



UNAP

**Universidad Nacional de la Amazonía Peruana
Facultad de Ciencias Económicas y de Negocios
Escuela Profesional de Negocios
Internacionales y Turismo**

EXAMEN DE SUFICIENCIA PROFESIONAL PAQUETES TURÍSTICOS

Para optar el Título Profesional de
Licenciado en Negocios Internacionales y Turismo

Presentado por el Bachiller:

DINO EDISLAO SANCHEZ PINEDO

Iquitos - Perú

2010



UNAP

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS
FACEN

"OFICINA DE REGISTROS Y SERVICIOS ACADÉMICOS"



ACTA DE EXAMEN ORAL DE SUFICIENCIA ACTUALIZACIÓN ACADÉMICA

En la ciudad de Contamana, a los 12 días del mes de JUNIO del 2010, a horas 16.00 HRS se ha constituido en el Auditorio de esta Facultad, el jurado designado mediante Resolución Decanal N° 776-2010-FACEN-UNAP, integrado por el CPC. JESÚS HERMES RAMÍREZ ENRIQUE (Presidente), DR. BALDOMERO RAMOS SANTILLÁN (Miembro) y CPC. JORGE MESÍA VELA (Miembro), para proceder al acto del Examen Oral de Suficiencia Profesional - Actualización Académica del Bachiller en Negocios Internacionales y Turismo DINO EDISLAO SÁNCHEZ PINEDO, tendiente a optar el Título Profesional de LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES Y TURISMO.

De acuerdo a lo establecido en el Reglamento de Grados y Títulos y sustentado en la Ley N°23733, el jurado procedió al Examen Oral sobre la Balota N° 06: "PAQUETES TURÍSTICOS".

El acto público fue aperturado por el Presidente del jurado, dándose lectura a la Resolución que fija la realización del Examen Oral.

De inmediato procedió a invitar al examinado a realizar una breve exposición sobre el tema del examen y posteriormente a los señores del jurado a formular las preguntas que crean convenientes relacionado al acto. Luego de un amplio debate y a criterio del Presidente del jurado, se dio por concluido el examen oral pasando el jurado a la evaluación y deliberación correspondiente en privado; concluyendo que el examinado ha sido: APROBADO POR MAYORÍA.

El jurado dio a conocer el resultado del examen en ACTO PÚBLICO siendo las 16.45 HRS se dio por terminado el acto académico.


CPC. JESÚS HERMES RAMÍREZ ENRIQUE
Presidente


DR. BALDOMERO RAMOS SANTILLÁN
Miembro


CPC. JORGE MESÍA VELA
Miembro

INDICE

INTRODUCCIÓN	4
EL TURISMO	5
CIRCUITO TURISTICO	12
ALBERGUES.....	15
AGENCIAS DE VIAJES	15
RUTAS TURISTICAS	19
TOURS TURISTICOS.....	20
OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN.....	21
OFERTA ECO-TURISTICA	22
CONCLUSIONES.....	25
BIBLIOGRAFIA	26

INTRODUCCIÓN

Mucho se ha hablado y se ha dicho sobre el turismo, dando en cada caso particular una conceptualización que lo define de manera diferente, en todo caso, solo se concreta como una actividad humana realizada al desplazarse de un lugar a otro con diferentes motivos. Es decir, la suma de la relación prestaciones de servicios que se derivan de los desplazamientos humanos voluntariamente efectuados, de una manera temporal y por razones diferentes, tanto de los negocios como de las consideraciones profesionales.

Entonces generalizando el turismo es la industria del futuro de todos aquellos países en vía de desarrollo que sepan aprovechar al máximo sus recursos. Dicho desarrollo involucra tanto autoridades como a la población en su conjunto asumiendo las responsabilidades que a cada uno le compete.

Por ello, **la Universidad Nacional de la Amazonia Peruana, la Facultad de Ciencias Económicas y de Negocios - Escuela Profesional de Negocios Internacionales y Turismo**, tiene un compromiso con el desarrollo del turismo en nuestra región principalmente.

A través del presente trabajo pretendemos contribuir con el desarrollo académico de nuestra universidad y servir como una referencia para aquellos compañeros que se encuentran en el camino de la realización profesional.

DINO EDISLOA SANCHEZ PINEDO
Bachiller en Negocios Internacionales y Turismo

EL TURISMO

El turismo es una actividad altamente mudable, un sector que acapara diversas actividades dentro de un país y que engloba a un sinnúmero de personas dedicadas a satisfacer necesidades de diverso índole. Cada país ha desarrollado al turismo en sus mejores facetas, es decir, potencializando el tipo de turismo que represente un arraigo en su patrimonio.

No obstante, un principio fundamental de este sector, requiere de adaptar modelos turísticos a las necesidades de la población en la que coexiste dicha actividad, sin olvidar que aun en un país, los Estados y las Ciudades presentan diversas necesidades, pues la cultura, su capital humano, costumbres y tradiciones no son las mismas debido a cada estilo de vida que se ha desarrollado.

