

Limites du tourisme social à Tarapoto, Pérou

by Leydi Jhiordina Celiz Cortez - Thursday, May 02, 2019

<https://vinculando.org/en/limites-du-tourisme-social-a-tarapoto-perou.html>

Titre original : Facteurs socioculturels qui limitent l'application du tourisme social dans les entreprises touristiques du district de Tarapoto, province de San Martín, région de San Martín, Pérou.

Résumé

Le tourisme social est un outil qui est utilisé dans le but de donner l'opportunité de récréation aux personnes de faibles ressources qui n'ont pas de revenu au tourisme dans le district de Tarapoto, la diversification du tourisme social à San Martin est comme alternative de développement social, économique et culturel qui se transforme en opportunité pour le développement de l'être humain dans un espace physique approprié, en cherchant à satisfaire les besoins de loisirs de chaque personne. Le but du travail de recherche est d'analyser les facteurs socioculturels qui empêchent l'application du tourisme social dans le district de Tarapoto et ainsi servir de précédent pour tout projet d'investissement qui pourrait être développé à l'avenir.

En outre, il sera nécessaire de déterminer le niveau de connaissance du tourisme social de la part des entrepreneurs touristiques et la volonté d'appliquer ce type de tourisme, d'identifier les entreprises touristiques qui appliquent ce type de tourisme, d'analyser les conséquences du manque d'intérêt des agents touristiques pour l'application du tourisme social et de proposer un programme de sensibilisation commerciale pour promouvoir le développement du tourisme social dans le district de Tarapoto.

Mots-clés : Droit du tourisme, Inclusion, Ignorance, Désintérêt, Programme de sensibilisation aux affaires.

Introduction

L'homme voyage depuis son apparition sur terre par nécessité. Il est très probable que les populations nomades soient apparues avant les populations sédentaires, ce qui démontre que le besoin de se déplacer est une caractéristique humaine. Dans le cas des nomades, la mobilité territoriale est un aspect essentiel de l'identité. On peut dire la même chose des marins et des marchands qui ont voyagé et qui voyagent encore.

La figure du pèlerin est fondamentale dans l'histoire du voyage. Le pèlerinage, en raison de son caractère de phénomène de masse, périodique et organisé, a été considéré comme l'antécédent du voyage moderne. Le pèlerin se déplace le long d'itinéraires préétablis et se repose dans des lieux appropriés, tout comme le touriste moderne voyage en groupe et séjourne dans des hôtels.

De là, on peut indiquer que le mot tourisme dérive du latin *tornus* (tour) et *tornare* (tour, tour, tour, tour), et le suffixe *ism* fait référence à l'action d'un groupe de personnes, de sorte que le tourisme étymologique peut être défini comme une personne qui voyage avec l'intention de retourner dans sa maison habituelle.

Dans la pratique, pour certaines finalités, et dans le but de parvenir à une meilleure identification, le tourisme peut être classé de différentes manières en fonction des caractéristiques qu'il possède, car au sein de cette activité il existe de nombreuses modalités, telles que : le tourisme nature, le tourisme d'aventure, le tourisme culturel, le tourisme scientifique, le tourisme rural et le tourisme social. Étant donné que la recherche sera clairement consacrée à l'étude de ce dernier type de tourisme.

Avec la promulgation de la loi n° 29408 (loi générale sur le tourisme), l'inclusion touristique a été le début de l'inclusion touristique, qui est maintenant connue sous le nom de tourisme social, car elle favorise l'intégration économique, sociale, politique et culturelle des groupes sociaux exclus et vulnérables et des personnes handicapées de tout type qui limite leurs performances et leur participation active dans la société et la participation touristique.

(SCHENKEL, 2012) dans sa monographie intitulée "Le tourisme social comme politique d'Etat en Amérique du Sud". Conseil national pour la science et la technologie (CONICET), Argentine. Il conclut que l'accès aux pratiques de loisirs fait partie des droits de l'homme. Cependant, il y a encore d'importants secteurs sociaux auxquels l'accès est refusé. Cette exclusion est particulièrement évidente dans les régions où les niveaux d'inégalité sont élevés, comme en Amérique latine. (p.177).

