



UNAP

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE
NEGOCIOS

TESIS:

“Acciones del gobierno central, regional y municipal para atraer a los turistas a la ciudad de Iquitos, a partir de la nominación de la Amazonía como maravilla natural, periodo 2014”.

PRESENTADO POR:

ARAUJO PETTERMAN, Eileen Breeseyra.

RIOS RAMIREZ, Joyce Scarlet.

ASESOR:

Lic. Jorge Pérez Santillán

Para optar el título profesional
de Licenciada en Negocios Internacionales y Turismo.

Iquitos – Perú

2015

JURADO CALIFICADOR

LIC. ADM. VICTOR REÁTEGUI PAREDES

PRESIDENTE

LIC. ADM. JORGE MERA RAMIREZ

MIEMBRO

LIC. ADM. FRANCISCO PAREDES SÁNCHEZ

MIEMBRO

LIC. ADM. JORGE PEREZ SANTILLÁN

ASESOR

DEDICATORIA

RIOS RAMIREZ, JOYCE SCARLET:

La presente investigación va dedicada a mis padres, Milton Alfredo Rios Maldonado y Nancy Ramirez Cárdenas, ya que mis méritos y logros obtenidos son gracias al apoyo, enseñanzas y valores transmitidos por ellos a lo largo de mi vida.

De igual manera va dedicada a nuestro asesor Jorge Pérez Santillán, por compartir sus conocimientos con nosotras y apoyarnos durante el desarrollo de nuestra investigación.

ARAUJO PETTERMAN, EILEEN BREESEYRA:

Dedico esta investigación a mis padres, Maija Petterman Macedo y Víctor Raúl Araujo Panaifo, por el apoyo moral e incondicional que me brindan día a día. También se la dedico a mi hijo Liam por ser mi motor y motivo.

Espero que sirva de guía para los profesionales y futuros profesionales en Turismo.

AGRADECIMIENTO

RIOS RAMIREZ, JOYCE SCARLET:

Estoy profundamente agradecida con Dios por permitirme cumplir una de mis metas relacionadas con mi vida profesional; esperando que esta tesis sea de mucha utilidad para los estudiantes, profesionales y la sociedad en general.

ARAUJO PETTERMAN, EILEEN BREESEYRA:

Estoy muy agradecida con nuestro asesor Jorge Pérez Santillán, por el empeño que puso en la realización de esta investigación, motivándonos a presentar una tesis que sobrepase las expectativas y que esté a la altura de esta prestigiosa universidad.

ÍNDICE CAPITULAR

	Página
Introducción	1
Abstract	2
1. Planeamiento de la investigación	3
1.1. Planteamiento del propósito de la investigación	3
1.2. Formulación del propósito de la investigación	10
1.3. Objetivos de la investigación	11
1.3.1. Objetivo general	11
1.3.2. Objetivos específicos	11
1.4. Hipótesis	12
1.4.1. Hipótesis general	12
1.4.2. Hipótesis específicas	12
1.5. Operacionalización de la hipótesis	13
1.6. Identificación del método de investigación	13
1.7. Marco poblacional y población	13
1.8. Marco muestral y muestra	14
1.9. Fuentes de recolección de datos	15
2. Marco Teórico	16
2.1 Teorías relacionadas al sector de estudio.....	16
2.2 Teorías relacionadas al tema de estudio... ..	18
2.3 Marco conceptual.....	23
3. Resultados de la investigación	27
4. Prueba de hipótesis	35
4.1 Primera prueba de hipótesis.....	36
4.2 Segunda prueba de hipótesis.....	38
4.3 Tercera prueba de hipótesis	40
5. Conclusiones	42
6. Recomendaciones	44
7. Bibliografía.....	47
Anexo 1: Instrumento de recolección de datos.....	50
Anexo 2: Matriz de consistencia	52

ÍNDICE DE CUADROS

	Página
Cuadro N° 01. Arribos de turistas nacionales y extranjeros a la ciudad de Iquitos, periodo 2007-2013	7
Cuadro N° 02. Arribos de turistas nacionales y extranjeros a la ciudad de Iquitos, periodo agosto-diciembre 2011	8
Cuadro N° 03. Acciones del gobierno nacional a raíz de la nominación de la Amazonia como maravilla natural del mundo.....	27
Cuadro N° 04. Acciones de mejora de infraestructura en muelles y puertos por parte del Gobierno Regional de Loreto	29
Cuadro N° 05: Acciones publicitarias para promocionar la Amazonia.....	30
Cuadro N° 06. Capacitaciones del Gobierno Regional de Loreto, a raíz de la nominación de la Amazonia como maravilla natural del mundo.....	31
Cuadro N° 07: Acciones realizadas por la Municipalidad Provincial de Maynas, a raíz de la nominación de la Amazonia como maravilla natural del mundo.....	33

ÍNDICE DE TABLAS

	Página
Tabla N° 01. Acciones del gobierno nacional a raíz de la nominación de la Amazonia como Maravilla natural del mundo	28
Tabla N° 02. Acciones de mejora de infraestructura en muelles y puertos por parte del Gobierno Regional de Loreto	29
Tabla N° 03. Capacitaciones del Gobierno Regional de Loreto, a raíz de la nominación de la Amazonia como maravilla natural del mundo	32
Tabla N° 04. Acciones realizadas por la Municipalidad Provincial de Maynas, a raíz de la Nominación de la Amazonia como maravilla natural del mundo	34
Tabla N° 05. Tabla de datos para la prueba de hipótesis	36
Tabla N° 06. Tabla de datos para la prueba de hipótesis	38
Tabla N° 07. Tabla de datos para la prueba de hipótesis	40

INTRODUCCIÓN

Una de las actividades económicas que más está creciendo en los últimos años en el mundo es el turismo; el Perú no es ajeno a este crecimiento, representando una gran oportunidad para nuestro país. Uno de los acontecimientos donde el turismo llegó a la cumbre y estuvimos en los ojos de la humanidad, fue la elección de Machu Picchu como una de las siete nuevas maravillas del mundo.

Gracias a esta elección se generó un impacto positivo en el turismo en la ciudad de Cuzco, por ende en el Perú. Si bien es cierto un galardón de esta magnitud es de por sí muy importante, es también necesario que las autoridades tomen decisiones correctas y realicen acciones para atraer a los turistas antes, durante y después de la elección.

Posteriormente, la fundación New Seven Wonders realizó una elección similar, en la que se eligió las siete maravillas naturales del mundo, siendo la Amazonia una de las finalistas y después una de las ganadoras. Para esta elección se realizó una ardua campaña, encabezada en Perú por el Gobierno Regional de Loreto, trabajando en conjunto con el gobierno central y local, a fin de obtener la mayor cantidad de votos.

La presente investigación ha tenido como objetivo estudiar las acciones que se tomaron por los gobiernos central, regional y municipal, para atraer a los turistas a la ciudad de Iquitos, a partir de la nominación de la Amazonía como maravilla natural. La población de estudio está enfocada en los representantes de las diferentes empresas turísticas de la ciudad de Iquitos, como hoteles, restaurantes, operadores turísticos y agencias de viajes.

Los resultados reflejan escasas acciones por parte del gobierno central, regional y local, la mayoría de las personas encuestadas señalan que no se ha realizado ninguna actividad, ni se ha tomado ninguna decisión de mejora, seguido de un grupo que cree que se han realizado algunas actividades y se han tomado algunas decisiones, siendo el resultado más favorable, el referido a las acciones de promoción de la Amazonia.

Palabras claves: maravilla natural, Amazonia, acciones gubernamentales de promoción.

ABSTRACT

One of the economic activities that more is growing in the last years in the world is the tourism; Peru is not unaware to this growth, representing a great opportunity for our country. One of the events where the tourism reached the summit and we were in the humanity's eyes, it was the election of Machu Picchu like one of the new seven wonders of the world.

Thanks to this election, a positive impact was generated in the tourism of the Cuzco city and in Peru, too. Although a reward of this magnitude is very important for our country, it is also necessary that the authorities take right decisions and carry out actions to attract the tourists; before, during and after the election.

Later on, the New Seven Wonders foundation carried out a similar election, in which was chosen the seven wonders of nature around the world, being Amazon one of the finalists and later one of the winners. For this election, in Peru, the Regional Government of Loreto was carried out an arduous campaign, working together with the central and local government, with the purpose of obtaining the biggest quantity in votes.

This investigation has had as objective: to study the actions carried out by the central, regional and municipal government, to attract the tourists to Iquitos city, starting from the nomination of Amazon like a natural wonder. The study population is focused in the representatives of the different tourist companies of the Iquitos city like hotels, restaurants, tourist operators and travel agencies.

The results show poor actions by the central, regional and local government, most of interviewed people point out that government has not been carried out any activity, it has not taken any decision of improving, followed by a group which it believes that they have been carried out some activities and they have taken some decisions, being the most favorable result, the actions of Amazon's promotion.

Key words: natural wonder, Amazon, government actions of promotion.

1. PLANEAMIENTO DE LA INVESTIGACION.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROPÓSITO DE LA INVESTIGACIÓN.

La naturaleza¹ en el mundo está conformada por todo aquello vinculado a los organismos vivientes y al mundo físico que lo rodea. Por lo general, no incluye los objetos artificiales ni la intervención humana.

La naturaleza en su más amplia extensión está constituida por factores ambientales como lagos, quebradas, ríos, mares, montañas, valles, volcanes, y una diversidad de plantas y animales.

La riqueza natural que existe en el mundo es tan extensa, que en cada rincón del planeta se manifiesta a través de sus paisajes y biodiversidad. En el mundo se observan diferentes regiones naturales y entre las más importantes están la costa, sierra y selva, y tan solo cuatro países tienen el privilegio de contar con estas tres regiones, dentro de ellas está el Perú, junto a Colombia, Venezuela y Ecuador. Por tal motivo, el Perú es uno de los países más ricos en cuanto a naturaleza se refiere, siendo considerado como un país megadiverso.

Dourojeanni (2013), en su libro *Loreto Sostenible al 2021*, hace mención que el “Consejo Nacional del Ambiente, manifiesta que la diversidad biológica es el capital natural más valioso que posee el Perú, y este debe ser aprovechado desde varios enfoques, principalmente desde el turismo”.

El Perú cuenta con 24 departamentos, siendo Loreto el más extenso. Está situado en la parte nororiental del país. Su territorio ocupa una superficie de 36,9 millones de hectáreas, es decir el 51% de la región amazónica del Perú². Limita con el Ecuador, Colombia y Brasil, comparte el río más caudaloso del mundo con Brasil, y sus afluentes con los países antes mencionados además de Bolivia, Venezuela y las Guyanas. En este espacio geográfico se ubican lagos, quebradas, ríos y gran parte de una exuberante amazonia, los cuales resultan atractivos para el mundo.

¹ Diccionario Lexus 2002.

² Dourojeanni, Marc (2013) - Loreto sostenible al 2021-1ª Edición.

El Instituto de Investigación de la Amazonia Peruana - IIAP - registró en esta región 7.372 especies de plantas, 2.500 especies de mariposas diurnas, 697 especies de peces, 262 especies de batracios y anfibios, 806 especies de aves y 293 especies de mamíferos³. Deben existir muchas especies más, aún no registradas en el Perú o aún no conocidas por la ciencia.

Gentry (1988) en su publicación *Where have all the Ceibas gone? A case history of mismanagement of a tropical resource*, encontró cerca de 300 especies de árboles que se localizan en los alrededores de Iquitos.

Ortega (2010) en su artículo *Lista anotada de los peces de aguas continentales del Perú*, señala que el departamento de Loreto cuenta con la mayor riqueza ictiológica de agua dulce del Perú. Se estima que en el país existen 1.300 especies de peces de agua dulce.