El sector turístico engloba a empresas de hostelería, restauración, transporte y otras relacionadas con el turismo, entendido como los viajes y estancias que realizan personas en lugares distintos a su entorno habitual por ocio, negocios u otros motivos.

El turismo es una de las actividades que más flujos económicos producen, tanto en las zonas emisoras como receptoras, con repercusión en el empleo, la producción, la distribución de la renta, la balanza de pagos, las inversiones públicas etc., además de los efectos culturales.

El sector turístico ofrece productos (servicios + derechos de uso) a través de las diferentes empresas y diversas organizaciones públicas y privadas, cuyas características principales son:

- **TURISMO INDIVIDUAL**, Es aquel cuyo programa de actividades e itinerario son decididos por los viajeros sin intervención de operadores turísticos. Véase turismo de alpargata o mochilero.
- **TURISMO MASIVO**, Es aquel que se realiza masivamente por todo tipo de personas, sin importar su nivel económico por lo que no es un tipo de turismo exclusivo. Es el más convencional, pasivo y estacional. Es normalmente menos exigente y especializado. Aquí podemos encontrar el turismo de sol y playa.

- **TURISMO CULTURAL**, Puede ser un positivo instrumento de desarrollo local y regional, entendido esto último desde una visión socio-económica que permita una equitativa distribución de los beneficios, ya sean de carácter económico, social y cultural en las comunidades anfitrionas, reflejado en una mejora de la educación, la formación, la creación de empleo, y la generación de ingresos, colaborando en la erradicación de la pobreza, por ejemplo en el caso de los países en desarrollo.

En este contexto, la implementación y el desarrollo de diversos programas, ya sea a nivel nacional como regional o local, no sólo han estimulado el desarrollo turístico propiamente dicho, sino también han promovido la recuperación y conservación del patrimonio local, y el establecimiento de nuevas industrias culturales locales.

La certificación de la sustentabilidad es un mecanismo con el cual es posible medir cualitativa y cuantitativamente el desempeño del turismo a través de sus prácticas de operación. Los Programas de Certificación del Turismo Sustentable son instrumentos voluntarios que están por encima de los marcos legales y que, de acuerdo con la Organización Mundial del Turismo, cumplen una función cada vez más importante en la reglamentación de servicios turísticos.

- ✓ **CREATIVO:** vinculado a la realización de actividades artísticas y creativas en el lugar de destino: exposiciones de pintura y escultura, festivales de cine y teatro, conciertos musicales, espectáculos operísticos, etc.
- ✓ **URBANO:** desarrollado en ciudades principalmente en aquellas que son Patrimonio de la Humanidad. Clientes de nivel cultural y poder adquisitivo alto, es el tipo de turismo más grande del mundo y está dado por un turismo masivo.
- ✓ **MONUMENTAL:** vinculado exclusivamente a monumentos histórico-artísticos que pueden estar alejados de núcleos de población importantes: pirámides de Egipto, templos de Angkor, palacio de la Alhambra de Granada, monasterio de El Escorial, estatua de la Libertad, Torre Eiffel, Torre de Londres, entre otros ejemplos.

- ✓ **ARQUEOLÓGICO:** vinculado a yacimientos y sitios arqueológicos que pueden estar alejados de núcleos de población importantes, está basado en promocionar la pasión por la arqueología y las iniciativas de conservación de los asentamientos y lugares histórico-arquitectónicos.
- ✓ **FUNERARIO:** vinculado cementerios donde o bien hay tumbas realizadas por arquitectos famosos o bien hay personajes famosos enterrados allí.
- ✓ **DE COMPRAS:** vinculado a las compras a buen precio o exclusivos. Incluye artículos de lujo, arte, artesanía y artículos de uso común como calzado, electrónica, etc.
- ✓ **ETNOGRÁFICO:** vinculado a las costumbres y tradiciones de los pueblos. En algunos casos cercano al turismo ecológico. Danzas, música, artesanía, gastronomía, fiestas, costumbres (Tauromaquia, San Fermín, Día de los muertos...)
- ✓ **LITERARIO:** motivado por lugares o eventos de carácter bibliográfico o biográfico. Suelen llevar como guía un libro de viajes famoso, una autobiografía o un clásico, como la Odisea o la Ilíada de Homero; las Historias de Heródoto; el Don Quijote de Miguel de Cervantes o el Ulises de James Joyce.
- ✓ **IDIOMÁTICO:** vinculado a los estudios, fundamentalmente los de idiomas (Intercambio de estudiantes, Au pair...).
- ✓ **GASTRONÓMICO:** vinculado a la comida tradicional de un determinado lugar, o a fiestas de degustación, como la Fiesta de la cerveza.
- ✓ **ENOLÓGICO:** vinculado a los vinos de una zona, fiestas de la vendimia, visitas a bodegas famosas (Oporto, Burdeos, Valdepeñas...)
- ✓ **INDUSTRIAL:** motivado por la visita a fábricas antiguas o grandes construcciones civiles, por ejemplo, en la ciudad de Łódź.
- **TURISMO NATURAL,** Se suele desarrollar en un ambiente natural, ya sea este un medio rural o área protegida, tratando siempre de realizar actividades recreativas en

él, pero sin deteriorar el entorno. También se puede encontrar incorporado al área urbana, mediante la contemplación de plantas y animales fuera de sus hábitats naturales, en los jardines botánicos y zoológicos, como parques temáticos de flora y fauna.

