



**FACULTAD DE CIENCIAS FORESTALES**

**ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE INGENIERÍA EN ECOLOGÍA  
DE BOSQUES TROPICALES**

**TESIS**

**“DIAGNÓSTICO DE LA REALIDAD SOCIOECONÓMICA AMBIENTAL DEL  
CENTRO COMERCIAL DE PLANTAS MEDICINALES DEL PASAJE PAQUITO  
DE LA CIUDAD DE IQUITOS – 2017“**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE INGENIERO EN ECOLOGÍA DE  
BOSQUES TROPICALES.**

**PRESENTADO POR:**

**JEAN PIERRE ROJAS MENDOZA**

**ASESOR:**

**ING. DENILSON MARCELL DEL CASTILLO MOZOMBITE, M.Sc.**

**IQUITOS, PERÚ**

**2020**

**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS Nº 921-CTG-FCF-UNAP-2020**

En Iquitos, a los 20 días del mes de agosto del 2020, a horas 04:00 pm., se dio inicio a la sustentación virtual de la Tesis titulada “**DIAGNOSTICO DE LA REALIDAD SOCIO-ECONOMICA AMBIENTAL DEL CENTRO COMERCIAL DE PLANTAS MEDICINALES DEL PASAJE PAQUITO DE LA CIUDAD DE IQUITOS-2017**”, aprobado con R.D. Nº 457-2017-FCF-UNAP, presentada por el bachiller **JEAN PIERRE ROJAS MENDOZA**, para obtener el Título Profesional de Ingeniero en Ecología de Bosques Tropicales, que otorga la Universidad de acuerdo a Ley y Estatuto.

El Jurado calificador y dictaminador designado mediante R.D. Nº 376-2017-FCF-UNAP está integrado por:

<b>Ing. RONALD MANUEL PANDURO TEJADA, Dr.</b>	<b>Presidente</b>
<b>Ing. JOSE ANTONIO ESCOBAR DIAZ, Dr.</b>	<b>Miembro</b>
<b>Ing. ABRAHAN CABUDIVO MOENA, Dr.</b>	<b>Miembro</b>

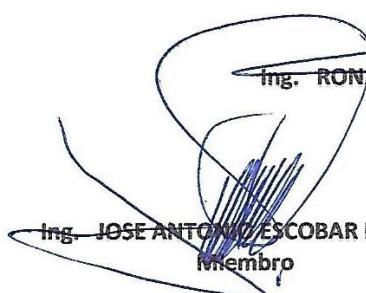
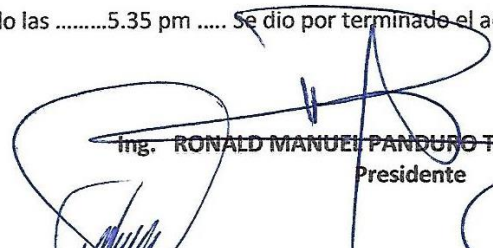


Luego de haber escuchado con atención y formulado las preguntas necesarias, las cuales fueron respondidas en forma : **SATISFACTORIA**

El jurado después de las deliberaciones correspondientes, llego a las siguientes conclusiones:

La Sustentación virtual y la Tesis han sido: **APROBADO**..... con la calificación .....**BUENO**.....

Estando la Bachiller apta para obtener el Título Profesional de Ingeniera en Ecología de Bosques Tropicales.

Siendo las .....5.35 pm ..... Se dio por terminado el acto .....Academico.....

 <b>Ing. JOSE ANTONIO ESCOBAR DIAZ, Dr.</b> Miembro	 <b>Ing. RONALD MANUEL PANDURO TEJADA, Dr.</b> Presidente	 <b>Ing. ABRAHAN CABUDIVO MOENA, Dr.</b> Miembro
 <b>Ing. DENILSON MARCELL DEL CASTILLO MOZOMBITE, M.Sc.</b> Asesor		

**Conservar los bosques benefician a la humanidad ¡No lo destruyas!**

Ciudad Universitaria “Puerto Almendra”, San Juan, Iquitos-Perú


[www.unapiquitos.edu.pe](http://www.unapiquitos.edu.pe)

Teléfono: 065-225303

Firma De Jurados  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA AMAZONIA PERUANA  
FACULTAD DE CIENCIAS FORESTALES  
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOLOGÍA DE BOSQUES TROPICALES  
TESIS

“DIAGNOSTICO DE LA REALIDAD SOCIOECONÓMICA AMBIENTAL DEL  
CENTRO COMERCIAL DE PLANTAS MEDICINALES DEL PASAJE PAQUITO  
DE LA CIUDAD DE IQUITOS – 2017”

(Tesis sustentada y aprobada el 20 de agosto del 2020, según el acta de sustentación N° 912)



Ing. Ronald Manuel Panduro Tejada. Dr.  
Reg. Cip. N° 35493  
Presidente



Ing. José Antonio Escobar Díaz. Dr.  
Reg. Cip. N° 46360  
Miembro



Ing. Abrahán Cabúdivo Moena. Dr.  
Reg. Cip. N° 40295  
Miembro



Ing. Denilson M. Del Castillo Mozombite, M.Sc.  
Reg. Cip. N° 172011  
Asesor

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de investigación lo dedico principalmente a Dios, por ser el inspirador y darnos fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

A mis padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ellos he logrado llegar a ser un profesional y convertirme en la persona que soy. Ha sido el orgullo y privilegio de ser su hijo gracias por los consejos, valores y principios que me inculcaron.

A mi compañera de vida y a mi hijo, por estar siempre presentes, por el apoyo moral, que me brindaron a lo largo de esta etapa de mi vida.

## **AGRADECIMIENTO**

A los propietarios del centro de comercialización de productos no maderables artesanales del pasaje Paquito.

A las personas e instituciones que me brindaron las facilidades para culminar el presente trabajo de investigación.

A mi Alma Mater, Universidad Nacional de la Amazonia Peruana

## ÍNDICE GENERAL

	Pág.
PORTADA	i
ACTA DE SUSTENTACIÓN	ii
JURADO	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE GENERAL	vi
ÍNDICE DE CUADROS	vii
ÍNDICE DE GRÁFICAS	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I: MARCO TEÓRICO	3
1.1. Antecedentes	3
1.2. Bases teóricas	9
1.3. Definición de términos básicos	13
CAPITULO II: METODOLOGÍA	15
2.1. Diseño metodológico	15
2.2. Diseño muestral	15
2.3. Procedimiento de recolección de datos	16
2.4. Procedimiento y análisis de datos	16
CAPITULO III: RESULTADOS	18
CAPITULO IV: DISCUSION	38
CAPITULO V: CONCLUSIONES	44
CAPITULO VI: RECOMENDACIONES	45
CAPITULO VII: FUENTES DE INFORMACION	46

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>N°</b>	<b>Título</b>	<b>Pág.</b>
1	Principales especies que se comercializan en el Centro Comercial Pasaje Paquito	21
2.	Resumen de respuestas a las preguntas de la variable social	26
3.	Resumen de la variable económica	30
4.	Resumen de la variable ambiental	35
5.	Resumen de la variable social, económica y ambiental	36

## ÍNDICE DE GRAFICAS

<b>Nº</b>	<b>Título</b>	<b>Pág.</b>
1	Resumen de las respuestas de la variable social	27
2	Resumen de la variable economica	31
3	Resumen de la variable ambiental	35
4	Resumen de las variables social, economica y ambiental	37



## RESUMEN

En el presente estudio se realizó en la ciudad de Iquitos, en la calle Palcazu primera cuadra, lugar donde se encuentra ubicado el centro comercial de Plantas Medicinales conocido como Pasaje Paquito con la finalidad de poder determinar mediante un diagnóstico la comercialización de productos no maderables y la realidad socio económica ambiental del centro comercial de Plantas Medicinales del Pasaje Paquito de la ciudad de Iquitos 2017.