Si no se invierte más en transformar los atractivos naturales contenidos en las áreas protegidas, en productos turísticos, se desperdiciará una oportunidad única que será bien aprovechada en otras regiones de la Amazonía.

En el mundo se vienen desarrollando acciones para promover la conversión de los atractivos naturales en productos turísticos, es el caso de las maravillas naturales. El 13 de agosto del 2012, la Amazonia fue galardonada como una de las “Siete Maravillas Naturales del Mundo”, por la fundación *New Seven Wonders*. Esta organización inicialmente fue una empresa privada, *New Open World Corporation*, siendo su presidente Bernard Weber, empresario Suizo-Canadiense, quien la creó en el año 2001. Su sede está en el Museo Heide-Weber en Zurich-Suiza. La comisión de esta fundación está constituida además por otras figuras como el actor Dennis Hooper, el escritor brasileño Paulo Coelho, el aeronauta suizo Bertrand Piccard y el ex director de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO⁴), Federico Mayor Zaragoza.

Hasta la actualidad se realizaron dos concursos, el primero para elegir las *Siete Nuevas Maravillas del Mundo* (2007), en la que Machu Picchu fue galardonada junto a otras seis como el Taj-Mahal, el Chichen Itzá, la Gran Muralla China, la Ciudad de Petra, el Cristo Redentor y el Coliseo de Roma.

³ Op. Cit., Dourojeanni, Marc (2013).

⁴ UNESCO-United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.

Posteriormente se eligió en el 2011, las Siete Maravillas Naturales del Mundo. En este evento, la Amazonia y su río emblemático fueron elegidos junto a otros seis atractivos naturales (las cataratas de Iguazú, la Bahía de Ha-long, Komodo, la Isla de Jeju, la montaña Mesa y el río subterráneo de Puerto Princesa). Este concurso mundial atrajo votos desde diversos lugares del mundo, todo ello mediante un sistema de votación virtual.

La elección constó de varias etapas: en su fase inicial se nominaron 454 postulantes; luego se realizó una segunda fase, en la cual la cantidad se redujo a 261, de estas quedaron 77, entre las cuales un panel de expertos eligió las 28 finalistas. Cabe señalar que esas 28 finalistas se sometieron a una votación abierta controlada por la web institucional de la marca, new7wonders.com, donde se estipulaba y publicaba las condiciones; además, se mostraba la evolución de la consulta. Finalmente, el 11 de noviembre del 2011 se dieron a conocer en un primer momento las 14 más votadas, y horas después las siete maravillas naturales del mundo. Esta elección es, sin duda, una nueva muestra del interés y la curiosidad que los habitantes del planeta tienen por la Amazonía, reiterando su enorme potencial turístico, actualmente tan desaprovechado en Loreto.

En un estudio desarrollado por **Prialé y Seminario** (2011), sobre el destino turístico Iquitos–río Amazonas (Loreto), denominado *Estudio sobre la rentabilidad social de las inversiones en el sector turismo en el Perú*, expresa que se debe tener en cuenta que la naturaleza de Loreto, a lo largo del Amazonas, es una marca de alta recordación, pero que los costos de verlo aún son altos, teniendo en cuenta las distancias respecto a los principales mercados emisores de turistas.

En el mismo estudio, los investigadores ratifican la importancia de lo que denomina el circuito Iquitos–río Amazonas, aunque también admiten que poco del desarrollo actual ha beneficiado a las poblaciones locales; pero, reiteran el gran potencial de Loreto para un desarrollo turístico considerable y beneficioso para todos los estamentos sociales. También afirman que el principal atractivo para el turista internacional que visita Loreto es la naturaleza amazónica y su población.

Sin duda alguna, esta expresión nos indica que debemos aprovechar el potencial turístico que existe en esta zona, especialmente utilizar la nominación de la Amazonia como maravilla natural, ya que ha generado mucha expectativa para el turismo en la región Loreto (industria hotelera, alimentación, artesanía, transporte, etc.), además del comercio.

Las empresas que tienen beneficio directo del turismo son los alojamientos, agencias de viajes y organizaciones de circuitos turísticos, restaurantes, cafés y otros establecimientos comerciales, ya que son estas las que brindan servicio directo al turista, y una mayor afluencia del turismo impactará en mayores ventas.

Si hubiese mayor demanda turística los hoteles realizarían también mejoras en sus servicios, incluyendo servicios complementarios que contribuyen en proporciones diferentes al resultado global de la unidad económica. Estos se incluyen en el establecimiento hotelero con la intención de que el turista tenga una estancia mucho más satisfactoria.

A nivel internacional, el turismo de naturaleza ha tenido un notable crecimiento. Se estima que este segmento de turismo puede representar actualmente el 15% del total de turistas y se encuentra en franco crecimiento. La región Loreto y el circuito Iquitos-río Amazonas, constituyen un destino de excelentes condiciones para este tipo de productos, puede ser en el corto plazo el segundo destino turístico en el Perú y estar muy cerca del primero en el mediano y largo plazo (**Prialé y Seminario, 2009**).

Loreto es una de las zonas con mayor biodiversidad en el mundo; sin embargo, este potencial no ha sido aprovechado. Esto puede cambiar si el gobierno promociona a la Amazonia como una alternativa de turismo de naturaleza, que es nuestra mayor potencialidad, y trabaja diversas actividades de desarrollo, infraestructura y capacidades.

En el cuadro N° 01, observamos los arribos de turistas nacionales y extranjeros desde el año 2007 hasta el año 2013, teniendo en cuenta que la nominación de la Amazonia como maravilla natural se llevó a cabo en el 2011; pero, se obtuvo el galardón en el 2012.

Se observa un mayor crecimiento de los turistas nacionales respecto a los extranjeros, desde el periodo 2007 al 2013 la llegada de nacionales creció en 172%, mientras la llegada de extranjeros solo creció en 21%.

Tomando como punto focal el año 2011, se observó en el 2012 una caída en la llegada de turistas nacionales y extranjeros, y con un ligero recupero en el 2013.

Cuadro N° 01. Arribos de turistas nacionales y extranjeros a la ciudad de Iquitos, periodo 2007-2013.

(Miles de personas).

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Nacionales	62.866	83.658	92.539	122.243	169.112	166.432	171.027
Índice 2007 = 100	100.0	133.0	147.2	194.5	269.0	264.8	272.0
Índice 2011 = 100	37.2	49.5	54.7	72.3	100.0	98.4	101.1
Extranjeros	38.529	45.773	42.372	45.299	52.856	44.948	46.631
Índice 2007 = 100	100.0	118.8	110.0	117.6	137.2	116.7	121.0
Índice 2011 = 100	72.9	86.6	80.2	85.7	100.0	85.0	88.2
Total	101.395	129.431	134.911	167.542	221.968	211.380	217.658
Índice 2007 = 100	100.0	127.7	133.0	165.2	218.9	208.5	214.7
Variación %	0.0	27.7	5.3	32.2	53.7	-10.4	6.2
Índice 2011 = 100	45.7	58.3	60.8	75.5	100.0	95.2	98.0
Variación %	-	12.6	2.5	14.7	24.5	-4.8	2.8

Fuente: Dirección Regional de Comercio Exterior, Turismo y Artesanía-DIRCETURA.

Elaboración: las autoras.

Asimismo, observando los totales, se aprecia que el arribo de turistas es creciente, teniendo su mayor auge en el 2011, llegando a crecer en 118.9% en este año respecto al año 2007. En el año 2012 hay una variación negativa de -4.8% respecto al año anterior, año de la elección de la Amazonia como maravilla natural.

En el cuadro N° 02, se observan los arribos de turistas nacionales y extranjeros de los cinco últimos meses del año 2011. En este cuadro se observa que las variaciones de los arribos presentan fluctuaciones tanto descendentes como ascendentes, y son los turistas nacionales los que muestran las cifras más altas en cuanto a arribos con un total de 71,793 a diferencia de los extranjeros con 24,296. Del total de arribos a la ciudad de Iquitos en los últimos cinco meses del año 2011 (año de la elección) se encuentran descensos en los meses de setiembre y noviembre, siendo el más crítico el mes de setiembre, con una variación negativa de -16.5% en los totales. A su vez en el mes de diciembre se alcanzó la variación más alta, obteniendo un 21.6%.

Tomando como punto focal el mes de noviembre (mes de la elección), observamos la variación porcentual mensual más baja en setiembre, siendo esta -18.3%, seguido del mes de noviembre, con una variación porcentual negativa de -9.2% respecto al mes anterior; de igual forma se describe la variación porcentual mensual más alta en diciembre, creciendo en un 24.0% respecto al mes de noviembre.

Cuadro N° 02. Arribos de turistas nacionales y extranjeros a la ciudad de Iquitos, periodo agosto-diciembre 2011.
(Miles de personas).

	2011				
	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Nacionales	14,987	12,342	14,678	13,243	16,543
Índice agosto=100	100.0	82.4	97.9	88.4	110.4
Variación %	0.0	-17.6	15.5	-9.5	22.0
Extranjeros	4,876	4,254	4,867	4,654	5,645
Índice agosto=100	100.0	87.2	99.8	95.4	115.8
Variación %	0.0	-12.8	12.6	-4.4	20.4
Total	19,863	16,596	19,545	17,897	22,188
Índice agosto=100	100.0	83.5	98.4	90.1	111.7
Variación %	0.0	-16.5	14.9	-8.3	21.6
Índice noviembre=100	111.0	92.7	109.2	100.0	124.0
Variación %	-	-18.3	16.5	-9.2	24.0

Fuente: Dirección Regional de Comercio Exterior, Turismo y Artesanía-DIRCETURA
Elaboración: las autoras.

Monzón (2012), en su artículo titulado *Yván Vásquez: El turismo receptivo en Loreto - Perú va a crecer un 15%*, señala que para Jean Paul de la Fuente, director de la Fundación New7wonders, habrá un impacto en el fenómeno turístico y que en otros lugares ha habido un crecimiento de 10, 20, 30% anual. En su mismo artículo, señala que el funcionario mencionado sustenta que: “en el último trimestre del año después de la nominación hemos crecido un 12%. Ahora, conservadoramente, hemos proyectado crecer un 10% más este año. Sin embargo, yo estoy seguro que vamos a pasar el 15%”.

Las cifras manifestadas por el presidente del Gobierno Regional de Loreto (GOREL) no se ajustan a la realidad de acuerdo a la información proporcionada por la DIRCETURA (ver cuadros N° 01 y 02).

Toda esta información motiva el interés de realizar investigaciones para conocer porqué están ocurriendo estos hechos.

Se estima que el trabajo de mejora de un destino turístico comprende políticas públicas en cuanto al cuidado de la geografía, acciones del Estado para promover mayores inversiones de la actividad privada, por ejemplo en la mejora de infraestructura hotelera y sus servicios, así como la calidad del servicio que se brinda en los restaurantes, entre otros aspectos.

Se hace necesario un mejor y más frecuente transporte aéreo, de transporte fluvial seguro, de un tránsito mejor organizado, ornato y limpieza en la ciudad, etc.

Debe ser un requisito fundamental certificar la calidad de los establecimientos turísticos (hoteles, restaurantes, lodges, albergues, etc.), a través de la fiscalización correspondiente, también es necesario realizar capacitaciones constantes con el fin de brindar un servicio adecuado a los turistas.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROPÓSITO DE LA INVESTIGACIÓN.

El problema descrito se resume en la siguiente interrogante general:

¿Cuáles son las acciones que han realizado los gobiernos central, regional y municipal para atraer a los turistas a la ciudad de Iquitos, a partir de la Amazonía como maravilla natural, periodo 2014?

