



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA
AMAZONIA PERUANA
FACULTAD DE AGRONOMÍA



**COMPETENCIAS LABORALES PARA EL
ECOTURISMO, POTENCIALIDADES PARA SU
DESARROLLO EN EL DISTRITO DE IQUITOS,
REGIÓN LORETO. PERÚ**

T E S I S

Para para optar el título profesional de

INGENIERO EN GESTIÓN AMBIENTAL

Presentado por

LIZ LUISA NORIEGA LOPEZ

Bachiller en Gestión Ambiental

Iquitos – Perú

2 0 1 4

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA AMAZONIA PERUANA
FACULTAD DE AGRONOMÍA

Tesis aprobada en sustentación pública el día ... de del 2013, por el jurado Ad-Hoc nombrado por la Dirección de la Escuela Profesional de Gestión Ambiental, para optar el título de:

INGENIERO EN GESTION AMBIENTAL

Jurados:

Ing. JULIO MANRIQUE DEL AGUILA, M.Sc.
Presidente

Ing. JULIO PINEDO JIMENEZ
Miembro

Ing. WILSON VÁSQUEZ PÉREZ
Miembro

Ing. JORGE AGUSTÍN FLORES MALAVERRY
Asesor

Ing. JUAN IMERIO URRELO CORREA, M.Sc.
Decano (e)

DEDICATORIA

A Dios, mi Padre Celestial. Por ser parte de mi vida, mi fortaleza para seguir adelante y el guardián que cuida de mí y de mis pasos día a día. Por amarme y regalarme este maravilloso privilegio. Escribirte estas líneas y permitirme llegar hasta este momento importante en mi vida.

A mis queridos padres **María Luisa** y **Enrique**, por su amor y dedicación que me brindaron siempre en mis buenos y malos momentos.

A las dos personas que confiaron y creyeron en mí, **Amador** y **Magno**. Siempre los recuerdo y los llevo presentes en mi corazón. Y aunque no esten más con nosotros; sabré siempre que ustedes fueron los motores que me incentivó a seguir adelante.

A mi abuelita Escolástica por ser la ejecutora de ese gran sueño. Por darme la esperanza de poder iniciar este camino y llegar a la meta.

A mi bebé, este angelito de mi corazón. Que llevo en mí y desde que lo ví, se convirtió en el motor de vida. Que me incentiva día a día a seguir adelante y ser la mejor para él.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por ser mi guía y permitirme culminar por medio de ÉL; la elaboración de este proyecto. Y darme el privilegio de iniciar una nueva faceta en mi vida.

A la UNAP, Facultad de Agronomía. Por formar cada día profesionales de bien y a Escuela de Ingeniería en gestión Ambiental por ser mi casa de estudio, donde más que compañeros y amigos, encontré a una familia más para mí.

Agradezco a todas aquellas personas, amigos y profesionales que con disponibilidad, paciencia y amabilidad contribuyeron con su granito de arena a la culminación del presente trabajo de investigación.

INDICE GENERAL

	Pág.
INTRODUCCIÓN	08
CAPITULO 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
1.1 PROBLEMA, HIPÓTESIS Y VARIABLES	10
1.1.1 El problema.....	10
1.1.2 Hipótesis	10
1.1.3 Identificación de las variables.....	11
1.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	12
1.2.1 Objetivo general.....	12
1.2.2 Objetivos específicos	12
1.3 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA	12
CAPITULO 2. METODOLOGÍA	14
2.1 MATERIALES	14
2.1.1 Ubicación del área de estudio.	14
2.1.2 Vías de acceso.....	14
2.1.3 Clima.....	14
2.2 MÉTODOS	15
2.2.1 Carácter y Diseño de la investigación.....	15
a) Carácter de la investigación.....	15
b) Diseño de la investigación	15
CAPITULO 3. REVISIÓN DE LITERATURA	18
3.1 MARCO TEÓRICO.....	18
3.1.1 Sector Turismo y empleo.....	18
3.1.2 Generalidades sobre el ecoturismo	19
3.1.3 Sobre desarrollo – conservación y turismo	22
3.1.4 Sobre la potencialidad del patrimonio natural y cultural	23
3.1.5 El nuevo mercado: Ecoturismo y desarrollo sostenible	24
3.2 MARCO CONCEPTUAL	27
CAPITULO 4. ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS	30
4.1 ASPECTOS SOCIALES.....	30
4.2 CONOCIMIENTOS Y EDUCACIÓN FORMAL.....	35
4.3 HABILIDADES Y DESTREZAS	39

4.4 ANALISIS DE VALORES.....	41
4.5 ANALISIS DE ACTITUDES	43
CAPITULO 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	45
5.1 CONCLUSIONES	45
5.2 RECOMENDACIONES	46
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	48
ANEXOS.....	51

ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 01. Grado de instrucción	30
Cuadro 02. Edad de los trabajadores.....	31
Cuadro 03. Origen de los trabajadores.....	31
Cuadro 04. Sexo de los trabajadores.....	32
Cuadro 05. Estado civil.....	32
Cuadro 06. Años dedicados a la actividad	33
Cuadro 07. Especialidad en el trabajo.....	34
Cuadro 08. Estudios en el área.....	35
Cuadro 09. Conocimiento de otras áreas	36
Cuadro 10. Conocimiento de idiomas extranjeros	39
Cuadro 11. Conocimiento de idiomas en guías y administradores	39
Cuadro 12. Dificultad para entender los idiomas.....	40
Cuadro 13. Valores para el cuidado del ambiente.....	41
Cuadro 14. Importancia de otros valores	42
Cuadro 15. Equidad y solidaridad del personal	42
Cuadro 16. Conservación de especies.....	43
Cuadro 17. Sobre la honestidad	43
Cuadro 18. Como debe ser conservado el ambiente	44

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Rotación de puestos	35
Gráfico 2. Capacitación por la empresa	37
Gráfico 3. Frecuencia de capacitación	38
Gráfico 4. Trabajo en equipo	40

ÍNDICE DE ANEXOS

	Pág.
Anexo 1. Ejecución de encuestas en empresas de muestreo	52
Anexo 2. Modelo de encuestas	54

INTRODUCCIÓN

En años recientes se han presenciado drásticos cambios en muchos de los principios competitivos que solían determinar la ventaja y superioridad de las actividades y destinos turísticos. En un contexto turístico mundial cambiante, controlado los arquetipos actuales se concentran en cómo lograr la satisfacción de expectativas de unos turistas con información, exigencias y alternativas crecientes. En tal situación, el capital humano reviste una importancia estratégica fundamental pues los factores intangibles prevalecen sobre los tangibles y lograr una ventaja competitiva sostenible implica desarrollar estrategias de diferenciación que faciliten la vivencia de una experiencia autentica individualizada a los turistas. **SZMULEWICZ (2012).**

En los últimos años se ha producido un indudable incremento de la oferta turística en todos los ámbitos en nuestra región, que ha posibilitado la aparición de nuevos productos turísticos y la conversión de recursos territoriales y patrimoniales en importantes elementos puestos en valor al servicio del consumidor. Por tanto, la gestión del capital humano y el desarrollo de competencias laborales constituyen aspectos claves para robustecer la competitividad turística, ya que es a través de ellas que se puede crear un ambiente laboral que permita desarrollar toda la capacidad y esfuerzo de los trabajadores en aras de maximizar la satisfacción de los visitantes.

El ecoturismo comprendido como aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar, se usa en zonas protegidas o sus alrededores, en los países en vías de desarrollo, con objeto de respaldar la conservación y crear oportunidades de ingresos para las comunidades residentes en el medio rural. Los programas y destinos ecoturísticos, concebidos como un método positivo de desarrollo sostenible, se multiplican en parajes naturales de todo el mundo. Este proceso

propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales y dentro de los cuales pueden encontrarse diversas empresas dedicadas al rubro, quienes deben mantener personal de servicio idóneo para la atención de los turistas quienes al final de esta visitas de acuerdo a la atención prestada pueden ejercer un efecto multiplicador en sus países o sectores de donde provienen, de manera que conocer la oferta laboral de empresas dedicadas al rubro en Iquitos puede plantear propuestas para mejorar el capital humano de las mismas.

CAPÍTULO 1:

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 PROBLEMA, HIPÓTESIS Y VARIABLES

1.1.1 El Problema

Si bien el turismo constituye una fuente complementaria de empleo e ingresos para un creciente número de comunidades de la región, existe un consenso sobre el hecho de que éstas no pueden por sí solas suplir las insuficiencias que acusa el entorno en el que operan. En efecto, aún queda mucho por hacer en el ámbito de las políticas públicas para lograr un entorno propicio a la creación y desarrollo de las pequeñas empresas, principalmente en lo relativo al acceso a infraestructura productiva y nuevos mercados, a la mejora de las calificaciones profesionales y la supresión de las barreras legales e institucionales, por tanto conviene preguntarnos si: ¿Identificar la competencias propias de personas que laboran en empresas turísticas en la ciudad de Iquitos, permitirá determinar el ámbito de gestión de los recursos humanos, como perspectiva al desarrollo turístico sostenible en el mismo?

1.1.2 Hipótesis

1.1.2.1 Hipótesis general

El conocimiento y caracterización de las competencias laborales de personas trabajadoras en empresas turísticas de la ciudad de Iquitos, como gestión del capital humano permite robustecer la competitividad turística para el desarrollo sostenible del mismo, en la región.