- **TURISMO ACTIVO**, es aquel que se realiza en espacios naturales, el turismo activo está estrechamente relacionado con el turismo rural y generalmente este tipo de actividades se realizan en un parque natural debido al interés ecológico que estos presentan. Entre ellos se puede involucrar, varios sectores como: Parques temáticos, Deportivo, Aventura, Religioso, Espiritual, Místico, Termal o de salud, Médico, Social, Experiencial, Cinematográfico, Itinerante.
- **TURISMO DE NEGOCIOS**, es aquel que se desarrolla con objeto o fin de llevar a cabo un negocio o un acuerdo comercial, se desarrolla entre empresas por lo general. Utilizado por empresarios, ejecutivos, comerciantes y otros profesionales para cerrar negocios, captar clientes o prestar servicios. La estacionalidad es invertida a la vacacional, por lo que es un producto muy importante para el sector. El cliente suele ser de alto poder adquisitivo. Se trata de un turismo fundamentalmente urbano y con necesidades de infraestructura muy concretas como la conexión a internet.
- **TURISMO CIENTÍFICO**, es una modalidad de turismo cuya motivación es el interés en la ciencia o la necesidad de realizar estudios e investigaciones científicas en lugares especiales como estaciones biológicas o yacimientos arqueológicos.

El turismo científico se realiza de forma individual o en pequeños grupos para evitar alterar el objeto de estudio en un entorno natural. El turismo científico para el público en general apareció por primera vez en países desarrollados, con el objeto de involucrar de una manera más directa y participativa a las personas en el conocimiento del mundo natural.

SERVICIOS TURÍSTICOS

Tienen la consideración de servicios turísticos la prestación del:

- ✓ Servicio de alojamiento, cuando se facilite hospedaje o estancia a los usuarios de servicios turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.
- ✓ Servicio de alimentación, cuando se proporcione alimentos o bebidas para ser consumidas en el mismo establecimiento o en instalaciones ajenas.
- ✓ Servicio de guía, cuando se preste servicios de guianza turística profesional, para interpretar el patrimonio natural y cultural de un lugar.
- ✓ Servicio de acogida, cuando se brinde organización de eventos como reuniones, congresos, seminarios o convenciones.
- ✓ Servicio de información, cuando se facilite información a usuarios de servicios turísticos sobre recursos turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.
- ✓ Servicio de intermediación, cuando en la prestación de cualquier tipo de servicio turístico susceptible de ser demandado por un usuario, intervienen personas como medio para facilitarlos.
- ✓ Servicios de consultoría turística, está dado por especialistas licenciados en el sector turismo para realizar la labor de consultoría turística. Algunos de los más importantes incluyen a CBRE, Jones Lang o PHG Hotels & Resorts.

EI TURISMO EN EL PERÚ

El Turismo en el Perú se constituye en la tercera industria más grande de la nación, detrás de la pesca y la minería. Principalmente está dirigida hacia los monumentos arqueológicos, pues cuenta con más de cien mil sitios de interés, el ecoturismo en la Amazonía peruana, el turismo cultural en las ciudades coloniales, turismo gastronómico, turismo de aventura y turismo de playa.

El turismo tiene un impacto del 7% del PBI de Perú y es el sector de mayor crecimiento del país. Es regulado y estimulado por la Comisión de Promoción del Perú (PromPerú) del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR).

Este sector emplea al 11% de la población económicamente activa del país (484.000 empleos directos y 340.000 indirectos), la mayor parte en hostelería y en el transporte.

De acuerdo con un estudio del gobierno peruano, el índice de satisfacción de los turistas después de visitar el Perú es del 94%. Es la industria de más rápido crecimiento en el Perú, creció anualmente a un ritmo del 25% en los últimos cinco años, siendo la tasa de crecimiento más alto que cualquier otro país en América del Sur.

CON RESPECTO A NUESTRA REGIÓN

Loreto es el departamento más grande pero menos poblado de Perú. Su geografía se compone de densa vegetación amazónica, la cual es eje del tipo de turismo que se practica allí. En la región, se encuentra la presencia de grandes infraestructuras euro-brasileñas de la época del caucho, los ríos Marañón y Ucayali que conforman el curso principal del Amazonas.

En la selva alta de Loreto, se puede encontrar petroglifos de antiguas culturas en su mayoría ya extintas además de varias catedrales perdidas en la selva en su mayoría construidas jesuitas, Loreto también alberga a grandes concentraciones de parques y reservas naturales donde viven flora y fauna únicas en varios sectores de la Amazonía Occidental como la reserva de Allpahuayo Mishana o el Matsés, en Loreto también se encuentra las únicas cadenas montañosas en la amazonia occidental del oriente peruano tal cual son la Sierra del Divisor y la Cordillera Azul.