Las interrogantes específicas son las siguientes:

¿Cuáles son las acciones que ha realizado el gobierno central para atraer a los turistas a la ciudad de Iquitos, a partir de la Amazonía como maravilla natural, periodo 2014?

¿Cuáles son las acciones que ha realizado el gobierno regional para atraer a los turistas a la ciudad de Iquitos, a partir de la Amazonía como maravilla natural, periodo 2014?

¿Cuáles son las acciones que ha realizado el gobierno municipal-provincial para atraer a los turistas a la ciudad de Iquitos, a partir de la Amazonía como maravilla natural, periodo 2014?

1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.

1.3.1 OBJETIVO GENERAL.

Estudiar las acciones que se tomaron por los gobiernos central, regional y municipal, para atraer a los turistas a la ciudad de Iquitos, a partir de la nominación de la Amazonía como maravilla natural, periodo 2014.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

Estudiar las acciones que se tomaron por el gobierno central para atraer a los turistas a la ciudad de Iquitos, a partir de la nominación de la Amazonía como maravilla natural, periodo 2014.

Estudiar las acciones que se tomaron por el gobierno regional para atraer a los turistas a la ciudad de Iquitos, a partir de la nominación de la Amazonía como maravilla natural, periodo 2014.

Estudiar las acciones que se tomaron por el gobierno municipal-provincial para atraer a los turistas a la ciudad de Iquitos, a partir de la nominación de la Amazonía como maravilla natural, periodo 2014.

1.4 HIPÓTESIS.

1.4.1 HIPÓTESIS GENERAL.

Se observan escasas acciones de los gobiernos central, regional y municipal, en los diferentes sectores involucrados para atraer a los turistas a la ciudad de Iquitos, a partir de la nominación de la Amazonía como maravilla natural, periodo 2014.

1.4.2 HIPÓTESIS ESPECÍFICAS.

Se observan escasas acciones del gobierno central, en los diferentes sectores involucrados para atraer a los turistas a la ciudad de Iquitos, a partir de la nominación de la Amazonía como maravilla natural, periodo 2014.

Se observan escasas acciones del gobierno regional, en los diferentes sectores involucrados para atraer a los turistas a la ciudad de Iquitos, a partir de la nominación de la Amazonía como maravilla natural, periodo 2014.

Se observan escasas acciones del gobierno municipal-provincial, en los diferentes sectores involucrados para atraer a los turistas a la ciudad de Iquitos, a partir de la nominación de la Amazonía como maravilla natural, periodo 2014.

1.5 OPERACIONALIZACIÓN DE LA HIPÓTESIS.

Variable de estudio	Indicadores	Índices
Acciones del Estado	1. Acciones del gobierno central	1.1 Decisión política. 1.2 Programas sociales. 1.3 Seguridad. 1.4 Promoción.
	2. Acciones del gobierno regional	2.1 Infraestructura. 2.2 Promoción. 2.3 Capacitaciones.
	3. Acciones del gobierno municipal-provincial.	3.1 Limpieza. 3.2 Infraestructura. 3.3 Seguridad.

1.6 IDENTIFICACIÓN DEL MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.

En la presente investigación usamos el diseño no experimental de tipo descriptivo, pues se describen las acciones que realizan los gobiernos central, regional y municipal para atraer a los turistas a la ciudad de Iquitos, a partir de la nominación de la Amazonia como maravilla natural.

Se aplicó el instrumento de recolección de datos a empresarios del sector turismo, quienes son personas vinculadas a la actividad turística.

1.7 MARCO POBLACIONAL Y POBLACIÓN.

La población que utilizamos para conocer la opinión sobre las acciones que realizaron los gobiernos central, regional y municipal para atraer a los turistas a la ciudad de Iquitos, a partir de la nominación de la Amazonia como maravilla natural; está enfocada en los representantes de las diferentes empresas turísticas de la ciudad de Iquitos (hoteles, restaurantes, operadores turísticos y agencias de viajes).

1.8 MARCO MUESTRAL Y MUESTRA.

Las personas que constituyen la muestra de estudio se seleccionaron tomando los siguientes criterios:

- a) Método. No probabilístico e intencional.
- b) Ubicación. Personas que realizan actividades empresariales de turismo en la ciudad de Iquitos.
- c) Conglomerado. Se consideraron los siguientes segmentos.

	Cantidad
Hoteles	10
Restaurantes	10
Agencias de viajes y operadores turísticos.	10

1.9 FUENTES DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

En la presente investigación utilizamos fuentes primarias y secundarias, para llevar a cabo la recolección de datos.

Fuentes primarias.

- a) Estos datos fueron recolectados mediante la observación de las actividades realizadas por las autoridades políticas tanto a nivel nacional, regional y municipal, obtenidas a través de conversaciones realizadas con funcionarios del Gobierno Regional de Loreto y de la Municipalidad Provincial de Maynas.
- b) Del mismo modo, utilizamos el instrumento encuesta, dirigido a los directivos de las empresas turísticas, quienes nos facilitaron la información.

Fuentes secundarias.

Dentro de estas fuentes se encuentran las páginas web, los libros y artículos relacionados al tema de estudio, destacando:

- a) La observación de los reportes estadísticos de flujos de turistas desde el año 2007 al 2013.
- b) Tesis relacionadas al sector de estudio.
- c) Libros relacionados al sector turismo y sobre la Amazonia.
- d) Artículos periodísticos relacionados al tema de investigación.

2. MARCO TEÓRICO.

2.1. TEORÍAS RELACIONADAS AL SECTOR DE ESTUDIO.

El sector de estudio es el turismo, el cual es considerado como una industria que tiene por objeto satisfacer las necesidades de los turistas; puede definirse como el conjunto de acciones que una persona lleva a cabo mientras viaja y pernocta en un sitio diferente al de su residencia habitual, por un periodo consecutivo inferior a un año. Con el transcurso del tiempo el turismo ha ido evolucionando y mejorando sus servicios, creándose de esta forma productos turísticos basados en los gustos y necesidades de los turistas.

De La Colina (2009), en su publicación *Marketing Turístico*, comenta que el producto turístico es principalmente un conjunto de servicios, compuesto por una mezcla o combinación de elementos de la industria turística. Y dentro de sus características señala:

- a) La intangibilidad. Se deduce del hecho de que las características de las componentes de un producto turístico no se pueden testar por medio de los sentidos. Los turistas generan expectativas, imaginan cómo es el producto, qué uso le darán, y qué resultados esperan obtener.
- b) Caducidad. Los productos turísticos no se pueden almacenar.
- c) Agregabilidad y sustitutibilidad. El producto turístico se forma a partir de la agregación de varios componentes, alguno de los cuales se puede sustituir por otro de forma inmediata.
- d) Heterogeneidad. El producto turístico está formado por muchas partes, y condicionado por muchos factores.
- e) Subjetividad, individualidad, inmediatez y simultaneidad de producción y consumo. Es subjetivo porque depende de las condiciones en que estén los clientes y el prestatario en el momento del consumo. Las satisfacciones que produce son individuales y distintas de unas personas a otras. Su consumo es simultáneo a su fabricación real, de manera que el producto se crea realmente al mismo tiempo que se consume.

Borja et al (2002), en el libro *El consumidor turístico*, asevera que la correcta y priorizada selección de atributos nos permitirá diseñar correctamente el producto turístico a ofrecer, y a la vez nos dará orientaciones para realizar nuestra política de comunicación posterior.

La realización de un estudio completo multifactorial puede ser difícil y caro en determinados casos; sin embargo, esto no significa que no se pueda realizar de forma sencilla y menos costosa por métodos cuantitativos sencillos. Un segundo aspecto a tener en cuenta de la política de producto turístico es ponerle marca. El tercer factor es el de calidad, la cual es muy importante en un producto intangible sometido a un proceso racional de evaluación. Lograr calidad es lograr satisfacción.

De acuerdo a la publicación *Inversión Turística* realizada por el sector público como el Gobierno Regional de Loreto, la Municipalidad Provincial de Maynas, la Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Loreto, la DIRCETURA, etc.; se ratifica que el Perú cuenta con numerosos recursos turísticos y un rico legado histórico y cultural que le otorgan potencial para constituirse en un importante destino turístico, sin embargo, es necesario que estos recursos se conviertan en productos competitivos orientados a satisfacer los gustos y expectativas de los viajeros.

2.2. TEORÍAS RELACIONADAS AL TEMA DE ESTUDIO.

El tema de estudio está relacionado con las acciones del gobierno central, regional y municipal para atraer a los turistas a la ciudad de Iquitos, a partir de la nominación de la Amazonia como maravilla natural.

Por tal motivo fue necesario investigar sobre las acciones políticas (tanto nacionales como internacionales), de fomento del turismo y aprovechamiento de los recursos de una manera sostenible, usando las estrategias adecuadas para un mayor crecimiento turístico en esta zona. Es preciso señalar que estas políticas están relacionadas a la nominación de la Amazonia como maravilla natural, destacando el río Amazonas y la biodiversidad que abarca la misma.

Campo (2012), en su trabajo *Estrategias de marketing de destinos turísticos*, señala que el ámbito político-legal puede influir en la capacidad de actuación del sector turístico en al menos, dos niveles. En primer lugar, la política nacional del país condicionará la capacidad del destino para ofrecer el producto turístico y el riesgo percibido por el turista con relación a las vacaciones en dicho destino. En segundo lugar la política internacional también condicionará la capacidad de los mercados exteriores a tomar sus vacaciones en el destino en cuestión.

Política nacional:

- a) Estabilidad política y monetaria. El turismo requiere un entorno estable para que se establezca y se desarrolle. En general, la mayoría de los turistas tratan de evitar riesgos.
- b) Voluntad política de promover el turismo. Cada gobierno considera el turismo de diferente forma, en función del valor relativo y su función en la economía actual así como el potencial percibido de cara al futuro.
- c) Utilización de políticas para impulsar el turismo. El sector público ofrece diferentes alternativas para apoyar el turismo, tanto dirigido a empresas individuales o instrumentos dirigidos al sector en general.

Política internacional:

- a) Fuentes de financiación internacional. Muchos organismos internacionales están financiando planes de desarrollo turísticos, planes estratégicos, construcción de infraestructuras, etc.
- b) Globalización. Implica entre sus múltiples consecuencias la eliminación de barreras para los viajes internacionales.

Montiel (2003), en su investigación *El Turismo de Interior en el Desarrollo Socioeconómico de las Comarcas Forestales de la Comunidad Valenciana*, asevera que en las reuniones internacionales y documentos elaborados durante los últimos ocho años sobre la relación existente entre turismo y medio ambiente, se han realizado diferentes alusiones a la necesidad de integrar los objetivos de conservación de la naturaleza y el paisaje en las políticas de turismo y ocio, en aras de la sostenibilidad ecológica.

El turismo sostenible o sustentable es una forma amigable de turismo que está comprometido con el medio ambiente. Este tipo de turismo es cada vez más frecuente gracias a la concientización que se está logrando tanto en las empresas turísticas como en los turistas, mediante el cual se aprovechan los recursos naturales, paisajísticos, etc., para generar ingresos y empleo para los pobladores, mejorando así su calidad de vida, todo esto sin perjudicar el medio natural que nos rodea.

La Municipalidad Provincial de Maynas diseñó el *Plan de desarrollo urbano ciudad de Iquitos 2011 al 2021*, en el cual se plantean las siguientes visiones:

- a) Recuperar y fortalecer los aspectos funcionales, históricos, ambientales y culturales de la relación entre la ciudad y el sistema fluvial que la rodea (transporte, alimentación, recreación).
- b) Planificar un diseño de la ciudad que tenga en cuenta las relaciones entre la ciudad y el sistema fluvial que la rodea.
- c) Recuperar los aspectos históricos y emblemáticos presentes en la relación río-ciudad.
- d) Recuperar e implementar la cualidad natural y biológica del río.

