



Artículo original / Original article

Análisis del mercado turístico en Puerto Maldonado: Competitividad y demanda de actividades 2021-2022

Tourism market analysis in Puerto Maldonado: Competitiveness and demand for activities 2021-2022

Lourdes Tania Mamani-Champi ¹; Martha Yojani Olivera-Cabanillas ¹; Oscar Gustavo Guadalupe-Zevallos ^{1*}; Wilson Wily Sardón-Quispe ¹

¹ Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, Puerto Maldonado, Perú

Recibido: 03/10/2023

Aceptado: 30/11/2023

Publicado: 25/01/2024

*Autor de correspondencia: ogudalupe@unamad.edu.pe

Resumen: El presente estudio analiza el mercado turístico de Puerto Maldonado durante el período 2021-2022, con el objetivo de evaluar la competitividad y demanda de las actividades ofrecidas por los operadores turísticos locales. A través de un enfoque mixto, que combina métodos cualitativos y cuantitativos, se recopilaron datos mediante encuestas y entrevistas a operadores turísticos y visitantes. Los resultados revelan una alta concentración de actividades orientadas a la naturaleza y la necesidad de diversificación de la oferta para atraer más turistas. Asimismo, se identificaron deficiencias en infraestructura y promoción turística, lo que limita el potencial de crecimiento del sector. Se concluye que para mejorar la competitividad del destino es fundamental aumentar la inversión en infraestructura y diversificar las actividades turísticas ofrecidas.

Palabras clave: actividades turísticas; diversificación; infraestructura turística; promoción turística; sostenibilidad

Abstract: This study analyzes the tourism market in Puerto Maldonado during the 2021-2022 period, with the objective of evaluating the competitiveness and demand for activities offered by local tourism operators. Through a mixed-method approach, combining qualitative and quantitative methods, data were collected via surveys and interviews with tourism operators and visitors. The results reveal a high concentration of nature-oriented activities and the need for diversification of the offer to attract more tourists. Additionally, deficiencies in infrastructure and tourism promotion were identified, limiting the sector's growth potential. It is concluded that improving the destination's competitiveness requires increased investment in infrastructure and diversification of tourism activities.

Keywords: diversification; infrastructure; promotion; sustainability; tourist activities

1. Introducción

El mercado turístico ha experimentado transformaciones significativas en los últimos años, impulsado por la creciente demanda de experiencias que combinan naturaleza, cultura y sostenibilidad (Dang & Nguyen, 2023; Dini & Pencarelli, 2022). Las zonas como Puerto Maldonado, conocidas por su riqueza natural y biodiversidad, han atraído cada vez más visitantes en busca de destinos ecoturísticos. Este tipo de turismo ha ganado popularidad debido a la preocupación mundial por el medio ambiente y el interés por actividades que ofrezcan contacto directo con la naturaleza, así como la preservación de los recursos locales (Tello Aro, 2021).

Sin embargo, a pesar de contar con un atractivo natural excepcional, los destinos turísticos emergentes como Puerto Maldonado enfrentan múltiples desafíos en términos de infraestructura, competitividad y diversificación de la oferta turística. En muchos casos, la falta de inversión en infraestructura básica y servicios adecuados puede limitar el potencial de crecimiento de estos destinos (Apriyanti et al., 2024; Nguyen, 2021). Además, la concentración de actividades centradas en la naturaleza, sin una diversificación adecuada, restringe las oportunidades de atraer diferentes segmentos de turistas (Sørensen & Grindsted, 2021).

En este sentido, los operadores turísticos juegan un papel fundamental en el desarrollo de un destino (Marin-Pantelescu et al., 2019). Su capacidad para innovar en las actividades que ofrecen, mejorar los servicios al cliente y adoptar estrategias de marketing efectivas puede influir directamente en la competitividad del destino (Azmi et al., 2023). Sin embargo, en zonas menos desarrolladas como Puerto Maldonado, los operadores turísticos enfrentan dificultades relacionadas con la falta de capacitación, recursos limitados y el acceso insuficiente a herramientas de promoción, lo que puede afectar su capacidad para competir en un mercado globalizado.

