



FACULTAD DE INGENIERIA GEOGRAFICA, AMBIENTAL Y ECOTURISMO

**DISEÑO DE PLAN ESTRATÉGICO PARA FOMENTAR EL ECOTURISMO EN LA
PROVINCIA HUAMALÍES - HUÁNUCO 2022-2026**

Línea de investigación:

Desarrollo empresarial

Tesis para optar el título profesional de Ingeniero en Ecoturismo

Autor:

Atanacio Toribio, Nataly Mirella

Asesora:

León Rojas, Gladys

ORCID: 0000-0003-2961-9643

Jurado:

Ventura Barrera, Carmen Luz

Guillen León, Rogelia

Aylas Humareda, María del Carmen

Lima - Perú

2022

Referencia:

Atanacio, T. (2022). *Diseño de plan estratégico para fomentar el ecoturismo en la provincia Huamalíes - Huánuco 2022-2026* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Federico Villarreal]. Repositorio Institucional UNFV. <http://repositorio.unfv.edu.pe/handle/UNFV/5718>



Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada (CC BY-NC-ND)

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede generar obras derivadas ni se puede utilizar comercialmente.

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



Universidad Nacional
Federico Villarreal

VRIN | VICERRECTORADO
DE INVESTIGACIÓN

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

**DISEÑO DE PLAN ESTRATÉGICO PARA FOMENTAR EL ECOTURISMO
EN LA PROVINCIA HUAMALÍES - HUÁNUCO 2022-2026**

Línea de investigación:

Desarrollo empresarial

Tesis para optar título de Ingeniero en Ecoturismo

Autor:

Atanacio Toribio, Nataly Mirella

Asesor:

León Rojas, Gladys
(ORCID: 0000-0003-2961-9643)

Jurado

Ventura Barrera, Carmen Luz

Guillen León, Rogelia

Aylas Humareda, María del Carmen

**Lima – Perú
2022**

Dedicatoria

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

Agradecimiento

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

Índice

Resumen	xii
Abstract.....	xiii
I. Introducción	1
1.1. Descripción y formulación del problema.....	5
1.1.1. Descripción del problema	5
1.1.2. Formulación del Problema.....	6
1.2. Antecedentes	6
1.2.1. Antecedentes internacionales.....	6
1.2.2. Antecedentes nacionales	8
1.3. Objetivos	11
1.3.1. Objetivo general.....	11
1.3.2. Objetivos específicos	11
1.4. Justificación.....	11
1.4.1. Justificación teórica	11
1.4.2. Justificación práctica.....	11
1.4.3. Justificación económica.....	11
1.4.4. Justificación social	12
1.5. Hipótesis.....	12
<i>1.5.1. Hipótesis general</i>	12
II. Marco teórico.....	13
2.1 Bases teóricas	13
<i>2.1.1. Bases teóricas de plan estratégico</i>	13
<i>2.1.2. Bases teóricas de ecoturismo</i>	27
III. Método	42

3.1. Tipo de investigación	42
3.2. Ámbito temporal y espacial	43
3.2.1. <i>Ámbito temporal</i>	43
3.2.2. <i>Ámbito espacial</i>	43
3.3. Variables	46
3.3.1. <i>Variable independiente V(x)</i>	46
3.3.2. <i>Variable dependiente V(y)</i>	47
3.4. Población y muestra	48
3.4.1. <i>Población</i>	48
3.4.2. <i>Muestra</i>	48
3.5. Instrumentos.....	49
3.6. Procedimientos.....	55
3.7. Análisis de datos	58
3.8. Consideraciones éticas	59
IV. Resultados.....	61
4.1. Diagnosticar la situación actual de la oferta y demanda ecoturística.....	61
4.1.1. <i>Caracterización de la provincia de Huamalíes</i>	61
4.1.2. <i>División política</i>	62
4.1.3. <i>Análisis de la oferta ecoturística</i>	67
4.1.4. <i>Análisis de la demanda ecoturística</i>	673
4.1.5. <i>Percepción social del ecoturismo</i>	74
4.2. Plantear la visión, misión, valores y los códigos de ética para el ecoturismo.....	88
4.2.1. <i>La visión</i>	88
4.2.2. <i>La misión</i>	88
4.2.3. <i>Valores</i>	88

4.2.4. Códigos de ética.....	89
4.3. Desarrollar la evaluación interna y externa, para fomentar el ecoturismo.....	90
4.3.1 Análisis FODA.....	90
4.3.2 Evaluación de factores internos y externos para determinar las estrategias. 92	
4.3.3 Políticas para orientar la acción en el logro de las estrategias	96
4.4. Desarrollar el proceso, implementación y evaluación de la estrategia	97
4.4.1. Alcance del plan.....	97
4.4.2. Objetivos estratégicos general y específicos	98
4.4.3. Líneas estratégicas	99
4.4.4. Diseño de proyectos estratégicos	103
4.4.5. Implementación y seguimiento del plan estratégico.....	106
4.4.6. Evaluación y control.....	109
4.4.7. Indicadores de desempeño del plan estratégico	110
V. Discusión de resultados	111
5.1. Sobre la situación actual de los recursos, demanda y oferta ecoturística.....	111
5.2. Sobre la propuesta de visión, misión, valores y código de ética.....	113
5.3. Sobre la evaluación interna a través del análisis DAFO	115
5.4. Sobre el proceso, implementación y evaluación de la estrategia	117
VI. Conclusiones.....	119
VII. Recomendaciones	121
VIII. Referencias.....	122
IX. Anexos	126

Índice de tabla

Tabla 1 <i>Componentes del FODA</i>	20
Tabla 2 <i>Etapas del modelo según Hermys</i>	27
Tabla 3 <i>Ventajas y desventajas del ecoturismo</i>	30
Tabla 4 <i>Definición y operacionalización de variable independiente: PLAN ESTRATEGICO</i> ..	47
Tabla 5 <i>Definición y operacionalización de variable dependiente: ECOTURISMO</i>	47
Tabla 6 <i>Calificación del instrumento por expertos</i>	51
Tabla 7 <i>Rangos para la opinión de aplicabilidad</i>	52
Tabla 8 <i>Escala para interpretar los resultados de confiabilidad</i>	53
Tabla 9 <i>Confiabilidad cuestionario plan estratégico</i>	54
Tabla 10 <i>Confiabilidad cuestionario instrumento ecoturismo</i>	54
Tabla 11 <i>Ubicación y límites de provincia Huamalés</i>	61
Tabla 12 <i>Ubicación natural de provincia Huamalés</i>	61
Tabla 13 <i>Localización de la provincia Huamalés</i>	62
Tabla 14 <i>División política de la provincia Huamalés</i>	62
Tabla 15 <i>Geomorfología de Huamalés</i>	63
Tabla 16 <i>Red hidrográfica de la provincia Huamalés</i>	64
Tabla 17 <i>Recursos forestales</i>	66
Tabla 18 <i>Oferta turística por la provincia de Huamalés</i>	67
Tabla 19 <i>Evolución de la demanda turístico de la provincia de Huamalés</i>	73
Tabla 20 <i>Arribo de visitantes en la provincia de Huamalés</i>	73
Tabla 21 <i>Preguntas realizadas a los pobladores de Huamalés</i>	74
Tabla 22 <i>Sabe cuáles son los principales recursos ecoturísticos que tiene en su zona</i>	76
Tabla 23 <i>Sabe que esta zona es potencialmente apta para el ecoturismo y la visita de turistas nacionales y extranjeros</i>	77

Tabla 24 <i>Cree Ud. Que el turismo es una actividad que la puede aprovechar para ofrecer productos y servicios ecoturísticos</i>	78
Tabla 25 <i>Sabe que es una visión, misión y valores para el ecoturismo</i>	79
Tabla 26 <i>Sabe si su municipalidad cuenta con un plan estratégico para fomentar el turismo en su zona</i>	80
Tabla 27 <i>Sabe que con la planificación estratégica se puede desarrollar el ecoturismo y su zona</i>	81
Tabla 28 <i>Sabe que es una matriz FODA</i>	82
Tabla 29 <i>Considera que en su distrito se puede fomentar el ecoturismo para lograr más visitas</i>	83
Tabla 30 <i>Considera que uno de las principales fuentes de ingresos para sus familias, podría ser fomentar el ecoturismo</i>	84
Tabla 31 <i>Sabe que, desarrollando el proceso con su participación del plan estratégico, es posible incrementar el número de visitas su zona</i>	85
Tabla 32 <i>Sabe que contar con un plan estratégico, se puede aumentar el número de turistas en su zona</i>	86
Tabla 33 <i>Estaría de acuerdo en participar en la implementación de estrategias para fomentar el ecoturismo en su zona</i>	87
Tabla 34 <i>Valores del plan estratégico</i>	88
Tabla 35 <i>Fortalezas del ecoturismo en Huamalíes</i>	90
Tabla 36 <i>Debilidades del ecoturismo en Huamalíes</i>	90
Tabla 37 <i>Oportunidades del ecoturismo en Huamalíes</i>	91
Tabla 38 <i>Amenazas del ecoturismo en Huamalíes</i>	91
Tabla 39 <i>Cruce de las Fortalezas (F) y Oportunidades (O)</i>	93
Tabla 40 <i>Cruce de las Debilidades (D) y Oportunidades (O)</i>	94

Tabla 41 <i>Cruce de las Debilidades (D_) y Amenazas (A)</i>	95
Tabla 42 <i>Alcance del plan estratégico</i>	97
Tabla 43 <i>Líneas estratégicas</i>	99
Tabla 44 <i>Acciones estrategicas especificas</i>	103
Tabla 45 <i>Ficha de diseño del proyecto de lineamiento estratégico</i>	103
Tabla 46 <i>Ficha de diseño del proyecto de lineamiento estratégico 2</i>	104
Tabla 47 <i>Ficha de diseño del proyecto de lineamiento estratégico 3</i>	105
Tabla 48 <i>Ficha de diseño del proyecto de lineamiento estratégico 4</i>	106
Tabla 49 <i>Matriz de los involucrados en el desarrollo del ecoturismo</i>	108

Índice de figura

Figura 1 <i>Componentes de la planificación estratégica</i>	15
Figura 2 <i>Planeamiento estratégico</i>	16
Figura 3 <i>Etapas del plan estratégico</i>	18
Figura 4 <i>Mapa 1 de Ubicación</i>	46
Figura 5 <i>Vista de los recursos forestales</i>	65
Figura 6 <i>Sabe cuáles son los principales recursos ecoturísticos que tiene en su zona</i>	76
Figura 7 <i>Sabe que esta zona es potencialmente apta para el ecoturismo y la visita de turistas nacionales y extranjeros</i>	77
Figura 8 <i>Cree Ud. Que el turismo es una actividad que la puede aprovechar para ofrecer productos y servicios ecoturísticos</i>	78
Figura 9 <i>Sabe que es una visión, misión y valores para el ecoturismo</i>	79
Figura 10 <i>Sabe si su municipalidad cuenta con un plan estratégico para fomentar el turismo en su zona</i>	80
Figura 11 <i>Sabe que con la planificación estratégica se puede desarrollar el ecoturismo y su zona</i>	81
Figura 12 <i>Sabe que es una matriz FODA</i>	82
Figura 13 <i>Considera que en su distrito se puede fomentar el ecoturismo para lograr más visitas</i>	83
Figura 14 <i>Considera que uno de las principales fuentes de ingresos para sus familias, podría ser fomentar el ecoturismo</i>	84
Figura 15 <i>Sabe que, desarrollando el proceso con su participación del plan estratégico, es posible incrementar el número de visitas su zona</i>	85
Figura 16 <i>Sabe que contar con un plan estratégico, se puede aumentar el número de turistas en su zona</i>	86

Figura 17 *Estaría de acuerdo en participar en la implementación de estrategias para fomentar el ecoturismo en su zona*.....87

Resumen

La investigación, tuvo como objetivo central diseñar un plan estratégico 2022-2026, para fomentar el ecoturismo en la provincia Huamalíes - Huánuco, mediante los objetivos específicos de conocer la situación actual de los recursos ecoturísticos; así como, saber cuál es la demanda y oferta ecoturística; de otro lado, analizar mediante la herramienta FODA, las ventajas y desventajas, que permitieron determinar los objetivos y acciones estratégicas, para fomentar el ecoturismo; de otro lado, se determinó la misión, visión, valores y la ética turística, para proponer la estrategias ecoturística, que permitiría incrementar el flujo de turistas en la provincia. La investigación fue de tipo básica, observacional, transversal de diseño no experimental; cuya muestra estuvo representada por 384 residentes de Huamalíes; se aplicó la encuesta y se usó fichas para el recojo de datos documentales y de registros estadísticos; procedimentalmente, se realizó pre campo, campo y gabinete, para planificar la estrategia; el trabajo de campo para levantar los datos y el pos campo, para su análisis, discusión y presentación de los datos. Los principales hallazgos fueron que, Huamalíes cuenta con recursos ecoturísticos y una demanda insatisfecha que cubrir, sus fortalezas son su biodiversidad, etnias, destinos consolidados y reconocimiento, con una creciente demanda y existencia de mercados poco explotados; al 2025 se proyecta a ser un referente de la selva, cuya misión es consolidar el ecoturismo, con valores enfocados en el respeto y conservación ambiental, transparencia y responsabilidad social; cuya estrategia se enmarca en la planificación, gestión, infraestructura, capacidades, calidad, equipamiento y códigos de comportamiento, destinados al ecoturismo.

Palabras clave: plan, estrategia, ecoturismo, misión, visión, FODA, valores, oferta y demanda.

Abstract

The main objective of the research was to design a strategic plan 2022-2026, to promote ecotourism in the Huamalíes - Huánuco province, through the specific objectives of knowing the current situation of ecotourism resources; as well as, knowing what is the ecotourism demand and supply; on the other hand, using the SWOT tool to analyze the advantages and disadvantages, which made it possible to determine the objectives and strategic actions to promote ecotourism; on the other hand, the mission, vision, values and tourist ethics were determined to propose ecotourism strategies, which would allow increasing the flow of tourists in the province. The research was of a basic, observational, cross-sectional, non-experimental design; whose sample was represented by 384 residents of Huamalíes; The survey was applied and files were used to collect documentary data and statistical records; procedurally, pre-field, field and office were carried out to plan the strategy; the field work to collect the data and the post field, for its analysis, discussion and presentation of the data. The main findings were that Huamalíes has ecotourism resources and an unsatisfied demand to cover, its strengths are its biodiversity, ethnic groups, consolidated destinations and recognition, with a growing demand and existence of under-exploited markets; By 2025 it is projected to be a benchmark of the jungle, whose mission is to consolidate ecotourism, with values focused on respect and environmental conservation, transparency and social responsibility; whose strategy is framed in planning, management, infrastructure, capacities, quality, equipment and codes of behavior, aimed at ecotourism.

Keywords: plan, strategy, ecotourism, mission, vision, SWOT, values, supply and demand.

I. Introducción

El plan estratégico, es un instrumento de acción, donde se definen objetivos, que se desean lograr en una institución, en un tiempo determinado; se construye en base a desarrollar acciones para lograr un futuro deseado; incluye mediante un diagnóstico de las actividades que se estudian, y las acciones y recursos, permiten alcanzar una posición deseada es decir visorar el futuro; en el caso del ecoturismo, los planes estratégicos, para esta importante actividad, tienen como marco de referencia, el Plan Estratégico de Turismo del Perú, al 2025 (PENTUR), aprobado por RM.N°2361-2016-MINCETUR, en fecha 22.07.2016.

El ecoturismo, denominado turismo ecológico, se ha convertido en una actividad, cuya finalidad es minimizar los impactos o daños ambientales al entorno natural, por los turistas o residentes; se caracteriza porque, se centra en el conocimiento, preservación y sostenibilidad medioambiental y natural de quien visita; nuestro país, cuenta con un sinnúmero de posibilidades de conocer sus maravillas naturales, históricas y culturales. Como actividad económica, proporciona oportunidades para que visitantes experimenten manifestaciones naturales y culturales, beneficiando económicamente a las comunidades locales, comercios y la entidad política, donde se sitúen los atractivos (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2021).

El plan estratégico del ecoturismo; entonces, se convierte en un instrumento de gestión, para impulsar o fomentar el desarrollo del turístico, social y económico de una localidad; se caracteriza porque, se establecen metas, objetivos y acciones en el tiempo, explorando las oportunidades externas; y, sus fortalezas y debilidades internas, tratando en todo momento proyectarlas al futuro deseado, para lograr optimizar resultados según las metas; es decir, es un modo de gestionar cambios y crear un mejor futuro de la actividad ecoturística, para una entidad, país, organización, empresa o municipalidad (Linares y Morales, 2014).

La presente investigación, tuvo como objetivo proponer un plan estratégico, que permita fomentar el ecoturismo en la provincia Huamalíes; y, como objetivos específicos conocer la situación de los recursos ecoturísticos, la demanda y oferta turística; se desarrolló un análisis de sus factores internos y externos mediante la matriz de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA), que permitieron identificar las acciones y estrategias, necesarios para lograr los objetivos; se propone la visión, misión, valores y códigos de ética; finalmente, la estrategia para incrementar el flujo de visitantes en la provincia.

Para lograr los objetivos, el método de la investigación fue básica, observacional y transversal; porque, se observó el fenómeno, tal como se presentó en su estado natural, levantándose los datos en una sola ocasión; fue de diseño no experimental. Se aplicó la encuesta a 384 pobladores residentes en la provincia, para conocer la percepción de la actividad ecoturística, para conocer su nivel de conocimiento de la actividad ecoturística. Los datos fueron recogidos en campo e instituciones, procesados, analizados, discutidos y presentados en tablas y figuras, para proponer el plan estratégico y fomentar el ecoturismo en Huamalíes.

La investigación se divide en 8 capítulos; el primer capítulo, desarrolló una introducción a la investigación, determinándose los problemas que se deben resolver, dado el crecimiento que se diera entre 2018 y 2019 del 10%; y, no contar con un plan estratégico, fue una limitante que desfavoreció este crecimiento; se analizaron los antecedentes, como los de Quiroz (2016), en Chimborazo Ecuador, que sirvieron para contrastar la discusión, se establecieron los objetivos, descritos en los párrafos precedentes, determinándose como hipótesis central que: con la elaboración del plan estratégico, se logrará fomentar el desarrollo del ecoturismo, en la provincia Huamalíes, Huánuco.

El segundo capítulo, desarrolló el marco teórico, estableciéndose el teórico base, del Armijo (2009) y del CEPLAN (2019), quienes señalan que, es una herramienta de gestión que apoya la toma de decisiones de una organización, determinando un futuro; se describen sus componentes y métodos para el desarrollo e implementación del turismo; el otro teórico base es el ecoturismo, en la que Casasola (citado por Rebollo, 2012) señala que, es un viaje de aventura, turismo alternativo, turismo responsable, turismo suave, turismo apropiado, turismo de calidad, turismo nuevo, desarrollo sustentable y turismo sustentable son todos tipos similares de actividades turísticas; de otro lado, se describen y definen las dimensiones de ambas variables y el diccionario de términos básicos.

El tercer capítulo, desarrolló el método, según la variable de interés fue básica - observacional; se midió una sola vez las variables plan estratégico y ecoturismo; mediante la aplicación de 384 encuestas a lugareños de Huamalés y el mismo número a los visitantes (turistas), se les aplicó la entrevista; se utilizó como instrumentos mecánicos, la cámara fotográfica para registrar datos visuales, y fichas temáticas y bibliográficas, para registrar datos documentales; se trabajó en gabinete, campo y pos gabinete, para planificar, aplicar y analizar las actividades en campo; y presentarlos en tablas, figuras y mapas.

El cuarto capítulo, desarrolló los resultados, estos resultados se vincularon a cada uno de los objetivos planteados en la investigación; en ello se caracteriza a la provincia de Huamalés, del departamento de Huánuco, como un destino ecoturístico por excelencia, considerando que cuenta con un sinnúmero de recursos naturales y culturales, posición geográfica, clima, gastronomía y parajes naturales, que la hacen atractivas para el turista nacional e internacional; durante el año 2019, visitaron a la provincia de Huamalés más 75, 373 turistas (Badaturs, 2020); en este mismo capítulo se desarrolló un análisis de los factores internos y externos mediante el FODA, así como los resultados de la encuesta a los residentes de la provincia y los distritos.

El quinto capítulo, desarrolló la discusión de los resultados, respecto a las situaciones actual Huamalíes, como destino ecoturístico, cuenta con recursos naturales y culturales para la actividad y la investigación; a pesar de estar siendo aprovechado adecuadamente; la deficiente promoción y mala infraestructura no permite su crecimiento; mediante FODA, se determinaron sus fortalezas y debilidades, en la que su población es el mayor activo para el fomento del ecoturismo; la visión merece ser atendida con un plan de cara desde 2022 al 2026, proyectándose un incremento de sus visitantes; la misión es consolidar la provincia como destino ecoturístico mundial, nacional y regional; identificándose las estrategias y líneas de acción, para lograr incrementar el flujo ecoturístico en Huamalíes

El sexto capítulo, desarrolló las conclusiones; lográndose que es necesario un plan estratégico, que fomente el ecoturismo, por su relevancia cultural y social de su gente, por sus atractivos ecoturísticos poco explotados, por su posición geográfica; y la actitud de su población en querer participar en su implementación más del 80% creen que Huamalíes, cuenta con recursos ecoturísticos y el 50% dice que cuentan con zonas potencialmente aptas para el ecoturismo; las debilidades son el deterioro de su biodiversidad y falta de compromiso institucional; se propone que, el plan estratégico incrementará la demanda de cara al 2026, convirtiéndose en un referente internacional y nacional, caracterizado por implementar procesos y actividades planificadas y respetuosas del medio ambiente, de sus etnias y culturas.

El capítulo siete desarrolló las recomendaciones; como indagar mas sobre la situación de la oferta y demanda periódicamente, desarrollar talleres, direccionar la visión en marcha adecuada a las circunstancias, el FODA debe ser más extensivo a otros actores, desarrollar cambios en los métodos, procedimientos para proponer un modelo propio para el ecoturismo en la zona, donde se enfoque en una demanda insatisfecha, con servicios y productos de calidad. Finalmente, el octavo capítulo se detallan los anexos entre ellos la matriz de consistencia, el instrumento, fotografías del lugar y normas vinculadas con la actividad ecoturística en el Perú.

1.1. Descripción y formulación del problema

1.1.1. Descripción del problema

La Planificación turística posee diferentes escalas: internacional, nacional, regional, local. También existe un significado directo en el cual podemos determinar que “La planificación es fundamental para alcanzar el éxito en el desarrollo, gestión y manejo de la actividad”. Corresponde entonces, atender a los 1.400 millones de llegadas de turistas que se dieron a nivel mundial, lo que representa la 6ta parte de la población mundial (OMT, 2018).

En Latinoamérica, la región cuenta con una gran variedad de destinos ecoturísticos, que le brindan al turista una extraordinaria oferta de recursos culturales, históricos, patrimoniales, naturales y paisajísticos, propicios para el turismo de aventura u ecoturismo; sin embargo, se requiere un factor que no permite su desarrollo a plenitud es la falta de planificar la actividad; tan es así que, se conoce que al 2018, el turismo represento el 9% del PBI mundial y 1 de cada 11 empleos es en el sector; para fomentar el turismo se requiere conocer la situación de la oferta y demanda para poder planificar el turismo (Carbajal y Lemoine, 2018).

En nuestro país; aún falta generar una estrategia para el turismo; en el 2016 el MINCETUR actualiza el Plan Estratégico de turismo al 2025, mediante RM. N°231-2016, cuyo propósito fue lograr el incremento de las llegadas de turistas y otras actividades, promoviendo el crecimiento de divisas y puestos de trabajo, para posicionar al Perú como un destino turístico (MINCETUR, 2018).

Huánuco, cuenta con destinos turísticos, que requiere su planeamiento estratégico, con una visión y misión al largo plazo, al igual que Huamalíes, que cuenta con varios atractivos arqueológicos, en sus 11 distritos en la que se divide; sin embargo, se requiere de una estrategia turística, en la que prime planificar estratégicamente, mediante el conocimiento de su evaluación interna y externa (FODA) así como, proponer la implementación y evaluación de la estrategia, que fomente el ecoturismo en la provincia Huamalíes.

1.1.2. Formulación del Problema

Problema general

¿De qué manera el diseño de plan estratégico, contribuirá en fomentar el ecoturismo en la provincia Huamalíes - Huánuco 2022-2026

Problemas específicos.

- ¿Cómo el diagnóstico de la situación actual de la oferta y demanda ecoturística, contribuirá en fomentar el ecoturismo en la provincia Huamalíes, Huánuco?
- ¿Cómo la visión, misión, valores y códigos de ética, contribuirá en fomentar el ecoturismo, en la provincia Huamalíes, Huánuco?
- ¿Cómo el análisis de la situación interna y externa, a través del FODA, contribuirá en fomentar el ecoturismo, en la provincia Huamalíes, Huánuco?
- ¿Cómo el proceso, implementación y evaluación de la estrategia, contribuirá en fomentar el ecoturismo, en la provincia Huamalíes, Huánuco?

1.2. Antecedentes

1.2.1. Antecedentes internacionales

Quiroz (2016), elaboró el trabajo titulado “Plan estratégico para el desarrollo turístico cultural en el cantón Riobamba provincia de Chimborazo”; cuyo objetivo fue elaborar un plan estratégico, el cual incluya la misión, visión las estrategias que mitiguen a través de un FODA las debilidades existentes y optimicen las fortalezas, con las que cuenta este territorio en el ámbito cultural.

Se empleó los métodos deductivo, inductivo, descriptivo y analítico; luego se ejecutó un estudio de mercado con encuestas y entrevistas; se concluye que, el cantón Riobamba posee atractivos culturales con relevancia histórica y tradicional, para atraer el mercado turístico. Se diseñó el plan estratégico cultural, tomando en cuenta los requerimientos y necesidades más apremiantes en lo referente al patrimonio cultural tangible e intangible de esta localidad.

Villa (2016), en la tesis “Diseño de plan estratégico para promocionar el turismo en la provincia de Chimborazo. Tesis de maestría. Universidad de Guayaquil”; el objetivo fue diseñar un Plan Estratégico para promocionar el turismo, permitiendo el impulso económico, social y cultural. Se interroga ¿Cómo contribuir a la Planificación Estratégica de la Provincia de Chimborazo a través de un plan de publicidad, identificado en el mejoramiento del Sector turístico? el Planeamiento Estratégico es un proceso dinámico flexible que permita modificaciones en los planes, a fin de responder a las cambiantes circunstancias.

Sustenta la visión, misión y valores, para consolidar el turismo como herramienta eficaz para desarrollo y rentabilidad social, generando empleo y mejorando la calidad de vida de la población. Utilizó la observación para conocer las causas y efectos del problema; la técnica usada fue la encuesta; cuyos resultados fueron que, se evidencia que la planificación estratégica de turismo, se da en las comunidades, mediante un proceso sistemático para la evolución del turismo comunitario y un futuro comprometido con los participantes de la empresa comunitaria y con la demanda al brindar un servicio de calidad. La fase de ejecución está centrada en la Normativa Turística, Diseño de Productos Turísticos e Imagen Turística.

Ganchozo y Loor (2015), en la tesis titulada “Plan estratégico para el desarrollo del turismo en la comunidad Piedra de Plata, cantón Pichincha- provincia Manabí” se plantearon como objetivo diseñar un plan estratégico para el desarrollo del turismo en la comunidad de Piedra de Plata, cantón Pichincha- Provincia Manabí.

La tesis fue analítico - sintético, con talleres participativos, entrevistas y encuestas. Según el diagnóstico turístico situacional, el área en estudio es rica en recursos naturales y culturales, posee una producción agrícola muy variada, lo cual permite desarrollar actividades como el agroturismo. Acorde a la realidad turística de la comunidad de Piedra de Plata, se establecieron se establecieron la misión, visión, los ejes estratégicos, por lo que se proponen adicionalmente ocho programas y trece proyectos basados en el PLANDETUR 2020.

Castillo (2015), en la tesis titulada “Propuesta de un plan estratégico para el reposicionamiento del turismo en el cantón El Tambo provincia de Cañar-Ecuador”, tuvo el fin de dar a conocer los mayores atractivos que posee el Cantón El Tambo, a través de una propuesta para el reposicionamiento del turismo, con bases para un incremento de turistas.

Se hizo la revisión bibliográfica de los componentes de análisis y estrategias, luego se realizó el estudio de mercado, comprobándose que, El Tambo posee lugares turísticos atractivos de poca promoción y publicidad y se determinó la estrategia para lograr una mayor participación en el mercado turístico con el fin de posicionarse en la mente del visitante.

1.2.2. Antecedentes nacionales

Rodríguez (2018), en la tesis titulada “Propuesta de plan estratégico de desarrollo turístico 2018-2025 y su fomento de desarrollo turístico sustentable en el distrito de Pichigua, provincia de Espinar, región Cusco”, cuya finalidad fue proponer un Plan Estratégico de desarrollo turístico para el periodo 2018-2025 con el fin de fomentar el desarrollo turístico sustentable en el distrito en estudio, asimismo, determinar la influencia en el desarrollo del turismo rural comunitario y en el desarrollo local.

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

Mego (2018), Planeamiento estratégico y su relación con el desarrollo del turismo en la Municipalidad Provincial de Moyobamba – 2018”, tuvo como objetivo determinar la relación entre la planificación estratégica con el desarrollo del turismo en la Municipalidad Provincial de Moyobamba – 2018. El estudio fue no experimental, con un diseño descriptivo correlacional. El instrumento empleado fue el cuestionario, para medir las variables en estudio.

Los resultados fueron que propone la misión y visión del PE, los valores y el nivel de planeamiento estratégico desarrollando en un 51.4% de manera “Deficiente”, 40% “regular” y 8.6% de manera “óptimo”. Asimismo, se muestra un valor “p” (0,000) menor a 0.05, concluyendo que existe relación entre las variables.

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

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

Gómez (2017), en la tesis “El turismo de naturaleza como oferta turística innovadora en el contexto del desarrollo sostenible en la región San Martín”; cuyo objetivo fue identificar si la oferta turística de naturaleza en la región San Martín, provincia de Tarapoto, es innovadora en el contexto del desarrollo sostenible, cuyo análisis previo se dio con el FODA que fuera explicado para conocer las causas del insuficiente desarrollo.

El diseño fue descriptivo correlacional transversal no experimental cuya población fueron 2800 empleados de empresas turísticas y la muestra 1288, el instrumento fue la encuesta y entrevista; los resultados fue que, el 97% afirmaron conocer la sostenibilidad; el 43% describió las instalaciones del establecimiento de hospedaje donde labora como modernas, el 29% como rústicas y nadie (0%) mencionó amplias áreas verdes como característica del establecimiento de hospedaje. El 57% de los encuestados afirmó que el establecimiento de hospedaje donde trabaja sabe que sus proveedores tienen una práctica sostenible.

El 32% dijo no tener esta información. El 49% de los encuestados coincide en que falta inversión, promoción, infraestructura y personal capacitado para incrementar la llegada de turistas extranjeros a la región. El 46% de los encuestados afirmó que a su región le falta inversión, promoción, infraestructura y personal capacitado para incrementar la llegada de turistas extranjeros. Conclusión: La provincia de Tarapoto, región San Martín, no está aún preparada para atender una demanda de turismo receptivo.

Altuna, Rodríguez, Salinas, y Zegarra, (2017) en su tesis Planeamiento Estratégico para la Industria del Turismo de La Región La Libertad, presentada en la Pontificia Universidad Católica del Perú en Lima – Perú; desarrolló una investigación descriptiva, cuyo objetivo general fue diseñar un Planeamiento Estratégico para la Industria del Turismo de la Región La Libertad para ganar el primer lugar en competitividad nacional. Las técnicas que se utilizó para la recolección de datos fue el análisis documental.