También se proyecta que en el 2021, la ciudad de Iquitos será un centro productivo y comercial que ofrece servicios y productos competitivos aprovechando el nuevo contexto económico regional, Iniciativa para la Integración de la Infraestructura Regional Sur-Americana (IIRSA), sin renunciar a los parámetros de sostenibilidad ambiental, que tiene como objetivo dinamizar y ordenar el sistema productivo y comercial de la ciudad y su área de influencia en un contexto de competitividad y sostenibilidad.

Asimismo, señala que Iquitos será una ciudad con niveles apropiados de calidad ambiental urbana, los niveles de ruido, contaminación del aire, del agua y del suelo estarán por debajo de los límites máximos. Los servicios básicos y el acceso a la salud, educación, cultura y deporte están garantizados para todos los ciudadanos, y para ello se tienen los siguientes objetivos:

- a) Cobertura a toda la ciudad con los servicios básicos.
- b) Gestión de los residuos urbanos y recojo de basura.
- c) Promover y asegurar la salubridad y la seguridad ciudadana.
- d) Garantizar la calidad ambiental.
- e) Garantizar el derecho a la seguridad.
- f) Promover la educación con acciones de reforzamiento para impulsar la calidad educativa.
- g) Promover las actividades deportivas y recreativas.

El *Plan de Protección al Turista* del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR). En el rol de la red de protección al turista, las acciones con carácter preventivo, permiten identificar posibles situaciones y escenarios de riesgo y vulnerabilidad que podrían afectar el normal desarrollo de la actividad turística (Ley 29408, ley que regula la protección y defensa del turista).

Para mejorar la capacidad operativa de la policía de turismo, se ha suscrito un convenio marco y tres convenios específicos entre el MINCETUR y el MININTER⁵, para la adquisición de dos (02) lanchas patrulleras modelo policial “Iquitos” y “Nauta” para uso exclusivo de la policía de turismo de Loreto, por un monto ascendente a S/. 223,288.94.

⁵ Ministerio del Interior.

El rico y diverso patrimonio peruano requiere sumar a los atractivos turísticos, infraestructura de accesibilidad y conectividad que permita asegurar el normal desplazamiento de grupos organizados de turistas.

Según la Real Academia de la Lengua Española, seguridad en sentido amplio es calidad de seguro. A su vez define lo seguro como libre y exento de todo daño, peligro o riesgo. La seguridad, no solo se obtiene con la adopción de medidas encaminadas a evitar daños a la persona o bien protegido mediante acciones de respuesta, sino también con aquellas otras cuya finalidad sería evitar que el peligro o riesgo llegue a manifestarse, a través de la adopción de medidas de carácter preventivo.

La gestión del turismo articula el funcionamiento del sector público y privado, buscando la participación e integración de los Gobiernos Regionales, Locales y de los gremios representativos del Sector Turismo.

Asimismo, dentro del Plan de Protección al Turista 2010–2011 del MINCETUR, se define: “la seguridad ha de ser interpretada como un estado subjetivo que nos permite percibir que nos desplazamos en un espacio turístico exento de riesgos reales o potenciales. La percepción de inseguridad afecta negativamente a la experiencia turística e impacta negativamente en la imagen del destino”.

En el caso peruano, el MINCETUR, dentro de sus políticas que orienta el desarrollo sostenible del turismo en el Perú define: “la seguridad es un componente indispensable para el desarrollo de los productos y servicios turísticos. La cultura de seguridad es un elemento esencial en los destinos tanto para la calidad de vida de sus pobladores como para todos aquellos turistas que lo visitan”. Es decir al igual que sucede con la calidad, la seguridad se ha convertido en un referente básico para el desarrollo turístico del país.

Según **PROMPERU** (2013), en su artículo denominado *Empresarios de diversos países participan en FamTrip Río Amazonas 2013, en Iquitos*, señala que el FamTrip se retomó después de ocho años ya que lograron unir a empresarios de México, Estados Unidos, Francia y otros países de Europa a fin de dinamizar y fortalecer el flujo turístico en Loreto, a través del conocimiento personalizado de los diversos atractivos que ofrece la región.

El director regional de Comercio Exterior, Turismo y Artesanía de Loreto, Marciano Riva (2013), manifestó que intervinieron alrededor de 60 empresarios nacionales, con los cuales se desarrolló la rueda de negocios. “Lo más importante del famtrip es que conozcan nuestros destinos y servicios, con el propósito de que se incremente el turismo receptivo e interno en Loreto, entre el 15 y 20 por ciento, ya que hasta el presente mes aumentó en un 6 por ciento en relación con el año pasado”, puntualizó el funcionario.

2.3 MARCO CONCEPTUAL.

- a) **Atractivos turísticos:** conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico, que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista, provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. Este último se transforma de esta manera en un destino turístico. (Calderón, 2009).

- b) **Consejo Nacional del Ambiente:** el CONAM es la autoridad ambiental nacional del Perú. Tiene por finalidad planificar, promover, coordinar, controlar y velar por el ambiente y el patrimonio natural de la nación. Tiene como objetivo promover la conservación del ambiente a fin de coadyuvar al desarrollo integral de la persona humana sobre la base de garantizar una adecuada calidad de vida, propiciando el equilibrio entre el desarrollo socioeconómico, el uso sostenible de los recursos naturales y la conservación del ambiente. (Ley del Consejo Nacional del Ambiente N° 26410).

- c) **Destino turístico:** se denomina a una zona o área geográfica que es visitada por el turista, cuenta con límites de naturaleza física, de contexto político y de percepción por parte del mercado. Desde el punto de vista empresarial, tanto estratégico como organizativo, el perímetro del destino lo constituyen las relaciones que se edifican entre el conjunto de unidades productivas que participan en la actividad turística. (Francesc Valls, 2000).

- d) **Ecoturismo:** se refiere a los viajes que tienen como fin el realizar actividades recreativas de apreciación y conocimiento de la naturaleza a través del contacto con la misma. La Secretaría de Turismo (SECTUR), lo considera un producto turístico dirigido a aquellos turistas que disfrutan de la historia natural, y que desean apoyar y participar activamente en la conservación del medio ambiente. (Compendio de estadísticas ambientales, 2012).

- e) FamTrip: abreviatura de *familiarization trip*, también se conoce coloquialmente en el sector turístico tradicional como “viaje educativo”. Son viajes de cortesía que se ofrecen a periodistas, operadores turísticos o agencias de viajes para que puedan vivir la experiencia de un destino turístico en primera persona. El objetivo de estos viajes es lograr un mejor conocimiento del producto y una relación más cercana, mejorando la comercialización futura. (María de Juan, 2013).
- f) Plan de protección al turista: tiene carácter preventivo, permite identificar posibles situaciones y escenarios de riesgo y vulnerabilidad, que podrían afectar el normal desarrollo de la actividad turística. (Ley 29408, Red de Protección al Turista).
- g) Producto turístico: es el conjunto de combinaciones e interacción sinérgica de múltiples prestaciones, tangibles e intangibles, que se ofrecen a un consumidor llamado turista durante toda su experiencia y hacia un espacio o destino deseado, con el objetivo de satisfacer sus necesidades y deseos. (Pons, 2000).
- h) Promoción turística: hace referencia a la difusión de un lugar como destino para los turistas. En concreto, hay que establecer que todo proyecto de promoción turística puede abarcar una gran variedad de objetivos. (Organización Mundial del Turismo, 1998).
- i) Recursos turísticos: todo elemento material que tiene capacidad, por sí mismo o en combinación con otros, para atraer visitantes a una determinada localidad o zona. Por lo tanto, no lo son sólo los atractivos naturales, sino también aquellos otros contruidos por el hombre. (Vogeler y Hernández, 2002).
- j) Seguridad informativa: sistema de comunicación que permite el conocimiento de la oferta turística. (GRÜNEWALD, 2002).
- k) Seguridad pública: sistema que permite el libre desplazamiento del turista por el destino, disminuyendo el porcentaje de situaciones de conflicto, principalmente los hechos delictivos, casos de robos, hurtos y los accidentes. (GRÜNEWALD, 2002).

- l) Seguridad social: sistema que permite el libre desplazamiento del turista por el destino ante problemas sociales como movilizaciones, huelgas, etc. (GRÜNEWALD, 2002).
- m) Seguridad turística: se refiere a la protección de la vida, salud, integridad física, psicológica y económica de los visitantes, prestadores de servicios y miembros de las comunidades receptoras. (GRÜNEWALD, 2002).
- n) Turismo de aventura: son los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza con diversas actividades agrupadas de acuerdo al espacio natural en que se desarrollan. El turista puede encontrar y satisfacer su búsqueda por mejorar su condición física, reducir la tensión y por lo tanto mejorar su estado emocional y físico, así como vivir la experiencia de “logro” al superar un reto impuesto por la naturaleza, en donde la experiencia es sólo entre la naturaleza y el turista, por lo tanto quedan excluidas las competencias deportivas o denominadas actividades “extremas”, en donde el reto es contra el tiempo o contra el hombre mismo. (Compendio de estadísticas ambientales, 2012).
- o) Turismo de naturaleza: se refiere, a los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales. (Instituto Ecuatoriano Forestal y de Áreas Naturales - INEFAN, 1998).
- p) Turismo rural: viajes que tienen como fin realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de la misma. El propósito es experimentar el encuentro con las diferentes formas de vivir de las comunidades que habitan en un ambiente rural y además sensibilizar sobre el respeto y valor de su identidad cultural. (Compendio de estadísticas ambientales, 2012).

- q) Turismo sostenible: aquellas actividades turísticas respetuosas con el medio natural, cultural y social, con los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, donde la relación entre el turista y la comunidad es justa, los beneficios de la actividad se reparten de forma equitativa, y donde los visitantes tienen una actitud verdaderamente participativa en su experiencia de viaje. (SECTUR).

3. RESULTADOS DE LA INVESTIGACION.

El cuadro N°03, hace referencia a las labores desarrolladas por el gobierno nacional, que presenta los siguientes resultados.

Se encontró que se han realizado pocas acciones de mejora en este nivel de gobierno para darle continuidad a la nominación de la Amazonía como maravilla natural.

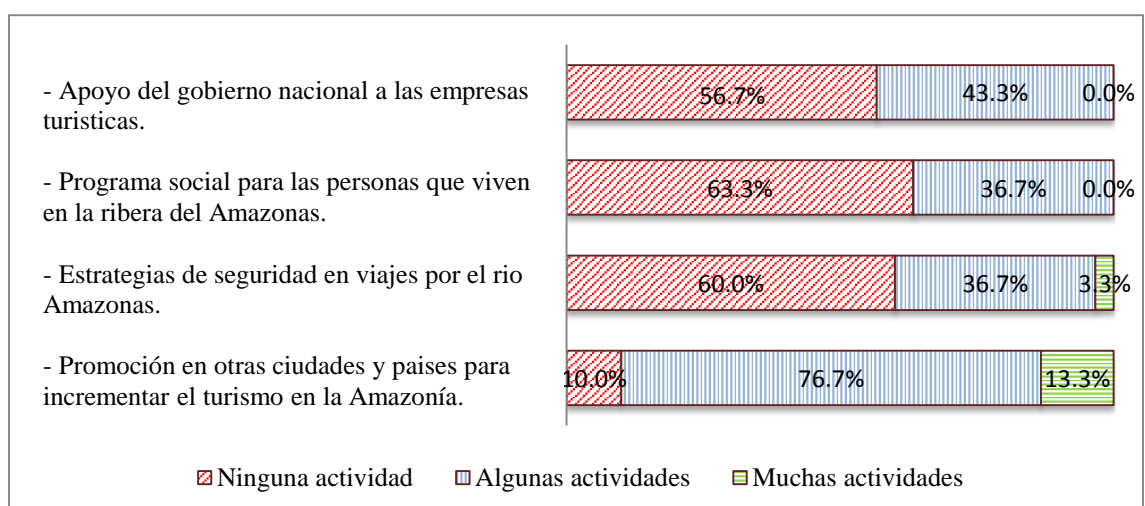
Para el apoyo del gobierno nacional a las empresas turísticas, un 56.7% de los encuestados señalan que no se ha realizado ninguna actividad.

