

# EXPERIENCIAS INNOVADORAS EN LA GESTIÓN DEL TURISMO DE NATURALEZA Y AVENTURA EN LOS DESTINOS TURÍSTICOS TARAPOTO Y ALTO MAYO

Región San Martín



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

**Coordinadora 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](http://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](http://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](http://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: Claudia Olivares S.

Diseño y Diagramación: Jorge S.Tipa Pinedo

San Martín, noviembre 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.

## CONTENIDO

<b>Introducción</b>	<b>4</b>
<b>Experiencias innovadoras</b>	<b>7</b>
<b>Experiencia 1</b>	<b>9</b>
<b>1. Diseño participativo de rutas para segmentos especializados de turismo de naturaleza.</b>	<b>9</b>
Procesos implementados de la experiencia innovadora	22
Principales logros estratégicos	25
Oportunidades y desafíos de la experiencia	28
Lecciones aprendidas	31
<b>Experiencia 2</b>	<b>33</b>
<b>2. Certificación de competencias laborales para Orientadores Locales</b>	<b>33</b>
Procesos implementados de la experiencia innovadora	37
Principales logros estratégicos	42
Oportunidades y desafíos de la experiencia	43
Lecciones aprendidas	45
<b>Conclusiones.</b>	<b>47</b>





# INTRODUCCIÓN

La región San Martín viene sosteniendo un crecimiento de su actividad turística sin precedentes en función a un grupo de atractivos turísticos promocionados por emprendimientos privados, llegando a un público fundamentalmente nacional. El mercado se conforma principalmente por visitantes con limitada capacidad de gasto, baja exigencia en la calidad de los servicios y poco interés en realizar visitas a los atractivos naturales. De acuerdo a este perfil, se han desarrollado las estrategias de venta de la región, limitando así la posibilidad diversificar la oferta. Hoy en día la imagen de la región, con la ciudad de Tarapoto como epicentro, aún es reconocida mayormente como un destino de descanso y diversión.

El proyecto “Tarapoto y Alto Mayo: turismo y naturaleza en valor”<sup>1</sup>, 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, ha trabajado dando respuesta a esta situación. Se ha buscado rescatar la imagen de San Martín como destino de naturaleza, con una oferta complementaria a la actual que utilice los atractivos naturales existentes generando valor agregado al incorporar actividades de aventura, naturaleza y de observación de aves para orientarse a segmentos de mercado más especializados.

El proyecto ha transcurrido desde agosto del 2019 hasta noviembre del 2022 y ha tenido su ámbito de trabajo específicamente en los destinos Tarapoto y Alto Mayo, los cuáles fueron priorizados con miras a tener un modelo de desarrollo para los otros destinos sobre los cuáles trabaja la región. La priorización se basó en un análisis de diversos factores: la mayor concentración de atractivos inventariados en estas zonas, un mayor desarrollo de productos y servicios con mercados activos, una mejor conectividad y una masa crítica institucional que de soporte para la continuidad de estos procesos.

Las acciones del proyecto se han enfocado en cuatro líneas de acción principales: 1) el diseño y conceptualización de nuevos productos turísticos especializados y con valor agregado, 2) la generación de capacidades y competencias en los prestadores de servicios turísticos, 3) la generación de mecanismos de promoción especialmente diseñados para llegar a un turista de naturaleza, y 4) el fortalecimiento institucional para apoyar la gestión turística regional.

Durante su tiempo de ejecución, el proyecto tuvo que gestionar los desafíos que trajo el contexto de la pandemia por el COVID 19, tomando en cuenta que el sector turismo fue uno de los más afectados. Esto supuso hacer frente a la situación del momento, adaptando algunas estrategias también hacia la reactivación. Actualmente, el turismo en la región muestra una tendencia sostenida hacia la recuperación. Según CORPAC, la llegada de pasajeros al Aeropuerto Cadete FAP

<sup>1</sup>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 de Tarapoto y Alto Mayo”

Guillermo del Castillo Paredes, durante el 2021, se incrementó 78,4% respecto a lo alcanzado en el 2020, aunque solo representó el 70,2% del total del 2019<sup>2</sup>.

Con el fin de difundir el conocimiento generado con el desarrollo del proyecto, se han seleccionado dos procesos para su sistematización como experiencias innovadoras:

## 1. Desarrollo de rutas para segmentos especializados en turismo de naturaleza

Como parte del componente 1, se han diseñado 8 rutas enfocadas a segmentos especializados, son los observadores de aves o birdwatchers, por la gran diversidad de avifauna y parajes únicos con los que cuenta esta región, y los naturalistas en general quienes, en la medida que los productos estén desarrollando según sus requerimientos, podrían convertirse en los principales consumidores turísticos de San Martín.

Estas rutas han sido diseñadas, consensuadas y validadas en una importante articulación entre el sector público y privado, a través de un rol activo de los Comités de Gestión de Destinos – CGDs, que son plataformas de gobernanza turística. Su integración en el proceso da cuenta de un fortalecimiento en la institucionalidad de los actores locales de la región.

## 2. Certificación de competencias laborales para orientadores turísticos

Como parte del componente 2, se desarrolló un proceso de formación y certificación de competencias para orientadores turísticos. La pertinencia es alta en el contexto de la región teniendo en cuenta que hay una carencia de guías oficiales y, por otro lado, que se contaba ya con una masa crítica de pobladores locales ejerciendo esta labor, pero sin estar formalizados. La oportunidad que los pobladores realicen actividades de orientación turística, se ha abierto en el marco de lo estipulado en el D.S. N° 004-2019-MINCETUR “Reglamento de las Actividades Especializadas de Guiado y modifican el Reglamento de la Ley del Guía de Turismo”.

Con el apoyo del proyecto, San Martín se convierte en la primera región que implementa el proceso de certificación de orientadores turísticos en actividades especializadas de guiado. Con ello se dejan las bases para poder emprender este proceso en otras regiones del país

<sup>2</sup>SAN MARTÍN. Reporte Regional de Turismo Año 2021 – MINCETUR, Dirección General de Investigación y Estudios sobre Turismo y Artesanía.

Experiencias  
innovadoras

---





## 1. Diseño participativo de rutas para segmentos especializados de turismo 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 y conceptualizarlos con el objetivo de contribuir a un mejoramiento de la oferta de la región apuntando a segmentos más especializados y mercados de mayor capacidad de gasto, con el valor añadido de consolidar un enfoque de turismo sostenible en la región.

Este proceso se ha llevado a cabo priorizando dos destinos dentro de San Martín, Alto Mayo y Tarapoto, y se ha elegido como una de las experiencias innovadoras por su potencial de generar un modelo escalable y de creación de valor en la cadena del turismo. Algunos de los aspectos más relevantes de las características de la evolución de este componente del proyecto son:

### Diversificación de la oferta

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.

Se ha puesto en marcha una metodología participativa de diseño de producto, cuyo resultado son 8 rutas que integran los atractivos turísticos con mayor potencial para estos segmentos, empresas privadas y gestores locales, con lo cual se busca fortalecer la cadena de valor de la oferta turística y promover las alianzas estratégicas. Los programas turísticos habituales entre los operadores de la región, no se diseñan para un mercado específico, sino más bien para generar ingresos del “día a día”, en función al turista convencional que llega a Tarapoto principalmente. En este sentido, la diversificación de la oferta de San Martín, en los destinos Alto Mayo y Tarapoto, es un aporte innovador porque ha ordenado y conceptualizado las rutas para enfocarse en segmentos específicos de mucho potencial, y la propuesta ha sido validada por la demanda, con información del mercado.

El resultado es que las rutas diseñadas integran actividades en naturaleza con valor agregado

añadiendo experiencias de aventura, trekking, cultura viva, aviturismo, entre otros. Esto da un abanico de alternativas que permitirá a las agencias diseñar paquetes turísticos en función a los segmentos de turismo de naturaleza a los que busquen dirigirse. De esta manera, las rutas representan una base que facilita el camino de la innovación para las empresas de turismo, desde la oportunidad para abrirse al potencial de estos mercados especializados, con la promesa de mejorar la competitividad de la oferta de la región y la consolidación de destinos sostenibles.



“Este ha sido un proceso participativo desde la oferta y validándolo con la demanda. Esta interrelación ha sido muy buena y ha permitido darle realismo y sentido de pertinencia a todas las acciones que se han desarrollado.”

Iván Mifflin  
Coordinador de Cadenas de Valor  
Programa SeCompetitivo HELVETAS

### Proceso de articulación público - privado

San Martín, es una región activa en trabajar temas de gobernanza turística y los Comités de Gestión de Destino (CGDs) 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 un fortalecimiento de una institucionalidad gremial. El proyecto ha encontrado esta plataforma y ha logrado mantener un involucramiento continuo y una participación activa en el diseño de las rutas y sus acciones complementarias, lo cual suma a este contexto que ya se viene gestando.