De acuerdo a los resultados obtenidos, se puede mencionar que el centro comercial del Pasaje Paquito no excede los 60 años de existencia. No es posible determinar los volúmenes que se comercializan por no existir informaciones estadísticas al respecto.

La variable social está presente en el centro comercial del Pasaje Paquito en el 62 %. La variable económica en el 56 % y la variable ambiental en el 54 %.

En promedio las tres variables: social, económica y ambiental están presentes en centro comercial del Pasaje Paquito en el 57.33 %. Por tanto, se aprueba la hipótesis de la investigación.

**Palabras claves:** diagnostico, comercialización, productos no maderables, centro comercial, plantas medicinales.

## ABSTRACT

The present study was carried out in the city of Iquitos, on Palcazu street, first block, where the Medicinal Plants shopping center known as Paquito Passage is located, in order to determine, through a diagnosis of the commercialization of non-timber products, the socio-economic environmental reality of the Medicinal Plants shopping center of the Paquito Passage of the city of Iquitos 2017.

According to the results obtained, it can be mentioned that the Paquito Passage shopping center does not exceed 60 years of existence. It is not possible to determine the volumes that are sold because there is no statistical information in this regard. The social variable is present in the shopping center of Pasaje Paquito in 62%. The economic variable in 56% and the environmental variable in 54%. On average the three variables: social, economic and environmental are present in the commercial center of the Paquito Passage in 57.33%. Therefore, the research hypothesis is approved.

Keywords: diagnosis, commercialization, non-timber products, shopping center, medicinal plants.

## INTRODUCCIÓN

La cadena productiva de las plantas medicinales, se inicia con la existencia de estos recursos en el medio natural, sean estos bosques primarios, bosques secundarios y en gran medida las familias rurales y periurbanas que cultivan plantas medicinales en sus huertos. El manejo post cosecha de las plantas medicinales es rudimentario, no hay los medios y equipos necesarios para su conservación lo que genera pérdidas y contaminación del ambiente, no obstante que estas plantas medicinales tienen efectos benéficos en la salud de las personas que la usan. Desde este punto de vista no se conoce cuál es la situación real de los pobladores de este centro de comercio, cuál es su economía, su condición social, y que se hace respecto al tema ambiental considerando que existe consumo de las especies de flora y algo de fauna, consumo que se puede considerar importante; por lo que se considera que es necesario determinar mediante un diagnóstico de la comercialización de productos no maderables, la realidad socio económica ambiental del centro comercial de Plantas Medicinales del Pasaje Paquito, conocer las especies y volúmenes que se comercializan en el centro comercial de Plantas Medicinales.

La investigación se realizó utilizando como instrumentos las encuestas las mismas que se realizaron en el lugar de los hechos por una sola vez, obtenida la información se realizó el respectivo análisis para la posterior elaboración del documento final.

Los resultados obtenidos demuestran que la participación de las variables socio económica-ecológica están presentes en un 57 % de acuerdo a la escala de calificación, siendo la variable social la más alta llegando al 62 %,

mientras que la variable económica cuenta el 56 % y la variable ambiental es similar a la variable con el 54 %.dentro de la escala de calificación.

Según los resultados obtenidos, se realizan las recomendaciones del caso que permitan a las autoridades tomar las medidas que corresponden en función a las mejoras que se puedan lograr., estos resultados concluyen en que las variables social, económica y ambiental pasan con una mínima amplitud el límite de la escala establecida con solo el 57.33 % de aprobación.

## **CAPITULO I. MARCO TEORICO**

### **1.1. Antecedentes**

**Quesada (2004, p. 67)**, en un estudio similar al presente hecho en Costa Rica sostiene que los productos no maderables del bosque, han tenido un rol importante en los pueblos nativos de Costa Rica, como parte de su cultura e identidad. No así para el campesino, que si bien los emplea cotidianamente ve en ellos una fuente de ingreso económico. Por mucho tiempo los productos no maderables del bosque fueron extraídos de los bosques sin ninguna consideración, con respecto a las posibilidades de recuperación de estos. La extracción en forma artesanal y con miras al negocio per se, causó mucho daño a las poblaciones naturales de las especies que brindan productos no maderables. El correcto uso y cosecha de los productos no maderables, puede garantizar la sostenibilidad del recurso.

Según **Berrocal (1998, p.35)**, al igual que sucede con el mercado de los PFNM en varias zonas de Latinoamérica, en Costa Rica el mercado de los PFNM se caracteriza por ser una actividad incipiente y escasamente valorada, lo que se convierte en el principal obstáculo para el aprovechamiento sostenible de estos recursos. Sin embargo, el aprovechamiento de los PFNM en la región Centroamérica ha servido para el desarrollo de alternativas socioeconómicas en muchos pueblos .

**Marshall, Schreckenber y Newton (2006, p. 7)**; en trabajo de investigación hecho en México y Bolivia sostienen que la información acerca de los mercados, junto a la capacidad para actuar sobre estos es un prerrequisito importante para ingresar y mantenerse en los mercados

nuevos. Los hallazgos clave incluyen: La falta de contactos y conocimiento de mercado, acompañada de la carencia de capacidad financiera e infraestructura, restringe de un modo consistente el avance de los productores, los procesadores y los comerciantes pobres en las cadenas de valor de PFNM. El real valor de la información de mercado reside.

**Hurtado &Ulloa (2013, p.66)**, en un estudio hecho en el Cantón de Espíndola sobre productos no maderables sostiene que de acuerdo a la percepción de los pobladores de las tres parroquias en estudio, las especies mas usadas son árboles, arbustos, hierbas, bejuocos y epífitas, utilizando la raíz, tallo, hojas, flores, ramas, frutos, corteza y en ocasiones toda la planta, el látex no es muy utilizado. Las especies son más utilizadas de forma cruda y la mayoría crece en bosques y áreas abiertas. La frecuencia de aprovechamiento es poco frecuente que es de 1 a 3 veces al año, son recolectadas en poca cantidad debido a la distancia que existe que es de 1 a 10 km. La percepción de abundancia de las especies utilizadas como PFNM es común, recolectando solo la parte útil de la planta y en su mayoría para auto-consumo, su recolección se realiza en temporada seca por la facilidad de acceso al ecosistema donde crecen las especies.

**Sula (2011, p. 38)**, en trabajo de investigación titulada: Valoración del Manejo Sustentable de los Productos Forestales no Maderables en el Páramo de Sachaguayco, Cantón Mocha, Provincia de Tungurahua. Realizó un estudio socioeconómico de la comunidad, inventario y

selección de las especies potenciales que existen dentro del bosque secundario y páramo, estudio de la utilización y usos de las especies medicinales. Los resultados del aspecto socioeconómico son: no poseen servicios públicos básicos, las vías de transporte son de orden secundario, nivel de educación primaria. . Para conocer ciertas especies son utilizadas por la comunidad se realizó entrevistas, se obtuvo que la mayoría conoce y las utilizan para curar enfermedades leves, pero no cultivan ni las comercializan debido a que la mayor parte de la comunidad trabaja para las haciendas que existe en el sector. Como alternativa para comunidad de Atillo es la producción y comercialización de 10 especies de plantas medicinales que tienen mayor demanda en el mercado; esta investigación permite crear fuentes de trabajo y mejorar la calidad de vida de los habitantes de la comunidad y evitar la migración.

**Mukerji (2005, p.43)**, en la India, identificó la importancia de los productos no madereros como estrategia para el desarrollo sostenible, como se mostró desde la Cumbre para la Tierra en Río de Janeiro, además, el hecho de que varios países hayan firmado esta convención sobre diversidad biológica, ratifica la presente necesidad mundial de dar pasos en el sentido de la gestión sostenible, el desarrollo y el uso de los PFNM.