Cerca de las dos terceras partes de los encuestados, el 63.3%, manifiesta que no se trabajó ningún programa social para las personas que viven en la ribera del Amazonas.

En cuanto a estrategias de seguridad que debe brindarse en los viajes que se realizan en la cuenca Amazónica, se observa que el 60% de la población encuestada señala que no se ha realizado ninguna estrategia.

Observando las medidas estadísticas, como la media, se tiene un mejor performance en el tema de la promoción en otras ciudades y países para incrementar el turismo en la Amazonía, tarea que está a cargo de PromPerú, donde el 76.7% de los encuestados manifiesta que se han realizado algunas actividades.

Cuadro N° 03. Acciones del gobierno nacional a raíz de la nominación de la Amazonía como maravilla natural del mundo.



Fuente: cuestionario aplicado en el mes de febrero del 2015, ciudad de Iquitos.
Elaboración: las autoras.

Tabla N° 01. Acciones del gobierno nacional a raíz de la nominación de la Amazonia como maravilla natural del mundo.

	Respuestas en escala de Likert			Total	Moda	Media
	a	B	C			
– Apoyo del gobierno nacional a las empresas turísticas.	56.7%	43.3%	0.0%	100.0%	1	1.43
– Programa social para las personas que viven en la ribera del Amazonas.	63.3%	36.7%	0.0%	100.0%	1	1.37
– Estrategia de seguridad en viajes por el río Amazonas.	60.0%	36.7%	3.3%	100.0%	1	1.43
– Promoción en otras ciudades y países para incrementar el turismo en la Amazonia.	10.0%	76.7%	13.3%	100.0%	2	2.03

Fuente: cuestionario aplicado en el mes de febrero del 2015, ciudad de Iquitos.

Elaboración: las autoras.

Leyenda:

Alternativa *a*: ninguna actividad.

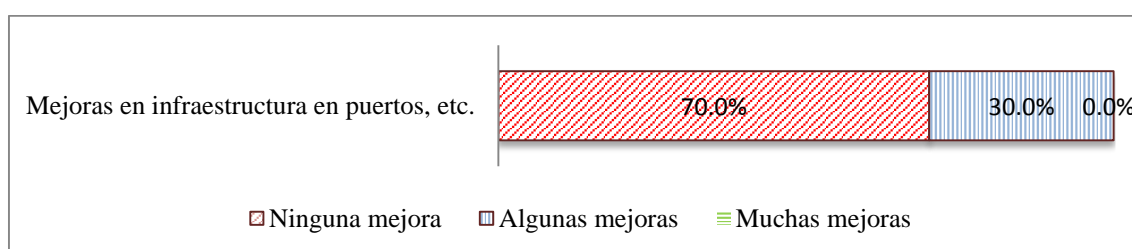
Alternativa *b*: algunas actividades.

Alternativa *c*: muchas actividades.

El gobierno regional, presenta menos resultados de apoyo para darle continuidad a las acciones de mejora en infraestructura en puertos, muelles u otros.

La infraestructura que se necesita en los puertos, se basa principalmente en escaleras, balsas flotantes de recepción, servicios higiénicos y contenedores para arrojar basura evitando así la contaminación; sin embargo, los resultados que se sustentan en la observación que hemos realizado en la ciudad de Iquitos, señalan ninguna mejora.

Cuadro N° 04. Acciones de mejora de infraestructura en muelles y puertos por parte del Gobierno Regional de Loreto.



Fuente: cuestionario aplicado en el mes de febrero del 2015, ciudad de Iquitos.
Elaboración: las autoras.

Tabla N° 02. Acciones de mejora de infraestructura en muelles y puertos por parte del Gobierno Regional de Loreto.

	Respuestas en escala de Likert			Total	Moda	Media
	a	b	C			
- Mejoras en infraestructura en puertos, etc.	70.0%	30.0%	0.0%	100.0%	1	1.30

Fuente: cuestionario aplicado en el mes de febrero del 2015, ciudad de Iquitos.
Elaboración: las autoras.

Leyenda:

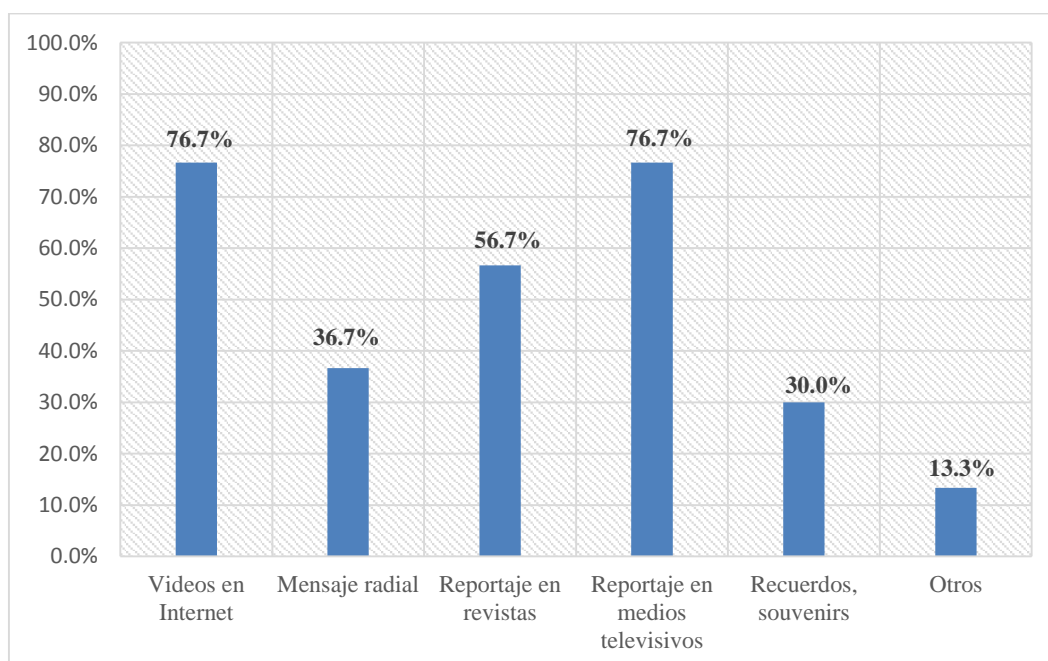
- Alternativa a: ninguna mejora.
- Alternativa b: algunas mejoras.
- Alternativa c: muchas mejoras.

En el cuadro N° 05, se presentan acciones de promoción que ha realizado el Gobierno Regional de Loreto. Los más altos porcentajes son los reportajes por medios televisivos y los videos en internet, ambos con el 76.7%.

Cabe señalar que el fomento a través de internet tiene un reducido costo, medio que resulta más viable y factible.

Cuadro N° 05: Acciones publicitarias para promocionar la Amazonia.

(Respuestas múltiples).



Fuente: cuestionario aplicado en el mes de febrero del 2015, ciudad de Iquitos.

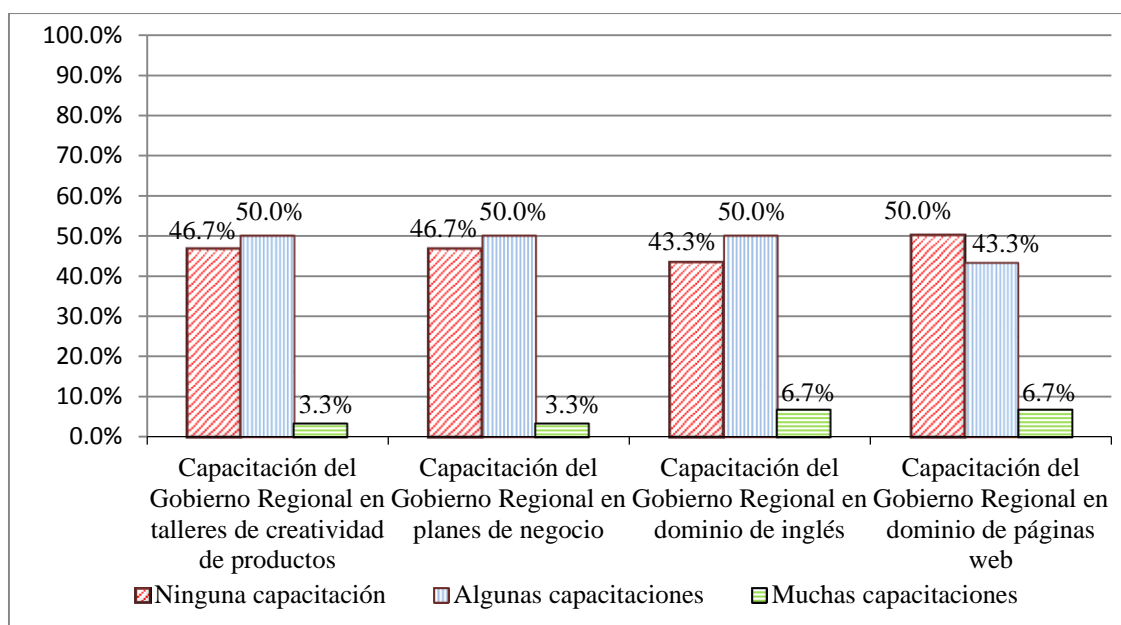
Elaboración: las autoras.

Dentro de las actividades que corresponde realizar al Gobierno Regional de Loreto, podemos rescatar las capacitaciones en talleres de creatividad de productos, en planes de negocio, en dominio de inglés y en dominio de páginas web.

Se observa que un 50% de los encuestados, señaló que el gobierno regional ha realizado algunas capacitaciones en cuanto a los tres primeros ítems, seguido por un 46.7% referente a los dos primeros ítems que señalan que no se ha realizado ninguna capacitación; en el tercer ítem, un 43.3% indica que tampoco se ha realizado ninguna capacitación.

Finalmente, un 50% de la población encuestada refiere que no se ha realizado ninguna capacitación en relación al último ítem, que hace referencia a las capacitaciones en dominio de páginas web. En promedio, los encuestados optaron por la alternativa “b” y “c”, es decir algunas capacitaciones y ninguna capacitación respectivamente, siendo una minoría de 3.3% (ítems 1 y 2) y 6.7% (ítems 3 y 4) que elige la alternativa “c” equivalente a muchas capacitaciones.

Cuadro N° 06. Capacitaciones del Gobierno Regional de Loreto, a raíz de la nominación de la Amazonia como maravilla natural del mundo.



Fuente: cuestionario aplicado en el mes de febrero del 2015, ciudad de Iquitos.
Elaboración: las autoras.

Tabla N° 03. Capacitaciones del Gobierno Regional de Loreto, a raíz de la nominación de la Amazonia como maravilla natural del mundo.