Como conclusiones destacan que el principal obstáculo para el desarrollo de la industria del turismo de la región La Libertad es, la falta de personal altamente calificado y capacitado capaz de brindar servicios de calidad y lograr la satisfacción de los turistas, lo que le resta competitividad frente a otras regiones, así como que la Industria del Turismo de la Región La Libertad ha quedado desfasada ante los cambios tecnológicos de la actualidad debido a la falta de docentes en la materia y a la mínima inversión destinada en investigación y desarrollo, esto genera que la Industria pierda competitividad ante otras regiones que si tiene desarrolladas plataformas virtuales orientadas al desarrollo del turismo.

Por lo que es necesario ejecutar el presente Plan Estratégico, con la responsabilidad de la Cámara de Comercio y Producción de La Libertad, así como establecer alianzas con escuelas de negocios e institutos privados para la profesionalización de la actividad turística y lograr que estos nuevos profesionales sean capaces de generar nuevos destinos y productos turísticos diferenciados.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Diseñar el plan estratégico, para fomentar el ecoturismo, en la provincia Huamalés, Huánuco 2022-2026.

1.3.2. Objetivos específicos

- Diagnosticar la situación actual de la oferta y demanda ecoturística, para fomentar el ecoturismo, en la provincia Huamalés, Huánuco.
- Plantear la visión, misión, valores y códigos de ética, para fomentar el ecoturismo, en la provincia Huamalés, Huánuco.
- Analizar la situación interna y externa, a través del FODA, para fomentar el ecoturismo, en la provincia Huamalés, Huánuco.
- Determinar el proceso, implementación y evaluación de la estrategia, para fomentar el ecoturismo, en la provincia Huamalés, Huánuco.

1.4. Justificación

1.4.1. Justificación teórica

Comprende los principios y teorías del planeamiento estratégico, a través del plan estratégico y el ecoturismo, buscando generar nuevos marcos conceptuales y referenciales.

1.4.2. Justificación práctica

Hace uso de estrategias y propuestas en las cuales involucra a pobladores, turistas y autoridades, de la zona en participar en el diseño del plan estratégico de desarrollo ecoturístico.

1.4.3. Justificación económica

La población se beneficiaría con los ingresos por venta de productos y servicios ecoturísticos, en Huamalés, a las municipalidades distritales, donde se ubican atractivos turísticos, además recaudarán tributos de manera indirecta de otras actividades vinculadas al Ecoturismo.

1.4.4. Justificación social

Con el diseño del plan estratégico, se considera a la sociedad y turistas, que visitan los recursos turísticos de la provincia Huamalíes, en Huánuco, los cuales serán los beneficiarios con los resultados de la presente investigación.

1.5. Hipótesis

1.5.1. Hipótesis general

Con el diseño del plan estratégico, se contribuirá a fomentar el ecoturismo, en la provincia Huamalíes, Huánuco.

II. Marco teórico

2.1 Bases teóricas

2.1.1. *Bases teóricas de plan estratégico*

Definición de Plan. Es el acto anticipatorio adelanta en el tiempo la imagen de los futuros y las respuestas posibles, lo compara con el porvenir deseado y encara la elaboración de previsión de situaciones y de acciones con vistas a satisfacer una intencionalidad, una vocación de alcanzar determinadas situaciones que forman parte del deseo (Ossorio, 2003).

La planeación implica actividades futuras y concierne a las decisiones que se proponen y el futuro resultado de las decisiones del presente (...) (Gómez, citado por Ossorio, 2003).

Planear no es eliminar la intuición, es eliminar la improvisación (...). El planeamiento es un método de trabajo por medio del cual las cosas se “preparan”, concomitantemente se acompaña la acción y se aprende de lo que en realidad sucede (Levy, citado por Ossorio, 2003).

El plan es una apuesta y como tal tiene tanta incertidumbre como demuestre el análisis de la solidez de las apuestas parciales que lo componen y de la gran apuesta que lo sintetiza (Matus, citado por Ossorio, 2003).

Definición de estrategia. Plan para dirigir un asunto y se compone de acciones planificadas que ayudan a tomar decisiones y a conseguir mejores resultados. La estrategia está orientada a alcanzar un objetivo, siguiendo una pauta de actuación (Porter, 2010).

Consiste en la determinación de objetivos básicos, a largo plazo de una empresa y la adopción de los cursos de acción y asignación de los recursos para su cumplimiento (Koontz y Weihrich, 2001).

¿Qué es el planeamiento estratégico? Es una herramienta de gestión que permite apoyar las decisiones de las organizaciones, en torno al quehacer y al camino del futuro para adecuarse a los cambios y a las demandas que les impone el entorno y lograr la mayor eficiencia, eficacia, calidad en los bienes y servicios que se proveen.

Es una herramienta de gestión que permite apoyar la toma de decisiones de las organizaciones en torno al quehacer actual y al camino que deben recorrer en el futuro para adecuarse a los cambios y a las demandas que les impone el entorno y lograr la mayor eficiencia, eficacia, calidad en los bienes y servicios que se proveen (Centro Nacional de Planeamiento Estratégico, CEPLAN, 2019).

La planificación estratégica es un ejercicio de formulación y establecimiento de objetivos de carácter prioritario, cuya característica principal es el establecimiento de los cursos de acción (estrategias)” para alcanzar dichos objetivos. Desde esta perspectiva la PE, es una herramienta clave para la toma de decisiones de las instituciones. (Comisión Económica para América Latina y el Caribe [Cepal], citada por Armijo, 2009).

La planeación estratégica es planeación a largo plazo, que enfoca a la organización como un todo y sus principales características son (Rodríguez, citado por López, 2013).

- Actividad en la que tiene que intervenir la dirección superior.
- Trata con cuestiones básicas.
- Ofrece un marco para la planeación detallada y para decisiones gerenciales cotidianas
- Se trata de una planeación de largo alcance.
- Analiza el medio ambiente interno y externo de la empresa
- Características. Castelán (citado por López, 2013), son dos:
 - La incertidumbre: la dirección de la empresa tendrá informaciones imperfectas de medio ambiente, competencia, consumidores y potencialidades.
 - La decisión: es imperativo para la empresa, con base en la información con que cuenta, asumir el riesgo y decidir.

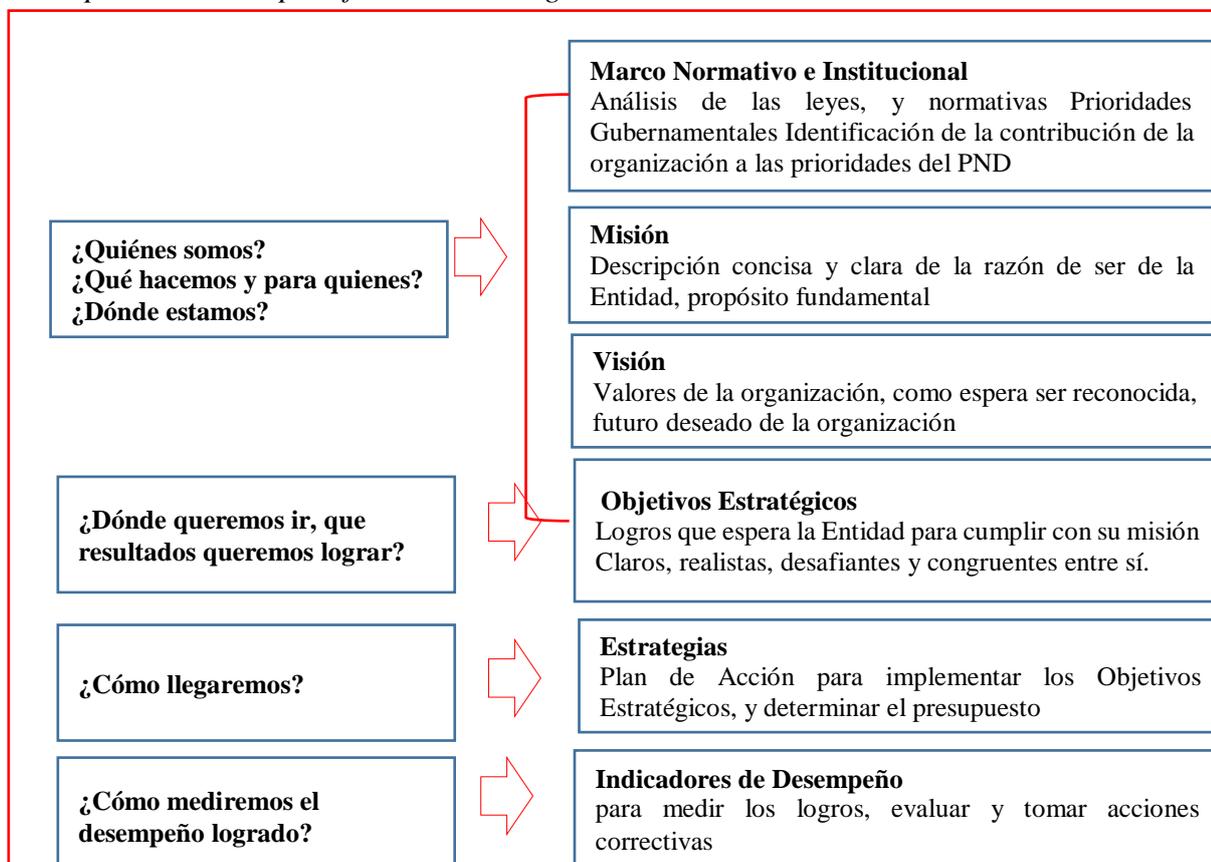
Componentes del proceso de la planificación estratégica. Las metodologías para desarrollar procesos de planificación estratégica son variadas y encontramos en la literatura diversos enfoques (Armijo, 2009).

Desde el punto de vista de las organizaciones públicas, no existe en general un modelo a seguir y encontramos esquemas metodológicos que tienen mayor o menor complejidad. A diferencia de la programación operativa y el presupuesto, la planificación estratégica tiene menor grado de rutinas y protocolos estandarizados (Armijo, 2009).

La planificación estratégica en el ámbito público es una herramienta que nos ayudará al establecimiento de prioridades, objetivos y estrategias como apoyo a la definición de los recursos que necesitamos para lograr los resultados esperados, por lo tanto, debe ser un proceso simple e incorporado en la rutina de la toma de decisiones directivas en el proceso presupuestario. Desde esta perspectiva, debemos contar con estándares de confiabilidad para identificar aspectos claves que apoyen la gestión organizacional, tales como la definición de la Misión, Objetivos Estratégicos, Estrategias, definición de metas e indicadores (Figura 1).

Figura 1

Componentes de la planificación estratégica

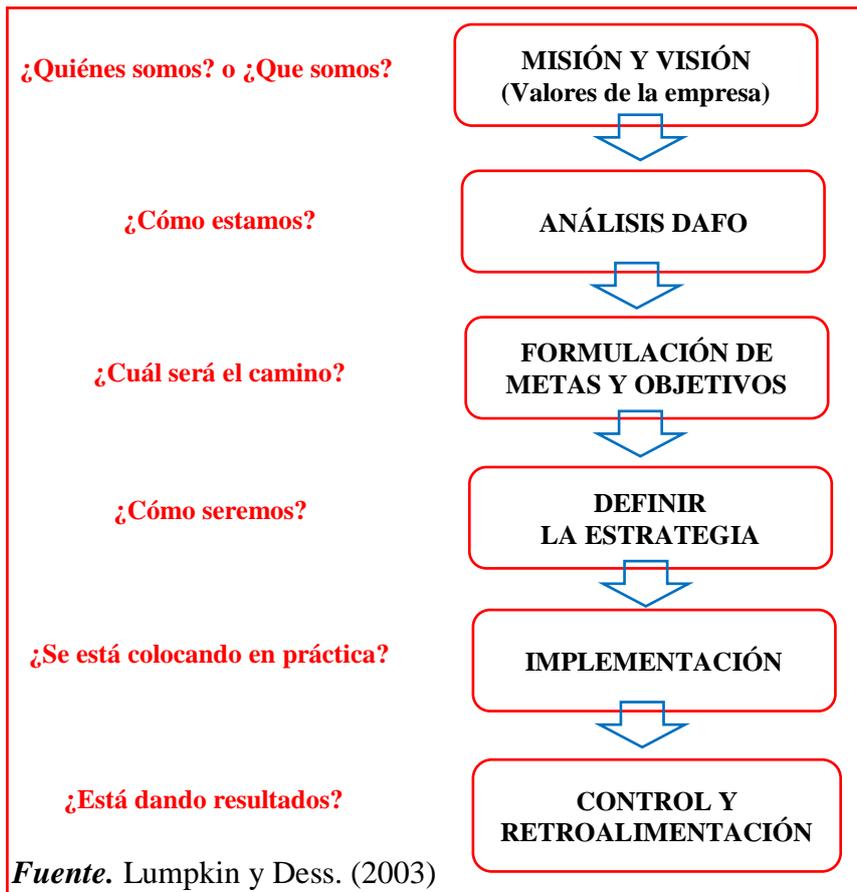


Nota. Armijo (2009)

Definición de plan estratégico. Es el conjunto de análisis, decisiones y acciones que una organización lleva a cabo para crear y mantener ventajas comparativas sostenibles a lo largo del tiempo (Lumpkin y Dess, 2010) (Figura 2).

Figura 2

Planeamiento estratégico



Es el proyecto que incluye un diagnóstico de la posición actual de una entidad, la(s) estrategia(s) y la organización en el tiempo, acciones y recursos que permitan alcanzar la posición deseada (Bonilla, 2011).

Objetivos estratégicos en un plan estratégico. Estos deben suponer un paso intermedio entre la visión y la misión de la organización, ser definidos de forma clara, precisa y comprensible, y expresar las metas más importantes, que permita a la organización, orientarse hacia su misión y visión corporativa (Centro Europeo de Posgrado [CEPE], 2018).

Estos son alcanzados, a través de líneas estratégicas de acción. Los objetivos deben poseer las siguientes características, primero deben ser alcanzables, comprensibles, cuantificados o expresados en cifras, están ubicados en un horizonte temporal, derivarse de las estrategias de la institución, no deben ser abstractos y tener la capacidad de transformarse en tareas específicas, posibilitando la concentración de recursos y esfuerzo y ser múltiples.

Porqué hacer un plan estratégico. El Planeamiento Estratégico, es (o debería ser) el marco de las acciones y decisiones; y, por lo tanto, es el patrón con el que se comparan las mejores alternativas en la mente de los ejecutivos empresariales y de los colaboradores en general (Portocarrero, s.f). El planeamiento estratégico permite que los líderes de la empresa liberen la energía de la organización detrás de una visión compartida y cuenten con la convicción de que pueden llevar a cabo la visión.

El proceso del planeamiento estratégico incrementa la capacidad organizacional para implementar su plan de manera completa y oportuna, apoyando a que la organización desarrolle, organice y utilice una mejor comprensión del entorno en el cual opera, de sus clientes y de sus propias fortalezas y debilidades.

El planeamiento estratégico, proporciona una oportunidad para ajustarse periódica y constantemente a los sucesos y acciones actuales de los competidores. Además, debe suministrar los incentivos apropiados para atraer y motivar a los gerentes clave en la organización, pues el éxito estratégico debe funcionar en lo individual como en lo organizacional, pues el Strategos (el comandante, la mente del gerente) es muchas veces más importante que la estrategia sola. (Portocarrero, s.f)

Importancia y etapas del plan estratégico. El desarrollo de un plan estratégico, “produce beneficios relacionados con la capacidad de realizar una gestión más eficiente, liberando recursos humanos y materiales, lo que redundará en eficiencia productiva y en una mejor calidad de vida y trabajo para los miembros de la organización (Pimentel, 1999).

Etapas del plan estratégico. Se compone en general de varias etapas (Itmedia, 2019).

Etapas 1: Análisis de la situación. Permite conocer la realidad en la cual opera la organización.

Etapas 2: Diagnóstico de la situación. Permite conocer las condiciones actuales en las que desempeña la organización, para ello es necesario entender la actual situación (tanto dentro como fuera de la empresa).

Etapas 3: Declaración de objetivos estratégicos. Son los puntos futuros debidamente cuantificables, medibles y reales; puestos que luego han de ser medidos.

Etapas 4: Estrategias corporativas. Responden a la necesidad de las empresas e instituciones, para responder a las necesidades del mercado (interno y externo), para jugar adecuadamente, mediante fichas y jugadas correctas, en los tiempos y condiciones correctas.

Etapas 5: Planes de actuación. La pauta o plan que integra los objetivos, las políticas y la secuencia de acciones principales de una organización en todo coherente (Figura 3).

Figura 3

Etapas del plan estratégico



Nota. Elaboración propia

Etapas 6: Seguimiento. El Seguimiento permite "controlar" la evolución de la aplicación de las estrategias corporativas en las Empresas u organizaciones; es decir, el seguimiento permite

conocer la manera en que se viene aplicando y desarrollando las estrategias y actuaciones de la empresa; para evitar sorpresas finales, que puedan difícilmente ser resarcidas.

Etapa 7: Evaluación. La evaluación es el proceso que permite medir los resultados, y ver como estos van cumpliendo los objetivos planteados. La evaluación permite hacer un "corte" en un cierto tiempo y comparar el objetivo planteado con la realidad.

Análisis con la herramienta Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades (DAFO). El análisis DAFO (SWOT en inglés) supone un resumen de todo el análisis estratégico, tanto externo como interno, que representa los puntos fuertes y débiles de la empresa, así como las oportunidades y amenazas del entorno (Ortiz y Capo, 2016).

El análisis cualitativo, expresándose en cada cuadrante los aspectos más relevantes de cada factor, y que aporta una visión global de la situación de la empresa para diseñar su estrategia. Es el método más sencillo y eficaz para decidir sobre nuestro futuro. Nos ayudará a plantear las acciones que deberíamos poner en marcha para aprovechar las oportunidades detectadas y a preparar a la Fundación contra las amenazas teniendo conciencia de nuestras debilidades y fortalezas (Interarts, 2012).

El principal objetivo del análisis DAFO, es ayudarnos a encontrar los factores estratégicos críticos, para, una vez identificados, usarlos y apoyar en ellos los cambios organizacionales: consolidando las fortalezas, minimizando las debilidades, aprovechando las ventajas de las oportunidades, y eliminando o reduciendo las amenazas (Ramírez, 2010).

Para detectar las fortalezas se revisan las historias de éxito, los valores de nuestros fundadores, en las cualidades de nuestros colaboradores. Para detectar nuestras debilidades pensaremos en nuestra capacidad financiera (Interarts, 2012).

El diagnóstico situacional a través del análisis Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades (DAFO), se desarrollan las siguientes compones (Tabla 1).

Tabla 1*Componentes del FODA*

Debilidades	Deficiencia o carencia, de algo en lo que la organización tiene bajos niveles de desempeño; y es vulnerable, denota desventaja ante la competencia, con posibilidades poco atractivas para el futuro. Constituye un obstáculo para el logro de objetivos, aun cuando está bajo el control de la organización. Al igual que las fortalezas éstas pueden manifestarse a través de sus recursos, habilidades, tecnología, organización, productos, imagen, etc.
Amenazas	Factores del entorno que resultan en circunstancias adversas que ponen en riesgo el alcanzar los objetivos establecidos, pueden ser cambios o tendencias que se presentan repentinamente o de manera paulatina, las cuales crean una condición de incertidumbre e inestabilidad en donde la empresa tiene muy poca o nula influencia, las amenazas también, pueden aparecer en cualquier sector como en la tecnología, competencia agresiva, productos nuevos más baratos, restricciones gubernamentales, impuestos, inflación, etc.
Fortalezas	Algo en lo que la organización es competente, se traduce en aquellos elementos o factores que estando bajo su control, mantiene un alto nivel de desempeño, generando ventajas o beneficios presentes y claro, con posibilidades atractivas en el futuro. Las fortalezas pueden asumir diversas formas como: recursos humanos maduros, capaces y experimentados, habilidades y destrezas importantes para hacer algo, activos físicos valiosos, finanzas sanas, sistemas de trabajo eficientes, costos bajos, productos y servicios competitivos, imagen institucional reconocida, convenios y asociaciones estratégicas con otras empresas, etc.
Oportunidades	Son aquellas circunstancias del entorno que son potencialmente favorables para la organización y pueden ser cambios o tendencias que se detectan y que pueden ser utilizados en el procedimiento para la elaboración de un análisis FODA como una herramienta de planeación estratégica en las empresas ventajosamente para alcanzar o superar los objetivos. Las oportunidades pueden presentarse en cualquier ámbito, como el político, económico, social, tecnológico, etc., dependiendo de la naturaleza de la organización, pero en general, se relacionan principalmente con el aspecto mercado de una empresa.

Nota. Ramírez (2010)

La Misión y Visión. Se definen de la siguiente manera.

Misión. Es el elemento que da la razón de ser, constituye la esencia de toda persona, empresa u organización (Taylor, 2010).

La misión ayuda a mantener claridad proporcionando un marco de referencia para las decisiones; la misión no se debe confundir con los objetivos de la organización, se trata sobre el beneficio que ofrecemos al cliente, se enfoca desde su perspectiva (Interarts, 2012).

La declaración de misión describe el concepto de la organización, la naturaleza de nuestros servicios, por qué estamos en él, a quién servimos y los valores bajo los cuales pretendemos funcionar. Una organización sin Misión no tiene identidad, ni un camino claro sobre el dirigir sus pasos (Interarts, 2012).

Visión. Es ese punto en el futuro a donde queremos llegar, que es lo que queremos lograr con el paso del tiempo en un muy largo plazo (Taylor, 2010).

La declaración de visión es una representación de lo que creemos que el futuro debe ser para nuestra organización. Para nuestros clientes, trabajadores, voluntario (Interarts, 2012).

La visión debe ser: breve, fácil de captar y recordar, inspiradora, planteando retos para su logro, creíble y consistente con los valores estratégicos y la misión, clara respecto a lo que debe llegar a ser la organización.

La visión tiene que transmitir y plantear retos para todos porque nos tiene que llevar a dónde queremos ir. Al igual que para la misión, utilizaremos una serie de preguntas que nos ayuden a pensar mejor acerca de cómo debería ser el futuro de nuestra organización:

¿Qué es lo que yo veo como clave para el futuro de nuestra organización?,

¿Qué me emocionaría acerca de ser parte de esta organización en el futuro?

¿Qué valores necesitan ser acentuados?

Valores. Reflejan la cultura corporativa, son los componentes que rigen las reglas dentro de las cuales deben colaborar los integrantes del equipo (Taylor, 2010).

La gestión cotidiana de empresas no apela, como debiera esperarse, a sus valores estratégicos. Estos no están siquiera definidos la mayoría de las veces. Quizás alguien los confunda con los valores plasmados en el código ético o de conducta de la organización, aquellos modos de conducta deseados que vienen a moldear la cultura empresarial, pero, no se trata estrictamente de esto (Castellanos, 2007).

Los Valores Estratégicos representan las convicciones o filosofía de la Alta Dirección respecto a qué nos conducirá al éxito, considerando tanto el presente como el futuro.

Estos valores, es fácil descubrirlo, traslucen los rasgos fundamentales de lo que es la estrategia empresarial, parten de esta reflexión.

Todo lo que pueda aportarnos una ventaja competitiva consistente podría traducirse en un valor estratégico de la empresa. Tener un acuerdo claro y abierto sobre estos valores ayudará a establecer las prioridades significativas de la organización, sus campos de esfuerzo y niveles de tolerancia respecto a las desviaciones; permitirá fijar expectativas y cómo comunicarlas a los demás, en qué negocios intervenir y cómo administrar (Morrisey, s.f).

Definición de los objetivos estratégicos. Son los resultados preestablecidos, más o menos alejados en el tiempo, que pretendemos alcanzar con la acción (Castellanos, 2007).

Determinan los resultados finales deseados y nos dicen exactamente dónde estamos y dónde queremos estar en un determinado momento. Forman una jerarquía que abarca desde aquéllos más amplios a los más específicos y, a su vez, éstos pueden subdividirse en objetivos más específicos, y así sucesivamente.

Es lo que se conoce como pirámide de objetivos, donde los generales están articulados en torno a objetivos específicos. Esto permite que los objetivos más generales puedan alcanzarse a través de sus objetivos específicos, más operativos, y que los objetivos más específicos queden enmarcados por los objetivos más generales. El objetivo más complejo y ambicioso se vuelve fácil de realizar gracias a su descomposición en objetivos más simples y accesibles.

La fijación de objetivos generales y específicos:

- Hace a los objetivos tangibles y les da una significación y una importancia concretas e inmediatas.
- Constituye un medio para colmar la diferencia entre la amplitud de los objetivos a largo plazo y los recursos limitados de los que se dispone.
- Permite valorar, en cualquier momento y gracias a la referencia a los objetivos ya alcanzados y a los todavía por alcanzar, los progresos realizados para la consecución del objetivo final.

Para fijar los objetivos la Dirección recopilará información de los niveles más bajos de la organización que son los que viven el día a día real y se encontrarán más motivados en el cumplimiento de los objetivos que ellos mismos hayan propuesto.

Es necesario que los objetivos:

- Se determinen en función de las necesidades reales de la organización y de sus miembros.
- Estén coordinados entre sí, sean recíprocamente compatibles y no divergentes ni opuestos.
- Se formulen de forma clara y con la indicación de todos los elementos implicados en su realización.
- Se expresen en términos precisos y, si es posible, cuantitativos, no en forma genérica y abstracta. Un objetivo difuso es sólo una aspiración, no un objetivo.
- Se fijen de forma que permanezcan suficientemente estables en el tiempo y aseguren por consiguiente una apreciable continuidad de acción.
- Se den a conocer a todos los interesados. Siempre que se pueda se deben establecer de común acuerdo con los interesados o, por lo menos, deben tenerse en cuenta sus observaciones y críticas al respecto.
- Se puedan alcanzar con un esfuerzo razonable. Una facilidad excesiva puede inducir a disminuir su importancia y a restar estímulo a su consecución. Por el contrario, una excesiva dificultad puede desanimar desde el principio a los que tienen que cumplirlos.
- No sean utópicos, sino fundados en la realidad, tengan en cuenta los recursos disponibles y las posibilidades efectivas de alcanzarlos. Es mejor fijar un objetivo modesto pero concreto y realizable que no un objetivo ambicioso pero irreal y prácticamente inalcanzable.

- Se fijan no sólo con referencia a los aspectos y a las situaciones generales, sino también para todos los aspectos, las situaciones y los sectores.
- Se mantengan de forma constante equilibrio los unos respecto a los otros, para evitar que se obstruyan mutuamente.
- Se fijan en un número no demasiado elevado.

La presencia de demasiados objetivos es peligrosa por dos razones: Lleva a desperdigar y a fraccionar excesivamente los esfuerzos. – Favorece el aplazamiento de los objetivos considerados menos urgentes, más difíciles o menos gratos, con ventaja para los de más fácil, inmediata o grata realización. (Castellanos, R, 2007).

Evaluación de la implementación del plan estratégico. La evaluación cumple las funciones básicas de (Castellanos, 2007).

- Ser un instrumento de aprendizaje para mejorar nuestro plan estratégico, nuestros proyectos, programas o políticas actuales y futuros.
- Proporcionar información a los superiores sobre el desempeño de un proyecto: en concreto sobre si el plan de desarrollo inicial se está llevando a cabo, sobre las fortalezas y debilidades, para ayudar a los responsables a tomar decisiones y corregir posibles desviaciones.
- Fortalecer la función de los responsables del proyecto, determinando de forma sistemática y objetiva la eficacia, eficiencia y relevancia de las actividades, esperadas y no esperadas.
- Evaluaciones a mitad del proyecto pueden servir para validar los resultados de las acciones correctivas de diagnósticos anteriores.
- Al término del proyecto, determina el alcance del éxito de la intervención.
- Ayuda a los responsables a realizar revisiones sistemáticas y repensar las estrategias y los proyectos.

- Dotar a la organización de datos concretos y fiables sobre sus procesos y resultados que pueden ser usados para comunicación externa, para solicitar nuevos fondos y rendimiento de cuentas.

- Para dinamizar el proceso de aprendizaje interno.

- Ser un instrumento para certificar y dar a conocer nuestra acción y justificar nuestra existencia a distintos niveles:

- Nivel interno: con la finalidad de que las personas que componen la organización conozcan los resultados del fruto de su trabajo y se sientan parte de la consecución de la misión.

- Nivel externo: Los financiadores públicos y/o privados en relación a la correcta gestión de sus aportaciones económicas para beneficio de la consecución de nuestros objetivos.

- Y por otro, a población en general de la actividad desarrollada y de sus resultados.

El modelo de desarrollo turístico. El propósito del desarrollo turístico sostenible en función del desarrollo local es establecer la relación de las dimensiones sociales, económicas, y ambientales del desarrollo sostenible vistas desde las diversas áreas y disciplinas que las integran con la identificación de indicadores, a tal efecto con iguales dimensiones del desarrollo local, de forma interrelacionada (Hermys, 2013).

Un modelo pretende brindar con exactitud la relación turismo- localidad, permitiendo a los gobiernos locales contar con una herramienta de evaluación y de esta forma poder tomar decisiones más precisas en dicha relación.

Para un modelo se toma en cuenta el enfoque holístico configuraciones, en lo referente a la concepción que este autor asume en la comprensión de los procesos como una totalidad compleja, dinámica y multidimensional, en la que se le atribuye al proceso una naturaleza consciente, holística y dialéctica, para en este caso fundamentar la dinámica y las regularidades del sistema complejo que constituyen los destinos turísticos (Fuentes, citado por Hermys, 2013).

Propósito del modelo. En esta etapa se determina el propósito de la evaluación, que corresponde a la verificación de la sostenibilidad – relación que debe existir en un destino turístico y consigo en las localidades donde se desarrolló el mismo.

Aspecto importante lo constituye la identificación de personas o equipo que realizará la verificación de la evaluación de la sostenibilidad y la relación entre el desarrollo turístico sostenible y desarrollo local: los asesores son individuos que llevan a cabo el examen. Pueden ser parte del equipo de la persona que propone la iniciativa, o ser independientes a ella (evaluación externa); pueden ser individuos trabajando para el gobierno o una institución científica, todo a través de investigaciones científicas (Linares, 2013).

Ventajas del modelo. Las ventajas son la siguiente (Hermys, 2013).

- El análisis a través de indicadores del desarrollo turístico sostenible y del desarrollo local.
- Contempla al destino turístico como un sistema complejo.
- Analiza el comportamiento del desarrollo turístico sostenible sobre las localidades donde se desenvuelve.
- Utiliza técnicas de inteligencia artificial, para evaluar la sostenibilidad e interrelación, con indicadores del desarrollo turístico sostenible y del desarrollo local.
- Aplicable a cualquier tipo de destino turístico.

Etapas de un modelo turístico. Propone las siguientes (Hermys, 2013) (Tabla 2).

Tabla 2*Etapas del modelo según Hermys*

Etapas			
E1	E2	E3	E4
Corresponde a la determinación del propósito de la evaluación de la sostenibilidad, donde será necesario definir y seleccionar un grupo o individuo interesado en la evaluación, acordar una secuencia de tareas y métodos, así como establecer un proceso de comunicación constante.	En esta fase se definirá el destino turístico y con esta la localidad, para establecer la relación deseada, entre el desarrollo turístico sostenible y el desarrollo local. Se realizará un diagnóstico que parte de la exploración inicial facilitando conocer en detalle las características propias de la selección.	Esta etapa corresponde a la propuesta de indicadores para el análisis tanto del desarrollo turístico sostenible como para el desarrollo local, teniendo en cuenta las características propias del destino turístico objeto de estudio y las particularidades existentes. En esta fase es donde se recolectarán los datos apropiados para cada indicador propuesto.	El objetivo de la investigación se fomenta en esta última etapa del modelo propuesto, pues es donde se interrelacionan los indicadores propuestos para el desarrollo turístico sostenible y el desarrollo local. Primeramente, se procesa a través del criterio de expertos y simultáneamente se procede al abordaje de las técnicas de inteligencia artificial, como métodos efectivos en tal sentido. Arrojando una vez los indicadores de mayor incidencia y con esta la retroalimentación del monitoreo continuo.