**Juep (2008, p.56)**, en Costa Rica, realizó un trabajo de investigación sobre el rescate del conocimiento tradicional y biológico para el manejo de productos forestales no maderables en la comunidad indígena Jameykari, su objetivo de trabajo fue rescatar los conocimientos tradicionales sobre el manejo de productos forestales no maderables por

la comunidad Jameykari y los factores micro ambientales que intervienen en el establecimiento de estos. Con base en la información de los habitantes de Jameykari determinó la existencia de productos forestales no maderables silvestres de la zona que son considerados de importancia cultural y espiritual.

**Gonzales (2003, p, 75)**, publicó un informe sobre el estado del arte de la investigación en PFSM y/o PMSM en Colombia; con relación a la extracción realizada por las comunidades locales, menciona que la extracción puede ser con fines de subsistencia (alimentación, medicina, fabricación de utensilios y otros objetos); para prácticas culturales (celebraciones, ritos ceremoniales); para venta en mercados locales (plazas de mercado o galerías) y a intermediarios o empresas (industria farmacéutica); para transformación en objetos artesanales (joyería, sombreros, carteras, hamacas, canastos, figuras talladas y otros objetos artesanales); para procesamiento (plantas medicinales deshidratadas, pulpas de frutas, condimentos, mermeladas, conservas, encurtidos) y para venta en mercados elite o de exportación (licores exóticos). Así mismo, menciona que actualmente, hay al menos 150 PFSM que tienen importancia en el comercio internacional, entre ellos la miel, la goma arábiga, el roten el bambú, el corcho, las nueces, hongos, las resinas, los aceites esenciales, y partes de plantas y animales para obtener productos farmacéuticos.

En la actualidad existen más de 4.000 especies empleadas como PFSM en actividades de subsistencia y actividades culturales, muchas de las cuales han alcanzado cadenas de comercialización y cerca de 150



productos de importancia en términos de comercio internacional, tales como miel, goma arábiga, roten, bambú, corcho, nueces hongos, resinas, aceites esenciales, medicamentos y principios activos, entre otros **(FAO. 2008)**.

**Rodríguez y Maldonado (2003.p,45)**, sostienen que los productos artesanales más comercializados son las tallas en madera, bisutería con base en fibras e insumos naturales, objetos en chambira, trabajos en yanchama y en menor medida, la cerámica. De acuerdo con las entrevistas realizadas en los puntos de venta de artesanías en Leticia, existen principalmente dos elementos que han sido identificados por los propietarios de los almacenes como “problemáticas” en el comercio de las artesanías: la primera de ellas es que su oferta ha aumentado considerablemente, lo que ha conducido a una disminución de los precios y, en segundo lugar, la nueva modalidad del turismo, que lleva directamente los turistas a las comunidades, de tal forma que la demanda en Leticia se ha visto afectada.

En **Cortes y Huertas (2006. p, 37)**, se registra la caracterización y usos tradicionales de productos forestales no maderables (PFNM) en el corredor de conservación Guantiva – La Rusia - Iguaque, departamento de Boyacá, Colombia; donde identificaron especies y usos tradicionales de los Productos Forestales No Maderables con la comunidad de las veredas El Ajizal (Moniquirá), Carare (Togüi), Molinos sector Piedesecho (Soatá) en el departamento de Boyacá, Batán y Ture (Coromoro), Patios Altos y Canadá (Encino), Vegas de Padua (Onzaga) en el departamento

de Santander. Se definieron trece categorías de uso para todas las zonas: alimento, medicinal, artesanal, utensilios domésticos, herramientas de trabajo, tintes y colorantes, melífera, envoltura de alimentos, mágico religiosa, lúdica, toxica, ornamental y forraje, restringiendo el análisis a las especies vegetales vasculares.

La categoría de uso mejor representada fue la medicinal, seguida de alimento y artesanal. Se encontraron relaciones entre las categorías de uso, la edad y el género de la población.

**Arias y Cárdenas (2007, p.12)**, mencionan que en Colombia al igual que en varias partes del mundo el comercio de PFNM se viene promoviendo como una opción para el desarrollo económico de regiones rurales con criterios de sostenibilidad ecológica. Varios millones de hogares de todo el mundo tienen una fuerte dependencia de estos productos para su subsistencia y para la obtención de ingresos. Alrededor del 80 por ciento de la población del mundo en desarrollo, utiliza los PFNM para satisfacer necesidades nutricionales y de salud. Las mujeres de los hogares pobres son en general las que más dependen de los PFNM debido a que los mismos son usados en el ámbito familiar y como fuente de ingresos. A escala local, los PFNM también se utilizan como materia prima para la elaboración industrial a gran escala. Varios PFNM son objeto de comercio internacional.

**Imamoto (2000, p.35)**, realizó un análisis y evaluación de estudios de mercado de productos no maderables del bosque en Colombia para la WWF – Programa Colombia. El estudio incluye generalidades de los Productos No Maderables del Bosque (PNMB), generalidades de la

investigación básica, estudios generales de mercado de PNNM, comercio de PNNM como artesanías, iniciativas de apoyo al comercio sostenibles y estudios de casos específicos de comercialización de PNMB (Fibra de Chiqui-Chiqui, frutos de Tagua, Papel artesanal de Iraca y Proyectos relacionados con PNMB en proceso).

**Ortega (2009, p.46)**, Con el fin de conocer los Productos Forestales No Maderables (PFNM) de consumo humano, realizó un estudio en la comunidad de Santa María Huitepec Mixe, en el estado de Oaxaca. Los productos forestales no maderables enfocados a la flora se refieren a la vegetación silvestre que se consume ya sea toda la planta o parcialmente, como: hojas, frutos, flores y rizoma, la mayoría de las cuales son de doble propósito, alimentación y/o medicinal..

## **1.2. Bases Teóricas**

**Fontana et al (1998, p.47)**, sostiene este tipo de comercio es una de las formas más efectivas de salir de la pobreza. Pero debe tenerse en cuenta que los cambios ocupacionales no pueden asignarse a los efectos de los medios de vida de los hogares, excepto cuando familias enteras se concentran dentro de una ocupación determinada, tal vez en una casta o base de grupo de inmigrantes. Por lo tanto, este informe se ha preocupado principalmente por comprender y resaltar la dimensión de género en los efectos de los medios de vida relacionados con los ingresos. de expansión comercial, con énfasis en el impacto en los grupos más pobres donde sea posible.

**Marshall, E., Newton, A.C., Schreckenberg, K. (2003, p.17).** El temprano interés en los productos forestales no maderables estuvo motivado por la creencia de que una comercialización de estos que agregara suficiente valor a los productos forestales podría contribuir a la conservación forestal

Este puede ser el caso en los sitios en los que los PFNM son cosechados de un modo sostenible

No obstante, los datos ecológicos básicos de muchas especies de PFNM son limitados, La comercialización de PFNM típicamente involucra actividades de baja capacidad, escala pequeña y con bajos requisitos técnicos, baja inversión de capital, que pueden combinarse con los papeles domésticos tradicionales y, por lo tanto, son particularmente atractivas para las La comercialización puede beneficiar los regímenes de propiedad comunal, mediante la provisión de incentivos a la organización y el fortalecimiento de la acción comunitaria. Sin embargo, también se reconoce la existencia de muchas desventajas potenciales para la comercialización, incluido el aumento de las disputas, la privatización, la usurpación por personas extrañas, la dependencia de instituciones externas y la interferencia del Estado.

**FAO (1999. p, 98)** .El desarrollo de los PFNM para subsistencia o comercialización debe basarse en la explotación sostenible de los productos, para determinar los niveles de aprovechamiento biológicamente sostenibles de un producto, debe contarse con un conjunto mínimo de buena información sobre la especie del recurso: abundancia, distribución y biología reproductiva.

Igual que en la definición, no existe una clasificación única de los PFNM, ésta dependerá de varios factores, entre ellos el nivel de escala de estudio y/o presentación o profundización que se desee, también depende del o los objetivos que se pretenda lograr.