Respuestas en escala Likert

<i>Acciones del gobierno regional</i>	<i>a</i>	<i>b</i>	<i>c</i>	<i>Total</i>	<i>Moda</i>	<i>Media</i>
– Capacitación del Gobierno Regional en talleres de creatividad de productos.	46.7%	50.0%	3.3%	100.0%	2	1.57
– Capacitación del Gobierno Regional en planes de negocio.	46.7%	50.0%	3.3%	100.0%	2	1.57
– Capacitación del Gobierno Regional en dominio de inglés.	43.3%	50.0%	6.7%	100.0%	2	1.63
– Capacitación del Gobierno Regional en dominio de páginas web.	50.0%	43.3%	6.7%	100.0%	1	1.57

Fuente: cuestionario aplicado en el mes de febrero del 2015, ciudad de Iquitos.

Elaboración: las autoras.

Leyenda:

Alternativa *a*: ninguna capacitación.

Alternativa *b*: algunas capacitaciones.

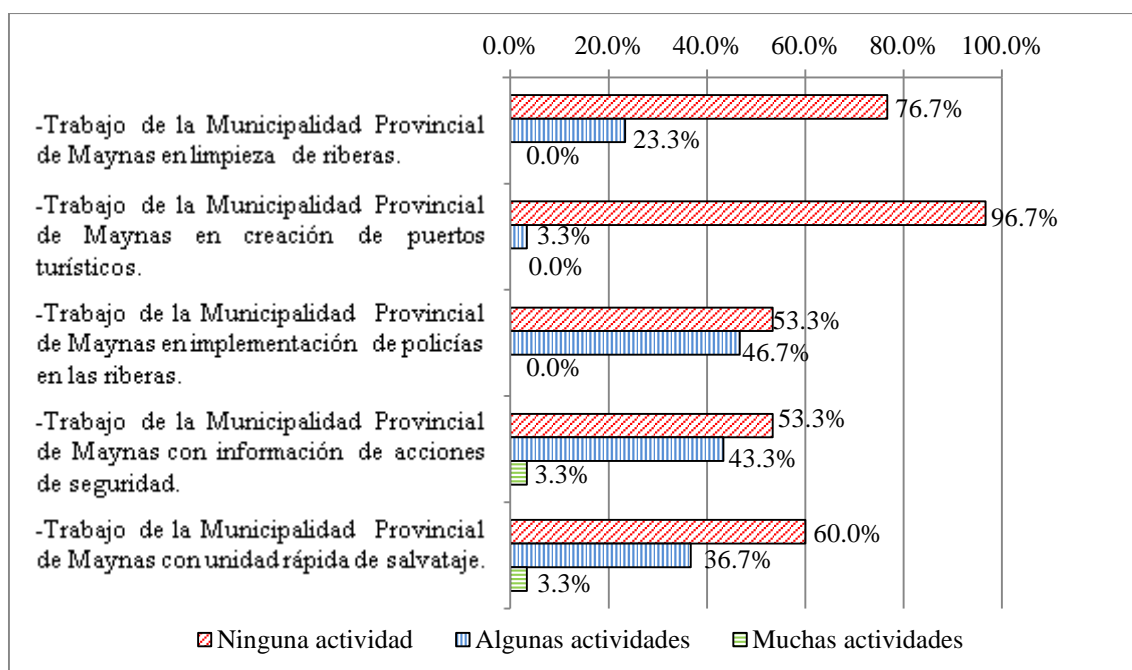
Alternativa *c*: muchas capacitaciones.

La Municipalidad Provincial de Maynas, cumple un rol fundamental para el crecimiento del sector turístico, es por ello que se consideran las actividades más resaltantes que están a cargo del municipio para fomentar el turismo a partir de la nominación de la Amazonia como maravilla natural.

Tomando los datos de la tabla N° 04, la moda de la población encuestada señala que la alternativa con mayor demanda es la “a” equivalente a ninguna actividad, siendo un 76.7% de los encuestados los que refieren que no se ha realizado ninguna actividad en cuanto a limpieza de ribera, un 96.7% en creación de puertos turísticos, un 53.3% a la implementación de policías en las riberas y en información de acciones de seguridad, y en un 60% referente a la unidad rápida de salvataje.

La segunda respuesta más común es la alternativa “b” que equivale a algunas actividades, y finalmente en cuanto a información de acciones de seguridad y unidad rápida de salvataje, equivalente a un 3.3% de la población encuestada, señala que se han realizado muchas actividades.

Cuadro N° 07: Acciones realizadas por la Municipalidad Provincial de Maynas, a raíz de la nominación de la Amazonia como maravilla natural del mundo.



Fuente: cuestionario aplicado en el mes de febrero del 2015, ciudad de Iquitos.
Elaboración: las autoras.

Tabla N° 04: Acciones realizadas por la Municipalidad Provincial de Maynas, a raíz de la nominación de la Amazonia como maravilla natural del mundo.

Respuestas en escala Likert

<i>Acciones de la Municipalidad Provincial de Maynas</i>	<i>a</i>	<i>b</i>	<i>c</i>	<i>Total</i>	<i>Moda</i>	<i>Media</i>
▪ Trabajo de la Municipalidad Provincial de Maynas en limpieza de riberas.	76.7%	23.3%	0.0%	100.0%	1	1.23
▪ Trabajo de la Municipalidad Provincial de Maynas en creación de puertos turísticos.	96.7%	3.3%	0.0%	100.0%	1	1.03
▪ Trabajo de la Municipalidad Provincial de Maynas en implementación de policías en las riberas.	53.3%	46.7%	0.0%	100.0%	1	1.47
▪ Trabajo de la Municipalidad Provincial de Maynas con información de acciones de seguridad.	53.3%	43.3%	3.3%	100.0%	1	1.50
▪ Trabajo de la Municipalidad Provincial de Maynas con unidad rápida de salvataje.	60.0%	36.7%	3.3%	100.0%	1	1.43

Fuente: cuestionario aplicado en el mes de febrero del 2015, ciudad de Iquitos.

Elaboración: las autoras.

Leyenda:

Alternativa *a*: ninguna actividad.

Alternativa *b*: algunas actividades.

Alternativa *c*: muchas actividades.

4. PRUEBA DE HIPÓTESIS.

Probar estadísticamente las escasas acciones de los gobiernos central, regional y municipal, en los diferentes sectores involucrados para atraer a los turistas a la ciudad de Iquitos, a partir de la nominación de la Amazonía como maravilla natural, periodo 2014.

Se realizan las siguientes pruebas de hipótesis:

Primera prueba: Probar estadísticamente las escasas acciones del gobierno central, en los diferentes sectores involucrados para atraer a los turistas a la ciudad de Iquitos, a partir de la nominación de la Amazonía como maravilla natural, periodo 2014.

Segunda prueba: Probar estadísticamente las escasas acciones del gobierno regional, en los diferentes sectores involucrados para atraer a los turistas a la ciudad de Iquitos, a partir de la nominación de la Amazonía como maravilla natural, periodo 2014.

Tercera prueba: Probar estadísticamente las escasas acciones del gobierno municipal-provincial, en los diferentes sectores involucrados para atraer a los turistas a la ciudad de Iquitos, a partir de la nominación de la Amazonía como maravilla natural, periodo 2014.

4.1 PRIMERA PRUEBA DE HIPÓTESIS.

Probar estadísticamente las escasas acciones del gobierno central, en los diferentes sectores involucrados para atraer a los turistas a la ciudad de Iquitos, a partir de la nominación de la Amazonía como maravilla natural, periodo 2014.

Tabla N° 05: Tabla de datos para la prueba de hipótesis.

	Promedio	Desviación standard
Apoyo del gobierno nacional a las empresas turísticas.	1.43	0.49
Programa social para las personas que viven en la ribera del Amazonas	1.37	0.46
Estrategia de seguridad en viajes por el rio Amazonas.	1.43	0.52
Promoción en otras ciudades y países para incrementar el turismo en la Amazonia.	2.03	0.26
Promedio.	1.57	0.43

1. Se establece las hipótesis nula y alternativa:

$H_0: U < 2.0$: Se observan escasas acciones del gobierno central, en los diferentes sectores involucrados para atraer a los turistas a la ciudad de Iquitos, a partir de la nominación de la Amazonía como maravilla natural, periodo 2014.

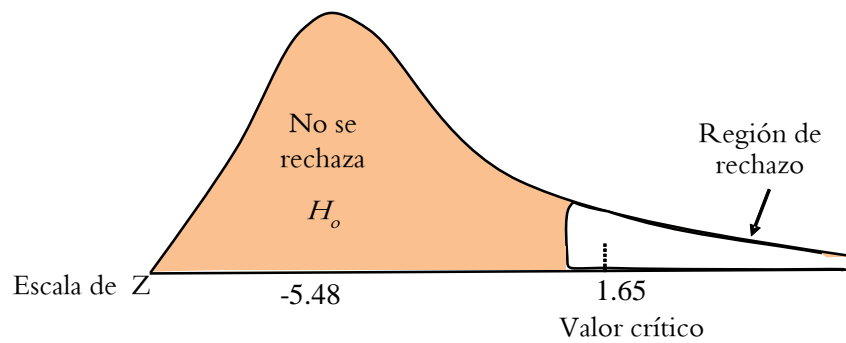
$H_1: U \geq 2.0$: No se observan escasas acciones del gobierno central en los diferentes sectores involucrados para atraer a los turistas a la ciudad de Iquitos, a partir de la nominación de la Amazonía como maravilla natural, periodo 2014.

2. Nivel de significancia: 0.05. Es la probabilidad de un error de Tipo 1, que es la probabilidad de que se rechace una hipótesis nula cuando en realidad es verdadera.

3. Prueba estadística:

$$z = \frac{\bar{X} - \mu}{\sigma / \sqrt{n}}$$

4. Regla de decisión:



$$Z = \frac{1.57 - 2.0}{0.43 / \sqrt{30}} = -5.48$$

5. Se tomó la decisión de aceptar la hipótesis nula. Esto significa, que se observan escasas acciones por parte del gobierno central.

4.2 SEGUNDA PRUEBA DE HIPÓTESIS.

Probar estadísticamente las escasas acciones del gobierno regional, en los diferentes sectores involucrados para atraer a los turistas a la ciudad de Iquitos, a partir de la nominación de la Amazonía como maravilla natural, periodo 2014.

Tabla N° 06: Tabla de datos para la prueba de hipótesis.

	Promedio	Desviación standard
Mejoras en infraestructura en puertos, etc.	1.30	0.42
Capacitación del Gobierno Regional en talleres de creatividad de productos.	1.57	0.53
Capacitación del Gobierno Regional en planes de negocio.	1.57	0.53
Capacitación del Gobierno Regional en dominio de inglés.	1.63	0.55
Capacitación del Gobierno Regional en dominio de páginas web.	1.57	0.57
Promedio.	1,53	0,52

1. Se establece las hipótesis nula y alternativa:

H_0 : $U < 2.0$: Se observan escasas acciones del gobierno regional, en los diferentes sectores involucrados para atraer a los turistas a la ciudad de Iquitos, a partir de la nominación de la Amazonía como maravilla natural, periodo 2014.

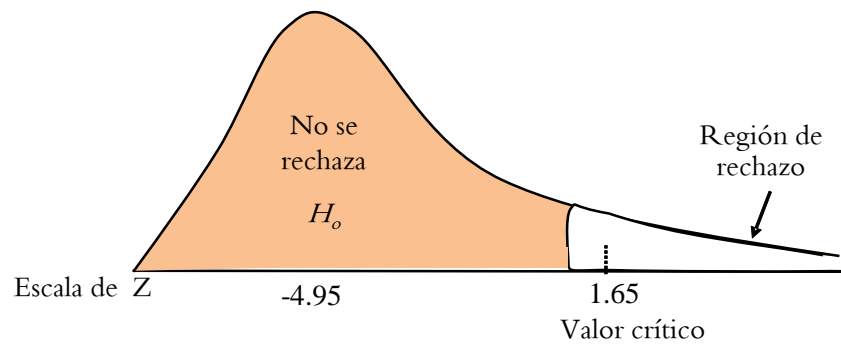
H_1 : $U \geq 2.0$: No se observan escasas acciones del gobierno regional, en los diferentes sectores involucrados para atraer a los turistas a la ciudad de Iquitos, a partir de la nominación de la Amazonía como maravilla natural, periodo 2014.

