

SISTEMATIZACIÓN
ESTRATÉGICA DEL PROYECTO

**TARAPOTO
y ALTO MAYO**

Turismo y Naturaleza en Valor



Publicación del Proyecto "Fortalecimiento de la competitividad de la Cadena de Valor del Turismo de la Región San Martín, incorporando productos turísticos de naturaleza con valor agregado en los destinos turísticos Tarapoto y Alto Mayo", implementado por la Cámara Nacional de Turismo - CANATUR, en el marco del Programa SeCompetitivo de la Cooperación Suiza - SECO y facilitado por Helvetas Swiss Intercooperation - PERÚ.

Director del Proyecto:

Carlos Fernando Canales Anchorena

Coordinador General del Proyecto:

Nancy Ramos Núñez

Equipo Técnico:

María Dorcas Santa Cruz Valderrama, *Sub Coordinadora*
Angie Valle, *Administradora*

© Cámara Nacional de Turismo del Perú • CANATUR

Av. Paseo de la República
6348, Miraflores - Lima -Perú.
www.canaturperu.org

Carlos Fernando Canales Anchorena,
Presidente

Carlos M. Loayza Camarena,
Gerente General

© Helvetas Swiss Intercooperation • PERU - Programa SeCompetitivo

Av. Ricardo Palma N° 857, Miraflores- Lima 18-Perú. www.helvetas.org/es/peru

Luis Rosa-Pérez Tuesta, *Director Nacional*

Iván Mifflin Bresciani, *Coordinador Nacional de Cadenas de Valor*

Fabiola Panduro Barreto, *Asesora de Seguimiento, Monitoreo y Gestión del Conocimiento*

José Enrique Delgado Mesía, *Coordinador Regional de San Martín*

© Cooperación Suiza-SECO

Av. Salaverry 3240, San Isidro, Lima 27. Lima 27, Perú.
www.cooperacionsuiza.pe/seco

Alain Bühlmann, *Director de la Cooperación Suiza-SECO*

Mauricio Chiaravalli Vegas, *Director Adjunto de la Cooperación Suiza-SECO*

Romina Cruz Valencia, *Especialista en Comunicaciones*

Redacción:

Jorge Luis Puerta

Edición:

Nancy Ramos, Iván Mifflin y Jose Enrique Delgado

Diseño y Diagramación:

Elena Taipe Arias

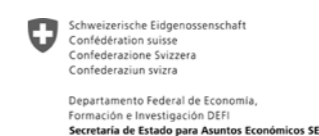
<https://www.cooperacionsuiza.pe/wp-content/uploads/2022/11/PUBLICACION-Tarapoto-Altomayo-FINAL.pdf>
Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2022-13009.

San Martín, octubre 2022

Esta publicación se ha realizado con apoyo del Programa SeCompetitivo de la Cooperación Suiza-SECO. Se autoriza la reproducción total o parcial siempre y cuando se mencione la fuente. Distribución gratuita. Prohibida su venta.

SISTEMATIZACIÓN ESTRATÉGICA DEL PROYECTO

Tarapoto y Alto Mayo: Turismo y Naturaleza en Valor



ÍNDICE



INTRODUCCIÓN 7
Esta es la ruta que hemos recorrido 10



OPORTUNIDADES Y RETOS 13



COMPONENTES Y ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN 17



PRINCIPALES LOGROS ESTRATEGICOS 21

El diseño y desarrollo de productos turísticos de naturaleza 21
El fortalecimiento de capacidades y competencias 40
El Mercadeo de productos turísticos 41
Fortalecimiento de la institucionalidad y gobernanza 45



LECCIONES APRENDIDAS 47



PERSPECTIVAS ESTRATÉGICAS Y DESAFIOS FUTUROS 51

BIENES PÚBLICOS 53

ANEXOS 54

Acrónimos 55

Mapa de las 8 rutas 56





“Uno de los valores importantes del proyecto fue saber ubicarse como un actor más... y con una oferta clara para resolver problemas compartidos...”

Carlos Díaz, Green Tours.



INTRODUCCIÓN

La presente sistematización estratégica del Proyecto “Tarapoto y Alto Mayo: Turismo y Naturaleza en Valor” implementado por la Cámara Nacional de Turismo – CANATUR con apoyo del Programa SeCompetitivo de la Cooperación Suiza – SECO facilitado por HELVETAS Swiss Intercooperation da cuenta de la trayectoria desde el diseño original del Proyecto en el contexto alentador previo a la pandemia para el Perú y la Región San Martín, la difícil travesía de su intervención a través de la pandemia y los logros alcanzados en la cadena de valor del turismo en un contexto post pandemia diferente pero en proceso de recuperación.

Por ello es importante recordar la importancia y el aporte del turismo para el Perú y la Región San Martín, el impacto de la pandemia y la actual recuperación de la actividad turística, las tendencias del turismo de naturaleza, aventura y el aviturismo que busca aprovechar el Proyecto en favor de San Martín y la importante coalición institucional de actores privados y públicos que liderados por CANATUR, han facilitado la implementación del Proyecto.

El significado del sector turismo para la economía del Perú y el impacto de la pandemia

De acuerdo con los datos registrados por el MINCETUR en su Cuenta Satélite de Turismo 2015-2020, durante el año 2020 llegaron al Perú 0,9 millones de turistas internacionales. Equivale a una caída de 79,5% con respecto al año 2019, en un entorno internacional sumamente desfavorable, por las medidas para contener el avance del COVID-19.

En el turismo interno, el 2020 registró un flujo de viajes de 14,4 millones, lo que significó una reducción de 70,4%, con respecto al año precedente.

En el 2019, el sector turismo fue el tercer generador de divisas para la economía nacional, después de las exportaciones mineras y agropecuarias. En el 2020, en cambio, los efectos negativos de la pandemia de COVID-19, hicieron que el sector fuera desplazado a la sexta posición.

El aporte promedio anual del sector turístico al PBI nacional fue de 3,9%. en el quinquenio 2015-2019. Como efecto de la pandemia del COVID-19, este aporte se redujo al 1,5%.

En cuanto a empleo, el mayor aporte del sector se alcanzó en el 2018, con el 8,5% del total nacional, que significó 1,5 millones de empleos. En el 2020 se reportaron 697 mil empleos turísticos, entre directos e indirectos, lo que reflejó una significativa caída de 52,2% respecto al año anterior.

Dada la importancia para la economía nacional, en mayo 2022, el MINCETUR, ha lanzado un Plan de Emergencia del Sector Turismo para impulsar su reactivación y crecimiento.

Según los resultados recogidos para el segundo trimestre de 2022 por COMEXPERÚ, un signo



En el turismo interno, el 2020 registró un flujo de viajes de 14,4 millones, lo que significó una reducción de 70,4%, con respecto al año precedente.

alentador ha sido la movilización de pasajeros por los aeropuertos del país, en el primer semestre del año 2022. Aumentó un 110.7%, con respecto al mismo período del año anterior. Los departamentos con mayor afluencia han sido Cusco (+498.3%),

Lima (+225%), Ica (+304.3%), San Martín (+200.8%) y Ayacucho (+392.1%). Sin embargo, todavía no se alcanzan los niveles obtenidos por el turismo en 2019. En general, durante el período 2021-2022, el turismo interno ha crecido un 18,8%, mientras que el receptivo lo ha hecho en 109,8%.

Aporte del turismo a la región San Martín

A partir de los informes del Banco Central de Reserva del Perú, se registra que, entre el 2010 y el 2019, el aporte de actividades ligadas al turismo (alojamiento-restaurantes) al PBI regional, ha tenido una fluctuación anual entre el 2.9 y el 3.5%. En 2020, la crisis de la pandemia bajó este indicador al 1.5%.

Un signo de recuperación del sector ha sido el número de arribos de turistas a establecimientos de hospedaje. En junio 2022 fue 20,2% más que en junio de 2021, debido al levantamiento de las restricciones de movilidad y transporte de pasajeros por el COVID-19. El turismo interno creció en 18,8%, mientras que el receptivo lo hizo en 109,8%.

El potencial para el turismo de naturaleza-aventura de la región San Martín se manifiesta en la rica biodiversidad por pertenecer a la cuenca amazónica, en la variedad de pisos ecológicos en espacios reducidos, en la creación de múltiples microclimas con su flora y fauna propias, en las tradiciones milenarias vivas, de culturas diferentes.

Según el Ministerio de Cultura, 4 pueblos indígenas habitan en la región San Martín: los Awajún, los Kichwa, los Shawi y los Yaminahua. Son cerca de 47 500 personas.

Indicativo de la riqueza natural que San Martín posee, es que más de 1 millón 200 ha son áreas naturales protegidas por el estado (El Parque Nacional del río Abiseo, El Parque Nacional Cordillera Azul, El Bosque de protección Alto Mayo y el Área de Conservación Regional Cordillera Escalera) -cerca del 24% del total de su territorio.

Tendencias del turismo de naturaleza, aventura y el aviturismo

Luego de pandemia del Covid-19, el turismo de naturaleza se presenta como una alternativa para una demanda mundial que busca hoy entornos rurales, áreas naturales protegidas, comunidades forestales, áreas etnológicas, cuyo principal atractivo son los espacios verdes y al aire libre

El turismo de naturaleza representa un mercado de 263.000 millones de dólares, con un crecimiento de 65% en los últimos cinco años. Según la OMT, desde 2017, ocho de cada diez turistas prefieren alojamientos que incluyen prácticas ecológicas.

Por su parte, el turismo de aventura ha tenido un fuerte crecimiento durante la última década. En

2010 la ATTA valoraba el turismo mundial de aventura en 89 mil millones de dólares. La misma organización consideraba que, en 2018, casi se triplicó esta cifra, valorándolo en 683 mil millones de dólares, un 667,42% más que en 2010 (ATTA, 2018).

En cuanto al aviturismo, el Perú registra 1 844 especies de aves observadas. De ellas, 1 075 se han registrado en la región San Martín, así como 62 especies de colibríes en 9 observatorios de colibríes en la Ruta de Aves del Norte del Perú (regiones San Martín y Amazonas).

En cuanto a la demanda, la observación de aves (birdwatching) es una actividad generadora de un flujo significativo de divisas. Siete asociaciones de observadores de aves concentran el 98% del mercado de consumidores de esta actividad, con miembros entre los 25 y 70 años. Estas asociaciones se encuentran principalmente en Estados Unidos, Reino Unido y Suecia y congregan a 450 000 socios.