De acuerdo con **Tacón (1999, p. 78)**, los PFNM se pueden clasificar de acuerdo a características de mercado y productividad así: los que no tienen mercado establecido, con enorme valor de uso tradicional, pero cuya producción es muy limitada, su distribución geográfica es muy restringida o su valoración es escasa o los consumidores urbanos los desconocen. Los hay con mercado local, con una marcada estacionalidad y fácilmente perecederos, por lo que solamente han logrado desarrollar una cadena de comercialización muy corta. En general, se comercializan en fresco puerta a puerta o en ferias tradicionales de localidades muy cercanas a su lugar de cosecha; Otras veces, cuando el recolector logra acopiar un volumen de cosecha importante, se desplaza a ciudades dentro de la región, donde se venden directamente en mercados locales .Los PFNM han jugado un importante papel en muchos proyectos de conservación y desarrollo, basados en el supuesto de que soportan la producción y el comercio y ayudan a mejorar las condiciones de vida, sin comprometer el ambiente.

**González (2003, p, 58)**, Indica que los PFNM son importantes para las comunidades rurales ya que de ellos se satisfacen necesidades a través del uso como productos alimenticios, ornamentales, medicinales, artesanales, además, la comercialización de estos productos ha generado ingresos económicos en diferentes comunidades a escala mundial

**Mukerji (2005. p, 57)**, infiere que actualmente se acepta que el aprovechamiento sostenible y comercialización de PFNM pueden representar una estrategia efectiva para conservar y usar sosteniblemente la biodiversidad a la vez que se genera desarrollo a los pobladores de zonas rurales.

En el Programa 21 de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (CNUMAD), celebrada en Río de Janeiro en 1992 y en otros eventos nacionales e internacionales se ha identificado a los PFNM como: *“una herramienta importante para avanzar hacia la sustentabilidad, requiriendo medidas para aprovechar su potencial”*. De esta manera se logra contribuir al desarrollo económico y a la creación de ingresos de manera ecológicamente racional y sostenible (**Castañaga, 2002**).

Según **Tacón (1999, p.47)** *“los productos forestales no maderables son bienes de consumo y servicios derivados de los ecosistemas forestales, excluyendo aquellos procedentes de la madera o de la corta de árboles”*. Estos productos no maderables o no madereros (PFNM), también se conocen internacionalmente como Non Timber Forest Products (NTFP) o Non Wood Forest Products (NWFP), y son denominaciones comunes para un sector de la producción forestal que aún no tiene una terminología consensuada.

### 1.3. Definición de términos básicos

**Productos Forestales No Maderables (PFNM):** Los productos forestales no madereros consisten en bienes de origen biológico (distintos de la madera), procedentes de los bosques, de otros terrenos arbolados y de árboles situados fuera de los bosques.” (FAO, 1999, p.24)

**Diagnóstico:** Es el resultado que se arrojan luego de un estudio, evaluación o análisis sobre determinado ámbito u objeto. (Quesada, 2004, p.23).

**Comercialización:** Es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales. (González, 2003, p. 12).

**Productos maderables:** Son bienes de origen que se obtienen de los bosques, áreas forestales, plantaciones forestales y/o sistemas de explotación; teniendo como finalidad el uso alimentario, energético, cultural, medicinal, o cosmético para la población humana. y árboles aislados de los bosques. (Tacón, 1999, p.5).

**Indicador Social:** Es una medida de resumen, de preferencia estadística, referente a la cantidad o magnitud de un conjunto de parámetros o atributos de una sociedad. Permite ubicar o clasificar las unidades de análisis (personas, naciones, sociedades, bienes, etc.) con respecto al concepto o conjunto de variables que se están analizando. (Durán, 1997, p.23):

**Indicador Económico:** Es un dato estadístico sobre la economía que permite el análisis de la situación y rendimiento económico pasado y

preente así como realizar pronósticos para el futuro. Una de las aplicaciones de los indicadores económicos más destacada es el estudio de los ciclos económicos. (Durán, 1997, p.23):

**Indicador ambiental:** Son parámetros sumamente importantes para evaluar y dar seguimiento a los avances en el logro de los objetivos del desarrollo sostenible, incluidos los resultados de los Objetivos del Milenio para el Desarrollo. Su uso facilita la vigilancia y la toma de decisiones en orientadas a la mejora de las condiciones ambientales bajo el concepto de desarrollo sostenible. (Durán, 1997, p. 24):



## **CAPITULO II: METODOLOGIA**

### **2.1. Diseño metodológico**

El diseño es de tipo no experimental del tipo transversal correlacional.

Es no experimental porque no se manipula deliberadamente la variable independiente, comercialización, ni se generaliza los resultados del estudio, sino que se observa los hechos tal como se dan en su contexto natural, para luego analizarlo.

Es del tipo transversal correlacional porque se recolecto los datos de la variable, en un solo momento y en un tiempo único, luego se describe el comportamiento de cada una de las variables y después se estableció las relaciones entre las variables en estudio.

El nivel de la investigación es descriptivo - cualitativo; descriptivo porque nos permite conocer la situación actual socio económica ambiental de comercializadores de productos no maderables del centro comercial de Plantas Medicinales concentrados en el pasaje Paquito de la ciudad de Iquitos.

La investigación se realizó en la ciudad de Iquitos, en la calle Palcazu primera cuadra, lugar donde se encuentra ubicado el centro comercial de Plantas Medicinales conocido como Pasaje Paquito, del Distrito de Belén, Provincia de Maynas de la Región de Loreto.

### **2.2. Diseño muestral**

La población son todas las personas propietarias de centros de venta ubicados en el Pasaje Paquito objeto de la investigación, las que son en número de 74, siendo la muestra igual a la población.

### **2.3. Procedimientos de recolección de datos**

La investigación de desarrollo en tres etapas:

La primera etapa consistió en levantar información visitando diferentes instituciones relacionadas con el control y manejo de los comerciantes que laboran en el pasaje Paquito, como son ministerios, municipalidad, gremios de abastecedores de los diferentes productos con la finalidad de conocer el estado real de los comerciantes.

La segunda etapa se desarrolló en la aplicación de las encuestas a cada uno de los propietarios de los diferentes negocios, considerando el número de las muestras, dicha información pasara a formar una base de datos para su posterior análisis.

La tercera etapa comprendió el procesamiento y análisis correspondiente de los datos recogidos para su posterior aplicación de estadística descriptiva como son frecuencias, porcentajes, histogramas entre otros.

Finalmente se procedió a la elaboración del informe final para su posterior revisión y sustentación final.

### **2.4. Procedimiento y análisis de datos**

#### **De campo**

La investigación se realizó en el Pasaje Paquito para la toma de información, se utilizó una hoja de encuesta con la finalidad de medir las condiciones socio – económicas – ambientales en que se encuentran los comerciantes de los productos no maderables, la encuesta fue de tipo personal a cada uno de ellos, se instruyo al

encuestado con la finalidad de obtener información válida que permita una visión real de la problemática.

Así mismo se procedió a tomar información de la misma fuente relacionada con los artículos que se comercializan, usos, volúmenes y costos.

### **De Gabinete**

La información fue procesada en el gabinete para lo cual se construyó una base de datos en función a las variables e indicadores considerados, luego se procedió a procesar la información mediante el programa Excel, utilizando para ello estadística descriptiva como: frecuencia, desviación estándar, porcentaje (%) promedios, diagramas de barras y otras relacionadas con el tema.