Con la metodología propuesta, San Martín es la primera región que lleva a cabo un proceso que involucra al sector público y privado, con un rol crucial de las CGDs, para el diseño de rutas que buscan innovar y diversificar la oferta dirigiéndose a mercados especializados.

Así mismo, se ha logrado niveles de acuerdo y concertación entre actores de los destinos de Tarapoto y Alto Mayo los cuáles, históricamente, han competido. Esto sienta las bases para seguir construyendo una mirada más competitiva e integrada de la oferta turística de la región, que se sustente en alianzas estratégicas, y consolide productos de mayor potencial.



“Generalmente las regiones desarrollan sus productos a partir de la iniciativa, casi siempre, de las Direcciones Regionales de Turismo, en coordinación con MINCETUR y con muy poca coordinación con el sector privado. Esta iniciativa y este proyecto ha permitido que estas rutas se diseñen de manera colaborativa y participativa. Es la primera vez que veo tanto involucramiento del sector privado, desde la participación de las CGDs. El hecho de haber logrado diseñar ocho rutas, involucrándolos desde el inicio, haciéndolos parte de este proceso, es una acción que de alguna manera también garantiza la sostenibilidad de estos productos.”

Evelyn Grados  
Consultora para el Plan de Promoción y  
Comercialización.



“El hecho de haber logrado que funcionen las CGDs, las cámaras regionales, el nuevo comité consultivo, es fabuloso y es importante para nosotros. Han re-estructurado muchos aspectos que teníamos flojos. Esto si ha tenido un buen resultado; si hoy vas a cualquier parte del Perú y hablas de San Martín, te dirán, mis respetos por la organización. Esto es gracias al trabajo de articulación público - privada para el que el acompañamiento del proyecto ha sido fundamental.”

Ramón Da Cruz  
Presidente del CGD Tarapoto.

## Ruta 1: Aves del Alto Mayo



## Ruta 2: Naturaleza y aventura Alto Mayo



Ruta de aves del Alto Mayo

Cantidad de Atractivos: **8** del Alto Mayo

- 1 Fundo Alto Nieva
- 2 Mirador Sendero Royal
- 3 Llanería Bird
- 4 Arena Blanca
- 5 Reserva Ecológica Santa Elena
- 6 Reserva Ecológica Tingana
- 7 Morro de Calzada
- 8 Waqanki

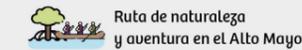
Atractivos turísticos privados: **5**

Atractivos turísticos administrados por gobierno local: **1**

Atractivos administrados por gestores locales (asociaciones): **2**

Implementación piloto del Sistema de Monitoreo de calidad: **2** atractivos

Asistencia Técnica en la elaboración e implementación de Plan de acción



Ruta de naturaleza y aventura en el Alto Mayo

Cantidad de Atractivos: **2** + **3** compartidos con la ruta de aves del Alto Mayo

- 1 Bosque de la Nuwas
- 2 Cueva de Palestina
- 3 Reserva Ecológica Santa Elena
- 4 Reserva Ecológica Tingana
- 5 Morro de Calzada

Atractivos turísticos privados: **5**

Atractivos turísticos administrados por gobierno local: **1**

Atractivos administrados por gestores locales (asociaciones comunidad nativa): **1**

Implementación piloto del Sistema de Monitoreo de calidad:

Asistencia Técnica en la elaboración e implementación de Plan de acción

Período 2021: 1  
Período 2022-23: 2



### Ruta 3: Aves carretera Tarapoto – Yurimaguas



Ruta de aves carretera Tarapoto - Yurimaguas

**Cantidad de Atractivos: 5**

- 1 Sabaloyacu I
- 2 Caynarachi Amazón Lodge
- 3 ACONABIKH
- 4 El Tunel
- 5 El Mono y La Gata

Atractivos turísticos privados: **3**

Atractivos administrados por gestores locales (asociaciones): **2**

Implementación piloto del Sistema de Monitoreo de calidad: **1** atractivo

Asistencia Técnica en la elaboración e implementación de Plan de acción

Período 2021: 3  
Período 2022-23: 2



### Ruta 4: Naturaleza y cultura viva: Chazuta



Ruta naturaleza y cultura viva en Chazuta

**Cantidad de Atractivos: 3 + 1** compartidos con la ruta de Aves del Bosque Seco Estacional del Huallaga

- 1 Catarata de Pucayaquillo
- 2 Chacra Pasikiwi
- 3 Asociación Mishki Cacao
- 4 Chacra Pasikiwi

Atractivos turísticos privados: **1**

Atractivos administrados por gestores locales (asociación): **1**

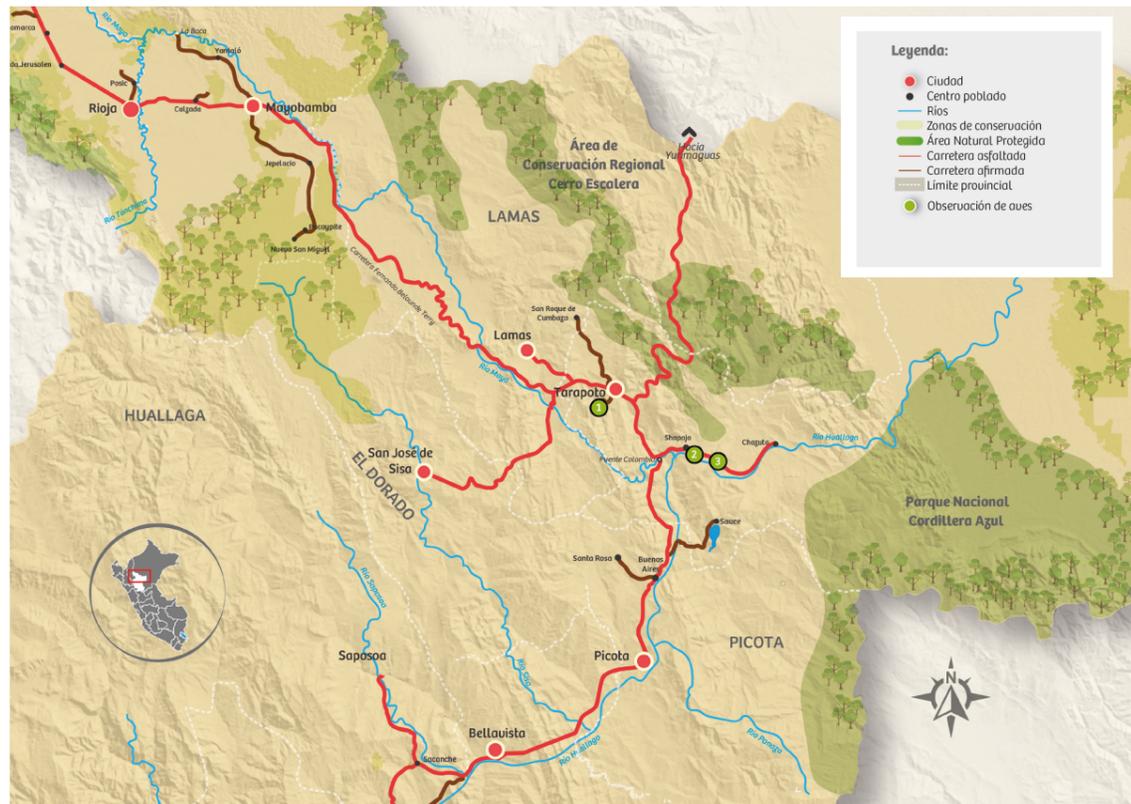
Implementación piloto del Sistema de Monitoreo de calidad: **1** atractivo