2. Nivel de significancia: 0.05. Es la probabilidad de un error de Tipo 1, que es la probabilidad de que se rechace una hipótesis nula cuando en realidad es verdadera.

3. Prueba estadística:

$$z = \frac{\bar{X} - \mu}{\sigma / \sqrt{n}}$$

4. Regla de decisión:



$$Z = \frac{1.53 - 2.0}{0.52 / \sqrt{30}} = -4.95$$

5. Se tomó la decisión de aceptar la hipótesis nula. Esto significa que se observan escasas acciones por parte del gobierno regional.

4.3 TERCERA PRUEBA DE HIPÓTESIS.

Probar estadísticamente las escasas acciones del gobierno municipal-provincial, en los diferentes sectores involucrados para atraer a los turistas a la ciudad de Iquitos, a partir de la nominación de la Amazonía como maravilla natural, periodo 2014.

Tabla N° 07: Tabla de datos para la prueba de hipótesis.

	Promedio	Desviación standard
Trabajo de la Municipalidad Provincial de Maynas en limpieza de riberas.	1.23	0.36
Trabajo de la Municipalidad Provincial de Maynas en creación de puertos turísticos.	1.03	0.06
Trabajo de la Municipalidad Provincial de Maynas en implementación de policías en las riberas.	1.47	0.50
Trabajo de la Municipalidad Provincial de Maynas con información de acciones de seguridad.	1.50	0.53
Trabajo de la Municipalidad Provincial de Maynas con unidad rápida de salvataje.	1.43	0.52
Promedio.	1,33	0,39

1. Se establece las hipótesis nula y alternativa:

H_0 : $U < 2.0$: Se observan escasas acciones del gobierno municipal-provincial, en los diferentes sectores involucrados para atraer a los turistas a la ciudad de Iquitos, a partir de la nominación de la Amazonía como maravilla natural, periodo 2014.

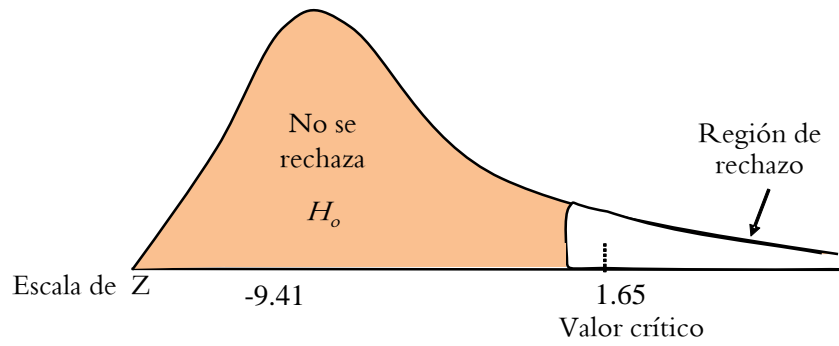
H_1 : $U \geq 2.0$: No se observan escasas acciones del gobierno municipal-provincial, en los diferentes sectores involucrados para atraer a los turistas a la ciudad de Iquitos, a partir de la nominación de la Amazonía como maravilla natural, periodo 2014.

2. Nivel de significancia: 0.05. Es la probabilidad de un error de Tipo 1, que es la probabilidad de que se rechace una hipótesis nula cuando en realidad es verdadera.

3. Prueba estadística:

$$z = \frac{\bar{X} - \mu}{\sigma / \sqrt{n}}$$

4. Regla de decisión:



$$Z = \frac{1.33 - 2.0}{0.39 / \sqrt{30}} = -9,41$$

5. Se tomó la decisión de aceptar la hipótesis nula. Esto significa que se observan escasas acciones por parte del gobierno municipal-provincial.

CONCLUSIONES

1. Se concluye que las acciones realizadas por el gobierno nacional son muy escasas, ya que de acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta, el mayor porcentaje de los encuestados refiere que no se ha tomado ninguna decisión política ni se han realizado acciones de mejora en los diferentes aspectos que corresponde al gobierno nacional. En el tema de la promoción de la Amazonia en otras ciudades y países, se considera que se realizaron algunas actividades por parte de este nivel de gobierno.
2. En cuanto a la promoción que ha realizado el Gobierno Regional de Loreto, los resultados muestran cierta mejora. Para la mayoría de las personas encuestadas, el GOREL si se preocupó en promover la Amazonía como maravilla natural, para lo cual utilizó reportajes en medios televisivos y videos en internet, los que impactaron en mejores resultados. Sin embargo, en cuanto a infraestructura en muelles, puertos u otros, esta institución no ha realizado actividad alguna, o al menos las mejoras no han sido percibidas por la población. Se debe tener en cuenta que las mejoras en infraestructura son parte fundamental para un buen servicio a los turistas que acceden al río Amazonas, facilitando sus embarques en las naves que los trasladan a los albergues y diferentes tours.
3. Las capacitaciones son muy importantes para el crecimiento continuo en todos los aspectos, en este tema se consideran ciertas acciones del Gobierno Regional de Loreto. De acuerdo a las respuestas obtenidas en la encuesta, se concluye, que la mitad de las personas encuestadas considera que se han realizado algunas capacitaciones en talleres de creatividad de productos, planes de negocio, dominio de inglés y páginas web. La otra mitad expresa una opinión poco favorable, porque percibe que no se ha realizado ninguna capacitación, sobre todo en dominio de páginas web.
4. La Municipalidad Provincial de Maynas no es ajena a la responsabilidad de realizar diferentes actividades que contribuyan al crecimiento turístico en este territorio, como la limpieza de riberas, creación de puertos, policía en las riberas, información de acciones de seguridad y unidad rápida de salvataje; los resultados señalan trabajos realizados en algunos rubros, basándonos en la investigación realizada,

podemos concluir que no se ha realizado ninguna actividad como limpieza de riberas y otros.

5. La insuficiencia de garantías de seguridad puede hacer poco atractivo el desplazamiento de visitantes a un lugar y, con ello, obstaculizar la consolidación del desarrollo turístico de un destino, por tal motivo es necesario que se ejecute un plan de protección al turista con el respaldo del Estado, y en este trabajo poco se ha hecho.

RECOMENDACIONES

1. Para generar un mayor impacto en el sector turismo en nuestra región, el Estado debe trabajar de manera conjunta con las empresas turísticas, aprovechando el reconocimiento de la Amazonía como maravilla natural. El apoyo a estas empresas es de vital importancia, y se verá expresado en mayores inversiones en la actividad privada. Además, el Estado debe ejecutar políticas de incentivos tributarios para estas empresas, poniendo énfasis en la supervisión y certificación de la calidad de los establecimientos turísticos.

El Estado debe promover productos turísticos competitivos, para que la inversión de los empresarios sea rentable. Contar con más turistas y poseer abundantes recursos con potencialidad, no es suficiente para afirmar que un destino como Loreto o Perú en general, sea competitivo. Se sugiere que estos recursos sean gestionados por industrias competitivas, capaces de innovar y mejorar continuamente sus productos y servicios por encima de los estándares internacionales.

2. Si bien se cuenta con un Plan de Protección al Turista, es necesario que se ponga en práctica y se garantice su ejecución, considerando muchos problemas de inseguridad en los viajes por el río Amazonas, siendo los asaltos los más comunes. Por ello, se recomienda implementar la policía de turismo en las riberas del Amazonas y sus afluentes.

PromPerú, viene elaborando un manual de seguridad para viajeros a través de IPerú, quienes cuentan con un programa de promoción y asistencia al turista; se debe continuar con estas acciones, pero se recomienda mejorar y actualizar la información de los folletos incluyendo los teléfonos de todos los consulados acreditados en el país, de las aerolíneas y de la Dirección de Migración; gestionando para que su publicación sea editada en varios idiomas.

3. Se recomienda mayor inversión en publicidad. Es necesario pactar entrevistas y realizar spots publicitarios (como Loreto, Italia) en los medios de comunicación con mayor difusión, como radio, televisión y revistas. Sin embargo, no podemos ser ajenos al sistema más utilizado en los últimos tiempos, el Internet, que es el medio que nos abre al mundo y sobre todo a un costo mínimo, incurriendo tan solo en la

producción de los videos. Por este medio, también se pueden realizar alianzas estratégicas con las demás maravillas, promocionándose las unas a las otras por medio de atractivas páginas web, vendiendo la marca de las Siete Maravillas Naturales del Mundo; incluso se podría promocionar la Amazonía-ciudad de Iquitos, en los sitios web de las principales aerolíneas internacionales.

4. La Municipalidad Provincial de Maynas, deberá empadronar a las personas que tienen sus viviendas en las riberas del malecón Tarapacá y en la zona baja del distrito de Belén, con el fin de desarrollar un plan de motivación para evitar que sus residuos sólidos sean depositados en dichos lugares, por lo cual deben instalarse contenedores movibles y accesibles para los pobladores. Así mismo, reiterarles el uso de letrinas dentro de las casas, o caso contrario la municipalidad podría construir un centro de servicios higiénicos, ya que se observa una pobreza extrema y altos niveles de contaminación en estas zonas, que genera un impacto negativo en los turistas.

Lo expuesto en la recomendación anterior, debe ser parte de un plan de mejora del malecón de la ciudad de Iquitos. Es importante considerar al Gobierno Regional de Loreto como la institución que debe gestionar este trabajo, sin embargo es necesario recibir el apoyo del gobierno central y del municipio; siendo nuestra recomendación que se otorgue a una empresa privada la concesión del malecón, por un periodo mínimo de 10 años para que gestione su uso como negocio, y se responsabilice de su limpieza y seguridad respectiva.

5. Las capacitaciones son parte fundamental del desarrollo, por lo que sugerimos poner mayor énfasis en talleres de creatividad de productos, en planes de negocio, en dominio de inglés y en dominio de páginas web.

Un negocio bastante interesante y novedoso en nuestra ciudad, consiste en el desarrollo de un producto turístico vinculado a paseos cortos por el río Amazonas, mediante pequeñas y cómodas embarcaciones; similares a las que observamos en Venecia-Italia. Estas actividades serían desarrolladas por mujeres que habitan en las riberas del Amazonas, quienes obtendrían un préstamo de un fondo rotatorio gestionado por el GOREL, para ser devuelto en cuotas mensuales, brindando facilidades de pago y descuentos porcentuales a quienes estén al día en sus cuotas.

Las personas vinculadas al turismo deben dominar el idioma inglés, por lo que sugerimos contratar profesionales calificados con conocimientos del idioma en mención; por otro lado se debe brindar cursos básicos a personas que tengan sus negocios y que no cuenten con los recursos para estudiar, además de seguir promoviendo las becas que el Estado brinda actualmente. Es también necesario que los negocios tengan su nombre en español y en inglés, para ser reconocidos como una ciudad turística.

También recomendamos que las personas que mantienen un trato directo con los turistas, deben conocer nuestra biodiversidad, recibiendo capacitaciones sobre las diferentes especies de peces, temporada de vedas, plantas acuáticas como la victoria regia, las cuencas de los ríos que son el hábitat de muchos animales entre ellos la nutria y el ronsoco; también de los quelonios cuyo nicho ecológico son las playas que aparecen en los meses de vaciante, en verano, cuyo proceso reproductivo debe ser una atracción para el visitante.