Nota. Hermys (2013)

2.1.2. Bases teóricas de ecoturismo

Teorías del turismo. Desde inicios del siglo XX, el turismo se empezó a expandir desde diferentes países de Europa hacia los demás continentes y desde entonces los grandes empresarios de la época se percataron de la gran influencia que tiene el turismo en la economía de un país y se dedicaron a crear y fortalecer la oferta turística. Hoy en día el turismo es un factor de crecimiento económico de gran importancia e indispensable para los países en gran medida para los que están en desarrollo, sin embargo, el turismo contribuye no solo al aspecto económico de los países sino también influye en la integración de sociedades y de culturas (Bonilla, 2012).

Son diferentes autores en diferentes idiomas y contextos históricos han intentado definir que es el turismo y sus oportunidades o limitaciones para convertirse en disciplina científica (Korstanje, 2013).

Hay trabajos epistemológicos en la materia, una creciente desintegración de todos ellos los ha llevado casi a su incompreensión por parte del lector y/o público especializado. (Meira y Martoni, 2011).

Al hablar de la cientifización del turismo, no es suficiente ya que la cantidad de trabajos publicados, congresos o libros, no es condición necesaria para el surgimiento de una disciplina científica.

El turismo es una actividad comercial, cuyos alcances son estudiados por varias disciplinas como la economía, geografía, sociología, psicología y antropología entre otros.

Definición de ecoturismo. El ecoturismo, geo turismo, turismo natural, turismo verde, turismo de bajo impacto, viaje de aventura, turismo alternativo, turismo responsable, turismo suave, turismo apropiado, turismo de calidad, turismo nuevo, desarrollo sustentable y turismo sustentable son todos tipos similares de actividades turísticas. De todos estos términos, ecoturismo y sustentabilidad son los más usados. El principio de ambos es mantener y mejorar la calidad y atracción del medio ambiente natural (Casasola; citado por Rebollo, 2012).

El ecoturismo “es el viaje a zonas frágiles y protegidas, cuyo objetivo es ser de bajo impacto y (generalmente) a pequeña escala. Ayuda a educar al viajante; suministra fondos para la conservación del medio ambiente; beneficia directamente el desarrollo económico y la soberanía de las comunidades locales; y fomenta el respeto a diferentes culturas y los derechos humanos (Honey; citado por Andy y Moore, 2012).

Importancia del ecoturismo. El turismo ecológico, ético y sostenible, busca que no se den impactos ambientales, cuidando siempre los ecosistemas naturales y hacer daño al paisaje natural o cultural; a la propia población que se emplaza en lugares cercanos a un área natural. El Ecoturismo, es respetuoso del ambiente y los hábitats, cuida y evita alterarlo, tratando siempre de evitar que el turismo tradicional, deteriore áreas que son de importancia natural

Es importante también, porque busca impulsar el turismo responsablemente y de manera sostenible, es una de las formas de proporcionar beneficios financieros, que además de dar de comer a cientos de familias, podrán traducirse en ayudas para la conservación de estos parajes naturales.

El Ecoturismo logró imponerse como una necesidad hace unos años, posicionándose rápidamente como una de las opciones más demandadas por los turistas (Ministerio del Medio Ambiente [MINAM], 2018).

Una herramienta de conservación y desarrollo que permite ver mundo, paisajes y culturas diferentes, sin que ello implique un impacto negativo en ningún aspecto. Podemos decir que el Ecoturismo también cuenta con una tarea importante de concienciación de la sociedad; y es que, gracias a los viajes de Ecoturismo, se consigue crear un respeto y conciencia ambiental y cultural en el individuo, siendo así el contacto con la naturaleza completamente esencial.

A partir de esto queda claro que el ecoturismo no es ni un tipo de turismo (como por ejemplo el turismo de la naturaleza o el turismo cultural) ni ninguna actividad (por ejemplo, las caminatas) puede ser clasificada como tal. Ecoturismo significa un enfoque diferente frente al turismo tradicional que descansa sobre tres piedras angulares para su éxito (Hattingh et.al; citado por Mosco, 2016).

- Los recursos han de ser utilizados sabiamente (bajo impacto, máximo aporte a la conservación);
- Los turistas deben tener una experiencia ilustrativa; y
- Las comunidades locales (anfitrionas) deben beneficiarse en términos amplios de tales operaciones.

Ventajas y desventajas del ecoturismo. Señala los siguientes (Báez, 2016) (Tabla 3).

Tabla 3:*Ventajas y desventajas del ecoturismo*

Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> - Tiene un impacto mínimo sobre el medioambiente. - Crea conciencia y respeto a la cultura local y el medioambiente. - Ofrece experiencias positivas para todos. - Emplea y beneficia a las comunidades. - Educa a los visitantes acerca de los problemas políticos, sociales y ambientales locales. - El dinero de los turistas se destina a la conservación del área. - Los visitantes se llevan nuevas ideas que influyen en su propio entorno. 	<ul style="list-style-type: none"> - Hacinamiento en construcciones. - La contaminación del hábitat. - Un número ilimitado de turistas. - El sitio se convierte en una zona «tarro de miel». Exceso en el número de visitas. - Erosión donde los coches aparcen ilegalmente. - Erosión y pérdida de suelo. - Surge el «greenwashing», donde se utiliza el medioambiente, como un cebo para atraer a los turistas. - Establecimientos de grandes hoteles de alto consumo energético en un entorno de selva espléndida sin comprensión del desarrollo sostenible o las provisiones correctas para la eliminación de residuos y aguas residuales. - Establecimientos de centros turísticos que desplazan a la población local y mantienen ilegalmente animales en peligro de extinción en jaulas para atraer visitantes.

Nota. Báez (2016)

Actividades para desarrollar con el ecoturismo. Señala las siguientes actividades (Báez, 2016).

Talleres de educación ambiental. Son actividades que tienen como finalidad sensibilizar y concientizar a los turistas sobre la importancia de estar en contacto con la naturaleza.

Observación de ecosistemas. Se trata de que, mediante la observación del área natural, se conozca las funciones que tienen cada organismo vivo y su hábitat en los procesos que generan vida dentro del ecosistema.

Observación de fauna y/o flora. Los turistas expertos o principiantes tienen la oportunidad de visitar lugares donde se está en contacto directo con animales y plantas en su

entorno natural (sin domesticar), siempre y cuando existan las condiciones de seguridad y de desplazamiento necesarias para ello. En el caso de la flora, se incluyen hongos y líquenes.

Observación de fenómenos y atractivos especiales de la naturaleza. Consiste en visitar lugares donde se pueden predecir fenómenos naturales tales como erupciones volcánicas, mareas, migraciones, cascadas, auroras boreales, lluvias de estrellas, geysers, entre otros, así como visitar sitios, que por sus características naturales se consideran espectaculares.

Observación de fósiles. Búsqueda y aprendizaje de formas de vida fosilizada en ambientes naturales, cuya actividad permita su interpretación científica y cultural para aumentar la riqueza de la experiencia.

Observación geológica. Se desarrolla en grandes paisajes donde se pueden apreciar formaciones geológicas en toda su dimensión, es decir, formaciones rocosas con características propias que las hacen únicas y extraordinarias.

Observación sideral. Consiste en la apreciación y disfrute del cosmos o universo a cielo abierto. Las actividades más comunes en esta práctica son las que implican la observación de constelaciones de estrellas, planetas, estrellas fugaces, satélites como la luna, etc, con la ayuda de equipo especializado, ya sean binoculares potentes o telescopios.

Safari fotográfico. Expedición que se lleva a cabo para capturar en imágenes, tanto animales salvajes y plantas en su ambiente natural. Tiene elementos que se utilizan en la cacería, pero sin intervenir como una actividad depredadora.

Senderismo interpretativo. Se trata de un espacio natural en forma de camino acondicionado con los elementos propios para que sea de fácil acceso (señalética, guías turísticos) por el que los visitantes tienen la oportunidad de transitar ya sea a pie o en vehículos no motorizados como bicicletas o caballos, con el fin de incrementar su conocimiento del entorno natural.

Participación en programas de rescate de flora y/o fauna. Actividades lúdicas en un contexto natural cuya finalidad principal es la de participar en el rescate de especies raras, endémicas, en peligro de extinción o de conservación en general.

Prestadores de producto y servicios ecoturísticos. Son los siguientes:

Productos. En algunos casos, el término “producto turístico” es confundido con otros conceptos a los cuales se les da un significado similar, tales como patrimonio turístico, oferta turística, o recurso turístico. El producto turístico integra tanto los recursos, como la oferta y el patrimonio, pero es algo más (De la Colina, s.f).

Elementos del producto turístico. Son los siguientes.

1. Recursos turísticos del destino turístico
2. Servicios y equipamientos turísticos
3. Accesibilidad: es el desplazamiento del turista hacia el lugar que ha elegido y las condiciones de movilidad dentro de él, que incluye los siguientes aspectos: costo, comodidad y rapidez, los medios de transportes disponibles y confortables.
 - Infraestructura: carreteras, aeropuertos, estaciones de tren o de autobús, etc.
 - Tipos de transporte disponibles (taxis, autobuses, trenes, aviones, etc.), rutas, frecuencias y precios.
 - Imagen del destino turístico: es clave en la decisión de un turista que visita un destino y representa el principal motivo de aceptación o rechazo. Imagen influenciada por lo que se publica o por comentarios de boca en boca.
 - Precio de venta: es lo que paga el turista por la suma de todos los servicios de alojamiento, transporte, manutención y disfrute de sus actividades de ocio y recreativas, durante su viaje.

Servicios. Al hablar de servicios turísticos nos referimos a los bienes y servicios ofrecidos por las empresas de mercado turístico y que satisfacen las necesidades de los turistas

en la organización del viaje y mediante el disfrute del mismo (empresas intermediarias, de transporte, alojamiento, organizadoras de actividades deportivas, etc.) (Peláez, 2009).

Se describen como el resultado de las funciones, acciones y actividades que, ejecutadas coordinadamente, por el sujeto receptor, permiten satisfacer al turista, hacer uso óptimo de las facilidades o industria turística y darle valor económico a los atractivos o recursos turísticos (Organización de los Estados Americano [OEA]; citado por Rodríguez, 2018).

Los Servicios Turísticos incluyen su producción, distribución, comercialización, venta y prestación y se refieren a los bienes y servicios ofrecidos por las empresas de mercado turístico, que satisfacen las necesidades de los turistas en la organización del viaje y mediante el disfrute del mismo a través de empresas intermediarias de transporte, alojamiento, organizadoras de eventos y actividades recreativas, etc.

Son prestadores turísticos los que realizan las actividades de servicios de hospedaje, agencias de viajes y turismo, de agencias operadoras de viajes y turismo, de transporte turístico, de guías de turismo, de organización de congresos, convenciones y eventos, de orientadores turísticos, de restaurantes, de centros de turismo termal y/o similar, de turismo de aventura, ecoturismo o similares y servicios de juegos de casino y máquinas tragamonedas.

Algunas consideraciones de los servicios turísticos. Señala los siguientes (Pretelt, 2018).

- Servicio de alojamiento, cuando se facilite hospedaje o estancia a los usuarios de servicios turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.
- Servicio de alimentación, cuando se proporcione alimentos o bebidas para ser consumidas en el mismo establecimiento o en instalaciones ajenas.
- Servicio de guía, cuando se preste servicios de guianza turística profesional, para interpretar el patrimonio natural y cultural de un lugar.

- Servicio de OPC, cuando se brinde organización de eventos como reuniones, congresos, seminarios o convenciones.
- Servicio de información, cuando se facilite información a usuarios de servicios turísticos sobre recursos turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.
- Servicio de intermediación, Agencias de Viajes, cuando en la prestación de cualquier tipo de servicio turístico susceptible de ser demandado por un usuario, intervienen personas como medio para facilitarlos.
- Servicio de consultoría turística, está dado por especialistas licenciados en el sector turismo para realizar la labor de consultoría turística.

Diseño de propuesta estratégica ecoturística.

Definición de diseño. Es una actividad mediante la que se realiza la configuración de los objetos y de los mensajes visuales, actividad que está en constante cambio, pero no se pueden definir claramente su campo de acción, su marco conceptual sus interacciones teóricas y metodológicas que establece con otros terrenos del conocimiento (Bringhursts et.al, 2012).

Diseñar consiste entonces en hacer una traducción-interpretación que de acuerdo con Jakobson (1984:69), podemos llamar “intersemiótica” o transmutación que se genera, en sentido literal, en las reglas y juegos del lenguaje. Así, la explicación de los fundamentos del diseño gráfico debe partir de la manera en que se dan estos procesos que se sirven siempre de la sintaxis, la semántica y la pragmática.

La estrategia en ecoturismo. propone 10 estrategias o directrices básicas, para hacer viable la definición (Reguero, 2004).

La planificación u ordenación del territorio turístico. Es una herramienta para evitar las deseconomías o efectos negativos de la actividad turística, sobre los ecosistemas y población

residente, es necesario hacer un inventario de recursos, la zonificación y estudios de capacidad de carga turística.

Gestión local y consenso con la población. La promoción del ecoturismo puede nacer de entrada de agentes externos a la comarca en donde se lleva a cabo, ya sea por parte de la Administración, ya sea de empresas privadas deseosas de explotar los recursos naturales de la zona. En ambos casos es imprescindible que no se dé la espalda a la población local e incluso debe ser premisa del proyecto ecoturístico que los indígenas o residentes se impliquen en el proyecto especialmente a través de los flujos económicos (Reguero, 2004).

Es decir, todo proyecto ecoturístico es una inyección de dinero en las pobres economías rurales europeas o en las zonas vírgenes del Planeta (Reguero, 2004).

Hotelería eco etiquetado. Puede presentar distintos modelos que se resumen en hoteles de calidad, casas rurales y camping de bajo impacto ambiental.

El hotelería de calidad cumplirá con estos requisitos:

- Rehabilitará preferentemente edificios nobles en mal estado o que han sido abandonados. Secundariamente construirá "ex novo".
- Su ubicación será preferentemente en zonas próximas a pueblos o comunidades rurales.
- Utilizará materiales locales en su construcción y rehabilitación como piedra local, madera, teja, vidrio.

Actividades. Las tendencias sociológicas dicen entre otras cosas que los nuevos turistas responden a una mayor segmentación del mercado, quieren vacaciones fragmentadas (en periodos de 5 a 8 días cada una), valoran más los aspectos medioambientales de sus vacaciones y son más activos. Que ya no se conforman con tomar el sol, o pasear o comer y sestear, sino que demandan otro tipo de actividades que se les ofrecen en las zonas ecoturísticas. Pueden ser predominantemente de tipo deportivo y de tipo cultural y formativo (Reguero, 2004).

Infraestructura de uso público. Son aquellas que facilitan la visita a nuestra comarca y mantienen la calidad ambiental del entorno. Podemos citar como indispensables:

- Servicios de limpieza e incendios
- Transporte público
- Centros de interpretación
- Guías y monitores.

Restaurantes gastronomía y agricultura ecológica. De entrada, propone como prioritaria la cocina local. Aquellos platos que son propios de la zona y que lentamente van desapareciendo de las dietas humanas por la invasión de lo cómodo y de lo rápido representado por la cocina basura y la llamada cocina internacional.

Volver a los potajes, a las carnes y pescados locales, a los sabrosos quesos del País, a las bebidas como la sidra y la gran variedad de vino, es obligación dietética y gastronómica. La compra de productos locales, por otra parte, para la cocina favorece la economía local y ahorra energía en transporte. Y si además estos productos agrícolas son de producción ecológica, orgánica o biológica, mejor que mejor, dado que indirectamente evitamos la contaminación de las aguas y de los suelos (y por ende de nuestro cuerpo) con pesticidas y abonos químicos. Este interés por lo local puede salvar de la extinción a algunas razas o ecotipos de animales domésticos que casi ya no encuentran mercado (Reguero, 2004).

Minimización de la contaminación de basura y consumo de energía. Es un programa ambicioso que no sólo contempla los propios equipamientos turísticos de la zona, sino todas las actividades de la comarca. Los ecoturistas procuran visitar ámbitos poco contaminados. Si detectan esa contaminación huirán pronto a lugares más limpios y no contaminados.

Despolarización. Frente a un turismo de sol y playa y a un turismo de nieve con una altísima concentración o localización territorial de las actividades y equipamientos turísticos, el modelo ecoturístico de concentración o despolarización.

El modelo con numerosos focos o centros de interés, ninguno de ellos especialmente sobredimensionado y todos coordinados tanto a nivel de complementación de actividades como de marketing y promoción de cara al exterior. Con ello se intenta evitar que un sólo sitio goce de los beneficios económicos y, al tiempo, cargue con las deseconomías ambientales y sociales.

Turismo de calidad antes de cantidad. El número de ecoturistas es importante, pero más lo es lo que se lleva de su visita, por ello el mercado de la oferta debe ser diversificada.

Pero este turista demanda calidad y no le importa pagar por ello porque es un turista educado, con mucha experiencia viajera y de un nivel económico medio/alto. Esa calidad que pide la tiene que encontrar en:

- La calidad medioambiental del paisaje (no degradado)
- La calidad de los alojamientos e infraestructuras turísticas
- La calidad de las actividades complementarias
- La calidad humana de los profesionales del turismo.

Código de comportamiento ecoturístico. Dicen que el turismo es la forma más lenta de aprender, pero también la más divertida. El ecoturismo aspira a enseñar al ecoturista a comportarse adecuadamente con la naturaleza y con la población local y que pueda incorporar esos aprendizajes en la vida cotidiana. De ahí que en los modelos ecoturísticos subyace siempre una estrategia, llamémosla de educación ambiental, que tiñe de verde las horas del turista e incluso llega a proponerle un código de conducta (Reguero, 2004).

2.2. Diccionario de términos básicos

Análisis Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades (DAFO)

Es una herramienta sencilla de utilizar y muy potente, como mecanismo de análisis de la realidad y de toma de decisiones. Su nombre proviene de las cuatro ideas que centran el análisis: Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades (Ordenes, s.f).

Atractivo turístico

Es el eje principal en torno al cual se estructura y organiza todo el viaje. Los atractivos son valores que motivan y generan el desplazamiento de las corrientes turísticas y determinan la selección del destino. Puesto que el viaje no se organizará en torno a un único atractivo el programador se verá en la obligación de incluir varios, pero ¿con qué criterios?, ¿cómo?, ¿en qué orden?, ¿qué atractivos resultan los más importantes? Todos estos problemas se resuelven creando circuitos turísticos (Arriola, 2003).

Destino turístico

Es el lugar donde el turismo es la actividad predominante: el flujo de visitantes es constante, se cuenta con la infraestructura apropiada, se ofrecen varios productos y el visitante queda gratamente satisfecho. El destino turístico es promovido a través de una imagen y una marca utilizada por todos (o la mayoría) de sus actores, es uniforme, tiene identidad común, es fácilmente reconocible y se distingue o diferencia de productos similares. Para ser sostenible, un destino turístico debe involucrar a la población local en la gestión y la toma de decisiones relacionadas con la actividad (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR], 2019).

Estrategia

Es un estilo y un método de pensamiento acerca de la acción. Tiene un carácter dialéctico que podemos describir de la siguiente manera: Organiza la reflexión y análisis de situaciones desde la perspectiva de la correlación de fuerzas de los actores.

Considera a las relaciones entre actores sociales en sus vínculos de colaboración, neutralidad, enfrentamiento u oposición de fuerzas. Reconoce a la realidad como un conjunto complejo de intenciones, voluntades y actos diversos que producen una pluralidad de interpretaciones y comprensiones (que explican su significado desde diversas posiciones y prácticas sociales.) (Ossorio, 2003).

Ecoturismo

Es una forma de turismo que respeta y revaloriza el patrimonio natural y cultural; modalidad turística ambientalmente responsable, que es viajar o visitar áreas naturales para disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales; así como cualquier manifestación cultural que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto negativo ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socio-económicamente benéfico de las poblaciones locales" (OMT, 2017).

Inventario de recursos turísticos

Catálogo ordenado de los lugares, accidentes naturales y atractivos culturales, enumeración de los acontecimientos, mediante una adecuación, de interés para la demanda turística; ello implica recopilar los datos en forma directa (OMT, 2017).

Misión

Define cual es nuestra labor o actividad en el mercado, además se puede completar, haciendo referencia al público hacia el que va dirigido y con la singularidad, particularidad o factor diferencial, mediante la cual desarrolla su labor o actividad. Para definir la misión de nuestra empresa, nos ayudará responder algunas de las siguientes preguntas: ¿qué hacemos?, ¿cuál es nuestro negocio?, ¿a qué nos dedicamos?, ¿cuál es nuestra razón de ser?, ¿quiénes son nuestro público objetivo?, ¿cuál es nuestro ámbito geográfico de acción?, ¿cuál es nuestra ventaja competitiva?, ¿qué nos diferencia de nuestros competidores? (Ordenes, s.f).

Modelo de desarrollo turístico

El propósito del modelo desarrollo turístico sostenible en función del desarrollo local es establecer la relación de las dimensiones sociales, económicas, y ambientales del desarrollo sostenible vistas desde las diversas áreas y disciplinas que las integran con la identificación de indicadores, a tal efecto con iguales dimensiones del desarrollo local, de forma interrelacionada (Hermys, 2013).

Objetivos estratégicos

Los objetivos son los resultados preestablecidos, más o menos alejados en el tiempo, que pretendemos alcanzar con nuestra propia acción. Determinan los resultados finales deseados y nos dicen exactamente dónde estamos y dónde queremos estar en un determinado momento. Forman una jerarquía que abarca desde aquéllos más amplios a los más específicos y, a su vez, éstos pueden subdividirse en objetivos más específicos, y así sucesivamente (Castellanos, 2007).

Plan estratégico

Es el conjunto de análisis, decisiones y acciones que una organización lleva a cabo para crear y mantener ventajas comparativas sostenibles a lo largo del tiempo. Brenes Bonilla (2003) define el plan estratégico de manera similar considerándolo como el proyecto que incluye un diagnóstico de la posición actual de una entidad, la(s) estrategia(s) y la organización en el tiempo de las acciones y los recursos que permitan alcanzar la posición deseada (Lumpkin y Dess, 2003).

Producto turístico

Está integrado por un conjunto de elementos tangibles (el atractivo turístico, la accesibilidad, la infraestructura, el equipamiento) e intangibles (el servicio, los circuitos, el guiado) de la industria del turismo que se ofrecen al visitante y cuya utilidad es tanto la satisfacción del viajero como la captación de mayores recursos económicos en un sitio determinado (MINCETUR, 2017).

Recurso turístico

Expresiones de la naturaleza, la riqueza arqueológica, expresiones históricas materiales e inmateriales de gran tradición y valor que constituyen la base del producto turístico. Los recursos turísticos se encuentran registrados en el Inventario Nacional de Recursos Turísticos (MINCETUR, 2017).

Visión

Dice que la visión define las metas que pretendemos conseguir en el futuro. Estas metas tienen que ser realistas y alcanzables, puesto que la propuesta de visión tiene un carácter inspirador y motivador. Para la definición de la visión de nuestra empresa, nos ayudará responder a las siguientes preguntas: ¿qué quiero lograr?, ¿dónde quiero estar en el futuro?, ¿para quién lo haré?, ¿ampliaré mi zona de actuación? (Órdenes, s.f).

Valores

Los valores reflejan la cultura corporativa, son los componentes que rigen las reglas dentro de las cuales deben colaborar los integrantes del equipo (Taylor, 2010).

III. Método

3.1. Tipo de Investigación

3.1.1. Descriptivo - Observacional

Porque describieron los elementos y componentes del territorio, así como de la población, recursos, servicios y productos turísticos, data económica, PEA, y se describen la fisiografía, clima, hidrografía, suelos; y económicos como PEA, recursos económicos y sociales, población, vivienda e infraestructura; que se vinculan al plan estratégico.

No se tuvo intervención, los datos y se tomaron en su contexto natural los eventos y acontecimientos, donde se levantó información de los atractivos ecoturísticos y de los turistas que visitaron las diferentes zonas de la provincia de Huamalés.

3.1.2. Explicativo - Aplicada

Porque explicó el comportamiento de la variable plan estratégico, en función de fomentar el ecoturismo en la provincia de Huamalés; porque hubo una causa y un efecto y se requirió de control y se cumplieron criterios de causalidad. En este contexto se usa la estadística multivariada, a fin de descartar asociaciones aleatorias, casuales o espurias entre las variables antes citadas; es decir, las variables independiente y dependiente.

Este tipo de investigación se centra en la utilización de los conocimientos y saberes para la resolución práctica de problemas asociados al ecoturismo, el plan busca en todo momento, aplicar los resultados que beneficien al sistema del turismo.

3.1.3. Diseño

No experimental de corte transversal. Hernández (2016), es una estrategia que viene derivada de una serie de preguntas que se requieren responder mediante la comprobación de las hipótesis y demostración de los objetivos y la propia metodología; consecuentemente, se dice que, estas estrategias las adopta el investigador para reflexionar y generar información científica.

En tal sentido, no se manipularon o controlaron las variables plan estratégico y ecoturismo; sólo vio al fenómeno tal como lo hechos se reflejan en contexto natural.

De corte transversal porque, se midieron las variables en una sola ocasión a través de la aplicación de la encuesta a los 384 visitantes en la provincia Huamalíes.

3.2. Ámbito temporal y espacial

3.2.1. *Ámbito temporal*

La información documental, estadística y cartográfica, que se recabó para el desarrollo de la tesis fue de 10 años, es decir desde el 2010-2020, donde se sistematizaron las fuentes bibliográficas; y, se utilizó información estadística de los Censo Nacionales de Población y Vivienda del año 2017, del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2017); información del Centro Nacional de Planeamiento Estratégico (CEPLAN); y a nivel institucional de los últimos levantamientos estadísticos y documentales de 10 años de antigüedad. Asimismo, estadísticas de ministerios de Cultura, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, u otros organismos que dé cuenta de datos de plan estratégicos de turismo.

3.2.2. *Ámbito espacial*

- Departamento : Huánuco
- Provincia : Huamalíes
- Distritos : Llata, Arancay, Chavín de Pariarca, Jacas Grande, Jircán, Miraflores, Monzón, Punchao, Puños, Singa y Tantamayo.

Ubicación. La provincia Huamalíes se encuentra ubicada políticamente al Oeste de la provincia Huánuco, ubicada en la zona centro oriental de Perú, su capital es la ciudad de Llata. Tiene una extensión de 3 144,50 kilómetros cuadrados (km²) y se encuentra aproximadamente en las coordenadas siguientes: 9°32'59" Sur y 76°49'01" Oeste; Se encuentra a 3,439 msnm.

Límites. Son los siguientes.

- Al norte: con la provincia de Huacaybamba
- Al este: con la provincia de Leoncio Prado
- Al sur: con la provincia de Dos de Mayo

- Al oeste: con la Región Áncash.

Creación. Fue reconocida como provincia por el Reglamento Provisorio del 12 de febrero de 1821, por aquel entonces formaba parte del departamento de Huaylas. En 1823 pasó pertenecer a Huánuco, después a Junín. El 24.01.1869, quedó integrado al departamento fluvial de Huánuco (Secretaría de Demarcación y Organización Territorial [SDOT], 2020).

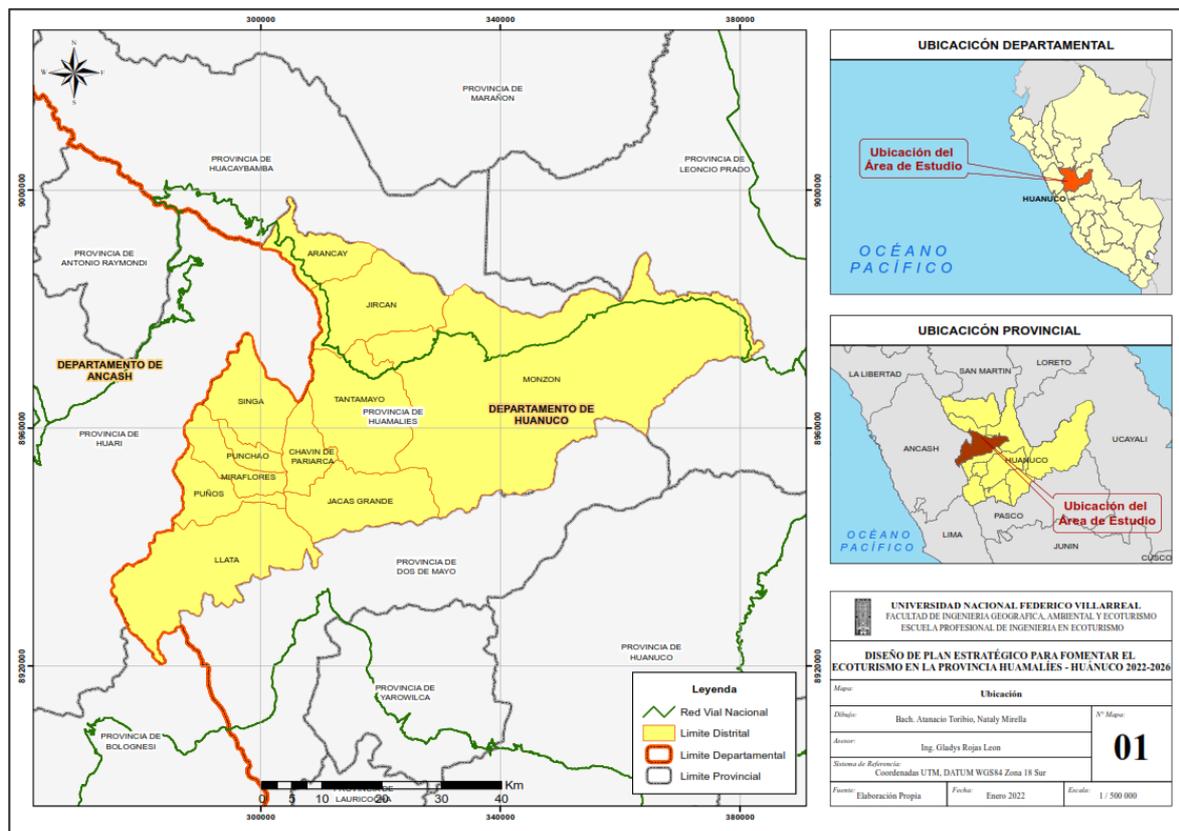
Topografía. Al Sur de la población, corre el río Aco, nace en Pumapuquio y pertenece íntegramente al distrito de Llata. El río Tambos, pasa por el lado Norte de la población, tiene sus nacientes en el distrito de Puños, correspondiendo a Llata 5 Km. de su curso inferior su arbolado valle se observa en el primer tramo del trayecto a Puños. Conjuntamente con el río Aco se unen en Taricay dando origen así al río Zurria, que desemboca al Marañón en el extremo Este del distrito de Llata (SDOT, 2020).

Clima. Según el Gobierno Regional de Huánuco, Huamalés presenta un clima variado: frío de alta montaña tropical en las cumbres nevadas, frío de alta montaña tropical en las punas o altas mesetas, templado frío en zonas limítrofes con las punas, con temperaturas de 12°C y menores de 0°C en las noches en época de invierno; templado de montaña tropical, el templado cálido de los valles profundos y el clima húmedo y nuboso de la ceja de selva (SDOT, 2020).

Geomorfología. Los rasgos geomorfológicos que presenta, han sido originados, por el paso del tiempo, la concurrencia de singulares patrones fisiográficos y estructurales, así como diferentes procesos geodinámicos: tectónicos, erosivos y acumulativos, que han modelado su relieve y cuya acción se manifiesta también en la actualidad; debido a la acción de distintos agentes y factores geomorfológicos (SDOT, 2020).