CANATUR y su importancia nacional

La Cámara Nacional de Turismo – CANATUR, es una asociación civil sin fines de lucro, representativa del sector privado de turismo a nivel nacional, que promueve el desarrollo y crecimiento sostenible del sector de forma dinámica y proactiva. De igual forma, fomenta, consolida e incorpora a las Cámaras Regionales de Turismo y las Cámaras de Destinos Turísticos de todo el país, generando de manera directa más de un millón y medio de empleos en el Perú.



Equipo del proyecto CANATUR participando en evento Peru Travel Mart 2022



SCANEA PARA VER EL VIDEO INSTITUCIONAL DE CANATUR

La Cooperación Suiza - SECO y su compromiso con el turismo sostenible

Un sector turístico sostenible y próspero contribuye significativamente al desarrollo de la sociedad y de las comunidades locales, al reducir la pobreza y las desigualdades económicas. No sólo promueve el crecimiento económico, genera divisas, crea ingresos y puestos de trabajo, sino que a su vez, minimiza el impacto sobre el medio ambiente y la cultura local, al ponerlos en valor e integrarlos al proyecto.

Desarrollar un turismo responsable y sostenible hoy, significa gestionar un balance entre la eficiencia económica, la equidad social y la conservación ambiental. De hecho, el gran potencial de crecimiento del turismo en el Perú

se explica, en gran medida, por su enorme riqueza en recursos naturales, culturales, paisajísticos y arqueológicos. Ellos conforman un patrimonio altamente valorado por diversos perfiles de turistas en el mundo, capital que debe ser aprovechado de manera sostenible.

SECO ha apostado por apoyar y financiar el Proyecto “Tarapoto y Alto Mayo: Turismo y Naturaleza en Valor”, porque está comprometido con el desarrollo de un sector privado competitivo, sostenible e innovador que desea poner en valor este potencial y diversificar su oferta turística, con el desarrollo de nuevos destinos sostenibles.

El Proyecto “Tarapoto y Alto Mayo: Turismo y Naturaleza en Valor”

El proyecto Tarapoto y Alto Mayo: Turismo y Naturaleza en Valor es implementado por la Cámara Nacional de Turismo del Perú - CANATUR, en el marco del Programa SeCompetitivo de la Cooperación Suiza – SECO. Que es facilitado por HELVETAS. Busca fortalecer la competitividad de la cadena de valor del turismo de la región San Martín, incorporando atractivos turísticos de naturaleza con valor agregado, en los destinos de Tarapoto y Alto Mayo. Se ha venido ejecutando entre el 2019 y el 2022.



LA RED INSTITUCIONAL EN DONDE SE INSERTÓ EL PROYECTO

Socios:

- Comité de Destinos del Destino Tarapoto
- Comité de Destinos del Destino Alto Mayo
- ECOMALDEAS
- CATURAM

Aliados:

- PERÚ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
- promperú
- San Martín GOBIERNO REGIONAL
- San Martín DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO
- mpsm MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SAN MARTÍN
- MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE NEVSEMANA
- MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE RIOJA
- CARETUR COMERCIO REGIONAL DE TURISMO DE SAN MARTÍN
- CCPTSM Cámara de Comercio Producción y Turismo de San Martín
- CCPTM CÁMARA DE COMERCIO, PRODUCCIÓN Y TURISMO DE SAN MARTÍN
- CONAVE
- AGOTUR
- ANDRA-PERU
- AVITUR
- Aestur
- PUNTOS de CULTURA
- SANTA ELENA
- COMEDIANTE'S ITINERANTES
- Palestina
- AGONABIKH Koepcke's Hermit
- ADETURSA

ESTA ES LA RUTA QUE HEMOS RECORRIDO

01 ¿DE DÓNDE PARTIMOS?



De reconocer a la región San Martín y sus destinos emblemáticos de Tarapoto y Alto Mayo, como parte de la selva amazónica peruana, con una variedad de recursos paisajísticos y naturales propios de su biodiversidad y de la riqueza de sus culturas ancestrales.

De valorar los esfuerzos de empresarios, emprendedores y otros actores que han logrado posicionar a San Martín como un destino turístico de atractividad nacional.

De enfocar nuestra contribución en valorar y consolidar junto con todos los actores, un destino turístico atractivo y competitivo para el mercado nacional e internacional.

02 ¿A QUÉ APUNTAMOS DESDE EL INICIO?

El proyecto se concentró en trabajar 4 temas importantes en los destinos integrados (Tarapoto-Alto Mayo) con la intención de añadir valor a todo el proceso:

Al diseño de productos turísticos de naturaleza, aventura y avistamiento de aves.

Al desarrollo y fortalecimiento de las capacidades locales del capital humano, hasta contar con perfiles ocupacionales certificados en diferentes especialidades, reconocidos y validados por el mercado.

A la vinculación efectiva de los productos a mercados nacionales e internacionales especializados.

Al aseguramiento de una gobernanza del territorio, facilitando la formación de un entorno adecuado para la articulación entre autoridades comunales, gobiernos locales, regional y nacional, así como de los actores privados en los diferentes niveles.

03 ¿CUÁLES HAN SIDO NUESTROS PRINCIPALES LOGROS Y RESULTADOS?

De acuerdo con los 4 temas señalados, son:

Haber contribuido al fortalecimiento y dinamismo interinstitucional de dos Comités de Gestión de Destino Tarapoto y Alto Mayo, donde participan todas las instancias del gobierno y actores locales, así como a la conformación de grupos especializados en aves, Marketing y Planificación. Haber promovido, también, la creación de la mesa técnica regional de Orientadores turísticos y Turismo de aventura.

La organización y participación en ferias y eventos nacionales e internacionales ha permitido generar alrededor de 960 contactos potenciales para ventas.

El desarrollo de capacidades en 171 colaboradores de 5 perfiles ocupacionales (cocina, recepción, housekeeping, servicio de salón (mozos) y 68 orientadores turísticos. Este último como una innovación del mercado laboral local, con sus respectivos manuales y procedimientos.

La presencia activa y descentralizada de CANATUR, como gremio nacional en la Región San Martín.

El diseño y gestión efectiva de 8 rutas: Naturaleza, aventura y cultura viva; Trekking y biodiversidad y avistamiento de aves.



04 ¿QUÉ HEMOS APRENDIDO EN ESTE RECORRIDO?



Que promocionar un destino turístico único está íntimamente ligado al desarrollo del territorio: *"Si vendemos bien el destino San Martín, el turista podrá llegar a mi negocio".*



Que, cuando hay claridad de objetivos y voluntades políticas articuladas, es posible actuar creativamente, a pesar de vivir situaciones extremas como la pandemia.



Que la actividad turística se convierte en una real alternativa económica complementaria para cualquier segmento de las poblaciones locales.

Que el conjunto de actividades, productos y actores comprometidos y colaborativos, es un activo para la gobernabilidad de la región.

Que, teniendo a la calidad como eje de cualquier actividad, es posible acceder a mercados muy especializados.

05 ¿QUÉ NOS QUEDA POR HACER?

Fortalecer la gestión y promoción de las rutas turísticas diseñadas, con una estrategia de mercado definida, en un marco de gestión de destinos territoriales.

Conocer, con más detalle, el funcionamiento y los perfiles de mercados especializados de naturaleza y aventura para acceder a ellos competitivamente.

Continuar potenciando capacidades profesionales y técnicas entre el personal que presta servicios directos a los visitantes, alineadas a la demanda de mercados especializados, ampliando la cartera de profesionales con la que cuenta San Martín.

Profundizar y continuar fortaleciendo a los Comités de Gestión de Destino en sus roles y funciones como articuladores claves entre el sector público y el privado, en la perspectiva de escalar sus experiencias a otros destinos dentro y fuera de la Región San Martín.

“Ya hemos constituido nuestro comité consultivo regional de turismo, que está conformado por los 4 CGDs que hay en la región.

Milner García, director de la DIRCETUR San Martín.”



OPORTUNIDADES Y RETOS



El incremento del turismo en la región

San Martín demuestra, en los últimos años, un crecimiento sostenido del sector turismo, a diferencia de muchos otros destinos, convirtiéndose en una oportunidad distintiva para su desarrollo. Un ejemplo concreto ha sido la notable recuperación de los efectos causados

por la pandemia del coronavirus que determinó que la afluencia de turistas a la región bajara a 566 mil 332 visitantes en 2020. En 2021 se registraron 1 040 000 arribos a hospedajes, lo que significó una recuperación del 83.7% con respecto al 2020.



Fuente: Encuesta mensual de turismo para establecimientos de hospedaje. Elaboración: MINCETUR / VMT / DGIETA - DIAITA



En 2021 se registraron 1 040 000 arribos a hospedajes, lo que significó una recuperación del 83.7% con respecto al 2020.

En la actualidad, luego de Lima y Cusco, el aeropuerto de Tarapoto es el tercero del país con mayor número de vuelos diarios, operados por 5 líneas aéreas distintas. San Martín ya tiene un flujo de turistas relativamente consolidado, por haber trabajado antes en la gestión de destino.

San Martín ha evolucionado turísticamente desde hace ya muchos años, promocionado principalmente por emprendimientos privados y centrado en las visitas a la ciudad de Tarapoto, con actividades de descanso y diversión, con visitas ocasionales al entorno natural, pero desaprovechando potentes atractivos de la biodiversidad y la riqueza cultural de la Amazonía, insumo para el desarrollo de actividades de turismo de naturaleza, aventura y aviturismo en los destinos Tarapoto y Alto Mayo.

Así se fue generando un aumento de la demanda nacional, apoyado en una fluida conectividad aérea hacia Tarapoto y en una buena infraestructura vial que ha conectado a San Martín con otras regiones del norte del país.

La concentración de los atractivos turísticos en Tarapoto y Alto Mayo

Del total de recursos turísticos de la región San Martín registrados en el inventario nacional, más de 66% se encuentra en las provincias que integran los destinos Tarapoto y Alto Mayo, como lo muestra el gráfico.

Además, estos destinos fueron priorizados por el proyecto, porque actualmente cuentan con mayores facilidades de venta y potencialidad de desarrollo en el corto y mediano plazo. Por las facilidades de conectividad y por el mayor tejido institucional a partir de los Comités de Gestión de Destino (CGD) que poseen, con la perspectiva de validar una experiencia que permita el posterior escalamiento hacia otros destinos como Abiseo y Tocache.