1.1.3 Identificación de las variables

VARIABLES EN ESTUDIO

a. VARIABLE INDEPENDIENTE (X)

X1. Aspectos sociales

X2. Habilidades y destrezas

X3. Análisis de valores

X4. Disponibilidad a trabajar en proyectos turísticos

➤ OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

X1. Aspectos sociales

X1.1 Sitio de procedencia del trabajador

X1.2 Género

X1.3 Edad

X1.4 Estado civil

X1.5 Área de trabajo

X1.6 Grado de instrucción

X1.7 Capacitación en el área de trabajo

X2. Habilidades y destrezas

X2.1. Años de experiencia

X2.2. Conocimiento de idiomas extranjeros

X2.3. Relaciones sociales

X2.4. Trabajo en equipo

X3. Análisis de Valores

X3.1. Relación trabajo-medioambiente

X3.2. Honestidad

X3.3. Responsabilidad

X3.4. Respeto

X3.5. Percepción sobre conservación de recursos

X4. Disponibilidad a trabajar en proyectos turísticos

X4.1. Motivos principales

X4.2. Potencial de las personas

X4.3. Actividad que podrían desarrollar

1.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1 Objetivo General

Evaluar las competencias de los trabajadores que laboran en empresas turísticas existentes en la ciudad de Iquitos.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Evaluar las competencias laborales de los trabajadores de empresas turísticas de la zona de estudio, con fines de fomentar turismo sostenible.
- Conocer la perspectiva en cuanto a valores de los trabajadores de las empresas turísticas, en cuanto a la conservación del ambiente.

1.3 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

El desarrollo de una región amazónica caracterizado como bosque húmedo tropical, debe sustentarse y sostenerse en el principio de procesos productivos ambientalista, incorporando en las actividades socioeconómicas el potencial turístico como un valor

agregado en la agricultura y/o procesos extractivos que las comunidades rurales realizan en sus unidades productivas familiares.

Se busca que las empresas turísticas tengan una perspectiva de cambios de actitudes y fortalecimiento de capacidades en su personal y generar la adopción de nuevos procesos laborales o capacidades que diversifiquen sus actividades de manera de satisfacer a los clientes. Mediante la capacitación si lo requiera, esta innovación de actividades permitirá desarrollar un servicio turístico, con conservación de los bosques como recurso, con la consiguiente sostenibilidad del mismo.

La importancia del trabajo radica en que este, nos permitirá generar conocimientos sobre competencias laborales en empresas turísticas, dentro del que se incluye, ámbito económico e infraestructura, ámbito ecológico. Además permitirá hacer recomendaciones específicas, con el fin de crear posibilidades que favorezcan a incrementar la actividad turística en cuanto a atención del cliente y fomentar el desarrollo de las mismas, e incluir actividad artesanal y de producción agrícola diversificada.

CAPITULO 2:

METODOLOGÍA

2.1 MATERIALES

2.1.1 Ubicación del área de estudio

El área de estudio se focaliza en las empresas turísticas que funcionan dentro de nuestra ciudad y que cuentan con albergues turísticos. Politicamente los albergues se encuentran ubicadas en el Distrito de Las Amazonas, San Juan, Belén y otras dentro de la Provincia de Maynas, región Loreto.

2.1.2 Vías de acceso

El área de estudio (localización de albergues) cuenta con vías de acceso, por vía terrestre o fluvial según donde se localicen.

2.1.3 Clima

El clima de esta zona es propia de los Bosques Húmedos Tropicales (BH-t) cálido y lluvioso. Según datos proporcionados por el SENAMHI de los años comprendidos entre el 2011-2012, indica las siguientes características:

_Temperatura media mensual: 27°C

_Temperatura extrema central: 30,6°C – 20,3°C

_Precipitación media anual: 2937,47 mm

_Humedad relativa: 85%

2.2 MÉTODOS

2.2.1 Carácter y Diseño de la investigación

a) Carácter de la investigación

La investigación corresponde al enfoque cuantitativo como orientación dominante, complementariamente se utilizó el enfoque cualitativo. El estudio desarrollado es no experimental, de diseño transversal descriptivo.

b) Diseño de la investigación

El diseño considerado es el no experimental, por que estudia una situación dada sin introducir ningún elemento que varíe el comportamiento de las variables en estudio.

1 Reconocimiento exploratorio

Antes de abordar el trabajo de campo, se realizó reconocimiento del área en forma exploratoria días antes de la evaluación.

2. Ubicación del área de estudio

La ubicación del área de estudio para evaluar características laborales, se ubicó dentro de los albergues turísticos y en las empresas posesionadas en la ciudad con los trabajadores de las mismas.

3. Acceso a información

➤ Acceso a información primaria.

La información primaria se obtuvo de los actores involucrados, es decir a las personas que laboran dentro de la empresa en las actividades de turismo.

➤ **Información secundaria**

Se tomaron datos estadísticos registrados sobre la zona de estudio para ver el comportamiento de ingresos de turistas al área, etc., bibliografía especializada, de otras zonas involucradas en esta actividad para hacer los comparativos necesarios y el análisis de esta problemática.

4. Muestra

La población sobre la que se ha tomado la muestra se ubica en empresas turísticas que actualmente trabajan en la ciudad.

Para el tema de la caracterización de los aspectos laborales en las comunidades, se tomó una **Muestra de Conveniencia**, es decir se encuestó personas enmarcadas en la actividad turísticas, puesto que son, con las cuales se piensa desarrollar la zona en estudio. Se ejecutó un muestreo del tipo no probabilístico, seleccionando cinco empresas representativas de la ciudad de Iquitos.

EMPRESA	DIRECCION	TELEFONO	N° DE ENCUESTAS
EXPLORAMA TOURS	Av. La Marina N°340	(065)25-2533	10
A&E TAHUAYO	Av. La Marina N°100	(065)60-6241	10
AMAZON CAMP	Calle Requena N°336	(065)23-3931	10
MUYUNA LODGE		(065)	05
AMAZON RAINFOREST LODGE	Jr. Putumayo N°159	(065)	05

➤ **Diseño del muestreo**

El diseño adecuado de encuestas por muestro permitirá maximizar la cantidad de información para un costo dado y teniendo en cuenta las características del estudio y las condiciones ecológicas de la región, se eligió el muestreo estratificado (trabajadores de empresas turísticas),

porque es una población homogénea que desarrolla actividades similares.

➤ **Diseño de la entrevista**

Se adoptó el procedimiento de entrevista abierta, por ser una técnica útil para obtener informaciones prácticas más relevantes. Para obtener evidencias reales sobre aspectos laborales y percepción para con el medio ambiente, se recurrió a las encuestas estructuradas con preguntas y cerradas para el diagnóstico. Se observó “in situ” los sitios potenciales turísticos y el manejo que dan a estas áreas

➤ **Técnicas de análisis estadístico empleado**

Para el procedimiento estadística se empleó la hoja de cálculo Excel y el análisis estadístico se realizó por medio de cálculos porcentuales.

CAPÍTULO 3:

REVISIÓN DE LITERATURA

3.1 MARCO TEORICO

3.1.1 Sector turismo y empleo

Un importante estudio sobre el empleo en el sector turístico (**CHACALTANA, 2002**), concluye que existe en el Perú una mano de obra con un bajo nivel de formación y capacitación para el servicio turístico y consecuentemente una baja calidad del servicio. Los informes de PROMPERÚ señalan que en todos los rubros existe una brecha en su satisfacción (excepto en el caso de guías turísticos), lo cual evidenciaría una baja calidad en el servicio. En Perú no existe un modelo de certificación oficial de calidad para empresas turísticas, y muy pocas empresas las obtienen por otras vías. Mientras se construya un criterio de certificación de calidad, algunas buenas prácticas de la experiencia internacional podrían servir construir esta cultura de calidad.

BGAZO (2005), señala que el sector turístico nacional requiere de ciertos estándares de exigencia en el recibimiento, atención y conservación del cliente, siendo necesario crear las condiciones para que dicho sector opere sosteniblemente, cumpliendo con estándares internacionales de calidad, además de contar con personal calificado. Plantea que las características de los servicios turísticos, las estrategias de mercado y la percepción de los usuarios y su satisfacción guardan una relación escasa. Propone establecer medidas para impulsar la participación de la población local en la industria turística.

Por su parte **KIRKBY (2002)**, analiza el tema de los estándares turísticos y su utilidad como herramientas en el manejo integral del turismo en ANPs. Señala que hoy en día

los operadores turísticos no solo tienen que preocuparse de la base económica de su negocio, sino que también deben internalizar las bases y problemas ambientales y socioculturales. Por otro lado, los administradores de las ANPs tienen que desarrollar sistemas justos de manejo de visitantes, donde el operador o el guía sea el responsable por sus acciones como parte de una estrategia de manejo integral de estos espacios.

GRATELLE et al (2006), analiza los cambios que se han producido en la actividad turística en la Región de Madre de Dios a través del tiempo, los enfoques desarrollados, los cambios en los servicios, las actividades y las preferencias de los turistas. Sus conclusiones señalan que la actividad turística en la región inicialmente desarrolló un turismo de baja escala, dirigido a amantes de la caza de animales silvestres e investigadores. Luego la actividad turística evolucionó hacia operadores y servicios que actúan en función de los requerimientos cada más sofisticados de los turistas. Los servicios están enfocados a cubrir las necesidades más exquisitas del turista. Para que el turismo sea realmente sostenible es necesario dirigir el manejo turístico en base a la oferta del paisaje, biodiversidad, cultura y la capacidad de ésta de soportar la presencia de visitantes, fortaleciendo los recursos humanos en ecoturismo.