Figura 4

Mapa 1 de Ubicación



Nota. Elaboración propia

3.3. Variables

3.3.1. Variable independiente $V(x)$

Rivero (2010), menciona que, aquélla que es manipulada por el investigador, en un experimento para estudiar cómo incide sobre la expresión de la variable dependiente.

A la variable independiente también se la conoce como variable explicativa, y mientras que a la variable dependiente se la conoce como variable explicada. Esto significa que las variaciones en la variable independiente repercutirán en variaciones en la variable dependiente y es la que controla la situación la causa. Expresan las causas del fenómeno (Tabla 4).

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

Tabla 4

Definición y operacionalización de variable independiente: PLAN ESTRATEGICO

Definición conceptual	Definición operacional
<p>Brenes (2013) define el plan estratégico como el proyecto que incluye un diagnóstico de la posición actual de una entidad, la(s) estrategia(s) y la organización en el tiempo de las acciones y los recursos que permitan alcanzar la posición deseada.</p>	<p>La variable, fue medida mediante la revisión de información documental, estadística, histórica y actual de la actividad ecoturística, recursos, y de instrumentos de gestión turística en la región y provincia; a su vez, fue medida con la encuesta que se desarrolló en campo con información sobre el comportamiento del turista y la propia población, para fomentar la actividad en las diferentes zonas de la provincia de Huamalés. De otro lado, fue medida mediante la encuesta que se levantó en campo, para conocer el nivel de conocimiento a los pobladores respecto a la variable, en la provincia de Huamalés y sus distritos.</p>

Nota. Elaboración propia

3.3.2. Variable dependiente V(y)

Behar (2010), menciona que las variables en la investigación representan un concepto de vital importancia dentro de un proyecto. Las variables, son los conceptos que forman enunciados de un tipo particular denominado hipótesis. Las variables se refieren a propiedades de la realidad que varían, es decir, su idea contraria son las propiedades constantes de cierto fenómeno. También ocurre como resultado la respuesta de la variable independiente. Esta representa el efecto. Expresan las consecuencias del fenómeno (Tabla 5).

La variable independiente la denominaremos como V(y), y fue la siguiente:

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

Tabla 5

Definición y operacionalización de variable dependiente: ECOTURISMO

Definición conceptual	Definición operacional
<p>Es una modalidad turística responsable con el medio ambiente, consistente en visitar áreas naturales con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales de dichas áreas, así como cualquier manifestación</p>	<p>Para la variable de ecoturismo, fue medida con los inventarios de los recursos ecoturístico y turísticos de la zona, recogida en las diferentes instituciones del sector estatal, como el gobierno regional de Huánuco,</p>

cultural que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto negativo ambiental y propicia un involucramiento activo y socio-económicamente benéfico de las poblaciones locales. (Ceballos, citado por OMT, 2018).

la municipalidad de la provincia y distritales de Huamalíes, sectores como PROMPERU, MINCETUR, CONATUR, etc. para su clasificación, información de oferta y demanda ecoturística; así como datos estadísticos e históricos del turismo en la provincia de Huamalíes; de otro lado, fue medida mediante la encuesta que se levantó en campo, a los pobladores de la provincia de Huamalíes y sus distritos.

Nota. Elaboración propia

3.4. Población y muestra

3.4.1. Población

Supo (2020) menciona que, es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado. Cuando se vaya a llevar a cabo alguna investigación debe de tenerse en cuenta algunas características esenciales al seleccionarse la población bajo estudio.

Para la población residente en la provincia de Huamalíes. Estuvo representada por los pobladores residentes en la provincia de Huamalíes y sus 11 distritos, de departamento Huánuco, cuyos volúmenes de población es de 52 039 habitantes (INEI.2017).

3.4.2. Muestra

Supo (2020), menciona que es el subconjunto fielmente representativo de la población. Hay diferentes tipos de muestra que su selección dependerá de la calidad y cuan representativa se quiera sea la población.

Para la población residente en la provincia de Huamalíes, la muestra resultó luego de aplicar la fórmula de población finita, donde Huamalíes al 2017, contaba con una población de 52, 039 habitantes, al año 2017.

$$n = Z^2 \times q \times p \times N / E^2 (N-1) + Z^2 \times p \times q \dots \dots \dots (3)$$

Donde:

N = Tamaño de la población.

n = Tamaño de la muestra.

Z = Desviación normal, límite de confianza.

p = Probabilidad de éxito en obtener la información 95% = 1.96.

q = 1- p ; Probabilidad de fracaso en obtener la información (q :0.4 y p :0.6).

E = Margen de error que se está dispuesto a aceptar = 5% = 0.05

Remplazando en la formula se obtiene lo siguiente.

N : 52,039

q : 0.4

p : 0.6

E : 0.05

Z : 1.96

Cálculo.

$$n = (1.96)^2 \times 0.4 \times 0.6 \times 52,039 / (0.05)^2 (52,039-1) + (1.96)^2 \times 0.4 \times 0.6$$

$$n: 50,327.292076 / (130.095 + 0.921984)$$

$$n: 50,327.292076/131.016984$$

$$n: 384.12800$$

$n= 384$ pobladores de la provincia de Huamalíes.

3.5. Instrumentos

Técnicas

Técnica de la encuesta. En la investigación se utilizó la técnica de la encuesta, que sirvió para proponer el plan estratégico, en este sentido; las encuestas, son un método de investigación y recopilación de datos utilizados para obtener información de personas sobre diversos temas (Sampieri, 2014). En este sentido se utilizó esta técnica que le fuera aplicada a los 384 pobladores de la provincia de Huamalíes.

Técnica documental. Se obtuvieron datos de fuente primaria y secundarias, como libros, planes, instrumentos de gestión local, boletines, revistas, folletos, y periódicos, se utilizaron como fuentes para recolectar datos sobre las variables de interés (Supo, 2020).

En este contexto de la investigación se utilizó esta técnica desarrollándose los análisis documentales de los autores que trataron el tema de planeamiento estratégico y ecoturismo; así mismo, de información estadística y gráfica que fuera analizada dentro del contexto de la propuesta del plan.

Técnica observacional. Por otro lado, se utilizó la técnica de la observación; en este contexto Rubio (2011), señala que, implica observar atentamente el fenómeno, hecho o caso concreto, tomando la información necesaria y registrándola de forma más o menos sistemática; bajo este escenario, se observó el fenómeno problemático, tal cual se dio en la realidad, sin intervenir o hacer ninguna manipulación de sus acontecimientos o procesos.

3.5.1. Instrumentos

El cuestionario. Se aplicó un cuestionario de preguntas a los residentes de la provincia de Huamalés y los visitantes a los atractivos ecoturísticos, que encontraron el día de la encuesta; la percepción de los residentes, permitieron conocer el nivel de conocimiento respecto a la variable plan estratégico para fomentar el ecoturismo en la provincia de Huamalés.

La ficha documental. Sampieri (2014), señala que las fichas documentales son una papelera blanca y de superficie opaca que sirve para catalogar e investigar (p. 87). Es blanca para que destaque en ella lo escrito; opaca, para no fatigar la vista del lector. No debe ser rayada ni cuadrícula, tampoco debe escribirse por detrás. Si el espacio de una fecha resultara insuficiente para escribir todo lo que deseamos, debemos continuar en otra luego de asignarla con un número romano en la esquina superior derecha.

En este sentido, las fichas fueron de resumen, bibliográficas, de comentarios, de síntesis y resúmenes que se fueron desarrollando en el proceso investigativo, y que luego fueron analizados para ser puestos en el documento final de tesis.

Guía de observación. En esta guía se registraron y organizaron los datos que fueron el resultado de las visitas en campo; se registraron los acontecimientos y describieron de manera detallada y describieron el comportamiento del fenómeno estudiado; si bien la variable efecto o de consecuencias, fue el ecoturismo, es la variable que respondió a un registro detallado de los lugares y zonas que fueron visitadas. Complementariamente otro instrumento mecánico para este propósito fue la cámara fotográfica donde se registraron las diferentes vistas de las zonas visitadas.

3.5.2. Validación y confiabilidad del instrumento

Se hizo mediante la técnica de juicios de expertos, donde emitieron su opinión respecto a la objetividad, claridad, relevancia y pertinencia de las preguntas de la encuesta; determinando una calificación o valoración de las preguntas a través de los siguientes:

(1=Indiferente), (2=No) (3=Muy poco), (4=Si). Donde a las 12 preguntas el máximo puntaje fue de 48pts. y el mínimo de 12 pts.

A. Prueba de validez del instrumento (Tablas 6 y 7).

Tabla 6

Calificación del instrumento por expertos

Juez	Preguntas												Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Juez 1	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
Juez 2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	45
Juez 3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	44
Total, columna	11	10	12	12	10	11	12	11	10	11	10	12	132
Promedio	3.6	3.3	4.0	4.0	3.3	3.6	4.0	3.6	3.3	3.6	3.3	4.0	3.80

Nota. Elaboración propia

Tabla 7*Rangos para la opinión de aplicabilidad*

Rangos	Descripción
[12 - 20]	No aplicable
[21 - 29]	Aplicable con cambios
[30 - 39]	Aplicable
[40 - 48]	Muy aplicable

Nota. Rangos para determinar la validez.

Interpretación. En la tabla 8 se puede apreciar la calificación de los 3 jueces que revisaron los ítems de la encuesta cuyos resultados fueron el Juez 1 realizó un total de 47 pt; el Juez 2, 45pt y el juez 3, 44 pt; cuyos rangos de acuerdo con la tabla 9, están en el rango de muy aplicable cuyo rango es entre 40pts y 48pts. Superando los 3 jueces los 40m puntos; lo que se dedujo que, los ítems están muy bien formulados que se aplicó la encuesta, a los 384 pobladores de la provincia de Huamalíes.

B. Confiabilidad del instrumento (Tabla 8)

Santos (2017), señala que, es medir de forma reiterativa y en tiempos distintos un instrumento a una persona con el fin de encontrar la estabilidad del instrumento.

El autor expresa que existen diferentes procedimientos para ello y la más usada es el Alfa de Cronbach, donde su medición esta entre 0 y 1 cuando evidencia 0 determina una nula confiabilidad y si expresa 1 expresa una alta confiabilidad.

Para la medición de la confiabilidad de los ítems (preguntas de la encuesta) se usó el coeficiente de medición Alfa de Cronbach, para validar la confiabilidad del instrumento que se aplicó a la población residente; y, se realizó a partir de las correlaciones de los ítems; donde el Coeficiente (α), vino definido por el cociente del número de ítems (K), entre este mismo, menos uno (-1), multiplicado por el uno menos el cociente de la Sumatoria de Varianzas de los Ítems al cuadrado ($\sum Si^2$), entre la Varianza de la suma de los Ítems (St^2).

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left(\frac{\sum_{i=1}^K \sigma_{Y_i}^2}{\sigma_X^2} \right)$$

Donde:

K = Número de ítems en la escala.

$\sigma_{Y_i}^2$ = Varianza del ítem i.

σ_X^2 = Varianza de las puntuaciones observadas de los individuos.

La confiabilidad del instrumento se realizó a través de una prueba aplicada a los 384 residentes de la provincia de Huamalíes, quienes participaron en la encuesta (Tabla 8).

Tabla 8*Escala para interpretar los resultados de confiabilidad*

Valores	Nivel
De 0.01 a 0.49	Baja confiabilidad
De 0.50 a 0.75	Moderada confiabilidad
De 0.76 a 0.89	Fuerte confiabilidad
De 0.90 a 1.0	Alta confiabilidad

Nota. Santos (2017)

Resultados de la confiabilidad de instrumento. Para la variable potencial ecoturístico. Para medir el grado de confiabilidad de esta variable, se utilizó la prueba estadística de confiabilidad Alfa de Cronbach, en una población de las 384 personas participantes en la encuesta (Residentes de la provincia de Huamalíes), para el tema de fomentar el ecoturístico, haciéndose usó el programa estadístico SPSS versión 25, para procesar los datos, cuyos los resultados fueron los siguientes (Tabla 9).

Tabla 9*Confiabilidad cuestionario plan estratégico*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,791	12

Nota. SPPS25 en base a encuestas

Interpretación: Procesando los datos en el software estadístico SPSS v.25, se logró obtener un resultado de 0,791 de confiabilidad del instrumento de la variable *plan estratégico*, que fuera aplicada a 384 personas participantes de la provincia de Huamalíes. En efecto, nos permite reconocer la estabilidad de las preguntas, ya que se consiguió un nivel de Fuerte Confiabilidad.

Para medir el grado de confiabilidad; se utilizó la prueba estadística de confiabilidad Alfa de Cronbach, en una población de las 384 personas participantes en la encuesta para la variable ecoturismo, después se usó el programa estadístico SPSS versión 25, para procesar los datos, cuyos los resultados fueron los siguientes (Tabla 10).

Tabla 10*Confiabilidad cuestionario instrumento ecoturismo*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,847	12

Nota. SPPS25 en base a encuestas

Interpretación: Procesando los datos en el software estadístico SPSS v.25, se logró obtener un resultado de 0,847 de confiabilidad del instrumento de la variable *ecoturismo*, que se

aplicó a las 384 personas participantes de la provincia de Huamalíes. En efecto, nos permite reconocer la estabilidad de las preguntas, ya que se consiguió un nivel de Fuerte Confiabilidad.

3.6. Procedimientos

Los procedimientos aplicados en la tesis se realizaron a los objetivos, que a continuación se detallan.

3.6.1. Procedimiento par diagnosticar la situación actual de la oferta y demanda Ecoturística, para fomentar el Ecoturismo, en la provincia Huamalíes, Huánuco

Para el logro de este objetivo, se siguió el siguiente procedimiento:

- Se determinó las áreas de estudio y graficaron en una primera versión, las principales unidades de análisis dentro e la provincia de Huamalíes.
- Para el recojo de información de tipo documental, estadística, y cartográfica, se hicieron las visitas a las instituciones del gobierno regional de Huánuco, municipalidad de la provincia de Huamalíes y sus distritos; así como, al Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), Instituto Geográfico Nacional (IGN), Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), y se visitaron sus portales web para extraer información respecto al turismo en general.
- Luego se agrupó y enlistó la información referente a los atractivos turísticos, a la oferta y demanda, clasificándola por tipos de atractivos, demandas y oferta nacional e internacional, se hicieron la revisión de manera exhaustiva d ellos instrumentos de gestión turística de la región Huánuco como el PENTUR Huánuco al 2025; y de la provincia de Huamalíes, y el mapa de zonificación turística de la provincia de Huamalíes.
- Con la información recogida en campo se elaboraron los mapas temáticos y con la información estadística se generaron las tablas de frecuencias de las variables

y dimensiones de estudio, la información documental fue revisada y se enlistaron en las fichas de datos de tipo documental y de campo.

- En esta etapa se realizó en el trabajo de campo aplicándose la encuesta a los visitantes (turistas) y los residentes pobladores de la provincia para aplicar la encuesta que fueron datos relevantes para su contratación posterior, en las otras unidades investigadas.

3.6.2. Procedimiento para plantear la visión, misión y valores, para fomentar el Ecoturismo, en la provincia Huamalíes, Huánuco

Para el logro de este objetivo, se siguió el siguiente procedimiento:

- Se hicieron la revisión sistemática de los planes PENTUR al 2021 del país, el PENTUR Huánuco, y los planes estratégicos locales, de la provincia de Huamalíes para alinear la misión y visión.
- Con la revisión antes desarrollada, se identificaron previamente los valores de la establecidos por las municipalidades de Huánuco y Huamalíes definidos en sus PE turístico.
- Posteriormente se detalló y describieron los motivos de desarrollar la actividad ecoturística, los productos, servicios, y la oferta de sus atractivos, para proponer un primer borrador de la misión que le compete a la institución -municipalidad provincial sobre el fomento de la actividad ecoturística.
- Luego se realizó una descripción y visualización del futuro de la actividad -es decir cómo se ven a 5, 10 y 15, años la actividad ecoturística-.
- En un corto párrafo se pide la opinión de personas que conocieron el tema, como fueron los informantes que validaron el instrumento respecto a la misión y visión propuesta inicialmente.

- Con esta opinión se genera y afina la misión y visión, no sin antes tomar en cuenta los del PÈNTUR nacional y regional, para que se alineen en el tiempo y en contexto del ser de la institución.

3.6.3. Procedimiento para desarrollar la evaluación interna y externa, para fomentar el Ecoturismo, en la provincia Huamalíes, Huánuco

Para el logro de este objetivo, se siguió el siguiente procedimiento:

- Se determinó el FODA, adecuándolo al propósito de evaluar el presente y futuro de la actividad ecoturística en la provincia de estudio, se revisaron previamente los instrumentos de gestión de la región y de la provincia para conocer el enfoque, los problemas, alternativas y propuestas vinculadas al turismo.
- Se determinaron las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, mediante al revisión y contratación de los datos de campo, para proponer inicialmente un borrador de estos componentes del FODA o también denominado componente interno y externo de la actividad ecoturística.
- Se hicieron las primeras evaluaciones del FODA en las tablas definiéndose la situación resolver considerando las principales oportunidades y logrando que mediante sus fortalezas se incentive o promueva la actividad ecoturística.
- Con los datos del FODA se hicieron el cruce de cada uno de sus componentes FO-FA-DO-DA; cuya finalidad es determinar la estrategia, la cual ayudará más adelante para saber de dónde se partió y si se está avanzando con los esfuerzos hechos.
- En el cruce los componentes del FODA se determinaron las estrategias ofensivas que fueron determinadas por las fortalezas y oportunidades (FO); las estrategias de reorientación determinadas por las debilidades y oportunidades (DO) y las estrategias de supervivencia determinadas por las debilidades y amenazas (DA).

3.6.4. Procedimiento para desarrollar el proceso, implementación y evaluación de la estrategia, para fomentar el Ecoturismo, en la provincia Huamalíes, Huánuco

Para el logro de este objetivo, se siguió el siguiente procedimiento:

- Para lograr este objetivo se determinaron los objetivos estratégicos, a través de los fines, metas para el periodo del plan, es decir 5 años; y, la estrategia antes determinada.
- Se propusieron los objetivos estratégicos del plan definidos por convertir a Huamalíes en un destino ecoturístico, ecológico y científico de la región y del país; con una gestión ecoturística con participación de los actores sociales e institucionales, promoviendo programas con que contribuyan al fomento ecoturístico.
- Luego, se definieron las estrategias específicas para cada uno de los objetivos estratégicos antes mencionados y definir sus principales acciones y actores para su implementación.
- Luego se diseñó la estrategia, cuyo proceso consistió en definir las alternativas y opciones estratégicas de la que se dispone la institución para poner en marcha los análisis y propuestas antes mencionadas. En este punto el propósito fue posicionar a Huamalíes como centro turístico modelo y poner en valor sus atractivos ecoturísticos.
- Con el diseño de la estrategia se propuso la implementación cuya propuesta fue la participación activa de los actores, las instituciones que formaron parte de los actores del procesos y puesta en marcha del plan; y, finalmente, se propone realizar una evaluación y monitoreo permanente durante su ejecución.

3.7. Análisis de datos

Para procesar los datos se utilizó el software Microsoft Excel versión 2019, con este programa se organizaron, procesaron y presentaron los datos en tablas y figuras de los principales variables, dimensiones e indicadores del estudio; también fue posible realizar esta actividad con los resultados de las encuestas, aplicadas a los residentes y visitantes; alineando todo a cada uno

de los objetivos de la investigación. Con el software ArcGIS v.10.5 se realizaron los mapas temáticos de ubicación de la provincia y los principales atractivos ecoturísticos.

Los mapas antes citados, fueron analizados y contrastados con las normas legales vigentes en las materias del estudio y la información documental (la base teórica que sustentó la propuesta), y las propuestas del plan estratégicos y los componentes hechos en el trayecto de la investigación; se utilizó el análisis de escenarios, con los datos registrados, se tomaron como referencia todos los eventos para proyectar en el futuros las estrategias de fomentar el desarrollo ecoturístico en Huamalíes; por tratarse de un área que requiere de cambios sustancias en la actividad ecoturística; la implementación de las estrategias, permitirá la toma de decisiones a nivel local para el desarrollo ecoturístico de Huamalíes, dentro de un curso de acción.

Los datos recogidos en las instituciones antes mencionadas (UNFV, UNMSM, PUCP, MINCETUR, CONATUR, GR y MPH, privadas y la municipalidades distritales de la provincia Huamalíes); se interpretaron y evaluaron de manera crítica, haciendo uso de la estadística descriptiva, cuyos argumentos fueron apoyados en los datos y contextos de éstos a nivel institucional, y cuya discusión ameritó su contrastación con los antecedentes nacionales e internacionales; basado en las discusiones se generó como última instancia las conclusiones y sugerencias del plan estratégico.

3.8. Consideraciones éticas

Primó la ética profesional, en el desarrollo de la investigación; se tomó en cuenta las normas de grados y títulos de la Universidad Nacional Federico Villarreal; los protocolos institucionales para la toma de la información documental, estadística o gráfica; la participación de la población de los turistas y residentes en la provincia de Huamalíes, estuvieron informados, muestra de ello es la carta alcanzada a la Municipalidad de Huamalíes y representantes de la comunidad de Huamalíes; y, sobre el objetivo de la toma de la muestra, se respetaron las ideas, opiniones, que fueron celosamente confidenciales, para el estricto uso investigativos. De otro

lado, se hicieron las citas de acuerdo a las normas APA 7ma edición, sobre las citas de los autores citándose sus nombres, apellidos, título, años de publicación y otros datos relevantes; no se realizó ningún tipo de manipulación de datos históricos o actuales; no se incurrió en plagio; adecuándome y poniéndome a derecho.

IV. Resultados

4.1. Diagnosticar la situación actual de la oferta y demanda ecoturística, para fomentar el ecoturismo

4.1.1. Caracterización de la provincia de Huamalíes

Ubicación, límites y localización. Se ubica y localiza en los siguientes (Tablas 11, 12 y 13).

Tabla 11

Ubicación y límites de provincia Huamalíes

Ubicación	Se ubica al Oeste de la ciudad de Huánuco.	
Límites	Norte	con la provincia Huacaybamba (Distritos Cochabamba) y provincia Leoncio Prado (Distrito José Crespo Castillo y Rupa Rupa).
	Este	con la provincia Leoncio Prado (Distritos Rupa Rupa y Mariano Dámaso Beraún).
	Sur	con la provincia Dos de Mayo (Distrito Marías, Quivilla, Pachas y Huallanca)
	Oeste	con la provincia Huari (Distritos San Marcos, San Pedro de Chana, Ponto, Huacachi, Anra, Rapayan y Huacchis).

Nota. Gobierno Regional de Huánuco (2020)

Tabla 12

Ubicación natural de provincia Huamalíes

Ubicación	-Flanco oriental de cordillera central
	-Flanco occidental de cordillera oriental
Natural	-Región sierra
	-Zona de vida: bosque húmedo Paramo Tropical (bh-PT)
	bosque húmedo Montano Tropical (bh-MT)
	bosque muy húmedo Montano Bajo Tropical (bmh – MBT)

Nota. Gobierno Regional de Huánuco (2020)

Tabla 13*Localización de la provincia Huamalíes*

Descripción	UTM WGS84 Zona 18 L		Zona
	Este (m)	Norte (m)	
Provincia Huamalíes	384079 mE	8974104 mE	18S

Nota. Elaboración Propia**4.1.2. División política**

Se divide en 11 distritos de la siguiente manera (Tabla 14).

Tabla 14*División política de la provincia Huamalíes*

N°	Distritos	Dispositivo Legal			Capital	
		Nombre	Número	Fecha de Publicación	Nombre	Categoría
1	Llata	Ley	S/N	31.10.1891	Llata	Ciudad
2	Arancay	Ley	204	14.09.1906	Arancay	Villa
3	Singa	Ley	1804	13.09.1913	Singa	Villa
4	Jircan	L. Reg.	523	12.09.1921	Jircan	Pueblo
5	Jacas Grande	Ley	4730	29.10.1923	Jacas Grande	Pueblo
6	Tantamayo	Ley	4731	29.10.1923	Tantamayo	Pueblo
7	Miraflores	Ley	8424	15.07.1936	Miraflores	Pueblo
8	Monzón	Ley	12301	03.05.1955	Monzón	Pueblo
9	Chavín de Pariarca	Ley	12301	03.05.1955	Chavín de Pariarca	Pueblo
10	Punchao	Ley	9622	07.10.1942	Punchao	Villa
11	Puños	Ley	9622	07.10.1942	Puños	Ciudad

Nota. PCM-SDOT (2020)

De acuerdo con la tabla 14, políticamente la provincia Huamalíes, fue creado a partir del Reglamento Provisional s/n, dado en el cuartel general de Huánuco el 12 de febrero de 1821. Cuenta con 11 distritos y sus normas de creación determinan que el último distrito en crearse fue Monzón y Chavín de Pariarca en el año 1955, con las categorías de pueblos.

De otro lado, en relación a sus distritos se puede apreciar que de los 11 de ellos 6 son pueblos, 3 villas y 2 ciudades como son Llata y Puños; los distritos de Arancay y Punchao son

villas que se crearon en los años 1906 y 1942 respectivamente; estos como los otros distritos señalados en la tabla, posiblemente por su antigüedad de creación, sus leyes demarcatorias no cuenten con límites territoriales para que sus autoridades políticas puedan ejercer de manera pacífica y eficiente la gestión del gobierno local.

Geomorfología

Tabla 15

Geomorfología de Huamalíes

GEOMORFOLOGÍA						
SIMBOLO	REGIÓN	FORMA DE RELIEVE	UNIDAD MORFOLÓGICA	CARACTERÍSTICAS GENERALES		PROCESOS MORFODINÁMICOS ACTUALES
				FACTORES GEODINÁMICOS	FORMAS ORIGINADAS	
Ad-c	ZONA ALTO ANDINA	Planicie ondulada a disectada	Altiplanicie disectada	Climatológicos Litológicos Estratigráficos Topográficos Climatológicos Litológicos Estratigráficos Antrópico	Cima o cumbres, planicie estructural, planicie lacustre, altas mesetas.	Intemperismo
Vg-a		Planicie	Fondo de valle glaciar			
Vs1-d		Colina y montaña	Vertiente montañosa y colina moderadamente empinada			
Vs1-e			Vertiente montañosa y colina empinada a escarpada			
Vs2-e	ZONA MESO ANDINA	Montaña	Vertiente montañosa empinada a escarpada	Cárcavas, Escarpe de falla cresta, Ladera estructural Laderas rocosas, Boquerones Gargantas, Abras rocosas Barrancos, Montañas erosionales	Escurrimiento difuso, Diseción de ladera, Remoción en masa Acumulación coluvial Desplazamiento violento de rocas	
Vs2-d			Vertiente montañosa moderadamente empinada			
Vs0-c		Planicie Ondulada a Disectada	Vertiente allanada a Disectada			
Vs3-e	ZONA BAJO ANDINA	Montaña	Vertiente montañosa empinada a escarpada			
VsA1-e	CEJA DE SELVA	Montaña	Vertiente montañosa empinada a escarpada			
VsA2-e	SELVA ALTA	Montaña	Vertiente montañosa empinada a escarpada			Estratigráficos, litológicos, Climatológicos
VsA2-d			Vertiente montañosa moderadamente empinada	Hidrológicos Climatológicos	Valle aluvial encajonado, Terrazas erosionales, Cañón.	Erosión de laderas contiguas, Escurrimiento difuso, Diseción de ladera, Socabamiento de cauce
FvS-a	PIE DE MONTE AMAZÓNICO Y SELVA BAJA	Planicie	Fondo de Valle Llanura Aluvial	Topográficos Climatológicos Litológicos Estratigráficos Antrópico	Cárcavas, Escarpe de falla, Cresta, Ladera estructural, Laderas rocosas, Boquerones, Gargantas, Abras rocosas, Barrancos, Montañas erosionales	Escurrimiento difuso, Diseción de ladera, Remoción en masa: Acumulación coluvial, Desplazamiento violento de rocas

Nota. EDZ (2014)

Debido a su ubicación geográfica, el territorio de la provincia Huamalíes, está sujeta a una dinámica y evolución geomorfológica variable, influenciados por las condiciones locales de relieve, clima y material estratigráfico imperantes. Los rasgos geomorfológicos que presenta, han sido originados, por el paso del tiempo, la concurrencia de singulares patrones fisiográficos y estructurales, así como diferentes procesos geodinámicas: tectónicas, erosivos y acumulativos, que han modelado su relieve y cuya acción se manifiesta también en la actualidad; debido a la acción de distintos agentes y factores geomorfológicos, cuyo producto se puede apreciar en las

diferentes unidades morfológicas que se detallan (Gobierno Regional Huánuco, 2014) (Tabla 15).

Red hidrográfica

Tabla 16

Red hidrográfica de la provincia Huamalíes

Vertiente	Cuenca (Río)	Sub Cuenca	Tributario	Distrito	
VERTIENTE DEL ATLÁNTICO	MARAÑÓN	Rio Marañón (Sector atraviesa Provincia Huamalíes)	Río Tarpaco	Llata	
			Río Aco	Llata	
			Qda. Seguián	Jacas Grandes	
			Qda. Manish	Miraflores	
			Quebrada Shiuri	Chavín de Pariaca	
			Qda. Pucroj	Punchao/ Miraflores	
			Quebrada Callo	Chavín de Pariaca	
			Quebrada Rura	Chavín de Pariaca	
			Quebrada Matish	Singa	
			Quebrada Llactar	Singa	
			Quebrada Jagra	Singa	
			Qda. Jauranga	Singa	
			Río Tantamayo	Tantamayo	
			Quebrada Carga	Jircan/Tantamayo	
		Qda. Tambococha	Jircan		
		Qda. Chequias	Arancay		
		Qda. Chinchoragra	Arancay		
		Qda. Quimuaragra	Arancay		
		HUALLAGA	Río Monzón	Río Patay Rondos	Monzón
				Río Gargarayo	Monzón
				Río Chipaco	Jircan/Monzón

Nota. IGN – Carta Nacional En La Escala 1/100.000, (Hoja 18- I, 18- J, 18-K, 19- I, 19-J Y 19-K)

Se divide en 2 sectores conformados por parte las cuencas del río Marañón y Huallaga, con sus subcuencas de los ríos Marañón (sector que intercepta la provincia de Huamalíes y del río Monzón, de la vertiente del Atlántico. Los ríos más importantes que recorren la provincia son el Marañón, Monzón, Aco, Andachupa, Chipaco, Contan, Gargarayo, Libertad, Patay Rondos, Porvenir, Taparaco y Tranca (Tabla 16).

Recurso de flora y fauna. La provincia Huamalíes, cuentan con varias especies forestales entre los principales, en la parte sierra eucalipto, aliso, aliso y la parte selva tornillo, cedrillo, moena, generalmente está constituida por la vegetación arbórea plantada y en menor volumen el natural; estas plantas están cumpliendo el rol importante, que se convierte en el pulmón de provincia Huamalíes, en la cual sirve para contrarrestar los efectos de la contaminación ambiental.

En la parte selva las plantas tienen gran importancia para el medio ambiente y para el ser humano, los pastizales, matorrales y bosques tienen un rol muy importante porque protegen el suelo contra la erosión y evitan los deslizamientos y el arrastre de tierras. Dan cobertura y alimento a la fauna silvestre, siendo esenciales para el mantenimiento de las especies, regulan el escurrimiento del agua, mantiene la fertilidad de los suelos y la restituyen, descontaminan el aire, lo oxigenan y lo purifican por retención de sus partículas. La fauna es de origen andino patagónico, con elementos originarios del norte y muchas formas propias. La provincia es uno de los centros de domesticación de animales. La provincia es rica en madera. Los bosques productivos están localizados especialmente en el distrito de Monzón, parte del distrito de Arancay. Y bosques productivos de madera natural (eucalipto, aliso, quisuar, etc.) en zonas altoandinas (Figura 5).