ATRATIVOS TURÍSTICOS POR DESTINOS



RETO:

Contribuir al aumento del flujo turístico en la región, diseñando y comercializando productos innovadores, orientados a los mercados de naturaleza, aventura y de avistamiento de aves, con los estándares requeridos por ellos.

Limitada calidad y escaso desarrollo de capacidades en la prestación de los servicios

La **competencia** por costos entre negocios en torno a una oferta limitada de atractivos turísticos, afectó la calidad de los servicios. Adicionalmente, el flujo masificado de visitantes facilitó la generación de negocios informales que intensificaron la competencia en los mismos espacios. En general, y según datos de COMEX, San Martín es la tercera región con mayor tasa de informalidad del país (89%).



RETO:

Contribuir a la generación de capacidades entre el personal que atiende al turista, a partir de potenciar sus competencias y saberes tradicionales, para así profesionalizar y formalizar la oferta turística de la región. En ese sentido, urge fortalecer las capacidades tecnológicas de los prestadores de servicios, más aún en esta coyuntura, cuando el 75% de las reservas turísticas se hace online.



RETO:

Con la diversificación de la oferta basada en la demanda de naturaleza, aventura y en avistamiento de aves, facilitarles a los operadores turísticos el acceso a mercados más exigentes.

Estrategias de venta de los operadores de la región orientadas principalmente a los visitantes nacionales

Con **limitada capacidad de gasto**, sin énfasis hacia los atractivos naturales y exigencia de calidad, sin acceso a canales de ventas y de promoción comercial hacia mercados nacionales e internacionales más amplios y especializados.

El limitado desarrollo y organización de las instituciones públicas y privadas ligadas al turismo

El **desarrollo turístico de San Martín** ha sido poco planificado y gestionado, aunque se cuenta con un Plan Estratégico Regional de Turismo -PERTUR- y con instituciones como los CGDs, muchas de las instituciones existentes suelen trabajar de manera independiente, sin una visión compartida en torno al turismo. Actúan superponiendo sus acciones a las de otras, afectando los resultados esperados. La interacción entre el sector público y el privado, y entre los destinos, ha sido escasa.



RETO:

Contribuir a fortalecer un sistema integrado de gestión de los destinos Tarapoto y Alto Mayo, basado en la interacción eficiente entre organismos privados y públicos.



COMPONENTES Y ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN



Desarrollo de productos turísticos de naturaleza

Se partió del reconocimiento de los atractivos turísticos de naturaleza existentes. Se identificaron aquellos que tienen condiciones para ser incorporados en el corto y mediano plazo, junto con las actividades que podrían realizarse en cada uno de ellos. Así se llegó a ofrecer una serie de productos con valor agregado, en función de rutas y circuitos full day o de 2 a 3 días en un mismo destino y de 3 a más días, para rutas articuladas entre los destinos Tarapoto y Alto Mayo.

Esta estrategia se acompañó con un sistema de monitoreo de calidad de gestión de cada atractivo, con información estadística sobre el flujo turístico, las características del visitante, los

ingresos generados por visitas a los atractivos (de la mano con operadores turísticos, agencias de viajes y negocios locales), a través de encuestas de satisfacción, orientadas a la identificación de oportunidades y de mejora de productos.

El diseño de estos productos se ha hecho participativamente, con los actores del territorio, y alineado a las expectativas de los clientes, por la presencia de los operadores regionales.

Este ejercicio contribuyó también, a identificar los requerimientos de bienes públicos necesarios para el buen funcionamiento de los circuitos (infraestructura, señalización, seguridad).



Se partió del reconocimiento de los atractivos turísticos de naturaleza existentes.



Fortalecimiento de capacidades y competencias

Se diseñaron herramientas para la asistencia técnica en gestión de la calidad y sostenibilidad en un entorno de naturaleza, considerando aspectos de la gestión de la calidad, del servicio y la sostenibilidad dirigida a las empresas de hospedaje, restaurantes, agencias de viajes & turismo y transporte turístico terrestre, con miras a la obtención de certificaciones internacionales de sostenibilidad turística.

En la línea de la calidad de servicio se capacitó en las competencias requeridas y acordes a los perfiles ocupacionales de los recursos Humanos de las empresas de alojamiento y restaurantes, en las siguientes especialidades: Recepción de hotel/hostal, housekeeping, Atención en salón y Cocina. Este último fortalecido con talleres prácticos para la elaboración de platos innovadores con insumos locales.

Teniendo como eje los productos de aventura, naturaleza y avistamiento de aves, se escogió la estrategia de desarrollar competencias consideradas en los perfiles ocupacionales para orientadores turísticos, en actividades especializadas de guiado, y para el mejoramiento de la conducción en los circuitos.

Previamente se hizo un trabajo colaborativo público-privado que definió las circunscripciones territoriales donde operan y se pueden certificar las competencias de los orientadores.

Las capacitaciones buscaron preparar a los recursos humanos para los procesos de evaluación y certificación de competencias laborales en sus respectivos perfiles ocupacionales. Para CENFOTUR como Centro de Certificación de Competencias Laborales del MTPE, la experiencia con orientadores turísticos será un piloto a nivel nacional, que servirá para ser aplicada en otros destinos.

Esta línea de acción se ocupó también de plantear programas de educación ambiental orientados a autoridades y a emprendedores locales, enfocados en acciones de conservación y mantenimiento de los espacios naturales, la biodiversidad y la identidad cultural.

Mercadeo de productos turísticos articulados entre destinos

El carácter de articulación entre productos y destinos es aquí la clave de la estrategia de trabajo, a partir de la tendencia mundial que nos enseña que el trabajo solo orientado al desarrollo de productos es insuficiente. Los circuitos, las rutas, son el valor agregado demandado por el turismo de naturaleza-aventura, que exige estrategias de mercadeo adecuadas a las demandas de estos turistas.

La estrategia de mercadeo se ha centrado en San Martín como destino de naturaleza, diferenciándola de la imagen actual de descanso y diversión, en 04 áreas de actividad específicas: la capacitación en técnicas y canales de mercadeo para todos los actores turísticos, la elaboración de materiales promocionales impresos y audiovisuales de alta calidad, el uso de herramientas tecnológicas y la participación en ferias y eventos comerciales de trascendencia nacional e internacional, con la experiencia y capacidad de CANATUR en ferias posicionadas como Perú Travel Mart y Turismo Perú.



Fortalecimiento de la institucionalidad y gobernanza

La primera estrategia adoptada ha sido la búsqueda de una visión común sobre el destino y lo que es preciso hacer, a través de los planes de gestión de los Comités de Gestión del Destino, articulados al PERTUR, definiendo los objetivos y las funciones de cada actor turístico, en talleres participativos y en mesas de trabajo específicas.

La segunda ha buscado el desarrollo de capacidades para la mejora de las funciones institucionales en el área turística, poniendo énfasis en la sensibilización de las instituciones estatales (gobiernos locales) sobre la importancia de colaborar, con el sector privado, en la elaboración de los planes de desarrollo turístico y en la creación de alianzas público-privadas para trabajos específicos.

La tercera se ha dirigido al diseño y funcionamiento del Sistema Integrado de Gestión de los destinos Tarapoto y Alto Mayo, definiendo las funciones de cada entidad turística y una estrategia planificada de seguimiento y monitoreo de las acciones, como función clave de los Comités de Gestión de Destino (CGDs), espacio de encuentro y concertación entre los sectores público y privado.

De igual modo se buscó un acercamiento y acompañamiento a los Gobiernos Locales para que implementaran sus planes de desarrollo turístico local.

De igual modo se buscó un acercamiento y acompañamiento a los Gobiernos Locales para que implementaran sus planes de desarrollo turístico local.





PRINCIPALES LOGROS ESTRATÉGICOS



● El diseño y desarrollo de productos turísticos de naturaleza

El desarrollo de las 8 rutas ha implicado un proceso de poner en valor y ordenar, con criterio metodológico, consensuado y participativo, un conjunto de productos turísticos pre-existentes, para contribuir a la diversificación de la oferta que apunte a segmentos especializados y a mercados con mayor capacidad de gasto, con el valor añadido de consolidar un enfoque de turismo sostenible en la región.

El desarrollo de las 8 rutas enfocadas a segmentos de turismo de naturaleza, con énfasis en aviturismo y aventura, ha sido una de las piedras angulares del proyecto y desde la cual se han desprendido otras acciones que, de manera transversal, tocan los otros componentes: fortalecimiento institucional, fortalecimiento de capacidades y el desarrollo de estrategias de promoción y comercialización.

El diseño y conceptualización de las rutas se hizo a través de un diagnóstico en campo, que se convirtió en propuestas comercializables, con este procedimiento:

1. Identificación de atractivos turísticos que cuentan con servicios e infraestructura adecuada, a través de una ficha diagnóstica con la información general de cada atractivo.
2. El diseño de una propuesta de rutas, de acuerdo con la vocación de cada atractivo, acompañado de los canales de comercialización más adecuados.
3. La validación de las rutas de manera participativa, a través de los Comités de Gestión de los Destinos Tarapoto y Alto Mayo. Tuvo que hacerse virtualmente, por las restricciones de la pandemia. Sin embargo, se contó con una buena participación de 81 representantes, entre ellos: MINCETUR, DIRCETUR SM, CGD Alto Mayo, CGD Tarapoto, Municipalidad de Calzada, gestores de los atractivos de las rutas propuestas y empresarios turísticos de los destinos Alto Mayo y Tarapoto.
4. La gestión de las rutas a través de la implementación de los planes de acción, como herramientas para cada uno de los atractivos priorizados, con diversas acciones estratégicas: capacitación para la mejora de los servicios, mejoramiento de la infraestructura turística y canales de promoción y comercialización. Resultado: 8 rutas diseñadas.