Asistencia Técnica en la elaboración e implementación de Plan de acción

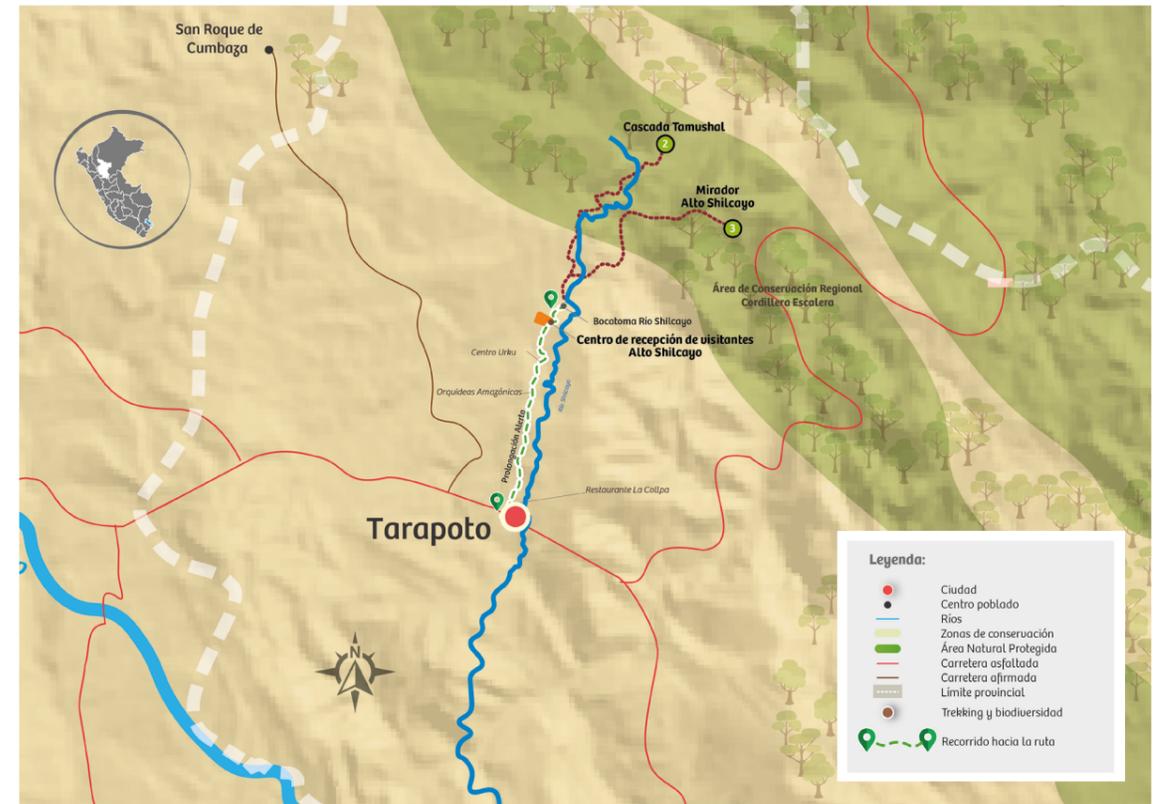
Período 2021:  
Período 2022-23: 2



### Ruta 5: Aves del bosque seco estacional del Huallaga



### Ruta 6: Trekking y biodiversidad en Alto Shilcayo



**Rutas de aves del bosque seco estacional del Huallaga**

Cantidad de Atractivos: **3**

- 1 Laguna Ricuricocha
- 2 Catarata Pucayaquillo
- 3 Pumarinri Lodge

Atractivos turísticos privados: **1**

Atractivos turísticos administrados por gobierno local: **1**

Atractivos administrados por gestores locales (comunidad nativa): **1**

Implementación piloto del Sistema de Monitoreo de calidad: **1 atractivo**

Asistencia Técnica en la elaboración e implementación de Plan de acción

Período 2021: 3  
Período 2022-23: 1



**Trekking y biodiversidad en Alto Shilcayo**

Cantidad de Atractivos: **3**

- 1 Cascada Vestido de la novia
- 2 Cascada de Tamushal
- 3 Mirador Alto Shilcayo

Atractivos administrados por gestores locales (asociaciones): **3**

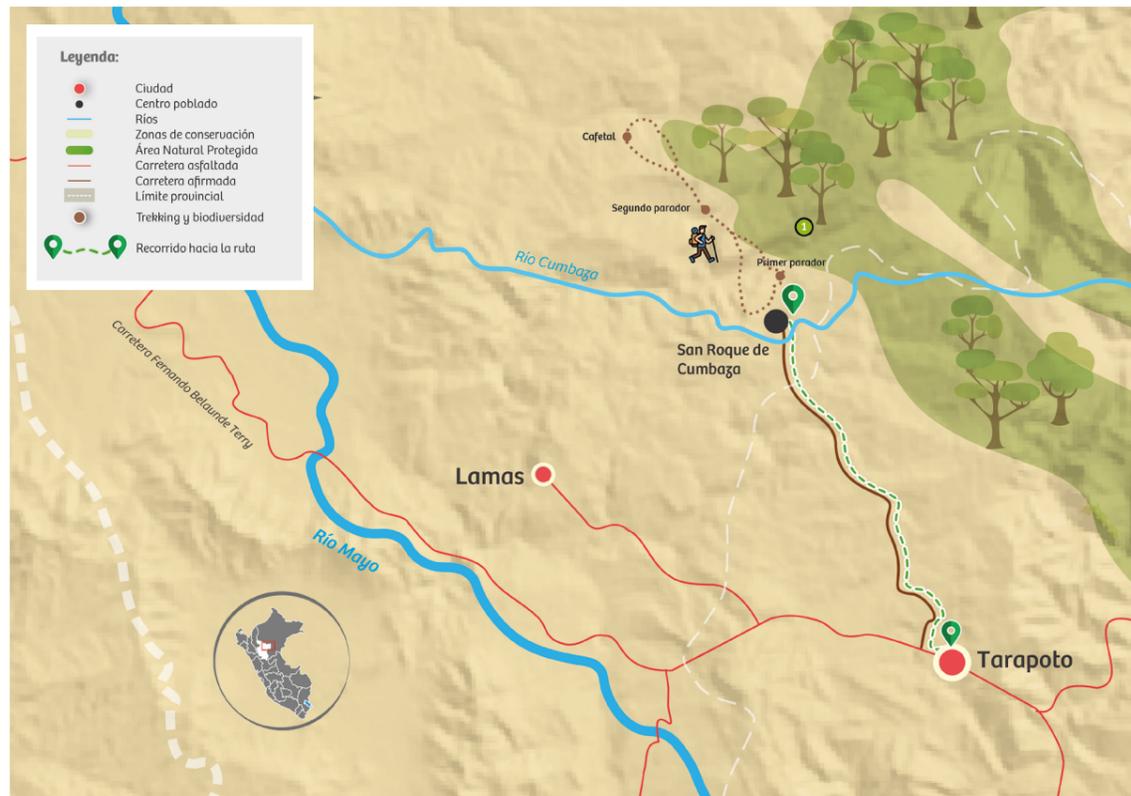
Implementación piloto del Sistema de Monitoreo de calidad: **1 atractivo**

Asistencia Técnica en la elaboración e implementación de Plan de acción

Período 2021:  
Período 2022-23: 1



### Ruta 7: Trekking y biodiversidad en Alto Cumbaza



### Ruta 8: Naturaleza y aventura: Sauce



Ruta Trekking y biodiversidad en el Alto Cumbaza

Cantidad de Atractivos: **1**

④ Catarata de Toroyacu o Sunipicausani

Atractivos turísticos privados: **5**

Atractivos administrados por gestores locales (asociación): **1**

Implementación piloto del Sistema de Monitoreo de calidad: **1** atractivo

Asistencia Técnica en la elaboración e implementación de Plan de acción

Período 2021:  
Período 2022-23:



Ruta de naturaleza y aventura en Sauce

Cantidad de Atractivos: **1**

④ Lago Sauce

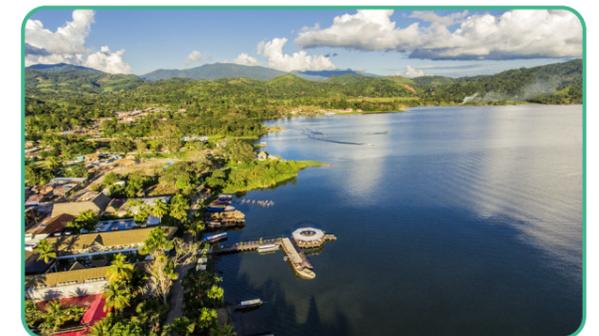
Atractivos turísticos privados: **5**

Atractivos turísticos administrados por gobierno local: **1**

Implementación piloto del Sistema de Monitoreo de calidad:

Asistencia Técnica en la elaboración e implementación de Plan de acción

Período 2021:  
Período 2022-23:



Rutas de naturaleza en los destinos Alto Mayo y Tarapoto



Ruta de observación de aves

- 1 Huembo 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 Cumbaga
- 2 Alto Shilcayo



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

**Legenda:**

- 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



## Procesos implementados de la experiencia innovadora



Las principales acciones llevadas a cabo en el diseño de las rutas de turismo de naturaleza se pueden agrupar en las siguientes fases:

### I. Identificación y priorización de atractivos

Se listaron los atractivos naturales principales que estuvieran inventariados y se realizó una ficha de cada uno de ellos de manera colaborativa con los gestores locales del atractivo y con prestadores de servicios relacionados, con el fin de analizar cuáles reunían las mejores condiciones.

Los criterios analizados se dividieron en dos categorías:

- Servicios con los que cuenta: servicio de guías u orientadores, alojamiento, alimentación, alquiler de equipos, venta de artesanías o productos locales, información al turista, cobertura de telefonía móvil.
- Infraestructura turística: observatorios de naturaleza, senderos, paneles interpretativos, señalización, parqueo, servicios higiénicos, vías de acceso, entre otros.