Figura 5

Vista de los recursos forestales



Nota. Gobierno Regional Huánuco (2014)

La depredación constante de este recurso se da en la provincia, por la falta de sensibilización a la población en cuanto al manejo de la actividad forestal, uno de las especies más afectadas es la tala de eucalipto en la parte alto andina, son aprovechadas para la comercialización en leña y material para otras actividades del hombre, y en la parte de la selva fueron talados para el sembrío de la coca por otra parte también son utilizadas para las construcciones de sus casas, puentes, postes y otras actividades que realizan la población. No existen zonas vulnerables ambientales y con régimen especial de protección y conservación. No existen áreas declaradas naturales protegidas en la provincia Huamalíes y sus distritos (Tabla 17).

Tabla 17

Recursos forestales

Nivel	Flora	Fauna	Recursos Forestal
	Entre las principales especies de flora nativa tenemos:	Entre las principales especies de fauna nativa tenemos:	Entre los principales recursos forestales
Provincia de Huamalíes	Especies nativas: (Cincel, agua, chilca, chinchán, matara, cabuya, rayán, shiraca, tuna), pastizales: (Ichu, machamacha, trébol, pastos gordura, grama china y otros), arbustos: (Cactáceos, barbasco, cabuya, huarango, retama, zarzamora), frutales: (durazno, tuna, chirimoya, lúcuma, palta, naranja, pacay), pastos cultivados: (Alfalfa, maíz chala, sorgo forrajero), hortalizas: (zanahoria, lechuga, betarraga, ajo, cebolla, ají, nabo, acelga, culantro, perejil, col, orégano, zapallo, repollo), plantas ornamentales: (Clavelina, jazmín, margarita, tulipán, rosa, gladiolo, dalias) Árboles frutales: (Anóna, naranja, plátano, lima dulce, limón, toronja, mandarina), cereales: (Maíz amiláceo, frijol), plantas medicinales: Hierba luisa, coca).	Pececillo (china o cari chahuas.), trucha, bagre, aves: (Huacchua, pato de las lagunas, perdiz, achaca, cóndor, gaviotas, palomas silvestres. Tórtolas, jilgueros, gorriones), roedores: (Vizcacha), venado, zorro, zorrillo, animales domésticos: (cuy, gallinas, patos, pavos, cerdos, ganado vacuno, porcino, ovino y equino) Animales menores de corral, ganado vacuno, caprino, equino, porcino, especies silvestres: (zorro, zorrillo, vizcacha, perdiz, gavilán, etc) (Añuje, carachupa, achuni, Tucán, loros, tigrillo, variedad de serpientes), animales menores de corral, diversidad de peces.	Tara, eucalipto, aliso, pino, ciprés, casuarinas, capulí. Moheña, cedro, tornillo oje, panadizo, Bolaina, tacona etc

Nota. Gobierno Regional Huánuco (2014)

4.1.3. Análisis de la oferta ecoturística

Tabla 18

Oferta turística por la provincia de Huamalíes

Lugar/distritos	Descripción de la oferta turística	Representación gráfica
Cascada Huerga	<p>Caída de agua de aproximadamente 25 metros de alto, Se encuentra ubicado a 2 km aprox. de la ciudad de Llata. A una altitud de 3 341 m.s.n.m. a 35 minutos de camino al este de Llata, al margen derecho del río Aco, sus aguas cristalinas, frías y constantes nacen curiosamente de entre las rocas del cerro denominado Yacuy, que en su curso forman pequeños saltos de agua que realza aún más la belleza paisajista, al mismo tiempo se encuentra rodeado de una tupida vegetación producto de la humedad que esta produce, esta cascada está siendo aprovechada como principal fuente de agua para la piscigranja artesanal de truchas de propiedad del municipio, el mismo que tiene como proyecto implementar áreas verdes y campos deportivos para hacer de este lugar uno de sus principales atractivos turístico de Llata.</p>	
Complejo arqueológico Jagrarag	<p>Se encuentra ubicado en la parte alta del lugar denominado Irma Grande a 11 Km aprox. al Sur Oeste del distrito de Llata a una altitud de 3 978 m.s.n.m. conocido por algunos como incanani con impresionantes construcciones pre incas de características especiales ya que se instalaron en terreno de pendiente escarpada, rocosa e inaccesible, a lo largo de 3 Km aprox. siguiendo las plataformas naturales, grietas y hendiduras de diferentes dimensiones y niveles, donde plasmaron un estilo peculiar, artístico e impresionante de su arquitectura.</p>	

**Iglesia Matriz
del Espiritu
Santo de Llata**

Ubicada en la Plaza Mayor del Distrito de Llata posiblemente edificada en el año de 1573, este templo cuya nave única mide interiormente 45.78m. Por 9.33 m. o sea 424 metros cuadrados, construidos, por sus primitivos cimientos es un conjunto que impresiona gratamente por sus grandes dimensiones, solides y corrección de líneas.



**Capilla Señor
de Rondos**

De estructura moderna construidas en el año de 1950 ubicada al borde del peñasco u abismo de “Rondos” cobija en su interior la imagen del Sr. de Rondos, imagen de piedra tallado por la naturaleza.



Puente Taricau

Se localiza al Este de Llata, a una altitud de 3268 m. Puente preincaico construido sobre el río Taricay, construido a base de piedra y de forma circular, en cuyos alrededores quedan allí restos de un poblado habitado por una tribu. En el invierno del año 2014, lo destruyó por completo, cambiando la figura original al reconstruirse. El actual puente está construido de piedra granítica labrada, diseñada en forma de arco, estructurada para trabajar a la compresión

**Sitio
arqueológico de
Llacuy**

Ubicado a 2 Km al este de Llata a unos 35 minutos de caminata en parte superior y alta de la cumbre en el margen derecho del río Aco, se accede a la cueva por un sendero pendiente inmersa a la quebrada Rondos hasta llegar a la carretera que conduce a Huánuco, luego ascendiendo a la inmediaciones de la cumbre denominado Llacuy, se observan los restos de construcciones pre incas de piedra laja y barro sobresaliendo los restos de lo que fue una chullpa circular de aproximadamente 3 metros de altura. Llacuy fue un cementerio preinca de los pobladores de Taricay y Huamanhuilca, al ingresar a la cueva se encuentran esparcidos por el suelo, restos fósiles, tejidos y fragmentos de cerámica que fueron saqueados y en la altura de las paredes de la gruta se observan pinturas rupestres de color ocre de formas zoomorfas y una antropomorfa a la que se los pobladores la denominan el hombre de Llacuy.



**Sitio
arqueológico de
Winau**

Ubicado a una hora de caminata al Nor Oeste de Llata, al margen izquierdo del río Marañón, es un centro arqueológico pre inca en estado de deterioro por encontrar terrenos agrícolas en las inmediaciones del complejo, aun se pueden observar los restos de construcciones de piedra laja que forman algunos muros y torreones circulares, por su ubicación estratégica en las alturas de la cumbre se presume que Winau fue una fortaleza edificada con fines militares, desde el sitio se pueden observar las diferentes comunidades alrededor entre ellos el valle del alto marañón, Morca, Chavín de Pariarca, Anlay, Andas, Quivilla, y la cordillera Huayhuash. Sobresale alrededor del lugar 4 huancas de piedra de aproximadamente de 4 y 5 metros de altura; hacia la zona del peñasco por un sendero de nivel 3 y 4 se acceden a un sistema de cavernas de aproximadamente 2 y 3 metros de diámetro y conforme se va ingresando reducen de dimensión.



**Sitio
arqueológico
Auquin Punta**

Sitio arqueológico del período Intermedio Tardío que se encuentra en la ladera y la cumbre del cerro Auquin y abarca una extensión de 3 hectáreas ubicado en la parte alta del poblado de Carhuapata en la margen derecha del río Quiro Quiro y a una altitud de 3932 m.s.n.m.



**Bosque de
Piedras
Quiyayayog**

Se encuentra ubicado en la parte alta y posterior del distrito de Jacas Grande a una altitud de 3 625 msnm y a unos 3 kilómetros del poblado, este lugar pertenece a la zona de vida de bosque húmedo Montano tropical, caminando a lo largo de casi un kilómetro sobre la cumbre y la planicie de la montaña se observa un conjunto de rocas de piedra caliza de gran dimensión hasta superiores a los 10 metros.

**Laguna Gasha
Cocha**

Hermosa laguna rodeada por grandes cerros y vegetación verdosa ubicada en la parte alta del distrito de Chavín de Pariarca a más de 3 900 m.s.n.m. Ocupa un área aproximada de media hectáreas, el origen de sus aguas provienen de las filtraciones de la roca maciza que se encuentra a su alrededor. La zona de vida en que se encuentra este lugar es páramo muy húmedo Sub andino Tropical, cuenta de una variada flora como hierbas y flores aromáticas como jirca muña, vela casha, ichu y plantas acuáticas entre otros; la fauna es comprendida por el pato silvestre, zorro, zorrillo, vizcacha, cernícalos, perdiz, águilas, ganado vacuno, ovino y caballo. A su alrededor y en la zona rocosa abunda el mármol, el zinc y otros minerales.



**Laguna
Hualguish
Cocha**

Hermosa laguna rodeada por grandes cerros y vegetación verdosa ubicada en la parte alta del distrito de Chavín de Pariarca a más de 3 900 m.s.n.m. Ocupa un área aproximada de 2 hectáreas y medía siendo una de las principales fuentes de agua para los regadíos de la población ya que la laguna se encuentra represada donde se ha construido un canal de concreto para que discurra el agua



Nota. Mincetur (2019)

4.1.4. Análisis de la demanda ecoturística

Tabla 19

Evolución de la demanda turístico de la provincia de Huamalés

Años	2016	2017	Variac.	2018	Variac.	2019	Variac.
Nacionales	95.5019	104.0729	4.97	104.864	0.76	106.865	1.91
Extranjeros	3.950	4.002	1.33	5.511	0.07	5.985	0.059
Total	99.4516	108.0753	6.3	110.375	0.83	112.849	1.969

Nota. Dirección Regional de Turismo – Huánuco (2019)

En la tabla 19, se presentan los datos estadísticos sobre visitas de turistas hacia el destino turístico de Huamalés, teniendo como fuente a la dirección regional de turismo de Huánuco (2019). Se observa que del 2016 al 2019, la demanda total de turistas ha sido evolucionando en el tiempo de 99,7541 en el 2016 a 120,8454 en el 2019, encontrándose un porcentaje de alza de 2016 a 2019 de 8% y 10% en los 4 últimos años (Tabla 19).

Tabla 20

Arribo de visitantes en la provincia de Huamalés

Año	2018				2019			
	Mes	Locales	Nacionales	Extranjeros	Total	Locales	Nacionales	Extranjeros
Enero	62	22346	1815	1006	45	23346	1615	759
Febrero	48	2108	6	701	24	2012	3	468
Marzo	28	3732	16	478	18	3432	12	303
Abril	41	3292	7	513	40	3192	9	846
Mayo	69	12895	2	990	73	10895	5	1223
Junio	24	17384	9	426	33	15384	4	687
Julio	43	15554	2414	1008	62	18554	3414	1573
Agosto	69	9378	37	1665	60	9178	27	1980
Setiembre	56	3453	8	917	33	3153	4	802
Octubre	45	474	6	935	53	274	5	1050
Noviembre	37	65	16	1042	59	65	12	1269
Diciembre	51	13362	1232	857	65	15362	1632	1019
TOTAL	573	104.864	5.511	10538	565	106.865	5.985	11979

Nota. Elaborado según cuaderno de registro de visitas del sitio arqueológico (2019)

Como se puede observar en la tabla 20, entre el año 2018 y 2019 hay una variación de turistas tanto nacionales como extranjeros considerables, en 2018 ingresaron a Huamalés como turistas 573 locales y en el 2019 se redujo a 565 visitantes; mientras que en el año 2018 llegaron 2018 551 visitantes internacionales; y en el 2019 llegaron 5985 visitantes internacionales, es decir hubo un incremento de 474 visitantes extranjeros en esos dos años; y los nacionales se incrementaron en 2,001 visitantes a las distintas partes turísticas de la provincia de Huamalés (Tabla 20).

4.1.5. Percepción social del ecoturismo

Percepción de los pobladores residentes. La percepción de los residentes de la provincia de Huamalés, se realizó el siguiente cuestionario, el cual le fue aplicado mediante la técnica de la encuesta.

Modalidad. La encuesta tuvo preguntas semiestructurada; es decir, donde se plantearon preguntas y a su vez, se les dio la libertad al entrevistado, a que emita su juicio y/o respuesta, luego de terminar con su respuesta cerrada más apropiada.

Finalidad. Fue con motivos investigativos, para determinar la percepción del poblador residentes respecto a los atractivos ecoturísticos del distrito de Huamalés, considerando como una alternativa de destino turístico, fomentando la actividad determinando las estrategias para el Plan Estratégico Ecoturístico, impulsando la actividad (Tabla 21).

Tabla 21

Preguntas realizadas a los pobladores de Huamalés

N°	Batería de preguntas
1	¿Sabe cuáles son los principales recursos ecoturísticos que tiene en su zona?
2	¿Sabe que esta zona es potencialmente apta para el ecoturismo y la visita de turistas nacionales y extranjeros?
3	¿Cree Ud. que el turismo es una actividad que la puede aprovechar para ofrecer productos y servicios ecoturísticos?
4	¿Sabe que es una visión, misión y valores para el ecoturismo?
5	¿Sabe si su municipalidad cuenta con un plan estratégico para fomentar el turismo en su zona?

-
- 6 ¿Sabe que con la Planificación estratégica se puede desarrollar el Ecoturismo y su zona?
 - 7 ¿Sabe que es una matriz FODA?
 - 8 ¿Considera que en su distrito se puede fomentar el Ecoturismo para lograr más visitas?
 - 9 ¿Considera que una de las principales fuentes de ingresos para sus familias, podrías ser fomentar el Ecoturismo?
 - 10 ¿Sabe que, desarrollando el proceso con su participación del plan estratégico, es posible incrementar el número de visitas su zona?
 - 11 ¿Sabe que contar con un plan estratégico, se puede aumentar el número de turistas en su zona?
 - 12 ¿Estaría de acuerdo en participar en la implementación de estrategias para fomentar el ecoturismo en su zona?
-

Nota. Elaboración propia

La encuesta fue aplicada a los residentes de la provincia de Huamalíes; en ese sentido, fue necesario desde su percepción como ellos ven la actividad turística en cada una de sus zonas, y para ello se requería responder a una de los objetivos de esta investigación; las preguntas se asociaban al conocimiento de su zona, de su potencial turístico, del conocimiento de la planificación y fomento del turismo, de las competencias públicas y el sector privado, de la importancia de su participación en la política del turismo, conociendo que existe el Plan Estratégico del Turismo al 2025 (PENTUR, 2025), el cual propone una serie de acciones que permitirán al país adaptarse a nuevos escenarios y tener el soporte necesario para continuar con el fortalecimiento del turismo con inclusión social, y así lograr las metas trazadas para el año 2025. A continuación, se dan los resultados de la encuesta.

Pregunta 1. ¿Sabe cuáles son los principales recursos ecoturísticos que tiene en su zona?

Tabla 22

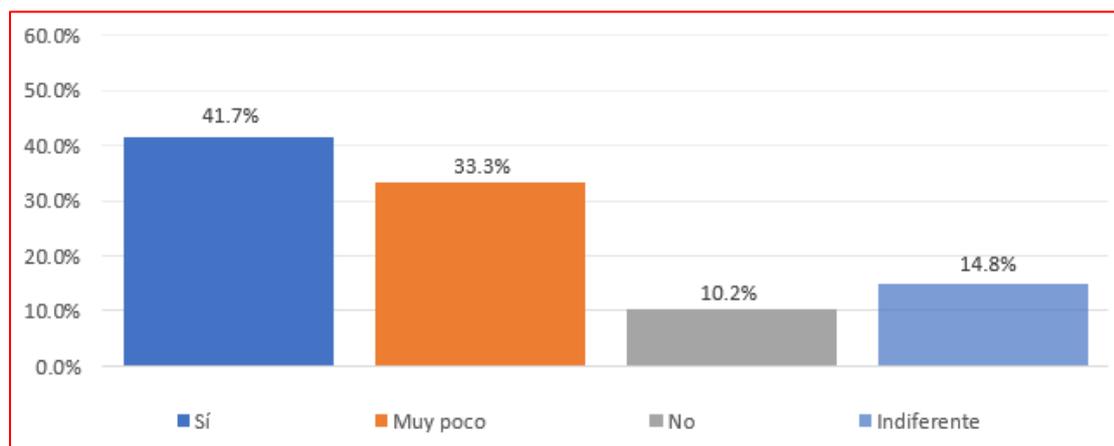
Sabe cuáles son los principales recursos ecoturísticos que tiene en su zona

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Sabe cuáles son los principales recursos ecoturísticos que tiene en su zona?	Sí	160	41,7	41,7
	Muy poco	128	33,3	75,0
	No	39	10,2	85,2
	Indiferente	57	14,8	100,0
	Total		384	100,0

Nota. Elaboración propia

Figura 6

Sabe cuáles son los principales recursos ecoturísticos que tiene en su zona



Nota. Elaboración propia

Interpretación. Esta pregunta su objetivo fue saber que tanto la población de Huamalíes, conocer y valorar sus recursos ecoturísticos; en este sentido el 41.7%, de los residentes si sabe cuáles son los principales recursos ecoturísticos de su zona; y el 33.3% manifestó escépticamente que muy poco sabe del tema; el 14.8% no se manifestó y le fue indiferente la pregunta; es decir no contesto a lo que se le preguntó, y solo el 10.2%, manifestó que no sabe cuál es el principal recurso ecoturístico de su zona.

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

Tabla 23

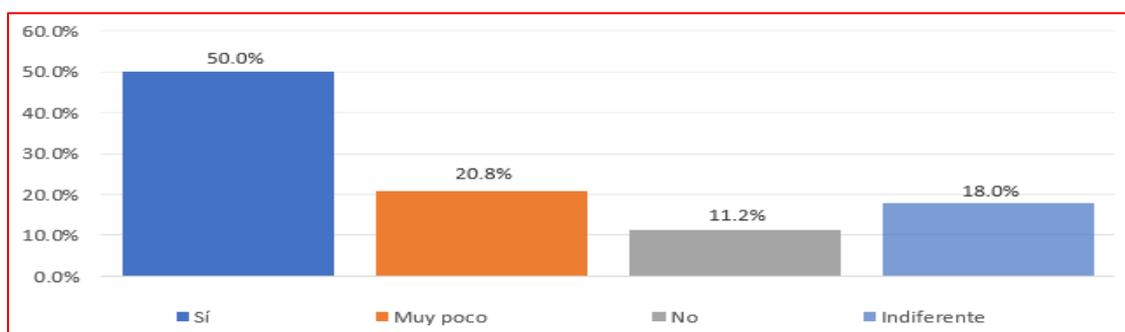
Sabe que esta zona es potencialmente apta para el ecoturismo y la visita de turistas nacionales y extranjeros

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Sabe que esta zona es potencialmente apta para el ecoturismo y la visita de turistas nacionales y extranjeros?	Sí	192	50,0	50,0
	Muy poco	80	20,8	70,8
	No	43	11,2	82,0
	Indiferente	69	18,0	100,0
	Total	384	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 7

Sabe que esta zona es potencialmente apta para el ecoturismo y la visita de turistas nacionales y extranjeros



Nota. Elaboración propia

Interpretación. Esta pregunta su objetivo fue conocer, si el residente sabe en su zona existen recursos potenciales para el turismo para ser visitados por nacionales y extranjeros; y los resultados evidenciaron que, el 50% de los residentes dijeron que si saben que esa zona es potencialmente apta para el ecoturismo y la visita de los turistas; el 20.8% manifestó escépticamente que muy poco sabe del tema, el 18% de los 384 no respondieron la pregunta, y el 11.2% de los encuestados dijeron que la zona no era potencialmente apta para el ecoturismo.

Pregunta 3. ¿Cree Ud. que el turismo es una actividad que la puede aprovechar para ofrecer productos y servicios ecoturísticos?

Tabla 24

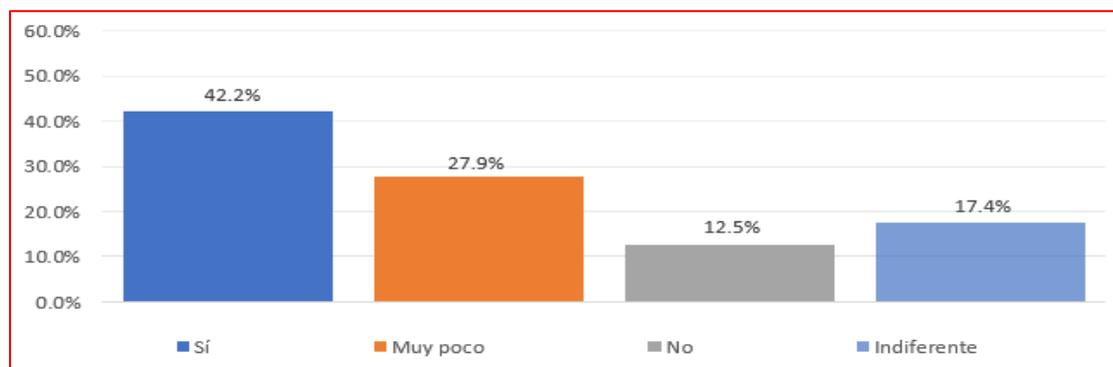
Cree Ud. que el turismo es una actividad que la puede aprovechar para ofrecer productos y servicios ecoturísticos

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Cree Ud. que el turismo es una actividad que la puede aprovechar para ofrecer productos y servicios ecoturísticos?	Sí	162	42,2	42,2
	Muy poco	107	27,9	70,1
	No	48	12,5	82,6
	Indiferente	67	17,4	100,0
	Total	384	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 8

Cree Ud. que el turismo es una actividad que la puede aprovechar para ofrecer productos y servicios ecoturísticos



Nota. Elaboración propia

Interpretación. Esta pregunta su objetivo fue conocer, si el residente sabe si el turismo como actividad es aprovechables para que pueda ofrecer productos o servicios a los visitantes; sus respuestas fueron que, el 42.2% manifestó que sí, creen que el turismo es una actividad para aprovechar para ofrecer productos y servicios ecoturísticos, el 27.9% manifestó que muy poco sabe del tema, el 17.4% no se manifestó y le fue indiferente la pregunta; es decir no contesto a lo que se le preguntó; y, el 12.5% dijo que no.

Pregunta 4. ¿Sabe que es una visión, misión y valores para el ecoturismo?

Tabla 25

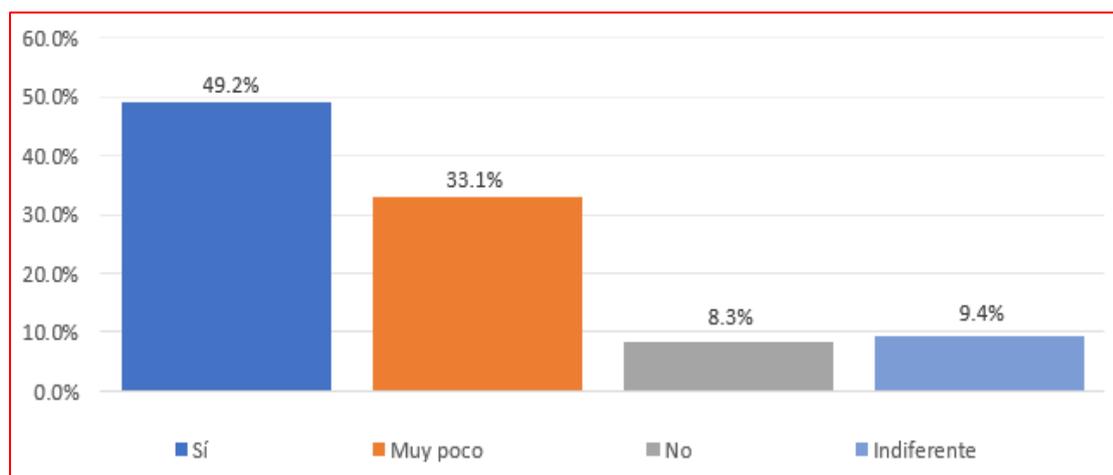
Sabe que es una visión, misión y valores para el ecoturismo

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Sabe que es una visión, misión y valores para el Ecoturismo?	Sí	189	49,2	49,2
	Muy poco	127	33,1	82,3
	No	32	8,3	90,6
	Indiferente	36	9,4	100,0
	Total		384	100,0

Nota. Elaboración propia

Figura 9

Sabe que es una visión, misión y valores para el ecoturismo



Nota. Elaboración propia

Interpretación. Esta pregunta su objetivo fue conocer, si el residente conoce que es la misión y visión de un plan estratégico, vinculado al turismo de su zona; es decir se le hizo ver como desearían ver su distrito en los próximos 5 o 10 años; y sus respuestas fueron que, el 49.2% manifestó que si saben que es una visión, misión y valores para el ecoturismo; el 33.1% manifestó que muy poco sabe del tema, el 9.4% no se manifestó y le fue indiferente la pregunta; es decir no contesto a lo que se le preguntó; y, el 8.3% dijo que no saben del tema.

Pregunta 5. ¿Sabe si su municipalidad cuenta con un plan estratégico para fomentar el turismo en su zona?

Tabla 26

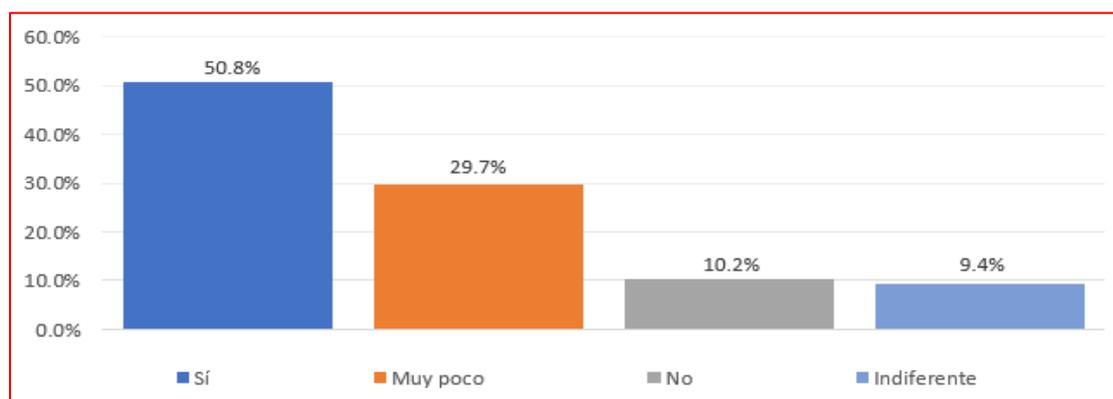
Sabe si su municipalidad cuenta con un plan estratégico para fomentar el turismo en su zona

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Sabe si su municipalidad cuenta con un plan estratégico para fomentar el turismo en su zona?	Sí	195	50,8	50,8
	Muy poco	114	29,7	80,5
	No	39	10,2	90,6
	Indiferente	36	9,4	100,0
	Total	384	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 10

Sabe si su municipalidad cuenta con un plan estratégico para fomentar el turismo en su zona



Nota. Elaboración propia

Interpretación. Esta pregunta su objetivo fue conocer, si el residente conoce si su municipalidad tiene un plan estratégico para el turismo de su zona, también con esto saber si - los residentes- participan en el desarrollo de su distrito; y las respuestas fueron que, el 50.8% de los encuestados manifestaron que si saben que su municipalidad cuenta con un plan estratégico para fomentar el turismo en su zona; el 29.7% manifestó que muy poco sabe del tema; el 10.2% dijo que no saben del tema; y, el 9.4% no se manifestó y le fue indiferente la pregunta; es decir no contesto a lo que se le preguntó.

Pregunta 6. ¿Sabe que con la planificación estratégica se puede desarrollar el ecoturismo y su zona?

Tabla 27

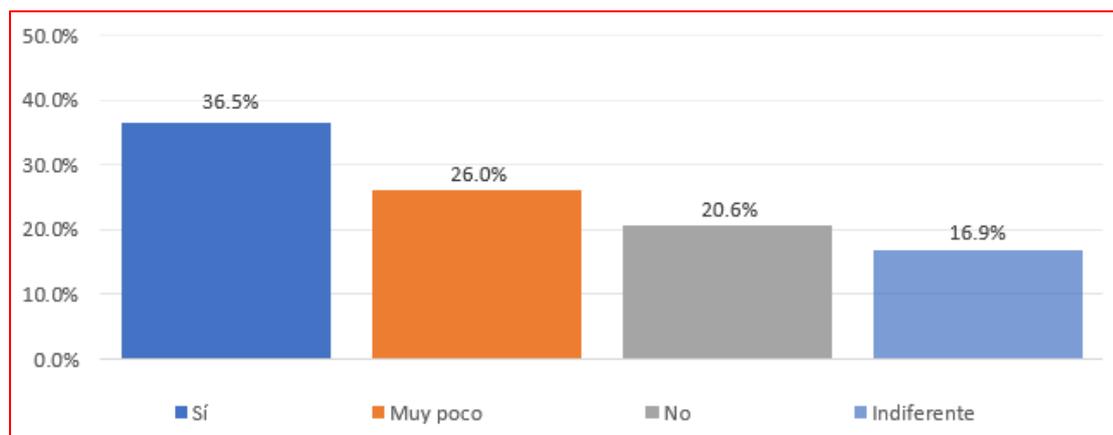
Sabe que con la planificación estratégica se puede desarrollar el ecoturismo y su zona

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Sabe que con la Planificación estratégica se puede desarrollar el Ecoturismo y su zona?	Sí	140	36,5	36,5
	Muy poco	100	26,0	62,5
	No	79	20,6	83,1
	Indiferente	65	16,9	100,0
	Total	384	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 11

Sabe que con la planificación estratégica se puede desarrollar el ecoturismo y su zona



Nota. Elaboración propia

Interpretación. Esta pregunta su objetivo fue conocer, si el residente conoce si con el plan estratégico, es posible desarrollar el ecoturismo en su zona, luego de conocerse su importancia en el ecoturismo; sus respuestas fueron que, el 36.5% de los encuestados manifestaron que, sí saben que con la planificación estratégica se puede desarrollar el Ecoturismo y su zona; el 26% manifestó que muy poco sabe del tema; el 20.6% manifestó que no sabe del tema; y, el 18.5% no se manifestó y le fue indiferente la pregunta; es decir no contesto a lo que se le preguntó.

Pregunta 7. ¿Sabe que es una matriz FODA?

Tabla 28

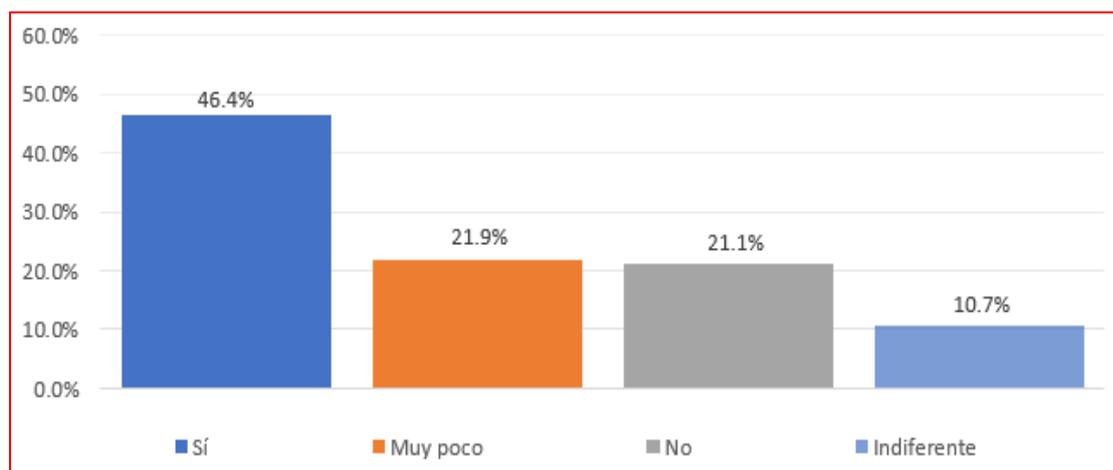
Sabe que es una matriz FODA

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Sabe que es una matriz FODA?	Sí	178	46,4	46,4
	Muy poco	84	21,9	68,2
	No	81	21,1	89,3
	Indiferente	41	10,7	100,0
Total		384	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 12

Sabe que es una matriz FODA



Nota. Elaboración propia

Interpretación. Esta pregunta su objetivo fue conocer, si el residente conoce que son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA), y sus respuestas fueron que, el 46.4% de los encuestados manifestaron que, si saben que es una matriz FODA; el 21.9% manifestó que muy poco sabe del tema; el 21.1% dijo que no saben del tema; y, el 10.7% no se manifestó y le fue indiferente la pregunta; es decir no contesto a lo que se le preguntó.