Par ailleurs, (RAMÍREZ, 2008) dans sa thèse intitulée : " Qualité de vie des personnes âgées ", une population sous-estimée par elles et par leur environnement, a conclu que ses recherches ont permis d'observer des différences dans les conditions de vie des personnes âgées, ce qui rend l'hétérogénéité de la vieillesse. Cependant, certaines positions communes vécues par les personnes âgées dans la société d'aujourd'hui ont été identifiées, par exemple ; bien que toutes aient une couverture sociale, l'accès des personnes âgées à ces services, généré par les difficultés qu'elles ont à obtenir un certain intrant de santé tel qu'une lentille, est source d'insatisfaction. Les procédures sont bureaucratiques, elles ne sont pas accordées par manque de budget des institutions. Ces lacunes du système de sécurité sociale ont un impact sur la satisfaction personnelle des personnes âgées. (p.130).

De même, (REYES E., 2008) dans sa thèse intitulée, le cas de San Martín de los Andes, Province de Neuquén, en Patagonie argentine, paradoxe du Tourisme Accessible, "Analyse des perceptions de la communauté locale sur le handicap et le tourisme accessible", mentionne que le tourisme accessible signifie à développer sous le prétexte de l'inclusion des groupes de personnes handicapées qui jusqu'ici ne sont pas satisfaits en matière de services et produits touristiques. Sur la base de la destination touristique travaillée, on peut affirmer que les personnes handicapées ne sont considérées dans le circuit productif du tourisme que comme des consommateurs et que la communauté locale n'a pas encore créé d'emplois ou de services liés au tourisme. Dans le second sens, encore plus abstrait, l'auteur considère paradoxal que le tourisme soit un espace de gestion des changements socioculturels, alors qu'il peut aussi être considéré comme l'expression maximale de la consommation dans le développement du système capital. (p.114).

En outre, (CONDO, 2006) dans sa thèse intitulée "Proposition d'une norme technique d'accessibilité pour l'offre touristique de Guayaquil, pour les personnes à mobilité réduite", il conclut que le nombre de personnes handicapées participant à des activités touristiques augmente, s'ajoutant au segment des personnes à capacité réduite (personnes âgées, jeunes enfants, personnes plâtrées, femmes enceintes, personnes à problèmes chroniques, etc. Dans les pays développés, 60% de ces personnes pratiquent activement le tourisme, à la fois en raison des conditions physiques et économiques qui le permettent. L'élimination des obstacles qui limitent l'accès régulier aux attractions et installations touristiques serait une mesure efficace pour attirer ce groupe de personnes et leurs compagnons, contribuant ainsi à la croissance du tourisme dans la ville et la campagne. (p.101).

De même, la recherche effectuée (ARIAS, 2005) est mentionnée dans sa thèse intitulée "Tourisme social, conception d'un produit touristique destiné à la classe ouvrière qui lui permet de profiter de vacances familiales", il conclut qu'il a déterminé quelle est la situation problématique de l'enquête dans le pays de l'Equateur, sachant que la seule institution qui effectue le tourisme social est l'Institut équatorien de sécurité sociale avec le groupe des retraités. Il a été possible de voir les limites de l'étude : Peu de connaissances et d'intérêt sur le sujet à tous les niveaux des secteurs public et privé. L'approche conçue du tourisme seulement dans l'aspect mercantiliste... (p.97).

Matériels et méthodes

Le type de recherche était basique et descriptif, le modèle utilisé était le Descriptif corrélationnel parce qu'il nous

montre deux observations basées sur X1 et X2 dans Y. De plus, un échantillonnage aléatoire aléatoire aléatoire simple a été appliqué.

Pour déterminer le nombre d'habitants, il est nécessaire de connaître le nombre total d'entreprises touristiques dans le district de Tarapoto, province de San Martín, région de San Martín décrite ci-dessous :

Tableau N° 01 : Entreprises touristiques

ENTREPRISES TOURISTIQUES		N° D'ÉTABLISSEMENTS
Restaurants	Catégorisé	6
	Non classé par catégorie	91
Hébergements	Catégorisé	24
	Non classé par catégorie	83
Agences de voyage et de tourisme	Aucune catégorie	41
TOTAL		245

Source Direction du commerce extérieur et du tourisme - décembre 2012

La taille de la population (N) est de 245 entreprises touristiques, la formule de calcul de la taille de l'échantillon sera la suivante et ainsi nous savons combien d'enquêtes à réaliser pour l'étude de cette recherche. Il en résulte

Formule :

$Z^2 p q q N$

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

Où n est le nombre d'enquêtes

Par conséquent, en utilisant la formule, l'échantillon a donné lieu à 150 enquêtes.