3.1.2 Generalidades sobre el ecoturismo

CONANP (2006), refiere que el turismo se percibe como una oportunidad que puede generar ingresos para la conservación y para las comunidades locales dentro y alrededor de las Áreas Protegidas. Las amenazas y oportunidades que presentan, por otra parte, dependen del tipo de fenómeno turístico que se presenta en las diversas Áreas Protegidas del país. El fenómeno turístico está relacionando tanto con su desarrollo como con el manejo de esta actividad –planeación y acciones. El desarrollo está relacionado con el nivel de visitantes, la tipología del visitante, la inversión turística y los impactos del turismo. El manejo –para el caso de la CONANP– tiene que ver con

las prácticas de manejo e instrumentos, como el cobro de derechos aplicados para la conservación del Áreas Protegidas.

Se ha observado que el turismo es heterogéneo en estas áreas ya que en cada una de ellas existe un nivel diferente de visitación que depende de diversos factores: su relación con el contexto turístico regional donde se encuentra, los atractivos focales y los complementarios que contiene, así como el desarrollo de infraestructura y los servicios turísticos provistos. Al mismo tiempo es claro que el manejo del turismo por cada Área Protegida es variable y se encuentra en diferentes niveles de avance ya que dependen de las capacidades institucionales y recursos existentes en cada una de ellas.

Desde esta perspectiva, es necesario contar con políticas y lineamientos en el plano institucional para abordar las necesidades y aprovechar las oportunidades específicas de cada APF y del Sistema de Áreas Naturales Protegidas a nivel nacional, así como establecer un hilo conductor que induzcan a los diferentes actores a nivel federal y local a generar sinergias a fin de lograr objetivos comunes hacia un desarrollo integral sustentable del turismo en Áreas Protegidas.

El turismo verde es un fenómeno relativamente reciente, que tiene su desarrollo principal en las últimas décadas del siglo XX, como una nueva concepción del ocio y el turismo (**GOYTIA, 1999**). Se puede considerar el turismo verde o ecoturismo como aquel tipo de turismo cuyo objetivo específico es el estudio, contemplación y disfrute de paisajes y sus plantas y animales (**BOO, 1990**). La fuerte presión de la demanda ha obligado a los gestores de espacios naturales a considerar el concepto de capacidad de acogida. Este concepto establece que si el uso recreativo de un área se incrementa sin límite alguno, en algún punto este nivel de uso causará un impacto o bien sobre la experiencia del propio usuario, sobre el medio o sobre ambos.

Los espacios naturales protegidos se convierten, entonces, en lugares muy atractivos para la mayoría de visitantes, de tal forma que “son un recurso de gran valor social y de atractivo para la población en general”, mientras que “los parques naturales constituyen un destino altamente preferido para evadirse, aprender o recuperar la experiencia y el contacto directos con la naturaleza” (**CORRALIZA, GARCIA Y VALERO, 2002**). No obstante, una actividad turística que tenga cabida en determinados espacios naturales protegidos, debe tener en cuenta ciertas premisas que permitan la convivencia de la utilización y la conservación, es decir, la necesaria existencia de una interrelación entre la actividad turística y los espacios naturales protegidos basada en un uso racional de los recursos naturales y culturales existentes (**MILLÁN, 2001**).

Sobre la participación de la población en proyectos turísticos, **MIRANDA (1996)**, nos dice que, se entiende que la importancia de considerar la participación de las poblaciones, radica además, en la relación directa con la “biodiversidad”, debido a que existen muchas maneras con las cuales, los seres humanos, únicos poseedores de la cultura, interactuamos con el resto del planeta y procuramos sostenerlo a lo largo del tiempo. Por esto, es importante mencionar que el complemento de la biodiversidad es la “diversidad cultural” manifestada en la variabilidad de lenguajes y dialectos, religiones, comidas, usos de los recursos y tecnologías - entre muchas otras representaciones y prácticas- que construye e inventa una sola especie: la humana. (**ECOCIENCIA 2002**).

Mientras más diversos sean estos aspectos en una sociedad o en un país, mayor es su riqueza cultural. En el Ecuador, se manifiesta por la existencia de las etnias y por los mestizos que poseen prácticas culturales diversas. Complementado este mosaico cultural, con el ancestral y actual arribo de los inmigrantes a este país. Si se anhela que las comunidades, localidades, centros poblados o cualquier conglomerado humano, organizados según sus acuerdos, accedan y alcancen el “desarrollo integral” (social y

económico) con un medio ideal para aportar al mismo como son los proyectos de turismo, es preciso presentar una alternativa capaz de moldearse a las reales necesidades de las localidades, a la sustentabilidad de los recursos y a la rentabilidad social y económica de los emprendimientos. Para esto resulta necesario e importante el aporte que haga un técnico en ecoturismo.

No solamente se trata de presentar esta alternativa, sino que es menester que se la construya e implemente desde la necesidad y la realidad misma de la comunidad, transformándola en un “proyecto eco-turístico participativo”, que bien podría llamarse “proyecto de desarrollo”. Se debe pensar en proyectos que puedan ejecutarse, y para que el turismo alternativo tenga éxito, es preciso un nivel de especialización que no se limite simplemente a los "buenos propósitos", así como entender que para las comunidades en materia de ecoturismo o turismo, el proceso es largo y requiere una mejor comprensión del mercado turístico y de la dinámica de la comunidad. De esta manera se puede apreciar que el turismo de patrimonio, ecoturismo o turismo alternativo representa una buena oportunidad para contribuir al desarrollo social y económico, pero requiere de una estrategia interdisciplinaria y participativa dirigida a la articulación del patrimonio con la sociedad y a la preparación de ésta para usar y mantener los recursos en forma sustentable.

3.1.3 Sobre desarrollo – conservación y turismo

MOLINARI, R. 2002, nos dice que: la vinculación actual entre **desarrollo/conservación/turismo**, es una realidad progresiva, debido a que las bondades de esta asociación o relación tienen que ver principalmente con una revalorización del patrimonio, su revitalización y puesta en dinamismo para activar las economías regionales. El mayor beneficio subyacente de esta perspectiva para las comunidades y la sociedad, es la oportunidad que brinda para operar hacia un

fortalecimiento de las identidades que provea nuevas formas de organización para el manejo del patrimonio y que derive en un desarrollo social, antecedente indispensable para un genuino desarrollo económico (**MOLINARI, R y FERRARO, L 2001**). Si se mantiene el modelo de las anteriores explotaciones turísticas, que precedentemente “sostenían” a las regiones, y no se las dirige hacia el uso sostenible del patrimonio natural y cultural, la experiencia nos estaría indicando que sólo resultaría una vez más que el pretendido desarrollo desembocará en la degradación y/o agotamiento del recurso, fluctuará de acuerdo a los vaivenes de la demanda del mercado, y por sobre todo mantendrá empobrecidos a comunidades, instituciones y ecosistemas. (**MOLINARI, 2002**).

3.1.4 Sobre la potencialidad del patrimonio natural y cultural

LEEDS METROPOLITAN UNIVERSITY (1999). Considera que el potencial y la condición favorable que poseen los recursos del patrimonio puestos en valor para la actividad turística, entienden que el proceso de revalorización, revitalización y puesta en dinamismo para activar las economías regionales, requiere de un paralelo desarrollo social donde el eje esté puesto en la recuperación del sentido de lugar y de la historia por parte de las comunidades y el público visitante.

Tal proceso exige un fortalecimiento de los aspectos que hacen al valor del patrimonio para la vida presente y la construcción del futuro. En suma, se trata de destacar el beneficio potencial que representa la diversidad, natural y cultural, para el sostenimiento de la vida. En tal sentido, resultan cruciales los planteos referidos a las formas y contenidos para interpretar o comprender el patrimonio desde aspectos que son exportablemente beneficiosos para la sociedad y hacen a la dimensión tangible, intangible y universal de la información de los recursos (**BOYLE 2000; TAUBENSCHLAG 2002; VEVERKA 2002**).

El Patrimonio y los recursos turísticos, según la **Organización Mundial del Turismo (O.M.T.)**, poseen conceptos claramente diferenciados entre sí:

1. Patrimonio turístico (de un país, región o zona) "el conjunto potencial (conocido o desconocido) de los bienes materiales o inmateriales a disposición del hombre y que pueden utilizarse, mediante un proceso de transformación, para satisfacer sus necesidades turísticas".
2. Recursos turísticos son "todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda".