## II. Propuesta de diseño de las rutas

Se realizó el trabajo de diseño y ordenamiento de la oferta agrupando los atractivos priorizados según su vocación turística y conceptualizando las rutas con el sustento del estudio de mercados potenciales, sus características y hábitos de consumo de servicios turísticos.



Fuente: Propuesta de productos turísticos para naturaleza y observación de Aves en el marco del proyecto "Tarapoto y Alto Mayo: turismo y naturaleza en valor", elaborada por Carlos Díaz

El diseño de cada ruta ha implicado generar la siguiente información: descripción detallada del producto turístico, definición y mapeo de los elementos que conforman el producto turístico, evaluación de las condiciones actuales de los atractivos considerados en cada ruta, propuesta descriptiva sobre detalles que se deberán considerar para la operación y sobre los canales dónde se debería investigar con miras a su comercialización. Así mismo, se han desarrollado propuestas complementarias de cursos de capacitación para la mejora de los servicios identificados en las rutas y mejoras de infraestructura identificadas con una propuesta de características y costo aproximado.

### III. Validación de las rutas

En esta etapa se han usado las plataformas de las CGDs como espacios articuladores para llevar a cabo la validación y con la participación de los operadores locales con el fin de tomar en cuenta sus aportes para mejorar los productos propuestos.

### IV. Gestión de las rutas

Teniendo las rutas ya definidas como productos, se ha procedido a dar soporte para la gestión de la ruta en los siguientes aspectos: planificación, fortalecimiento de capacidades del capital humano, promoción y comercialización y monitoreo de la calidad.

De la fase de diseño de las rutas se ha desprendido un análisis del estado actual de estos

productos y, consecuentemente, la evaluación de los puntos de mejora para llegar a los estándares de calidad esperados y que demandan estos mercados. A partir de esta información, se concretaron planes de acción y se realizó un acompañamiento a los gestores locales de los atractivos para que se lograra pasar a la implementación, algunas de las cuáles también fueron financiadas por el proyecto. Debido al contexto del COVID 19, los planes también estuvieron enfocados hacia la reactivación para los atractivos de cada ruta, incluyendo la implementación de protocolos sanitarios.

Estos planes también han seguido un proceso participativo junto a los gestores locales y articulando a actores Institucionales (CGDs, DIRCETUR, Áreas de Conservación e Instituciones Relevantes) para socializar los planes de acción, recibir retroalimentación e insertarlo en los planes inter-Institucionales.

Dentro de los planes, hubo acciones de fortalecimiento de capacidades priorizadas. Algunas capacitaciones realizadas fueron: educación ambiental, manejo ambiental para aviturismo, platos innovadores en base a insumos locales, entre otros. Los talleres teóricos-prácticos relacionados a la certificación de capacidades para orientadores turísticos y turismo de aventura estuvieron también insertadas en esta planificación.

Como parte del Plan de Promoción y Comercialización desarrollado en el marco del proyecto, componente 3, se presentaron las rutas tanto a los operadores turísticos y agencias de viaje de la región y nacionales, como a medios de comunicación de la macro región; además se participó en ferias nacionales e internacionales.

La selección de las ferias se realizó en articulación con PROMPERU, para sumar esfuerzos, y a través de las CGDs como espacios de consenso, y se han priorizaron las que han estado bajo la organización de CANATUR como institución ejecutora del proyecto y las que han favorecido la reactivación del sector a nivel nacional; a nivel internacional, se eligieron las que están enfocadas a los segmentos especializados a los que se apunta.

En cuanto al monitoreo de la calidad, se diseñó e implementó un sistema para los atractivos turísticos y para los prestadores de servicios turísticos ubicados en las rutas. Por un lado, esto ayuda a monitorear la evolución de los productos turísticos y las competencias formadas en los prestadores; y, por otro lado, genera información estadística de los flujos turísticos, ingresos y satisfacción de la experiencia. Se realizó además una prueba piloto de aplicación con algunos actores con quienes ya se puede empezar a generar data con las herramientas del sistema (formatos de registro, encuestas, entre otros), las cuales quedan también disponibles para que las empresas privadas puedan implementarlas.

## V. Incorporación nuevos atractivos en las rutas

Esta fase no ha sido propiamente ejecutada por el proyecto, pero se menciona como parte del modelo ya que se espera que esto suceda y es parte de los desafíos que quedan por delante. El objetivo es que más atractivos puedan ser integrados a medida que cumplan los estándares mínimos que han sido los filtros aplicados para los atractivos que si han sido incluidos en las rutas, o que, en todo caso, se puedan ir creando nuevas rutas a partir de este modelo.



## Principales logros estratégicos

**!** Se elaboró la propuesta comercializable de 8 productos de turismo de naturaleza, validados por las CGDs, prestadores de servicios y gestores locales.

Las rutas muestran un gran potencial e integran componentes muy diversos generando valor agregado a los atractivos naturales de la región añadiendo experiencias como observación de aves, aventura, contacto con culturas vivas.

El proyecto ha contribuido a generar una oferta ordenada, que ha sido asumida y “apropiada” como la oferta de la región, en los destinos de Tarapoto y Alto Mayo, por el propio Gobierno Regional. Este ordenamiento es también la base para poder enfocarse en otros aspectos a lo largo de la cadena de valor, que se necesitan seguir fortaleciendo para continuar con la inserción de estos productos en mercados especializados: calidad del servicio, mejoramiento de competencias en la gestión empresarial y comercialización, uso de herramientas digitales, mejoramiento de la infraestructura, entre otros.

**!** Se elaboraron planes de acción para la gestión de los atractivos naturales dentro de las rutas, validados por los gestores y las CGDs y se ha brindado acompañamiento técnico en la fase de implementación.

El acompañamiento realizado a los gestores locales de los atractivos en las distintas rutas tiene un impacto desde diversos frentes. Ha implicado la dinamización y empoderamiento de ellos en relación a las deficiencias identificadas en cada atractivo para mejorar el servicio y la experiencia del visitante. Este es un paso para fortalecer su rol como actores dentro de la cadena de valor y su articulación en los espacios de planificación y desarrollo turístico, con miras a gestionar las necesidades de los atractivos. En este sentido, el proyecto ha brindado apoyo a

05 Municipios en la elaboración de sus Planes de Desarrollo Turístico Local con el objetivo de asegurar que haya un alineamiento entre todas estas herramientas de gestión.

También ha tenido como resultado un compromiso estable a lo largo de la ejecución de las acciones del proyecto para participar de las capacitaciones y asesorías técnicas, además que genera conciencia de la importancia de establecer alianzas y redes entre los mismos.



**!** Se diseñó un sistema de monitoreo de la calidad, el cual se dejó implementado en 7 atractivos.

El sistema se diseñó para la gestión de los atractivos turísticos y para los prestadores de servicios Turísticos ubicados y/o atendiendo las rutas diseñadas, con el fin de generar estadísticas reales y tener una herramienta de mejora continua. También podría contribuir en que los gestores locales de los atractivos se familiaricen con conceptos y procesos de conocimiento de mercado y competitividad, parte de una cultura que se debe ir fortaleciendo con miras de elevar los estándares de gestión y promoción de los atractivos. La implementación del sistema como prueba piloto en algunos de los atractivos, es parte del acompañamiento técnico brindado con este fin.

**!** Presentación de la oferta turística de los destinos Tarapoto y Alto Mayo en eventos de promoción a nivel nacional e internacional.

El plan de promoción y comercialización para las rutas ha sido parte de otro componente, referente al marco lógico del proyecto. A pesar de ello, la vinculación es directa pues se dejan 08 productos no solo diseñados sino también ya lanzados al mercado 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.

La presentación de las rutas se realizó en los siguientes espacios a nivel nacional:

### Organización y participación en Eventos de Promoción

- 1) Seminario Tarapoto y Alto Mayo: naturaleza y cultura en destinos bio seguros. Se realizó gracias a una alianza con Promperú y los CGD dirigido a agencias de viaje a nivel nacional.
- 2) Primer press tour regional con medios de alcance macro regional de Amazonas, Cajamarca y San Martín.
- 3) Influencers promocionan los destinos turísticos de Tarapoto y Alto Mayo: Fiorella Rodríguez y Jean Pierre Díaz.
- 4) FAM TRIP: 07 Operadores Mayoristas de Lima
- 5) Rueda de Negocios: 14 AGV participaron en una rueda de negocios con 07 Operadores.
- 6) Global Big Day 2022: San Martín alcanzó la segunda posición a nivel nacional y Perú el segundo lugar a nivel internacional, con mayor número de especies registradas.
- 7) Fam Trip con operadores turísticos de Tarapoto y Alto Mayo para fortalecer alianzas comerciales.