La procédure de cette enquête consistait en une étude préalable sur les facteurs socioculturels qui limitent l'application du tourisme social dans les entreprises touristiques du district de Tarapoto, une étude qui nécessite du matériel bibliographique. En outre, des enquêtes auprès des entrepreneurs du tourisme (restaurants, hôtels et agences de voyages) dans le district de Tarapoto ont été utilisées, ainsi que des entretiens de recherche avec les autorités touristiques, des fiches d'observation et de collecte de données.

Résultats

Les résultats détaillés et l'analyse pour chaque variable de l'étude sont présentés ci-dessous :

Encadré N°01 : Comprendre la signification du tourisme social

Connaissez-vous la signification du tourisme social ?

a) Si 48 32.00%

b) Non	102	68.00%
TOTAL	150	100.00%

Source Enquêtes auprès des hommes d'affaires touristiques, mai 2013. CELIZ, J.

Encadré N°02 : Connaissance du tourisme social, à qui il s'adresse

Saviez-vous que le tourisme social a pour but de faciliter l'accès au tourisme des personnes à faibles ressources économiques (personnes à capacités physiques limitées, personnes âgées, étudiants universitaires, etc.

a) Si	44	29.33%
b) Non	106	70.67%
TOTAL	150	100.00%

Source Enquêtes auprès des hommes d'affaires touristiques, mai 2013. CELIZ, J.

Tableau N°03 : Niveau de connaissance de la signification actuelle du tourisme social.

Quel est le niveau de connaissance de la signification actuelle du tourisme social ?

a) Très élevé.	2	4.55%
b) Élevé	6	13.64%
(c) Moyenne	7	15.91%
d) Faible	13	29.55%
e) Très faible	16	36.36%
TOTAL	44	100.00%

Source Enquêtes auprès des hommes d'affaires touristiques, mai 2013. CELIZ, J.

Intégration des résultats :

D'après l'enquête et les résultats des enquêtes on peut déduire que le plus grand pourcentage des hommes d'affaires touristiques n'appliquent pas le tourisme social qui représente 77,33%, ces résultats indiquent que la majorité des hommes d'affaires touristiques n'appliquent pas le tourisme social dans leur entreprise, à cause de l'ignorance de ce que signifie le tourisme social, ces résultats montrent que les hommes d'affaires touristiques confondent le tourisme social avec le milieu où le tourisme rural se développe, ceux qui croient que le tourisme social est appliqué en leur entreprise.

Tableau N°05 : Application du tourisme social

Appliquez-vous le tourisme social dans votre activité touristique ?

a) Si	34	22.67%
b) Non	116	77.33%
TOTAL	150	100.00%

Source Enquêtes auprès des hommes d'affaires touristiques, mai 2013. CELIZ, J.

Tableau N°05 : Facteurs socioculturels.

Quel est le facteur socioculturel par lequel vous n'appliquez pas le tourisme social dans votre entreprise touristique ?

a) Ignorance	82	54.67%
b) Je ne suis pas motivé	8	5.33%
c). Non promu	41	27.33%
d). Manque d'intérêt	12	8%
e). Pas de culture d'entreprise	7	4.67%
TOTAL	150	100.00%

Source Enquêtes auprès des hommes d'affaires touristiques, mai 2013. CELIZ, J.

Intégration des résultats :

Ce tableau montre que sur les 116 hommes d'affaires représentant 77,33% ont répondu qu'ils n'appliquent pas le tourisme social, puisqu'ils ne savent pas et que c'est la première fois qu'ils entendent parler du sujet et que d'autres essaient d'échapper à toute responsabilité, estimant que c'est seulement la responsabilité des municipalités, contre 34 hommes d'affaires représentant 22.67%, les mêmes qui ont répondu qu'ils appliquent le tourisme social dans leur entreprise, parce qu'ils croient que c'est une façon de maintenir l'occupation de leur entreprise qui deviendra ainsi plus et mieux connue, améliorer l'image sociale, maintenir l'intégration du personnel, améliorer la qualité de vie des personnes qui voyagent, leur permettre de connaître leur propre culture et fournir des installations touristiques.

Tableau N°06 : Budget des formations

Est-ce que vous allouez un budget pour les formations en tourisme social à votre personnel ?

a) Si	16	10.67%
b) Non	134	89.33%
TOTAL	150	100.00%

Source Enquêtes auprès des hommes d'affaires touristiques, mai 2013. CELIZ, J.