3.1.5 El nuevo mercado: ecoturismo y desarrollo sostenible

Estadísticas sobre la demanda y percepciones del turista sobre ecoturismo

Datos del **CESD, Center on Ecotourism and Sustainable Development** (Centro para el Ecoturismo y el Desarrollo Sostenible), programa conjunto de la **Universidad de Stanford** (California) y del **Institute for Policy Studies** (Washington, DC):

- Más de la mitad (53%) de los turistas estadounidenses está de acuerdo en que tienen una mejor experiencia turística cuando aprenden tanto como sea posible acerca de las "costumbres, geografía y cultura" de su lugar de destino.
- Casi dos de cada tres turistas del Reino Unido (63%) prefieren recibir alguna información acerca de las temáticas éticas relacionadas con su destino vacacional, y el 37% dice que procura informarse sobre la cultura local antes de viajar.
- Una abrumadora mayoría (82%) de los turistas holandeses considera que incluir información ambiental en los folletos turísticos es una buena idea.
- Más de la mitad (62%) de una muestra de turistas estadounidenses encuestada en el 2003 considera importante el aprender sobre otras culturas durante sus viajes, y el

52% busca destinos que ofrezcan una amplia variedad de eventos y atractivos culturales y artísticos. Casi la mitad (49%) prefiere viajes con alojamientos a pequeña escala, administrados y atendidos por pobladores locales.

- Tres de cuatro turistas del Reino Unido está de acuerdo en que su viaje debería incluir excursiones para experimentar la cultura y comidas locales. Este número se incrementó en un 4% entre el 2000 y el 2002 (del 77% al 81%).
- Más de dos tercios de los viajeros estadounidenses y australianos, y el 90% de los turistas británicos, considera que la protección activa del medio ambiente, incluyendo el apoyo a las comunidades locales, debería ser parte de las responsabilidades de un hotel.
- En los EE.UU., más de la $\frac{3}{4}$ parte de los viajeros “considera que es importante que su visita no perjudique el medio ambiente”, de acuerdo con un estudio del 2003. Esta investigación estima que 17 millones de viajeros estadounidenses tiene en cuenta factores ambientales al decidir qué empresa de turismo utilizarán.
- Una encuesta del año 2002 reveló que los turistas alemanes exigen calidad ambiental: el 65% (39 millones) quiere playas y agua limpias, y el 42% (25 millones) “cree que es especialmente importante encontrar alojamiento ambientalmente responsable”.
- Según el 61% de turistas estadounidenses consultados en una encuesta, las experiencias de viaje son mejores cuando el lugar de destino es un sitio natural, histórico o cultural bien conservado. Uno de cada tres viajeros estadounidenses es influenciado por los esfuerzos que las compañías de viajes hagan por preservar el medio ambiente, la historia o la cultura de los destinos con los que operan.
- Al menos 85% de los turistas que visitan Costa Rica considera que los parques nacionales y las selvas tropicales son los lugares más importantes a visitar en el país.

- En el 2000, 70% de los turistas del Reino Unido consultados en una encuesta sentía que “la reputación que tenga una empresa de turismo de vacaciones en relación con cuestiones ambientales” era “muy importante” o “bastante importante”.
- Una encuesta llevada a cabo en Costa Rica reveló que las empresas que normalmente tienen un desempeño ambiental superior y que apuntan a consumidores “verdes” podrían separarse de sus competidores y de esta manera obtener ganancias adicionales por la oferta de servicios “premium”.
- “Descubrimos que millones de viajeros, o geoturistas, son conscientes de las compañías que practican turismo sostenible, y que están dispuestos a apoyar los esfuerzos de la industria geoturística con sus dólares de viaje. De hecho, muchos de ellos estarían dispuestos a pagar una prima por los servicios de compañías que participen en prácticas de geoturismo [ecoturismo].” — *Dra. Susan Cook, presidenta y CEO de Travel Industry of America (2003)*.
- Alrededor de 58,5 millones de viajeros estadounidenses (38%) estaría dispuesto a “pagar más” por usar las compañías de viajes que tratan de proteger y preservar el medio ambiente. De éstos, el 61% dice que pagaría de un 5% a un 10% más a fin de usar estas agencias. Una encuesta realizada entre viajeros de los EE.UU., el Reino Unido y Australia reveló que el 70% de ellos estaría dispuesto a pagar hasta U\$S 150 más por una estadía de dos semanas en un hotel que tuviese una “actitud medioambiental responsable”.
- Más de un tercio de los turistas estadounidenses (39%) elegiría una compañía de viajes que protegiera los aspectos históricos y culturales de un destino de viaje, aun si los precios fueran más altos. De este grupo, más de la mitad (el 67%) pagaría al menos un 5% más para usar una compañía de viajes responsable.
- En Vietnam, una encuesta realizada entre turistas internacionales y vietnamitas mostró que estarían dispuestos a pagar de 4 a 6 veces el valor de la tarifa de entrada

a un área específica, con la condición de estar conformes con la manera en que el dinero sería usado en beneficio de la comunidad, la protección del medio ambiente y la ampliación de la información turística.

- Casi uno de tres (29%) turistas británicos encuestados opinaron que, si su dinero garantizara buenos sueldos y condiciones de trabajo para las comunidades locales, estarían dispuestos a pagar más por un viaje al extranjero.
- Estimaciones realizadas para el Reino Unido entre los años 1999 y 2000 mostraron que el “mercado de consumo ético” se incrementó en un 15%, y que en los mercados en que existía una “alternativa ética”, las compras por parte de consumidores éticos alcanzaron un aumento del orden del 18,2%.
- Las inversiones éticas están creciendo a razón de un 20% por año, sugiriendo un futuro muy prometedor para el sector de consumidores éticos.
- Según aproximadamente la mitad de los turistas australianos (62%), británicos (57%), y estadounidenses (49%), es muy importante que los hoteles apoyen a empresas locales e inviertan en escuelas y hospitales del lugar.
- En 1998, los turistas británicos gastaron 2 mil millones de libras esterlinas en viajes a países en desarrollo, una cantidad casi equivalente al presupuesto anual de ayuda a países del tercer mundo del gobierno del Reino Unido.

Fuente: CHAFE, Z. Y M. HONEY (ED.). 2005.

3.2 MARCO CONCEPTUAL

ECOTURISMO. Una pertenece a la Unión Mundial para la Naturaleza (1996).

El ecoturismo es el viaje y visita, ecológicamente responsables, a parajes en estado relativamente natural, a fin de disfrutar de la naturaleza y apreciarla (así como las características culturales del lugar, pasadas y presentes), que promueve la conservación,

surte escasos efectos negativos y abre cauce a la participación socioeconómica, activa y beneficiosa, de la población local. **IUNC 1996.**

MARTHA HONEY (1999), ofrece otra definición útil:

El ecoturismo es el viaje a zonas frágiles, vírgenes y generalmente protegidas, que trata de provocar escasa repercusión y, normalmente, asumir pequeña escala. Ayuda a educar al viajero, rinde fondos para conservación, beneficia directamente el desarrollo económico y la habilitación política de las comunidades locales y fomenta el respeto a las diversas culturas y a los derechos humanos.

Actividades eco turísticas.

La variedad de **actividades ecoturísticas** puede dividirse en:

- **Turismo de observación** (de aves y flora, mamíferos marinos y terrestres, reptiles; astronomía; caza fotográfica; paisajes terrestres, acuáticos o marinos).
- **Turismo de participación** (turismo científico de naturaleza, turismo arqueológico, campamentos de trabajo, actividades de educación ambiental, turismo rural, turismo cultural, fiestas populares, visita a comunidades, etc.).
- **Turismo deportivo recreacional** (trekking, caminatas, recorridas en bicicleta, etc.).
- **Turismo deportivo de riesgo** (rapel, rafting, etc.).
- **Turismo de aventura**, siempre que sea de baja intensidad y no de competencia.

Otras definiciones: Ofrecemos a continuación definiciones de algunas formas específicas de turismo que pueden estar relacionadas con el ecoturismo pero que no deben ser confundidas con éste.

- **Turismo de aventura:** donde lo que se pretende es la vivencia de una situación especial, de carácter un tanto arriesgado.
- **Turismo deportivo:** donde el móvil es la práctica de algún deporte en un ambiente natural.
- **Agroturismo o turismo rural:** donde lo que se desea es participar en las labores tradicionales de un establecimiento rural.

Fuente: **PÉREZ DE LAS HERAS, M. 1999.**

DIVERSIDAD BIOLÓGICA.- Para análisis engloba tres categorías jerárquicas: Diversidad de genes, diversidad de especies y diversidad de ecosistemas. La diversidad de ecosistemas comprende la variedad de hábitats, las comunidades bióticas, los procesos ecológicos y la biósfera. La diversidad biológica en una región se multiplica en función de la diversidad de ecosistemas. La diversidad de especies esta referida a toda la variedad de organismos vivos tanto de flora y fauna, la diversidad no solo esta dada por el número de especies, sino por la divergencia taxonómica entre ellas. Diversidad genética es la variación de los genes dentro de las especies. La diversidad genética es propia de una especie dentro de una región (**SEVILLA, 1997**).

ÁREA RURAL.- Espacio donde predominan las actividades productivas del sector primario, conteniendo además espacios naturales, trazas de sistemas de transportes, instalaciones industriales, generación y transmisión de energía eléctrica, población y servicios, todos ellos dispersos. **SPAHN, H. (2004)**, citado por **SALINAS (2006)**.

EVALUACIÓN.- Proceso sistemático y objetivo que busca determinar los efectos y el impacto de un plan, programa y/o proyecto planeado, en ejecución o determinado con relación a las metas definidas a nivel de proyectos y resultados, tomando en consideración los supuestos señalados en el marco lógico. **SPAHN, H. (2004)**, citado por **SALINAS (2006)**.