El análisis del comportamiento del turista es otro aspecto crucial para entender las dinámicas del mercado turístico en la región (Armutcu et al., 2023). Identificar las preferencias, motivaciones y expectativas de los visitantes permite a los operadores y a las autoridades locales ajustar su oferta y mejorar la experiencia turística (Li et al., 2024). En el caso de Puerto Maldonado, los turistas suelen estar interesados en actividades relacionadas con el ecoturismo, la observación de fauna y flora, y la convivencia con comunidades locales. Sin embargo, existen brechas significativas entre las expectativas de los visitantes y la realidad de los servicios ofrecidos.

Además, la promoción turística desempeña un papel vital en la consolidación de un destino (Ruiz-Real et al., 2020). Las estrategias de promoción efectivas permiten posicionar un destino en el mercado internacional y atraer a un mayor número de turistas (González-Rodríguez et al., 2023). En Puerto Maldonado, se ha identificado la necesidad de fortalecer las campañas de promoción y diversificar los canales de comunicación para llegar a nuevos mercados, como el turismo cultural o el turismo de aventura, lo que podría expandir el espectro de visitantes y mejorar el flujo económico de la región.

Por otro lado, la sostenibilidad es un factor clave que no puede ignorarse en el desarrollo del turismo en Puerto Maldonado. El equilibrio entre la explotación turística y la preservación de los recursos naturales es esencial para asegurar la longevidad del destino como punto de atracción ecoturística (Samal & Dash, 2023). Las actividades turísticas deben diseñarse de manera que no comprometan el medio ambiente ni las comunidades locales, garantizando así la sostenibilidad a largo plazo del sector turístico en la región (Maldonado-Erazo et al., 2022).

El presente estudio tiene como objetivo analizar el mercado turístico de Puerto Maldonado, evaluando la competitividad y la demanda de las actividades ofrecidas por los operadores turísticos locales durante el período 2021-2022. Además, se busca identificar las principales barreras que limitan el crecimiento del sector y proponer recomendaciones que contribuyan a mejorar la competitividad del destino, diversificar la oferta turística y fortalecer la promoción a nivel nacional e internacional.

2. Materiales y métodos

Tipo y diseño de estudio

El presente estudio es de tipo descriptivo y diseño no experimental, en el que se analizó la variable relacionada con las actividades turísticas de los operadores en Puerto Maldonado, sin manipular variables.

Población y muestra

La población estuvo conformada por los 82 operadores turísticos registrados en la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR) de Puerto Maldonado. Se trabajó con la población completa para la aplicación de encuestas y se seleccionaron 5 operadores de forma arbitraria para entrevistas.

Métodos y técnicas

Se utilizó un enfoque cuantitativo-cualitativo. Las encuestas se aplicaron a los 82 operadores para medir sus percepciones sobre la oferta y demanda turística. Las entrevistas se realizaron a 5 operadores para obtener información más detallada sobre la gestión de sus actividades.

Instrumentos

Los datos fueron recolectados mediante cuestionarios estructurados tanto para encuestas como entrevistas. Las encuestas utilizaron una escala de Likert de 5 puntos para medir la satisfacción y percepción de los operadores turísticos.

Procedimiento

La recolección de datos se realizó entre diciembre de 2021 y mayo de 2022 mediante visitas a los operadores en sus establecimientos. Se aplicaron encuestas a todos los operadores turísticos y entrevistas a los seleccionados.

Tratamiento de Datos

Se utilizó estadística descriptiva para analizar los datos obtenidos, procesados con el software SPSS versión 25, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. El análisis cualitativo de las entrevistas se realizó mediante el análisis de contenido.

3. Resultados y discusión

Tabla 1. Satisfacción con la demanda internacional

Satisfacción con la demanda internacional	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	9	11.0%
En desacuerdo	37	45.1%
Indiferente	0	0.0%
De acuerdo	30	36.6%
Totalmente de acuerdo	6	7.3%

El 45.1% de los operadores turísticos encuestados no están satisfechos con la demanda internacional, lo que refleja una preocupación en cuanto a la capacidad de atracción de turistas extranjeros. Este resultado puede estar vinculado a la percepción de que los servicios actuales no cumplen con las expectativas de este segmento de turistas, o a la falta de una oferta suficientemente atractiva.

Por otro lado, el 36.6% de los encuestados están de acuerdo en que la demanda internacional es satisfactoria, lo que indica que, a pesar de los desafíos, algunos operadores han logrado adaptarse a las necesidades de los turistas internacionales. Mejorar la promoción y diversificación de actividades podría ser clave para aumentar este porcentaje.