Pregunta 8. ¿Considera que en su distrito se puede fomentar el Ecoturismo para lograr más visitas?

Tabla 29

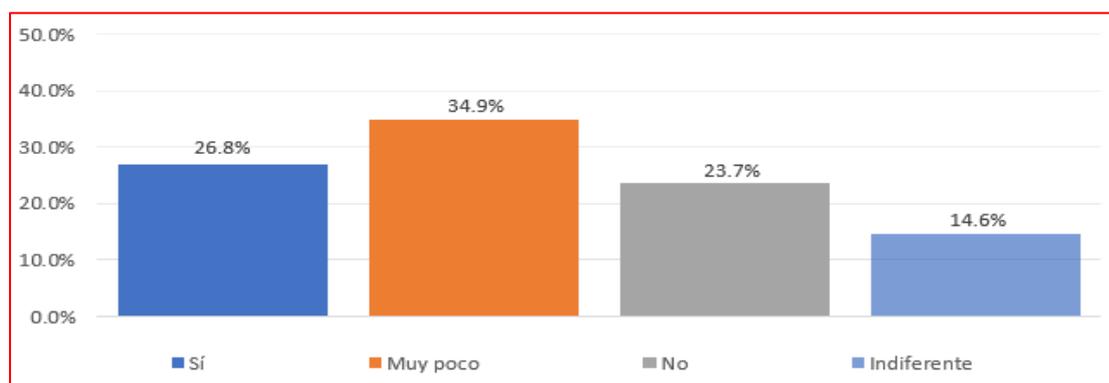
Considera que en su distrito se puede fomentar el ecoturismo para lograr más visitas

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Considera que en su distrito se puede fomentar el Ecoturismo para lograr más visitas?	Sí	103	26,8	26,8
	Muy poco	134	34,9	61,7
	No	91	23,7	85,4
	Indiferente	56	14,6	100,0
	Total	384	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 13

Considera que en su distrito se puede fomentar el ecoturismo para lograr más visitas



Nota. Elaboración propia

Interpretación. Esta pregunta su objetivo fue conocer, si el residente conoce que es posible que en su distrito onde se ubica un atractivo ecoturístico es posible fomentarlo para lograr mayor visita del turista; y sus respuestas fueron que, el 34.9% de los encuestados manifestaron que, muy poco se considera que en su distrito se pueda fomentar el ecoturismo para lograr más vistas; el 26.8% manifestó que si se puede fomentar el ecoturismo para lograr más vistas; el 23.7% dijo que no; y, el 14.6% no se manifestó y le fue indiferente la pregunta; es decir no contesto a lo que se le preguntó.

Pregunta 9. ¿Considera que una de las principales fuentes de ingresos para sus familias, podría ser fomentar el Ecoturismo?

Tabla 30

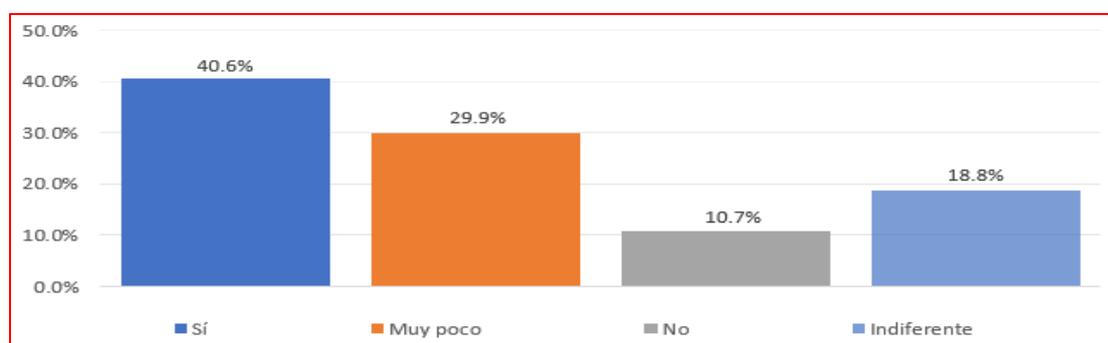
Considera que una de las principales fuentes de ingresos para sus familias, podría ser fomentar el ecoturismo

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Considera que una de las principales fuentes de ingresos para sus familias, podría ser fomentar el Ecoturismo?	Sí	156	40,6	40,6
	Muy poco	115	29,9	70,6
	No	41	10,7	81,3
	Indiferente	72	18,8	100,0
	Total	384	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 14

Considera que una de las principales fuentes de ingresos para sus familias, podría ser fomentar el ecoturismo



Nota. Elaboración propia

Interpretación. Esta pregunta su objetivo fue conocer, si el residente considera es posible contar con nuevas fuentes de ingresos producto del turismo en su zona; y sus respuestas fueron que, el 40.6% de los residentes de Huamalíes dijeron que, si han considerado que una de las principales fuentes de ingresos para sus familias es la fomentación del ecoturismo; el 29.9% manifestó escépticamente que muy poco, el 10.4% de los encuestados dijeron que no; y el 19% de los 384 no respondieron la pregunta. Esta pregunta es importante porque, la percepción de los residentes los involucra en el desarrollo de la provincia.

Pregunta 10. ¿Sabe que, desarrollando el proceso con su participación del Plan Estratégico, es posible incrementar el número de visitas su zona?

Tabla 31

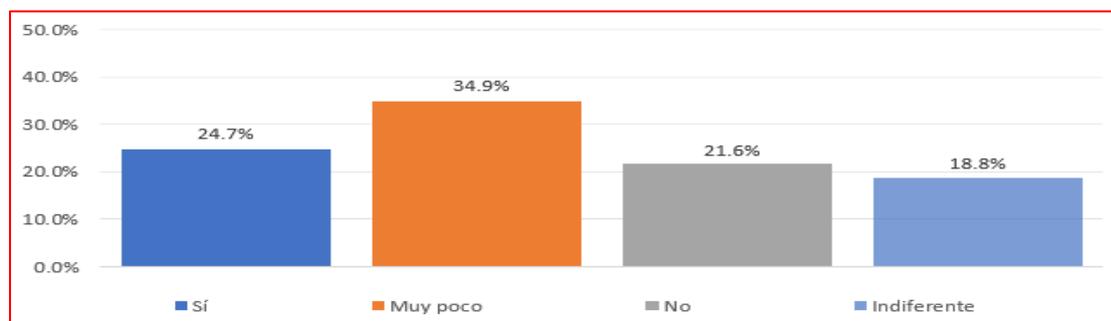
Sabe que, desarrollando el proceso con su participación del plan estratégico, es posible incrementar el número de visitas su zona

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Sabe que, desarrollando el proceso con su participación del Plan Estratégico, es posible incrementar el número de visitas su zona?	Sí	95	24,7	24,7
	Muy poco	134	34,9	59,6
	No	83	21,6	81,3
	Indiferente	72	18,8	100,0
	Total	384	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 15

Sabe que, desarrollando el proceso con su participación del plan estratégico, es posible incrementar el número de visitas su zona



Nota. Elaboración propia

Interpretación. Esta pregunta su objetivo fue conocer, si con la participación del residente es posible que se den más visitas en su zona; sus respuestas fueron que, el 34.9% de los residentes manifestaron que saben muy poco de que, desarrollando el proceso con su participación del Plan Estratégico, es posible incrementar el número de visitas su zona; el 24.7% de los encuestados manifestaron que si saben del tema; el 21.6% dijo que no tienen conocimiento; y, el 18.5% no se manifestó y le fue indiferente la pregunta; es decir no contesto a lo que se le preguntó.

Pregunta 11. ¿Sabe que contar con un plan estratégico, se puede aumentar el número de turistas en su zona?

Tabla 32

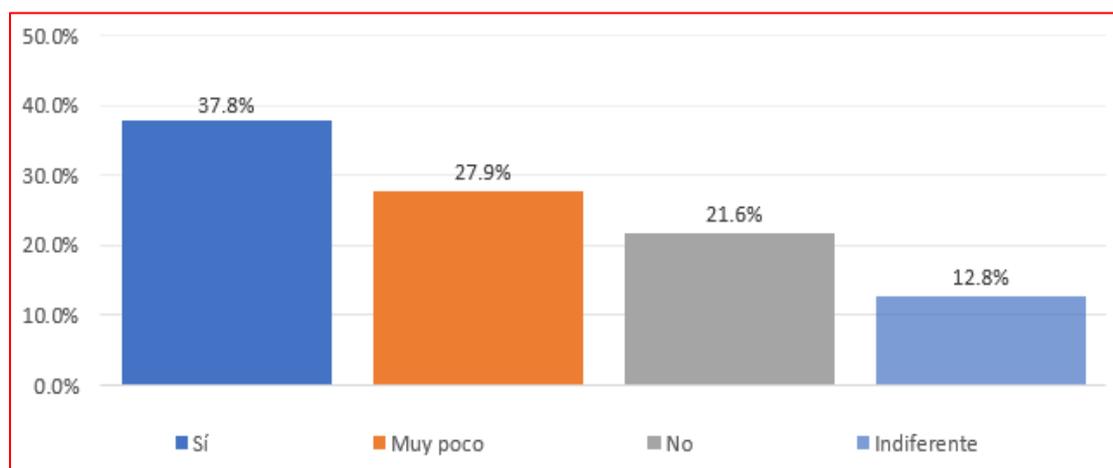
Sabe que contar con un plan estratégico, se puede aumentar el número de turistas en su zona

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Sabe que contar con un Plan Estratégico, se puede aumentar el número de turistas en su zona?	Sí	145	37,8	37,8
	Muy poco	107	27,9	65,6
	No	83	21,6	87,2
	Indiferente	49	12,8	100,0
	Total		384	100,0

Nota. Elaboración propia

Figura 16

Sabe que contar con un plan estratégico, se puede aumentar el número de turistas en su zona



Nota. Elaboración propia

Interpretación. Esta pregunta su objetivo fue conocer, que contando con un plan estratégico es posible que se incremente los turistas en su zona; las respuestas fueron que, el 37.8% de los residentes manifestaron que, si saben que contar con un Plan Estratégico, se puede aumentar el número de turistas en su zona; el 27.9% manifestó que muy poco conocen del tema; el 21.6% dijo que no se cuenta con un plan estratégico; y, el 12.8% no se manifestó y le fue indiferente la pregunta; es decir no contesto a lo que se le preguntó.

12. ¿Estaría de acuerdo en participar en la implementación de estrategias para fomentar el Ecoturismo en su zona?

Tabla 33

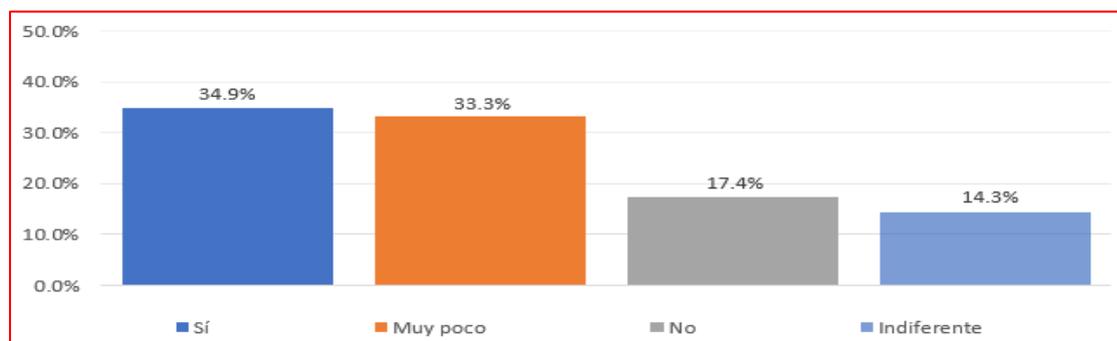
Estaría de acuerdo en participar en la implementación de estrategias para fomentar el ecoturismo en su zona

Pregunta	Respuesta	Parcial	%	%(total)
¿Estaría de acuerdo en participar en la implementación de estrategias para fomentar el Ecoturismo en su zona?	Sí	134	34,9	34,9
	Muy poco	128	33,3	68,2
	No	67	17,4	85,7
	Indiferente	55	14,3	100,0
	Total	384	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 17

Estaría de acuerdo en participar en la implementación de estrategias para fomentar el ecoturismo en su zona



Nota. Elaboración propia

Interpretación. Esta pregunta su objetivo fue conocer, que si estaría de acuerdo con participar en la implementación de las estrategias del plan propuesta; y las respuestas fueron que, el 34.9% de los encuestados manifestaron que, si estuviesen de acuerdo para la implementación de estrategias para fomentar el ecoturismo en su zona; el 33.3% manifestó que muy pocos están de acuerdo para la implementación de estrategias; el 17.4% dijo que no; y, el 14.3% no se manifestó y le fue indiferente la pregunta; es decir no contesto a lo que se le preguntó.

4.2. Plantear la visión, misión, valores y los códigos de ética para el ecoturismo

4.2.1. La visión

Huamalíes, ha de ser un destino ecoturístico auténtico, seguro, resiliente, caracterizado por hospitalidad, amabilidad y buen trato con las personas, con un estilo de vida y valores éticos; gestionado de manera colaborativa y corresponsable, y orientado hacia su transformación de un territorio inteligente (inclusivo, innovador y sostenible) y hacia la mejora continua que garantice su competitividad presente y futura.

4.2.2. La misión

Huamalíes, es un modelo de desarrollo ecoturístico para el Mundo, el Perú y la región, con una biodiversidad y atractivos ecoturísticos, mejorando su competitividad, concientizando a la población local sobre su importancia ecoturística; y brindando los productos y servicios con responsabilidad social y ambiental.

4.2.3. Valores

Tabla 34

Valores del plan estratégico

Hospitalidad	La hospitalidad turística de Huamalíes se enfoca en satisfacer las necesidades no solo de los turistas, sino también de los consumidores en general quienes visitan los atractivos de las diferentes zonas; también es interpretada como una amable bienvenida de los huéspedes, o acogida hacia los invitados.
Cordialidad	En Huamalíes encontrarán personas cordiales, con su sencillez, amabilidad y gentileza de las personas para que el turista se sienta bien; también es una de las cualidades o característica de cordial: cariñoso, afectivo de su gente.
Inclusión	Como estrategias para la consolidación Huamalíes podrá ver iniciativas y programas que buscan el involucramiento y participación directa de la comunidad en el proceso del desarrollo del ecoturismo, de sus productos y servicios; no se exime a nadie en el proceso.
Cuidado ambiental	El ecoturismo en Huamalíes y el cuidado del medio ambiente, vayan de la mano es necesario la implicación de todos los agentes que participan en la actividad turística; por ello se profundiza la conciencia ambiental desarrollando un turismo sostenible en toda la región.
Responsabilidad	En Huamalíes se practica un turismo responsable, implicando que hay un compromiso con el entorno de sus recursos ecoturísticos, para practicar turismo responsable; acá, se asume y exige responsabilidades para que el impacto que al viajar sea únicamente positivo.
Seguridad	Se protege la vida, la salud, de la integridad física, psicológica y económica de los visitantes, prestadores de servicios y miembros de las comunidades receptoras.

Nota. Elaboración propia

4.2.4. *Códigos de ética*

La Asamblea General de la OMT (1999), adoptó el código global de ética para el turismo (Global Code of Ethics for Tourism). De acuerdo con este código, existen principios básicos que cubren todos los componentes de la actividad turística.

El código ético mundial para el turismo sintetiza los principios de la sostenibilidad, propone un turismo responsable por parte de las empresas, enfatiza la importancia de proteger los recursos culturales y naturales de las comunidades, se preocupa por la libertad y derechos de los turistas, y piensa en los trabajadores de la industria y en regular sus condiciones laborales. En suma, señala cómo potenciar lo bueno del turismo y minimizar lo negativo que puede generar esta industria. En ese sentido el Código Ético Mundial para el Turismo sigue vigente y es especialmente pertinente ante el cambio climático, el rechazo al turismo, la diversificación de destinos emergentes, la economía compartida, entre otros (Universidad San Ignacio de Loyola, 2021).

El Estado peruano incluye objetivos adaptados a nuestra realidad:

- Contribuir a acabar con la pobreza.
- Contribuir a la educación inclusiva.
- Contribuir a la igualdad de género.
- Contribuir al acceso de agua y energía para todos.
- Contribuir al entendimiento mutuo entre los pueblos.
- Ser un instrumento de desarrollo personal y colectivo.
- Ser un factor y desarrollo sostenible.
- Ser un factor de aprovechamiento del patrimonio cultural.
- Ser beneficioso para las comunidades de destino.
- Proteger nuestros recursos naturales y culturales.

4.3. Desarrollar la evaluación interna y externa, para fomentar el ecoturismo

4.3.1 Análisis FODA

Identificación de los factores internos del ecoturismo en Huamalíes.

Tabla 35

Fortalezas del ecoturismo en Huamalíes

FORTALEZAS (F)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Riqueza en biodiversidad y recursos flora y fauna propicios para el ecoturismo 2. Diversidad de etnias, costumbres y lengua de cosmovisión de la zona 3. Existencia de culturas vivas, raíces culturales y zonas naturales turísticas en la Región 4. Clima agradable todo el año 5. Destinos consolidados durante todo el año para turistas extranjeros y nacionales 6. Productos y servicios turísticos de calidad 7. Participación local en el turismo de la ciudad 8. Exquisita gastronomía 9. Sistema nacional de áreas naturales protegidas por el Estado 10. Reconocimiento nacional y mundial 11. Apoyo y voluntad política para promocionar el ecoturismo desde el Estado 12. Adecuada infraestructura y servicios hoteleros 13. Variada oferta de servicios gastronómicos y feriales 14. Buena promoción de la marca país 15. Ambiente y ecosistema favorable para la crianza y desarrollo del paiche como producto exportador.
---------------------------	--

Nota. Elaboración propia

Tabla 36

Debilidades del ecoturismo en Huamalíes

DEBILIDADES (D)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Escases de guías turísticos capacitados en ecoturismo de aventura 2. Deficiente promoción de los productos turísticos 3. Carencias del recurso humano formado para apoyar el sistema turístico de la región 4. Deterioro de las vías de comunicación para llegar a los destinos turísticos 5. Descuido del patrimonio cultural e histórico de la zona 6. Mala señalización turística 7. Los circuitos ecoturísticos no son diversificados 8. Débil vocación productiva ligada al ecoturismo 9. La presencia de inundaciones en épocas de lluvia que muchas veces daña los diferentes cultivos de la región. 10. Limitada capacidad técnica regional para culminar proceso de ordenamiento 11. Poca promoción ecoturística por parte del Mincetur 12. Poca desarrollo de nuevos productos y servicios turísticos en las zonas 13. Deterioro de las vías de comunicación para el traslado interno 14. Poca capacidad de los gobiernos nacional, regional y local para desarrollar proyectos ecoturísticos
----------------------------	---

Nota. Elaboración propia

Identificación de los factores externos del ecoturismo en Huamalíes.

Tabla 37

Oportunidades del ecoturismo en Huamalíes

OPORTUNIDADES (O)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Incremento periódico del turista extranjero 2. Incrementos en la inversión pública - privada ecoturística 3. Desarrollo del turismo sostenible 4. Precios competitivos a nivel nacional y mundial 5. Convenios con agencias de cooperación internacional 6. Uso de las tecnologías como el internet para la promoción ecoturística 7. Aprovechar las políticas de descentralización 8. Existencias de mercados ecoturístico sin explotar en diferentes zonas 9. Participación de la empresa privada para el desarrollo de la actividad 10. Procesos de ordenamiento territorial y ZEE para planificar los recursos turísticos 11. Oportunidades de inversión en el turismo ecológico, vivencial y de investigación 12. Inclusión y fortalecimiento del ecoturismo en diferentes zonas 13. Creciente demanda del turismo alternativo y responsable 14. Aumenta la tendencia del uso de Internet para Planificar viajes y buscar información 15. Incremento del gasto del turista extranjero y nacional
----------------------	--

Nota. Elaboración propia

Tabla 38

Amenazas del ecoturismo en Huamalíes

AMENAZAS (A)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Costos no competitivos en el mercado 2. Seguridad interna 3. Crisis económica por la coyuntura política y de salud 4. Poca Planificación y carencia de instrumentos de gestión ecoturismo 5. Contaminación de los espejos de aguas y cuencas por el mal manejo ambiental 6. Incremento de la corrupción en las administraciones públicas y privadas, vinculadas con el ecoturismo 7. Aumento de degradación de los hábitats naturales 8. Vulnerabilidad de riesgos naturales y antropogénicos 9. Falta de estudios que determinen la demanda real para planificar la actividad ecoturística 10. Falta de una política gubernamental a largo plazo 11. Carencias en la organización sectorial 12. Deficiencias en la coordinación y colaboración público-privada. 13. Incremento de la competencia en el sector turístico- gastronómico, sobre todo en el enoturismo. 14. Contaminación por ruido y accidentes en carreteras. 15. Creciente deterioro y/o pérdida de algunas estructuras urbanas, arqueológicas patrimoniales y recursos naturales.
-----------------	---

Nota. Elaboración propia

4.3.2 Evaluación de factores internos y externos para determinar las estrategias

Para determinar las estrategias cuya finalidad es fomentar el ecoturismo e incrementar las visitas a este importante lugar; así como, poner en valor sus atractivos turísticos para darlos a conocer a la población objetivo (unidad de análisis), que son los visitantes o turistas; encontrando de la mejor manera de exhibir sus atractivos ecoturísticos. Para el desarrollo de la Estrategia, se elabora la matriz de posición estratégica y evaluación de la acción, que cuenta con cuatro cuadrantes que sitúan a una estrategia como agresiva, conservadora, defensiva o competitiva, y esto nos da información sobre si determinada estrategia, es apta para su implementación o no. Se representa visualmente mediante dos ejes que crean cuatro cuadrantes de los cuales, dos corresponden a los siguientes componentes de cruce.

FO. Se trazó las estrategias donde las fortalezas aprovechan las oportunidades que se presentan; en ocasiones son conocidas como estrategias de ataque. En estas estrategias es necesario aprovechar al máximo las fortalezas, habilidades, talento único y el carisma. **DO:** ayudan a superar y transformar las debilidades a través de las oportunidades que se presentan, también conocidas como estrategias para movilizar o cambiar. **FA:** se aprovechan las fortalezas, para evitar o afrontar las amenazas del entorno externo, también conocidas como estrategias para defender. **DA:** se aprovechan las fortalezas para evitar o afrontar las amenazas del entorno externo, también conocidas como estrategias para defender. A continuación, se desarrollan al detalle:

Estrategias Ofensivas: Fortaleza + Oportunidad (FO). Este tipo de estrategias tienen por objetivo obtener el máximo beneficio de una oportunidad, mediante el uso de una fortaleza. Así, se combinó Fortalezas con Oportunidades, analizándose, si alguna de las fortalezas podría ayudar a aprovechar las oportunidades identificadas (Tabla 39).

Tabla 39*Cruce de las Fortalezas (F) y Oportunidades (O)*

Fortalezas (F)	Estrategias (FO)	Oportunidades (O)
1. Riqueza en biodiversidad y recursos flora y fauna propicios para el ecoturismo	F (1,14) – O (1,15)	1. Incremento periódico del turista extranjero
2. Diversidad de etnias, costumbres y lengua de cosmovisión de la zona	Convertir al distrito Huamalés, en uno de los Destinos Turísticos Ecológicos, Científicos y Culturales más Atractivos del País.	2. Incrementos en la inversión pública y privada.
3. Existencia de culturas vivas, raíces culturales y zonas naturales turísticas en la Región	(F.1-2-3-8/O.1,2,11,13,15)	3. Desarrollo del turismo sostenible
4. Clima agradable todo el año	Ampliación del conocimiento de la diversidad ambiental y cultural, con el propósito de incorporar nuevos atractivos Ecoturísticos, y mejorar los ya existentes.	4. Precios competitivos a nivel nacional y mundial
5. Destinos consolidados durante todo el año para turistas extranjeros y nacionales		5. Convenios con agencias de cooperación internacional
6. Productos y servicios turísticos de calidad	(F.6,10,12,13,14/O.5,6,8,9,11)	6. Uso de las tecnologías como el internet para la promoción ecoturística
7. Participación local en el turismo de la ciudad	Implementación de mecanismos que incentiven la inversión privada en los ámbitos económicos, ambientales y sociales para impulsar la actividad Ecoturística.	7. Aprovechar las políticas de descentralización
8. Exquisita gastronomía		8. Existencias de mercados ecoturístico sin explotar en diferentes zonas
9. Sistema nacional de áreas naturales protegidas por el Estado	(F.6,7,13,14/O.6,8,12,13,14)	9. Participación de la empresa privada para el desarrollo de la actividad
10. Reconocimiento nacional y mundial	Identificación y desarrollo de mercados y de un programa de marketing, en el ámbito nacional e internacional, de los atractivos y circuitos Ecoturísticos de Huamalés, generando ventajas competitivas.	10. Procesos de ordenamiento territorial y ZEE para planificar los recursos turísticos
11. Apoyo y voluntad política para promocionar el ecoturismo desde el Estado		11. Oportunidades de inversión en el turismo ecológico, vivencial y de investigación
12. Adecuada infraestructura y servicios hoteleros		12. Inclusión y fortalecimiento del ecoturismo en diferentes zonas
13. Variada oferta de servicios gastronómicos y feriales		13. Creciente demanda del turismo alternativo y responsable
14. Buena promoción de la marca país	Estrategia 4. Fortalecimiento del sistema de información del Ecoturismo en Huamalés.	14. Aumenta la tendencia del uso de Internet para Planificar viajes y buscar información
15. Ambiente y ecosistemas favorables para la crianza y desarrollo del paiche como producto exportador		15. Incremento del gasto del turista extranjero y nacional

Nota. Cruce de las variables Fortalezas y Oportunidades

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

Tabla 40*Cruce de las Debilidades (D) y Oportunidades (O)*

Debilidades (D)	Estrategias (DO)	Oportunidades (O)
1. Escases de guías turísticos capacitados en ecoturismo de aventura		
2. Deficiente promoción de los productos turísticos		1. Incremento periódico del turista extranjero
3. Carencias del recurso humano formado para apoyar el sistema turístico de la región		2. Incremento en la inversión pública.
4. Deterioro de las vías de comunicación para llegar a los destinos turísticos		3. Desarrollo del turismo sostenible
5. Descuido del patrimonio cultural e histórico de la zona	D (1,6) – O (1,15) Formar Capacidades Locales para el Desarrollo de las Actividades Turísticas.	4. Precios competitivos a nivel nacional y mundial
6. Mala señalización turística		5. Convenios con agencias de cooperación internacional
7. Los circuitos ecoturísticos no son diversificados	(D.1,2,3,11,12/O.5,6,8,12,14)	6. Uso de las tecnologías como el internet para la promoción ecoturística
8. Débil vocación productiva ligada al ecoturismo	Fortalecimiento de los programas de capacitación, actualización y formación Ecoturística en el nivel inicial, medio y superior.	7. Aprovechar las políticas de descentralización
9. La presencia de inundaciones en épocas de lluvia que muchas veces daña los diferentes cultivos de la región.		8. Existencias de mercados ecoturístico sin explotar en diferentes zonas
10. Limitada capacidad técnica regional para culminar proceso de ordenamiento	(D.4, 6,8,9,11,12/O.8,10,11,12)	9. Participación de la empresa privada para el desarrollo de la actividad
11. Poca promoción ecoturística por parte del Mincetur	Concienciación de la población para promover aptitudes y actitudes para el desarrollo Ecoturístico.	10. Procesos de ordenamiento territorial y ZEE para planificar los recursos turísticos
12. Poca desarrollo de nuevos productos y servicios turísticos en las zonas		11. Oportunidades de inversión en el turismo ecológico, vivencial y de investigación
13. Deterioro de las vías de comunicación para el traslado interno		12. Inclusión y fortalecimiento del ecoturismo en diferentes zonas
14. Poca capacidad de los gobiernos nacional, regional y local para desarrollar proyectos ecoturísticos		13. Creciente demanda del turismo alternativo y responsable
		14. Aumenta la tendencia del uso de Internet para Planificar viajes y buscar información
		15. Incremento del gasto del turista extranjero y nacional

Nota. Cruce de las variables Debilidades y Oportunidades

Estrategias de Supervivencia: Debilidad + Amenaza (DA). Tienen como objetivo sobrevivir al temporal, aguantar los posibles efectos adversos de las amenazas de la mejor forma posible, para minimizar los daños. Se combinó Debilidades y Amenazas; buscándose

acciones con las intentar eliminar los aspectos negativos o barreras que puedan suponer las amenazas, asumiendo poder desarrollar las fortalezas necesarias para afrontarlas (Tabla 41).

Tabla 41

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

Debilidades (D)	Estrategias (DA)	Amenazas
1. Escases de guías turísticos capacitados en ecoturismo de aventura		1. Costos no competitivos en el mercado
2. Deficiente promoción de los productos turísticos		2. Seguridad interna
3. Carencias del recurso humano formado para apoyar el sistema turístico de la región		3. Crisis económica por la coyuntura política y de salud
4. Deterioro de las vías de comunicación para llegar a los destinos turísticos	D (1,15) – A (1,15)	4. Poca Planificación y carencia de instrumentos de gestión ecoturismo
5. Descuido del patrimonio cultural e histórico de la zona	Promover Programas que contribuyan a atender los Problemas Sociales, Ambientales y de Salud Pública, así como los Futuros Impactos Propios de las actividades que se desarrollan en Huamalíes.	5. Contaminación de los espejos de aguas y cuencas por el mal manejo ambiental
6. Mala señalización turística		6. Incremento de la corrupción en las administraciones públicas y privadas, vinculadas con el ecoturismo
7. Los circuitos ecoturísticos no son diversificados		7. Aumento de degradación de los hábitats naturales
8. Débil vocación productiva ligada al ecoturismo	(D.2,6,9,10,12,13,14/A.4,7,8,9,14)	8. Vulnerabilidad de riesgos naturales y antropogénicos
9. La presencia de inundaciones en épocas de lluvia que muchas veces daña los diferentes cultivos de la región.	Orientación de la ocupación ordenada del territorio mediante planes integrales de desarrollo, y de la Zonificación Ecológica Económica - ZEE.	9. Falta de estudios que determinen la demanda real para planificar la actividad ecoturística
10. Limitada capacidad técnica regional para culminar proceso de ordenamiento	(D.4,5,7,8,10/A.3,6,8,9,13,14)	10. Falta de una política gubernamental a largo plazo
11. Poca promoción ecoturística por parte del Mincetur	Orientación de los recursos económicos, producidos por la conservación aplicada al turismo, hacia el beneficio de las poblaciones aledañas.	11. Carencias en la organización sectorial
12. Poco desarrollo de nuevos productos y servicios turísticos en las zonas		12. Deficiencias en la coordinación y colaboración público-privada.
13. Deterioro de las vías de comunicación para el traslado interno		13. Incremento de la competencia en el sector turístico- gastronómico, sobre todo en el enoturismo.
14. Poca capacidad de los gobiernos nacional, regional y local para desarrollar proyectos ecoturísticos		14. Contaminación por ruido y accidentes en carreteras.
		15. Creciente deterioro y/o pérdida de algunas estructuras urbanas, arqueológicas patrimoniales y recursos naturales.