Estas son las 8 rutas diseñadas:

Alto Mayo

RUTA 01: AVES DEL ALTO MAYO

- Waqanki Lodge
- Morro de Calzada
- Reserva Santa Elena
- Reserva Tingana
- Reserva Arena Blanca
- La Llantería
- Mirador Sendero Royal
- Fundo Alto Nieva
- Abra Patricia
- Huembo



RUTA 02: NATURALEZA, AVENTURA Y CULTURA VIVA EN EL ALTO MAYO

- Morro de Calzada
- Reserva Santa Elena
- Reserva Tingana
- Bosque de las Nuwas
- Mariposario Morpho Azul
- Cuevas de Palestina



Tarapoto

RUTA 03: AVES CARRETERA TARAPOTO- YURIMAGUAS

- Mirador el mono y la gata
- Mariposario y ranario 'La Monarca'
- Túnel
- Reserva ACONABIKH
- Cascada Salto de la Bruja
- Bosque Guardián Lodge
- Cascada Sabaloyacu 1 y 2



RUTA 04: NATURALEZA Y CULTURA VIVA EN CHAZUTA

- Centro Cultural Wasichay
- Chacra Pasikiwi
- Asociación Mishki Cacao



RUTA 05: AVES DEL BOSQUE SECO ESTACIONAL DEL HUALLAGA

- Laguna Ricuricocha
- Catarata Pucayaquillo
- Pumarinri Lodge
- Juan Guerra - Puente Colombia
- La quebrada Upaquihoa



RUTA 06: TREKKING Y BIODIVERSIDAD EN ALTO SHILCAYO

- Vestido de la novia
- Cascada de Tamushal
- Mirador Alto Shilcayo



RUTA 07: TREKKING Y BIODIVERSIDAD EN EL ALTO CUMBAZA

- Catarata de Toroyacu o Sunipicausani



RUTA 08: NATURALEZA Y AVENTURA: SAUCE

- Laguna de Sauce





A



B



C

RUTA: AVES DEL ALTO MAYO



Su centro de operaciones es Rioja, capital de la provincia del mismo nombre. Está ubicada a 135 km de Tarapoto, en un viaje por carretera asfaltada por la llamada Carretera 5N. Toma cerca de 2h 35 minutos.

Esta ruta abarca 08 atractivos turísticos del Alto Mayo y se complementa con 02 atractivos de Amazonas.

Sin lugar a dudas, este recorrido es el más espectacular entre las rutas de aves del Perú y uno de las más interesantes y diversos del planeta, con más de 500 especies posibles de observar en cada atractivo o sitio.

- A. Silfo de cola larga (*Agelaiocercus kingi*), Fundo Alto Nieva
- B. Gallito de las Rocas (hembra), *Rupicola peruvianus*, cerca de La Llantería
- C. Eufonia de Pico Grueso (*Euphonia laniirostris*), Mirador de Tahuishco

El Alto Mayo, además, ofrece la posibilidad de observar y fotografiar más de 60 especies de colibríes gracias a la existencia de varios observatorios de esta especie en toda la ruta. La estrella es el maravilloso colibrí Cola de Espátula.

La variación altitudinal que va desde los 2 300 m.s.n.m. del Abra Patricia, hasta los 850 de Moyobamba, en tan solo 121 km, ha permitido el desarrollo de distintos ecosistemas altamente biodiversos, como la existencia de al menos 20 especies endémicas o únicas en el mundo.

El Alto Mayo, además, ofrece la posibilidad de observar y fotografiar más de **60 especies de colibríes.**

Ubicación:
Alto Mayo

Altitud:
2 300 m s.n.m.

Atractivos Turísticos:

- Waqanki Lodge
- Morro de Calzada (a)
- Reserva Santa Elena (b)
- Reserva Tingana (c)
- Reserva Arena Blanca
- La Llantería
- Mirador Sendero Royal
- Fundo Alto Nieva
- Abra Patricia
- Huembo





A

RUTA: NATURALEZA, AVENTURA Y CULTURA VIVA EN EL ALTO MAYO



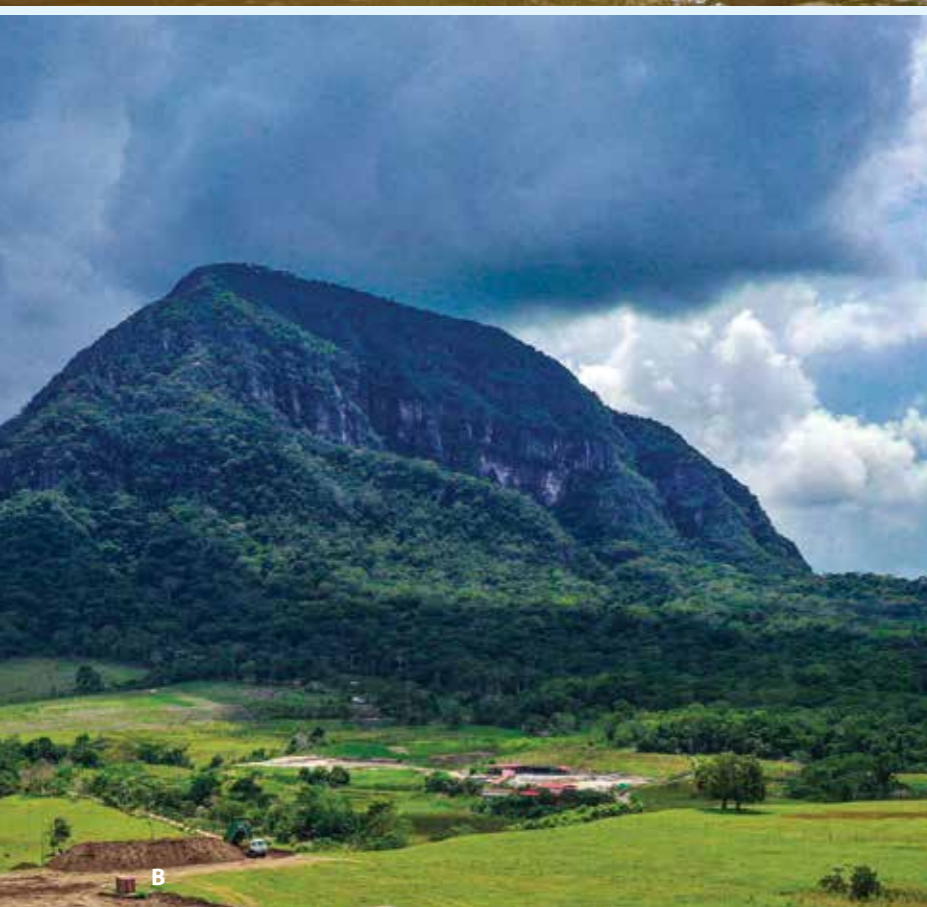
Articula a tres ciudades intermedias con Tarapoto (Moyobamba, Rioja y Nueva Cajamarca), ubicadas todas sobre la carretera Longitudinal de la selva. Moyobamba está a 115 km de Tarapoto, en un viaje que dura cerca de 2 horas.

atención es el Morro de Calzada, afloramiento rocoso de 575 metros que sobresale en medio del valle del Alto Mayo, convirtiéndose su cima en el mirador por excelencia de todo el valle, que abarca a Rioja y Moyobamba.

Esta ruta abarca 05 atractivos turísticos. Con una altitud de 860 m s.n.m., se conservan espacios naturales únicos definidos por el curso del río Mayo: los bosques inundados de aguajales y renacales, cuyo valor natural es incomparable.

Este producto cuenta con diferentes opciones de excursiones de día completo, en los más interesantes parajes naturales del Valle del Alto Mayo. Si bien es cierto, ha sido fuertemente alterado por la actividad humana -agricultura- aún se conservan espacios naturales únicos definidos por el curso del río Mayo.

Uno de los atractivos turísticos que cautiva la



B



C

- A. Reserva ecológica Tingana
- B. Morro de Calzada
- C. Mujeres Awajún, Bosque de las Nuwas

Este producto cuenta con diferentes **opciones de excursiones** de día completo, en los más interesantes parajes naturales del Valle del Alto Mayo.



Ubicación:
Alto Mayo

Altitud:
860 m s.n.m.

- Atractivos Turísticos:**
- Morro de Calzada (a)
 - Reserva Santa Elena (b)
 - Reserva Tingana (c)
 - Bosque de las Nuwas
 - Mariposario Morpho Azul
 - Cuevas de Palestina



RUTA: AVES CARRETERA TARAPOTO- YURIMAGUAS



Está en la carretera que une a Tarapoto con Yurimaguas, capital de la provincia de Alto Amazonas, ya en el departamento vecino de Loreto, a una distancia de 2 h 47 min (129.8 km) por la Longitudinal de la selva.

La Asociación para la conservación de aves y la biodiversidad Koepckes Hermit- ACONABIKH, Bosque Guardián Lodge y la catarata de Sabaloyacu 1.

Además, los visitantes pueden realizar algunas paradas al borde de la carretera para observar bandadas de aves, que cruzan el bosque en distintos momentos del día. La ruta es muy rica en diversidad de aves con posibilidades de observar y fotografiar más de 400 especies.

Ubicación:
Tarapoto - Yurimaguas

Altitud:
860 m s.n.m.

Atractivos Turísticos:

- Mirador el mono y la gata
- Mariposario y ranario 'La Monarca'
- Túnel
- Reserva ACONABIKH
- Cascada Salto de la Bruja
- Bosque Guardián Lodge
- Cascada Sabaloyacu 1 y 2

Esta ruta abarca 05 atractivos turísticos ubicados en la carretera que conecta a Tarapoto con Yurimaguas, capital de la provincia de Alto Amazonas - Loreto. En varios lugares de interés para la observación de aves; los principales puntos son el Mirador del Restaurante Mono y la Gata, Mariposario y ranario 'La Monarca', El Túnel,

- A. Ermitaño de Koepcke - *Phaethornis koepckeae*, Aconabikh
- B. Aventura, Cascada Salto de la Bruja
- B. Observación de aves, Aconabikh

La ruta es muy rica en diversidad de aves con posibilidades de observar y fotografiar más de **400 especies.**



A



B



C



RUTA: NATURALEZA Y CULTURA VIVA EN CHAZUTA



Por la misma carretera anterior, esta ruta abarca 4 atractivos turísticos.

Chazuta es uno de los distritos más interesantes de la provincia de San Martín; no solo por su ubicación al borde del río Huallaga, muy cerca del inicio de los llanos amazónicos, sino por las historias antiguas y recientes que nos puede transmitir la comunidad quechua-amazónica asentada hace cientos de años en esta maravillosa región.

