

**UNIVERSIDAD NACIONAL
TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS**



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO**

**TESIS PARA OBTENER
EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO**

**“PLAN DE MARKETING PARA FOMENTAR EL
TURISMO EN EL ANEXO PERLA DE IMAZA - DISTRITO
YAMBRASBAMBA- PROVINCIA BONGARÁ - 2020”**

Autora:

Bach. Nidia Elizabeth Nicodemus Sanchez

Asesor:

Mg. Franklin Omar Zavaleta Chavez Arroyo

Registro: (.....)

CHACHAPOYAS – PERÚ

2021

Dedicatoria

A Dios por la vida y la salud; a mi madre Magdalena Sánchez Becerra y padre José Darío Nicodemus Gabriel por haberme formado con valores para enfrentar la vida, a luchar constantemente para alcanzar cada uno de mis objetivos planteados, a mi hermana por estar siempre conmigo y ser mi mejor amiga, a todos mis familiares y amigos que de una u otra manera colaboraron en la realización de esta meta

Agradecimiento

Agradecer de manera especial al Mg. Franklin Omar Zavaleta Chavez Arroyo por su asesoría y ser un excelente guía en este proceso, a la Municipalidad Distrital de Yambrasbamba por su compromiso y apoyo en el trabajo de campo realizado, así mismo al presidente de la Asociación de Perla de Imaza Sr. Cástulo Guevara Coronel por su acompañamiento y guiado hacia los atractivos turísticos a sí mismo a todos los docentes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas por sus instrucciones y compartir sus experiencias durante mi formación profesional.

A los pobladores del anexo de Perla de Imaza, que me brindaron su apoyo y facilidades para realizar el trabajo de campo para desarrollar la investigación

**Autoridades de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de
Amazonas**

Dr. POLICARPIO CHAUCA VALQUI
Rector

Dr. MIGUEL ÁNGEL BARRENA GURBILLÓN
Vicerector Académico

Dra. FLOR TERESA GARCÍA HUAMÁN
Vicerrectora de Investigación

Mg. RICARDO RAFAEL ALVA CRUZ
Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Visto Bueno del Asesor de la Tesis



ANEXO 3-K

VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

El que suscribe el presente, docente de la UNTRM ()/Profesional externo (), hace constar que ha asesorado la realización de la Tesis titulada "Plan de Marketing para fomentar el turismo en el anexo Perla de Smaza, Distrito de Yambresbamba - Provincia Bongorai - 2020" del egresado Bach. Nidia Elizabeth Nicodemus Sanchez de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas Escuela Profesional de Administración en Turismo de esta Casa Superior de Estudios.



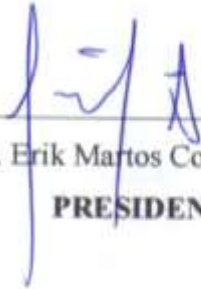
El suscrito da el Visto Bueno a la Tesis mencionada, dándole pase para que sea sometida a la revisión por el Jurado Evaluador, comprometiéndose a supervisar el levantamiento de observaciones que formulen en Acta en conjunto, y estar presente en la sustentación.

Chachapoyas, 18 de Septiembre del 2024

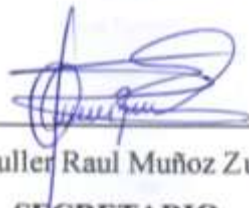
Firma y nombre completo del Asesor

Mg. Franklin Omar Zavaleta Chavez Arroyo

Jurado Evaluador de la Tesis



Mg. Erik Martos Collazos Silva
PRESIDENTE



Mg. Miuller Raul Muñoz Zumaeta
SECRETARIO



Dra. Milena Leticia Weepiu Samekash
VOCAL

Constancia de Originalidad de la Tesis



UNTRM

REGLAMENTO GENERAL
PARA EL OTORGAMIENTO DEL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER, MAESTRO O DOCTOR Y DEL TÍTULO PROFESIONAL

ANEXO 3-0

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

Los suscritos, miembros del Jurado Evaluador de la Tesis titulada:

"Plan de Marketing para fomentar el turismo en el Anexo Peta de Imuya, Distrito de Yambraobamba - Provincia Bongoró - 2020"

presentada por el estudiante () / egresado (x) Bach. Nedra Elizabeth Nicodemus Sanchez

de la Escuela Profesional de Administración en Turismo

con correo electrónico institucional nicodemussanchezelizabeth@gmail.com

después de revisar con el software Turnitin el contenido de la citada Tesis, acordamos:

- La citada Tesis tiene 25 % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es menor () / igual (x) al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM.
- La citada Tesis tiene % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es mayor al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM, por lo que el aspirante debe revisar su Tesis para corregir la redacción de acuerdo al Informe Turnitin que se adjunta a la presente. Debe presentar al Presidente del Jurado Evaluador su Tesis corregida para nueva revisión con el software Turnitin.



Chachapoyas, 23 de Setiembre del 2021


SECRETARIO


VOCAL


PRESIDENTE

OBSERVACIONES:

.....
.....

Índice del Contenido

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Autoridades de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas.....	iv
Visto Bueno del Asesor de la Tesis.....	v
Jurado Evaluador de la Tesis	vi
Constancia de Originalidad de la Tesis.....	vii
Acta de Sustentación de la Tesis.....	viii
Índice del Contenido.....	ix
Índice de Tablas.....	xi
Índice de Figuras.....	xii
Resumen.....	xiii
Abstract.....	xiv
I. INTRODUCCIÓN.....	15
II. MATERIAL Y MÉTODOS.....	18
2.1. Objeto de Estudio.....	18
2.2. Variables de estudio.....	18
2.3. Operacionalización de Variables.....	19
2.4. Tipo de estudio.....	20
2.5. Diseño de la Investigación.....	20
2.6. Población.....	20
2.7. Muestra y Muestreo.....	21
2.8. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	21
2.9. Análisis de Datos.....	22
III. RESULTADOS.....	23
3.1. Resultados de las encuestas realizadas a la población para conocer su predisposición para participar de la actividad turística del Anexo Perla de Imaza, Distrito de Yamabrasbamba.....	23
3.2. Resultados de entrevistas realizadas a autoridades del Distrito de Yamabrasbamba a fin de conocer su apoyo para participar en la actividad turística.....	28

3.3. Análisis de las entrevistas realizadas a las autoridades del Distrito de Yambrasbamba - Provincia de Bogará.....	32
3.4. Diagnóstico de la oferta turística del Anexo perla de Imaza.....	33
3.5. Diagnóstico de la demanda turística	45
3.6. Propuesta del Plan de Marketing para fomentar el turismo en el Anexo Perla de Imaza.....	48
IV. DISCUSIÓN.....	68
V. CONCLUSIONES.....	70
VI. RECOMENDACIONES.....	71
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	72
ANEXOS.....	74

Índice de Tablas

Tabla 1.	Matriz de entrevistas realizadas a autoridades del Distrito de Yambrasbamba.....	29
Tabla 2.	Ruta 1 para llegar a las cavernas Perla de Imaza.....	33
Tabla 3.	Ruta 2 para llegar a las cavernas Perla de Imaza.....	34
Tabla 4.	Servicio de infraestructura.....	35
Tabla 5.	Análisis FODA.....	50
Tabla 6.	Estrategia de producto.....	53
Tabla 7.	Estrategia de precio.....	58
Tabla 8.	Estrategia de plaza.....	60

Índice de Figuras

Figura 1.	Edad	23
Figura 2.	Género	23
Figura 3.	¿Está de acuerdo con el desarrollo de la actividad turística en el anexo perla de Imaza?.....	24
Figura 4.	¿Considera que el turismo puede cambiar su estilo de vida?.....	24
Figura 5.	¿Qué servicios turísticos cree Ud. que pueden implementarse para la visita del turista?.....	25
Figura 6.	¿Según su punto de vista que le gustaría que se implementará en su comunidad para mejorar la actividad turística?.....	25
Figura 7.	¿De qué manera cree usted que la elaboración de un plan de marketing turístico podría beneficiar la comunidad de Perla de Imaza?.....	26
Figura 8.	¿Estaría dispuesto a ser partícipe del desarrollo de proyectos que sea con fines de mejora para el desarrollo del turismo en su comunidad?.....	27
Figura 9.	¿Considera Ud. que es necesario realizar la promoción de los lugares turísticos del Anexo Perla de Imaza para generar afluencia de turistas?....	27
Figura 10.	Arribo de turistas a ACP Abra Patricia.....	45
Figura 11.	Género.....	45
Figura 12.	Ocupación.....	46
Figura 13.	Lugar de procedencia.....	46
Figura 14.	Flujo de visitantes al Área de conservación Privada Abra Patricia.....	47
Figura 15.	Número de turistas y noche de pernocte en los alberges del Área de Conservación Privada Abra Patricia.....	47

Resumen

La investigación titulada “Plan de marketing para fomentar el turismo en el anexo Perla de Imaza - distrito Yambrasbamba- provincia Bongará – 2020”, tuvo como objetivo proponer un plan de marketing para fomentar el turismo en el anexo Perla de Imaza, distrito de Yambrasbamba -provincia Bongará,2020, la metodología utilizada fue de tipo descriptivo y documental por que permitió identificar, detallar y analizar los atractivos turísticos que posee el anexo Perla de Imaza, los datos fueron procesados mediante Microsoft Excel 2013 utilizando tablas y figuras para su interpretación, como resultados obtenidos se logró recabar las opiniones de los pobladores del anexo Perla de Imaza, siendo muy próspera y aceptable desarrollar del turismo en la localidad de manera más responsable siendo el 100% de la población que estaría de acuerdo y aptos a contribuir, así mismo se realizó entrevistas a las autoridades y mediante las fichas de información se logró diagnosticar el estado actual de los atractivos turísticos, evaluación de los prestadores de servicios, tanto de hospedajes y restaurantes, como conclusión de identifico estrategias de marketing para su promoción mediante redes sociales, siendo el medio más utilizado por los visitantes.

Palabras claves: plan de marketing, fomento del turismo, caverna

Abstract

The research entitled “Marketing plan to promote tourism in the Perla of Imaza annex-Yambrasbamba Distric-Bongará province-2020” aimed to propose a marketing plan to promote tourism in the Perla de Imaza annex, Yambrasbamba Distric – Bongara province,2020,the methodology used is descriptive and documentary because it allowed to identify, detail and analyze the tourist attractions that the Perla de Imaza annex has, the data was processed through Microsoft Excel 2013 using tables and figures for interpretation, such as results obtained, the opinions of the inhabitants of the Perla de Imaza annex were obtained, being very prosperous and acceptable to develop tourism in the town in a more responsible way, with 100% of the population that would agree and be able to contribute, likewise conducted interviews with the authorities and through the information sheets it was possible to identify and evaluate the current status of the tourist attractions, evaluation of service providers, both hotels and restaurants, as a conclusion to identify marketing strategies for promotion through social networks, being the most used by visitors.

Keywords: marketing plan, tourism promotion, cave

I. INTRODUCCIÓN

Si hablamos de la actividad turística, se puede decir que apareció y se desarrolló a lo largo de la historia del hombre, está relacionada con actividades de recreación, ocio, salud, etc. es decir visitas a lugares turísticos fuera de su lugar habitual.

El turismo se dio realce en Europa durante el siglo XIX, donde los europeos asistían a lugares turísticos muy importantes como playas, a centros monumentales, donde se dedicaban hacer negocios, hablar de política, moda, donde comunicaban los avances de la medicina, tecnológicos y de transporte. Moreno G, (2007).

Auren, (2019) hace mención que el turista del siglo XXI lo que busca es tener nuevas experiencias y visitar lugares modernos, desarrollar actividades de aventura para salir de su zona de confort y encontrar originalidad en sus viajes.

Como lo dice Yuri, (2014 p.3) citado por Castañeda, (2016) da a conocer que a nivel mundial existe una variedad de lugares turísticos en donde se puede realizar diferentes actividades turísticas, pero se debe resaltar que en la actualidad sobresalen los lugares históricos culturales, como un recurso turístico de mayor importancia, es por esto que se busca promover lugares pocos conocidos y con cuantioso potencial de tal manera que permita generar ingresos económicos para el país y para la comunidad en donde se encuentre el mismo.

Cabrera, P (2016). Llevo a cabo la tesis titulada “Plan de marketing para el desarrollo turístico del Cantón Biblián en la provincia del Cañar” universidad católica de Santiago de Guayaquil, la investigación tuvo como finalidad diseñar un plan de marketing para mejorar el desarrollo de la actividad turística, la metodología utilizada fue de tipo descriptiva, lo cual pudo concretar que existe una gran diversidad de atractivos culturales y naturales que no están siendo aprovechadas adecuadamente, para ello realizó la selección de estrategias de desarrollo competitivas y el marketing mix para el logro de sus objetivos planteados, proponiendo rutas turísticas Tushin-Papaloma para el desarrollo de actividades como senderismo, ciclismo de montaña, avistamiento de la naturaleza y camping; la ruta de las iglesias, con un recorrido de 15 kilómetros que inicia en el santuario de la Virgen del Rocío; la ruta del Burgay, para visitar los espacios recreativos ubicados en las playas de Nazon; y, la ruta láctea para mostrar la producción lechera del cantón.

Castañeda, K (2016). En su investigación titulada: “Propuesta de un plan de marketing, para mejorar el crecimiento del turismo en el distrito de Cajamarca”, tuvo como objetivo proponer un plan de marketing para mejorar el crecimiento del turismo de la ciudad de Cajamarca, la metodología que utilizó fue descriptiva con diseño no experimental, para recolectar sus datos utilizó la técnica de likert lo cual tuvo como muestra a 30 guías de turismo del distrito de Cajamarca, obteniendo como resultados que la propuesta de plan de marketing mejorará el crecimiento del turismo en Cajamarca, ya que para ello se deberá optimar la calidad de servicio que se brinda en los centros turísticos, 93% de los encuestados indicaron que el plan de marketing debe proponer soluciones a los problemas encontrados, el 96% debe contener las estrategias para alcanzar los objetivos de tal manera los turistas pernocten más tiempo en la ciudad

La región Amazonas ha logrado consolidarse como uno de los principales destinos turísticos a nivel nacional e internacional, gracias a la inversión pública y privada para el desarrollo de la actividad turística han prestado mayor interés en su principal atractivo turístico que es el complejo arqueológico de la fortaleza de kuelap, con la instalación de las telecabinas siendo uno de los principales medios de transporte y único a nivel nacional generando el interés de los visitantes, de tal manera se ve reflejado en los datos estadísticos presentados por Mincetur, 2019 citado por DIRCETUR, (2020) en el año 2018 los turistas que visitaron el complejo arqueológico kuelap son 117 497 y el año 2019 un total de 120 501 turistas.