### Participación en Feria Nacionales

1. Feria Turismo Perú 2020, (Virtual)
2. Workshop Perú Regiones 2020, (Virtual)
3. Workshop Muchick 2020, (Virtual)
4. Workshop Somos Turismo 2020, (Virtual)
5. Feria APAVIT 2021
6. Feria Turismo Perú 2021 y 2022
7. I y II Feria Nacional e internacional APAVIT 202

A nivel internacional, las ferias en las que se presentó la oferta de los destinos Tarapoto y Alto Mayo, fue mucho más especializada y participaron 09 actores o empresas como representantes:

### Participación en Ferias internacionales

1. Perú Travel Mart 2020, Plataforma Virtway Events, contó con Lobby, Sala de Networking. (Virtual)
2. Feria y Rueda de negocios Perú Travel Mart 2021 desarrollado en Cusco.
3. Feria y Rueda de negocios Perú Travel Mart 2022 desarrollada en Lima.
4. Feria especializada de Aves 2022 - Rutland Reino Unido - Inglaterra.
5. Feria Internacional de Turismo de Aventura – ATTA, desarrollada en Suiza.
6. Participación en la campaña digital de Aves en setiembre – octubre 2022., para la cual la CGDS facilitaron 15 fotografías a PROMPERU para su inclusión en dicha campaña.
7. Participación en la Feria Sudamericana de Aves – Octubre 2022, desarrollada de Cusco.

### Participantes

- 2 Agencias de Viaje – AGV
- 1 AGV
- 2 AGV
- 1 expositor
- 1 AGV especializado
- 2 AGV especializados

Adicionalmente, se ha dejado un conjunto de herramientas que proporcionan inteligencia de mercado para conocer más sobre el perfil del turista que visita los destinos y productos comunicativos concretos para su difusión y comercialización:

- Estudio "Perfil del vacacionista que visita San Martín 2021 (Tarapoto y Alto Mayo)"
- Productos comunicativos enmarcadas en el enfoque estratégico del desarrollo de las rutas: banco de fotografías, videos promocionales (12), material gráfico (3 folletos en español y 3 en inglés de las rutas, 2 mapas, 1 infografía)
- Aplicativo móvil para Android con proyección a la ruta Noramazónica del Perú: "North Amazonia Birds – Perú".



## Oportunidades y desafíos de la experiencia

**!** Hay una institucionalidad más fortalecida, y una mayor articulación entre el sector privado y público.

El involucramiento de las CGDs en este proceso es definitivamente un paso adelante que se da en temas de gobernanza turística, con miras a tener mejor definido el rol del sector público, privado y de los gestores locales, para propiciar una mejor articulación y orientar la planificación del destino de tal manera que se sumen esfuerzos.



**RETO:** Continuar con el proceso y afianzar los roles, entendiendo que es el sector privado el que tiene que liderar y demandar al sector público las acciones correspondientes para un trabajo articulado, ya que lo habitual viene siendo que el sector público lidere estos procesos y siempre hay un riesgo en la continuidad cuando se dan cambios de gobierno. Las CGDs y el Comité Consultivo, de conformación reciente, son las plataformas llamadas a continuar esta tarea con un planteamiento palpable, con tareas y funciones muy concretas, especialmente ahora que se tienen herramientas concretas como el sistema de monitoreo de calidad en los atractivos y un plan de promoción y comercialización que deja lineamientos estratégicos para su continuidad.

**!** Se ha generado un contexto de innovación con la diversificación de la oferta en los destinos Alto Mayo y Tarapoto

Hay una oportunidad para la innovación y el emprendimiento pues el proyecto deja no solo



**RETO 1:** Es un desafío para las empresas ya establecidas realizar este cambio de enfoque pues están acostumbradas a trabajar sobre las dinámicas que priman en estos destinos. No se espera descartar el tipo de turismo que viene realizando la región, sino diversificarlo y crecer hacia mercados más rentables. Por ello, seguir creando conocimiento de los mercados por parte de los prestadores de servicio es un elemento que se hace indispensable, brindando mayor información sobre las oportunidades que ofrece el turismo de naturaleza y el potencial que tiene la región.



**RETO 2:** La comercialización de los productos es otro de los retos ya que el posicionamiento de los destinos definitivamente debe ser una constante considerando que los resultados se pueden ver en un mediano y largo plazo. Para poder seguir en este proceso de actualización continua de las estrategias de comercialización y promoción, algunos desafíos futuros son:

- Actualizar el plan de acción con mirada a la participación en eventos internacionales según el segmento de mercado liderado por el Grupo Especializado de Marketing de los CGDs.
- Seguir fortaleciendo competencias a nivel de comercialización y particularmente en el uso de herramientas tecnológicas tomando en cuenta que, en la actualidad, aproximadamente el 75% de las reservas turísticas se hacen online.



“Sigo creyendo que es una gran oportunidad para San Martín desarrollar como corresponde estos productos; esto no va a funcionar si no hay empresarios que crean en esto y vean una oportunidad. Muchos que quieren entrar en el turismo están buscando cosas nuevas, innovadoras con mayor responsabilidad ambiental, mercados más sostenibles y altamente rentable. Se ha avanzado desde que empezó el proyecto hasta hoy: tenemos más personas haciendo esta actividad, empresarios tratando de entenderla, participando y ven que no es fácil porque hay que construir la experiencia, armar algo en equipo para comercializar y difundir y lo que ha hecho el proyecto no es suficiente. Entrar al mercado con un nuevo producto es complicado y costoso, esa parte va a tomar tiempo, pero yo le auguro que va llegar a un buen fin. Si no lo hacen los san martinenses, van a llegar y lo van a hacer otros, porque el producto es potentísimo.”

— Carlos Díaz  
Consultor para el Diseño de Rutas de turismo de naturaleza

### ! Hay más capacidades y recursos para el mejoramiento de la calidad del servicio alineado al enfoque de turismo de naturaleza

Con la conceptualización de los productos, se ha podido evidenciar y listar una serie de aspectos que aún se necesitan mejorar para que las rutas tengan un buen nivel competitivo. El proyecto solo ha iniciado este proceso y ha dejado planes de acción en algunos atractivos que apuntan en este objetivo. Como parte de las acciones finales del proyecto, se han elaborado Fichas Técnicas de Intervención Inmediata para postular al Programa Lurawi Perú, entidad adscrita al Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, para mejorar la infraestructura de los atractivos Sabaloyacu, Pucayaquillo, Tamushal –Alto Shilcayo y Bosque de las Nuwas.

Así mismo, desde el componente 2 de Fortalecimiento de Capacidades, se ha contribuido a capacitar y a preparar a los trabajadores aptos para la evaluación y certificación de competencias laborales en 5 perfiles ocupacionales, ha realizado diversos talleres de capacitación en los atractivos de las rutas y ha capacitado, desarrollado materiales (4 manuales) y brindado asistencia técnica en buenas prácticas de turismo de naturaleza. Todo esto deja una base de conocimientos y herramientas alineadas a un enfoque de calidad y sostenibilidad, considerando que es una característica fundamental de lo que buscan estos segmentos especializados.



**RETO:** La continuidad de estos procesos supone un desafío. Por una parte, sin una visión de sostenibilidad, no es posible tener turismo de naturaleza, por lo cual se tiene que seguir ahondando en esta comprensión por parte del sector privado y, de los gestores locales logrando preferentemente una certificación para tener el reconocimiento formal dentro del mercado; el proyecto emprendió acciones de difusión sobre los beneficios de contar con ello y los requerimientos de algunas certificadoras.

Por otro lado, quedan por delante acciones de mejora cuya puesta en marcha va de la mano con que los roles del sector privado y el público se delimiten y que cada quien entienda su campo de acción:

- Sector privado: garantizar la calidad del servicio invirtiendo en mejorar habilidades y competencias que aún es necesario fortalecer en el recurso humano, en los distintos rubros de servicio en el turismo y en relación a las brechas que aún se necesitan subsanar en la implementación de buenas prácticas, enfocadas a turismo de naturaleza.
- Sector público: en continuar el proceso de desarrollo de políticas públicas para el ordenamiento de la actividad y fomento de la formalización y en relación a las mejoras en la infraestructura de carácter público, tanto a nivel regional como a nivel local; dar continuidad a la postulación al Programa Lurawi va en esta línea.



“ Hay que crecer en varios sentidos en la región, mejorar el servicio, articular las personas, articular los destinos. Hay mucha oportunidad de crecimiento, pero lo primero es hacerse una idea que quiere proyectar la región, y como se quiere vender, se puede vender como un destino de selva activa no pasiva; la selva activa podría tener mucho menos competencia que muchos destinos a nivel global inclusive, eso es un poco la proyección.”