## CAPITULO III: RESULTADOS

### 3.1 Antecedentes del Centro Comercial de Plantas Medicinales del Pasaje Paquito de la ciudad de Iquitos.

El Pasaje Paquito está ubicado en el Mercado de Belén; fue creado oficialmente el 14 de junio de 1983, fecha en que fue inscrito en los registros públicos, pero este ya existía desde hace muchos años atrás, algunos vivientes del lugar indican que la antigüedad de este lugar comercial es de más de 60 años, a la fecha existe un sindicato denominado **SINDICATO DE VENEDORES DE PLANTAS MEDICINALES DEL PASAJE PAQUITO**, dirigido por la señora Lita Chasnamote Cortés quien tiene el cargo de Secretaria General; Artículo publicado en <http://www.munibelen.gob.pe/munibelen/index.php/turismo/turismo-en-belen-2/turismo-fotografico>, comenta que una vecina llamada Carmen Ipushima que alrededor de la década del setenta del siglo pasado, un señor a quien llamaban “Paquito”, vendía preparados de cortezas y hojas de ruda y romero en la esquina de este pasaje, mientras que el abuelo de Nancy su amigase dedicaba a la venta de frutas al costado del señor “Paquito”.

“Este señor era muy popular, por eso todos los que acudían al mercado de Belén decían que iban a ir donde Paquito cuando querían comprar alguna medicina natural. A raíz de alta demanda de los productos de Paquito, otros comerciantes fueron instalando sus puestos a lo largo de este pasaje que, finalmente, fue reconocido como el Pasaje Paquito”.

El abuelo de Nancy se vio obligado a cambiar de rubro y dejó los frutos por las cortezas, negocio que le permitió criar y educar a sus hijos y

posteriormente a sus nietos. Nancy cuenta actualmente con cuarenta y ocho años de edad, considerando al Pasaje Paquito parte de su vida.

“Yo he vivido prácticamente toda mi vida en este pasaje. Antes la venta era mayor que ahora, a raíz de la delincuencia que hay en esta zona, el negocio de todas estas familias se ha visto seriamente afectado. Mayormente nos compran los lugareños y los turistas nacionales ya que cuando vienen extranjeros son acompañados por sus guías que no se sabe qué les dirán, pero nunca nos compran nada”, dijo Nancy Chasnamote.

### **3.2. Especies que se comercializan**

En el cuadro 01 se observan las diferentes especies que se comercializan en el Centro Comercial Pasaje Paquito, muchas de las plantas son comercializadas en forma completa, hojas, tallos, raíces, semillas, frutos y cortezas, en otros casos se comercializan en forma independiente, así tenemos que se puede comprar solo hojas, solo tallos, solo raíces, dependiendo del interés del comprador, se observa también en el cuadro que son las hojas y las cortezas las que mas se comercializan, estas generalmente son usadas en infusiones o para la elaboración de licores típicos macerados.

En el mencionado centro comercial también se comercializan algunas plantas de la costa y sierra, las mismas que son transportadas hasta Iquitos mediante vía terrestre – fluvial, en algunos casos estas llegan bajo la modalidad de plantas relativamente frescas con pocos días de haber sido cultivadas y en otros casos llegan bajo la modalidad de plantas secas al aire. Existen algunos productos con valor agregado obtenidos de plantas amazónicas que se comercializan convertidos en perfumes, licores,

ungüentos, jabones germicidas; así tenemos que se puede encontrar ungüentos de cebos de serpientes, sachavacas, lagartos, y otros animales de la fauna tropical de nuestros bosques, licores fabricados con cortezas, raíces, hojas, frutos, tallos de diferentes especies como levántate Lázaro, rompe calzón, para para, aguanta si puedes, uvachado, uña de gato, maracuyá, zurichado, machín, hijoputa, nunca mas, súper sexi, siete raíces, del odio su contra, entre otros.

**Cuadro 01: Principales especies que se comercializan en el Centro Comercial Pasaje Paquito**

Nº	Raíces	Hojas	Flores	Semillas	Frutos	Cortezas	Tallos	Aceites y resinas
1	sacha papa	Ortiga	angel sisa	cacao	bolsamullaca	chuchuhuasi	Uña de gato	Sangre de grado
2	yahuar piri piri	achiote	ayahuma	catahua	cocona	ayahuma	ayahuasca	copaiba
3	ajo sacha	malva	malva	higuerilla	granadilla	cumaceba	soliman	moena
4	ayasisa	ungurahui	mataro	huairuro	guayaba	huacapurana	achira	monte capuli
5	bolsa mullaca	icoja	menta	huito	huingo	capirona	amor seco	renaco blanco
6	caballusa	puñuy puñuycha	puspo poroto	mishumurillo	huito	cedro	azucar huayo	pama
7	caña brava	hierva chepètona	retama	palta	mataro	Ojé	caña agria	capinuri
8	chiric sanango	cresta de gallo	ruda	Shimipampana	papailla	huasai	caña brava	guayaba
9	chuchuhuasi	atadijo	sauco		puspo poroto	catahua	chanca piedra	jergon sacha
10	lavo huasca	bolsa mullaca	tahuari		renaquilla	requia	lavo huasca	oje
11	cotochupa	camote	Uña de gato		sacha culantro	peine de mono	lengua de perro	palo rosa
12	guisador	caña brava				collarcillo	paico	pan del arbol
13	huito	casho				amasisa	piñon blanco	piñon blanco
14	iparuro	catahua				abuta	ruda	remo caspi
15	gngibre	castañilla				angel sisa	sauco	
16	malva	chambira				atadijo		
17	chanca piedra	chanca piedra	chanca piedra	chanca piedra	chanca piedra	bellaco caspi		
18	maracuya	cocona				bellaquillo		
19	pampa orégano	cordoncillo				casho		
20	ruda	granadilla				castañilla		
21	sanango	huanabana				chiric sanango		
22	santa maria	huingo				clavo huasca		
23	Toé	iparuro				huanabana		

**Cuadro 01: Principales especies que se comercializan en el Centro Comercial Pasaje Paquito (Cont...)**

Nº	Raíces	Hojas	Flores	Semillas	Frutos	Cortezas	Tallos	Aceites y resinas
24	Uña de gato	malva				guayaba		
25	Yerba luisa	menta				huacapurana		
26	yerba buena	namé				huito		
27		Ñucño - pichana				huacapurana		
28		paico				icoja		
29		pajaro bobo				iparuro		
30		palta				mururé		
31		pampa orégano				pajaro bobo		
32		papailla				palta		
33		patiquina				renaquilla		
34		piñon blanco				tahuari		
35		puspo poroto				Ubos		
36		renaquilla				Uña de gato		
37		retama				Ushaquiro		
38		ruda						
39		sacha culantro						
40		sanango						
41		santa maria						
42		sauco						
43		Suelda con suelda						
44		Tabaco						
45		tahuari						
46		Toé						



**Cuadro 01: Principales especies que se comercializan en el Centro Comercial Pasaje Paquito (Cont...)**

Nº	Raíces	Hojas	Flores	Semillas	Frutos	Cortezas	Tallos	Aceites y resinas
47		Uña de gato						
48		Verbena negra						
49		Verdolaga						
50		Yerba luisa						
51		yerba buena						
52		Yerba santa						

### 3.3. Volúmenes que se comercializan

No existe un control sobre los volúmenes de plantas medicinales y otros usos que se comercializan, considerando que no existe un solo registro no es posible estimar un volumen aproximado de comercialización de estos productos, las entidades responsables del control, supervisión y vigilancia respecto a la fauna y flora silvestre del bosque tropical no cuenta n con información alguna en cuanto a estadísticas de comercialización, solo se limitan a un control poco efectivo se salida de estos productos hacia el exterior como son salida a la costa y/o extranjero,

Es fundamental la participación de la Autoridad Regional – GOREL como ente responsable de los recursos naturales y de la Municipalidad Provincial de Maynas como autoridad normativa y salubridad.

### 3.4. Indicadores sociales, económicos y ambientales

Los indicadores socio – económico - ambiental fueron estudiados en función a la elaboración de encuestas a las cuales fueron sometidos los titulares de los puestos de venta mediante la formulación de preguntas.