CON RESPECTO A NUESTRA CIUDAD

Iquitos capital del departamento, es la ciudad más grande de la Amazonía peruana y la quinta más poblado del Perú. La ciudad es el hogar de la arquitectura europea traída por el auge del caucho a finales del siglo XIX. Uno de los principales atractivos es la Casa de Fierro (Iron House), un edificio diseñado por el arquitecto francés Gustave Eiffel, quien diseñó la Torre Eiffel. La ciudad cuenta con edificios construidos durante la época del Art

Nouveau. El distrito de Belén de Iquitos está en agudo contraste con la arquitectura modernista de otras partes de la ciudad. Belén se encuentra en una serie de canales y por lo que se le conoce como la Venecia de la selva peruana. Los edificios están contruidos sobre balsas y otros dispositivos de flotación para protegerse de las inundaciones. Los ríos de Loreto contienen muchas playas que sirven como lugares de excursiones de un día desde Iquitos. La región de Loreto contiene numerosos parques nacionales y reservas privadas. Estas áreas protegidas son el hogar de una gran diversidad de vida vegetal sin igual en el mundo animal, las cuales son atendidas por guías organizados muchos de los cuales se pueden contratar desde Lima o en Iquitos.

LOS BENEFICIOS DEL TURISMO

Nuestro país recibió un promedio de 4 millones de visitantes, de los cuales más de la mitad fueron turistas motivados por conocer los atractivos turísticos del país. Con un amplia y variada oferta turística que va desde turismo de naturaleza, cultural, aventura, de playas, gastronómico, entre otros, el país se perfila a desarrollar una mayor oferta, con mejor accesibilidad, mayor calidad y generando con ello más beneficios socio económicos, pero eso no es todo lo que el turismo tiene para ofrecer. Aquí una lista de los beneficios que vienen con el desarrollo de un turismo sostenible, sustentable y responsable:

- ✓ Genera empleo local, tanto directo como indirecto.
- ✓ Integra a las comunidades locales a la actividad turística, permitiéndoles beneficiarse de su desarrollo y atrae inversiones en el destino. Oferta, valora, preserva y genera beneficios económicos de los recursos de flora y fauna, en beneficio de las comunidades locales.
- ✓ Promueve y valora las manifestaciones artísticas y culturales locales, así como regionales entre ellas: las danzas, la gastronomía, la música y la vestimenta; Impulsa la creación de nuevos negocios y de empresas turísticas como agencias de viajes, transporte, alojamiento y actividades recreativas, así como su crecimiento.
- ✓ Fomenta la mejora de la infraestructura de servicios para la práctica del turismo como las vías de comunicación, alcantarillado, agua potable, aeropuertos, entre

otros. Logra un desarrollo equilibrado con el medio ambiente, a través del monitoreo ambiental.

- ✓ Promueve la restauración, conservación y uso responsable de las zonas arqueológicas y los monumentos arquitectónicos.

En definitiva, mejora la calidad de vida de todos los peruanos y de los que nos visitan.

CIRCUITOS TURÍSTICOS

Los circuitos turísticos son un conjunto de espacios territoriales que forman una misma oferta de bienes y servicios turísticos. Se trata de un recorrido circular o semicircular que parte de un centro emisor o receptor y que cuenta con atractivos y facilidades a lo largo de su ruta. También se entiende por circuito turístico aquel recorrido turístico con regreso al mismo lugar, sin pasar dos veces por el mismo sitio.

Los circuitos turísticos pueden ser:

1. **LOCAL:** Duración no mayor a un día. De interés sólo para la población interna y articula atractivos de la misma localidad.
2. **REGIONAL:** Tiene una duración máxima de 3 días y durante el recorrido se visitan atractivos de distintas regiones o localidades.
3. **NACIONAL:** Duración mínima de 3 días, cuyo recorrido se hace dentro de un mismo país en varias regiones y/o localidades.
4. **CONTINENTAL:** Duración de 6 o más días, de interés interno o internacional y se realiza en países de un mismo continente.
5. **INTERCONTINENTAL:** Duración de 10 o más días y se realiza en diferentes países o continentes.

Para el diseño de un circuito turístico hay que elegir o seleccionar los mejores elementos, para la creación del mismo. El diseño no puede ser fruto del azar; han de tomarse en cuenta para la elaboración del diseño final: precios, costos, estado de las vías de comunicación, sitios y calidad del alojamiento y la comida, así como los detalles referentes a la logística. Horas de salida y llegada del circuito, selección de los sitios que han de conformar el

itinerario y cualquier otro detalle que ayude a ofrecer al turista una programación variada, dinámica e interesante.

El diseño, vendría a ser en turismo, el ordenamiento y acomodo de los elementos más acordes con dichos circuitos una vez analizados todos los elementos con posibilidades de formar parte de la programación. El diseño se ofrece entonces como un proceso de decantación necesario e imprescindible para obtener los resultados esperados.

FASES PARA LA ELABORACIÓN DE CIRCUITOS TURÍSTICOS

La actuación del operador o diseñador turístico en la elaboración de circuitos turísticos es una combinación de información adquirida previamente tanto teórica como práctica, es decir, deben ser diseñados a partir de la observación y experiencia obtenida durante el traslado a los diferentes puntos que conformarán el circuito turístico, pero también debe haber recopilación de datos estadísticos, costos aproximados de cada recorrido, puntos estratégicos de parada y otros elementos que señalan con gran precisión.