Tableau N°07 : Plans, projets ou activités de tourisme social

Combien de plans, projets ou activités avez-vous réalisés dans votre entreprise en matière de tourisme social ?

a) 0	133	88.67%
b) De 1 à 4	11	7.33%
c) De 5 à plus	6	4.00%
TOTAL	150	100

Source Enquêtes auprès des hommes d'affaires touristiques, mai 2013. CELIZ, J.

Tableau N°08 : Application du tourisme social

Êtes-vous d'accord avec l'application du tourisme social dans les entreprises touristiques de Tarapoto ?

a) Totalement d'accord	73	48.67%
b) D'un commun accord	52	34.67%
(c) Peu importe	21	14.00%
d) En désaccord	4	2.67%
e) Fortement en désaccord	0	0.00%
TOTAL	150	100

Source Enquêtes auprès des hommes d'affaires touristiques, mai 2013. CELIZ, J.

Tableau N°09 : Modes d'application du tourisme social

Comment appliqueriez-vous le tourisme social dans les entreprises touristiques ?

a) Rabais de groupe	79	52.67%
b) Parrainage	26	17.33%
c) Réductions hors saison	30	20.00%
d) Autres	15	10%
TOTAL	150	100

Source Enquêtes auprès des hommes d'affaires touristiques, mai 2013. CELIZ, J.

Intégration des résultats :

D'autre part, les hommes d'affaires montrent un désir d'en savoir plus sur ce sujet, de sorte que la plupart sont d'accord avec l'application du tourisme social dans leur entreprise, obtenant un pourcentage de 48,67% en accord total, contre 2,67% en désaccord, un pourcentage qui inquiète également puisque ces personnes font référence à la responsabilité et la tâche des municipalités de chaque district, ce qui évite les responsabilités de la société de la société.

Il est reconnu qu'il est difficile de réduire les coûts, puisque tout cela ne génère pas nécessairement des profits pour une entreprise, mais il faut aussi penser à l'avantage social que peut générer pour la population, ce qui serait une meilleure option que de présenter des taux de chômage très élevés, c'est pourquoi l'enquête appliquée propose des options possibles sous des formes ou des moyens d'appliquer le tourisme social dans les entreprises présentant des

résultats de 52,67% pour des réductions de groupes, soit le plus fort pourcentage et préféré par les entrepreneurs, qui permettrait aux mêmes de développer leur activité de manière responsable, afin que des accords soient obtenus quant à leurs coûts, et que la responsabilité puisse s'en suivre une telle forme

Analyse et interprétation des entretiens avec les autorités touristiques

1. Qu'entendez-vous par tourisme social ?

Comme les gens qui se trouvent dans les espaces touristiques où les ressources sont mises à profit. Une façon de réaliser des activités et de faire connaître un lieu particulier avec la participation de la communauté. Implique toutes les institutions publiques et privées, en promouvant le tourisme local. Activité réalisée par des personnes dans un lieu donné.

2. Saviez-vous que le tourisme social est conçu pour faciliter l'accès au tourisme des personnes à faibles ressources économiques (handicapés, personnes âgées, étudiants universitaires, etc.) ?

Je ne le savais pas académiquement. J'ai écouté. Plus ou moins dans ce cas économiquement mais sans chercher à l'exclure. Oui, mais d'une manière générale.

3. Quelle est l'importance de l'application du tourisme social dans les entreprises touristiques du district de Tarapoto ?

Il n'y a pas de pratique d'entreprise consciente en matière de responsabilité sociale. Les gens peuvent avoir du soutien. L'importance est toujours donnée, mais pour le tourisme, les entreprises voudront toujours vendre le plus. Il y a des entreprises qui ne sont pas au courant de leurs actions.

4. Êtes-vous intéressé par le tourisme social pour allouer un budget à sa promotion ? pourquoi ?

Ça pourrait l'être, ce serait mieux en tant que guildes ou avec toutes les autorités, en tant qu'homme d'affaires si vous le pouviez.

5. Comment pourriez-vous encourager la participation des entrepreneurs du tourisme aux questions de tourisme social ?

Travailler avec les syndicats, les récompenser et les regrouper par des alliances stratégiques.