#### 3.4.1. Indicador social

Las preguntas que se hicieron a los encuestados en el aspecto social como en el aspecto económico fue con la finalidad de poder establecer una relación entre las dos variables con la finalidad de medir la condición socio económica de los propietarios de los negocios.

#### Pregunta 01

Pregunta	SI	%	NO	%	TOTAL
¿Es Ud. propietario de la vivienda que habita hoy?	44	88	6	12	50

Del total de 50 entrevistados (100 %), 44 (88%) de ellos son propietarios de la vivienda donde expenden sus productos diversos indicados en el cuadro anterior, mientras que solo 6 (12 %) respondieron que no lo son y que vienen en casas alquiladas o donde familiares.

### Pregunta 02

Pregunta	SI	%	NO	%	TOTAL
Cuentas con todos los servicios básicos para vivir.	32	64	18	36	50

32 personas cuentan con todos los servicios básicos para el acondicionamiento de la vida diaria, (64 %), mientras que 18 (36 %) respondieron que no cuentan con servicios básicos, faltándoles en algunos casos servicio de agua, servicios de limpieza, servicio de energía.

### Pregunta 03

Pregunta	SI	%	NO	%	TOTAL
Sus hijos menores están estudiando actualmente	26	52	24	48	50

Referente a la educación de los hijos de cada familia, 26 personas señalan que sus hijos están asistiendo normalmente a sus centros de estudios (52 %) y 24 (48 %) contestaron que no lo hacen con normalidad.

### Pregunta 04

Pregunta	SI	%	NO	%	TOTAL
¿Está cubierto Ud; y su familia con seguro de salud?	34	68	16	32	50

En relación a la seguridad de la salud familiar la pregunta, 34 personas acotan que si cuenta con seguro social cubierto para toda la familia (68%), mientras que 16 (32 %) contestaron que no están asegurados.

### Pregunta 05

Pregunta	SI	%	NO	%	TOTAL
¿Goza Ud. de vacaciones cada año?	20	40	30	60	50

Con respecto a las vacaciones que cada titular o trabajador debe tener de acuerdo a los establecido por la norma, 20 personas señalan si gozan de vacaciones normalmente (40%), mientras que 30 (60 %) respondieron que no gozan de vacaciones con normalidad

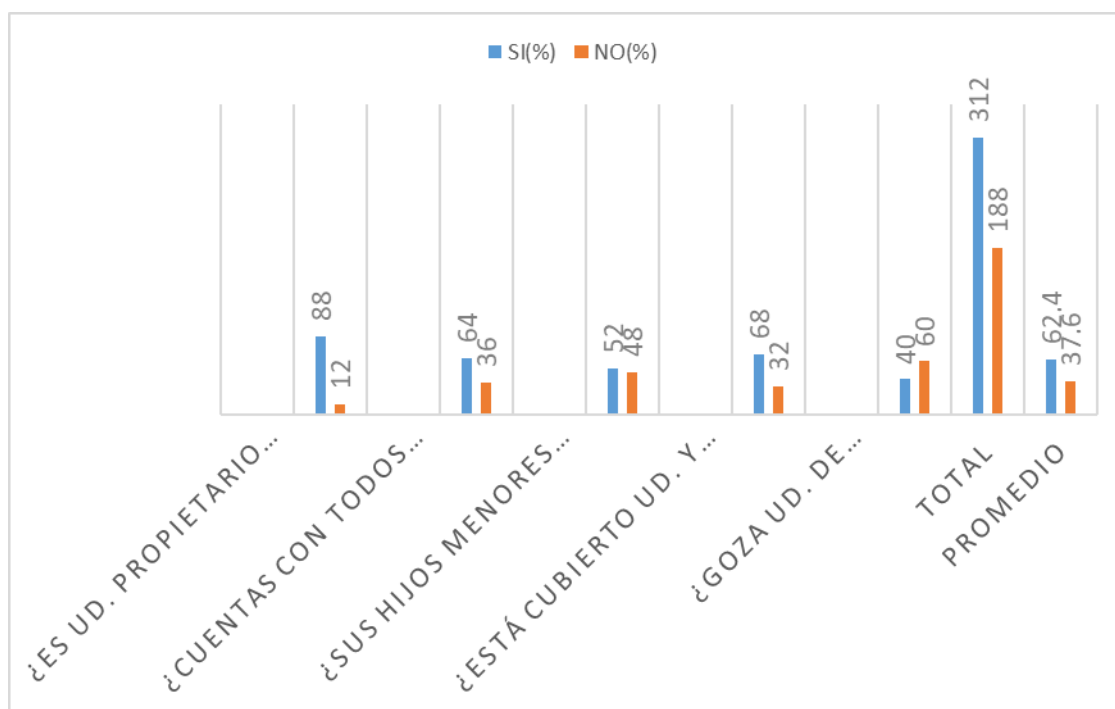
### 3.4.1.1. Resumen de la variable social

**Cuadro 02: Resumen de respuesta a las preguntas de la variable social**

	Pregunta	SI	%	NO	%	TOTAL
1	¿Es Ud. propietario de la vivienda que hay habita?	44	88	6	12	50
2	¿Cuentas con todos los servicios básicos para vive?	32	64	18	36	50
3	¿Sus hijos menores están estudiando actualmente?	26	52	24	48	50
4	¿Está cubierto Ud. y su familia con seguro de salud?	34	68	16	32	50
5	¿Goza Ud. de vacaciones cada año?	20	40	30	60	50
	<b>TOTAL</b>	<b>156</b>	<b>312</b>	<b>94</b>	<b>188</b>	<b>250</b>
	<b>PROMEDIO</b>	<b>31,2</b>	<b>62,4</b>	<b>18,8</b>	<b>38</b>	<b>100</b>

En el cuadro 02, se observa que en promedio el total de respuestas afirmativas suman 156 y las respuestas negativas suman un total de 94, lo que hace un total de 250 respuestas, implica que el 31,2 de las 50 personas

encuestadas han respondido con respuesta afirmativa SI, equivalente al 62,4 % y 18,8 personas han respondido que NO, equivalente al 38 %, en términos generales el aspecto social aprueba los límites de aprobación dentro del sistema vigesimal.



**Grafica 1: Resumen de las respuestas de la variable social**

### 3.4.2. Indicador económico

El indicador económico estuvo medido en forma similar al indicador social y fue sobre la base de preguntas en función a los ingresos que cada titular de los puestos de comercialización tiene, se efectuaron seis preguntas a 50 titulares de un total de 74, 24 de ellos no estaban presentes al momento de la encuesta.

#### Pregunta 01.

Pregunta	SI	%	NO	%	TOTAL
¿Sus ingresos son suficientes para vivir Ud. y su familia?	26	52	24	48	50

Referido a los ingresos que los titulares tienen respecto a sus trabajos, si son suficientes para vivir con su familia. 26 personas señalan que si son suficientes (52 %) del total 50 (100 %), mientras que 24 (48 %) respondieron que no lo son.

#### Pregunta 02.

Pregunta	SI	%	NO	%	TOTAL
¿Tiene Ud., otros negocios?	16	32	34	68	50

Es necesario conocer si los titulares de los puestos de trabajos tienen otros ingresos que les puedan generar bienestar y seguridad económica, por lo que

16 personas (32%) señalan afirmativamente que tienen otros negocios, mientras que 34 (68 %) respondieron en forma negativa.

**Pregunta 03.**

Pregunta	SI	%	NO	%	TOTAL
¿Cuenta Ud. con ahorros?	16	32	34	68	50

Con respecto en conocer si los titulares cuentan con algún tipo de ahorros que les permita en el futuro asumir responsabilidades de todo tipo, 16 personas manifiestan que si cuentan con ahorros (32%) de los 50 (100%) titulares encuestados, mientras 34 (68 %) dieron respuesta negativa.

**Pregunta 04.**

Pregunta	SI	%	NO	%	TOTAL
¿Considera Ud. que su negocio es permanente y estable?	32	64	18	36	50

Referido a la permanencia y estabilidad del negocio, 32 personas señalan que si es permanente y estable (64%), mientras que 18 (36 %) respondieron que no lo es.