Chapa, S (2016) Llevó a cabo la tesis titulada: “Estrategias de marketing verde como propuesta de plan promocional para contribuir al uso turístico sostenible del área de conservación privada Milpuj la heredad, localidad el Chillo, Magdalena”, Amazonas, el objetivo principal fue proponer estrategias de marketing verde como parte de una propuesta de plan promocional, con la finalidad de contribuir el uso sostenible del área de conservación, utilizando como metodología un análisis inductivo y deductivo que son estrategias que permiten llegar a una conclusión, siendo estas favorables por que adoptaron cuarenta y seis actividades de acuerdo a una misión, visión, objetivos, concluyó como parte de su fortaleza los objetivos ligados a la conservación, y su labor permanente del propietario al uso sostenible del recurso.

El anexo Perla de Imaza perteneciente al distrito de Yambrasbamba, se caracteriza por sus hermosos paisajes y sus terrenos fértiles, existe una gran diversidad de atractivos turísticos, pero se necesita de publicidad para hacer conocido, por lo tanto, se considerará que es necesario realizar un plan de marketing para contribuir con el desarrollo del mismo. La investigación partió desde una problemática ¿De qué manera un plan de marketing puede servir como base para fomentar el turismo en el anexo de Perla de Imaza, distrito de Yambrasbamba-provincia Bongara 2020? Para poder desarrollar las estrategias adecuadas para su desarrollo, se optó por la metodología de tipo descriptivo para analizar las variables de estudio, teniendo como principal objetivo es proponer un plan de marketing para fomentar el turismo en el anexo Perla de Imaza, distrito de Yambrasbamba, dentro de sus objetivos específicos se puede mencionar que se identificó la oferta y demanda turística para poder realizar el diseño de plan de marketing para mejorar el turismo en el anexo Perla de Imaza.

II. MATERIAL Y MÉTODOS

2.1 Objeto de Estudio

El objeto de estudio es el anexo Perla de Imaza donde se realizó la investigación permitiendo analizar la oferta y demanda turística, con el propósito de estudiar cada uno de sus limitaciones y a partir de ello generar alternativas de mejora, aplicando estrategias de marketing para promocionarlo como un lugar turístico.

2.2 Variables de estudio

2.2.1 Variable independiente.

Propuesta de plan de marketing

2.2.2 Variable dependiente

Fomento del turismo

2.3 Operacionalización de Variables

Variables	Definición teórica	Dimensión	Indicador	Instrumento
Propuesta de plan de Marketing	El plan de marketing como instrumento de gestión ayuda a describir objetivos que se pretende lograr, el cómo se los va a alcanzar, los recursos que se van a emplear, el cronograma de las actividades de mercadotecnia que se van a implementar y los métodos de control y monitoreo que se van a utilizar.	Estrategias	-Estrategias para el producto, precio, la plaza o distribución y Promoción	Ficha de observación/trabajo de campo
		Mercado	-Oferta -Demanda	
Fomento del turismo	Melgosa, F (2006). “Poner en valor los recursos turísticos que una determinada	Económico	-Nivel de empleo -Nivel de ingreso -Número de negocios de turismo	Encuesta, cuestionario

	zona presenta, para así poder rentabilizarlos mediante el aumento de la demanda de sus propios servicios	Sociocultural	- Conservación del patrimonio cultural - Participación de la mujer. -Percepción de guías en la comunidad.	
		Medioambiental	-Generación de residuos -Degradación del paisaje	

2.4 Tipo de estudio

La investigación es de tipo descriptivo

2.5 Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación es descriptivo porque permitió detallar y analizar la variable independiente que es el plan de marketing para ver su relación con la variable dependiente fomento del turismo, así mismo es de diseño documental por que permitió identificar los atractivos turísticos que posee el anexo Perla de Imaza para ser promocionados mediante estrategias de marketing.

2.6 Población

La población tomada para la investigación estuvo compuesta de lo siguiente:

P1: Población del distrito de Yambrasbamba, 8304 habitantes tomando como base datos estadísticos el censo del año 2017.

P2: Turistas nacionales y extranjeros que visitaron el Área de conservación privada Abra Patricia

P3: Autoridades del anexo Perla de Imaza.

2.7 Muestra y Muestreo

n=Tamaño de la muestra

Z=nivel de confianza = 95% (1.96)

p= Variabilidad positiva = 0.95

q= Variabilidad negativa = 0.05

N= Tamaño de la población= 8304

e= Precisión o error = 0.05

M1 = Aplicando la fórmula se tuvo a 72 personas que fueron encuestados en el Distrito de Yambrasbamba.

M2 = Se tomó en su totalidad a 3 autoridades que fueron entrevistadas.

$$n = \frac{(1.96)^2(0.95)(0.05)(8304)}{(8304)(0.05)^2 + (1.96)^2(0.95)(0.05)}$$

2.8 Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el desarrollo del plan de marketing para promocionar los lugares turísticos del anexo Perla de Imaza, se consideró el método deductivo – inductivo en la etapa de gabinete a fin de conseguir toda la información necesaria para facilitar el desarrollo de la investigación, se realizó encuesta a la población, entrevista a autoridades del distrito de Yambrasbamba a fin de conocer su posición y aporte en cuanto al turismo en su localidad y el método descriptivo lo cual se llegó a conocer el grado de aceptación que tiene la población para el desarrollo del turismo.

2.8.1. Técnicas

2.8.1.1. Análisis Documental: Teniendo como fuentes a libros, guías, manuales, artículos, revistas, tesis para la ejecución de la investigación.

2.8.1.2. Análisis Descriptivo: De los datos utilizando estadística descriptiva (cuadros, gráficos de frecuencias y porcentajes).

2.8.1.3. Análisis Cuantitativo: Se utilizó la recolección, análisis e interpretación de datos para contestar la pregunta de investigación y probar la hipótesis.

2.8.2. Instrumentos: Para obtener la información se utilizó como instrumento:

2.8.2.1. Fichas de observación y trabajo de campo: Se utilizó esta técnica para la variable independiente, lo cual se

recolectó los datos mediante la observación directa; que consistió en visualizar y captar en forma sistemática los hechos suscitados en el lugar de la investigación en función a los objetivos establecidos.

Cuestionario: Se utilizó para la variable dependiente, dichos medios de recolección de datos están compuestos por un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios y así alcanzar los objetivos del estudio y obtener una información real

Fichas de trabajo: Se levantó información de los recursos turísticos, planta turística, infraestructura básica y servicios complementarios, respecto al cuestionario contiene preguntas “cerradas y abiertas”, mediante interrogantes con alternativas u opciones de respuesta que han sido delimitadas previamente.

2.8.2.2.Procedimiento

Se procedió siguiendo dos fases, la primera consistió en conocer la base teórica y recolectar información sobre plan de marketing y fomento del turismo; la segunda fase correspondió a la aplicación de las fichas de trabajo y la encuesta aplicadas a la población, entrevista a autoridades del Distrito, para finalizar con el procesamiento de la información obtenida

2.9 Análisis de Datos

La información obtenida en el trabajo de campo sumado a los datos obtenidos en trabajo de gabinete se procesó con el software Excel versión – 2013, obteniendo cuadros y gráficos, e interpretación que ha permitido sistematizar datos sobre los recursos turísticos, apreciación de la población a cerca de la actividad turística que se desarrolla en el anexo Perla de Imaza.

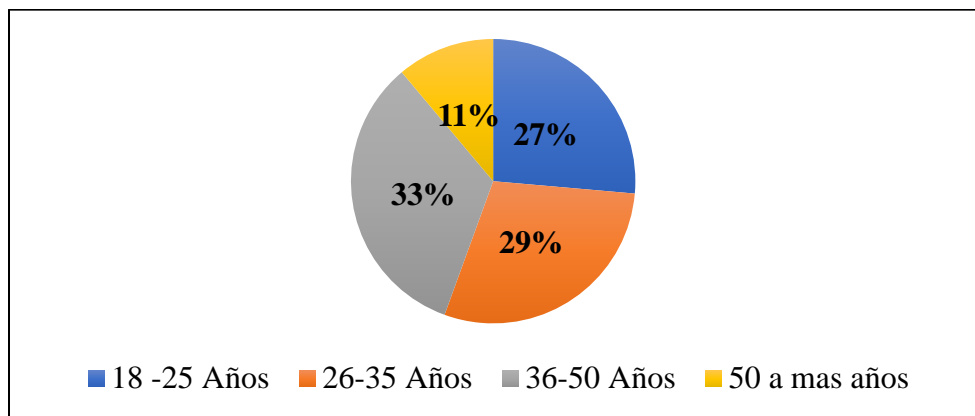
III. RESULTADOS

3.1. Resultados de las encuestas realizadas a la población para conocer su predisposición para participar de la actividad turística del Anexo Perla del Imaza, distrito Yambrasbamba.

La encuesta fue aplicada a una muestra de 72 personas de la población del anexo Perla de Imaza, los resultados obtenidos son los siguientes:

Figura 1

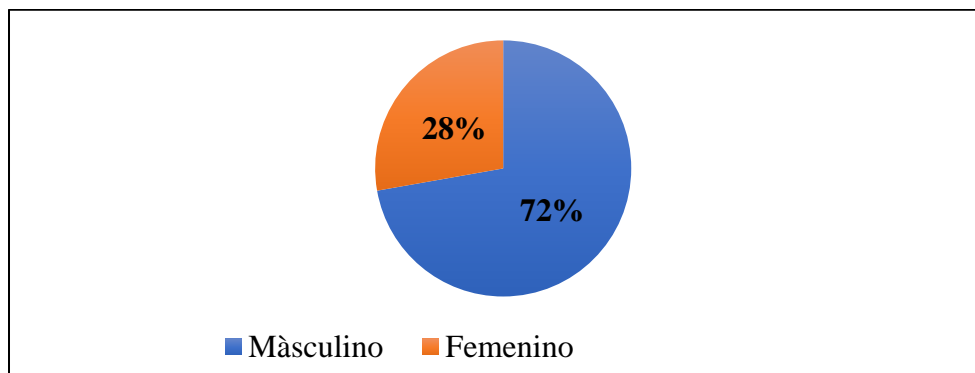
Edad



En la figura 1, se puede observar la edad de los encuestados esta entre los 50 años a más con una representación del 11%, de las edades entre 18 a 25 años con una representación del 27%, los de las edades 26 a 35 años representa al 29% y la población restante de 36 a 50 años es de 33%.

Figura 2

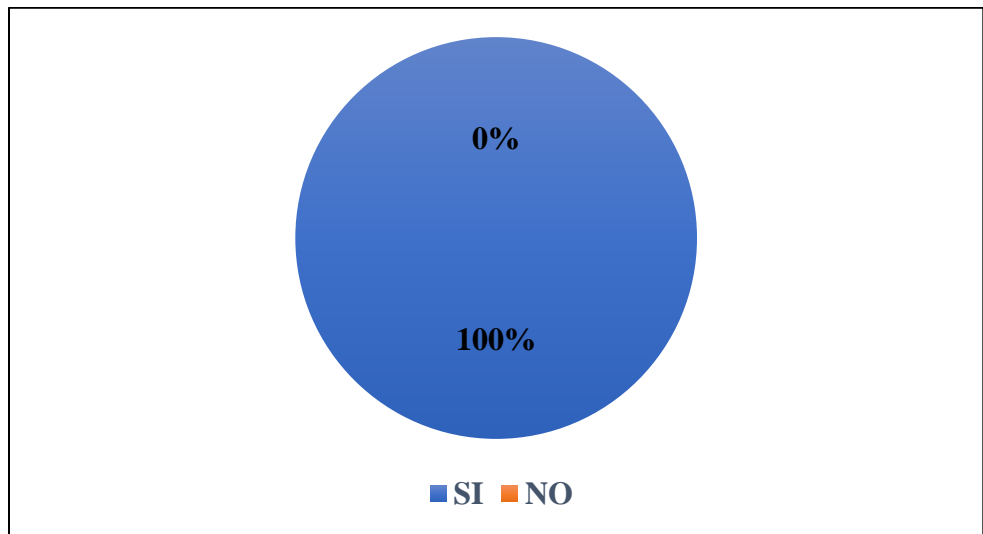
Género



En la figura 2, muestra que el 72% de los encuestados son de género masculino y el 28% femenino

Figura 3

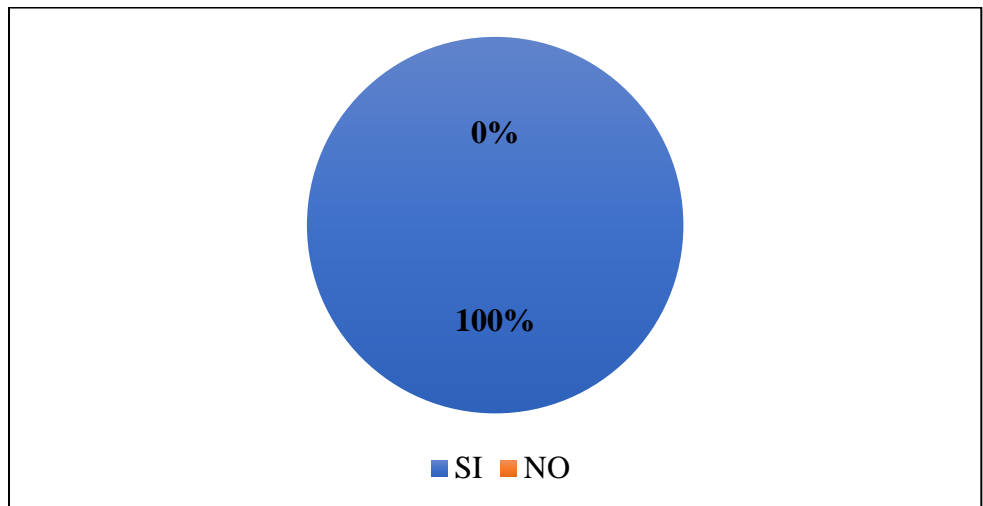
¿Estaría de acuerdo con el desarrollo de la actividad turística en el anexo Perla de Imaza?