L'analyse des résultats des entretiens réalisés avec les principaux acteurs publics du tourisme social nous montre qu'à partir du cadre conceptuel du tourisme social, on ne comprend pas bien les avantages que l'on peut tirer du tourisme social et les grandes avancées pour la société dans laquelle on est plongé. Si vous commencez de cette façon, comment pouvez-vous vous attendre à ce que les gestionnaires du tourisme contribuent à améliorer la situation alors qu'ils en savent très peu sur ce type de tourisme ?

Dans la mesure où les entités responsables de la diffusion de l'activité touristique n'exercent aucune activité en faveur de la promotion du tourisme social dans le district de Tarapoto, les entrepreneurs touristiques continueront à ignorer ce groupe de personnes.

Proposition

Programme de sensibilisation au tourisme

Contre l'ignorance du tourisme social et sa contribution au développement du district de Tarapoto.

Général

- Titre du programme :
- Contre l'ignorance du tourisme social et sa contribution au développement du district de Tarapoto.

- Emplacement :
- District :
- Province : San Martín.
- Département : San Martín.

- Auteur :
- Leydi Jhiordina Céliz Cortéz

- Durée des programmes :
- Mois : 6 mois
- Semaines : 23 semaines
- Jours : 180 jours

- Coût total ou contribution demandée :
- s/. 25,059.00

- Dépendance institutionnelle :
 - Unité responsable :
- Unité Resp. Source : Université nationale de San Martín
- Téléphone : #999429006

- Adresse : Mateo Pumacahua Jr. N°315
- Représentant : Leydi Jhiordina Céliz Cortéz

Unité d'exécution

- Unité exécutive : Gouvernement régional de San Martín
- Secteur : Direction régionale du commerce extérieur et du tourisme
- Téléphone : 042-522567
- Adresse : Ángel Delgado Morey Nro. 435

Description de la réalité et des activités

Du projet de thèse intitulé "Les facteurs socioculturels qui limitent l'application du tourisme social dans le district de Tarapoto", il est conclu que ces facteurs sont le manque de connaissance de la signification actuelle du tourisme social et le désintérêt des entités publiques, dont les facteurs ont considérablement affecté le bénéfice des personnes auxquelles ce type de tourisme est destiné, considérant qu'ils sont prêts à acquérir des connaissances sur le sujet et la volonté d'appliquer dans leur entreprise ; bien que pour aider à surmonter ces facteurs identifiés, l'équipe de recherche propose un programme de sensibilisation au tourisme destiné aux entrepreneurs touristiques, ce programme sera mené dans le but d'aider à améliorer les connaissances de l'entrepreneur touristique, les organismes compétents en tourisme, sur le tourisme social par la conduite de formations sur le sujet en question.

En termes d'activités, l'idée est de tenir une table de dialogue entre les institutions publiques et privées, une activité qui permettra aux institutions d'unir leurs forces dans la poursuite du développement touristique et le district de Tarapoto.

Une autre activité est le programme de formation destiné à la population, qui développera des thèmes qui fourniront des connaissances sur le tourisme social et ses avantages, avec la participation active des participants et en leur fournissant le matériel nécessaire.

Justification du programme

Actuellement, le secteur du tourisme est devenu l'une des activités les plus importantes de l'économie et l'une des plus prometteuses dans les années à venir, généralement les plus favorisées sont les personnes disposant de meilleures ressources économiques, c'est pourquoi nous voyons la nécessité de s'occuper également des personnes à faibles revenus pour lesquelles il existe des politiques de tourisme social appliquées par les gouvernements ; mais n'a pas été mis en œuvre de manière adéquate dans les différentes régions du pays, d'ailleurs ces personnes n'ont aucune connaissance d'une telle activité, comme cela arrive avec les entrepreneurs touristiques du district de Tarapoto, de sorte qu'ils ont une faible connaissance sur le sujet, est pourquoi le grand intérêt de la part des étudiants à proposer, développer, augmenter et promouvoir des programmes de tourisme social, afin que tous sont informés et donc capables de prendre des décisions, soit par les autorités, entrepreneurs touristiques et la population en général.

Population bénéficiaire

Bénéficiaires directs

Les bénéficiaires directs du programme sont les habitants du district de Tarapoto dans la province de San Martín, région de San Martín.

Bénéficiaires indirects

Les bénéficiaires indirects sont les visiteurs ou les touristes, les entreprises de services touristiques du district de Tarapoto et les bénéficiaires finaux sont la population où le tourisme social est appliqué.

Le nombre d'entrepreneurs touristiques bénéficiant de la zone d'étude est indiqué au tableau 01 ci-dessous :

Méthodologie :

La méthodologie à suivre pour la mise en œuvre de ce programme dépend des activités programmées.