ETNOBOTÁNICA.- Disciplina, que estudia las relaciones planta – hombre, se ocupa de recopilar todos los conocimientos populares sobre plantas y sus usos tradicionales para; posteriormente, interpretar el significado cultural de tales relaciones. **SCHULTES (1990)**.

CAPÍTULO 4:
ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

Después de haber realizado el trabajo de campo se llegaron a los siguientes resultados.

4.1 ASPECTOS SOCIALES

Cuadro 1. Grado de instrucción

Grado de Instrucción	Personal	
	fi	hi (%)
Primaria	0	0.0
Primaria Incompleta	0	0.0
Secundaria	17	42.5
Secundaria Incompleta	5	12.5
Superior (Guía oficial de turismo, Biólogos, Lic. Idiomas Extranjeros)	18	45.0
Ninguno	0	0.0
TOTAL	40	100.0

Fuente. Encuesta. tesis

El cuadro 1 nos muestra los rangos mayores que se atribuyen a las personas encuestadas donde mayoritariamente el 45,0% accedió algún tipo de educación superior, frente al restante (42,5%) que accedió al nivel básico como la educación secundaria.

A pesar de que en la actualidad existe un grupo de puestos trabajo con los estudios básicos, el nivel deseado mínimo para la mejora de la calidad del turismo rural pasa por contar con nivel de formación media completa a lo menos. Los estudios superiores (técnico o licenciatura) deben considerar la formación de directores de empresa de turismo rural, directores de proyectos de desarrollo y profesionales especializados como guías de turismo y animadores. **SZMULEWICZ (2012).**

Cuadro 2. Edad de los trabajadores

Edad de los trabajadores	Personal	
	fi	hi (%)
18 - 25	2	5
26 - 35	7	17.5
36 - 40	6	15
> 40	25	62.5
< 18	0	0
TOTAL	40	100

Fuente.:Encuesta. Tesis.

La edad de los trabajadores encuestados pone de manifiesto que existen personas con mas de 40 años de edad (62,5%), generalmente dedicados a trabajar en empresas antiguas como Explorama y A&E Tours, tambien se observa población relativamente joven entre 26 a 35 años (17,5%). No se encontro menores de edad trabajando en la actividad. La edad puede algunas veces condicionar las actividades de capacitación puesto que algunas personas consideran ya no estar apto para esas situaciones.

Cuadro 3. Origen de los trabajadores.

Origen de los trabajadores	Personal	
	fi	hi (%)
Loreto	25	62.5
Marañón	4	10
Lima	4	10
Otros	7	17.5
TOTAL	40	100

Fuente. Encuesta. Tesis

El trabajador que labora en estas empresas provienen principalmente de la propia región (62,5%), condición que favorece al desempeño de los mismos en las áreas rurales o albergues puesto que conocen en parte el entorno natural que rodea a los mismos. Generalmente los encuestados que manifestaron ser de otra parte del país son guías de turismo que vienen a establecerse en nuestra zona, puesto que la especialidad no se

encontraba en ningún centro superior hasta hace aproximadamente 10 años atrás. El origen de los trabajadores de la región es consistente respecto al consenso de que el ecoturismo debe involucrar y reportar beneficios a las poblaciones locales. **CASTILLO et al (2008)**.

Cuadro 4. Sexo de los trabajadores

Sexo de trabajadores	Personal	
	fi	hi (%)
Varones	35	87.5
Mujeres	5	12.5
Total	40	100

Fuente: Encuesta. Tesis.

Los trabajadores varones prevalecen sobre las mujeres (87,5%), el trabajo de las mujeres se condicionan a labores de servicio de lavandería y limpieza o administrativos, pero en muchos caso los servicios doméstico estan a cargo de varones, por lo que significa estar viviendo en los lodges. No existe diferenciación de género en los trabajos que realizan estas empresas. Respecto a la edad y sexo de los trabajadores existe diferencias significativas con las áreas urbanas donde predomina el empleo femenino y adulto; esta situación obedecería al relativo aislamiento de los albergues y la permanencia en ellos.

Cuadro 5. Estado civil

Estado civil	Personal	
	fi	hi (%)
Solteros	8	20
Solteros con Hijos	18	45
Casados sin hijos	0	0
Casados con Hijos	14	35
TOTAL	40	100

Fuente: Encuesta. Tesis.

El estado civil muchas veces representa subsanar la situación jurídica de las parejas, predominan los trabajadores solteros con hijos (45%) y los casados con hijos (35%). Un elemento que participa fuertemente en el tema para convivir en las zonas rurales, es el de las relaciones familiares varias personas han terminado viviendo en estas zonas después de que llegaron por trabajo a estas empresas.

Cuadro 6. Años dedicado a la actividad.

Años trabajando en la actividad	Personal	
	fi	hi (%)
1-5 años	9	22.5
5-10 años	4	10.0
10-15 años	9	22.5
> 16	18	45.0
TOTAL	40	100.0

Fuente: Encuesta. Tesis.

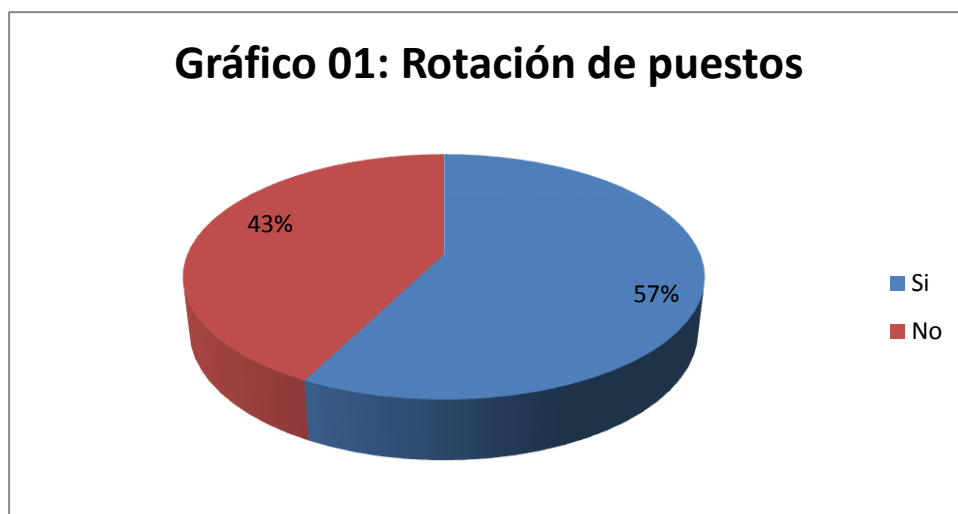
Los trabajadores del estudio manifiestan laborar en esta actividad más de 16 años (45,0%), pero se observa personas con más de 10 años dedicadas al trabajo en este rubro. La experiencia que las personas adquieren con el paso del tiempo al dedicarse a una actividad, permite que con el tiempo se acostumbren a ella y mejoren su desempeño en el trabajo, como la atención en este caso de turistas que llegan a esta empresa. La identificación de las competencias propias de un puesto de trabajo constituye una de las primeras acciones que deben cubrirse en el ámbito de la gestión de los recursos humanos, y que forma parte de la descripción de los puestos de trabajo de la organización.

Cuadro 7. Especialidad en el trabajo

Especialidad o área de trabajo	Personal	
	fi	hi (%)
Transporte	3	7.5
Guías	10	25
Administrativos	8	20
Housekeeping	4	10
Alimentos y Bebidas	15	37.5
TOTAL	40	100

Fuente: Encuesta. Tesis.

El personal que labora en las áreas de apoyo (housekeeping, alimentos y bebidas) conjuntamente es mayoritario (47,5%), siguen los guías (25,0%), administrativos (20,0%) y de transporte; se observó que muchas veces este personal desempeña varias labores dentro del albergue, pueden ser personal de transporte y a la vez de limpieza en los mismos. Habitualmente las organizaciones han empleado la definición de los puestos de trabajo para identificar los rasgos de las personas que podrían cubrirlos satisfactoriamente. (MITRANI et al 1992). La especialidad de las personas muchas veces son obtenidas de la experiencia relacionada del trato con turistas extranjeros, especialmente en el aprendizaje de idiomas, se tiene el caso de un guía de turismo actual que trabaja más de 30 años en Explorama Tours (Sr. Segundo Inuma) que era nativo de la comunidad de Yanamono, quien empezó como motorista del mismo y en la actualidad se desempeña como guía, con dominio a la perfección en el habla de más de 5 idiomas, producto de esa interacción.

Gráfico 1. Rotación de puestos

Fuente: Encuesta. Tesis.

Existe la rotación de personal y es de 57% al año. Esta rotación generalmente se observa mayoritariamente en los puestos de apoyo, situación que constituye un obstáculo para la capacitación de los recursos humanos y mejorar la calidad en los servicios, aspecto que requiere atención.

4.2 CONOCIMIENTOS Y EDUCACIÓN FORMAL

Fundamental es obtener un mayor acceso a la formación de todos los trabajadores, el cual debe darse en los que solo poseen educación básica y quienes ocupan los puestos de trabajo o de carácter operativo.

Cuadro 8. Estudios en el área

Estudios	Personal	
	fi	hi (%)
Guías	09	22.5
Hostelería	7	17.5
Preparación de alimentos	5	12.5
Preparación de bebidas	5	12.5
Otros	14	35.0
Total	40	100.0

Fuente: Encuesta. Tesis.