El diseñador entonces, tiene que estudiar cuidadosamente toda la información para poder destacar o elegir los aspectos más importantes al diseño en cuestión. Cada una de las fases que conforman el diseño, ameritan dedicación y estudio particular, para ir ensamblándolas armónicamente.

Fase I: Estructuración del Circuito

1. Definir si el circuito será temático (cultural, natural, de diversión, etc.), o general (distintos temas).
2. Determinación o inventario de los recursos turísticos del lugar o lugares.
3. Escoger los puntos de:
 - ✓ Salida.
 - ✓ Paradas técnicas.
 - ✓ Paradas con estancia en los centros turísticos.
 - ✓ Llegada.
 - ✓ Definir horarios.

- ✓ Hacer un análisis de la cantidad de personas que pueden formar parte en cada circuito.
- ✓ Elaboración de alternativas con respecto a los puntos intermedios de la ruta.
- ✓ Determinar los recorridos internos de interés, si los hubiere, en los distintos centros turísticos.

Fase II: Determinación y selección de los servicios a incluir en la Ruta o Circuito

1. Transporte.
2. Alojamiento.
3. Alimentación.
4. Servicio de guías y visitas.
5. Actividades recreativas.

Fase III: Determinación de los costos y gastos de operación

1. Costos fijos.
2. Costos variables.
3. Gastos generales.
4. Imprevistos.
5. Presupuesto total.

Fase IV: Determinación de precios y beneficios netos de operación

1. Cálculo del precio por persona.
2. Determinación del beneficio neto.

ALBERGUES

Muchas veces el término albergue se usa para nombrar a un establecimiento turístico, similar a un hotel aunque con menos servicios y confort, que permite que los viajeros pernocten en sus instalaciones. Estos albergues, también llamados hosteles o hostels, suelen estar dirigidos a un público joven que busca intercambiar experiencias con otros huéspedes

El albergue transitorio recibe muchos nombres informales, que varían según la región de habla hispana, y del mismo modo también existe en diversas categorías, así como los hoteles. Si bien para muchas personas puede resultar un tabú o generar vergüenza si el término surge en medio de una conversación, no se trata de otra cosa que un espacio íntimo en el cual las parejas pueden explorar su sexualidad o incluso pasar un rato a solas, lejos de las obligaciones y de las estructuras de la sociedad. Puede ser un establecimiento destinado al alojamiento provisional de individuos que, por diferentes circunstancias, no tienen dónde dormir.

Esta última acepción hace referencia a un espacio que se adecúa a las necesidades específicas de un grupo de personas, generalmente en medio de una situación de emergencia nacional, como ser el ataque de una catástrofe natural. En otras palabras, puede formar parte de un movimiento de tipo benéfico, que también incluya donaciones de alimentos y ropa para brindar a las víctimas el mayor bienestar posible hasta que puedan regresar a sus hogares o, si éstos han sido destruidos, conseguir nuevos para continuar con sus vidas.

AGENCIAS DE VIAJE

Una agencia de viajes es un negocio cuya función es organizar y vender productos turísticos. En el desempeño de esto se puede tratar directamente con los clientes o bien vender los productos a otras agencias que los venderán al cliente final. Los productos turísticos pueden ir desde un simple viaje hasta un paquete de viajes completo, que incluirá además del viaje la estancia en hoteles, reservas de automóviles, transporte por tierra y por mar, cambio de monedas, trámites legales, etc.

Su objetivo principal conseguir la satisfacción, la fidelización de los clientes que demandan servicios/productos turísticos de calidad que son distribuidos por las agencias de viajes y que cubren sus distintas necesidades y motivaciones.

EXISTEN VARIOS TIPOS DE AGENCIAS DE VIAJES:

1. Mayorista/Tour Operador: se ocupa de la producción de viajes y servicios turísticos a la oferta. Su producto será comercializado a través de los minoristas.
2. Minorista: no pueden producir programas ni paquetes turísticos, su función es la venta al cliente final de los paquetes desarrollados anteriormente por la mayorista. A escala reducida, la agencia minorista puede producir pequeños paquetes compuestos fundamentalmente de servicios turísticos sueltos. Esta modalidad de agencia es la más abundante en nuestro país.
3. Mayoristas/minoristas (mixtas): son aquellas que crean productos y los venden tanto a través de sus propias redes de agencias minoristas.

Normalmente las agencias mixtas nacen como minoristas, que amplían su red de ventas que van creando sus propios productos que venden a través de la misma. Cuando la dimensión de su red es muy amplia se reconvierten en esta modalidad.

FUNCIONES PRINCIPALES DE LAS AGENCIAS DE VIAJE

El profesional de la agencia de viajes es el agente de viajes. Puede ser tanto el propietario del negocio como un empleado del mismo debidamente cualificado según la legislación vigente en el país. Dentro de sus cometidos se pueden distinguir a grandes rasgos los siguientes:

- Informar al cliente y asesorarle sobre el destino turístico de su elección.
- Organizar y planificar todo lo referente al itinerario turístico, aspecto que incluye desde el viaje y la reserva de hoteles hasta el alquiler de vehículos en el lugar de destino y otros servicios similares.