Francisco Basilli  
Consultor para entrenamiento y asistencia técnica para la certificación de competencias laborales para orientadores turísticos

### Lecciones aprendidas

- Una de las principales lecciones **es que es posible la articulación entre el sector público y privado con un objetivo común**, algo que en el desarrollo de la gobernanza turística en nuestro país ha sido muy difícil de lograr. **El haber validado los productos con los prestadores de servicios, pero también desde la demanda, es un factor muy importante para que la respuesta del sector privado haya sido sostenida a lo largo del proyecto** ya que afianza la comprensión de que la gestión del turismo es comercial; es el mercado el que determina la dinámica del turismo y que agrupa a los actores para ofrecer un producto, que cumpla con precios, tiempo y calidad.
- **Los avances de la región en gobernanza turística, han sido un terreno fértil** sobre el cual el proyecto ha podido llevar a cabo sus acciones, potenciando los resultados a través de la alineación de esfuerzos. **Se ratifica la importancia de seguir fortaleciendo el proceso** para que no dependa de actores individuales sino de las instituciones.
- **El trabajo de base realizado, con asistencia técnica a los gestores locales** para acompañarlos en procesos de planificación e implementación de acciones, **ha sido fundamental para que ellos mismos puedan ir fortaleciendo una cultura de planificación y mantener un compromiso** a lo largo de la ejecución del proyecto cuando se tiene un contexto que aún necesita fortalecer las capacidades y los conocimientos. Ha servido también para fomentar una cercanía con las CGDs que es recomendable que se continúe. Los planes de acción deben servir como herramienta para canalizar las necesidades de los atractivos y alinear visiones para la gestión de los destinos.
- La presencia del proyecto ha servido como un actor articulador cuyo sustento principal para fomentar el consenso ha sido proporcionar inteligencia de mercado, lo cual confirma **la necesidad de seguir generando herramientas** como el Sistema de Monitoreo de la calidad que ayudarán a crear estadística sobre las cuáles basar las acciones estratégicas a futuro.



## 2. Certificación de competencias laborales para Orientadores Turísticos

En los últimos años, se han dado cambios en la normativa que regula la prestación de los servicios turísticos de aventura. El MINCETUR, en su condición de ente rector del Sector Turismo, aprobó el Reglamento de Seguridad para la Prestación del Servicio Turístico de Aventura por D.S. N° 005-2016-MINCETUR, con la finalidad de fomentar la formalización y la mejora de la competitividad de la prestación del servicio turístico de aventura con las medidas de seguridad correspondientes. Esta acción está alineada además con Plan Estratégico Nacional de Turismo–PENTUR 2025, aprobado mediante Resolución Ministerial N° 231-2016-MINCETUR.

En el 2019, en la misma línea de criterios, se publica el D.S. N° 004-2019-MINCETUR que aprueban el Reglamento de las Actividades Especializadas de Guiado y modifican el Reglamento de la Ley del Guía de Turismo, donde se estipula que los Orientadores Turísticos deben ser acreditados por las Direcciones Regionales de Comercio Exterior y Turismo para poder ejercer esta labor dentro de un ámbito circunscrito. La delimitación de zonas circunscritas debe estar respaldada por una Resolución Directoral Regional y define un ámbito geográfico donde existan las condiciones para que ciertas modalidades de turismo de aventura se puedan prestar, así como los lugares específicos donde se desarrollarán, acompañadas de alguna o algunas de las actividades especializadas de guiado.

Todo lo expuesto generó un nuevo marco al que las regiones debían alinearse y cuyo proceso tuvo un retraso con la pandemia por el COVID 19. Es a este marco normativo que responde las acciones del proyecto para iniciar el proceso de certificación de competencias laborales para orientadores locales que debe concluir con su acreditación por parte de la DIRCETUR.



“La intervención del proyecto, definitivamente ha sido un gran respaldo y soporte para que podamos estar alineados como región a la normativa de orientadores que ha sacado el Ministerio. Hemos empezado a hacer todo un ordenamiento y el proyecto ha sido clave para hacerlo, yo creo que sin el proyecto tuviéramos cero avances como región.”

Milner García Abad  
Director Regional de Comercio Exterior y Turismo en San Martín

Teniendo en cuenta todo este contexto, la experiencia de certificar orientadores turísticos se está sistematizando en el presente documento como una de las experiencias innovadoras ya que marca algunos hitos importantes:

#### San Martín es la primera región en iniciar el proceso de certificación de competencias laborales para orientadores turísticos.

! En la región San Martín específicamente una de las brechas identificadas en el proceso de desarrollo y conceptualización de las rutas de naturaleza, aventura y aviturismo, es la carencia de guías oficiales especializados para estas modalidades; recibe casi 1 millón de turistas y no llega ni a los 100 guías.<sup>3</sup> Lo que había más bien, era una masa crítica de pobladores locales ejerciendo las funciones de orientadores turísticos, pero sin estar formalizados según la nueva normativa, lo cual es una oportunidad para ir acortando esta brecha.

En otras regiones se había avanzado ya en el paso de delimitar las zonas circunscritas, pero es la primera región en iniciar el proceso de certificación de competencias laborales para este perfil ocupacional lo que deja las bases para que pueda replicarse.

Al ser la primera experiencia en nuestro país, ha implicado un trabajo de aclaración de roles entre las partes involucradas: el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo – MTPE, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo- MINCETUR, el Centro de Formación en Turismo – CENFOTUR, como órgano certificador, y la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de San Martín – DIRCETUR-SM. El proyecto que ha liderado estos procesos.



“La región San Martín ha dado un salto, porque, mientras otras regiones se han demorado desde el 2019 al 2021 solo para delimitar zonas circunscritas, San Martín lo ha hecho entre los meses de junio del 2021 y Julio del 2022, gracias al proyecto que ha sido un acelerador y ya tiene una masa crítica, que podría ser evaluada.”

Francisco Basilli  
Consultor para entrenamiento y asistencia técnica para la certificación de competencias laborales para orientadores turísticos



“Hay algunas regiones en las que la oferta de guías es muy baja y este es el caso de San Martín. Entonces para tener un turismo formal necesitamos certificar a los orientadores, acreditando sus competencias, pues el reglamento lo indica así. Formalizar el sector es lo que va a permitir que la calidad siga mejorando.”

Estefany Adriazola  
CENFOTUR

#### Puesta en valor del capital humano y la cultura local

El hecho de contar con un grupo humano que venía ya desarrollando la labor de orientador turístico es resultado de esfuerzos anteriores por articular a la población local en la cadena de valor del turismo. Además, en las rutas desarrolladas hay varios atractivos que son administrados por asociaciones locales. Esta característica de la región da cuenta de que, a nivel de gestión de destino, se ha buscado poner en valor la cultura viva y el capital humano local en San Martín.

Pero el proceso de certificar competencias a los orientadores turísticos no solo es un paso más en la meta de integrar a la población local y sus saberes en la cadena de valor del turismo, sino también supone un reconocimiento a los pasos ya dados, a la experiencia recogida y ganada que muchos actores locales tienen mediante el desempeño de sus labores. Además, se espera que esto contribuya a una mejor retribución económica pues supone el ingreso a un estatus formal y profesional.

Por otro lado, la metodología para el diseño de las rutas deja información sobre las necesidades de mejoras para ganar competitividad y, acortar las brechas a nivel de capacidades y competencias en el recurso humano para llegar a estándares más altos, es uno de los aspectos a trabajar. La certificación de competencias para orientadores turísticos apunta en esta dirección, y es especialmente relevante considerando el valor agregado que se puede generar de los orientadores turísticos en la entrega de una experiencia más que solo de un servicio. En este sentido, desde el enfoque de turismo de naturaleza, también se rescatan los saberes locales para que formen parte de una experiencia más auténtica.



**Juver Tuanama**  
Orientador local de la Asociación  
de Alto Shilcayo

“ La verdad estaría muy satisfecho de recibir una certificación como esta. Hay que tener un trabajo y la gente te recomienda porque es como si tuvieras una especialización; así pueden saber que yo conozco la zona y que yo puedo dar lo que a los turistas les interesa. Eso abre otras puertas. Una recomendación puede ser de boca en boca, pero con esta certificación ya se garantiza que soy bueno en mi labor. Es otro nivel. He avanzado totalmente y ahora estoy más preparado.”



**Nivia Cumbia Sejekam**  
Orientadora local de la Asociación  
Bosque de las Nuwas

“ Nos han capacitado con personas profesionales y esto es muy importante porque nos ayuda a conocer cómo tratar al turista, como llegar a él, como transmitir nuestra cultura, nuestras vivencias, nuestras creencias y que el turista o el visitante se pueda sentir parte de nosotros. Este es el orgullo que nosotros tenemos en nuestra comunidad, que es una comunidad indígena que se ha preocupado de hacer prevalecer nuestra cultura ancestral. Que no solo San Martín es un lugar donde hay flora y fauna sino que es todo el ambiente tanto rico en su tradición, cultura, en sus danzas y en su canto típico que se estuvo perdiendo. Pero hoy por hoy se está rescatando y ahora las madres o “muntas”, que significa mujeres sabias en nuestro idioma awajún, ya nos están enseñando a las mujeres jóvenes. Y bueno, a mí me ha apoyado bastante, porque en mi vida familiar tengo un ingreso económico más.”