El producto combina atractivos naturales como la Catarata de Pucayaquillo en la zona de

amortiguamiento de la cordillera Escalera, con las actividades propias de la comunidad, como la producción y transformación del cacao en chocolate fino, y la de miel de abejas especial.

El producto se completa con la visita al Centro Artesanal y Museo Wasichay en cuyas salas de exposición se pueden apreciar, tanto una colección de cerámica de los primeros pobladores que se asentaron en esta zona hace cientos de años, como piezas de arte contemporáneas. El visitante podrá visitar los talleres de producción de cerámica y participar activamente en la creación de las mismas.

Ubicación:
Chazuta

Altitud:
179 m s.n.m.

Atractivos Turísticos:

- Centro Cultural Wasichay
- Chacra Pasikiwi
- Asociación Mishki Cacao



- A. Mujeres de Chazuta
- B. Cultivo de cacao, Chacra Pasikiwi
- C. Artesanía de Chazuta - Clara Chujutalli

Chazuta es uno de los distritos más interesantes de la provincia de San Martín.





RUTA: AVES DEL BOSQUE SECO ESTACIONAL DEL HUALLAGA



Une a Tarapoto con Chazuta, un centro de apoyo logístico complementario, ubicado a 1 h 13 min (46.3 km) de Tarapoto por la carretera Fernando Belaúnde o Marginal Sur.

Esta ruta abarca 05 sitios de observación de aves. Es un producto que complementa perfectamente a los bosques montanos del producto anterior, con la posibilidad de permitir al menos 03 noches de alojamiento. El bosque seco es un ecosistema poco común en esta región amazónica, por lo que su diversidad biológica, en especial la avifauna, ofrece al visitante variedades exclusivas propias.

Ubicación:
Distritos de Shapaja y Juan Guerra

Altitud:
330 m s.n.m.

Atractivos Turísticos:

- Laguna Ricuricocha
- Catarata Pucayaquillo
- Pumarinri Lodge
- Juan Guerra - Puente Colombia
- Quebrada Upaquihoa

- A. Rio Huallaga, entre Chazuta y Shapaja
- B. Laguna Ricuricocha
- C. Pato Silvestre, Laguna Ricuricocha

Esta ruta abarca **05 sitios de observación de aves.**





RUTA: TREKKING Y BIODIVERSIDAD EN ALTO SHILCAYO



Desde Tarapoto, son 45 minutos de recorrido paralelo al río Shilcayo, hasta la bocatoma del agua potable de la ciudad. Esta ruta está ubicada al interior del Área de Conservación Regional de la Cordillera Escalera y es gestionada por la Asociación de Protección de Flora y Fauna Alto Chilcayo-Cordillera Escalera.

Ofrece un recorrido largo de full day hasta la catarata Vestido de la Novia, Tamushal, y el Mirador de la Cordillera Escalera. La caminata del tramo corto es fácil y puede ser hecha por todo tipo de público. El visitante podrá tener una experiencia encantadora de contacto con la selva alta amazónica. Podrá conocer distintos árboles medicinales como el ojé, la sangre de grado y el árbol del Huairuro, cuyas semillas se utilizan para elaborar la artesanía local.

Además, es uno de los lugares en donde se puede apreciar una de las aves más hermosas y deslumbrantes de la Amazonía, como la Eurypyga Helias o Sunbittern, así como una variedad interesante de anfibios (ranas) como el Cochranella guayasamini (Ranita de Crital), Hyloxalus nexipus (Rana Cohete de los tayos), Ameerega trivittata (Rana venenosa de tres rayas), Ameerega bassleri, Ranitomeya fantástica - "White banded" morph (Rana venenosa de cabeza roja), Ranitomeya imitator (Rana venenosa imitadora) y la Phyllomedusa tomopterna (Rana lémur naranja o rana tigre).

Ubicación:
Alto Schilcayo

Altitud:
800 m s.n.m.

Atractivos Turísticos:

- Vestido de la novia
- Cascada de Tamushal
- Mirador Alto Shilcayo

- A. Cascada Tamushal, Alto Shilcayo
- B. Trekking, Alto Shilcayo
- C. Ranitomeya imitator, Alto Shilcayo

Esta ruta está ubicada al interior del **Área de Conservación Regional de la Cordillera Escalera.**





RUTA: TREKKING Y BIODIVERSIDAD EN EL ALTO CUMBAZA



Entre Tarapoto y el distrito de San Roque de Cumbaza hay una distancia de 40 min y 18.5 km.

La propuesta consiste en una caminata de 13 km que recorre el límite de la Cordillera Escalera, con el área de amortiguamiento del distrito San Roque de Cumbaza.

Se inicia en la plaza de armas de San Roque, a 600 m.s.n.m. y recorre un sendero acondicionado por la comunidad, a través de un bosque secundario, hasta una altitud de 1 100 m.s.n.m.

Caminar a través de la frondosa selva de montaña amazónica observando su biodiversidad, es una experiencia única. Aves multicolores, orquídeas, grandes bromelias, insectos coloridos y paisajes espectaculares de la Cordillera Escalera.

Además, el recorrido ofrece un punto de descanso para poder tomar los alimentos en una pequeña finca de café orgánico, en la zona de amortiguamiento.

Ubicación:
San Roque de Cumbaza

Altitud:
600 m s.n.m.

Atractivos Turísticos:
• Catarata de Toroyacu o Sunipicausani



- A. Mirador Cordillera Escalera, San Roque de Cumbaza
- B. Práctica de yoga - Chirapa Manta, San Roque de Cumbaza
- C. Trekking Cordillera Escalera, San Roque de Cumbaza

Caminar a través de la frondosa **selva de montaña amazónica** observando su biodiversidad, es una experiencia única.





RUTA: NATURALEZA Y AVENTURA: SAUCE



Fue la última ruta diseñada. Está a 2h 25min (76.2 km) de Tarapoto, por la Carretera 5N. Para llegar a ella se atraviesa el río Huallaga en balsa a motor.

Sauce, llamado también Laguna Azul, es un bello espejo de agua de 350 hectáreas, ubicado a las orillas del pueblo del mismo nombre. Actualmente es el atractivo turístico más visitado de San Martín (atractivo ancla).

La laguna es el hábitat de fauna silvestre y acuática: aves, garzas, martín pescador, sachapatos, águilas pescadoras, anfibios, reptiles, peces como bujurcos, carachama, bagres y mojarra, crustáceos (camarón cangrejo); moluscos (churos, caracol de agua dulce y almejas).

Es adecuada para el transporte lacustre. Los pobladores utilizan desde canoas hasta botes a remo y deslizadores de aluminio con motores fuera de borda para el transporte de personas y carga. La laguna es propicia para la práctica de la pesca, el sky acuático, la navegación en bote a motor, la natación y la vela.

Ubicación:
Tarapoto

Atractivos Turísticos:
• Laguna de Sauce

- A. Vista panorámica del Lago Sauce
- B. Naturaleza en Lago Sauce
- C. Orilla del Lago Sauce

La laguna es el **hábitat** de fauna silvestre y acuática.



El fortalecimiento de capacidades y competencias

El fortalecimiento de capacidades en el capital humano, como base del servicio de calidad, es fundamental para el sector y más aún para el turismo especializado, ya que el mercado demanda servicios con mayor preparación.

Por esta razón nos enfocamos y priorizamos a los prestadores de servicios turístico identificados en las rutas orientadas a un turismo de naturaleza

La asistencia técnica a negocios turísticos para la reactivación económica

Se prestó asesoría, asistencia técnica y acompañamiento a un total de 28 emprendimientos para que pudieran presentarse a los concursos de Turismo Emprende 2020 y 2021 y Somos Artesanía 2021. Hubo 18 ganadores (15 Turismo emprende y 03 Somos Artesanía). Así se ha logrado conseguir 1 127 968 soles, para fortalecer y reactivar la oferta turística de estos 18 emprendimientos, ubicados a lo largo de las rutas turísticas promovidas por el proyecto entre los años 2020 y 2021.

(alojamiento, alimentación, transportes turísticos, orientadores turísticos y guías oficiales). Especial interés se tomó en disminuir la brecha entre guías y orientadores turísticos, lo que nos condujo al reconocimiento y certificación de éstos últimos, como estrategia de formalización de este servicio prestado en los diferentes atractivos turísticos.



Taller de Platos Innovadores en Palestina

Las buenas prácticas de turismo de Naturaleza

Se han elaborado 4 manuales de buenas prácticas de turismo de naturaleza, dirigidos a establecimientos de hospedajes, restaurantes, agencias de viajes & turismo y transporte turístico terrestre. Con los manuales, se ha brindado asistencia técnica a 40 prestadores de servicios turísticos de los destinos Tarapoto y Alto Mayo:



Los colaboradores capacitados de los negocios turísticos

El proyecto ha contribuido a capacitar y preparar a 171 colaboradores de las empresas de alojamiento y restaurantes, en 4 perfiles ocupacionales. De los 102 participantes con expedientes completos y aptos, se ha seleccionado a 60 postulantes con mayor experiencia acreditada para la evaluación y optar a la certificación de competencias laborales, como se muestra a continuación:



Taller de Platos Innovadores en Jungla Yacu

Los orientadores turísticos

Se logró la autorización y delimitación de 08 Zonas Circunscritas para desarrollar las actividades especializadas de guiado, caminata y ecoturismo a través de la DIRCETUR SM, lo cual permite formalizar el servicio de orientación turística en estas áreas, por lo que ya se inició el proceso de certificación y acreditación de los Orientadores Turísticos, según lo norma la ley.

Luego de este proceso podemos afirmar que existe una masa crítica de profesionales y técnicos con capacidad para realizar un proceso de evaluación de competencias laborales, ya que se cuenta con zonas circunscritas aprobadas, con personal experto en campo y con guiones estandarizados en cada zona.



Taller de Platos Innovadores en Palestina

Las buenas prácticas del turismo de aventura

Se diseñó e implementó un programa piloto de buenas prácticas para la certificación de operadores turísticos de aventura. Simultáneamente se conformó una mesa técnica regional, con su respectivo plan de acción, con los principales actores regionales y nacionales comprometidos con esta actividad especializada.

Así mismo, se acompañó la conformación de la asociación de operadores de turismo de aventura en la región, cuyo nombre

es ATA San Martín (Asociación de Turismo de Aventura San Martín). Se ha capacitado en el tema a 24 instituciones públicas (DIRCETUR, municipalidades y otras entidades gubernamentales) y a más de 18 entidades privadas, de acuerdo con los roles que desempeñan.