**Pregunta 05.**

Pregunta	SI	%	NO	%	TOTAL
¿Económicamente considera que debe crecer más?	50	100	0	0	50

Respecto al crecimiento del negocio las respuestas fueron las más contundentes por parte de los todos titulares de los puestos de comercialización, todos respondieron en forma afirmativa 50 (100 %) a la pregunta: ¿Económicamente considera que debe crecer más

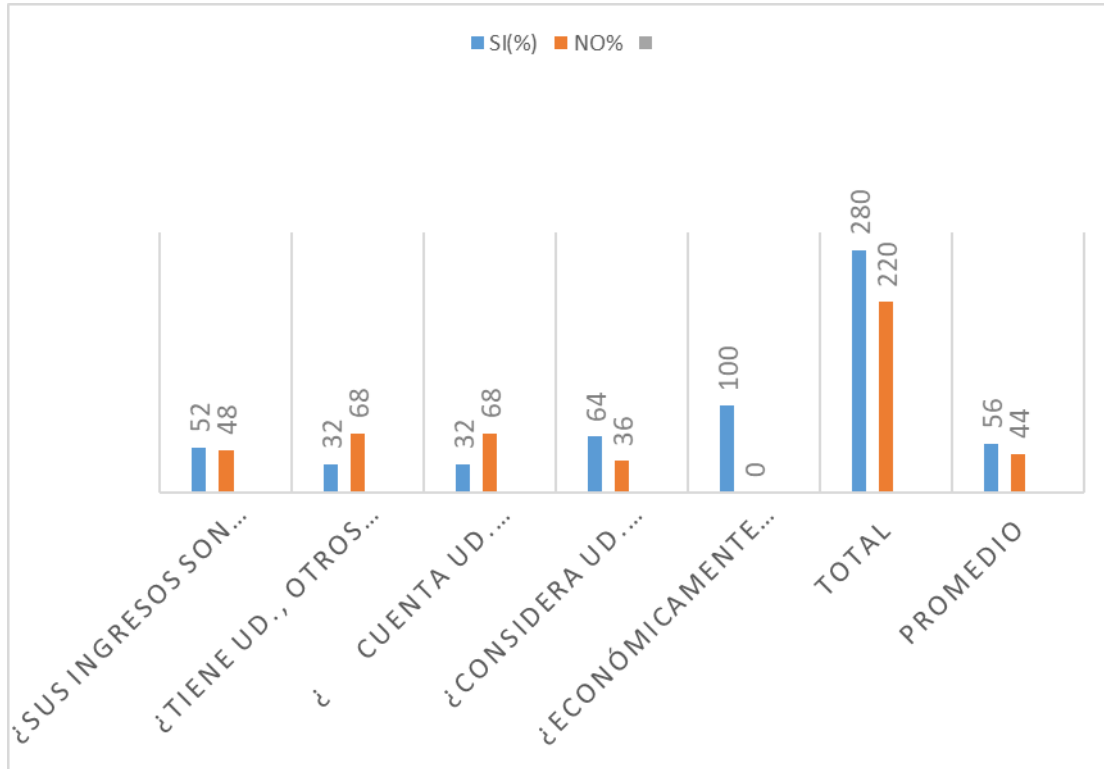
### 3.4.2.2. Resumen de preguntas de la variable económica

**Cuadro 03: Resumen de la variable económica**

Pregunta	SI	%	NO	%	TOTAL
¿Sus ingresos son suficientes para vivir Ud. y su familia?	26	52	24	48	50
¿Tiene Ud., otros negocios?	16	32	34	68	50
¿ Cuenta Ud. con ahorros?	16	32	34	68	50
¿Considera Ud. que su negocio es permanente y estable?	32	64	18	36	50
¿Económicamente considera que debe crecer más?	50	100	0	0	50
<b>TOTAL</b>	<b>140</b>	<b>280</b>	<b>110</b>	<b>220</b>	<b>250</b>
<b>PROMEDIO</b>	<b>28</b>	<b>56</b>	<b>22</b>	<b>44</b>	<b>50</b>

En el cuadro 03, se observa que la variable económica tiene un comportamiento un tanto similar a la variable social, pero bastante cercano, 140 respuestas fueron afirmativas y 110 fueron negativas, en promedio 28 (56 %) del total respondieron en las preguntas en forma afirmativas y 22 (44%) respondieron en forma negativa.





**Grafica 2: Resumen de la variable económica**

### 3.4.3. Indicador ambiental

El indicador ambiental estuvo referido a las condiciones en que laboran los titulares de los puestos de venta en el mercadillo como también al conocimiento y preocupación que ellos puedan tener respeto al origen de sus productos sin control de ningún tipo.

#### Pregunta 01

Pregunta	SI	%	NO	%	TOTAL
¿Considera Ud., que el lugar donde se encuentra ubicado su puesto de venta es adecuado?	32	64	18	36	50

El centro comercial pasaje Paquito se encuentra ubicado en una zona muy movida comercialmente hablando, ubicada en el área del mercado Belén, presenta un estado deplorable en cuanto a limpieza debido la escasa infraestructura y logística con que cuenta, la primera pregunta que se hizo fue: ¿Considera Ud., que el lugar donde se encuentra ubicado su puesto de venta es adecuado?, 32 (64 %) de un total de 50 (100%) encuestados contestaron que sí, que el lugar es adecuado respecto a su ubicación, mientras que 18 (36 %) contestaron que no es adecuado.

#### Pregunta 02

Pregunta	SI	%	NO	%	TOTAL
Considera Ud que las condiciones sanitarias donde se encuentra su negocio son adecuadas	32	64	18	36	50

El 100% manifiestan que si se cuenta con condiciones sanitarias adecuadas

### Pregunta 03

Pregunta	SI	%	NO	%	TOTAL
¿Considera Ud. que los compradores de sus productos se sienten bien en respecto a la salubridad del área?	14	28	36	72	50

Respecto a la opinión que tienen los titulares respecto a sensación de los compradores en cuanto a la salubridad del área donde se encuentra el centro comercial, contradictoriamente solo el 14 (28 %) del total contestaron en forma afirmativa y 36 (72 %) contestaron en forma negativa.

### Pregunta 04

Pregunta	SI	%	NO	%	TOTAL
¿Considera que se debería construir nuevas instalaciones para su negocio?	48	96	2	4	50

**Referida** a la construcción de nuevas instalaciones para laborar, del total 48 (96 %) de los encuestados contestaron que si es necesario nuevas instalaciones mientras que 2 (4 %) contestaron que no lo era.

### Pregunta 05

Pregunta	SI	%	NO	%	TOTAL
¿Considera Ud, que las plantas medicinales que se venden en este mercado deberían tener valor agregado?	24	48	26	52	50

Respecto al valor agregado de los productos que en el centro comercial se comercializan, 24 (48 %) de los titulares encuestados contestaron que si es necesario mayor valor agregado mientras que 26 ( 52%) contestaron que no lo es.

**Pregunta 06**

Pregunta	SI	%	NO	%	TOTAL
¿Le preocupa que los productos que Uds., venden sean extraídos del bosque sin ningún control de las autoridades?	13	26	37	74	50

¿Respecto a la conservación del bosque tropical, si los productos que Uds., venden sean extraídos del bosque sin ningún control?, solo el 13 (26 %) contestaron que si les preocupa que los productos del bosque sean extraídos sin control de las autoridades, mientras que 37 (74 %) contestaron que no les preocupa.