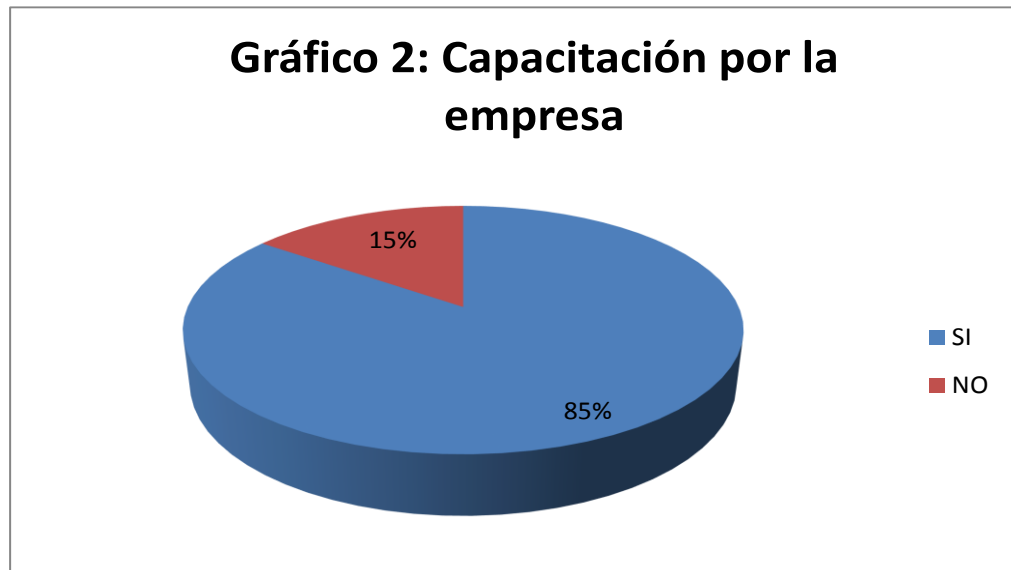
Los mayores niveles de formación en turismo y afines esta entre el personal de administración y guías; para las otros puestos se logró capacitar dentro de la empresa con el fin de mejorar la calidad del servicio. La formación tienen efectos importantes sobre la innovación y la mayor calidad de los servicios que proporcionan las empresas de turismo rural y de hecho, uno de las principales vías de aumentar la innovación y la calidad, objeto último del proceso es el incremento cuantitativo; pero sobre todo, la mejora cualitativa de la formación de los recursos humanos del turismo rural.

Cuadro 9. Conocimiento de otras áreas

Conocimiento de otras Áreas	Personal	
	fi	hi (%)
Computación	21	52.5
Otros(Inglés básico hotelero)	19	47.5
TOTAL	40	100.0

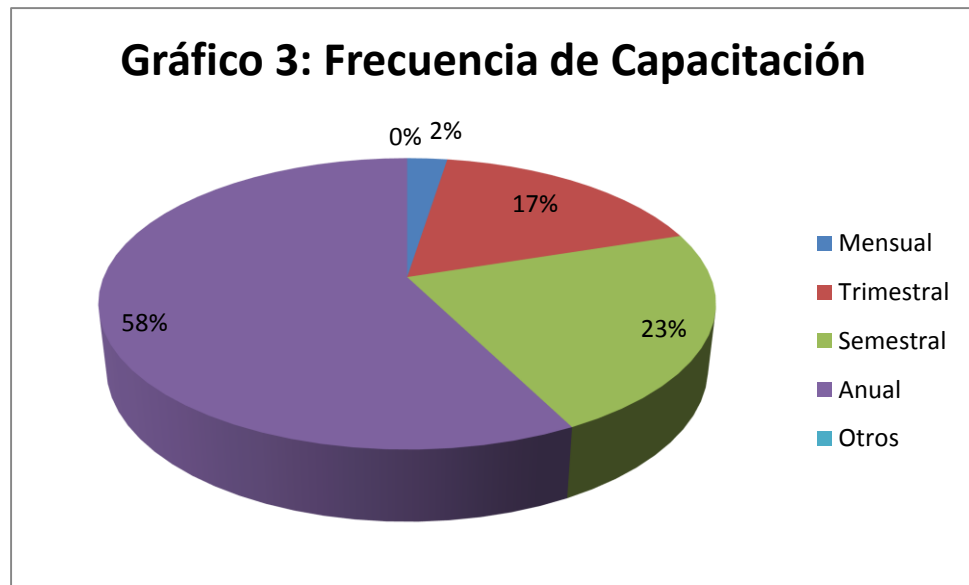
Fuente: Encuesta-tesis.

El conocimiento de otras áreas que puedan ayudar a mejorar la calidad de servicio en los albergues alcanza a conocimientos de informática, muchos de los cuales se centra entre administradores y guías. La brecha entre la situación actual y el acceso deseable a la formación continua es considerable a nivel de quienes tienen solo estudios básicos. Las empresas de turismo rural participan en acciones de capacitación por la necesidad de calificación de sus trabajadores, para adaptarse a los cambios tecnológicos y para adecuarse a los cambios en las demandas turísticas de los consumidores (aumentar la calidad y satisfacción de los clientes).

Gráfico 2. Capacitación por la empresa

Fuente: Encuesta. tesis

Los procesos de capacitación en situaciones inherentes a la actividad es desarrollada generalmente por la empresa (85,0%), en cursos de botánica, biología y relaciones humanas. Con el propósito de que sus empleados mejoren conocimientos y destrezas, especialmente con atención al cliente. Las barreras mas relevantes a la participación en acciones de formación de parte de las empresas de turismo rural son: problemas de horario y extensión de las jornadas de formación, problemas de acceso al sitio de realización de los cursos, exceso de trabajo y consiguiente falta de tiempo para asistir a los cursos, falta de cultura empresarial, falta de interés ect., Otros factores mencionados pero de una importancia menor son el costo, la falta de información entre otras.

Gráfico 3. Frecuencia de capacitación

Fuente: Encuesta. Tesis.

La mayor frecuencia de capacitación se observa a la que se desarrolla en forma anual (58%) y semestral (23%), esto debido al tiempo que puedan desviar el personal que puedan estar inmersos en este proceso, como en conocimientos de informática, atención al cliente, mejoramiento del dominio de idiomas, etc.

Si bien el turismo constituye una fuente complementaria de empleo e ingresos para un creciente número de empresas en la región, existe un consenso sobre el hecho de que éstas no pueden por sí solas suplir las insuficiencias que acusa el entorno en el que operan. En efecto, aún queda mucho por hacer en el ámbito de las políticas públicas para lograr un entorno propicio a la creación y desarrollo de las pequeñas empresas, principalmente en lo relativo al acceso a infraestructura productiva y nuevos mercados, a la mejora de las calificaciones profesionales y la supresión de las barreras legales e institucionales.

4.3 HABILIDADES Y DESTREZAS

Cuadro 10. Sobre conocimientos de idiomas extranjeros

Conocimiento de idiomas extranjeros	Personal	
	fi	hi (%)
SI	26	65.0
NO	14	35.0
TOTAL	40	100.0

Fuente: Encuesta. Tesis.

La experiencia laboral en la actividad alcanza un nivel superior entre los guías y administrativos, al igual que en el conocimiento de idiomas como se observa en el cuadro presentado; los encuestados (65%) refieren al menos conocer algún idioma, el cual indudablemente es el inglés, lo que puede ser consistente con menores índices de rotación laboral y los altos niveles de satisfacción que los guías reportan a los turistas según informes de PROMPERÚ. **CASTILLO et al (2008)**.

Cuadro 11. Conocimientos de idiomas en guías y administradores. Por idiomas

Dominio del idioma (Habla, lee, escribe, etc. Guías y Administr.)	N°
Inglés	18
Italiano	6
Alemán	2
Portugués	14
Chino	4
Francés	8

Fuente: Encuesta. Tesis.

En el cuadro presentado se observa que el inglés es el idioma que más dominan los guías y administradores, el portugués por su facilidad de entendimiento es otro de los idiomas que mayoritariamente este personal afirma conocer, lo mismo el francés. Guías, animadores de turismo, informadores de turismo, promotores y vendedores en todas las especialidades deben conocer aparte del idioma, relaciones humanas,

comunicación y el territorio donde se trabaja. Los puestos de apoyo deben conocer todo con respecto a la especialidad e inclusive conceptos de calidad principalmente.

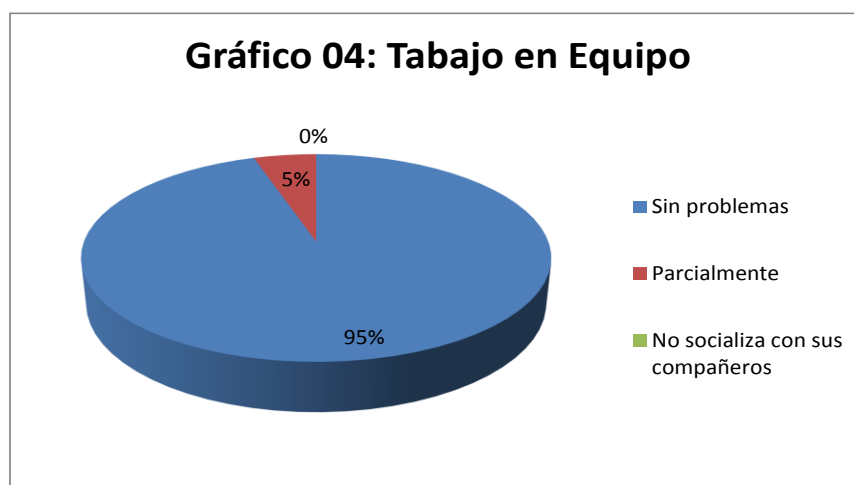
Cuadro 12. Dificultad para entender los idiomas

Dificultad para entender el idioma (Otras áreas)	N°
Inglés	04
Italiano	06
Alemán	18
Portugués	2
Chino	10
TOTAL	40

Fuente. Encuesta. tesis.