6. Es importante generar una conciencia ambiental en los empresarios turísticos, turistas y en la población en general, promulgar leyes que contribuyan a la protección y cuidado de la Amazonía, aprovechando al máximo los recursos sin perjudicar la majestuosidad de esta maravilla.

Recomendamos a la Municipalidad Provincial de Maynas dirigirse a trabajadores y vendedores, cuyo principal centro de negocios se encuentra en el malecón, el distrito de Belén y en la zona comercial de Nanay; concientizándolos de que el río Amazonas es su fuente de trabajo y sus principales atributos son su belleza natural, acompañado de riberas limpias, un tránsito ordenado y total seguridad. Esto debe reiterarse para que quede en la mente de las personas que su mejora de vida está en la conservación del río Amazonas, promoviendo la frase “vivo en la ribera del Amazonas, y orgullosamente es mi fuente de vida”; generando así un desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras.

BIBLIOGRAFÍA

BORJA SOLÉ, Luis; CASANOVAS PLA, Josep Andreu y BOSCH CAMPRUBÍ, Ramón. 2002.

El consumidor turístico. Esic Editorial, 2002. Madrid.

CALDERÓN RIVERA, Sergio R. 2009.

Atractivos turísticos. Editorial El Correo Ilustrado, 2009.

CAMPO OLAIZ, Judit. 2012.

Estrategias de marketing de destinos turísticos. (29-06-2012). Tesis para optar el Grado en administración y dirección de empresas. Santander-España 2012.

COMPENDIO DE ESTADÍSTICAS AMBIENTALES, 2012.

Ecoturismo. Secretaría de Turismo (SECTUR). Programa Sectorial de Turismo 2007-2012. México.

CONSEJO NACIONAL DEL AMBIENTE, 2007.

Consejo Nacional del Ambiente, Ley del Consejo Nacional del Ambiente N° 26410.

DE JUAN, José María. 2002.

Turismo sostenible. *La comercialización del turismo sostenible, el papel de las agencias de viajes*. Pág. 104. Iepala editorial, 2002.

DE LA COLINA, Juan Manuel. 2009

Marketing Turístico, Universidad de Antioquia, Centro de Estudios de Opinión, Facultad de Ciencias Sociales y Humanas.

DOUROJEANNI, Marc. 2013.

“Loreto sostenible al 2021”. 1ª, 2ª y 3ª Edición. Editorial Realidades S.A. Mayo 2013, Lima-Perú.

FRANCESC VALLS. 2000.

Destino turístico. *Gestión de destinos turísticos*. Ed. Gestión. España, 2000.

GENTRY, Alwyn. 1988.

Where have all the Ceibas gone? A case history of mismanagement of a tropical resource. Editorial Board.

GRÜNEWALD, Luis. 2002.

La seguridad en la actividad turística. La percepción desde la óptica de la demanda. Editorial Eureka.

INSTITUTO ECUATORIANO FORESTAL Y DE ÁREAS NATURALES – INEFAN. 1998.

Turismo de naturaleza. Plan de Manejo del Parque Nacional Machalilla. Ecuador, Abril de 1998.

JIMENEZ MERA, Adela Esmeralda. 2010.

Plan de desarrollo urbano ciudad de Iquitos 2011 al 2021. Municipalidad Provincial de Maynas. Iquitos-Perú.

Ley N° 29408 – Ley General de Turismo.

Ley General de Turismo y su Art. N° 35, se establece la creación de la Red de Protección al Turista, sus funciones, las instituciones que la conforman y su capacidad para incorporar a más actores públicos y privados.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR, el Ministerio del Interior (Ley que regula la Protección y Defensa del Turista, la Ley N° 29408). 2010.

Plan de protección al turista. Red de Protección al Turista.

Ministerio de Turismo - MINTUR. 2013.

Turismo sostenible.

MONTIEL MOLINA, Cristina. 2003.

El Turismo de Interior en el Desarrollo Socioeconómico de las Comarcas Forestales de la Comunidad Valenciana. Tesis para optar el grado de doctor, Departamento de Análisis Geográfico Regional y Geografía Física, Universidad Complutense de Madrid. Investigaciones Geográficas, n° 31 (2003) pp. 15-36.

MONZÓN, Paul. 2012.

Yván Vásquez: El turismo receptivo en Loreto - Perú va a crecer un 15%. Portal web.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. 1998.

Introducción al Turismo OMT, 1998. Madrid.

ORTEGA, Hernán; HIDALGO, Max y CORREA, Ericka. 2010.

Lista anotada de los peces de aguas continentales del Perú. Publicado por el Ministerio del Ambiente- MINAM 2010.

PONS JIMMY. 2000.

Producto turístico, 2000. España.

PRIALÉ UGÁS, Miguel y SEMINARIO, Crithian. 2009.

Estudio sobre la rentabilidad social de las inversiones en el sector turismo en el Perú- 2009- destino turístico Iquitos-río Amazonas (Loreto). 2009. Perú.

PROMPERU. 2013.

Empresarios de diversos países participan en FamTrip Río Amazonas 2013, en Iquitos. Artículo publicado: 06/05/2013. Portal institucional.

VOGELER RUIZ, Carlos y HERNÁNDEZ Armand, E. 2002.

Recursos turísticos. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S.A.



ANEXO 1: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Instrucciones: La universidad promueve el estudio de los sectores turísticos; por ello, agradecemos a usted responder a las siguientes interrogantes u opiniones.

INFORMACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO:

Razón social	<input type="text"/>
Dirección	<input type="text"/>
Número de RUC	<input type="text"/>

1. En el 2011 se declaró a la Amazonía como una de las “Siete Maravillas Naturales del Mundo”. A partir de esta fecha, señale usted si el gobierno nacional ha tomado alguna decisión política para apoyar a las empresas turísticas de la ciudad de Iquitos.

- a. Ninguna decisión 1
- b. Algunas decisiones 2
- c. Muchas decisiones 3

2. Señale usted si el gobierno nacional ha desarrollado un programa social para apoyar a las personas que viven en las riberas del río Amazonas, (actualmente se observan viviendas precarias y letrinas que generan altos niveles de contaminación, siendo desagradable a la vista de los turistas y de la población en general).

- a. Ninguna actividad 1
- b. Algunas actividades 2
- c. Muchas actividades 3

3. Señale usted si el gobierno nacional ha realizado estrategias para reducir problemas de inseguridad en los viajes por el río Amazonas y sus afluentes.

- a. Ninguna estrategia 1
- b. Algunas estrategias 2
- c. Muchas estrategias 3

4. Señale usted si el gobierno nacional ha realizado actividades de promoción en otras ciudades y países para incrementar el turismo en la Amazonia.

- a. Ninguna actividad 1
- b. Algunas actividades 2
- c. Muchas actividades 3

5. Expresar usted si el gobierno regional de Loreto ha hecho mejoras de infraestructura en muelles, puertos u otros, para que los turistas que acceden al río Amazonas puedan embarcarse en las naves que los trasladan a los albergues y diferentes tours por la Amazonía.

- a. Ninguna mejora 1
- b. Algunas mejoras 2
- c. Muchas mejoras 3

6. De las siguientes acciones publicitarias, señale usted cuál de estas se han realizado desde el año 2011 para promocionar el río Amazonas, (año de la elección de la Amazonia como maravilla natural). *Puede marcar varias alternativas.*

- a. Videos en internet. 1
- b. Mensaje radial. 2
- c. Reportaje en revistas. 3
- d. Reportaje en medios televisivos. 4
- e. Recuerdos, souvenir. 5
- f. Otros. 6

Expresé usted que actividades ha realizado el gobierno regional, para el desarrollo de las siguientes capacidades.

	Ninguna capacitación	Algunas capacitaciones	Muchas capacitaciones
7. Talleres de creatividad de productos.			
8. Planes de negocios.			
9. Dominio de inglés.			
10. Dominio de página web			

De las siguientes actividades, exprese usted la labor realizada por la Municipalidad Provincial de Maynas.

	Ninguna actividad	Algunas actividades	Muchas actividades
11. Limpieza de ribera.			
12. Creación de puertos turísticos.			
13. Policía en las riberas.			
14. Información de acciones de seguridad.			
15. Unidad rápida de salvataje.			

MATRIZ: “Acciones del gobierno central, regional y municipal para atraer a los turistas a la ciudad de Iquitos, a partir de la nominación de la Amazonia como maravilla natural, periodo 2014”.

FORMULACION DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADORES	INDICES
<p>GENERAL</p> <p>¿Cuáles son las acciones que ha realizado el gobierno central, regional y municipal para atraer a los turistas a la ciudad de Iquitos a partir de la Amazonia como maravilla natural, periodo 2014?</p>	<p>GENERAL</p> <p>Estudiar las acciones que se tomaron por el gobierno central, regional y municipal, para atraer a los turistas a la ciudad de Iquitos, a partir de la nominación de la Amazonia como maravilla natural, periodo 2014.</p>	<p>GENERAL</p> <p>Se observan escasas acciones del gobierno central, regional y municipal, en los diferentes sectores involucrados para atraer a los turistas a la ciudad de Iquitos, a partir de la nominación de la Amazonia como maravilla natural, periodo 2014.</p>		<p>1. Acciones del gobierno central.</p>	<p>1.1 Decisión política. 1.2 Programas sociales. 1.3 Seguridad. 1.4 Promoción</p>
<p>ESPECIFICOS</p> <p>¿Cuáles son las acciones que ha realizado el gobierno central para atraer a los turistas a la ciudad de Iquitos a partir de la Amazonia como maravilla natural, periodo 2014?</p>	<p>ESPECIFICOS</p> <p>Estudiar las acciones que se tomaron por el gobierno central para atraer a los turistas a la ciudad de Iquitos, a partir de la nominación de la Amazonia como maravilla natural, periodo 2014.</p>	<p>ESPECIFICOS</p> <p>Se observan escasas acciones del gobierno central, en los diferentes sectores involucrados para atraer a los turistas a la ciudad de Iquitos, a partir de la nominación de la Amazonia como maravilla natural, periodo 2014.</p>	Acciones del Estado.	<p>2. Acciones del gobierno regional.</p>	<p>2.1 Infraestructura. 2.2 Promoción. 2.3 Capacitaciones.</p>
<p>¿Cuáles son las acciones que ha realizado el gobierno regional para atraer a los turistas a la ciudad de Iquitos a partir de la Amazonia como maravilla natural, periodo 2014?</p>	<p>Estudiar las acciones que se tomaron por el gobierno regional para atraer a los turistas a la ciudad de Iquitos, a partir de la nominación de la Amazonia como maravilla natural, periodo 2014.</p>	<p>Se observan escasas acciones del gobierno regional, en los diferentes sectores involucrados para atraer a los turistas a la ciudad de Iquitos, a partir de la nominación de la Amazonia como maravilla natural, periodo 2014.</p>		<p>3. Acciones del gobierno municipal-provincial.</p>	<p>3.1 Limpieza. 3.2 Infraestructura. 3.3 Seguridad.</p>
<p>¿Cuáles son las acciones que ha realizado el gobierno municipal-provincial para atraer a los turistas a la ciudad de Iquitos a partir de la Amazonia como maravilla natural, periodo 2014?</p>	<p>Estudiar las acciones que se tomaron por el gobierno municipal-provincial, para atraer a los turistas a la ciudad de Iquitos, a partir de la nominación de la Amazonia como maravilla natural, periodo 2014.</p>	<p>Se observan escasas acciones del gobierno municipal-provincial, en los diferentes sectores involucrados para atraer a los turistas a la ciudad de Iquitos, a partir de la nominación de la Amazonia como maravilla natural, periodo 2014.</p>			