Nota. Cruce de las variables Debilidades y Amenazas

4.3.3 Políticas para orientar la acción en el logro de las estrategias

Las políticas que continuación se presentan son lineamientos propuestos cuyo fin es, auxiliar el logro de los objetivos y que permitirán la correcta implementación de las estrategias.

- Establecer y desarrollar una cultura orientada a mantener la calidad y diferenciación de los productos y servicios, mediante programas de capacitación que mejoren las técnicas de producción.

- Fomentar la visión de grupo dentro del sector Mypes, para la búsqueda del logro de los objetivos, desarrollando una de las modalidades de asociatividad.

- Se debe promover el respeto y conservación a los patrimonios culturales y naturales entre los habitantes de la municipalidad de Huamalíes, fortaleciendo la identidad cultural mediante la creación de una ordenanza orientada a la conservación de los atractivos ecoturísticos.

- Fomentar la participación activa en eventos que involucren al sector Mypes, mediante la promoción de ferias, rutas y festivales, que integren las diversas actividades económicas.

- Formulación constante de estrategias para la oferta de los nuevos productos con atractivos ecoturísticos que se desarrollan en Huamalíes, mediante la realización de talleres entre las Mypes y la comisión de plan estratégico.

- Fomentar y mantener un compromiso permanente con el desarrollo económico equitativo de la micro y pequeña empresa de la zona, estableciendo una filosofía colectiva de las Mypes.

- Toda capacitación debe enfocarse en favorecer la actividad ecoturística, a la población, el turista y las Mypes.

- El desarrollo de nuevos productos ecoturísticos deben contemplar los atractivos ecoturísticos, identificando los principales sitios y nuevos atractivos ecoturísticos.

- Estimular a los turistas que visitan Huamalíes, para que consuma los productos y servicios locales, mejorando la atención al cliente por parte de los empleados y propietarios de los negocios.

- Mantener una imagen ecoturística basado en los principios, para que este a nivel de otros lugares ecoturísticos del país, se logre un posicionamiento y ser muy competitivo, creando las condiciones necesarias para la recepción de turistas.

- Disponer de elementos de señalización ecoturística, que estén de acuerdo al entorno natural de los atractivos, involucrando a las instancias competentes.

- Se deberá mantener un monitoreo de las actividades y sucesos que podrían interponerse en el desarrollo de las estrategias, creando una comisión que apoye y de seguimiento al plan estratégico.

4.4.Desarrollar el proceso, implementación y evaluación de la estrategia

4.4.1. Alcance del plan

El alcance del plan estratégico establece los límites de hasta donde en términos espaciales esta dirigido el plan; en términos temporales hasta cuando, se definen sus objetivos y los plazos que este significa en términos de procedimientos, actividades que son parte de su implementación y desarrollo, se establecen los actores y responsables de su ejecución y puesta en marcha, se determinan en términos tangibles las metas a lograr y los riesgos.

Tabla 42

Alcance del plan estratégico

Nº	Alcance	Descripción	Observación
1	Lugar	Departamento: Huánuco Provincia: Huamalíes Distritos: <u>Arancay</u> , Chavín de Pariarca, Jacas Grande, Jircán, Llata, Miraflores, Monzón, Punchao, Puños, Singa, Tantamayo.	Se incluyen sus centros poblados rurales que conforman cada uno de los distritos
2	Tiempo	2023 – 2026	Horizonte temporal del plan
3	Superficie	3145 km ²	En el área de estudio están integradas las áreas de los distritos que la conforman

3	Responsables	Municipalidad de provincia de Huamalés y distritos	Municipalidad provincial desarrolla, supervisa e implementa el plan.
4	Objetivo	Fomentar el ecoturismo en Huamalés, como una actividad clave para lograr el desarrollo sostenible de la Región Huánuco.	Se desarrolla sobre la base del PENTUR al 2025
5	Metas	Instrumento de gestión para fomentar el ecoturismo donde se proponen los proyectos y actividades a desarrollar para la actividad	Plan estratégico conformado por acciones y actividades
6	Población beneficiada	A nivel de provincia 52 039 hab. (INEI, 2017). Con trabajos directos e indirectos a la actividad. Se benefician los negocios y empresas privadas, las municipalidades.	Población residente, empresas de servicios turísticos y la municipalidad provincia.

Nota. Elaboración propia

La declaración del alcance del plan estratégico es un documento escrito se especifica el alcance de dicho instrumento de gestión; este podría ser una sección del plan. Además, si estás trabajando con un equipo o agencia externos, puedes convertir la declaración del alcance en una declaración de trabajo (SOW), para consolidar los acuerdos con tus proveedores en el caso de implementar proyectos de desarrollo ecoturístico (Tabla 42).

4.4.2. Objetivos estratégicos general y específicos

Los objetivos estratégicos son los fines, metas, cuya finalidad es lograr en un periodo de tiempo su cumplimiento; su importancia es porque son parte de la estrategia de la organización, y están alineados a la visión, misión y valores.

Su construcción se dio a partir del cruce de variables del Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA), determinándose los objetivos generales, específicos y las acciones. Los objetivos identificados fueron los siguientes (Tabla 43):

Objetivo general. Fomentar el ecoturismo en Huamalés, como una actividad clave para lograr el desarrollo sostenible de la Región Huánuco, sobre la base de la diversidad de los recursos naturales y culturales existentes, propendiendo a generar una conciencia ecoturística y medioambiental, para el mejoramiento de la calidad de vida de la población.

Objetivos Específicos. Son los siguientes:

- OE.1. Convertir al distrito Huamalés, en uno de los destinos ecoturísticos, científicos y culturales más atractivos del país

- OE.2. Formar capacidades locales para el desarrollo de las actividades ecoturísticas
- OE.3. Desarrollar una gestión ecoturística con la participación de los diferentes actores sociales e institucionales.
- OE.4. Promover proyectos que contribuyan a atender los problemas sociales, ambientales y de salud Pública, así como los futuros impactos propios de las actividades que se desarrollan en Huamalíes.

4.4.3. Líneas estratégicas

Sobre la base de los objetivos identificados se determinaron las líneas estrategias

Tabla 43

Líneas estratégicas

<p>OBJETIVO ESTRATÉGICO 1: Convertir al distrito Huamalíes, en uno de los Destinos Turísticos Ecológicos, Científicos y Culturales más Atractivos del País</p> <p>Estrategia 1. Ampliación del conocimiento de la diversidad ambiental y cultural, con el propósito de incorporar nuevos atractivos Ecoturísticos, y mejorar los ya existentes.</p> <p>Estrategia 2. Implementación de mecanismos que incentiven la inversión privada en los ámbitos económicos, ambientales y sociales para impulsar la actividad Ecoturística.</p> <p>Estrategia 3. Identificación y desarrollo de mercados y de un programa de marketing, en el ámbito nacional e internacional, de los atractivos y circuitos Ecoturísticos de Huamalíes., generando ventajas competitivas.</p> <p>Estrategia 4. Fortalecimiento del sistema de información del Ecoturismo en Huamalíes.</p>
<p>OBJETIVO ESTRATÉGICO 2: Formar Capacidades Locales para el Desarrollo de las Actividades Turísticas</p> <p>Estrategia 1. Fortalecimiento de los programas de capacitación, actualización y formación Ecoturística en el nivel inicial, medio y superior.</p> <p>Estrategia 2. Concienciación de la población para promover aptitudes y actitudes para el desarrollo Ecoturístico.</p>
<p>OBJETIVO ESTRATÉGICO 3: Desarrollar una Gestión Ecoturística con la participación de los diferentes actores sociales e institucionales.</p> <p>Estrategia 1. Fortalecimiento de mecanismos de coordinación interinstitucional, y de participación de los diferentes actores de la región Huánuco.</p> <p>Estrategia 2. Garantía de la calidad del servicio tomando en cuenta un sistema de calificación concertado.</p> <p>Estrategia 3. Desarrollo de un sistema concertado de seguridad orientado al turista.</p>
<p>OBJETIVO ESTRATÉGICO 4: Promover Programas que contribuyan a atender los Problemas Sociales, Ambientales y de Salud Pública, así como los Futuros Impactos Propios de las actividades que se desarrollan en Huamalíes</p> <p>Estrategia 1. Orientación de la ocupación ordenada del territorio mediante planes integrales de desarrollo, y de la Zonificación Ecológica Económica - ZEE.</p> <p>Estrategia 2. Orientación de los recursos económicos, producidos por la conservación aplicada al turismo, hacia el beneficio de las poblaciones aledañas.</p>

Nota. Elaboración propia

Tabla 44

Acciones estratégicas específicas

Objetivos Estratégicos	Línea estratégica	Acciones
OE.1. Convertir a la provincia de Huamalés., en uno de los Destinos Turísticos Ecológicos, Científicos y Culturales más Atractivos del País	A. Estrategia 1. Ampliación del conocimiento de la diversidad ambiental y cultural, con el propósito de incorporar nuevos atractivos Ecoturísticos, y mejorar los ya existentes.	1.1.1. Elaborar e implementar programas de investigación, orientados a la generación de conocimientos de la diversidad ambiental y cultural.
		1.1.2. Inventariar y clasificar los recursos turísticos potenciales existentes en Huamalés.
		1.1.3. Identificar las necesidades existentes en cuanto a los atractivos turísticos, potenciales y actuales en Huamalés.
		1.1.4. Realizar estudios sobre los beneficios ambientales y socioeconómicos que aporta la actividad ecoturística en Huamalés.
		1.1.5. Coordinar con los municipios y el Instituto Nacional de Cultura para desarrollar eventos de folklore, y otras manifestaciones artístico-culturales locales, con calidad internacional, e incluirlos en paquetes ecoturísticos.
		1.1.6. Coordinar con el Instituto Nacional de Cultura y los municipios un programa de mantenimiento de los patrimonios histórico-culturales.
		1.1.7. Promocionar a Huamalés., como un destino diversificado de ecología y aventura, ampliando el mercado hacia el turismo de convenciones, de actividades culturales, y otros.
		1.1.8. Elaborar e implementar los circuitos ecoturísticos.
		1.1.9. Incentivar el turismo agroecológico, esotérico y de salud.
		1.1.10. Elaborar y ejecutar un programa de señalización e información ecoturística en la carretera, caminos y accesos a los principales atractivos turísticos.
	B. Estrategia 2. Implementación de mecanismos que incentiven la inversión privada en los ámbitos económicos, ambientales y sociales para impulsar la actividad Ecoturística.	1.2.1. Revisar y proponer cambios en la legislación vigente que norma la actividad turística, de los recursos naturales y el medio ambiente, a fin de hacerla concordante, más ágil, menos burocrática, para que genere los incentivos necesarios para la inversión en la actividad, y en aquellas otras conexas, para fomentar y promocionar el turismo sostenible en el país, en función de las particularidades de cada región.
		1.2.2. Coordinar con el Ministerio de Transportes, para que considere en su presupuesto la construcción y mejoramiento de carreteras y caminos de acceso a los atractivos turísticos.
		1.2.3. Desarrollar un programa de infraestructura para promover el ecoturismo en áreas silvestres protegidas poco desarrolladas, asegurando que cuenten con servicios básicos.
	C. Estrategia 3. Identificación y desarrollo de mercados y de un	1.3.1. Realizar estudios de mercado en el ámbito nacional e internacional.
		1.3.2. Definir los criterios para la elección de nuevos atractivos y circuitos turísticos, que van a ser incorporados en la oferta turística regional.
1.3.3. Crear una oferta ecoturística en Huamalés, en función de la demanda internacional.		

	<p>programa de marketing, en el ámbito nacional e internacional, de los atractivos y circuitos Ecoturísticos de Huamalés., generando ventajas competitivas.</p>	<p>1.3.4. Difundir en el exterior las condiciones favorables existentes para la inversión en la región para el fomento del ecoturismo de negocios.</p> <p>1.3.5. Producir material promocional y participar en ferias internacionales.</p> <p>1.3.6. Concertar con las líneas aéreas, operadores ecoturísticos y sector público pertinente, para desarrollar campañas promocionales de visitas a Huamalés.</p> <p>1.3.7. Promover el “turismo cuadrangular”, mediante convenios turísticos con Ecuador, Colombia y Brasil.</p> <p>1.3.8. Facilitar la llegada de nuevas líneas aéreas, y apoyar las existentes.</p>
	<p>D. Estrategia 4. Fortalecimiento del sistema de información del Ecoturismo en Huamalés.</p>	<p>1.4.1. Elaborar y diseñar materiales de promoción para difundir los atractivos ecoturísticos de Huamalés., con énfasis en la diversidad biológica.</p> <p>1.4.2. Desarrollar un programa de difusión, nacional e internacional, de las potencialidades del ecoturismo de naturaleza en la región, de la legislación promotora del turismo vigentes en el país.</p> <p>1.4.3. Realizar campañas de publicidad en medios masivos de los Estados Unidos, Canadá, Europa y Sur América.</p> <p>1.4.4. Mantener relación estrecha con los medios de prensa nacionales y extranjeros, así como con agentes de viajes y operadores para estimular, entre otros, el aumento de los vuelos charter.</p> <p>1.4.5. Fortalecer el Sistema de Información Turística de Huamalés (www.siturismo.org.pe), mediante la participación y permanente de los actores del sector turismo en su actualización, mantenimiento y financiamiento.</p> <p>1.4.6. Crear centros de información turística en diferentes puntos del país, y de Huamalés.</p>
OE.2. Formar Capacidades Locales para el Desarrollo de las Actividades Turísticas	<p>formación Ecoturística en el nivel inicial, medio y superior.</p> <p>F. Estrategia 1. Fortalecimiento de los programas de capacitación, actualización y formación Ecoturística en el nivel inicial, medio y superior.</p> <p>G. Estrategia 2. Concienciación de la población para promover aptitudes y actitudes para el desarrollo Ecoturístico.</p>	<p>2.1.1. Programar y ejecutar cursos de capacitación de gestión empresarial en ecoturismo.</p> <p>2.1.2. Programar y ejecutar cursos de capacitación en cooperación técnica internacional.</p> <p>2.1.3. Desarrollar eventos de capacitación en atención al turista para las poblaciones locales.</p> <p>2.1.4. Incentivar la formación de clubes de ecoturismo, en todos los niveles educativos, así como asociaciones de turismo en las comunidades.</p> <p>2.1.5. Coordinar con el sector educación, institutos especializados en turismo, universidades e institutos tecnológicos existentes en Huamalés, para la intensificación de la enseñanza de inglés en los diferentes niveles educativos.</p> <p>2.1.6. Incorporar personal capacitado en turismo, diseño e informática a las instituciones encargadas de promocionar el ecoturismo.</p> <p>2.2.1. Formar líderes en ecoturismo.</p> <p>2.2.2. Concertar con las universidades e institutos tecnológicos la creación y fortalecimiento de facultades, escuelas y especialidades en ecoturismo, para la formación de personal especializado, a diferentes niveles.</p> <p>2.2.3. Desarrollar programas de educación ambiental en el ámbito de Huamalés.</p> <p>2.2.4. Considerar en el currículo educativo la importancia de la actividad turística, como instrumento para la conservación de los recursos naturales, y por su contribución al desarrollo de la región.</p>
OE.3. Desarrollar una Gestión Ecoturística con la participación de los	<p>H. Estrategia 1. Fortalecimiento de mecanismos de coordinación</p>	<p>3.1.1. Concertar, entre todos los actores de la actividad ecoturística regional, la elaboración de planes operativos anuales en el marco del “Plan estratégico de desarrollo ecoturístico en Huamalés: atractivos turísticos y lineamientos de uso”.</p> <p>3.1.2. Incorporar a las comunidades, organizaciones sociales y pequeños empresarios, presentes en la zona, en el</p>

<p>diferentes actores sociales e institucionales.</p> <p>OE.4. Promover Programas que contribuyan a atender los Problemas Sociales, Ambientales y de Salud Pública, así como los Futuros Impactos Propios de las actividades que se desarrollan en Huamalíes.</p>	<p>interinstitucional, y de participación de los diferentes actores de la región Huánuco.</p> <p>I. Estrategia 2. Garantía de la calidad del servicio tomando en cuenta un sistema de calificación concertado.</p> <p>J. Estrategia 3. Desarrollo de un sistema concertado de seguridad orientado al turista.</p> <p>K. Estrategia 1. Orientación de la ocupación ordenada del territorio mediante planes integrales de desarrollo, y de la Zonificación Ecológica Económica - ZEE.</p> <p>L. Estrategia 2. Orientación de los recursos económicos, producidos por la conservación aplicada al turismo, hacia el beneficio de las poblaciones aledañas.</p>	<p>proceso de desarrollo turístico regional.</p> <p>3.1.3. Motivar al sector privado para la elaboración y ejecución de campañas promocionales.</p> <p>3.1.4. Organizar visitas a otros lugares turísticos, nacionales e internacionales, para los actores del ecoturismo regional, para incrementar experiencias y conocimientos en el turismo de naturaleza, y de otros tipos.</p> <p>3.1.5. Organizar paneles, seminarios y talleres de la actividad ecoturística, para mejorar la cantidad y calidad de los servicios.</p> <p>3.1.6. Promocionar las inversiones nacionales y extranjeras brindándoles seguridad y agilizando trámites</p> <p>3.2.1. Elaborar normas del sector que permitan viabilizar el uso de los recursos ecoturísticos y de la infraestructura,</p> <p>3.2.2. Elaborar normas que incentiven la inversión del turismo en la región Huánuco.</p> <p>3.2.3. Crear incentivos para los espectáculos y eventos culturales que se desarrollen en la región.</p> <p>3.3.1 Diseñar normas de atención y rapidez necesaria; y que permitan que cualquier reclamo del turista sea atendido con prontitud.</p> <p>3.3.2. Desarrollar campañas dirigidas a la población para aumentar la conciencia sobre la conservación de los recursos naturales, y el trato adecuado al visitante.</p> <p>3.3.3. Implementar la policía de ecoturismo en la región, y trabajar en su desburocratización.</p> <p>4.1.1. Apoyar programas que embellezcan y ofrezcan seguridad en áreas de interés ecoturístico, monitoreando programas de limpieza y manejo de desechos.</p> <p>4.1.2. Focalizar y orientar los programas sociales, de salud e infraestructura del Gobierno.</p> <p>4.1.3. Crear mecanismos de evaluación del impacto de la actividad ecoturística en el ámbito de Huamalíes.</p> <p>4.1.4. Concertar con el sector público la identificación de los parámetros de evaluación de los impactos de la actividad ecoturística en el medio ambiente, la naturaleza y las poblaciones; así como los términos de referencia de los estudios de impacto a presentar como requisito para operar atractivos, circuitos e infraestructura ecoturística.</p> <p>4.1.5. Medir permanentemente el impacto ambiental de la actividad ecoturística mediante programas de certificación de sostenibilidad ecoturística, así como la medición de los indicadores de sostenibilidad del ecoturismo.</p> <p>4.2.1. Elaborar un plan de capacitación para la población rural sobre naturaleza, medicina tradicional y uso de la diversidad biológica.</p> <p>4.2.2. Concertar con los gobiernos locales para mantener la producción agraria familiar sostenible de la zona rural de.</p> <p>4.2.3. Coordinar y concertar con los centros de investigación de la zona, la generación y transferencia de tecnologías limpias, y de largo plazo, para la población de Huamalíes.</p> <p>4.2.4. Concertar con el gobierno regional Huánuco y la banca de fomento agrario la elaboración de proyectos productivos sostenibles, y su financiamiento, para las poblaciones rurales en Huamalíes.</p> <p>4.2.5. Instalar huertos de plantas medicinales en las comunidades del ámbito de Huamalíes.</p>
---	---	---

Nota. Elaboración propia

4.4.4. Diseño de proyectos estratégicos

A continuación, se proponen proyectos estratégicos para cada una de las líneas estratégicas identificadas.

Línea estrategia 1. Ampliación del conocimiento de la diversidad ambiental y cultural, con el propósito de incorporar nuevos atractivos ecoturísticos, y mejorar los ya existentes.

Tabla 45

Ficha de diseño del proyecto de lineamiento estratégico

1. Título	Instalación de los servicios turísticos públicos de señalización, interpretación e información turística en el complejo arqueológico Jagrarg
2. Presentada por	Gobierno Regional Huánuco
3. Municipalidad origen	Municipalidad Provincial de Huamalés
4. Provincia / departamento	Huamalés/Huánuco
5. Involucrados Públicos del Proyecto	Gobierno Regional de Huánuco Municipalidad Provincial de Huamalés Dirección Desconcentrada de Cultura Huánuco Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo
6. Perfil del Visitante	Regional, Nacional y Extranjero
7. Tipo de Turismo que promueve el PIP	Turismo cultural y turismo de aventura
8. Problemática Identificada	Los visitantes del complejo arqueológico Jagrarg están recibiendo limitados servicios turísticos. Asimismo, se han registrado casos de inseguridad al turista en la ruta de acceso.
9. Objetivo	Adecuadas condiciones para desarrollar la actividad turística en el complejo arqueológico Jagrarg
10. Inversión estimada/Tiempo de Ejecución (años)	S/.45,000.00 / 6 meses

Nota. Elaboración propia

Estrategia 2. Fortalecimiento de los programas de capacitación, actualización y formación
Ecoturística en el nivel inicial, medio y superior.

Tabla 46

Ficha de diseño del proyecto de lineamiento estratégico 2

1. Título	Capacitar a las autoridades, dirigentes, líderes de las instituciones y sociedad civil en los aspectos turísticos de la Provincia de Huamalés.
2. Presentada por	Gobierno Regional Huánuco.
3. Municipalidad origen	Municipalidad Provincial de Huamalés
4. Provincia / departamento	Huamalés/Huánuco
Involucrados Públicos del Proyecto	Gobierno Regional de Huánuco Municipalidad Provincial de Huamalés Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo
5. Perfil del Visitante	Regional, Nacional y Extranjero
6. Tipo de Turismo que promueve el PIP	Turismo cultural y turismo de aventura
7. Problemática Identificada	Desconocimiento de los conceptos principales en Turismo Comunitario, cultural y de Naturaleza.
8. Objetivo	Lograr capacitar a las autoridades de la Provincia de Huamalés, sus funcionarios y profesionales, dirigentes y líderes de las instituciones públicas – privadas respecto a las potencialidades turísticas de los distritos de la provincia de Huamalés.
9. Inversión estimada/Tiempo de Ejecución (años)	S/.30,000.00 / 1 año

Nota. Elaboración propia

Estrategia 3. Fortalecimiento de mecanismos de coordinación interinstitucional, y de participación de los diferentes actores de la región Huánuco.

Tabla 47

Ficha de diseño del proyecto de lineamiento estratégico 3

1. Título	Mejoramiento e instalación de servicios turísticos públicos en los distritos Llata, Jacas y Chavín de Pariarca
2. Presentada por	Gobierno Regional Huánuco.
3. Municipalidad origen	Municipalidad distrital de Llata, Jacas y Chavín de Pariarca
4. Provincia / departamento	Huamalés/Huánuco
5. Involucrados Públicos del Proyecto	Gobierno Regional de Huánuco Municipalidad Provincial de Huamalés Municipalidad distrital de Llata, Jacas y Chavín de Pariarca Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo
6. Perfil del Visitante	Regional, Nacional y Extranjero
7. Tipo de Turismo que promueve el PIP	Turismo cultural, naturaleza y de aventura
8. Problemática Identificada	Los visitantes a los distritos Llata, Jacas y Chavín de Pariarca reciben inadecuados servicios turísticos públicos.
9. Objetivo	Adecuadas condiciones para desarrollar la actividad turística en el complejo arqueológico Jagrarg
10. Inversión estimada/Tiempo de Ejecución (años)	S/.850,000.00 / 2 años

Nota. Elaboración propia

Estrategia 4. Orientación de los recursos económicos, producidos por la conservación aplicada al turismo, hacia el beneficio de las poblaciones aledañas.

Tabla 48

Ficha de diseño del proyecto de lineamiento estratégico 4

1. Título	Instalación de servicios turísticos públicos de orientación y disfrute del paisaje del bosque de piedras Quiyayoy
2. Presentada por	Gobierno Regional Huánuco.
3. Municipalidad origen	Municipalidad distrital de Jacas
4. Provincia / departamento	Huamalíes/Huánuco
5. Involucrados Públicos del Proyecto	Mincetur Gobierno Regional de Huánuco DIRCETUR Huánuco Municipalidad Provincial de Huamalíes
6. Perfil del Visitante	Local y Regional
7. Tipo de Turismo que promueve el PIP	Turismo de Naturaleza y Turismo Cultural
8. Problemática Identificada	Limitado y deficiente prestación de servicio turísticos Limitada conservación del patrimonio cultural y natural Escasa gestión y promoción turística la ruta turística
9. Objetivo	Adecuadas condiciones para desarrollar la actividad turística en el bosque de piedras Quiyayoy
10. Inversión estimada/Tiempo de Ejecución (años)	S/.200,000.00 / 1 año

Nota. Elaboración propia

4.4.5. Implementación y seguimiento del plan estratégico

Para la implementación y seguimiento de este plan estratégico de ecoturismo, para la provincia de Huamalíes, será necesario que la población participe, así como también de las diferentes instituciones públicas responsables de la implementación de proyectos e infraestructura en turismo, que permita el desarrollo de Huamalíes, y la sociedad a través del trabajo digno.

En relación a los actores que participan en el desarrollo del fomento del ecoturismo, deben estar vinculados para llevar a cabo procesos tendientes a la gestión del destino, se trabaja en función de metas específicas de desarrollo ecoturístico, permitiendo suministrar a los visitantes servicios turísticos atractivos, innovadores y de calidad, incrementando la participación del destino en los mercados domésticos y globales, asegurando que los recursos locales en los que se basa el turismo se emplean de manera sostenible y eficiente (Dupeyras y MacCallum, 2013).

Para implementa el plan será necesario lo siguiente:

1. La autoridad a implementar el modelo, debe entender ampliamente el modelo, dedicarle el tiempo para su planeación y orientación y ejemplificar l gerencia de las competencias de su sector.
2. Se debe tener organizado y fundamentados los lineamientos estratégicos; estos deben estar claros y asimilados o comprendidos por los diferentes niveles de gestión del Modelo; determinándose plena conciencia las competencias de prioridad en el sector.
3. En la cultura de la organización se debe imperar el compromiso por el trabajo, interés en el mejoramiento personal y del trabajo y una actitud favorable hacia la medición.
4. La estructura organizacional deberá estar claramente diseñada y no deberán avizorarse cambios inmediatos sobre la estructura de cargos y/o roles.
5. El clima organizacional del sector, debe ser favorable y, en lo posible, ausente de tensiones que frenen u obstaculicen el desarrollo del modelo.
6. Deberá existir disposición para constituir equipos consultores internos que aporten análisis y datos sobre las exigencias laborales, profesionales y organizacionales, los cuales a su vez se constituyen en insumos para la construcción de los mapas de competencias.

7. La disponibilidad de los integrantes de los equipos consultores presupone la destinación del tiempo y atención necesarias para el estudio y desarrollo del modelo, a fin de evitar la prolongación de un proceso que fácilmente puede caer en obsolescencia, dadas las rápidas transformaciones de los roles de trabajo.

Tabla 49

Matriz de los involucrados en el desarrollo del ecoturismo

Instituciones	Intereses	Problemas	Recursos	Interés en el proyecto	Conflictos potenciales
Población del distrito Huamalés	Mejorar la calidad de vida, mediante el trabajo digno.	Falta de capacitación en materia Turística.	Disponibilidad económica	Desarrollo de actividades ligadas al turismo	Poca sostenibilidad y credibilidad en el proyecto
Municipalidad Distrito (Provincial)	Asignación de recursos económicos para la ampliación de infraestructura turística.	Limitado presupuesto para promover actividades ligadas con el turismo.	Capacidad de gestión, respaldo político.	Alianzas estratégicas, respaldo popular.	Ordenanzas municipales que afecten al proyecto, como permisos de funcionamiento
MINCETUR	Asignación de recursos económicos, como parte de la promoción del Perú como potencia Turística.	Cuenta con recursos económicos para el desarrollo de estas actividades.	Financiamiento, capacidad de gestión, Conocimiento infraestructura y recurso humano.	Alianzas estratégicas con el gobierno municipal Provincial (Huamalés), y el sector privado	Apoyos públicos y privados.
Instituciones Financieras	otorgación de créditos	Morosidad en el pago de cuotas	Aprobación y desembolso de crédito	Recuperación de cartera	Negación de crédito

Nota. Elaboración propia, sobre la base de revisión documental y de casos.

La implementación recaerá en la Municipalidad Provincial de Huamalés y los distritos de Arancay, Monzón, Llata, Puños, Miraflores, Jacas Grande, Singa, Tantamayo, Puncha, Jircan y Chavín de Parí; mediante funciones de tipo económico, turístico, educación y cultura, seguridad ciudadana, desarrollo urbano, infraestructura y fiscalización.

En la Municipalidad se designaría un equipo técnico especializado, con un responsable de las áreas de desarrollo y promoción turística, quienes llevaran adelante la implementación del plan estratégico, de acuerdo a las funciones que se asignen, durante los 5 años.

Es importante que, para la correcta implementación de la presente propuesta de plan estratégico, se tomen en cuenta los siguientes aspectos:

- Que el establecimiento de la visión parte de hechos reales, del análisis estratégico desarrollado con los micro y pequeños empresarios, incorporando los deseos y aspiraciones de los mismos (lo que es más probable para su cumplimiento), ya que estuvieron involucrados durante la construcción del proceso de la planeación estratégica.

- Las proyecciones se realizan para un periodo de cinco años, a partir del año 2022, se determinan las actividades que deben seguirse para el cumplimiento de una misión y visión conjuntas en la búsqueda del desarrollo económico local del sector Mypes.

- El incumplimiento de las acciones definidas para un determinado año, llevaría a realizar un mayor esfuerzo en el año siguiente para alcanzar los objetivos establecidos.

- A partir de las acciones establecidas en la propuesta de este plan estratégico, representantes de la municipalidad provincial, MINCETUR, junto con las Mypes de la zona, deberán realizar planes operativos anuales, contemplando los objetivos establecidos en el plan.

4.4.6. Evaluación y control

La evaluación y control del plan estratégico, estaría a cargo de un comité de ecoturismo quienes velarán por el cumplimiento de los objetivos estratégicos general y específicos formulado en el plan. En relación con la evaluación, su objetivo será rendir cuentas y disponer de indicadores que revelaría los resultados importantes a tener en cuenta en la toma de decisiones.

4.4.7. Indicadores de desempeño del plan estratégico

A continuación, se presentan los indicadores que garantizarán que el diseño del plan estratégico de ecoturismo de Huamalíes, contribuirá al desarrollo económico de las poblaciones y las micro y pequeñas empresas dentro de la provincia y distritos que lo conforman.

- Incrementar aproximadamente en un 50% el nivel de ventas mensual.
- Aproximadamente un 70% de Mypes, utilicen técnicas presupuestarias formales para determinar la capacidad a producir.
- Crear un modelo asociativo integrado aproximadamente por 80 Mypes.
- Apertura de 10 nuevos negocios de manera integrada
- Realización semanal de ferias, festivales, rutas turísticas entre otros.
- Incremento del número de turistas en la zona en un 10% mensual
- Monto de financiamiento brindado por parte de instituciones gubernamentales y no gubernamentales, así como el número de capacitaciones brindadas por las mismas. Para tener una visión más clara de la implementación del plan estratégico se presenta un plan operativo desarrollado para el primer año del periodo de planeación estratégica, el cual integra las actividades y subactividades a realizar con los recursos humanos y financieros necesarios, estableciéndolos en un periodo de tiempo específico.