Tabla 2. Satisfacción con la demanda nacional

Satisfacción con la demanda nacional	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	27	32.9%
Indiferente	12	14.6%
De acuerdo	33	40.3%
Totalmente de acuerdo	10	12.1%

En cuanto a la demanda nacional, un 40.3% de los operadores turísticos está de acuerdo en que los turistas nacionales están satisfechos con las actividades ofrecidas. Esto indica que, en comparación con la demanda internacional, el turismo nacional parece estar mejor atendido, lo que podría deberse a una mayor familiaridad con las expectativas del público local.

Sin embargo, un 32.9% de los operadores no están de acuerdo con esta afirmación, lo que sugiere que aún hay margen para mejorar la oferta dirigida al turista nacional. Este segmento representa una oportunidad de crecimiento, y diversificar las actividades o mejorar la calidad de los servicios podría aumentar la satisfacción general.

Tabla 3. Conformidad con la infraestructura turística

Conformidad con la infraestructura turística	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	6	7.3%
En desacuerdo	39	47.6%
Indiferente	0	0.0%
De acuerdo	27	32.9%
Totalmente de acuerdo	10	12.1%

La mayoría de los operadores (47.6%) están en desacuerdo con que la infraestructura turística en Puerto Maldonado sea competitiva a nivel nacional, lo que indica una preocupación importante por la falta de inversión en esta área. La falta de infraestructura adecuada podría ser una barrera para el crecimiento del turismo en la región, afectando la capacidad para atraer tanto a turistas nacionales como internacionales.

Un 32.9% de los encuestados están de acuerdo con la competitividad de la infraestructura, lo que muestra que hay algunos aspectos que son valorados positivamente. Sin embargo, mejorar las infraestructuras, como el acceso a los destinos y los servicios básicos, podría aumentar significativamente la percepción de competitividad.

Tabla 4. Conformidad con los precios de los servicios (Excursionistas)

Conformidad con los precios de los servicios	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	10	12.1%
Indiferente	4	4.9%
De acuerdo	43	52.5%
Totalmente de acuerdo	25	30.5%

Un 52.5% de los encuestados considera que los excursionistas están conformes con los precios de los servicios turísticos ofrecidos, lo que sugiere que la mayoría de los operadores ha ajustado bien sus tarifas a las expectativas de este segmento de turistas. Esto es importante, ya que el excursionista tiende a tener un presupuesto limitado, y precios accesibles pueden atraer a más visitantes.

No obstante, un 12.1% está en desacuerdo, lo que indica que, aunque la mayoría percibe que los precios son competitivos, algunos operadores pueden considerar que los precios actuales no están alineados con el valor percibido por los clientes. Un ajuste adecuado de los precios podría mejorar la percepción de los excursionistas y aumentar la demanda.

Tabla 5. Mejora en los precios para aumentar clientes

Mejora en los precios para aumentar clientes	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	5	6.0%
En desacuerdo	22	26.9%
Indiferente	15	18.3%
De acuerdo	25	30.5%
Totalmente de acuerdo	15	18.3%

Un 30.5% de los operadores turísticos cree que mejorar los precios de la oferta aumentará la cantidad de clientes, lo que refleja la importancia de ajustar las tarifas para atraer a más turistas. Esta estrategia podría ser efectiva en mercados más sensibles al precio, como el turismo nacional o el excursionismo, donde los turistas buscan experiencias asequibles.

Sin embargo, un 26.9% de los encuestados no está de acuerdo con esta afirmación, lo que sugiere que algunos operadores consideran que reducir los precios podría no ser suficiente para aumentar significativamente la demanda. Esto destaca la necesidad de combinar estrategias de precios con mejoras en la calidad de los servicios para atraer a un mayor número de clientes.

Tabla 6. Mejora del turismo rural comunitario

Mejora del turismo rural comunitario	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	5	6.0%
Indiferente	7	8.5%
De acuerdo	45	54.9%
Totalmente de acuerdo	25	30.5%

El turismo rural comunitario es considerado un área importante de mejora por el 54.9% de los operadores turísticos, lo que sugiere que existe un reconocimiento del potencial de este tipo de turismo para atraer a visitantes interesados en experiencias más auténticas y sostenibles. Mejorar la oferta en este sector podría beneficiar tanto a las comunidades locales como a la economía regional.