En la figura 3, nos muestra que el 100% de los encuestados mencionaron que si están de acuerdo con el desarrollo del turismo en su comunidad

Figura 4

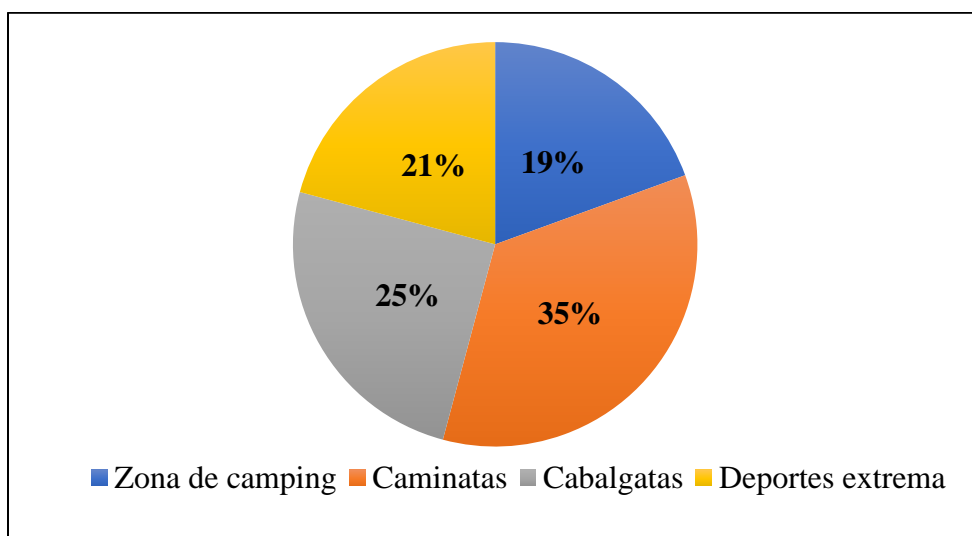
¿Considera que el turismo puede cambiar su estilo de vida?



En la figura 4, nos muestra que el 100% de los encuestados mencionaron que la actividad turística genera ingresos económicos y mejora su calidad de vida

Figura 5

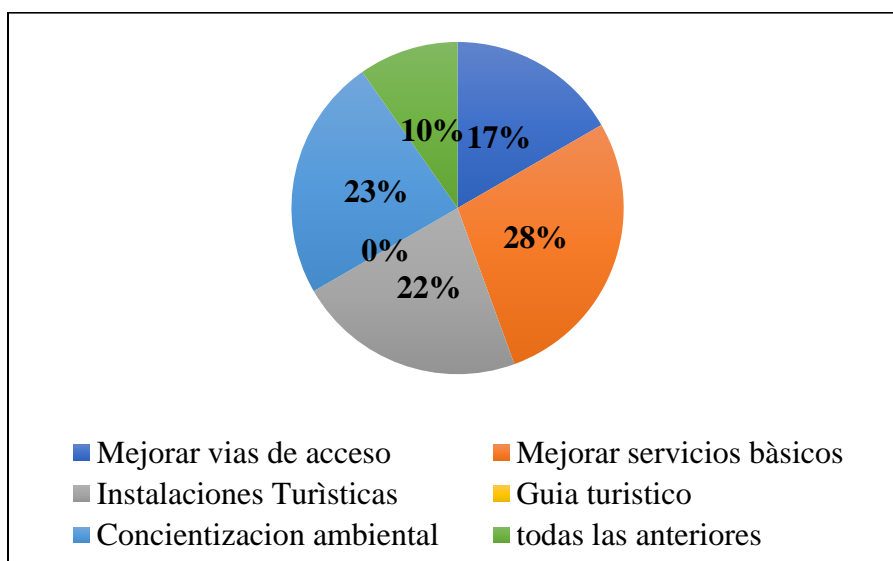
¿Qué servicios turísticos cree Ud. que pueden implementarse para la visita del turista?



En la figura 5, se ve que el 35% de los encuestados consideran que el turista puede realizar caminatas y disfrutar de la flora y fauna, la comunidad cuenta con áreas naturales y recursos turísticos para desarrollarse esta actividad, el 25% puede realizar cabalgata por senderos y disfrutar del paisaje, 21% consideran un lugar es apto para desarrollarse deportes de aventura y el 19% consideran que es bueno adaptar zonas de camping para diversificar su oferta.

Figura 6

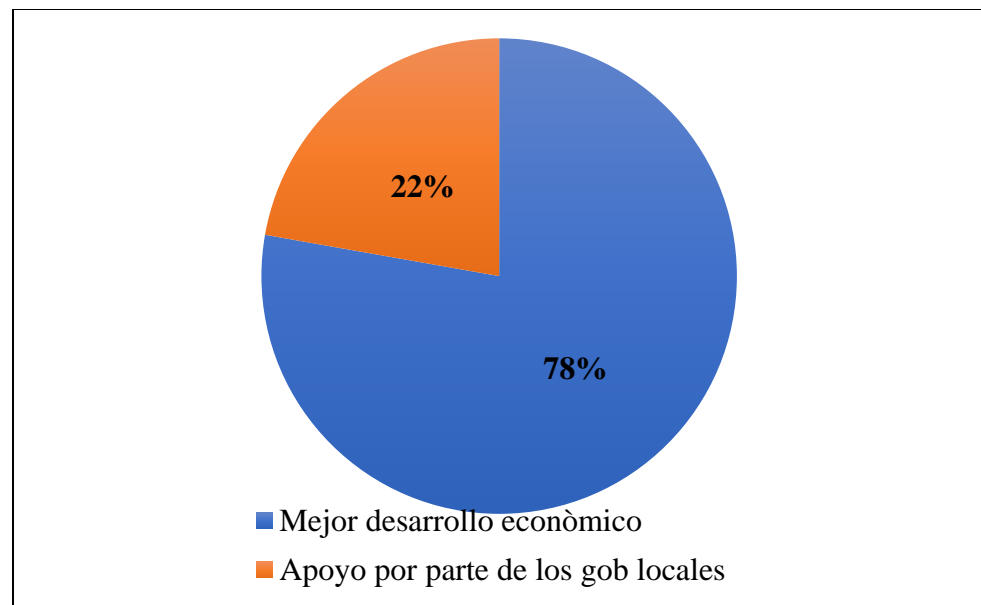
¿Según su punto de vista que le gustaría que se implementara en su comunidad para mejorar la actividad turística?



En la figura 6, muestra que el 28% de la población menciona que debe implementarse y mejorar los servicios básicos para ofertar los lugares turísticos y un destino turístico seguro para el turista, el 23% mencionaron que es bueno que se dicten charlas en concientización ambiental con el fin de proteger áreas naturales y cuidar flora y fauna, 22% consideran que también es muy importante mejorar las instalaciones turísticas, el 17% opinan que debe mejorarse las vías de acceso para ayudar al turista realizar su visita de manera adecuada, 10% consideran que es de suma importancia que se mejore todas las alternativas.

Figura 7

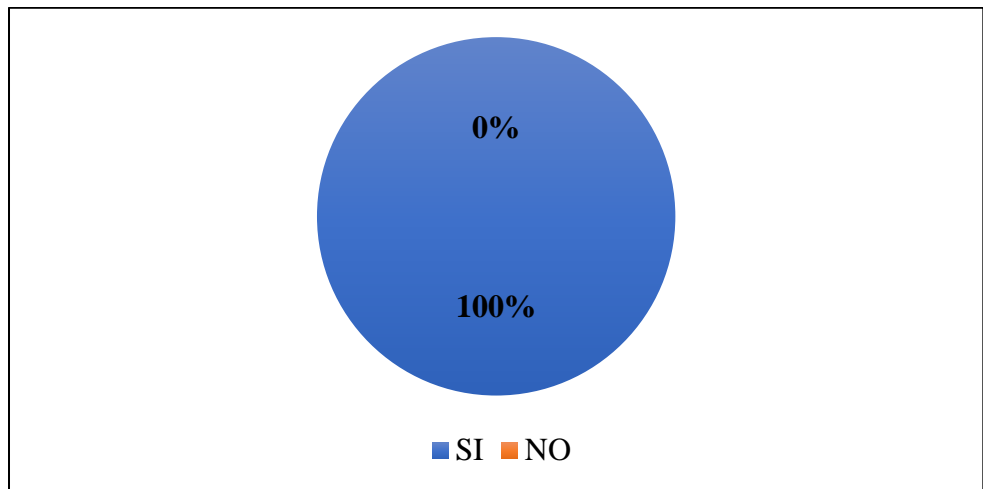
¿De qué manera cree Ud. que la elaboración de un plan de marketing turístico podría beneficiar su comunidad?



En la figura 7, el 78 % de los encuestados aportan que la elaboración de un plan de marketing trae consigo un mejor desarrollo para la comunidad y contribuye a optimizar la calidad de vida y el 22% opinan que motiva a los Gob. locales a prestar interés y apoyen al desarrollo de su comunidad

Figura 8.

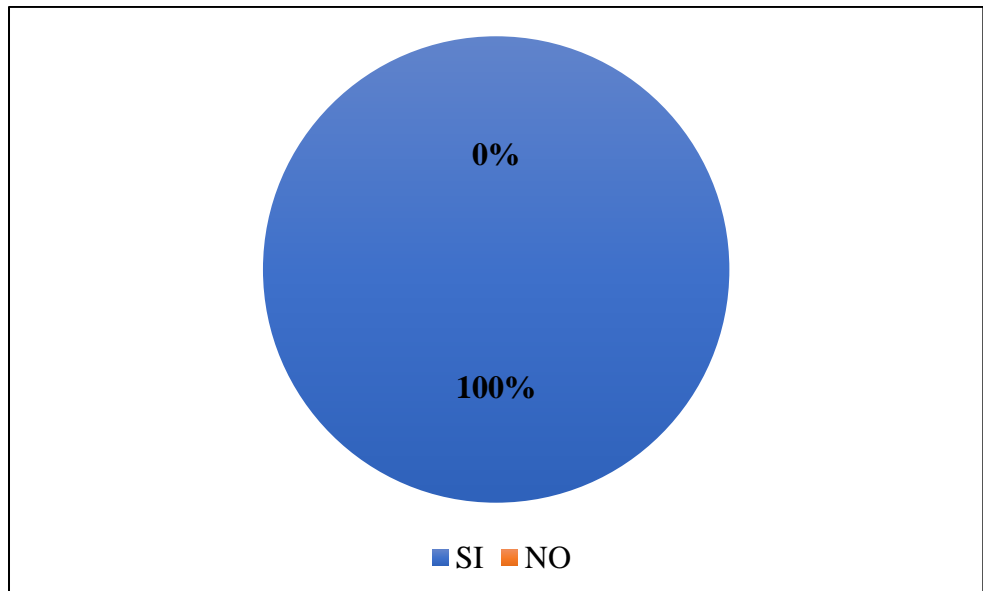
¿Estaría dispuesto a ser partícipe del desarrollo de proyectos con fines de mejora para su comunidad?



En la figura 8, de acuerdo a las encuestas realizadas se puede apreciar que el 100% de la población estaría dispuesto a participar de cualquier actividad o proyectos que se realice en beneficio de su comunidad.

Figura 9

¿Considera Ud. que es necesario realizar la promoción de los lugares turísticos para generar afluencia de turistas?



En la figura 9, muestra que el 100% de los encuestados mencionan que si es necesario realizar la promoción de lugares turísticos para generar más demanda.

3.2. Resultados de las entrevistas realizadas a autoridades del Distrito de Yambrasbamba a fin de conocer su apoyo para participar en la actividad turística

Se entrevisto a tres autoridades del distrito de Yambrasbamba a fin de conocer su opinión y su interés por apoyar al desarrollo del turismo y que están haciendo a fin de que esto mejore y promocionar los lugares turísticos existentes.

3.2.1. Tabla 1

Matriz de entrevistas realizadas a autoridades del Distrito de Yambrasbamba

	ENTREVISTADOS		
Preguntas	Telmo Hernández Zelada Alcalde Distrital	Vidal Gómez Vargas Regidor	Cástulo Guevara Coronel Presidente de la asociación
¿Cómo define actualmente el turismo y cuáles cree que son los principales problemas que afecta al turismo en el Distrito de Yambrasbamba?	El turismo es una fuente generadora de ingresos a nivel local, regional y nacional, en el distrito se necesita tener mayor interés para promocionar los lugares que posee.	En Yambrasbamba tenemos muchos lugares turísticos como son pasajes, restos arqueológicos, lagunas, etc. Nos falta capacitar a la población en los servicios de alimentación y hospedaje y por parte del Gob. local falta un proyecto turístico.	En Yambrasbamba hay mucho que ofrecer, pero por motivo de la deficiente gestión y apoyo por los gobiernos que nos tienen aún en la espera para promocionar e implementar los accesos hacia nuestros lugares turísticos, así como muchos factores que falta mejorar como servicios básicos, capacitaciones entre otros
¿Identifica oportunidades y amenazas en el sector turístico en el Distrito de Yambrasbamba?	Una de las principales oportunidades en nuestro distrito son las áreas naturales con lo que aún contamos, cataratas, cavernas, ríos etc.	Si, un principal problema es la deforestación, falta de conciencia turística, falta de apoyo de los Gob. Locales y en cuanto a sus oportunidades es que estamos en el eje marginal de la selva, lo cual	Dentro de las oportunidades se ve reflejado la abundante flora y fauna del lugar con lo que contamos y se invita a visitar a la población, para generar su difusión mediante amigos y familiares, dentro de sus amenazas no contamos con equipos necesarios para

	Dentro de las amenazas en nuestro Distrito es el alto índice de derrumbes durante época de lluvias.	permite que se pueda acceder al anexo con mayor facilidad.	realizar la visita en la caverna de Perla de Imaza, no contamos con el apoyo del Gob. Local para mejorar los accesos y así mismo contar con una capacitación en tema de guiado.
¿Qué estrategias se están tomando en cuenta para difundir los atractivos turísticos del Distrito de Yambrasbamba?	Actualmente se viene elaborando un proyecto de revaloración de nuestros usos y costumbres y poner en valor todos nuestros atractivos turísticos.	Por ahora se está elaborando un proyecto de revaloración de nuestros usos y costumbres y puesta en valor de todos los atractivos turísticos con la finalidad de hacer más conocido el distrito.	Actualmente por temas de pandemia solo estamos subiendo fotos a mis redes sociales,
¿Qué proyectos a futuro se tienen preparados para la mejora de la infraestructura y calidad del sector turístico del Distrito?	Como autoridad se tiene preparado mejorar las vías de acceso a los lugares turísticos.	Mejorar accesos y capacitación a los prestadores de servicios	Trabajar de la mano de Dircetur para promover los atractivos turísticos de la zona
¿Cuenta con un plan de marketing para la mejora	Actualmente no cuenta	Actualmente no cuenta	Actualmente no cuenta

**del sector turístico en el
distrito de
Yambrasbamba?**

¿De qué manera apoyaría usted a la ejecución de un plan de marketing que beneficie al sector turismo en el Distrito de Yambrasbamba?	Como Municipalidad Distrital conjuntamente con el área de publicidad y marketing se realizará un trabajo articulado para el bien de la población.	Me involucraría y formaría parte del equipo para trabajar juntos y promocionarlo a través del área de imagen institucional de la municipalidad.	Participar de todas las actividades en beneficio de la comunidad. Participación en ferias para promocionar los lugares turísticos.
---	---	---	---

3.3. Análisis de las entrevistas realizadas a las autoridades del distrito de Yambrasbamba-Provincia Bongará

Las autoridades del distrito de Yambrasbamba tienen como principal objetivo promocionar los atractivos turísticos existentes, mejorar los servicios básicos con la finalidad de ofrecer servicio de calidad a sus visitantes, también hacen mención que actualmente no cuentan con un plan de marketing que ayude a contribuir el desarrollo del turismo en el distrito y consideran que es importante para contribuir con el desarrollo del atractivo turístico.