● El Mercadeo de productos turísticos

Teniendo como base el diseño de rutas de naturaleza, se iniciaron las acciones de promoción y comercialización a través de la misma cadena comercial (agencias de viajes y turismo), lo cual compromete al empresariado en su continuidad y lo acercan a ver el potencial de las rutas, reforzando un contexto adecuado para que el emprendimiento y la innovación prosperen desde el sector privado.

Para ello se han desarrollado y aplicado diversas estrategias de promoción, basadas en una planificación articulada no solo entre lo público y privado, sino con las diferentes instancias de gobierno,

● Las herramientas digitales para la promoción y apoyo a las actividades turísticas

El Proyecto desarrolló contenidos y materiales bilingües de promoción, impresos y audiovisuales de alto profesionalismo y calidad de las 08 Rutas Turísticas, de fácil acceso para los turistas y para todos los actores de la cadena del turismo, útiles también para ser difundirlos en las ferias y eventos comerciales.

Se cuenta con una plataforma digital para turismo especializado www.turismodenaturaleza.pe que será gestionado y actualizado por CANATUR.

Como herramienta digital para la promoción, se ha generado un aplicativo móvil para sistema Android, denominado North Amazonian

como PROMPERÚ, convirtiéndose en un aliado fundamental para la identificación de espacios idóneos del mercado al cual queremos llegar.

Las acciones se implementaron en el marco del Plan de Promoción y comercialización de los destinos Alto Mayo y Tarapoto, sustentado en un estudio de mercado elaborado por el Proyecto, que propuso varias estrategias.

Birds Perú. En esta primera fase se ha logrado incorporar información de las rutas de aves de San Martín, proyectándose incluir a futuro información detallada de la ruta Nor Amazónica del Perú. Esta APP presenta información completa de todos los sitios de observación y contiene una lista de las aves más representativas de las Rutas de Aves de San Martín. Dicha herramienta permite incorporar nuevos sitios o especies de aves bajo el compromiso y reto de CONAVE, institución administradora.



● El impulso de acciones de promoción en los destinos

La realización y participación de 5 eventos de promoción turística del destino:

- **1 Press Tour Nacional**, orientado a difundir los atractivos turísticos seguros en el marco de la reactivación económica postpandemia.
- **1 Visita de la influencer** Fiorella Rodríguez a los atractivos turísticos seguros para su difusión, en el marco a la reactivación del turismo.
- **1 Rueda de negocios** "Visita San Martín", orientada a establecer nexos con empresas mayoristas y a la que asistieron 14 empresarios asesorados por el proyecto, generando más de 90 negociaciones.
- **1 Fam Trip** (viaje de familiarización), con la presencia de 07 importantes operadores turísticos de Lima que operan productos de naturaleza, para dar a conocer la amplia oferta turística, los recursos biodiversos, así como el potencial de los destinos para la observación de aves de las Rutas Tarapoto y Alto Mayo, con el fin de incluir la oferta de nuestros destinos en sus catálogos de venta, y contribuir a su posicionamiento.
- Se colaboró con la organización del **Global Big Day 2022**, concurso anual de avistamiento de aves en el mundo, logrando posicionar a San Martín en el segundo lugar a nivel nacional, con 615 especies registradas, después de Cusco y con ello sumar a Perú en el ranking mundial, colocándolo en el segundo lugar.



Fam Trip con Operadores de Turismo - Bosque de las Nuwas

● La participación en ferias y eventos comerciales

Se ha logrado impulsar la participación de 33 operadores turísticos y agencias de viajes en 13 ferias (7 Nacionales y 6 Internacionales):

Ferias Nacionales	Ferias Internacionales
<p>Eventos virtuales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 03 AGV en la Feria Turismo Perú 2020 • 03 AGV en el Workshop Perú Regiones 2020, • 07 AGV en el Workshop Muchick 2020, • 04 AGV en el Workshop Somos Turismo 2020 <p>Eventos presenciales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 02 AGV en la Feria APAVIT 2021 • 02 AGV en la Feria Turismo Perú 2021 • 03 AGV en la Feria APAVIT 2022 	<p>Eventos virtuales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2 AGV en el Perú Travel Mart 2020, Plataforma Virtway Events, contó con Lobby, Sala de Networking <p>Eventos presenciales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1 AGV en la Feria y Rueda de negocios Perú Travel Mart 2021, Cusco. • 2 AGV en la Feria y Rueda de negocios Perú Travel Mart 2022, Lima. • 01 expositor en Feria Global Bird Fair 2022 - Reino Unido. • 01 AGV especializado en aventura. Cumbre Mundial de Turismo de Aventura (Adventure Travel World Summit), difusión de la oferta de los destinos Tarapoto y Alto Mayo. • 02 AGV especializadas en aves. XI Feria de Aves de Sudamérica - Observando Aves por todo el continente, Cusco.
Participantes: 24 Operadores y Agencias de Viajes	09 Operadores y Agencias de Viajes

El impulso del proyecto a la participación en eventos y ferias nacionales e internacionales con modalidades presenciales o virtuales ha permitido que los operadores y agencias de viaje tomen contacto con un conjunto de operadores y clientes potenciales como se indica a continuación:

● Feria Apavit • Lima

La participación del Proyecto a través de un módulo denominado "Visita San Martín". Durante los 2 días del evento, cerca de 87 empresas visitaron el stand. Participaron representantes de los CGDs Alto Mayo y Tarapoto.

● Feria Perú Travel Mart • Lima

Contó con 100 compradores internacionales. Se pactaron 35 citas de negocio con operadoras de países como Colombia, Argentina, Chile, Costa Rica, Alemania, Italia y Francia, entre otros, que buscan en el Perú alternativas de viajes enfocadas en productos naturales y sostenibles que incluyan actividades de observación de aves y aventura. Permite ofrecer las 8 rutas turísticas implementadas por el proyecto y conocer las características específicas de la demanda: solicitaban actividades que contemplen rutas de café y cacao con miel, que sean interactivas, con talleres para la preparación de estos productos. Las actividades con comunidades indígenas constituyen un producto de interés, sobre todo para el turismo europeo, siempre y cuando incluyan convivencia con experiencias constructivas.

● Feria Birdfair, en Rutland • Inglaterra

Enfocada en la promoción del segmento de aves, en la cual PROMPERÚ ha venido participando en los últimos años. Este año brindó un stand para la CANATUR, cedido al Proyecto.

Durante los tres días de la feria se atendieron 450 personas, interesadas en el Perú; el 60% demostró también interés en las rutas ofrecidas por el proyecto.

- Participación en **Global Big Day 2022.** Se registraron 615 especies de aves. La región San Martín nuevamente viene liderando el ranking de destinos con mayor número de especies avistadas gracias al 2o. lugar en el país.
- **Cumbre Mundial de Turismo de Aventura 2022 en Lugano, Suiza:** Participación de un representante de Ecoaldeas, socio del proyecto, en esta reunión mundial organizada por ATTA para difundir las rutas turísticas del Proyecto e identificar oportunidades de mercados especializados. Participaron 498 expositores de diversos países. Se lograron 50 reuniones de negociación con clientes potenciales en turismo de aventura, 05 periodistas, travel bloggers, influencers y "media officers".

● El posicionamiento de los destinos turísticos

Como efecto del proyecto, se ha logrado colocar a los destinos Tarapoto y Alto Mayo, como uno de los 100 Destinos Sostenibles del Mundo, con el reconocimiento del TOP 100 Green Destinations en el 2021, gracias al trabajo conjunto de visión compartida, liderado por un

equipo de instituciones de los CGDs de ambos destinos. Esto sirvió de base para que, en el 2022, se obtuviera, por segunda vez consecutiva, este reconocimiento internacional.



Participación en la feria especializada de Observación de aves 2022 realizado en la Rutland – Reino Unido.



Observando aves en Ecoaldeas - Ruta Alto Cumbaza

● Fortalecimiento de la institucionalidad y gobernanza

- Como espacios articuladores de los sectores público-privado, los Comités de Gestión de Destino (CGDs) son entes para la gobernanza de los territorios donde se ubican los destinos Tarapoto y Alto Mayo. Vienen teniendo una evolución favorable en los últimos años. En la actualidad, el proceso llevado a cabo evidencia el liderazgo de algunos actores y ha posibilitado el fortalecimiento de una institucionalidad gremial.
- El proyecto ha encontrado en esta plataforma, un soporte y aliado para la sostenibilidad de las acciones implementadas y ha logrado mantener un involucramiento continuo y una participación activa en el diseño de las rutas y sus acciones complementarias.
- Se ha contribuido con fortalecer a los Comités de Gestión de Destino Alto Mayo y en Tarapoto, con sus respectivos Planes de gestión 2022 – 2030, orientados a las acciones para la gestión de los territorios priorizados y cuentan su respectivo manual de operaciones. Al mismo tiempo, apoya y reconoce a los Grupos Especializados¹ promovidos por el proyecto: en calidad, marketing, planificación y avistamiento de aves, éste último apoyado por el MINCETUR. Del mismo modo se fomentó la conformación de mesas técnicas regionales de orientadores locales y de turismo de aventura.
- El proyecto ha colaborado en la formulación del Plan Estratégico de la Cámara Regional de Turismo de San Martín 2022-2027. La propuesta del proyecto de hacer de San Martín un destino especializado en los segmentos de naturaleza-aventura y avistamiento de aves ha impactado en muchos de los actores locales.
- Para los CGDs de Alto Mayo y Tarapoto ha significado desarrollar roles definidos en el diseño de productos y rutas innovadoras, en la definición de perfiles ocupacionales a ser profesionalizados, en la creación de grupos especializados (naturaleza-aves), en la certificación de orientadores locales como experiencia piloto a nivel nacional, en la representación regional llevada a ferias y eventos nacionales e internacionales. Esos nuevos roles y responsabilidades ya forman parte de sus planes de desarrollo.
- Para los organismos públicos como el MINCETUR, PROMPERÚ y la DIRCETUR San Martín, ha significado destinar recursos y personal para acompañar las diversas actividades propuestas desde el proyecto y asumirlas como insumo que alimenta y permite la actualización del Plan Estratégico Regional de Turismo de San Martín. De hecho, la DIRCETUR ya ha constituido su comité

consultivo regional de turismo, conformado por los 4 CGDs que existen en la región.