Por otro lado, un 6.0% de los encuestados está en desacuerdo con la importancia de mejorar el turismo rural comunitario, lo que indica que aún hay algunos operadores que no ven este segmento como una prioridad. Sin embargo, con el creciente interés en el turismo sostenible, mejorar el turismo comunitario podría convertirse en una ventaja competitiva para la región.

Tabla 7. Incluir agroturismo en sus actividades

Incluir agroturismo en sus actividades	Frecuencia	Porcentaje
En desacuerdo	6	7.3%
Indiferente	10	12.1%
De acuerdo	40	48.8%
Totalmente de acuerdo	26	31.7%

El 48.8% de los operadores está de acuerdo en que incluir el agroturismo en sus actividades sería beneficioso, lo que resalta el interés en diversificar la oferta turística. El agroturismo puede atraer a turistas que buscan una conexión más profunda con la tierra y la cultura local, y podría ofrecer nuevas oportunidades económicas para las comunidades rurales.

A pesar de esto, un 12.1% de los encuestados se mantiene indiferente, lo que indica que algunos operadores pueden no estar convencidos de la rentabilidad o la viabilidad de implementar actividades de agroturismo. Sin embargo, la demanda creciente por experiencias más auténticas y sostenibles sugiere que esta modalidad tiene un potencial significativo para expandir la oferta turística en la región.

Resultados de la Entrevista

Los resultados a partir de la entrevista realizada a cinco operadores turísticos en Puerto Maldonado indican una percepción general de abandono en la gestión turística de la ciudad. Algunos operadores reconocen que, aunque existe un flujo constante de turistas, la falta de apoyo de las instituciones estatales y la baja calidad de los servicios son factores que contribuyen a esta situación. Otros destacan que la mejora en la calidad de los servicios y el involucramiento de las autoridades locales podría cambiar esta percepción y potenciar el sector turístico.

En relación con el mercado turístico actual, los entrevistados coinciden en que Puerto Maldonado se encuentra en una fase de desarrollo. Si bien algunos operadores lo ven como un destino exótico con gran potencial debido a su naturaleza y cultura, también reconocen que la falta de planificación y calidad en los servicios impide su consolidación como destino turístico competitivo. La región es vista como un mercado virgen, con oportunidades para el ecoturismo y otras modalidades turísticas que aún no han sido explotadas.

La especialización en turismo fue un tema recurrente entre los entrevistados, quienes consideran fundamental profesionalizarse para ofrecer mejores servicios. Todos coinciden en que la capacitación de los operadores no solo beneficiaría a los turistas, mejorando la calidad de los servicios, sino que también incrementaría los ingresos de los operadores turísticos. Dejar de lado el enfoque artesanal y trabajar de manera profesional es clave para enfrentar las demandas de los turistas, especialmente los internacionales.

En cuanto a las nuevas actividades turísticas, los entrevistados destacan la importancia de diversificar la oferta para satisfacer las diferentes necesidades de los turistas. Proponen la incorporación de actividades como el turismo medicinal, el agroturismo, el turismo rural comunitario, el turismo vivencial y el turismo místico. Coinciden en que estas actividades ayudarían a atraer más turistas a la región, mejorando su oferta y posicionando a Puerto Maldonado como un destino único.

Finalmente, todos los entrevistados consideran a Puerto Maldonado como un nicho de mercado ideal para ofertar paquetes turísticos. La región cuenta con una riqueza natural y cultural que atrae a turistas interesados en la ecología, las comunidades nativas y las actividades exóticas como la experiencia con la ayahuasca. No obstante, insisten en que se debe mejorar la infraestructura y la calidad de los servicios para aprovechar al máximo este potencial y convertir a Puerto Maldonado en un destino turístico de referencia.

Propuesta: Diversificación de Actividades Turísticas para Mejorar el Mercado Turístico

La propuesta de diversificación de actividades turísticas en Puerto Maldonado tiene como objetivo principal mejorar y potenciar el mercado turístico de la región. Se propone la inclusión de diversas modalidades turísticas como el agroturismo, turismo místico, turismo medicinal, turismo vivencial, turismo cultural y turismo rural. Estas actividades buscan aprovechar los recursos naturales y culturales únicos de la región para ofrecer a los turistas una experiencia enriquecedora y variada, respondiendo a las tendencias actuales de turismo especializado.