Actualmente la municipalidad viene elaborando un proyecto de revaloración de usos y costumbres para poner en valor todos los atractivos turísticos, teniendo como fortaleza al ACP Abra Patricia y ACP Huembo que se encuentran situados muy cerca al distrito, dedicándose a la protección de bosques y aves en peligro de extinción como el colibrí cola de espátula, lechucita bigotona, mono choro cola amarilla, gallito de las rocas, y promocionarlos para que los turistas visiten Perla de Imaza, como presidente de la asociación comunal el sr Cástulo Guevara Coronel, con ayuda de las autoridades busca que 10 hectáreas de terreno suyo sea una ACP que se encuentran alrededor de las cavernas, con el principal motivo de proteger aves y plantas medicinales que se encuentran en la ruta, haciendo un lugar mágico encontrando árboles maderables cedro, orquídeas, monos de diferentes especies, etc.

La población esta apta a participar en capacitaciones y colaborar para que se desarrolle el turismo en su localidad y son conscientes que les falta mucho que aprender, pero consideran que hay mucho que ofrecer al visitante, y han tomado la iniciativa de formar una asociación comunal para dar realce a su pedido ante cualquier autoridad y que vienen fortaleciendo poco a poco, las autoridades tienen un papel fundamental en mejorar los accesos y servicios básicos ya que es uno de los principales problemas que viene afectando el desarrollo del turismo en el anexo Perla de Imaza, se espera que el alcalde distrital conjuntamente con su equipo de trabajo considere nuestra propuesta y se lleve a cabo para contribuir con el bienestar de toda la comunidad.

3.4. Diagnóstico de la Oferta Turística del Anexo Perla de Imaza

3.4.1. Infraestructura Vial y Accesibilidad

Terrestre

Al distrito de Yambrasbamba se pueden acceder desde Tarapoto a través de vía asfaltada (carretera marginal), Fernando Belaúnde Terry pasando por Nueva Cajamarca, Rioja y Moyobamba, con un recorrido de 5h:30 min. Asimismo, desde la ciudad de Pomacochas con un tiempo de viaje de 2 horas en vehículos motorizados.

Aéreo

Se puede acceder desde Lima a través del aeropuerto Jorge Chávez hasta el aeropuerto de Jaen-Shumba haciendo un recorrido de 1h:29 min y desde ahí vía terrestre hasta llegar a Pomacochas que son 5 horas, desde Pomacochas 30 min más avanzando por la carretera marginal que conduce a Tarapoto hasta llegar a un pueblo llamado la Esperanza para tomar otra movilidad que nos conduce al anexo Perla de Imaza.

Tabla 2.

Ruta 1 para llegar a las cavernas Perla de Imaza

Lugar -Destino	Tiempo	Tipo de Movilidad
Lima (aeropuerto Jorge Chávez)- Jaén (aeropuerto shumba)	1h: 29 min	LATAM
Shumba-Jaén	25 min	Autos, combis
Jaén -La Esperanza	4 horas	Combis, autos
Shumba – Pedro Ruiz	3 horas	Transporte turístico /Santa María Travel, Turismo Explore y autos
Pedro Ruiz -La Esperanza	2 horas	Combis (Etza, turismo selva, y autos)
La Esperanza – perla de Imaza	1 hora	Combis, autos, moto taxis

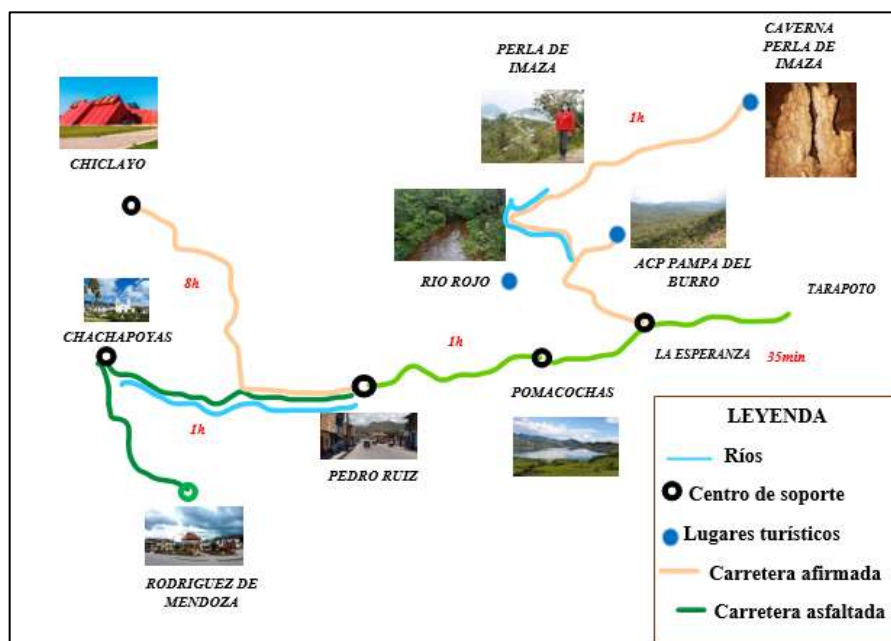
Así mismo se puede acceder desde Lima vía terrestre pasando por Trujillo, Chiclayo, Bagua, Pedro Ruiz, Pomacochas a través de la carretera Fernando Belaunde Terry, haciendo un recorrido de 25 horas. Desde Chachapoyas se puede acceder mediante servicio de combis o auto pasando Pedro Ruiz y Pomacochas recorriendo 3 horas.

Tabla 3

Ruta 2 para llegar a las cavernas Perla de Imaza

Lugar -Destino	Tiempo	Tipo de Movilidad
Ruta n ^a 1		A través de bus, Móvil tours, GH bus, Divino señor
Lima - Pomacochas	24 horas de viaje	
Pomacochas-La Esperanza	1 hora	Autos, combis
La Esperanza – perla de Imaza	1 hora	Combis, autos, moto taxis
Ruta n ^a 2		Turismo selva, autos turismo Cajamarca, GH bus
Tarapoto-la Esperanza	8 horas	
Ruta n ^a 3		
Chachapoyas - La Esperanza	3 horas	Combis, turismo selva, Transp. Evangelio

3.4.2. Ruta para llegar al Anexo Perla de Imaza



3.4.3. Hospedajes y Restaurant en el anexo Perla de Imaza

La infraestructura en el anexo Perla de Imaza es inadecuada, actualmente no cuenta con todos los servicios básicos para recibir al turista, según el trabajo de campo realizado se pudo constatar que las personas que van a visitar los lugares turísticos tienen que reservar previamente para que los preparen su alimentación, existe 3 viviendas que están dispuestas a atender a los visitantes como también 2 viviendas que brindan el servicio de alojamiento talvez no con las comodidades que busca el turista, pero si un lugar seguro y acogedor para descansar.

Tabla 4.

Servicio de infraestructura

	PROPIETARIO	TELÉFONO
Restaurant	-Esteban Rafael Diaz	
	-Henry Salazar Menor	921 823 890
	-Wilson Silva Requejo	
Alojamiento	-Eugenio Guevara Vilchez	943 804 802
	-Eduar Guevara Heredia	

Foto 1

Tiendas de alimentos de primera necesidad



Foto 2

Alojamiento



Inventario de los Recursos Turísticos del anexo Perla de Imaza


A. DATOS GENERALES				
Nombre	Caverna Perla de Imaza			Ficha N°
Toponimia				0001
UBICACIÓN		DATOS DE GEOREFERENCIA		
Departamento	Amazonas	Coordenadas geográficas (WGS 84)	Latit	55 84 93
Provincia	Bongará		Long	77 98 29
Distrito	Yambrasbamba	Coordenadas UTM (WGS 84) (Opcional)	Latit	
Otro	Anexo Perla de Imaza		Long	
Referencia	Anexo Perla de Imaza	Altitud (m.s.n.m.)	1510 m.s.n.m.	
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO TURÍSTICO		FOTOGRAFÍA ACTUAL		
Categoría	Sitios naturales			
Tipo	Cavernas y Cuevas			
Sub-Tipo	Grutas Cavernas y Cuevas			
DESCRIPCIÓN				
<p>Está ubicado a la margen izquierda del río Rojo y el río Imaza, cerca del anexo Perla de Imaza., La cavidad mide 3.5 m de alto y 2 m de ancho en el ingreso, se caracteriza por presentar varios niveles y todos con impresionantes formaciones de estalactitas y estalagmitas muchas de ellas en estado de crecimiento así son habitad de especies como murciélagos y gallito de las rocas.</p>				
Particularidades		Reconocimientos		
Estado actual		Observaciones		
		Personas sin autorización ingresan a la caverna y deterioran con escrituras en las formaciones.		
B. CARACTERÍSTICAS DE LA VISITA DEL RECURSO TURÍSTICO				
Tipo de Visitante		Fuente	Año	Comentario
Extranjeros				No cuentan con un cuaderno de registro
Nacionales				
Local				
Distancia desde centro soporte		Tipo de vía	Kilómetro	Tiempo
Pomacochas-Perla de Imaza		Asfaltada	43km	40min.
Perla de Imaza – Caverna Perla de Imaza		Sendero	4km	1h.30 min.
Tipo de ingreso				Observaciones
Pagado Entrada general: S/5.00 Servicio de Guía: S/ 50.00				Se recomienda pago de un orientador Local

Época propicia para visitar el Recurso	
Todo el año	Llevar ropas de cambio, impermeables, boxs lunch u otros que considere necesario para alimentación.
Actividades se desarrollan actualmente	
Actividad	Descripción
Naturaleza	
Observación de fauna	Espacio natural idóneo para observación de flora, fauna y paisaje durante el recorrido y en los alrededores del recurso turístico
Observación de flora	
Deportes/Aventura	
Caminata/ Trekking	Se realiza desde el anexo Perla de Imaza hasta la caverna del mismo nombre
Cultura y Folklore	
Apreciación de muestras o actividades artísticas (Danza)	Previa coordinación con la Asociación Comunal de turismo Perla de Imaza para poder degustar de los platos típicos y de sus danzas del lugar.
Otros	
Toma de fotografías y filmaciones	Un lugar apto para la toma de fotografías
Actividades se podrían desarrollar	
Actividad	Descripción
Deportes/Aventura	
Cabalgata	Teniendo en cuenta lugares debidamente señalizado y aptos
Camping	Se podría desarrollar en lugares apropiados
Cultura y Folklore	
Degustación de platos y bebidas típicas	Ofrecer los platos típicos existentes en el anexo Perla de Imaza a fin de convertir en un potencial turístico
Apreciación de muestras o actividades	Es importante que se pueda inculcar la práctica de sus actividades religiosas y artísticas a fin de contribuir con el turismo de su localidad.
Actividades religiosas y patronales	
Otros	
Compras de artesanía /souvenir	Implementar tiendas artesanales

Estudios e investigación	Actualmente existe poca información al respecto es necesario realizar investigaciones tanto de la caverna y así mismo flora y fauna del lugar.
Toma de fotografías y filmaciones	Es un lugar natural apto para captar imágenes
Servicios turísticos existentes	
Instalaciones privadas	Ciudad o localidad más cercana en donde se encuentra el servicio
Alojamiento	
EE.HH. (sin categoría)	En Pomacochas como centro de soporte
Otros	Hospedajes en el centro poblado el Progreso y Buenos
Alimentación	
Restaurantes	En el Anexo Perla de Imaza
Kioscos de comida o bebida	
Otros servicios turísticos	
Agencias de viaje	Ciudad de Pomacochas como centro de soporte o directamente desde la ciudad de Chachapoyas
Lugares de recreación	
Discotecas	Ciudad de Pomacochas como centro de soporte
Juegos de casino o tragamonedas	
Karaoke	
Bares	
Juegos infantiles	
Centros deportivos	
Instalaciones públicas	
Miradores turísticos	En el trayecto al anexo Perla de Imaza (1mirador, señales orientativas)
Señales de orientación	
Infraestructura básica	
Instalaciones privadas	Ciudad o localidad más cercana en donde se encuentra
Agua potable	Agua entubada en el anexo Perla de Imaza
Energía Eléctrica	Si cuenta el anexo Perla de Imaza
Teléfono	celular (Movistar)
Señalización	Señales orientativas
Servicios turísticos que se requieren o pueden desarrollar	
Instalaciones privadas	Ciudad o localidad más cercana en donde se podría implementar
Alojamiento	