- Para CANATUR, convertirse en el operador principal del proyecto ha significado una gran posibilidad de conectarse con el empresariado regional -CARETUR- y trabajar con él, conociendo de cerca sus limitaciones y potencialidades. Esta experiencia puede enriquecer la relación de la CANATUR con otras regiones y fortalecer su estrategia de descentralización.
- Para los empresarios privados en particular, el proyecto ha planteado retos mayores, como concebir el destino San Martín con un enfoque diferente al tradicional, como entender la necesidad de formalizarse y de tener a la calidad como una tarea permanente para acceder a mercados más exigentes, como asumir procesos de profesionalizar a su personal y, finalmente, incorporar los productos y circuitos como parte de la oferta de sus empresas.
- Como estrategia para la reactivación económica y en coordinación estrecha con los CGDs Tarapoto y Alto Mayo, el proyecto asumió el reto de implementar el sello Safe Travel, reconocido mundialmente, como garantía del cumplimiento de las medidas y protocolos sanitarios sectoriales en la cadena de valor del turismo ante el Covid-19; protocolos que MINCETUR tomó como referencia para la aprobación de los "Lineamientos sanitarios ante el COVID-19 para destinos turísticos". Como consecuencia de dichas gestiones, se logró que San Martín fuera sea la tercera región con dos destinos (Tarapoto y Alto Mayo) en recibir este reconocimiento internacional de Destino Seguro (Safe Travel), por dos años consecutivos.

- En el periodo más difícil de la pandemia, cuando los viajes y el turismo se paralizaron completamente, el proyecto contribuyó a sostener la cohesión social y emocional de los actores públicos y privados, con la esperanza de ver "la luz al final del túnel preparándose para el futuro", a diferencia de las salidas individuales que se dieron en el turismo y otras actividades en diversos puntos del país.



Elaboración de Plan de Gestión del Destino Tarapoto

¹ Los grupos especializados son espacios formados por los miembros de los CGDs, en función de la operación e implementación de actividades específicas planteadas en los planes de gestión.



“ Uno de los principales logros del proyecto es haber tenido la capacidad, a través de los Comités de Gestión de Destino, de sentarnos a dialogar sector público y sector privado, apuntando en una misma dirección: San Martín. ”

Ramón da Cruz, Presidente del CGD Tarapoto.



LECCIONES APRENDIDAS



En el desarrollo de productos turísticos de naturaleza

- La combinación del aviturismo con un concepto más amplio de turismo de aventura y naturaleza, ha enriquecido la propuesta inicial, vinculando naturaleza con culturas vivas, con “saberes ancestrales”.
- Cuando las propuestas son concretas y prolijas, la respuesta de los actores es inmediata y comprometida. Los empresarios buscan productos tan potentes como éstos. La población busca vincularse a ellos porque ofrecen oportunidades laborales. Estas condiciones aseguran la sostenibilidad, porque, como lo afirmaba el presidente del CGD del Alto Mayo, “la semilla sembrada por el proyecto ha caído en buena tierra”.
- El proceso para que sean comercializables toma más tiempo que el dado a esta actividad por el proyecto, sobre todo en regiones como San Martín, donde la capacidad instalada de recursos materiales y humanos calificados no es abundante. Este proceso de diseño ha permitido ordenar, en parte, la oferta local. La gestión turística es comercial, si no, no funciona, nos decía Carlos Díaz, experto y consultor en aviturismo.
- El proceso recorrido exige ahora una mayor vinculación intersectorial (con Educación, Economía y Medio Ambiente), en la búsqueda de contribuir a mejorar la gobernabilidad regional.
- La conservación, la puesta en valor de los atractivos y un desarrollo productivo compatible con el ambiente y las expectativas de las comunidades, facilita el desarrollo y el mantenimiento de la biodiversidad, que es lo buscado por los turistas. Por el contrario, si hay agricultura de monocultivo, ganadería depredadora y deforestación, contaminación con químicos en los cultivos y presión humana excesiva sobre el bosque, se acaban los atractivos turísticos naturales.



Cuando las propuestas son concretas y prolijas, la respuesta de los actores es inmediata y comprometida.



En el fortalecimiento de capacidades y competencias

- Se ha constatado que, una de las principales debilidades en los rubros (hospedajes, agencias de viajes, restaurantes y transporte terrestre turístico) es que, en general no cuentan con sus respectivos manuales de procedimientos y funciones. Esto afecta la estandarización y la calidad del servicio.
- La rotación del personal limita las mejoras en la calidad del servicio. Esto impide la tendencia a la especialización requerida crecientemente por la demanda.
- En la mayoría de los establecimientos, el personal no cuenta con capacitaciones en primeros auxilios ni en el manejo de extintores. Esto se puede lograr a través de convenios con centros de salud de la zona y con los bomberos.
- Se hace necesario establecer sistemas de seguimiento de la satisfacción del cliente, a través de encuestas, correos, mensajes o consultas durante o al finalizar el servicio.
- El uso de productos eco-amigables, es aún escaso, sobre todo por ausencia de proveedores idóneos.
- Se ha despertado el interés por las certificaciones en Turismo Sostenible. Se ha considerado importante poder optar por este tipo de reconocimientos, como vía eficiente para disminuir la informalidad del mercado.



“ El mercado mundial de naturaleza-aventura es de 400 millones de personas. Francisco Basili, Perú 8 mil. ”

En el mercadeo de productos turísticos articulados entre destinos

- El mercado nos lo ha dicho: San Martín es un solo destino. Comercialmente no es productivo diferenciar entre Alto Mayo y Tarapoto.
- En el análisis de la oferta, este tiempo de pandemia permitió identificar grandes brechas que aún deben trabajarse: El tema de las capacidades para el manejo de herramientas tecnológicas por parte de los prestadores de servicio, la falta de guías especializados y con dominio de idiomas, de cara a una demanda internacional especializada, como es el caso de EEUU y Canadá, principalmente.
- Los operadores turísticos deberían ser los primeros en formar parte de un proceso de formalización, y constituirse en referentes en sus lugares. Algunos beneficios:
 - Servirán para promocionar el destino como uno que opera con estándares mínimos de calidad y seguridad.
 - Culminados los procesos de formalización, los operadores podrán acceder a beneficios de promoción, asistencia a ferias, y otros de diferentes estamentos del estado como DIRCETUR, MINCETUR, PROMPERÚ, e incluso concursos de financiamiento como “Turismo Emprende”. Serán los referentes en la operación del turismo de aventura en la región.
- El conocimiento detallado de los mercados por parte de los prestadores de servicios, también es un elemento que se hace indispensable para definir mejor la oferta.
- La apuesta por un turismo más innovador, orientado a los turistas de aventura, naturaleza y aviturismo (con el potencial de otros nichos de turismo basados en la biodiversidad de fauna y flora silvestre de la Amazonía) sienta las bases para el desarrollo con un enfoque de turismo sostenible centrada en la conservación y puesta en valor de los recursos culturales y naturales de la Amazonía.

En el fortalecimiento de la institucionalidad y Gobernanza

- La articulación efectiva entre el sector público y el privado y los esfuerzos por fortalecer y empoderar a los gestores de turismo como los CGD, con quienes se realizó un trabajo óptimo y relevante para el proyecto, se hace prioritaria.
- Los CGDs -como espacios de diálogo público – privado, permitieron que las políticas regionales de promoción y desarrollo del turismo sean pertinentes y relevantes a las demandas y requerimientos del sector privado y los mercados, construyendo de forma participativa estas políticas, como por ejemplo los Planes de Gestión de los Destinos Tarapoto y Alto Mayo.
- La participación e involucramiento del Gobierno Regional, como también de los Gobiernos Locales son claves para el desarrollo de compromisos y condiciones habilitantes de las rutas turísticas en los destinos y ello requiere el apoyo al fortalecimiento institucional de ambos.



Diseño de rutas turísticas - Mirador Mono y la gata

- De igual forma, los organismos públicos nacionales como el MINCETUR y PROMPERÚ, han aprendido a delegar y fortalecer la autonomía regional para el diseño e implementación con mayor éxito de medidas de política (como la implementación del Safe Travel).
- CANATUR, como gremio nacional, ha aprendido a desarrollar estrategias de alianzas para la descentralización de sus actividades en favor de la cadena de valor del turismo, reconociendo y recogiendo las diversas expectativas e intereses del sector privado regional, pero también del sector público sub-nacional.

“El proyecto ha puesto las bases. Ahora nos toca trabajar en los acabados, en los detalles de ese producto llamado San Martín, destino de naturaleza-aventura.”

Rodrigo Ponce, Ecoaldeas.



PERSPECTIVAS ESTRATÉGICAS Y DESAFIOS FUTUROS



- Fortalecer la gestión de las rutas de naturaleza, basada en la planificación desde el atractivo hasta los entes de gobernanza, que involucre como aliados estratégicos a los sectores público y privado, con una visión compartida de mercado.
- Promover el involucramiento de la academia en procesos de estudios e investigaciones que motiven la especialización y el desarrollo de capacidades como profesionales enfocados en la demanda del turismo especializado.
- Poner mucho énfasis en las acciones que garanticen la **seguridad integral** de los visitantes. Si no, se arriesga a que todo el destino sea vetado por la demanda.
- Seguir gestionando la asignación de recursos económicos públicos para el sector turismo y promoviendo la inversión privada formal y responsable, así como un mayor liderazgo del sector privado en estas tareas.
- Continuar trabajando para lograr la profesionalización y el reconocimiento de competencias del talento humano en las rutas y productos.
- Desarrollar estrategias para acercar a las empresas turísticas con instituciones acreditadas para otorgar una certificación de sostenibilidad turística que evidencie la calidad y fortalezca la promoción y posicionamiento en los mercados de naturaleza (aplicar los Manuales de Buenas Prácticas de Turismo de Naturaleza elaborados por el Proyecto).
- Actualizar anualmente el plan de promoción y comercialización de los destinos Tarapoto y Alto Mayo, pudiendo incorporarse los destinos Abiseo y Tocache con una visión compartida de la oferta temática, bajo el liderazgo del Grupo especializado de Marketing, incidiendo en la priorización presupuestal de las diferentes instituciones públicas y privadas, locales, regionales y nacionales, mirando los espacios promocionales a nivel internacional.
- Orientar y motivar a los operadores de turismo a participar en eventos internacionales especializados como el de aves realizado en el Reino Unido, aprovechando la eliminación del trámite de visa peruana para el ingreso a este país.