- Hacer de intermediario entre el cliente y las distintas empresas que ofrecen sus servicios, tales como las aerolíneas, los hoteles, etc. De este modo, todo el trabajo que hubiera tenido que hacer el cliente por su cuenta si hubiese decidido viajar por libre es realizado por la agencia de forma profesional.

TENIENDO EN CUENTA SU ESPECIALIDAD Y TIPO DE ACTIVIDAD PODEMOS ENCONTRAR OTROS TIPOS DE AGENCIAS:

- **Receptivas o receptoras:** traen a sus clientes a donde se encuentran ubicadas. Las ventajas que tienen este tipo de agencias es que conocen en profundidad el sector turístico de la zona donde están establecidas y así obtienen precios muy ventajosos.
- **Emisoras:** están especializadas en enviar a sus clientes a destinos o zonas geográficas diferentes de donde se encuentra la agencia.
- **Emisoras-receptoras (verticales):** pueden realizar simultáneamente las funciones propias de la agencia emisora y de la receptiva. • Agencias de venta “on line” o virtual (OTA’s): muchas veces son agencias que no disponen de presencia física, sino que la venta se produce a través de su correspondiente página web/portal. Pueden ser independientes o formar parte de un grupo. No ejercen la función asesora del agente de viajes.
- **In-plant:** agencias de viajes minoristas que algunas grandes corporaciones tienen en sus instalaciones y tiene como objetivo canalizar todas las necesidades que puedan surgir dentro de la empresa en cuestión.
- **Franquicia:** la agencia franquiciadora cede su marca comercial e imagen corporativa a la agencia franquiciada que hace uso de ella, por un tiempo limitado, a cambio de una remuneración económica.
- **Especializadas:** son mayoristas y minoristas que se dedican principalmente a un segmento de la demanda, productos concretos (cursos de idiomas, turismo deportivo, congresos, etc.) o destinos de larga distancia (long haul) o corta distancia (short haul).

LAS AGENCIAS DE VIAJES COMO ORGANIZADORAS Y ASESORAS

Si bien la organización y el asesoramiento son dos funciones distintas, están íntimamente relacionadas. La mayor parte de los viajeros tienen escasas nociones sobre el lugar al cual viajan, por lo que una de las funciones de las agencias de viaje antes del viaje en sí mismo es la de proporcionar toda clase de información y datos útiles al viajero, desde datos prácticos tales como el cambio de moneda, las vacunaciones o los seguros hasta información y consejos sobre las costumbres locales, los lugares más apropiados para visitar, las fiestas típicas y otras de semejante índole.

También es parte del trabajo de la agencia el planificar y organizar los detalles del viaje y la estancia. La organización del viaje turístico en todos sus detalles está basada en la información y los contactos adecuados que la agencia posee, cosa que le permite proporcionar al cliente no solamente los medios de transporte para alcanzar el destino, sino organizar toda su estancia, proporcionándole así tanto alojamiento como otros servicios que pueda necesitar. Todo esto es posible por la gran cantidad de contactos que posee la agencia de viajes.

LAS AGENCIAS DE VIAJES COMO INTERMEDIARIOS

Puesto que el viaje y la estancia son gestionadas por la agencia de viaje, ésta ha de hacer de intermediario comercial entre el cliente y los distintos servicios contratados: líneas aéreas, hoteles, cambio de moneda, etc. Existen diversas variantes de las formas en las cuales esta intermediación puede ser llevada a cabo. Básicamente pueden resumirse en dos grandes grupos, los casos en los que la agencia asume económicamente el riesgo de adelantar el dinero contratando los servicios de los proveedores, y los casos en los que la agencia se limita a hacer de intermediario pasivo entre el cliente final. En ambos casos hay que tener en cuenta que la agencia de viajes se sitúa en un punto intermedio en la relación entre el cliente y los proveedores de servicios, con las consecuencias y la responsabilidad que esto trae.

RUTAS TURÍSTICAS

Una ruta turística, ruta temática, camino turístico, ruta panorámica, o ruta vacacional es un itinerario, o incluso recorrido o circuito, terrestre específico (ruta, camino o vía de agua), que permite sobre un ámbito geográfico variable descubrir y apreciar la belleza natural, los productos, la historia, la cultura, el estilo de vida o el folclore de los sitios y lugares visitados o atravesados.

Esta calificación puede ser objeto de homologación por un organismo gubernamental u autoridad local. Además, una ruta turística puede ser parte de una oronimia, es decir, un indicador del tipo de vía seguido de un nombre propio.

LA RUTA DE AVENTURA

Es parte de las nuevas tendencias del turismo alternativo que se emplea en el diseño de productos para atraer la atención del turista, puede decirse que es un camino o vía generalmente de tipo alternativo que ha sido designada para la práctica de deportes de aventura en lugares de gran influencia natural. Dentro de los mismos se presentan ciertas atracciones naturales, atractivos turísticos que es de agrado para el turista o visitante, la ruta de aventura empieza desde un punto hacia otro muy diferente del inicial.