V. Discusión de resultados

5.1. Sobre la situación actual de los recursos, demanda y oferta ecoturística

Conocer la situación actual de la oferta y demanda ecoturística, es un punto de partida para planificar la actividad; en este sentido, en la provincia de Huamalíes ubicado en flanco oriental de la cordillera central; cuya capital es la ciudad de Lata creada en 1891, se asienta en la vertiente del atlántico; formado por los sectores del río Marañón y el Huallaga; rico en flora, fauna; y recursos ecoturísticos para su fomento y desarrollo del ecoturismo mediante un instrumento de gestión, como el plan estratégico, que proyecte estas actitudes.

La provincia de Huamalíes, cuenta con una variedad de recursos ecoturístico que son pocos visitados y explotados para la actividad por sus autoridades locales y regionales, se caracteriza por contar complejos arqueológicos como el de Jagrarag; sitios como Llacuy y Winau, capillas y bosques como el de piedra Quiyayayog, lagunas de Gasha Cocha y Hualguish Cocha, ubicadas en Chavín de Pariarca. Sobre la demanda ecoturística, de acuerdo con información de la Dirección Regional de Turismo de Huánuco (2019), llegaron a 2019 10,865 visitantes nacionales y 5,985 extranjeros, con un total de 112,849, al 2018.

Con la encuesta, se conoció la percepción social del ecoturismo en Huamalíes; y, los resultados fueron que, el 33.3% sabe muy poco sobre recursos ecoturísticos, el 50% sabe bien que la zona es un potencial para desarrollar el ecoturismo, el resto lo desconoce; más del 17% no le interesa la actividad y manifiesta no aprovecharla para ofrecer un producto o servicio; sobre el plan estratégico, más del 60% desconoce que es un plan estratégico, la visión y misión y menos que su municipalidad lo cuente, solo el 46.4% sabe que es un FODA y un 26.8% cree que se puede fomentar el turismo en su zona, el 40.6% dice que si considera que el ecoturismo sería una fuente de ingresos y solo el 24.7% participaría en la implementación del PE.

Al comparar la investigación con el estudio de Quiroz (2016), en Riobamba provincia de Chimborazo, desarrollo un estudio de mercado para conocer la demanda ecoturística y uso

la encuesta como técnica; por su parte, Villa (2016), en su tesis que propone el PE para promocionar el ecoturismo en Chimborazo-Ecuador, utilizó la técnica de la encuesta para conocer la percepción de los visitantes, oferta y demanda; otro autor como Ganchozo y Loor (2015), en Pichincha- provincia Manabí, desarrolló talleres participativos, entrevistas y encuestas, para obtener información del ecoturismo; en el Perú, Rodríguez (2018), en el PE de desarrollo en Espinar-Cusco; aplicó la encuesta a la población; y, Mego (2018), en Moyobamba, empleó el cuestionario, aplicado a la población de la provincia; todos ellos coinciden con el trabajo realizado, considerando que la fuente fue la población y la información documental, estadística institucional, para determinar la oferta y demanda ecoturística.

No cabe duda de la importancia que tiene el conocimiento de la oferta y demanda turística; y, es que el turista es la razón de ser de la actividad; y por ende se debe orientar a que este consiga una experiencia única y satisfactoria en su viaje; y por ello, es necesario conocer sus características; así como de la población quienes deben participar en los procesos; ellos juegan un papel crucial en los acontecimientos para el éxito del ecoturismo; la relación entre el poblador local y el turista, debe obedecer al conocimiento de las características y necesidades del turista; para planificar rutas y circuitos vinculados a su necesidad.

Visitar Huamalés, es una experiencia en la cual se conoce que fue habitada por los pobladores de la cultura de los Yarowilcas, por ello es que dentro de esta provincia se encuentran diversos restos arqueológicos como el Complejo, lagunas, cerros , montañas, bosques y una oferta de productos y servicios propios para el turista que le gusta de la naturaleza y de la convivencia con las comunidades, recursos forestales y faunísticos; es decir, con un el gran potencial para el desarrollo de las actividades ecoturísticas, espacios en el que paradójicamente se encuentran áreas de pobreza extrema.

5.2.Sobre la propuesta de visión, misión, valores y código de ética

Para Taylor (2010), la misión y visión son elementos esenciales en el plan estratégico; mientras la misión es la razón de ser y es la esencia de la personas, empresa o institución; la visión es la proyección hacia donde deseamos llegar, o lo que es fundaméntela lo que deseamos lograr en ese horizonte que puede ser corto o largo plazo; en el caso del plan de Huamalíes, se plantean ambos elementos y adicionalmente los valores que van ayudar en la gestión y se convierten en guías a la administración de las personas y ejecutivos que vallan por una dirección correcta; otro elemento adicional que se suma es el código de ética del sector.

Para el plan estratégico de Huamalíes, se propone al 2026, convertir a la provincia en un destino ecoturístico, auténtico, seguro, resiliente que se caracteriza por su hospitalidad, amabilidad y el buen trato de su gente; cuya misión es ser un modelo de desarrollo ecoturístico sostenible, con una biodiversidad y atractivos ecoturístico para el mundo; con servicios y productos ecoturísticos de calidad; caracterizado por valores de hospitalidad, cordialidad, inclusión, cuidado del medio ambiente, responsabilidad socioambiental y seguro; contribuyendo con la reducción de la pobreza, con la educación, igualdad de género, acceso al agua y energía, entendimiento mutuo de pueblos y el desarrollo sostenible (OMT, 199).

La caracterización de la visión de la provincia de Huamalíes, es un destino auténtico cuyo valor es integral y sincera, sin tener otros modelos o tradiciones externas; seguro, porque salvaguarda la seguridad física, psicológica y los bienes de los turistas nacionales y extranjeros que visitan los diferentes atractivos de la provincia; es resiliente cuya virtud es superar las dificultades que se le presente con mucha confianza en su gente y autoridades; con hospitalidad y amabilidad de las personas que le dan atención a los visitantes, con un buen trato de su gente, cuya capacidad competitiva crea e integra productos con valor añadido, permitiendo sostener los recursos locales y conservar su posición en el mercado.

Al comparar la investigación con los realizados por Quiroz (2016), en el PE en Chimborazo-Ecuador, concluye con la propuesta de la misión y visión; por su parte Villa (2016), en el PE de promoción del turismo en Guayaquil, sustenta la visión y misión con sus valores, para consolidar el turismo como herramienta de desarrollo y rentabilidad social; Ganchozo y Loor (2015), en el PE del cantón Pichincha donde se establecieron la misión, visión, los ejes estratégicos; Rodríguez (2018), en el PE en Pichigua-Cusco; desarrolla el PE 2018-2025, no propone estos componentes; sin embargo, proyecta el desarrollo local sostenible al 2025; por su lado, Mego (2018), en el PE, en Moyobamba, estableciendo la misión, visión, y el nivel del PE; todos ellos concuerdan con la investigación realizada, en este punto.

Otros autores como Altuna, Rodríguez, Salinas, y Zegarra, (2017) en el planeamiento estratégico para la Industria del Turismo de la región La Libertad, generó la misión, visión, los valores y hace referencia al acuerdo de la OMT (1999), sobre el código de ética para el sector, señalando que, ante los cambios tecnológicos el Plan Estratégico, debe lograr establecer alianzas que sean capaces de generar nuevos destinos y productos turísticos diferenciados; sobre la base del objetivo o razón de la institución local enfocándose en los objetivos a cumplir, de acuerdo con las expectativas que se espera de cara a los 5 años que fuera proyectado el instrumento de gestión; bajo este contexto, la investigación coincide con la desarrollada.

Proponer la misión, visión y valores, es la base del PE, porque van a definir la base de la institución que en el caso es la municipalidad de Huamalés; en el caso, el aporte está en generar esta propuesta para la discusión y análisis de sus componentes textuales que lo integran; ambos conceptos de la misión y visión, se arraigan a las ideologías, valores y propósitos articulándolo por la municipalidad; cabe señalar, que sin proponer la misión y visión es casi imposible establecer la estrategia de la actividad; en resumidas, la misión es inmediata, precisa y específica, pues se espera concretar en el presente, mientras que la visión puede ser más global y menos específica, porque es una declaración de lo que se aspira a largo plazo.

5.3.Sobre la evaluación interna a través del análisis DAFO

El propósito de este punto es analizar la situación interna y externa haciendo uso de la matriz de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, más conocido como FODA, para fomentar el ecoturismo en la provincia de Huánuco; dicha matriz también conocida como una herramienta estratégica, permite analizar la situación de una institución u actividad que deseamos conocer sus factores internos y externos, que influyen en el éxito de una institución y/o actividad en específico, que para el caso de estudio es, el ecoturismo en Huamalíes.

En relación con los factores internos del ecoturismo en Huamalíes, se pudieron determinar 15 fortalezas destacando su riqueza en biodiversidad, etnias, costumbres, clima, gastronomía, y oferta variada de recursos ecoturísticos; en relación con sus principales debilidades, hay una deficiente promoción ecoturística, carencias de recursos humanos, débil vocación productiva ligada al ecoturismo, deterioro ambiental, mala infraestructura, no se cuenta con instrumentos de gestión ecoturística y poca capacidad de gobernanza para desarrollar proyectos ecoturísticos.

Los factores externos que, si bien no dependen de la actividad y la institución que lo gestiona, se han identificado como oportunidad el incremento progresivo luego de la pandemia del ecoturismo, precios aun competitivos y es posible el desarrollo de convenios interinstitucionales, la empresa participa progresivamente en la actividad y hay un aumento y tendencia positiva del uso de Internet para Planificar viajes y buscar información; las amenazas a las que hay que contrarrestar son la seguridad interna aún se ha convertido en una desventaja para el turismo en general, la recuperación económica progresiva y la inflación en el país, es una desventaja; y en términos ambientales, aun se viene dando la contaminación del agua, suelo y aire en las regiones del país, que dificulta el ecoturismo receptivo sobre todo.

En la evaluación interna, las estrategias ofensivas fueron convertir a Huamalíes en un

destino turístico, ecológico y científico, ampliando en conocimiento de la biodiversidad ambiental y cultural; incentivando la inversión e identificando nuevos mercados; las estrategias de reorientación fueron fomentar las capacidades locales para la actividad, con programas de capacitación y actualización en ecoturismo; las estrategias de supervivencia, fueron promover programas que atiendan los problemas sociales, ambientales y la salud pública, orientando los recursos al turismo y ecoturismo, mediante una ocupación ordenada del territorio con planes de desarrollo y estratégicos para el ecoturismo.

Al comprar el estudio, realizado con Quiroz (2016) en Riobamba- Chimborazo, analiza la situación para el plan estratégico, mediante el DAFO, para extinguir las debilidades y desarrollar las fortalezas. Gómez (2017), en el PE en la región San Martín; identificó la oferta turística con el análisis del FODA, explicado las causas del insuficiente desarrollo; de otro lado, Altuna, Rodríguez, Salinas, y Zegarra, (2017), en su investigación sobre el Planeamiento Estratégico para la Industria del Turismo de La Región La Libertad, diseña el plan estratégico, utilizó como herramienta para la recolección de datos fue el análisis documental que fueron ingresados en una matriz de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, más conocida como FIODA; todos ellos coincidieron en que el análisis FODA es útil para conocer la situación de la institución y actividad del ecoturismo -para el caso- en provincia Huamalíes.

Llevar a cabo un buen análisis FODA, permitirá reducir significativamente el fracaso de implementar el plan y las estrategias para el fomento del ecoturismo -sobre todo- y; es que, mediante el FODA se abordan los puntos débiles y fuertes que dependen de la propia institución y las actividades que desea fomentar dentro del ecoturismo, y ello la hace responsable de su éxito o fracaso; por otro lado, los puntos de las oportunidades y amenazas nos permiten aprovechar las primeras y erradicar las segundas; un buen análisis FODA, nos garantiza desarrollar e implementar las estrategias, con un mínimo de riesgo.

5.4.Sobre el proceso, implementación y evaluación de la estrategia

Esta parte busca determinar el proceso, implementación y evaluación de la estrategia, para fomentar el ecoturismo, en la provincia Huamalíes, en este contexto, se diferencia la formulación que fuera dada en el punto anterior con la evaluación e implementación que esta vinculada con la acción, la implementación debe corresponder en administrar las fuerzas durante la acción, y los alcances, objetivos e implementación de las estrategias, proponiendo proyectos vinculados con las líneas estratégicas identificadas.

En este punto se definió el alcance del plan cuyo ámbito de estudio es la provincia Huamalíes y distritos, temporalmente determinada para el 2022- al 2026, cuyos responsables son las municipalidades de tipo provincial y distrital, con una población beneficiada de 52,039 hab.; y las empresas privadas y las municipalidades, su objetivo es fomentar el ecoturismo, mediante el plan estratégico para convertirse en un destino ecoturístico fomentando las capacidades locales y regionales y promover proyectos estratégicos. Se plantean las líneas y las estrategias a implementar, sobre la base de los objetivos citados. El objetivo central es, fomentar el ecoturismo en Huamalíes, como actividad clave para el desarrollo sostenible de la región Huánuco, sobre la biodiversidad y recursos naturales y culturales.

En relación a las principales líneas estratégicas se definen como ampliar el conocimiento de la diversidad ambiental y cultural, implementación de mecanismos que incentiven la inversión privada, identificar y desarrollar mercados, fortaleciendo con programas de capacitación y concienciación a la población y tener mecanismos de coordinación interinstitucional, garantizando la calidad del servicio; se proponen proyectos precisamente vinculados con la educación y fortalecimiento de las capacidades locales e institucionales, donde es la base para fomentar el ecoturismo; asimismo, orientar los recursos mediante la instalación de servicios turísticos en las diferentes atractivos ecoturísticos.

Para la implementación y seguimiento, es necesario identificar a los actores, sus roles e interés para articular la estrategia que conlleve al fomento y crecimiento del ecoturismo en la zona; no cabe duda que la población es un factor determinante en el proceso de implementación del plan; como lo es las municipalidades, el MTINCI como órgano que determina la política turística y las instituciones financieras privadas encargadas de otorgar los créditos para promocionar y desarrollar proyectos ecoturísticos en Huamalíes; otro punto que es importante en este proceso es el control y evaluación del desempeño del plan, cuyo propósito es ver en qué medida se viene cumpliendo con los objetivos y metas estratégicas.

Al comparar el estudio realizado, con el de Villa (2016), donde promociona el turismo en Guayaquil, en cuya implementación, define como actores a la empresa privada y la entidad locales y nacional; por su parte Ganchozo y Loo (2015), en la provincia Manabí, plantean los objetivos, estrategias, misión, visión y ejes estratégicos, para ser ejecutados por el municipio. Rodríguez (2018), en Espinar-Cusco; no establece las etapas de ejecución e implementación; por lo cual no coincide en absoluto con la investigación; finalmente, Altuna, Rodríguez, Salinas, y Zegarra, (2017) en La Libertad, destaca la ejecución del PE, con la responsabilidad de la Cámara de Comercio y Producción de La Libertad y las alianzas con la empresa privada.

No cabe duda que el éxito de un plan estratégico está en implementar las acciones contempladas en el PE; y para ello se requieren de buenos gestores que logren cumplir con las metas y objetivos estratégicos por ello la capacidad de gestión y proyección de quien dirige o pone en marcha el plan es importante en esta etapa, quien debe trabajar con un equipo de confianza con habilidades blandas -por ejemplo- a parte de los conocimientos como requisitos; y como herramienta eficaz, puede ser el cuadro de mando integral (CMI) más conocido como Balanced Scorecard, cuyo propósito es el control para establecer y gestionar los objetivos y metas estratégicas pre establecidas en el plan.

VI. Conclusiones

- Es esta tesis, según el primer objetivo, se realizó el diagnóstico sobre la situación actual de la oferta y demanda ecoturística, la cual da cuenta que Huamalíes por su posición estratégica en la región Huánuco, cuenta con recursos ecoturísticos naturales, arqueológicos, cascadas, cerros, bosques, montañas, ríos, cochas, cuyas visitas en el 2019 fueron más de 11,979 turistas entre nacionales y extranjeros; la percepción social fue que, un 33.3% sabe poco sobre recursos ecoturísticos y el 60% no sabe que es un PE, el 40.6% cree que el ecoturismo sería una fuente de ingresos familiares y el 34.9% dice que participaría en la implementación del plan estratégico.
- Según el segundo objetivo, se plantea como visión para la provincia, en convertirse en un destino ecoturístico auténtico, seguro, resiliente cuya hospitalidad y amabilidad por su gente es la clave; su misión es ser un modelo ecoturístico para el mundo y el país, con atractivos puesto en valor, ser competitivo en lo local, regional y nacional, con la participación social se proponen valores, como su hospitalidad, cordialidad, amabilidad, de su gente, la inclusión y cuidado del ambiente con responsabilidad social, dando la seguridad al visitante; y un código de ética alineado a las de la OIT.
- El análisis de la situación interna y externa sobre la base del FODA, determino que, Huamalíes como lugar para fomentar el ecoturismo cuenta con 15 fortalezas, destacando su riqueza en biodiversidad, etnias, costumbres, clima, gastronomía y una variedad de servicios de calidad; su principal amenaza es el deterioro ambiental de sus ecosistemas naturales, poca intervención del Estado y no contar con un instrumento de gestión; se determina las estrategias con programas que atiendan los problemas sociales, ambientales y la salud pública, orientando los recursos al

turismo y ecoturismo.

- Se determinó el proceso, implementación y evaluación de la estrategia, para fomentar el ecoturismo, mediante los alcances del PE, cuyos objetivos se enmarcaron en lograr que al 2026, Huamalíes logre el desarrollo ecoturístico y sea un referente de la región Huánuco, convirtiéndolo en un destino para el ecoturismo por naturaleza; se definen 11 líneas estratégicas, cuyas acciones se orientan al fomento del ecoturismo, mediante proyectos que fortalecen las capacidades locales e institucionales, el conocimiento y estudio a profundidad de sus recursos ecoturísticos, y orientar sus recursos económicos a la conservación del ambiente; se determinó que, la municipalidad provincial, es el órgano que conduce su implementación, cuya evaluación y control será por un comité de ecoturismo, designado por la municipalidad; y, mediante indicadores de evaluación se determinará el éxito o fracaso del PE, en base al cumplimiento de los objetivos y metas propuestas al 2026.

VII.Recomendaciones

- Para indagar a profundidad respecto a la situación de los recursos, oferta y demanda para el ecoturismo, es conveniente desarrollar talleres y proponer un equipo de investigación y estudio, para caracterizar y valorar el desarrollo del ecoturismo, a partir de estudios de mercado y perfil del turista, para planificar la actividad ecoturística.
- Hacer la revisión periódica de la misión y visión del plan estratégicos, para redireccionarlo y adecuarlo cuando las circunstancias lo requieran y se presenten acciones no contempladas en el plan, sin modificar los objetivos estratégicos; para ello es conveniente programar y proyectar las metas u objetivos programáticos, que operativice la marcha del plan estratégico.
- El conocer y caracterizar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas FODA, de la actividad Ecoturística, se influye directa e indirectamente en fomentar dicha actividad; por ello es necesario generar estudios sobre dimensiones, indicadores y metas, sobre la base de objetivos estratégicos.
- Mediante los cambios de los métodos, procedimientos o estrategias, es conveniente hacer su rediseño, si fuera necesario, proponiendo con ello, nuevos modelos de desarrollo para el ecoturismo, donde se enfoque en una demanda insatisfecha, con servicios y productos de calidad.

VIII. Referencias

- Arias, J. (2020) *Técnicas e instrumentos de investigación científica*. Edit. Enfoques Consulting EIRL. 1era. Edic. Sitio web file:///C:/Users/Usuario/Downloads/AriasGonzales_TecnicasEInstrumentosDeInvestigacion_libro.pdf
- Báez, A. & Acuña, A. (2003) “Guía para las mejores Prácticas de Ecoturismo en Áreas Protegidas”, Primera edición, Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas. Ciudad de México, México.
- Chalán, J. (2014) "Plan Estratégico para el Desarrollo del Turismo Rural comunitario en el distrito de Chetilla provincia de Cajamarca 2014 ", tesis de grado de la Universidad Nacional de Cajamarca. Cajamarca – Perú.
- Chalán, J. (2014) *Plan Estratégico para el Desarrollo del Turismo Rural comunitario en el Adistrito de Chetilla provincia de Cajamarca 2014* (tesis de grado). Universidad Nacional de Cajamarca, Cajamarca, Perú.
- Contreras, E. (2013) El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica. *Pensamiento & Gestión*, (35), pp. 152-181.
- Dávalos, L. (2010) “Planificación Estratégica: Visión, Misión Objetivos y estrategias” Ensayo de la PUCP. Lima-Perú.
- Fasabi, K. (2014) *Formulación de un Plan Estratégico Turístico para el distrito de San Jerónimo de Surco que fomente su Desarrollo Turístico Sostenible* (tesis de grado). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.
- Ganchozo, M. & Loor, A. (2015) *Plan estratégico para el desarrollo del turismo en la comunidad Piedra de Plata, cantón Pichincha- provincia Manabí* (tesis de pregrado). Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí, Calceta, Ecuador.

- González Mantilla, P. y Neri, L. (2015). “El Ecoturismo como alternativa sostenible para proteger el bosque seco tropical peruano: El caso de Proyecto Hualtaco, Tumbes”. Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural 13(6). Paraná – Brasil.
- González, S., Mena, A., Téllez, B. (2014) *Propuesta de Diseño de un Plan de Uso Ecoturístico para la Laguna de Apoyeque, ubicada en el Municipio de Mateare, Departamento de Managua* (tesis de grado). Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua, Nicaragua.
- Hernández, S. (1997) “Metodología de la Investigación” Sexta Edic. Edit. McGraw Hill. México.
- Interarts, F. (2012) “Guía de Planificación Estratégica” Fundación Interarts, Barcelona España.
- Linares, H. y Morales, G. (2014) *Del desarrollo turístico sostenible al desarrollo local. Su comportamiento complejo*. Revista turismo y patrimonio cultural. Universidad de Laguna-España. Sitio web <https://www.redalyc.org/pdf/881/88130205003.pdf>
- Marín, H. (2012) “Recursos turísticos: Introducción a los recursos turísticos”. Módulo turismo aula seniors. Universidad de Murcia. España.
- MINCETUR (2017). “*Elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local – Guía para el cumplimiento de la Meta 38*” Primera Edición. Lima - Perú.
- MINCETUR (2017). “*Elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local – Guía para el cumplimiento de la Meta 38*” Primera Edición. Lima - Perú.
- MINCETUR (2017). “*Estadísticas de Turismo 2017*”. Lima – Perú.
- Miranda, M. (2014) “*Análisis de Ecoturismo como alternativa de Desarrollo sustentable en Latinoamérica (México, Costa Rica y Ecuador)*”, tesina de maestría de la Universidad de Sherbrooke. Quebec – Canadá.

- OMT (2018) “Introducción al Turismo y cifras al 2017” Revista N°123 de la Organización Mundial del Turismo. España.
- Organización Mundial del Turismo ([OMT], 2021) Ecoturismo y áreas naturales protegidas. Sitio web <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible/ecoturismo-areas-protegidas>
- Ordaz, V. & Saldaña, G. (2005). “Análisis y crítica de la metodología para la realización de planes regionales en el estado de Guanajuato. ”, Investigación de la Universidad de Guanajuato, Guanajuato, México.
- Orozco Ruiz, P. (2018). “Estrategias de desarrollo del Ecoturismo en el Refugio de vida silvestre Laquipampa, Lambayeque”. Tesis de maestría de la Universidad Nacional Agraria La Molina. Lima – Perú.
- Ortiz, R. & Capó, V. (2014) “10 pasos para desarrollar el Plan Estratégico Y U N Bussines Model Canvas” Universidad Politécnica d Valencia – Espña.
- Panosso Netto, A. y Lohmann, G. (2012). “Teoría del Turismo: conceptos, modelos y sistemas”. Editorial Trillas. Ciudad de México – México.
- Peláez, M. (2009) “Conceptos básicos de los servicios y productos turísticos” Efdportes, Revista digital N°139, Año 14. Argentina.
- Peña, G. (2018) *La organización tradicional y su relación con la estrategia organizacional en la I.E. N° 31542 Virgen María Admirable Huancayo* (tesis de maestría). Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo, Perú.
- Porter, M. (2011) “Qué es la estrategia” Publicación original en diciembre del año 1996 en la Universidad de Harvard – EEU.
- Pretelt, J. (2018) “Servicios turísticos” recuperado del portal web: <https://sites.google.com/site/serviciostur/home>, en fecha 10.03.2020.

- Quiroz, M. (2016) Plan estratégico para el desarrollo turístico cultural en el cantón Riobamba provincia de Chimborazo (tesis de pregrado). Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.
- Rebollo Soto, N. (2012). “Ecoturismo”. Editorial Red Tercer Milenio. Ciudad de México – México.
- Rebollo, N. (2012). “Ecoturismo”. Editorial Red Tercer Milenio. Ciudad de México – México.
- Rodríguez, L. (2018) Propuesta de plan estratégico de desarrollo turístico 2018-2025 y su fomento de desarrollo turístico sustentable en el distrito de Pichigua, provincia de Espinar, región Cusco (tesis de pregrado). Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Arequipa, Perú.
- Roncancio, G. (2019) ¿Qué son la misión y visión en la planeación estratégica? Pensemos
- Ugaz, S. (2018) “Ecoturismo como oportunidad de desarrollo sostenible del distrito de Jazán, departamento de Amazonas – 2015”, tesis de grado de la Universidad Señor de Sipán. Lambayeque – Perú.
- Universidad San Ignacio de Loyola (2021) Código ético mundial para el sector turismo. Facultad de Administración hotelera, turismo y gastronomía. Sitio web <https://facultades.usil.edu.pe/administracion-hotelera-turismo-gastronomia/carrera/presencial/gestion-e-innovacion-en-gastronomia/codigo-etico-mundial-para-el-turismo/>
- Vanegas, G. (2006) “Ecoturismo instrumento de desarrollo sostenible”, monografía de la Universidad de Antioquía. Medellín – Colombia.

IX. Anexos

Anexo A. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Método
General. ¿En qué medida la falta de un plan estratégico, afecta el fomento del ecoturismo en la provincia Huamalíes, Huánuco 2022-2026?	General. Diseñar el plan estratégico, para fomentar el ecoturismo, en la provincia Huamalíes, Huánuco 2022-2026.	General. Con la elaboración del plan estratégico, se logrará fomentar el desarrollo del ecoturismo, en la provincia Huamalíes, Huánuco.	Independiente: PLAN ESTRATÉGICO 1. Misión 2. Visión 3. Valores 4. Códigos de ética 5. FODA 6. Estrategia 7. Evaluación y control 8. Implementación	Tipo Descriptiva, observacional, explicativa, aplicada
Específicos. a) ¿Cómo se diagnóstica la situación actual de la oferta y demanda ecoturística, que permita fomentar el ecoturismo en la provincia Huamalíes, Huánuco? b) ¿Cómo se plantea la visión, misión, valores y códigos de ética, que permitan fomentar el ecoturismo, en la provincia Huamalíes, Huánuco? c) ¿Cómo se analiza la situación interna y externa, a través del FODA, que permita fomentar el ecoturismo, en la provincia Huamalíes, Huánuco? d) ¿Cómo se determina el proceso, implementación y evaluación de la estrategia, que permita fomentar el ecoturismo, en la provincia Huamalíes, Huánuco?	Específicos. a) Diagnosticar la situación actual de la oferta y demanda ecoturística, para fomentar el ecoturismo, en la provincia Huamalíes, Huánuco. b) Plantear la visión, misión, valores y códigos de ética, para fomentar el ecoturismo, en la provincia Huamalíes, Huánuco. c) Analizar la situación interna y externa, a través del FODA, para fomentar el ecoturismo, en la provincia Huamalíes, Huánuco. d) Determinar el proceso, implementación y evaluación de la estrategia, para fomentar el ecoturismo, en la provincia Huamalíes, Huánuco.	Específicas. a) Con el diagnóstico de la situación actual de la oferta y demanda ecoturística, se logrará fomentar el desarrollo del ecoturismo, en la provincia Huamalíes. b) Con el planteamiento de la visión, misión, valores y códigos de ética, se logrará fomentar el desarrollo del ecoturismo, en la provincia Huamalíes. c) Con la evaluación de la situación interna y externa, a través del FODA, se logrará fomentar el desarrollo del ecoturismo, en la provincia Huamalíes. d) Con el proceso de implementación y evaluación de la estrategia, se logrará fomentar el desarrollo del ecoturismo, en la provincia Huamalíes.	Dependiente: ECOTURISMO 1. Oferta 2. Demanda 3. Actores 4. Servicios ecoturísticos 5. Productos ecoturísticos 6. Atractivos ecoturísticos 7. Rutas y desplazamientos 8. Planificación y gestión 9.	Diseño No experimental - transversal Técnica Encuesta, documental y observación Instrumentos Cuestionario, Instrumento Cuestionario, ficha documental y guía de observación Población y muestra P= 52039 (INEI, 2017) m= 384 pobladores

Nota. Elaboración propia

Anexo B. Panel fotográfico

PROVINCIA DE HUAMALÍES



Visita para la solicitud de información a la Municipalidad de Huamalíes

DISTRITO DE LLATA



Principal ingreso al distrito



Aplicación de encuestas

DISTRITO DE MIRAFLORES



Aplicación de encuestas



Aplicación de encuestas 2

DISTRITO DE JACAS GRANDE



Principal ingreso al distrito



Aplicación de encuestas

DISTRITO DE ARANCAY



Aplicación de encuestas



Aplicación de encuestas

DISTRITO DE TANTAMAYO

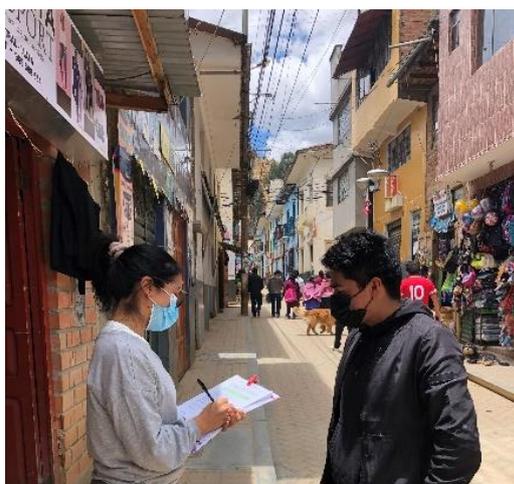


Aplicación de encuestas a turistas nacionales.

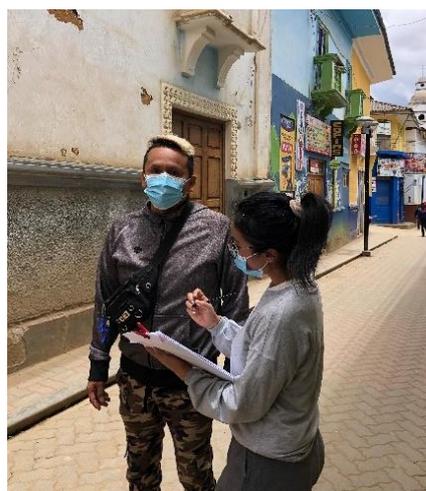


Aplicación de encuestas a turistas nacionales.

DISTRITO DE JIRCAN



Aplicación de encuestas



Aplicación de encuestas

DISTRITO DE PUÑOS



Aplicación de encuestas



Aplicación de encuestas

DISTRITO DE PUNCHAO

Afiches informativos de cuidados ante el COVID



Plazuela de Punchao

DISTRITO DE MONZÓN

Visita para la solicitud de información a la municipalidad del distrito de Monzón

DISTRITO DE CHAVIN DE PARIARCA

Río Marañón



Plazuela del distrito

Anexo C. Mapas