Table de concertation entre institutions publiques et privées

Cette étape sera exécutée dans la première d'initié le programme, il s'adresse aux autorités municipales, les hommes d'affaires touristiques.

Il y aura une campagne de motivation pour participer à la table de dialogue. Il s'agira de rechercher la communication et l'intégration entre les institutions publiques et privées qui travaillent ensemble pour améliorer les connaissances et les avantages de l'application du tourisme social. La participation active de représentants des secteurs public et privé sera recherchée lors de l'élaboration de la table de dialogue, en plus de proposer des alternatives au problème identifié.

En outre, il y aura une conférence sur l'"Importance de l'application du tourisme social", qui vise à obtenir une participation maximale des secteurs déjà mentionnés et surtout à acquérir des connaissances pour les appliquer ultérieurement.

Programme de formation destiné à la population.

L'exécution de cette activité aura lieu dans le deuxième mois du début du programme et durera 3 heures, avec une pause intermédiaire de 15 minutes.

Il développera le thème "Impacts positifs qui causent l'application du tourisme social dans le district de Tarapoto", qui vise à éveiller l'intérêt et la culture des entrepreneurs touristiques. Les documents imprimés seront distribués avec le résumé du sujet couvert par la formation. Au cours de l'élaboration de l'activité, on demandera aux participants de participer à l'identification des avantages et de l'importance de ce sujet. A la fin de cette activité, une évaluation sera effectuée par l'application d'un test post-parler.

Conclusions

- Cette recherche a corroboré le problème existant de l'application limitée du tourisme social dans les entreprises touristiques du district de Tarapoto, étant donné qu'il y a peu d'entreprises qui promeuvent ce type de tourisme, principalement en raison de deux facteurs : le manque de connaissance de la signification actuelle du tourisme social de la part des entrepreneurs et le désintérêt des agents touristiques publics.
- Les entrepreneurs du tourisme démontrent un faible niveau de connaissance de la signification actuelle du tourisme social, du fait qu'ils ne traitent pas l'information sur le sujet, parce qu'ils n'ont pas reçu de formation ou de matériel d'information de leurs associations professionnelles ou des organismes publics.
- Le manque d'intérêt de la part des organismes publics de tourisme est un autre des facteurs fondamentaux qui limitent l'application du tourisme social, qui se manifeste par l'absence de plans, de projets de développement ou d'actions visant à promouvoir ce type de tourisme, et par l'absence d'une politique régionale pour le développement du tourisme social, qui guide la planification du secteur dans la région.
- Les entrepreneurs du tourisme montrent une volonté favorable de mettre en œuvre le tourisme social dans le district de Tarapoto à l'avenir, les résultats montrent que 49% sont disposés parce qu'ils trouvent dans cette typologie un marché de niche, à travers lequel ils peuvent améliorer la situation de leur entreprise et la qualité de vie de la population.
- Il a été déterminé que sur 150 entreprises touristiques (restaurants, agences de voyage et hôtels) dans le district de Tarapoto, il y a 34 entreprises touristiques qui appliquent le tourisme social par le biais de réductions ou de parrainages qui servent de base pour développer des stratégies d'inclusion sociale avec les alliances stratégiques des institutions publiques et privées.
- Les conséquences du désintérêt de ne pas appliquer le tourisme social de la part des agents touristiques publics sont : l'exclusion sociale, puisqu'il s'agit de limiter les possibilités de jouissance du tourisme aux strates de ressources économiques moindres, ainsi que la perte d'opportunités de développement économique pour les entreprises touristiques du District car c'est un segment très nombreux qui pourrait générer une rentabilité si celle-ci est prise en compte.

Recommandations

- Compte tenu du manque de connaissance de la signification actuelle du tourisme social, il est recommandé que les agents touristiques publics et privés travaillent en coordination dans le but d'allouer des budgets à utiliser pour la diffusion de ce type de tourisme. En outre, le manque d'intérêt de la part des agents publics du tourisme exige l'expansion des politiques touristiques, de telle sorte que la nécessité de les mettre en œuvre se fasse sentir.