La dificultad de entender los idiomas según refieren los encuestados es por la poca afluencia de turistas que se tiene de esas nacionalidades o en todo caso muchos de los turistas se hacen entender por medio del inglés. Por tanto resulta de necesidad capacitar a las personas trabajadores del rubro (turismo), en conocimientos básicos de diferentes idiomas a fin de mejorar el trato con los clientes.

Gráfico 4. Sobre el trabajo en equipo



Fuente. Encuesta. Tesis.

Respecto al trabajo en equipo, se muestra en el gráfico, donde se observa que el 95% de las personas del estudio manifiestan desempeñarse sin problemas, puesto que el trabajo en sí lo requiere. La atención de personas supone conocer relaciones humanas y comunicación, de manera de ofrecer servicios de calidad que redundará en que las empresas sean reconocidas por el buen servicio que brindan, promocionándose el mismo a nivel nacional e internacional.

4.4 ANALISIS DE VALORES

Cuadro 13. Cree Ud, si debe existir valores para el cuidado del ambiente

Valores del trabajo para la conservación del ambiente	Personal	
	fi	hi (%)
Importantes	15	37.5
Muy importantes	15	37.5
Indispensable	10	25
Poco Importantes	0	0
TOTAL	40	100.0

Fuente. Encuesta. Tesis.

Sobre esta situación las personas del estudio afirman que todo trabajo que se realiza en aras de fomentar la conservación de un ambiente sano y apropiado para desarrollar la vida es importante, por la importancia actual que ello representa. El principio de solidaridad y respeto mutuo entre turistas y comunidades anfitrionas abarca todos los ámbitos de la vida de estas últimas: valores, instituciones, usos y costumbres, y diversas manifestaciones de su patrimonio cultural. Los tour operadores deben acatar las normas que las comunidades hayan decidido aplicar en sus territorios para precautelar los impactos sociales, culturales y ambientales del turismo. Las comunidades, por su parte, han de promover la participación conciente de sus miembros mediante acciones de educación y capacitación, velando por la calidad de las prestaciones que se provean a los turistas. **MALDONADO (2005).**

Cuadro 14. Importancia de otros valores

Otros Valores (Honestidad, responsabilidad y respeto)	Personal	
	fi	hi (%)
Importantes	13	32.5
Muy importantes	17	42.5
Indispensable	10	25.0
Poco Importantes	0	0
TOTAL	40	100.0

Fuente: Encuesta. Tesis.

Los valores como honestidad, respeto y responsabilidad, los encuestados manifiestan que estos son muy importantes (42,5%), importantes (32,5%) e inclusive indispensable (25,0%), los cuales se enmarcan como necesarios para desarrollar un trabajo bueno y de calidad. Dentro de los contenidos de formación a trabajadores del sector turismo, los valores aprendidos en la vida y las habilidades deben ser consideradas importantes para el desarrollo de la labor, es fundamental desarrollar habilidades de trato personal, capacidad para trabajar en equipo, en organización, imaginación, creatividad, diligencia, convencimiento y dinamización.

Cuadro 15. Sobre la equidad y solidaridad en el cumplimiento del trabajo

Cumplimiento del trabajo (Equidad y solidaridad)	Personal	
	fi	hi(%)
Importantes	13	32.5
Muy importantes	15	37.5
Indispensable	10	25
Poco Importantes	2	5
TOTAL	40	100.0

Fuente: Encuesta. Tesis

La equidad y solidaridad son la base fundamental para trabajar en equipo, por ello las personas lo consideran como muy importantes e importantes (70,0%). Hay muchas metas en el porvenir del hombre, pero ninguna es más valiosa y más noble que la solidaridad, como adhesión fraterna a la vida de los demás, colaboración recíproca

indispensable para el perfeccionamiento individual y colectivo. La solidaridad implica una relación de personas que es necesario construir, buscar la unión de las individualidades que nos haga equitativa y correspondientemente hermanos y responsables de un destino común, en este caso en el trabajo con personas diferentes en culturas y lenguajes, como sucede en el ecoturismo. **TORRES 2008.**

4.5 ANÁLISIS DE ACTITUDES

Cuadro 16. Sobre la conservación de las especies en los albergues

Respuestas frente a situaciones planteadas para la conservación	Personal	
	fi	(%)
Positivas	39	97.5
Negativas	1	2.5
TOTAL	40	100.0

Fuente. Encuesta. Tesis.

En el cuadro se presenta resultados sobre las actitudes de las personas hacia la conservación de las especies, quienes afirman que estas son positivas (97,5%); las respuestas positivas frente a situaciones planteadas para establecer actitudes asociadas a la conservación, como por ejemplo la importancia del tema, la limpieza del ambiente, etc, hacen suponer que en estas personas esta presente la importancia sobre temas de conservación. Los valores básicos proambientalista que se considera son: conocimiento, respeto, responsabilidad y solidaridad. Todos estos síntomas de cambio en las personas del estudio hace presumir cambios de actitudes de las personas hacia la conservación del ambiente.

Cuadro 17. Como considera la honestidad en el trabajo

Respuestas frente a situaciones asociadas a Honestidad	Personal	
	fi	hi (%)
Positivas	35	87.5
Negativas	5	12.5
TOTAL	40	100.0

Fuente. Encuesta. Tesis.

La honestidad dentro del centro laboral es considerada positiva (87,5%) por la mayoría de las personas del estudio; la honestidad nos permite ser mejores seres humanos y nos ayuda a cuidar el entorno en que vivimos.

Cuando se está entre personas honestas cualquier proyecto humano se puede realizar y la confianza colectiva se transforma en una fuerza de gran valor.

Cuadro 18. Como debe ser conservado el ambiente. Por ítem

Como conservar el ambiente	Personal
No contaminando	40
No deforestando	40
Conservando los ecosistemas	40
Concientizando a las Personas	40
Todas las anteriores	40

Fuente: Encuesta. Tesis

La sensibilización del personal que labora en estas empresas, sobre el cuidado del medio ambiente es positivo puesto que todos ellos especificaron ciertas labores para que esto suceda, como se observa en el cuadro. Las valoraciones del ambiente que puedan tener los trabajadores depende de su relación con el y el conocimiento que tengan de lo que existe en su entorno, por decir referido a los servicios ambientales que pueda prestarles un bosque, el valor ecológico que encierra el aporte de oxígeno, protección, recursos naturales, etc.

Los proyectos de turismo tienen valoración estética, donde se alude a cualidades como belleza del paisaje, al disfrute de los sentidos frente a lo natural.

Las opiniones son diferentes, pero todas se encaminan a evitar que los recursos se extingan, por ello es necesario no contaminar, respeto a la diversidad arborea, conservar los ecosistemas en su forma natural y lo más importante es seguir concientizando a las personas. Al parecer en todos los casos hay un proceso de maduración de conciencia ambiental positiva a favor del medio ambiente, pero en distintos grados o estadios.

CAPÍTULO 5:

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

Del estudio se desprenden las siguientes conclusiones:

- ❖ Conocida las competencias laborales de las personas del estudio podemos afirmar que el capital humano por su falta de acceso a capacitaciones limitan la contribución a la sostenibilidad del ecoturismo.

- ❖ Los trabajadores mayoritariamente se encuentran entre 5 a 15 años dedicados a la actividad (55,0%), en cuanto a la edad existen empresas dedicadas al rubro mas de 30 años y se tienen personas trabajando con mas de 40 años de edad, por otro lado la rotación de personal (57,0%) puede constituir el obstáculo para la inversión en la mejora de las competencias humanas. Las personas del estudio son oriundos de Loreto (62,5%) lo que facilita el conocimiento del entorno natural y prevalece el personal de apoyo y administradores (27 personas), siendo en su mayoría del sexo masculino (87,5%).

- ❖ En cuanto a conocimientos o educación formal, donde desarrollan habilidades y destrezas constituyen una fortaleza en cuanto a los guías y administradores (nivel superior) y menor en el personal de apoyo (secundaria). El ingles es el idioma mas conocido y entendible entre los trabajadores, dominado entre guías y administradores; el mas difícil de entender es el alemán y el chino mandarín. Refieren no tener ningún problema para el trabajo en equipo.

- ❖ Los valores como la conservación del ambiente, la honestidad, la responsabilidad y el respeto constituye una fortaleza entre todos los trabajadores. Otros valores como la equidad y la solidaridad existen y se sustentan en que la colaboración recíproca es indispensable para el perfeccionamiento individual y colectivo de las personas.
- ❖ El conocimiento del entorno natural y la relación con personas que visitan los albergues para estar en contacto con la naturaleza, sensibilizaron a estos trabajadores y consideran que las personas deben interactuar con la naturaleza en pro de un ambiente sano.
- ❖ El capital social de los trabajadores del estudio, asociado a una mayor conciencia ambiental colectiva puede constituir una potencialidad que debe ser aprovechada y afianzada para seguir implementando planes turísticos. La posible propuesta de proyectos turísticos encuentra cabida en las expectativas, prácticas, deseos y necesidades de la población. Buena parte de los encuestados ya se encuentran convencidos en la importancia de cuidar, proteger y conservar los recursos.