Hostales (categoría) de 1 y 2	Anexo Perla de Imaza
Albergues	Anexo Perla de Imaza
Alimentación	
Restaurantes	Anexo Perla de Imaza
Kioscos de comida o bebida	
Venta de comida rápida	
Otros servicios turísticos	
Servicios de guiado: idioma	Anexo Perla de Imaza
Venta de artesanía	Anexo Perla de Imaza (tienda artesanal equipado)
Alquiler de caballos	Anexo Perla de Imaza
Instalaciones publicas	
Miradores turísticos	En el trayecto a la Caverna perla de Imaza
Estacionamiento de vehículos	En el anexo Perla de Imaza
Señales de orientación	Tanto en el anexo Perla de Imaza y como en el trayecto a la caverna Perla de Imaza
Señales de interpretación	
Boletería	En el anexo Perla de Imaza
Zonas de muestras artesanales	En el anexo Perla de Imaza
Centros de interpretación	En el anexo Perla de Imaza
Instalación para la exposición de	En el anexo Perla de Imaza
Paradores turísticos	En el trayecto a la caverna Perla de Imaza
Oficina de información turística	En el anexo Perla de Imaza
Caminos de herradura	Acondicionamiento en hacia el trayecto del atractivo
Infraestructura básica	
Instalaciones privadas	Ciudad o localidad más cercana en donde se puede implementar
Agua potable	En el anexo Perla de Imaza
Alcantarillado	En el anexo Perla de Imaza
Sistema de tratamiento (Biodigestor, pozo	En el anexo Perla de Imaza

Fuente: Elaboración Propia con apoyo del SIG Mincetur

A. DATOS GENERALES				
Nombre	Área de Conservación Privada Pampa del Burro			Ficha N°
Toponimia				0002
UBICACIÓN		DATOS DE GEOREFERENCIA		
Departamento	Amazonas	Coordenadas geográficas (WGS 84)	Latitud	83 65 04
Provincia	Bongará		Longitud	93 80 295
Distrito	Yambrasbamba	Coordenadas (WGS 84) (Opcional)	Latitud	
Otro	Anexo Perla de Imaza		Longitud	
Referencia	Anexo Perla de Imaza	Altitud (m.s.n.m.)	1510 m.s.n.m.	
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO TURÍSTICO		FOTOGRAFÍA ACTUAL		
Categoría	Sitios naturales			
Tipo	Áreas Naturales Protegidas			
Sub-Tipo	Área de Conservación Privada			
DESCRIPCIÓN				
El área denominada “Pampa del Burro”, está ubicada entre los pueblos de La Perla del Imaza y La Florida dentro de la Comunidad Campesina Yambrasbamba, distrito Yambrasbamba, El área destinada tiene una extensión de 2,776.96 hectáreas, dedicada a la protección de flora y fauna en peligro de extinción.				
Particularidades		Reconocimientos		
		El ACP está dentro de los sitios prioritarios para la conservación dentro de la Ecorregión Yungas Peruanas (CDC-UNALM 2002)		
Estado actual		Observaciones		
Está en buen estado		Implementación de señalización turística		
B. CARACTERÍSTICAS DE LA VISITA DEL RECURSO TURÍSTICO				
Tipo de Visitante		Fuente	Año	Comentario
Extranjeros				No cuentan con un cuaderno de registro
Nacionales				
Local				
Distancia desde centro soporte		Tipo de vía	Kilómetro	Tiempo
Pomacochas-Perla de Imaza		Asfaltada	43km	40min.
Perla de Imaza – Caverna Perla de Imaza		Sendero	4km	1h.30 min.
Tipo de ingreso				Observaciones
Libre		Se recomienda pago de un orientador Local		

Época propicia para visitar el Recurso	
Todo el año	Llevar ropas de cambio, impermeables, boxs lunch u otros que considere necesario para alimentación durante su visita.
Actividades se desarrollan actualmente	
Actividad	Descripción
Naturaleza	
Observación de fauna	Espacio natural idóneo para observación de flora, fauna y paisaje durante el recorrido y en los alrededores del recurso turístico
Observación de flora	
Deportes/Aventura	
Caminata/ Trekking	Se realiza desde el anexo Perla de Imaza hasta el Área de Conservación Privada Pampa del Burro.
Cultura y Folklore	
Apreciación de muestras o actividades artísticas (Danza)	Previa coordinación con la Asociación Comunal de turismo Perla de Imaza para poder degustar de los platos típicos y de sus danzas del lugar
Otro	
Toma de fotografías y filmaciones	Un lugar apto para la toma de fotografías
Actividades se podrían desarrollar	
Actividad	Descripción
Deportes/Aventura	
Cabalgata	Teniendo en cuenta lugares debidamente señalizado y aptos
Camping	Se podría desarrollar en lugares apropiados y delimitados.
Cultura y Folklore	
Degustación de platos y bebidas típicas	Ofrecer los platos típicos existentes en el anexo Perla de Imaza a fin de convertir en un potencial turístico

Apreciación de muestras o actividades artísticas (danza teatro etc)	Es importante que se pueda inculcar la práctica de sus actividades religiosas y artísticas a fin de contribuir con el turismo de su localidad.
Actividades religiosas o patronales	
Otro	
Compras de artesanía /souvenir	Implementar tiendas artesanales en el anexo Perla de Imaza.
Estudios e investigación	Actualmente existe poca información al respecto es necesario realizar investigaciones de flora y fauna del lugar.
Toma de fotografías y filmaciones	Es un lugar natural apto para captar imágenes
Servicios turísticos	
Instalaciones privadas	Ciudad o localidad más cercana en donde se encuentra el servicio
Alojamiento	
EE.HH. (sin categoría)	En Pomacochas como centro de soporte
Otros	Hospedajes en el centro poblado el Progreso y Buenos Aires
Alimentación	
Restaurantes	En el Anexo Perla de Imaza
Kioscos de comida o bebida	
Otros servicios	
Agencias de viaje	Ciudad de Pomacochas como centro de soporte o directamente desde la ciudad de Chachapoyas
Lugares de recreación	
Discotecas	Ciudad de Pomacochas como centro de soporte
Juegos de casino o tragamonedas	
Karaoke	
Bares	
Juegos infantiles	
Centros deportivos	
Instalaciones	
Miradores turísticos	En el trayecto al anexo Perla de Imaza (1mirador, señales orientativas)
Señales de orientación	
Infraestructura	
Instalaciones privadas	Ciudad o localidad más cercana en donde se encuentra el servicio
Agua potable	Agua entubada en el anexo Perla de Imaza
Energía Eléctrica	Si cuenta el anexo Perla de Imaza
Teléfono	celular (Movistar)
Señalización	Señales orientativas
Servicios turísticos que se requieren o pueden desarrollar	
Instalaciones privadas	Ciudad o localidad más cercana en donde se podría implementar
Alojamiento	

Hostales (categoría) de 1 y 2 estrellas	Anexo Perla de Imaza
Albergues	Anexo Perla de Imaza
Alimentación	
Restaurantes	Anexo Perla de Imaza
Kioscos de comida o bebida	
Venta de comida rápida	
Otros servicios turísticos	
Servicios de guiado: idioma castellano	Anexo Perla de Imaza
Venta de artesanía	Anexo Perla de Imaza (tienda artesanal equipado)
Alquiler de caballos	Anexo Perla de Imaza
Instalaciones	
Miradores turísticos	En el ACP Pampa del Burro
Estacionamiento de vehículos	En el anexo Perla de Imaza
Señales de orientación	Tanto en el anexo Perla de Imaza y como en el trayecto al ACP.
Señales de interpretación	
Boletería	En el anexo Perla de Imaza
Zonas de muestras artesanales	En el anexo Perla de Imaza
Centros de interpretación	En el anexo Perla de Imaza
Instalación para la exposición de flora y fauna silvestre	En el anexo Perla de Imaza
Paradores turísticos	En el trayecto a la visita del ACP
Oficina de información turística	En el anexo Perla de Imaza
Caminos de herradura	Acondicionamiento en hacia el trayecto del atractivo turístico
Infraestructura básica	
Instalaciones privadas	Ciudad o localidad más cercana en donde se puede implementar
Agua potable	En el anexo Perla de Imaza
Alcantarillado	En el anexo Perla de Imaza
Sistema de tratamiento (Biodigestor, pozo)	En el anexo Perla de Imaza

Fuente: Elaboración Propia con apoyo del SIG Mincetur

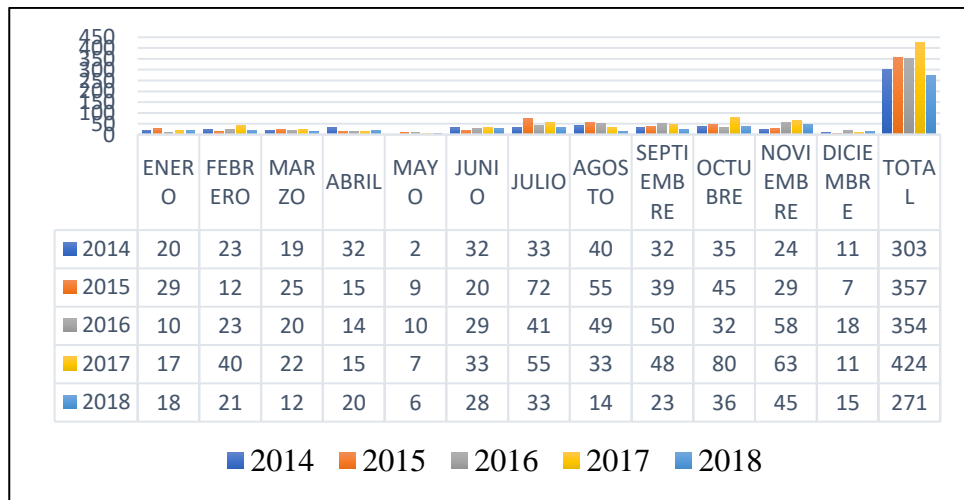
3.5. Diagnóstico de la Demanda Turística

Para la investigación se tomó como referencia a los turistas que llegaron a visitar la ACP Abra Patricia.

En el cuadro se muestra el número de turistas que llegaron a visitar el ACP Abra Patricia en los últimos cinco años

Figura 10

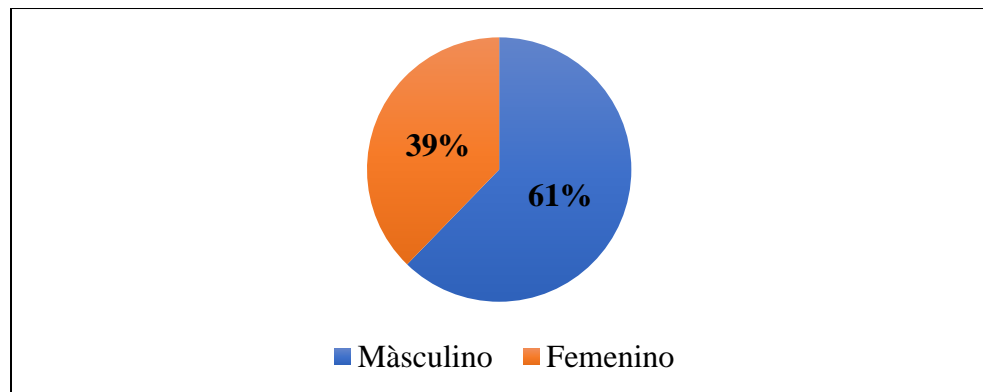
Arribo de turistas a ACP Abra Patricia



En la figura 10, nos muestra que en el año 2017 ingresaron más número de turistas que son 424, a comparación del año 2018 que se tiene como reporte de acuerdo al cuaderno de registro que nos brindó el Área de Conservación Privada Abra Patricia que son 271 turistas.

Figura 11

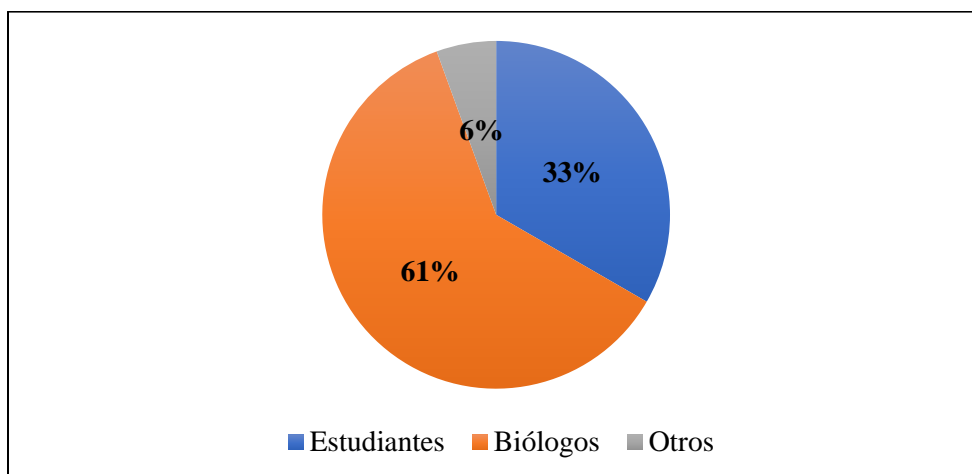
Género



En la figura 11, se muestra que los turistas que visitaron Abra Patricia en el año 2018 el 61% son de género masculino y el 39% de género femenino

Figura 12

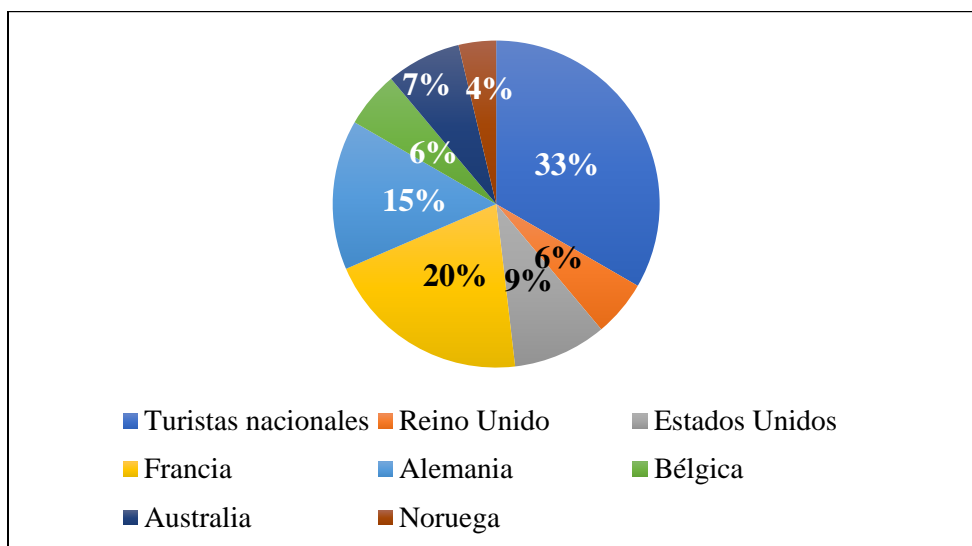
Ocupación



En la figura 12, se puede apreciar que en su mayoría el 61% de los turistas son de profesión Biólogos o con carreras profesionales similares, que vienen hacer investigación en este lugar, seguidamente el 33% son estudiantes y el 6% son turistas que vienen a conocer el ACP Abra Patricia.