La identificación de factores internos y externos mediante el análisis FODA resalta las fortalezas de Puerto Maldonado, como su ubicación estratégica y la diversidad natural en flora y fauna. Sin embargo, también se identifican debilidades como el poco interés de algunos operadores y la falta de promoción de actividades turísticas. Las oportunidades incluyen la posibilidad de explotar

actividades poco desarrolladas y la cercanía de los atractivos, mientras que las amenazas más importantes son la situación económica y política, y la falta de inversionistas.

El análisis FODA evidencia que la diversificación de las actividades turísticas permitirá a Puerto Maldonado mejorar su competitividad y atraer a más turistas, tanto nacionales como internacionales. La mejora en la infraestructura, la calidad de los servicios y la oferta de productos turísticos más innovadores impulsará el desarrollo del turismo en la región, contribuyendo a su crecimiento económico y social.

Discusión

La investigación realizada sobre el mercado turístico de Puerto Maldonado ha revelado importantes desafíos en términos de infraestructura y diversificación de la oferta turística, aspectos que limitan la competitividad del destino. Según Apriyanti et al. (2024) y Nguyen (2021), la falta de inversión en infraestructura básica y la concentración de actividades turísticas centradas únicamente en la naturaleza restringen el potencial de crecimiento. En Puerto Maldonado, aunque existe un notable atractivo ecoturístico, es fundamental diversificar las actividades ofrecidas para atraer a un mayor número de turistas con intereses variados, como el turismo cultural, gastronómico y de aventura, lo que podría mejorar la competitividad del destino (Sørensen & Grindsted, 2021).

Asimismo, el papel de los operadores turísticos resulta clave en la evolución del sector. Tal como indican Marin-Pantelescu et al. (2019) y Azmi et al. (2023), la innovación en la oferta de actividades y la adopción de estrategias de marketing más efectivas son esenciales para que los destinos turísticos puedan competir en mercados globalizados. Sin embargo, en Puerto Maldonado, la limitada capacitación y acceso a recursos por parte de los operadores dificulta la implementación de estas mejoras, lo que incide negativamente en la calidad de los servicios ofrecidos y, por ende, en la satisfacción de los visitantes.

Finalmente, la promoción turística es otro aspecto que requiere atención para consolidar a Puerto Maldonado como un destino turístico competitivo. Según Ruiz-Real et al. (2020) y González-Rodríguez et al. (2023), las campañas de promoción efectivas permiten posicionar un destino en mercados internacionales y aumentar su atractivo. En este sentido, es necesario que Puerto Maldonado fortalezca sus estrategias de marketing y diversifique los canales de comunicación, especialmente para captar turistas interesados en actividades de ecoturismo, turismo de aventura y experiencias culturales, mejorando así la sostenibilidad económica del destino a largo plazo.

4. Conclusiones

La presente investigación demuestra que la diversificación de las actividades turísticas en Puerto Maldonado es esencial para mejorar el mercado turístico en la región. La oferta actual, aunque basada en los recursos naturales y culturales excepcionales de la zona, es insuficiente para satisfacer plenamente las expectativas de los turistas, tanto nacionales como internacionales. La inclusión de nuevas actividades como el turismo medicinal, el turismo rural comunitario y el agroturismo permitirá a los operadores turísticos ofrecer experiencias más variadas y atraer a un público más diverso.

Además, la mejora en la infraestructura y la calidad de los servicios turísticos es crucial para el desarrollo sostenible de Puerto Maldonado como destino turístico competitivo. Las opiniones de los operadores turísticos reflejan la necesidad de profesionalización y especialización en el sector, lo que no solo incrementará la satisfacción de los turistas, sino también los ingresos de los operadores. Con un enfoque adecuado en la planificación y promoción, Puerto Maldonado tiene

el potencial de consolidarse como un destino turístico de referencia, aprovechando sus recursos únicos y aumentando su competitividad a nivel nacional e internacional.

Financiamiento

Ninguno.

Conflicto de intereses

Los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses.

Contribución de autores

L. T. Mamani-Champi: Definió y conceptualizó el tema de investigación, participó en el diseño metodológico, colaboró en la elaboración y aplicación de los instrumentos, y realizó la investigación. Además, elaboró el primer borrador del artículo científico y contribuyó a la revisión y edición final del documento.

M. Y. Olivera-Cabanillas: Participó en el diseño metodológico del estudio, estableció los indicadores para la elaboración de los instrumentos, y colaboró en la aplicación de los mismos. Realizó el análisis estadístico de los datos obtenidos y participó activamente en la redacción del primer borrador. También revisó y editó el artículo.