5.2 RECOMENDACIONES

- Continuar estudios con evaluaciones de las condiciones físicas, in situ, técnicas y económicas para la instalación de empresas turísticas artesanales en la zona, con condiciones para ello, así como introducir masivamente programas de capacitación en aspectos de transformación agrícolas y forestales difundiendo métodos y técnicas sostenibles.
- Todo proyecto a realizarse en áreas rurales debe utilizar en todo momento el enfoque participativo, apoyar el reconocimiento de los diferentes roles y responsabilidades de

hombres y mujeres, y recuperar y revalorar el conocimiento local aplicado en sus actividades cotidianas, esta situación ayudará sin duda a mejorar el proceso de planeación y ejecución de cualquier proyecto

- Realizar trabajos de sensibilización para que los trabajadores continúen entendiendo que diversificando y adoptando técnicas y conocimientos nuevos y adecuados se puede lograr mejores condiciones laborales y de progreso en la empresa que trabajan.

- Apoyar a organizaciones públicas y privadas que se puedan crear, la opción para introducir actividades productivas dirigidas a mujeres (crianza de animales menores, huertos familiares, confección de artesanías, fitofármacos, etc.).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BGAZO, J. (2005).** Competitividad y percepción del Servicio Turístico Peruano. En: Gestión en el Tercer Milenio. Revista de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas. UNMSM (Vol. 10. N° 19. Lima. Perú).
- BOO, E. (1990).** Ecotourism: The potential and pitfalls. World Wildlife Fund. Baltimore.
- BOYLE, S. 2000.** Planificar e Interpretar: un proceso efectivo y eficiente. *Jornadas Internacionales de Turismo.* Federación, Entre Ríos.
- CASTILLO et al. (2008).** Importancia del turismo. República Dominicana.
- CORRALIZA, J. A.; GARCÍA, J. Y VALERO, E. (2002).** *Parques Naturales en España: Conservación y disfrute.* Ediciones Mundi-Prensa, Madrid.
- CONSEJO NACIONAL DEL AMBIENTE (CONAM) (2006).** La biodiversidad de los bosques amazónicos. <http://www.conam.gob.pe>.
- CHACALTANA, J. (2002).** Restricciones a la generación de empleo en el sector turístico. Centro de Estudios Para el Desarrollo y la Participación (CEDEP). Lima.
- CHAFE, Z. Y M. HONEY (ED.). 2005.** “Consumer Demand and Operator Support for Socially and Environmentally Responsible Tourism”. CESD/TIES Working Paper No. 104. Center on Ecotourism and Sustainable Development (CESD) & The International Ecotourism Society (TIES).
- GOYTIA, A. (1999).** Ocio, turismo y desarrollo rural sostenible. Materiales de trabajo número 25. Centro de documentación en ocio. Universidad de Deusto. Bilbao.
- GRATELLEY et al (2006).** Evolución de modelos turísticos en la Región Madre de Dios. Boletín del D.A. de Ecoturismo. UNAMAD. Madre de Dios.

LEEDS METROPOLITAN UNIVERSITY 1999. El Turismo Sustentable y El Patrimonio Cultural: Una Revisión de la Asistencia para el Desarrollo y su potencial para promover la sustentabilidad.

KIRKBY, C (2002). Estándares ecoturísticos para Reserva nacional Tambopata, el Parque Nacional Bahuaja Sonene y sus zonas de amortiguamiento. Madre de Dios. Perú. WWF-OPP. Lima. Perú.

MALDONADO, C (2007). Fortaleciendo redes de turismo comunitario en América Latina. Lima. Perú.

MITRANI et al (1992). Las competencias: claves para una gestión integrada de recursos humanos. Bilbao: Deusto.

MOLINARI, R. 2001. Evaluación de atractivos culturales para el desarrollo turístico de la Comarca Noroeste de la Provincia de Santa Cruz. *Plan de Desarrollo Turístico Regional, Gobierno de la Provincia de Santa Cruz.* (MS) Consultores Asociados.

MOLINARI, R. Y L. FERRARO 2001. Articulando el Arte: manejo para el desarrollo y beneficio de las comunidades de pertenencia. *1er.Taller Internacional de Arte Rupestre.* La Habana, Cuba. 15 al 20 de octubre de 2001.

MILLÁN, M. (2001). “Interrelación entre la actividad turística y los espacios naturales protegidos”. *Cuadernos de Turismo*, 7, pp. 93-110.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2003). Declaración de Djerba sobre Turismo y Cambio Climático. I Conferencia Internacional sobre Cambio Climático y Turismo.

PÉREZ DE LAS HERAS, M. 1999. “El Ecoturismo como Fórmula de Desarrollo Sostenible” 101-108, 121-122. En: Turismo en Espacios naturales y Rurales. Universidad Politécnica de Valencia, 1999.

SENAHMI (2010 – 2011). Datos Meteorológicos de la ciudad de Iquitos. Estación de Iquitos.

SZMULEWICZ. (2012). Calidad de recursos humanos para un turismo sustentable.

TAUBENSCHLAG, R. 2002. Herramientas de Interpretación Ambiental. (MS) Dirección de Interpretación y Educación Ambiental. Administración de Parques Nacionales.

TORRES, M.(2008). La solidaridad y el respeto. BLOG. Chile.

UICN. 1997. Evaluación del progreso hacia la sostenibilidad: Enfoque, métodos, herramientas y experiencias de campo. *Equipo Internacional de Evaluación. UICN.* Cambridge.

VEVERKA, J.A. 2002. Planificar para una Interpretación “Exportable”. *Boletín de Interpretación*, N° 6. AIP Asociación para la Interpretación del Patrimonio. España.

A N E X O S

Anexo N° 01: Ejecución de Encuestas en Empresas de Muestreo



Milton Vásquez (Personal encuestado de explorama tours)



**Coordinador General de Conapac
Lic. en Educación Alberto Vela
(Explorama Tours)**



MODELO DE ENCUESTA

ENCUESTA PILOTO: COMPETENCIAS LABORALES PARA EL ECOTURISMO EN EL DISTRITO DE IQUITOS.

Empresa turística.....

I. DATOS GENERALES.

Nombre del entrevistado:.....

Edad..... Grado de instrucción.....

Años trabajando en la actividad turística Origen: ciudad Departamento

Otro

SI es de otra región consignar la ciudad

Especialidad o Área de trabajo dentro de la empresa

Estado civil y si lo tuvieran: Número de hijos.....

Existe la rotación de los puestos en la empresa Si No En caso sí, cada cuanto tiempo.....

II. Conocimientos o educación formal.

Conocimientos o acceso a estudios de turismo: Estudios de guías Hostelería

Preparación de alimentos Preparación de bebidas

Conocimientos de otras áreas: Computación Otros

Tienen certificación de los cursos seguidos. Si.....No.....En caso si, cual es Instituto, Universidad u otro

Fueron capacitados por la empresa para desempeñarse en el rubro de turismo. Si....No.....

En qué temas fueron capacitados

Frecuencia de capacitación: Mensual Trimestral Semestral Anual Otro

III. Habilidades y destrezas.

Conocimiento de idiomas extranjeros. Si No Cual idioma

En cuanto al idioma: Habla correctamente Escribe Ambas cosas Lee ...

Les obliga la empresa a conocer algún idioma extranjero. SiNo.....

Qué idioma se les hace más difícil entender.....

Trabajo en equipo: Sin problemas.....Parcialmente.....NO socializa con sus compañeros.....

IV. Análisis de valores

- Cree Ud. que debe existir valores para el desempeño del trabajo para conservar el ambiente. Si... No.....Como o Porque.....
- Otros valores, por categorías. Honestidad.....Responsabilidad.....Respeto.....Otro.....Considerar con números u orden jerárquico, ejemplo 1, 2, 3, 4.
- Los valores lo considera: Muy importante Importante Indispensable
- Como considera Ud. otros valores como: Cumplimiento del trabajo.....Equidad.....Solidaridad.....

V. Análisis de actitudes. Desde la óptica del entrevistado

Como conservar el ambiente.....

Ud. Devolviera objetos ajenos encontrados en su área de trabajo.....

Ud. reemplazaría a un compañero de trabajo que no fuera de su área si este faltaría para que el trabajo no se paralice. Si.....No.....Porque.....

Ud. tomaría decisiones rápidas en casos de emergencia, si no estuviera un superior. Ej. Alquilar una movilidad para traslado de los turistas, si el propio sufriera un desperfecto. Si...No.....

Cree Ud. trasladar pasajeros o turistas y hacerles ameno esta situación. Si....No.....

En que cree Ud. que debe ser capacitado para desempeñar su labor positivamente: Poner en orden jerárquico.

.....

.....

.....

A su criterio, que debemos tener en cuenta, para la atención del turista.....

.....

.....

Cree Ud. que las empresas turísticas dan las mejores atenciones a los turistas Si...No... o falta detalles, como cuáles.....

Que le pediría a las autoridades para que mejore el turismo en nuestra región.....

.....