- L'amélioration du niveau de connaissance du tourisme social par les entrepreneurs touristiques passe par le développement d'ateliers d'information sur les questions de sensibilisation et d'importance du tourisme social, d'en tirer profit et de l'utiliser de manière appropriée pour contribuer au développement durable.
- Promouvoir la participation des entrepreneurs touristiques intéressés à appliquer le tourisme social dans le district de Tarapoto en termes d'investissement pour développer des offres qui permettent l'accès à la population.
- Promouvoir le développement d'un répertoire actualisé des entreprises touristiques (restaurants, agences de voyages et hôtels) qui s'appliquent dans le but de servir de base à l'élaboration de stratégies telles que des ateliers informatifs et leur importance pour une entreprise touristique.
- Respecter les objectifs des outils de gestion et les dispositions générales de la loi n°29408 sur le tourisme en matière d'inclusion sociale.
- Il est recommandé d'approfondir l'étude, car elle est considérée comme un outil qui sert de base à de futures recherches spécialisées qui contribuent au développement professionnel du district et favorisent ainsi la mise en œuvre des accords des institutions publiques et privées pour leur participation au développement et à la mise en œuvre des programmes de tourisme social.

Références bibliographiques

1. Arias, M. (2005) : "Turismo Social, Diseño de un Producto Turístico Dirigido a la Clase Trabajadora que les Permita Disfrutar de las Vacaciones Familiares". Thèse (diplôme en administration des affaires touristiques). Quito, Équateur : Universidad Tecnológica Equinoccial, Faculté du tourisme et de la préservation de l'environnement
2. Chávez M. et Padilla, M. (2002). "Tourisme social. Manuel d'un tourisme social pour tous. Dirección de desarrollo de Turismo Social", Mexique. (2e éd.) Textos Universales S.A.
3. De La Torres, O. (2008) "Introduction au tourisme" Mexique. Éditeur : Trillas.
4. Fernando, R. (2011). "Glossaire de base du tourisme et de l'hôtellerie - Cours universitaire national de Lanús". Buenos Aires, Argentine. Éditeur : Beth.
5. Muñiz, D. (2001). "La politique du tourisme social. Andalousie". Editorial Artes Gráficas. S.A.
6. Minaya, C. (2010) dans sa thèse intitulée "Caractérisation de l'identité Chimbotana et proposition d'un programme de tourisme scolaire avec les étudiants du 2ème. Secondaire du CEBA San Agustín de Chimbote". Chimbote. Éditeur : Trillas S.A.
7. Moragan, R. (2001) "La Jubilación : Una Oportunidad Vital". Editorial Herder.
8. Morley, C. (1990) " Qu'est-ce que le tourisme ? Définitions, extraits et caractéristiques ". La Revue d'Etudes Touristiques.España
9. Ordas, V. (1996). "Analyse et critique de la méthodologie pour la réalisation des plans et programmes". Espagne Éditeur : MMV.
10. Ortuño, M. (1976). "Introduction à l'étude du tourisme". Mexique 2e édition, Textos Universales S.A.
11. Tomas, C. (2003). "Le tourisme clairement expliqué." Paris
12. Torres, E. (2000). "Politique touristique". Université de Malaga. Équateur
13. Tortosa, L et García. M. (2008). "Qualité de vie dans la société." Argentine Éditeur : Sudamericana.
14. Muñiz, D. Politique de tourisme social en Espagne. Thèse de doctorat[en ligne].1999[consulté le 13 janvier 2013]. Disponible en :
15. Condo, F. Proposition pour une norme technique d'accessibilité à l'offre touristique de Guayaquil pour les personnes à mobilité réduite. Thèse pour l'obtention du diplôme de Licenciada en Turismo[en ligne].2006[consulté le 15 février 2013]. Disponible en :
16. Reyes, E. Le paradoxe du tourisme accessible. Pour faire une demande de baccalauréat en tourisme[en ligne].2008[consulté le 25 janvier 2013]. Disponible en :
17. Ramirez, M. Qualité de vie au troisième âge. Thèse pour le diplôme de Licenciado en Trabajo Social[en ligne].2008[consulté le 14 mars 2013]. Disponible à l'adresse suivante :

18. Leave, J. Social Tourism in Spain, one of the new challenges in the fight against seasonality[en ligne].2008[consulté le 17 janvier 2013]. Disponible en thermometroturistico point est

L'auteur est titulaire d'un diplôme en administration du tourisme. jhiordina@hotmail.com. Professeur de l'Institut CEVATUR Directeur Général Adjoint de l'Agence Tour Opérateur "Destinations Pérou". Réceptionniste à l'Université Nationale de San Martin-Tarapoto.