RUTAS TEMÁTICAS

Son tours creados para que los visitantes obtengan una mejor visión acerca de un tema específico, sea arquitectónico, histórico o cultural. Son populares en Europa, pudiendo abarcar desde una sola ciudad, una región vitivinícola, denominada usualmente en varios lugares como Ruta del vino, campos de tulipanes neerlandeses, los Alpes suizos o los fiordos de Noruega.

En América Latina destacan las rutas sobre culturas precolombinas, como la red vial incaica, y de las principales actividades económicas de cada país.

CAMINOS TURÍSTICOS

Es una carretera que se promociona bajo un nombre en particular que tenga algún sentido histórico, cultural, étnico o religioso, como el Camino de Santiago, en la cual se brinda información adecuada para los turistas. Algunas son rebautizadas en carreteras ya existentes, agregándole señales de tráfico y publicidad diseñadas especialmente para lograr el objetivo de promover el turismo. Otras en cambio, son construidas específicamente para fines turísticos.

TOURS TURÍSTICOS

La palabra tour describe el viaje o excursión que se realiza para conocer un lugar; o sea es el paseo integrado por un conjunto de personas con un plan previo, usualmente realizado por una agencia o empresa de turismo.

Tour es una palabra utilizada internacionalmente para referirse a los viajes ofrecidos por empresas, a las giras de cantantes, grupos musicales, etc., o a los viajes ofrecidos por agencias turísticas, cuando incluyen recorridos por una región, un país o varios, etc. Hay distintos tipos de tours, como por ejemplo:

- Tours empresariales: empleados con el fin de mostrar un lugar o establecimiento, promocionar un producto, etc. La mayoría de las veces este tipo de tour es gratuito o muy barato.
- Gira musical: empleado con el fin de ofrecer una actuación, show o representación en un escenario, ya sea en teatros, estadios, etc, o incluso en garajes si va dirigido a un público minoritario.
- Gira mundial, denominación de diversos eventos.

OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN

El momento de invertir o de materializar la inversión no es indiferente para los futuros rendimientos de dicha inversión. Además de los factores de riesgo mencionados debemos incluir otros varios; existen muchos, y quizás no siempre pueden identificarse como factores de riesgo. Sin embargo, hay tres que no queremos dejar de mencionar.

El primero de ellos es el ciclo económico. La empresa está inserta dentro del sistema económico, y por lo tanto sometida a las diferentes fases de su ciclo, y por supuesto, a sus efectos y consecuencias.

Las fases del ciclo económico han sido profusamente estudiadas por los economistas, los cuales para empezar, parece ser que no se ponen de acuerdo si son 4 ó 5, pero todos están de acuerdo en su existencia y en su influencia, reconociendo que no es lo mismo, estar en la fase de recuperación, que en la fase de recesión.

Por lo tanto, la empresa deberá tener en cuenta la fase del ciclo económico donde se encuentra la economía en el momento de entrar en funcionamiento la inversión, y muy especialmente si la financiación de la misma va a depender de los ingresos que la inversión realizada genere en el futuro próximo. Como dice el Profesor Gay, si la inversión se hace justamente en el momento en que se pone fin al ciclo expansivo, y la empresa se ha endeudado contando con los cash-flow futuros sin haber previsto la fase económica próxima, es muy probable que tenga problemas financieros graves, que incluso pongan en entredicho su continuidad.

Con ello no queremos decir que la empresa no deba invertir en épocas de crisis, pues ello puede implicar otro tipo de riesgo (como más adelante veremos), sólo queremos resaltar la importancia que tiene saber en qué fase del ciclo estamos, y cuál será la próxima.

Otro factor a tener en cuenta es el sector o rama de negocio donde se invierte. Existen sectores emergentes, maduros y en declive. Cada sector tiene unas peculiaridades que hay que conocer bien a la hora de evaluar una inversión; inversión adicional necesaria en capital circulante, estacionalidad de las ventas, etc.

El sector, y su potencial de crecimiento en definitiva, es un factor crítico, y desde luego, importante.

Finalmente, si la inversión está destinada a fabricar o producir un producto concreto, debemos estudiar la curva del producto, y determinar en qué fase del ciclo vital está. Si el producto lo clasificamos en la fase de declive seguramente no estaremos planteando una buena inversión.

En estos casos debe tomarse como ciclo de vida del proyecto de inversión el ciclo de vida del producto o la de las instalaciones según sea la más corta. Si la vida del producto es más larga que la vida de los equipos deberá incluirse la reposición de los mismos en los flujos negativos del proyecto.

OFERTA ECO-TURISTICA

Según la secretaria de Estado, el turismo activo se ha desarrollado “más y mucho antes” que el ecoturismo, pero ha incidido en que hay ya numerosas actividades, entre ellas el turismo ornitológico, que aparecen en los catálogos de las principales agencias extranjeras y en que el principal reto es impulsar actividades y experiencias que atraigan “al gran público, no sólo a los turistas especializados”.