O. G. Guadalupe-Zevallos: Supervisó el desarrollo completo de la investigación, apoyó en la definición del marco teórico y conceptual, y revisó el análisis de los resultados. Contribuyó en la revisión general del artículo y coordinó las mejoras en la versión final.

W. W. Sardón-Quispe: Colaboró en el análisis estadístico de los datos y brindó apoyo técnico en la interpretación de los resultados. También participó en la revisión del manuscrito y la edición final del artículo.

Referencias bibliográficas

- Apriyanti, M. E., Sumaryoto, & Meirinaldi. (2024). The Importance of Tourism Infrastructure in Increasing Domestic and International Tourism. *International Journal of Research in Vocational Studies (IJRVOCAS)*, 3(4), 113–122. <https://doi.org/10.53893/ijrvocas.v3i4.46>
- Armutcu, B., Tan, A., Amponsah, M., Parida, S., & Ramkissoon, H. (2023). Tourist behaviour: The role of digital marketing and social media. *Acta Psychologica*, 240, 104025. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2023.104025>
- Azmi, E., Che Rose, R. A., Awang, A., & Abas, A. (2023). Innovative and Competitive: A Systematic Literature Review on New Tourism Destinations and Products for Tourism Supply. *Sustainability*, 15(2), 1187. <https://doi.org/10.3390/su15021187>
- Dang, T. D., & Nguyen, M. T. (2023). Systematic review and research agenda for the tourism and hospitality sector: co-creation of customer value in the digital age. *Future Business Journal*, 9(1), 94. <https://doi.org/10.1186/s43093-023-00274-5>
- Dini, M., & Pencarelli, T. (2022). Wellness tourism and the components of its offer system: a holistic perspective. *Tourism Review*, 77(2), 394–412. <https://doi.org/10.1108/TR-08-2020-0373>
- González-Rodríguez, M. R., Díaz-Fernández, M. C., & Pulido-Pavón, N. (2023). Tourist destination competitiveness: An international approach through the travel and tourism competitiveness index. *Tourism Management Perspectives*, 47, 101127.

<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101127>

- Li, J., Coca-Stefaniak, J. A., Nguyen, T. H. H., & Morrison, A. M. (2024). Sustainable tourist behavior: A systematic literature review and research agenda. *Sustainable Development*, 32(4), 3356–3374. <https://doi.org/10.1002/sd.2859>
- Maldonado-Erazo, C. P., del Río-Rama, M. de la C., Álvarez-García, J., & Flores-Manchero, A. C. (2022). Use of Natural and Cultural Resources by Tourism as a Strategy for Regional Development: Bibliometric Analysis. *Land*, 11(8), 1162. <https://doi.org/10.3390/land11081162>
- Marin-Pantelescu, A., Tachiciu, L., Capusneanu, S., & Topor, D. I. (2019). Role of Tour Operators and Travel Agencies in Promoting Sustainable Tourism. *Amfiteatru Economic*, 21(52), 654. <https://doi.org/10.24818/EA/2019/52/654>
- Nguyen, Q. H. (2021). Impact of Investment in Tourism Infrastructure Development on Attracting International Visitors: A Nonlinear Panel ARDL Approach Using Vietnam's Data. *Economies*, 9(3), 131. <https://doi.org/10.3390/economies9030131>
- Ruiz-Real, J. L., Uribe-Toril, J., & Gázquez-Abad, J. C. (2020). Destination branding: Opportunities and new challenges. *Journal of Destination Marketing & Management*, 17, 100453. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100453>
- Samal, R., & Dash, M. (2023). Ecotourism, biodiversity conservation and livelihoods: Understanding the convergence and divergence. *International Journal of Geoheritage and Parks*, 11(1), 1–20. <https://doi.org/10.1016/j.ijgeop.2022.11.001>
- Sørensen, F., & Grindsted, T. S. (2021). Sustainability approaches and nature tourism development. *Annals of Tourism Research*, 91, 103307. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103307>
- Tello Aro, M. P. (2021). *Gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo - DIRCETUR y el desarrollo de la actividad turística de Puerto Maldonado, Región de Madre de Dios, 2017* [Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios]. <https://repositorio.unamad.edu.pe/handle/20.500.14070/633v>