Figura 13

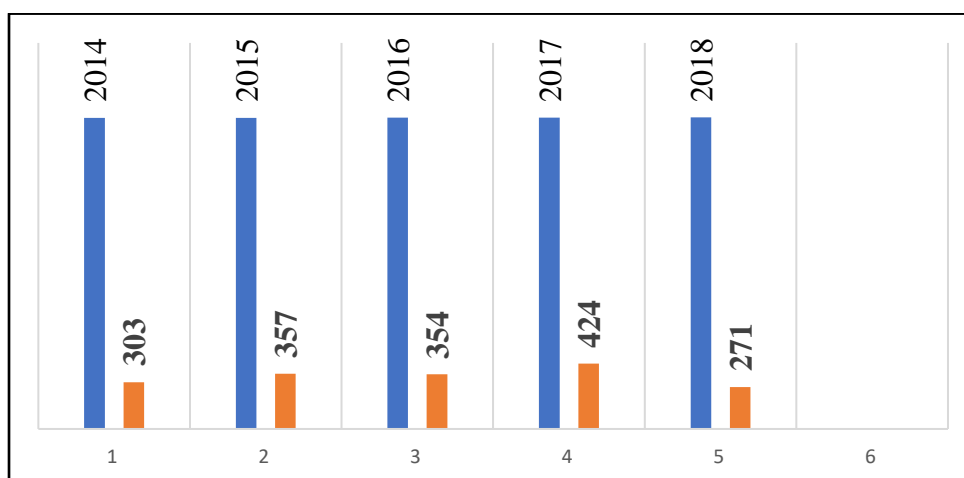
Lugar de procedencia



En la figura 13, se puede apreciar que el 33% son turistas nacionales, 20% son de Francia, 15% son de Alemania, el 9% son de Estados Unidos, 7% son de Australia, 6% de Bélgica, 4% Noruega, 6% de Reino Unido.

Figura 14

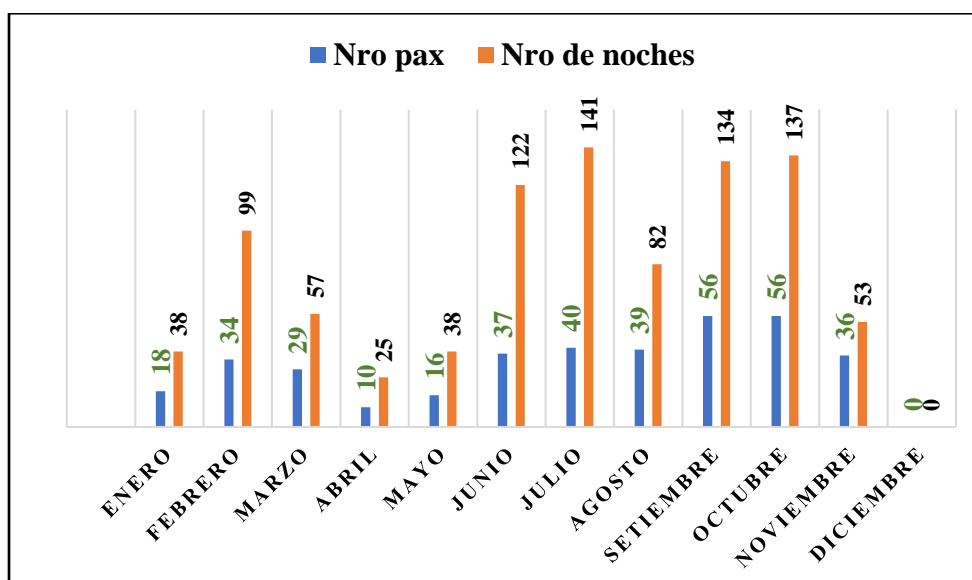
Flujo de visitantes al Área de conservación Privada Abra Patricia



El gráfico muestra el flujo de turistas desde el año 2014 hasta el año 2018 lo cual se aprecia que en el año 2017 ha recibido mayor afluencia con 424 turistas que visitaron en un año

Figura 15

Número de turistas y noche de pernocte en los alberges del Área de Conservación Privada Abra Patricia



Como se puede apreciar en la figura los meses de mayor flujo de turistas son en los meses de junio a julio, también se puede apreciar que el número de noches es mayor que el número de turistas, debido a que realizan turismo especializado y necesitan de más días para realizar sus investigaciones.

3.6. Propuesta de Plan de Marketing para fomentar el turismo en el Anexo

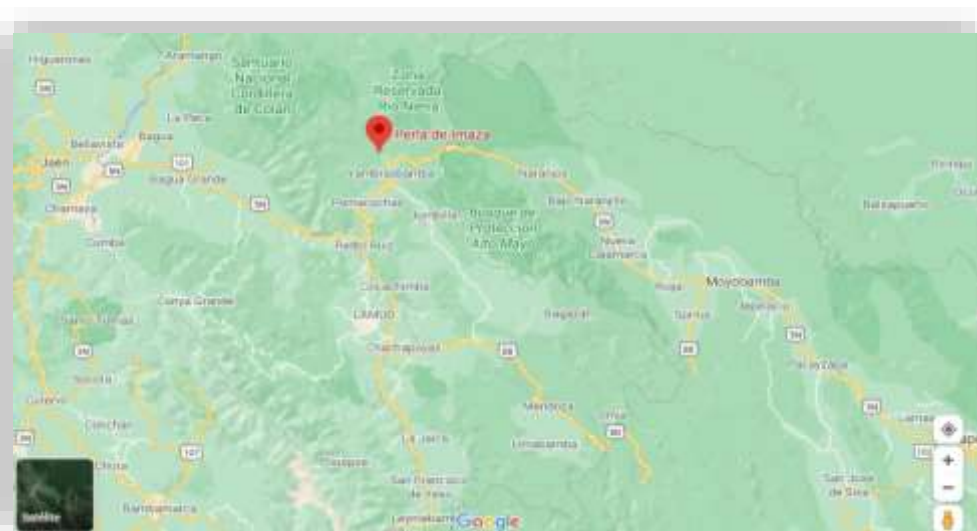
Perla de Imaza

Área de Estudio

El distrito de Yambrasbamba forma parte de los doce distritos de la provincia de Bongará, ubicado en el departamento de Amazonas, el anexo Perla de Imaza es uno de los doce anexos que conforman parte del distrito y se encuentra ubicado a 1 hora del centro poblado la Esperanza, cuenta con una población trabajadora dedicada a la agricultura y la ganadería, la gran mayoría de la población se dedicada a la extracción de madera, siendo uno de los principales fuente de ingreso.

Foto 3

Ubicación del Área de estudio



“Plan de marketing para fomentar el turismo en el anexo perla de Imaza - distrito Yambrasbamba”

El diseño de un plan de marketing turístico busca promover el turismo en el anexo Perla de Imaza, el mismo que ayudará a dar realce al turismo por medio de la difusión de sus atractivos turísticos, y este a su vez será un elemento importante para el desarrollo socioeconómico de la localidad.

Para promover la promoción turística del lugar se espera tener el apoyo de la Municipalidad Distrital de Yambrasbamba y la comunidad que contribuirán a la difusión de los atractivos turísticos, se ha visto la necesidad de realizar

un plan de marketing para este lugar de tal manera que cuenta con atractivos turísticos muy relevantes y que son de interés para sus visitantes

3.6.1 Objetivo de la propuesta

3.6.1.1 Objetivo General

Diseñar un plan de marketing utilizando estrategias que contribuyan al posicionamiento y mejora del desarrollo del turismo en el anexo Perla de Imaza ante sus actuales y potenciales visitantes.

3.6.1.2. Objetivos específicos

- ✓ Realizar un análisis situacional que permita detectar las falencias internas y externas que tiene el lugar para obtener un diagnóstico final mediante la herramienta FODA.
- ✓ Identificar los principales objetivos del plan de marketing que permitan su competitividad en el mercado.
- ✓ Determinar estrategias que contribuyan a la mejora del posicionamiento de los lugares turísticos existentes en el anexo Perla de Imaza.

MISIÓN

Conservamos los ecosistemas del anexo Perla de Imaza promoviendo iniciativas de protección de flora y fauna, así como también el uso racional de los bienes y servicios que generan para la comunidad.

VISIÓN

Llegar a ser un lugar turístico con excelente servicio, líder en conservación de flora y fauna, accesible a todos los estratos socioeconómicos con la finalidad de ser reconocido nacionalmente.

3.6.2. Diagnóstico de la situación

Matriz de análisis FODA

Tabla 5.

Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">- Se encuentra ubicado cerca del ACP Abra Patricia- La accesibilidad está en buen estado hacia la comunidad- Disponibilidad de recursos turísticos y biodiversidad de flora y fauna- Interés por parte de la población para la actividad turística.	<ul style="list-style-type: none">- Alta valoración en cuanto a la calidad de biodiversidad- Seguridad ciudadana- Posibles alianzas estratégicas- Mejorar las condiciones de vida de la localidad
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">- Falta de Publicidad- Falta de capacitación a la población para brindar el servicio de turismo- Falta de señalización y apoyo de los gobiernos locales- Deficiencia de infraestructura y servicio para la satisfacción del turista	<ul style="list-style-type: none">- Tala indiscriminada de árboles- Incremento de la competencia de otros lugares turísticos similares- Condiciones climáticas poco favorables impiden visita

Matriz FODA

<p>FACTORES INTERNOS</p>	<p>FORTALEZAS</p> <p>F1: Se encuentra ubicado cerca del ACP Abra Patricia</p> <p>F2: La accesibilidad está en buen estado hacia la comunidad</p> <p>F3: Disponibilidad de recursos turísticos y biodiversidad de flora y fauna</p>	<p>DEBILIDADES</p> <p>D1: Falta de Publicidad</p> <p>D2: Falta de capacitación a la población para brindar el servicio de turismo</p> <p>D3: Falta de señalización y apoyo de los gobiernos locales</p>
<p>FACTORES EXTERNOS</p>	<p>Estrategias (FO)</p> <p>(F1-O1): Aprovechamiento de los recursos naturales con los que cuenta y el ACP Abra Patricia para la realización de una ruta turística.</p> <p>(F2-O2): Contar con el apoyo de la seguridad ciudadana contribuye al visitante estar seguro en el lugar y realizar su visita hacia los atractivos turísticos.</p> <p>(F3-O3): Formar alianzas estratégicas con empresas dedicadas al mismo rubro y generar el aprovechamiento de manera sostenible de los recursos naturales</p>	<p>Estrategias (DO)</p> <p>(D1-O1): Aprovechar los recursos naturales con lo que cuenta el lugar y realizar mayor publicidad para aprovechar de manera sostenible y en beneficio de la sociedad.</p> <p>(D2-O3): Con las alianzas estratégicas mejorar la capacitación de la población para que brinden un servicio de calidad.</p> <p>(D3-O2): Aprovechar la existencia de la seguridad ciudadana para solicitar a los gobiernos locales que contribuyan con el desarrollo del turismo.</p>
<p>OPORTUNIDADES</p> <p>O1: Alta valoración en cuanto a la calidad de biodiversidad</p> <p>O2: Seguridad ciudadana</p> <p>O3: Posibles alianzas estratégicas</p>	<p>Estrategias (FA)</p> <p>(F1-A1): Realizar charlas de concientización para cuidar el medio ambiente y proteger las especies que están en peligro de extinción y así mismo cuidar los bosques de ABRA PATRICIA que se encuentran alrededor del anexo Perla de Imaza.</p> <p>(F2-A2): Aprovechamiento de la accesibilidad que está en buen estado y nos permite llegar hasta el mismo anexo de Perla de Imaza, pero se debe solicitar apoyo a la Municipalidad Distrital de Yamborasbamba para darle mantenimiento para prevenir en caso de fuertes lluvias y mejorar el acceso hacia los lugares turísticos.</p> <p>(F3-A3): Aprovechar las alianzas estratégicas para promocionar y dar a conocer los lugares turísticos existentes en la zona.</p>	<p>Estrategias (DA)</p> <p>(D1-A2): Realizar publicidad para promocionar los lugares turísticos y lograr incremento de turistas y no ser competencia de nadie si no un lugar único por su biodiversidad.</p> <p>(D2-A1): capacitación a la población para mejorar la atención al cliente y cuidado del medio ambiente.</p> <p>(D3-A3): Solicitar apoyo a las autoridades a mejorar los caminos y señalización para la mejor orientación del turista durante su visita.</p>
<p>AMENAZAS</p> <p>A1: Tala indiscriminada de árboles</p> <p>A2: Incremento de la competencia de otros lugares turísticos similares</p> <p>A3: Condiciones climáticas poco favorables impiden visita</p>		

3.6.3. Marketing Mix

García, H (2008) hace mención que el marketing son estrategias que están orientadas a la satisfacción del cliente y se debe conocer cuáles son sus necesidades para poder ofrecer ya sea bienes y servicios, por lo tanto, el marketing es un conjunto de actividades que están orientadas a la promoción y la comercialización de un producto en el mercado, teniendo en cuenta las 4P.