Continuar trabajando para lograr la profesionalización y el reconocimiento de competencias del talento humano en las rutas y productos.



EL PROYECTO Y LA PANDEMIA



Nancy Ramos,
Coordinadora General
del proyecto.

“Durante la pandemia de COVID – 19 (en especial entre marzo de 2020 y julio de 2021), el proyecto tuvo que orientar sus actividades a la virtualidad. Se dieron muchas oportunidades de aprendizaje. Obviamente, las más perjudicadas fueron las zonas rurales por tener dificultades de conectividad. La fortaleza del proyecto, entonces, se dio en los centros soportes (Tarapoto, Moyobamba, Rioja), donde había buena conectividad. Desde ahí podíamos atender actividades virtuales (talleres, charlas de reactivación, eventos de promoción). El proyecto hizo su mayor esfuerzo para avanzar, transformado digitalmente.

Se aprovechó esta época para dar un acompañamiento muy cercano a la obtención de los sellos “Safe Travel” del MINCETUR, para poder demostrar que San Martín aplica todos los criterios de bioseguridad exigidos para garantizar la seguridad de los visitantes, de la mano de los CGDs y de la DIRCETUR.

Esto contribuyó a dinamizar la reactivación del sector, postpandemia. Gracias a eso, San Martín vuelve a estar en los ojos del Perú. Además, se aprovecharon las herramientas digitales para promocionar los destinos, a través de diferentes plataformas e inclusive, participando en algunas ferias virtuales.”



Carlos Canales, Presidente
de CANATUR, Director
General del proyecto.

“Indudablemente, la pandemia nos puso a prueba, recién comenzando el proyecto. Tuvimos que adecuarnos, pero fue una demostración que, como equipo, a todos los niveles, estábamos preparados para enfrentarla. Creo que eso fue un estímulo adicional para todos los actores, mientras en otros lugares estaban en confinamiento.”

BIENES PÚBLICOS

Publicaciones:

1. Perfil del vacacionista que Visita San Martín 2021: Destinos Tarapoto y Alto Mayo.
2. Plan de Promoción y Comercialización de los destinos Tarapoto y Alto Mayo.
3. Manual de Buenas Prácticas de Turismo de Naturaleza para establecimientos de hospedaje.
4. Manual de Buenas Prácticas de Turismo de Naturaleza para restaurantes.
5. Manual de Buenas Prácticas de Turismo de Naturaleza para Agencias de Viaje y Turismo.
6. Manual de buenas prácticas de Turismo de Naturaleza para transporte turístico terrestre.
7. Fichas de guiones interpretativos de las zonas circunscritas.
8. Plan Estratégico Regional de la Cámara Regional de Turismo de San Martín 2022 - 2027.
9. Plan de Gestión del Destino Tarapoto 2022 – 2030.
10. Plan de Gestión del Destino Alto Mayo 2022 – 20230.
11. Ficha de monitoreo del seguimiento para la implementación de Planes de Desarrollo Turístico Local – PDLT.
12. Recetario de platos innovadores a base de insumos locales.

Herramientas digitales:

13. App Mobile para sistema androide de la ruta de aves de San Martín y la ruta Noramazónica del Perú.
14. Página web: www.turismodenaturaleza.pe



Materiales de promoción:

15. Materiales de promoción.
16. Videos de promoción de las 08 rutas y 02 destinos español e inglés.
17. Fotos promocionales.
18. Paneles orientativos e interpretativos de los atractivos de las rutas diseñadas.
19. Fichas de actividad de intervención inmediata - Programa Lurawi Perú.



ANEXOS

Miembros de los Comités de Gestión de los destinos Alto Mayo y Tarapoto (CGDs)

		
1	Cámara de Turismo de Alto Mayo - CATURAM	Cámara Regional de Turismo de San Martín - CARETUR SM
2	Asociación de Empresas Turísticas de Rioja - AESTUR	Cámara de Comercio Producción y Turismo San Martín
3	Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de San Martín - DIRCETUR SAN MARTÍN	Dirección Sub Regional de Comercio Exterior y Turismo Bajo Mayo - Tarapoto
4	Asociación de Hoteles, Restaurantes y Afines de Moyobamba - AHORA MOYOBAMBA	Colegio de Licenciados en Turismo - San Martín
5	Asociación de Agencias de Viajes y Turismo del Alto Mayo - AVITUR	Proyecto Especial Huallaga Central y Bajo Mayo
6	Municipalidad Provincial de Moyobamba	Municipalidad Provincial de San Martín
7	Municipalidad Provincial de Rioja	Municipalidad Provincial de Lamas
8	Cámara de Comercio, Producción y Turismo de Moyobamba - CCPTM	Universidad Nacional de San Martín - Escuela de Turismo
9	Consejo Nor Amazónico de Aventura y Ecoturismo - CONAVE	Municipalidad Distrital de Sauce
10	Jefatura del Bosque de Protección Alto Mayo - BPAM	Colegio de Licenciados en Turismo - San Martín
11	Municipalidad Distrital de Posic	Asociación de Guías Oficiales de Turismo San Martín - AGOTUR -SM
12	Municipalidad Distrital de Calzada	PROTUR - Lamas
13	Municipalidad Distrital de Nueva Cajamarca	Comisaría PNP - Turismo
14	Municipalidad Distrital de Soritor	Municipalidad Distrital de la Banda de Shilcayo
15	Municipalidad Distrital de Elías Soplin Vargas	I Perú
16	Municipalidad Distrital de Pardo Miguel Naranjos	Universidad César Vallejo - Filial Tarapoto - Escuela de Turismo y Hotelería
17	Municipalidad Distrital de Yuracyacu	Proyecto Especial Huallaga Central y Bajo Mayo
18	Municipalidad Distrital de Jepelacio	
19	Asociación de Hoteles, Restaurantes y Afines de Nueva Cajamarca - AHORA NUEVA CAJAMARCA	
20	Cámara de Comercio, Producción y Turismo de Nueva Cajamarca - CCPTNC	
21	Cámara de Comercio, Producción y Turismo de la Provincia de Rioja - CCPTR	
22	Conservación Internacional - CI	
23	Asociación Ecologista y Cultural San Martín - AECSAM	
24	Dirección Desconcentrada de Cultura San Martín	

ACRÓNIMOS

ACARR	Asociación para la Conservación de Aguajales y Renacales Río Romero
ACFFAS	Asociación para la Conservación de Flora y Fauna Alto Shilcayo
ACONABIKH	Asociación para la Conservación de Aves y la Biodiversidad Koepcke's Hermit
ACR CE	Área de Conservación Regional de la Cordillera Escalera
ADESUP	Asociación de Desarrollo Económico Sostenible Unidos por Palestina
ADETURSA	Asociación Ecología y Turismo de Sauce
AESTUR	Asociación de Empresarios de Servicios Turísticos de Rioja
AGOTUR SM	Asociación de Guías Oficiales de Turismo de San Martín
AHORA SM	Asociación de Hoteles, Restaurantes y Afines de San Martín
ATA SM	Asociación de Turismo de Aventura San Martín
ATTA	Adventure Travel Trade Association
AVITUR	Asociación de Agencias de Viajes y Tour Operadores del Alto Mayo
CANATUR	Cámara Nacional de Turismo
CARETUR SM	Cámara Regional de turismo de San Martín
CATURAM	Cámara de Turismo del Alto Mayo
CCPTM	Cámara de Comercio Producción y Turismo de Moyobamba
CCPTSM	Cámara de Comercio Producción y Turismo de San Martín
CENFOTUR	Centro de Formación en Turismo
CGD	Comité de Gestión de Destino
CGD – AM	Comité de Gestión de Destino de Alto Mayo
CGD – T	Comité de Gestión de Destino Tarapoto
CONAVE	Consejo Nor Amazónico de Aviturismo y Ecoturismo
COMEXPERÚ	Sociedad de Comercio Exterior del Perú
COVID	Coronavirus Disease
DIRCETUR SM	Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo San Martín
MINCETUR	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
MTPE	Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo
OMT	Organización Mundial del Turismo
PDTL	Plan de Desarrollo Turístico Local
PENTUR	Plan Estratégico Nacional de Turismo
PERTUR	Plan Estratégico Regional de Turismo
PROMPERÚ	Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo
QR	Quick Response code
SECO	La Secretaría de Estado para Asuntos Económicos

Rutas de naturaleza en los destinos Alto Mayo y Tarapoto



Ruta de observación de aves

- 1 Huevo Lodge
- 2 Owllet Lodge - Abra Patricia
- 3 Fundo Alto Nieva
- 4 Sendero Royal Sunangel
- 5 La Llantería
- 6 Arena Blanca
- 7 Reserva Ecológica Santa Elena
- 8 Reserva Ecológica Tingana
- 9 Morro de Calzada
- 10 Waqanki
- 11 Laguna Ricuricocha
- 12 Catarata Sabaloyacu



Ruta de naturaleza, aventura y cultura viva

- 1 Bosque de las Nuwas
- 2 Cueva de Palestina
- 3 Reserva Ecológica Santa Elena
- 4 Reserva Ecológica Tingana
- 5 Morro de Calzada
- 6 Catarata de Pucayaquillo
- 7 Museo y Centro Artesanal Wasichay
- 8 Chacra Pasikiwi
- 9 Mishki cacao
- 10 Laguna de Sauce



Ruta de trekking y biodiversidad

- 1 Alto Cumbaza
- 2 Alto Shilcayo



Mapa Rutas de naturaleza en los destinos Alto Mayo y Tarapoto San Martín

Leyenda:

- Ciudad
- Centro poblado
- Ríos
- Zonas de conservación
- Área Natural Protegida
- Carretera asfaltada
- Carretera afirmada
- Límite provincial
- Naturaleza, aventura y cultura viva
- Observación de aves
- Trekking y biodiversidad

Destinos





© Cooperación Suiza-SECO
www.cooperacionsuiza.pe/seco

© Helvetas Swiss Intercooperation • PERU
- Programa SeCompetitivo Perú
www.helvetas.org/es/peru

© Cámara Nacional de Turismo del Perú •
CANATUR
www.canaturperu.org