## Procesos implementados de la experiencia innovadora

### Paso 1: Implementación del marco legal



Pero el proceso de certificar competencias a los orientadores turísticos no solo es un paso más en la meta de integrar a la población local y sus saberes en la cadena de valor del turismo, sino también supone un reconocimiento a los pasos ya dados, a la experiencia recogida y ganada que muchos actores locales tienen mediante el desempeño de sus labores. Además, se espera que esto contribuya a una mejor retribución económica pues supone el ingreso a un estatus formal y profesional.

Por otro lado, la metodología para el diseño de las rutas deja información sobre las necesidades de mejoras para ganar competitividad y, acortar las brechas a nivel de capacidades y competencias en el recurso humano para llegar a estándares más altos, es uno de los aspectos a trabajar. La certificación de competencias para orientadores turísticos apunta en esta dirección, y es especialmente relevante considerando el valor agregado que se puede generar de los orientadores turísticos en la entrega de una experiencia más que solo de un servicio. En este sentido, desde el enfoque de turismo de naturaleza, también se rescatan los saberes locales para que formen parte de una experiencia más auténtica.

Se conformó una Comisión Técnica integrada por instituciones públicas y privadas, siendo liderada por la DIRCETUR como órgano competente, en acompañamiento del proyecto, para proponer las características y delimitación del ámbito circunscrito bajo los siguientes criterios:

- a) Identificación del desarrollo de la o las actividades especializadas de guiado
- b) Determinación del ámbito geográfico y sus características.
- c) Ausencia de Guías Oficiales de Turismo o Licenciados en Turismo autorizados por el órgano competente
- d) Condiciones que garanticen la seguridad integral del turista.
- e) Otros factores que se considere relevantes. En este caso, se consideró pertinente considerar los siguientes aspectos: que los atractivos contaran con un flujo continuo de visitantes, la capacidad de aforo y que la duración y extensión de recorrido no fuese menor a 2 horas.

El resultado ha sido la delimitación de 8 zonas circunscritas que se encuentran en los ámbitos de los destinos Alto Mayo y Tarapoto, priorizados para las rutas de turismo de naturaleza, que cumplen con los criterios:

# MAPA DE ZONAS CIRCUNSCRITAS

## Destino Turístico Alto Mayo

### Ruta de aves del Alto Mayo

#### 1 Morro de Calzada

(Calzada - Moyobamba)

Modalidad: Ecoturismo y Caminata

N° de postulantes aptos: -

#### 2 Reserva Ecológica Tingana

(Moyobamba)

Modalidad: Ecoturismo

N° de postulantes aptos: 5

#### 3 Reserva Ecológica Santa Elena

(Posic - Rioja)

Modalidad: Ecoturismo

N° de postulantes aptos: 4

### Ruta de naturaleza y aventura Alto Mayo

#### 4 Bosque de las Nuwas

(Awajún - Rioja)

Modalidad: Ecoturismo

N° de postulantes aptos: 5

## Destino Turístico Tarapoto

### Ruta de aves carr. Tarapoto - Yurimaguas

#### 5 Reserva Privada ACONABIKH

Bosque Guardián

Modalidad: Ecoturismo y Caminata

N° de postulantes aptos: 8

### Ruta de aves del bosque seco estacional del Huallaga

#### 6 Cataratas de Pucayaquillo

(Shapaja)

Modalidad: Ecoturismo

N° de postulantes aptos: 4

### Ruta de trekking y biodiversidad en Alto Cumbaga

#### 7 Cascada de Toroyacu o Sunipicausani

(San Roque de Cumbaga)

Modalidad: Ecoturismo

N° de postulantes aptos: 3

### Ruta de trekking y biodiversidad en Alto Cumbaga

#### 8 Cascada del Tamushal y Mirador Natural Alto Shilcayo

Modalidad: Ecoturismo y Caminata

N° de postulantes aptos: 2



**Paso 2: Fortalecimiento de capacidades:**

- A. Con las zonas circunscritas delimitadas, se procedió a registrar a los pobladores locales que ejercían labores de orientadores en cada una como posibles candidatos para postular a la certificación.
- B. Se desarrollaron talleres teórico - prácticos de capacitación, capacitando según los criterios de evaluación de la cartilla para orientadores turísticos. Algunos temas cubiertos fueron: Buenas Prácticas y Técnicas de Liderazgo de Grupos Turísticos y Buenas Prácticas de Atención al Cliente.
- C. Se llevó a cabo una revisión de la información y/o herramientas para interpretación que se tuviesen a través de la metodología de los mapas sensibles para estandarizar el formato sobre el cual se desarrolla el contenido interpretativo en cada uno de los lugares. Esto beneficia tanto al turista, quien puede recibir una información ordenada sin importar con cual orientador ni en que época realice la visita, como a los orientadores, que tendrán una herramienta que de les facilita la comunicación con el visitante.

El sistema resultante fue en base a fichas, adecuado a este tipo de servicio de orientación dado que recopila la información, la agrupa y ordena en bloques de acuerdo al recorrido planteado para cada uno de los circuitos y basado en que el objetivo de los orientadores turísticos es el de transmitir de sus saberes (conocimientos ancestrales, conocimientos de la geografía, conocimientos obtenidos por vivencias en el área circunscrita).

- D. Se realizaron simulacros de evaluación considerando que este es un proceso que se realiza por primera vez y para que los postulantes conozcan la forma en que se desarrolla.

- E. Finalmente, se ha seleccionado a los perfiles con mayor experiencia, líderes en cada uno de los lugares, para que sean el primer grupo en ser evaluados y que se vuelvan referentes en sus espacios. A estos candidatos, se les ha dado asesoramiento y acompañamiento en la elaboración del expediente (portafolio de evidencias) como parte de los requisitos para iniciar el proceso de certificación.

**Paso 3: Evaluación y Certificación de competencias laborales**

- A. Como parte de las acciones finales, se han tenido que realizar algunas reuniones con las instituciones involucradas para definir roles, aclarar el marco legal y de esta manera poder firmar un convenio entre CENFOTUR y CANATUR como ejecutor del proyecto, en alianza con el GRSM, para la evaluación de este perfil ocupacional.
- B. CENFOTUR ejecuta el proceso de acuerdo al protocolo de evaluación del MTPE para certificación de competencias laborales, en el que primero se debe presentar una documentación requerida (los portafolios se elaboraron para este fin) y luego se evalúa a los postulantes en dos aspectos: conocimientos y desempeño.
- C. Con resultados satisfactorios en las evaluaciones CENFOTUR emite un documento que certifica al postulante en sus competencias como orientadores turísticos.
- D. Finalmente, cada uno de los orientadores debe iniciar un proceso ante la DIRCETUR para solicitar su credencial.



## Principales logros estratégicos

### ! Declaración de 8 zonas circunscritas donde desarrollar las actividades especializadas de guiado, caminata y ecoturismo y formalizar el servicio de orientación

Se logró que la DIRCETUR declarara 08 Zonas Circunscritas según lo norma la ley, dentro del ámbito de los destinos de Alto Mayo y Tarapoto, alineándolos a las estrategias que a nivel nacional se vienen planteando para mejorar la competitividad de los productos turísticos. Además, es un avance a nivel regional para crear el marco formal para que las rutas puedan ser apropiadas por el sector privado e incorporadas en su oferta.

### ! Firma del convenio entre convenio entre CENFOTUR y CANATUR como ejecutor del proyecto, en alianza con el GRSM

Ha supuesto un proceso de concertación inter-institucional para lograr un entendimiento del marco legal, como operativizarlo y así poder implementar los procesos para la certificación debido a que este perfil ocupacional tiene una normativa particular y nueva, a diferencia de otros perfiles que también se certifican en el sector turismo. El proyecto ha sido clave para favorecer un diálogo permanente entre los actores involucrados.

Esto deja las bases para un procedimiento claro que pueda continuarse en San Martín, para certificar a más orientadores en los destinos de Alto Mayo y Tarapoto, en los otros destinos de la región e inclusive en otras regiones.

### ! Desarrollo de las fichas de interpretación para las zonas circunscritas, poniendo en valor el saber local

La preparación de este material ha tenido como objetivo que los postulantes a orientadores puedan aprender la información de sus recorridos ya que tienen amplia relación con sus conocimientos ancestrales permitiendo la estandarización de los recorridos. El saber local y las culturas tradicionales se ponen en valor entendiendo que la experiencia del lugar, de su gente, es el valor agregado que pueden aportar los orientadores en el marco del turismo de naturaleza.