Monta, F (2015). El marketing mix viene hacer la combinación de las 4P, teniendo en cuenta el producto que se va a comercializar, estableciendo precios adecuados y elegir los medios más apropiados para su comercialización

Importancia del marketing

El marketing tiene el propósito de posicionar un lugar o producto en los mercados, llegando así al consumidor final

Sierra, A (2003) “El marketing turístico se ha convertido en una de las herramientas más efectivas y de mayor uso en la gestión de un negocio o incluso de un destino turístico. De manera general se concibe para lograr un equilibrio entre los beneficios económicos, la satisfacción del cliente y el interés público”. Pág. 37

Las 4 P del marketing

Producto

Al referirse al producto se trata de identificar los atractivos turísticos con los que cuenta el anexo Perla de Imaza y que le puede ofrecer a los turistas tanto nacionales e internacionales, permitiendo que se haga conocido.

Precio

Es el precio establecido que debe pagar una persona por la adquisición de algún bien o servicio y se debe realizar en función a lo que se ofrece.

Plaza

En muchas ocasiones los canales de distribución son los olvidados del marketing y no debería ser así, porque la logística es indispensable para que un negocio tenga éxito con sus productos. (Innovation & Entrepreneurship Business School, 2019)

Promoción

La promoción se centra en los esfuerzos de difusión de nuestro producto o servicio, a través de la publicidad y lograr informar del lugar a los turistas.

Tabla 6

Estrategia de producto

Estrategia N° 01: Diseño de logotipo

ESTRATEGIA	DEFINICIÓN	POLÍTICA	ACCIÓN
	Se creará un logotipo que permita al visitante diferenciar de los lugares turísticos	<p>Promocionar la marca turística en todos los eventos relacionados con la actividad turística</p> <p>La marca turística lleva los colores representativos de la localidad.</p>	<p>Es necesario contar con una agencia publicitaria, con el fin de promocionar la marca turística de tal modo se logre captar la atención de los turistas para que se animen de conocer Perla de Imaza.</p>

Presupuesto

Descripción	Cantidad	Tiempo	C/U	C/T
Agencia de publicidad	1	1 h	s/ 150.00	s/ 150.00
Total				s/ 150.00

Isotipo: Es la parte simbólica de la representación gráfica de una marca, se refiere a la representación de cualquier marca a través de un símbolo. Alcaraz, M (2017) El isotipo se ha diseñado considerando la importancia del lugar.

Logotipo: Hace referencia a la representación gráfica de una marca, en este caso se consideró una frase que hace referencia a la naturaleza que nos rodea.

Eslogan: Para realizar la visita a los lugares turísticos nos rodeamos de abundante flora y fauna es por ello que se creó un eslogan “El sendero de la aventura” a fin de crear una imagen llamativa en los visitantes.

Cromática: Los colores son los elementos con los que las personas se crean una perspectiva, por lo tanto, el logo debe ser atractivo y fácil de recordar, es por ello que el logotipo tiene los colores Marrón y verde.

Estrategia N° 02: Centro de información turística

ESTRATEGIA	DEFINICIÓN	POLÍTICA	ACCIÓN
Punto de información turística	Implementar un local que permita brindar información precisa a los visitantes, apoyados por profesionales de turismo que conozcan del tema.	Se atenderá a los turistas los días de mayor demanda como es sábados y domingos, en horario de 8:00 a 3:00 pm	Contar con una oficina implementada con los equipos necesarios que permitan atender al turista de forma eficiente y eficaz.

Presupuesto de la estrategia punto de información turística

Descripción	Cantidad	Tiempo	Costo unitario	Costo total
Recurso humano	1	8 h	s/ 30.00 / día	s/ 930.00
Equipo de computo	1 pc	8h	s/ 2149.00	s/ 2149.00
	1 impresora	8h	s/ 780.00	s/ 780.00
	Material de escritorio	-	s/ 250.00	s/ 250.00
Mueble de escritorio	1 mesa	-	s/ 400.00	s/ 400.00
	1 silla	-	s/ 300.00	s/ 300.00
TOTAL				s/ 4809.00

Foto 4

Modelo de implementación para información turística



Estrategia N° 03: Creación de local para exposición y venta de artesanía

ESTRATEGIA	DEFINICIÓN	POLÍTICA	ACCIÓN
Creación de local para exposición y venta de artesanía	Crear un local adecuado para la exposición de artesanía del lugar y brindar el servicio de alquiler de poncho para lluvia, botas, bastones, etc con el fin de incrementar los ingresos a la asociación.	El local debe contar con un encargado del cuidado de los productos y brinde el apoyo a personas artesanas que tienen ganas de contribuir con su comunidad	Exhibir a los turistas los mejores productos, participar exposiciones y cursos de turismo.

Presupuesto de creación de local para exposición y venta de artesanía

Descripción	Cantidad	Tiempo	Costo unitario	Costo total
Recurso humano	1	4 h	s/ 25.00	S/ 750.00
Implementación del local	1	-	s/ 5000.00	s/ 5000.00
Total				S/ 5750.00

Foto 5

Modelo de implementación para la venta de artesanía



Estrategia N° 04: Ruta de la aventura

ESTRATEGIA	DEFINICIÓN	POLITICA	ACCIÓN
Ruta de la aventura	Durante el recorrido se propone colocar freses llamativos con el cuidado del medio ambiente, amparo de flora y fauna del lugar.	-Establecer una ruta con su respectiva señalización, juntamente con las autoridades y policía nacional del distrito de Yambrasbamba. -Establecer un sendero propio para turistas que van en acémilas. -Brindar el servicio de guía turístico durante el recorrido.	Coordinar con las autoridades del distrito y tomen en cuenta la estrategia planteada.

Presupuesto ruta de la aventura

Descripción	Cantidad	Tiempo	Costo unitario	Costo total
Recurso humano para acondicionar el acceso	5	8h x 5 días	S/ 30.00	S/750.00
Guía local	2	-	S/ 50.00	S/ 100.00
Total				S/ 850.00

Foto 6.

Modelo de frases llamativas para la visita a la caverna de Perla de Imaza.



Tabla 7*Estrategia de precio***Estrategia N° 1: Diseño de tickes de venta y control**

ESTRATEGIA	DEFINICIÓN	POLITICA	ACCIÓN
Diseño de tickes de venta y control	Crear los tickes de venta para controlar el ingreso de los turistas, teniendo precios diferentes para adultos y niños	-En el ingreso para visitar la caverna Perla de Imaza contar con un personal capacitado quien controle la venta de los tickes. -Coordinar con la asociación comunal de Perla de Imaza que los precios se mantengan.	Solicitar el apoyo de las autoridades para destinar un presupuesto para la elaboración del material de venta.
Establecer precios de acuerdo al estudio de mercado	Se debe realizar un estudio de mercado para determinar el precio de los servicios brindados.	-Fijación de precio de guiado hacia el lugar -Precio por servicio de hospedaje -Precio por servicio de alimentación.	Realizar una reunión con los prestadores de servicio y coordinar el precio adecuado.

Presupuesto de diseño de tickes de venta y control

Descripción	Cantidad	Tiempo	Costo unitario	Costo total
Diseño de tickes de venta	500	-	S/ 0.70	S/ 350.00
Total				S/ 350.00

Foto 7

Modelo de implementación de tickets de venta



Tabla 8*Estrategia de plaza*

ESTRATEGIA	DEFINICIÓN	POLITICA	ACCIÓN
Distribución del producto (caverna perla de Imaza, ACP Pampa del Burro)	Identificar canales de distribución adecuados al estudio de mercado, para facilitar la venta del producto Perla de Imaza	-Tomar como base el perfil del turista que visita la región Amazonas -Seleccionar los canales de distribución más adecuados (ferias de turismo, agencias de viaje, Dircetur, I Perú)	Mediante el apoyo de las empresas públicas y privadas, así como la asociación de turismo de Perla de Imaza y la Municipalidad Distrital de
Establecer alianzas estratégicas con agencias de viaje y hospedajes del ámbito local para ofrecer al destino Yambrasbamba	Lo que se busca es la interrelación y el trabajo en conjunto con las empresas del sector turismo que existen en la región con el fin de fortalecer el producto turístico y que permita ampliar la oferta de una manera competitiva.	-Convocar a reunión a autoridades y propietarios de AA. VV y Hospedajes a través de Dircetur para el establecimiento de alianzas estratégicas. -Firma de compromiso -Monitoreo para su control	Yambrasbamba para llevarse a cabo.

Presupuesto

Descripción	Cantidad	Tiempo	Costo unitario	Costo total
Break para los asistentes	25	3 h	S/ 5.00	S/ 125.00
Pasajes para asistencia a reunión	15	-	S/ 30.00	s/ 450.00
Recordatorios	25	-	S/ 20.00	S/ 500.00
Total				S/ 1075.00

Tabla 9.

Estrategias de promoción

ESTRATEGIA	DEFINICIÓN	POLITICA	ACCIÓN
Diseño y elaboración de materiales publicitarios para la difusión de los atractivos existentes en Perla de Imaza	Promocionar el turismo del anexo Perla de Imaza a través de la pag web Promoción por medio de trípticos y postales	-Será de acceso para el público en general. -La pag debe ser actualizada cada 6 meses	Se contratará con un profesional en diseño gráfico para elaboración de la pag y mantenimiento
Difusión del atractivo por medio de las redes sociales	Promoción en Facebook que es la red más utilizada por los turistas	-Mantener actualizada la pag en Facebook y con información real. Planificar actividades de promoción y programas de interés para los turistas.	

Presupuesto estrategias de promoción

Descripción	Cantidad	Tiempo	Costo unitario	Costo total
Recurso humano (diseñador)	1	5 h en un mes	s/ 35.00	S/ 1050.00
Mantenimiento de la pag	1	-	S/ 25.00	S/ 25.00
Material publicitario	500	-	S/ 0.5	S/ 250.00
	trípticos	-	S/ 1.00	S/ 500.00
	500			
	postales			
Total				S/ 1825.00

Foto 8

Publicación en redes sociales



Foto 9

Creación página web

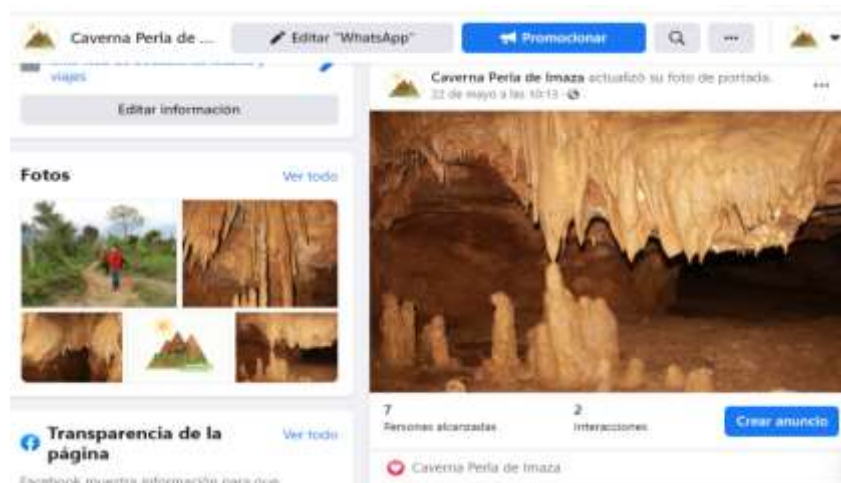


Foto 10

Creación de postales



Foto 11.

Creación de tríptico

Parte externa del tríptico

ACP PAMPA DEL BURRO

Cuenta con una extensión de 377,96 hectáreas, ubicado a 1801 metros, a unos 35 min de la carretera principal. Feriado Belusude Terry se crea con el objetivo de proteger especies en peligro de extinción y lo cual es su hábitat del mono choro colé amarillo, lechuza tejatiná, mono nocturno andino, oso de anteojos, yaracoa, etc.



En el recorrido realizar rutas de avistamiento de aves como el gallo de las rocas, y senderos interpretativos para promover la actividad de vista de bromelias y orquídeas.



GASTRONOMIA

La gastronomía de Perla de Imaza, consiste de: Miel con queso, caldo verde, gallina guisada, pato guisado, tamales, chicharones, cuy con papas.



CONTACTOS

📍 340240111

📍 Caverna Perla de Imaza

PLAZA DE ARMAS PERLA DE IMAZA



PERLA DE IMAZA-YAMBRASBAMBA
BONGARA-AMAZONAS



Parte interna del tríptico

YAMBRASBAMBA

El distrito de Yamborasbamba es uno de los doce distritos de la Provincia de Bongara, ubicado en el Departamento de Amazonas, en el norte del Perú.

Abarca una extensión de 1.75,96 km² y tiene una población estimada mayor a 6000 habitantes.

ANEJO DE PERLA DE IMAZA

Es un poblado que pertenece al distrito de Yamborasbamba, está ubicado sobre los 1698 m.s.n.m. que cuenta con hermosos atractivos, cavernas, ríos, variedad de flora y fauna.

La población es principalmente campesina y de origen mestizo. La población se dedica a la ganadería para la producción de lácteos y al cultivo de yuca, maíz, zanahoria, papa, café, yuca, repollo, lechija.




ATRATIVOS TURISTICOS

CAVERNA PERLA DE IMAZA

Se sitúa en la margen izquierda de los Ríos Imaza, cerca de anexo Perla de Imaza, está rodeada de impresionante variedad de flora y fauna.



La caverna mide 3,5 m de alto y 2 m de ancho en el ingreso, cuenta con varios niveles para recorrerlo, donde podrás ver impresionantes formaciones caprichosas de estalactitas y estalagmitas. La caverna es hábitat de especies como maricón negro.



También se puede observar aves como los gallos de las rocas, pava tibetana, mono blanco-rosa anevilla, mono nocturno.



RIO ROJO

Se encuentra ubicado a 30 minutos de la carretera marginal Fernando Belaunde Terry, respecto al distrito poblado de Yamboras. Hay un drenaje que río conduce hacia el magnífico Río Rojo, es una vertiente de agua que fluye en el Área de Conservación Piedra Pampa del Burro y por la variedad de arbustos y hojas que caen en lo que se dice color.