El ecoturismo es hoy día una práctica muy común en la cual se crea empresa, se generan fuentes de trabajo, se protege el medio ambiente y además se genera conciencia ambiental por medio de la educación ecológica; es por esto que se creó dicho servicio, con el fin de llegar hasta lo más profundo, reactivar el turismo y resaltar los atractivos naturales de manera inteligente en el campo del turismo ecológico.

Se fundamenta en la oferta de los atractivos naturales de flora, fauna, geología, geomorfología, climatología, hidrografía, etc., y las manifestaciones culturales locales, integración de las comunidades locales, etc., a través de pequeñas, medianas y micro empresas.

Se tiene como destino principal las Reservas Naturales, Parques Nacionales Naturales, Reservas Regionales y Locales, áreas que por su riqueza paisajística y cultural se constituyen en sitios adecuados para los programas planificados y ofrecidos desde Ecoturismo. Este tipo de planes de viaje son programados para grupos de 10 a 40 personas.

FINES DEL ECOTURISMO

- Contribuye a la conservación de los recursos naturales, por cuanto estos son la base de la oferta ecoturística, conjuntamente con las manifestaciones culturales locales.
- Resalta la valoración del patrimonio natural y cultural, en vista de ser los recursos naturales y culturales los elementos fundamentales del producto ecoturístico. Por lógica, son valorados por los beneficios económicos que proporcionan, mejorando la calidad de vida y perpetuándola en el tiempo y el espacio.
- Induce a la planificación y manejo de los recursos naturales y culturales.
- Genera empleos y beneficios económicos a las poblaciones locales, mejorando la calidad de vida.
- Promueve la investigación científica, especialmente en lo concerniente a los recursos naturales.
- Integra áreas marginales, tanto silvestres como poblacionales, al desarrollo de la economía nacional.
- Es un importante instrumento para la capacitación y la concientización de las poblaciones marginales y los ecoturistas.
- Estimula a la creación de medianas, pequeñas y micro empresas ecoturísticas, contribuyendo a la democratización del dólar turístico.
- Contribuye a la mejoría económica de países tropicales con economías deprimidas.
- Canaliza fondos, donaciones y asistencia técnica para la conservación de los recursos naturales y la mejoría comunitaria.

- Da prestigio y orgullo (imagen) por las políticas conservacionistas desplegadas a favor del ecoturismo.

Además, se hacen salidas o travesías con recorridos largos hacia parques y reservas naturales, las cuales ofrecen atractivos paisajísticos, actividades extremas y de aventura, reconocimiento de zonas arqueológicas e identificación de biodiversidad y riqueza socio-cultural.

Es por ello que el Ecoturismo sostenible ha surgido con fuerza como una opción económica para la preservación de los recursos naturales y culturales. Es por ello que un desarrollo turístico sostenible debe estar inserto en una planificación racional del uso de la tierra y los recursos, siendo una opción muy válida en determinados lugares y bajo determinadas condiciones.

El Ecoturismo Comunitario por su parte, se concibe como un complemento y no un sustituto de otras actividades económicas tradicionales; más bien se trata de un dinamizador de la economía local mediante la promoción de servicios complementarios y el consumo de productos locales.

CONCLUSION

El turismo es muy influyente en el desarrollo del país, el Perú alberga cientos de lugares agradables para el extranjero e incluso para nosotros mismos. La promoción de aquellos lugares es importante, para eso idearon los paquetes turísticos, que muestran la mejor visión y beneficios de los aposentos.

Dentro de esos magníficos paquetes, tienen incluidos los circuitos turísticos, que muchos casos en nuestra región se vinculan mucho con el contacto con la naturaleza.

Nuestro país al ser un territorio altamente visitado, debemos cuidarlo para que lleven buena imagen de nosotros, la responsabilidad que involucra tanto directa como indirecta.

Podemos trabajar articuladamente, en los paquetes y promocionar los circuitos turísticos, con las comodidades en los albergues que viene muy bien con este ambiente cálido de la región Loreto; además trabajar coordinadamente con las agencias de viajes que ofrecen los tours turísticos y de las cuales son oportunidades de inversión para los empresarios que apuestan por una industria limpia sin contaminación.

BIBLIOGRAFÍA

<https://www.entornoturistico.com/turismo-modelo-desarrollo/>

https://es.wikipedia.org/wiki/Turismo#Sector_tur%C3%ADstico

https://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_en_el_Per%C3%BA

<https://rpp.pe/peruanos-camiseta/peru-como-nos-beneficia-el-turismo-noticia-1073587>

<https://www.entornoturistico.com/circuitos-turisticos-que-son-y-como-disenarlos/>

<https://www.ceupe.com/blog/que-es-una-agencia-de-viaje.html>

https://es.wikipedia.org/wiki/Ruta_tur%C3%ADstica

<https://conceptodefinicion.de/tour/>

<https://www.zonaeconomica.com/inversion/oportunidad>

<http://www.ecoturismoarewara.com/web/es/ecoturismo-comunitario-y-sostenible.html>