### ! Capacitación a 34 postulantes y evaluación a 25 postulantes para la certificación de competencias como orientadores turísticos

El proceso de capacitación ha permitido reducir el número de evaluados, seleccionando a los postulantes con mayor experiencia, siendo ellos los de mayores posibilidades de llegar a la certificación, con lo que se maximiza el factor de éxito de la evaluación y el impacto en la comunidad ejerciendo una influencia positiva y generando el arrastre para que otros puedan aplicar al proceso.

## Oportunidades y desafíos de la experiencia

### Se ha iniciado un proceso de profesionalización y mejora de capacidades

El proceso de certificar las competencias laborales para los orientadores turísticos es un cambio de estatus pues otorga a quienes logren pasar la evaluación un sustento profesional y es también un reconocimiento de su identidad, de su experiencia, de sus conocimientos adquiridos a través de la práctica.

También hay un panorama a largo plazo que es parte de las metas de formalización que se manejan en el PENTUR 2025 y es que esta inserción formal a la actividad turística, acreditándose como orientadores, sea solo un paso intermedio y que motive luego al estudio de una carrera técnica para guía oficial de turismo. Hay una proyección de que a mediano plazo se cambie la ley para que la certificación como orientador turístico tenga una vigencia determinada y así apalancar este proceso.



**RETO 1:** Continuar el proceso de mejora de competencias en otras áreas como el dominio del inglés, capacidades blandas, entre otros, para que el objetivo de lograr estándares más altos en los servicios de orientación lleve a que los productos de turismo de naturaleza sean más competitivos.



**RETO 2:** Continuar el proceso de certificación de competencias para orientadores turísticos con nuevos postulantes.



**RETO 3:** La profesionalización de este perfil ocupacional debe acompañarse con equipamiento. En la realidad local muchos no tienen uniformes, radios para comunicarse, no tienen zapatillas en algunos casos, no tienen un botiquín de primeros auxilios y esta es una brecha que se tiene que cubrir para competir con otros destinos.



“Hemos buscado participar del proceso de certificación de competencias laborales para los orientadores locales, incluso superando algunos desafíos emocionales personales, al ser este un proceso nuevo para ellos, que tenían que entender cómo funciona, aunque a todos los motiva el reconocimiento. Como empresario que también invierto en capacitaciones para ellos, espero que se incorporen las capacidades que, de manera pragmática, va a necesitar el orientador especializado en ecoturismo y caminatas para que lo aprendido ayude en campo. Entiendo que este proceso es una base, que se necesitan seguir afianzando los conocimientos de formas, pero también de fondo, a nivel del contenido y conocimientos.”

Rodrigo Ponce  
Empresario - ECOALDEAS PERU

### Hay una tendencia a la especialización requerida crecientemente por la demanda de turismo de naturaleza



El personal de los negocios turísticos no tiene suficiente profesionalización muchas veces porque no ve un itinerario de crecimiento laboral y ello genera una alta rotación laboral que limita las mejoras en la calidad del servicio. Influye también que el recurso humano trabajando en turismo está compuesto por jóvenes y tienen aspiraciones de crecer, lo que puede suponer migrar a otros lugares.

Para el orientador turístico el panorama puede ser diferente en tanto está condicionado a las zonas circunscritas donde opera. La retención de este recurso humano pasa, entre otros aspectos, porque se les reconozca y sean revalorados dentro de la cadena del turismo y el proceso de certificación de competencias laborales suma en este sentido.

**RETO:** Concientizar a los diferentes actores del sector turismo, porque mientras prime la dinámica de turismo convencional, este avance para los orientadores locales tiene menos posibilidades de que sea puesto en valor y, por ende, genere mejoras reales a nivel laboral y económico. Es dentro del enfoque de turismo de naturaleza, donde el rol del orientador turístico tiene mucho mayor potencial de ser requerido y reconocido, al mismo tiempo que motive a una mejora continua y especialización. El proceso de ir consolidando los productos de turismo de naturaleza requiere de un aprendizaje conjunto y compartido por todos los actores de la cadena de valor.



“No solamente construir o implementar cosas materiales, sino destacar la importancia de los recursos humanos. Se pueden construir los miradores más hermosos, pero si no tenemos el equipo que responda a los intereses de ese público, estamos perdidos; no vamos a ser jamás competitivos al nivel que deberíamos ser.”

Carlos Díaz  
Consultor para el Diseño de Rutas de turismo de naturaleza

### Lecciones aprendidas

- En un proceso que se desarrolla como piloto, se ha aprendido cómo llevarlo a cabo, cómo implementarlo y operativizarlo. Incluso las instituciones involucradas han tenido que entender las particularidades en la certificación de este perfil ocupacional que tiene una normativa reciente y muy específica. En este sentido, se deja una experiencia y un proceso definido para su réplica, lo cual es de mucho valor entendiendo su carácter obligatorio en el marco de la formalización del turismo.
- El entrenamiento y acompañamiento sostenido a los postulantes ha sido necesario para poder llevar a cabo este proceso por primera vez y seguirá siéndolo si se espera continuar este proceso con nuevos grupos, ya que es un procedimiento reciente.
- La apuesta por fortalecer competencias en el factor humano ha sido un acierto del proyecto, pues se ha constatado que uno de los cuellos de botella para mejorar la competitividad de los productos reside en los recursos humanos.
- La certificación de competencias para orientadores turísticos es altamente valorada por quienes vienen realizando esta labor no solo como un reconocimiento a los saberes y conocimientos de la persona y su cultura, sino también por la perspectiva de que les traiga mejoras a nivel laboral y económico. Crear condiciones favorables y reales para que ello ocurra es necesario. Asimismo, fortalece la dimensión de la sostenibilidad social de los destinos.



### 3. Conclusiones

Los procesos llevados a cabo desde estas experiencias innovadoras, dan cuenta de que en la región hay muchos avances para fortalecer la gestión de los destinos turísticos, lo cual es clave para un desarrollo adecuado y controlado. Como en cualquier otra faceta de la economía, una buena gestión del conjunto de empresas, servicios y recursos turísticos resulta esencial para garantizar el desarrollo sostenible y el éxito del destino.

La gobernanza turística está fortalecida a nivel de una estructura que ya viene funcionando en la región, teniendo como centro a las CGDs y alineando cada vez de manera más precisa las diferentes herramientas de gestión de destino. El proyecto ha sido un dinamizador de estos procesos, ya que, a través del ordenamiento de la oferta, aporta una visión clara hacia donde apuntar los esfuerzos y es hacia el enfoque del turismo de naturaleza, que se sustenta en la sostenibilidad.

***“Hay entonces una contribución de este turismo de naturaleza, de aventura, del aviturismo, al carácter sostenible de la región, que es una aspiración que viene ya de muchas administraciones y que ya ha prendido como identidad de la región.”<sup>4</sup>***

En esta perspectiva, el reconocimiento y valoración de las competencias y “los saberes locales” de los orientadores turísticos a través de la certificación de competencias laborales, fortalece la dimensión de la sostenibilidad social de los destinos, que los pobladores locales y sus comunidades representan. Con miras también a futuros procesos de certificación como un atributo adicional valorado en los mercados del turismo sostenible.

El GORESAM ha asumido las 8 rutas de turismo de naturaleza como la oferta de los destinos Tarapoto y Alto Mayo y las viene promocionando. El sector privado es ahora el llamado a apropiarse de estos productos desde el compromiso con la competitividad, la calidad del servicio y desde la comercialización de los mismos. El proyecto deja herramientas e información de base

<sup>4</sup>Iván Mifflin, Coordinador Nacional de Cadenas de Valor Programa SeCompetitivo HELVETAS

para lograr este objetivo. De hecho, el haber mantenido un enfoque hacia el mercado es uno de los factores por lo cuáles el sector privado ha mantenido una vinculación durante toda la ejecución del proyecto.

***“Si no hay un factor comercial que es el que impulsa al emprendedor, entonces no sirve el proyecto. El valor del proyecto como un ejemplo de la diversificación de la oferta local ha estado puesto en este sentido”.<sup>5</sup>***

Se puede concluir que la vocación de San Martín de ser una región sostenible, genera las condiciones apropiadas para también desarrollar un turismo sostenible. Esto implica que hay varios procesos que son de largo plazo, sobre los cuales el proyecto deja bases pero que necesitan de continuidad, lo que está estrechamente ligado a que sigan fortaleciéndose los avances a nivel de gestión y gobernanza.



<sup>5</sup>Carlos Canales, presidente CANATUR



© Cooperación Suiza-SECO  
[www.cooperacionsuiza.pe/seco](http://www.cooperacionsuiza.pe/seco)

© Helvetas Swiss Intercooperation • PERU - Programa  
SeCompetitivo  
Peru. [www.helvetas.org/es/peru](http://www.helvetas.org/es/peru)

© Cámara Nacional de Turismo del Perú • CANATUR  
[www.canaturperu.org](http://www.canaturperu.org)  
[www.turismodenaturaleza.pe](http://www.turismodenaturaleza.pe)