Señalética

ESTRATEGIA	DEFINICIÓN	POLITICA	ACCIÓN
Señalización turística	Orientar y prevenir a los visitantes mediante la señalización adecuada en los sitios turísticos.	Se emplearán las señales que se presentan en el manual de señalización para contribuir con el recorrido de los visitantes de forma segura. -Para la instalación de la señalética se gestionará el apoyo de las autoridades y policía nacional.	Se contará con el apoyo de un experto para la elaboración de la señalética y su correcta colocación.

Presupuesto para el acondicionamiento de la señalización turística

Descripción	Cantidad	Tiempo	Costo unitario	Costo total
Recurso humano (diseñador)	8	8 h en tres días	S/ 30.00	S/ 720.00
Señalización	10		S/ 120.00	S/ 1200.00
Mantenimiento	5	3 días	S/ 30.00	S/ 450.00
Total				S/ 2370.00

Foto 12.

Propuesta de señalización turística



Acondicionar luces reflectivas al interior de la caverna para su visita

Presupuesto del plan de marketing

N°	ESTRATEGIA	ACTIVIDAD	MONTO
ESTRATEGIA DE PRODUCTO			
1	Diseño de la marca turística	Solicitar el apoyo de una agencia de publicidad	S/150.00
2	Punto de información turística	Implementación para atención al cliente	S/4,809.00
3	Creación de local para exposición y venta de artesanía	Implementación para atención al cliente	S/5,750.00
4	Ruta de la aventura	Acondicionamiento de la ruta turística	S/850.00
ESTRATEGIA DE PRECIO			
1	Diseño de tickes de venta y control	Control de ventas	S/350.00
ESTRATEGIA DE PLAZA			
1	Distribución del producto (caverna perla de Imaza, ACP Pampa del Burro)	Desarrollo de las estrategias	S/1,075.00
2	Establecer alianzas estratégicas con agencias de viaje y hospedajes del ámbito local para ofrecer al destino Yambrasbamba		
ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN			
1	Diseño y elaboración de materiales publicitarios para la difusión de los atractivos existentes en Perla de Imaza	Elaboración de material publicitario para dar a conocer el atractivo turístico	1,825.00
2	Difusión del atractivo por medio de las redes sociales		
3	Acondicionamiento de señalización	Implementación de señalización	S/2,370.00
Control y monitoreo del proyecto			S/500.00
TOTAL			S/17,679.00

Cronograma de actividades

Acciones	2021 (Meses)												2022 (Meses)					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6
Diseño de la marca turística para Perla de Imaza			■	■	■													
Creación de local para información turística									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Creación de local para exposición y venta de artesanía									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Creación de la ruta de la aventura						■	■	■										
Diseño de tickes de venta					■	■	■											
Distribución del producto (caverna perla de Imaza, ACP Pampa del Burro)								■	■	■	■	■	■					
Establecer alianzas estratégicas con agencias de viaje y hospedajes del ámbito local para ofrecer al destino Yambrasbamba								■	■	■	■							
Diseño y elaboración de materiales publicitarios para la difusión de los atractivos existentes en Perla de Imaza				■	■	■	■											
Difusión del atractivo por medio de las redes sociales				■	■	■	■	■	■									
Acondicionamiento de señalización													■	■				
Control y monitoreo del proyecto								■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

IV. DISCUSIÓN

Las investigaciones que se presenta a continuación estrecharon objetivos semejantes al presente estudio apoyando para el desarrollo de la actividad turística en un área determinada:

Cabrera, P (2016). Llevo a cabo la tesis titulada “Plan de marketing para el desarrollo turístico del Cantón Biblián en la provincia del Cañar” concluyó que la investigación busca llegar principalmente al turista interno que esté relacionado con un turismo recreacional buscando estrategias de marketing apropiadas para su promoción, como es la creación de una pag web, elaboración de postales y trípticos. La municipalidad distrital de Yambrasbamba puede contribuir al desarrollo de la actividad turística siendo definitivos en sus decisiones y colocando en prioridad el mejoramiento de los servicios básicos e infraestructura, apoyando a promocionar el lugar mediante las estrategias planteadas para Perla de Imaza.

También Miño,J (2015-2019) en su investigación “Plan de marketing comunicacional para fomento del turismo en el cantón Quevedo, periodo 2015-2019” Concluye que el 90% de los encuestados consideran necesario que se aplique un plan de marketing para promover, publicar y promocionar las actividades, sitios, y atractivos turísticos, así mismo hace mención que las oportunidades de turismo que se ofrece es muy extenso puesto que cuenta con una gran diversidad de flora y fauna, al respecto la investigación realizada cuenta con gran similitud ya que el diagnóstico FODA realizado deja ver que el anexo Perla de Imaza cuenta con una gran variedad de atractivos turísticos y biodiversidad de flora y fauna para ser aprovechados pero se debe mencionar que es necesario contar con profesionales de turismo que permita capacitar a los involucrados, hay deficiencia en cuanto a promoción y servicios turísticos para ofrecer a los visitantes y que les permita ser competitivo en el mercado turístico.

Auren en su investigación, El turista del siglo XXI, menciona; que actualmente el viajero no solo busca conocer el atractivo si no desarrollar actividades para complementar su visita, según la encuesta realizada a la población el 97 %

mencionan que es un lugar apto para desarrollar actividades turísticas como deportes de aventura, camping, cabalgata y trekking

La investigación realizada, parte de las falencias que tiene el anexo perla de Imaza para difundir sus atractivos turísticos lo cual se planteó como problema ¿De qué manera un plan de marketing puede servir como base para fomentar el turismo en el anexo de Perla de Imaza? Lo cual se puede discutir que el diseño de la investigación es el conveniente por que permitió identificar tácticas apropiadas para su difusión, la promoción cuenta con estrategias de diseño de una pag web y material publicitario, para su distribución de este producto se consideró el medio más adecuado que son las redes sociales, en cuanto a la comercialización formar alianzas estratégicas con otras empresas como agencias de viaje, participación en ferias de turismo para posicionar Perla de Imaza como la ruta del sendero de la aventura.

V. CONCLUSIONES

Se concluye que la deficiencia de los servicios de restaurantes, hospedajes son limitados y con una capacidad mínima para atender a los visitantes.

La actual demanda del anexo Perla de Imaza hacia la visita de sus atractivos turísticos viene dada por la capacidad instalada en el ACP Abra Patricia por ser un punto de conexión cercana a la localidad y permite conocer con exactitud a los turistas que arriban el Distrito de Yambrasbamba con la finalidad de realizar estudios de investigación de flora y fauna y turismo.

La oferta turística más representativa y con un grado de importancia que ofrece Perla de Imaza es la visita a la caverna perla de Imaza y el ACP Pampa del Burro, siendo lugares aptos para desarrollar trekking, observación de flora y fauna así mismo estudios de investigación.

El presupuesto de plan de marketing es operativo y factible debido a que se considera estrategias para el Producto, Precio, Plaza y Promoción siendo la suma de **S/17,679.00** para su ejecución.

VI. RECOMENDACIONES

Es necesario que la Municipalidad Distrital de Yambrasbamba brinde talleres de Capacitación a los prestadores de servicios turísticos a fin de mejorar el servicio y trato a los turistas.

Se recomienda a la asociación comunal Perla de Imaza la implementación de un cuaderno de registro para conocer con exactitud el número de turistas que ingresan a visitar los atractivos turísticos.

Se recomienda mejorar e incrementar la infraestructura (Hoteles y Restaurant) para brindar un mejor servicio a los visitantes que llegan al anexo Perla de Imaza, así mismo invertir para mejoramiento en señalización turística

Se recomienda mantener actualizada la página web y las redes sociales con la información de los diferentes atractivos turísticos que posee el anexo Perla de Imaza y así mismo del distrito, los eventos y actividades a realizar, sin dejar de utilizar el medio de comunicación escrito, formar alianzas estratégicas con agencias de viajes de la ciudad de Chachapoyas y de otras provincias para mayor efectividad de las acciones de promoción y publicidad.

Se recomienda a la Municipalidad Distrital de Yambrasbamba tomar en cuenta la propuesta planteada para su ejecución “Plan de marketing para fomentar los atractivos turísticos del anexo Perla de Imaza” y contribuir con el desarrollo de la comunidad.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcaraz, M.(2017). *Logotipo, Isotipo, Imagotipo e Isologo ¿Qué son y cómo se diferencian*.Obtenido de [https://baetica.com/logotipo-isotipo-imagotipo-e-isologo-se diferencian/?cli_action=1619584711.844](https://baetica.com/logotipo-isotipo-imagotipo-e-isologo-se-diferencian/?cli_action=1619584711.844)
- Auren. L. (2019). *El turista del siglo XXI*. de <https://auren.com/es/blog/el-turista-del-siglo-xxi/>
- Chapa, S. (2016). *Estrategias de marketing verde como propuesta de plan promocional para contribuir al uso turístico sostenible del área de conservación privada Milpuj-La Heredad*. Amazonas: Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza.
- Cabrera, P. (2016). *Plan de marketing para el desarrollo turístico del cantón Biblián en la provincia del Cañar*, Ecuador: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Castañeda, K. (2016). *Propuesta de un plan de marketing,para mejorar el crecimiento del turismo en el distrito de Cajamarca*, Chiclayo: Universidad César Vallejo.
- Dircetur. (2020). *Plan estratégico regional de turismo Amazonas 2020-2029*. Lima.
- Garcia, H. (2008). *Maketing,principios y metas*. Holguin. por <https://www.redalyc.org/pdf/1815/181542152001.pdf>
- Innovation & Entrepreneurship Business School. (2019). IEBS. Obtenido de Marketing mix: <https://www.iebschool.com/blog/marketing-mix-marketing-digital/>
- Melgosa, F. (2006). *La promoción y el fomento del turismo en Aragón*. Universidad de Salamanca .
https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/122119/DDAFP_MelgosaArcos_Promocionfomentoturismoaragon.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Moreno, A. (2007). *Historia del turismo*. Guadalajara- Mexico. Obtenido en <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/53098/moreno-garrido.pdf?sequence=1>
- Monta, F.(2015). *Plan de marketing para posicionar la imagen turística del Cantón Saquisili*, provincia de Cotopaxi. Ecuador.

Miño, J(2015). *Plan de marketing comunicacional para fomento del turismo en el cantón Quevedo*. Ecuador: Universidad técnica estatal de Quevedo.

Peñaloz, J. (2016). *Plan de marketing turístico para la ciudad de Atico*. Arequipa: Universidad Nacional de San Agustín.

Sierra, A. (2003). *Marketing turístico*. Pirámide.
<https://www.edicionespiramide.es/libro.php?id=2830293>.

Anexo 2. Formato de entrevista



**UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRIGUEZ DE
MENDOZA –AMAZONAS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
Escuela Profesional de Administración en Turismo**

I: PRESENTACIÓN: Este instrumento tiene como finalidad recabar información de las autoridades del Anexo Perla de Imaza y del Distrito Yambrasbamba para conocer su punto de vista y que decisiones están tomando para el desarrollo del turismo en beneficio de toda la población.

ENTREVISTA

1. ¿Cómo define actualmente el turismo y cuáles cree que son los principales problemas que afecta al turismo en el Distrito de Yambrasbamba?
.....
.....
.....
2. ¿Identifica oportunidades y amenazas en el sector turístico en el Distrito de Yambrasbamba?
.....
.....
.....
3. ¿Qué estrategias se están tomando en cuenta para difundir los atractivos turísticos del Distrito de Yambrasbamba?
.....
.....
.....
4. ¿Qué proyectos a futuro se tienen preparados para la mejora de la infraestructura y calidad del sector turístico del Distrito?
.....
.....
.....
5. ¿Cuenta con un plan de marketing para la mejora del sector turístico en el distrito de Yambrasbamba?
.....
.....
.....

6. ¿De qué manera apoyaría usted a la ejecución de un plan de marketing que beneficie al sector turismo en el Distrito de Yambrasbamba?

.....
.....
.....

Anexo 3. Formato de ficha de registro

**FICHA DE REGISTRO DE OBSERVACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS DEL DISTRITO
DE PERLA DE IMAZA**

			N° de ficha
Nombre del recurso:			
Ubicación del recurso	Distrito:	Provincia:	Región:
Tipo de recurso o elemento:			
Descripción del recurso:			
Características de interés o de excepcionalidad			
Estado de conservación			
Observaciones			
FOTO			

FICHA DE LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN DEL ANEXO PERLA DE IMAZA-DISTRITO YAMBRASBAMBA

INFORMACIÓN GENERAL

I. Ubicación

Destino Turístico	
Región	
Provincia	
Distrito	

¿Ciudad de soporte?

¿Principal atractivo turístico?

¿Ha sido puesto en valor?.....

¿Grado de singularidad del atractivo?.....

II. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

Servicios básicos

Servicio	(SI/NO)	Condición
Electricidad		
Agua		
Desagüe		
Cobertura de telefonía móvil		
Acceso a Internet		

Accesibilidad

Tipo	Terrestre
Desde-hasta	
Transporte requerido	
Tiempo (ciudad de soporte)	
Condiciones (bueno regular malo)	
Observaciones adicionales	

Medio de transporte

Tipo	Público	Privado	Observaciones
Frecuencia			
Condición			
Otros			

III. SERVICIOS TURISTICOS

Servicios	Se da	No se da	N°	Condiciones
Alojamiento				
Alimentación				
Transporte Turístico				
Tiendas				
Servicios de aventura y/o recreativos				
Otros				

IV. FLUJO TURISTICO

a) ¿Existe flujo de visitante?

.....

b) ¿En qué época del año vienen con mayor frecuencia?

.....

c) ¿La localidad cuenta con un registrado de visitantes?

.....

d) ¿Cuál es la primera motivación de aquellos que visitan la localidad?

.....

Anexo 4. Fotos de trabajo de campo

Fotos aplicando las entrevistas a las autoridades



Presidente de la asociación
Sr. Cástulo Guevara Coronel



Alcalde de la municipalidad distrital de Yambrasbamba
Sr. Telmo Hernández Zelada



Regidor de la municipalidad distrital de Yambrasbamba
Sr. Vidal Gómez Vargas

Aplicando encuestas



Anexo 5. Fotos de trabajo de campo caverna perla de Imaza

Camino hacia la caverna perla de Imaza



Ingreso a la caverna



Área de conservación privada Pampa del Burro





Rio Rojo