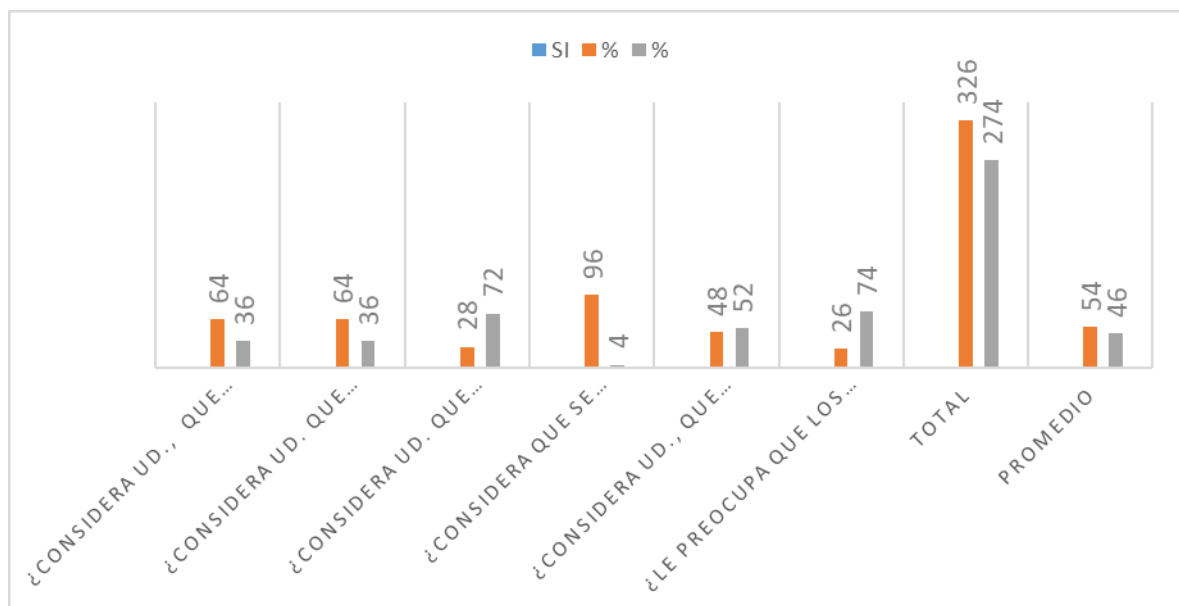
**3.4.3.1. Resumen de preguntas de la variable ambiental**

En el cuadro 04 se observa el resumen total de las respuestas obtenidas de la variable ambiental, en ella se puede observar que de un total de 250 (100%) respuestas, 163 respuesta que corresponden a 27 entrevistados y que suman el 54 % del total contestaron afirmativamente a todas las respuestas mientras que

137 respuesta que corresponden a 23 entrevistados y que suman el 46 % contestaron que no a todas las respuestas.

**Cuadro 04: Resumen de la variable ambiental**

Pregunta	SI	%	NO	%	TOTAL
¿Considera Ud., que el lugar donde se encuentra ubicado su puesto de venta es adecuado?	32	64	18	36	50
¿Considera Ud. que las condiciones sanitarias donde se encuentra su negocio son buenas?	32	64	18	36	50
¿Considera Ud. que los compradores de sus productos se sienten bien en respecto a la salubridad del área?	14	28	36	72	50
¿Considera que se debería construir nuevas instalaciones para su negocio?	48	96	2	4	50
¿Considera Ud., que las plantas medicinales que se venden en entre mercado deberían tener valor agregado?	24	48	26	52	50
¿Le preocupa que los productos que Uds., venden sean extraídos del bosque sin ningún control de las autoridades?	13	26	37	74	50
<b>TOTAL</b>	<b>163</b>	<b>326</b>	<b>137</b>	<b>274</b>	<b>300</b>
<b>PROMEDIO</b>	<b>27</b>	<b>54</b>	<b>23</b>	<b>46</b>	<b>50</b>



**Grafica 3: Resumen de la variable ambiental**

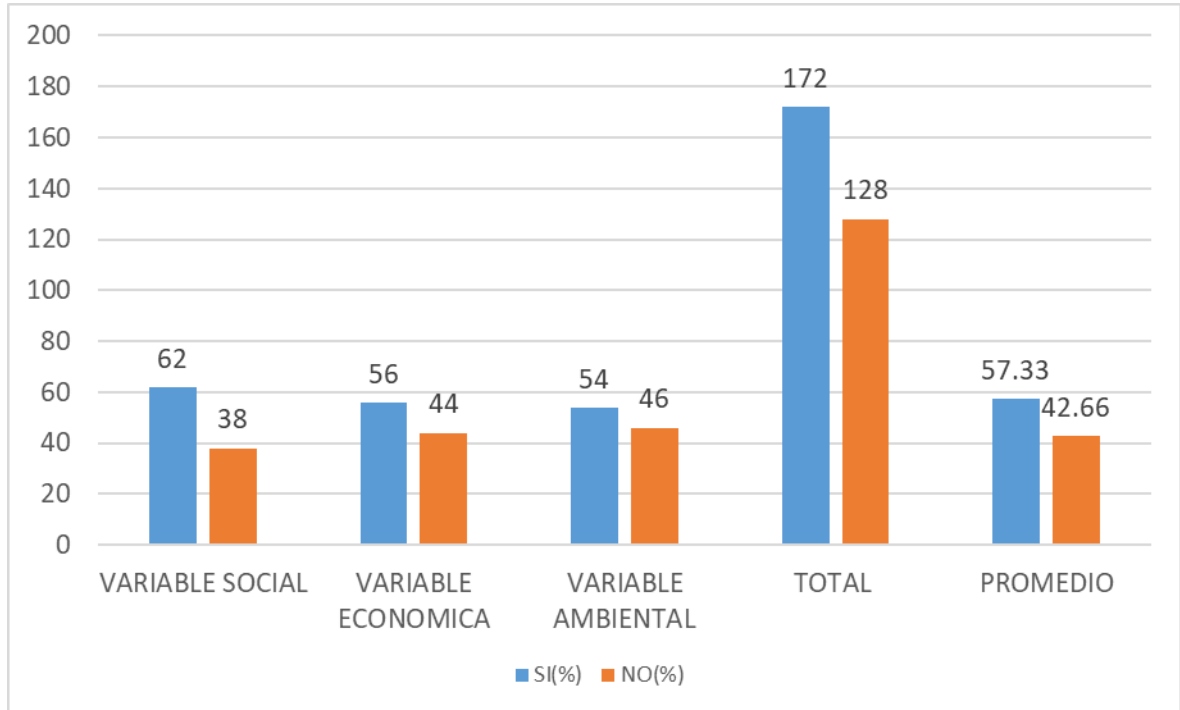
### 3.5. Resumen total de las tres variables (social, económica y ambiental)

**Cuadro 05: Resumen de las variables social, económica y ambiental**

VARIABLES	SI	%	NO	%	TOTAL
VARIABLE SOCIAL	31	62	19	38	100
VARIABLE ECONOMICA	28	56	22	44	100
VARIABLE AMBIENTAL	27	54	23	46	100
TOTAL	<b>86</b>	<b>172</b>	<b>64</b>	<b>128</b>	<b>300</b>
PROMEDIO	<b>29</b>	<b>57.33</b>	<b>21</b>	<b>42.66</b>	<b>100</b>

En el cuadro 05, se observa el resumen general de la participación de las tres variables que, medidas dentro de la escala vigesimal se observa que el porcentaje de la presencia de la variable social llega al 62 %, mientras que la variable económica se encuentra con el 56 % y la variable ambiental es similar a la variable con el 54 %.

En promedio se puede afirmar que estas variables se están acercando mucho a la teoría del desarrollo sostenido, en términos generales tenemos una aceptación de 57.33% y una desaprobación de 42.66%. Lo que afirma la hipótesis general ya que nos permite conocer la realidad socio económica ambiental de los comercializadores del centro comercial de Plantas Medicinales del pasaje Paquito.



**Grafica 4: Resumen en Porcentajes de las variables socio-económica-ambiental**

## CAPITULO IV: DISCUSION

No existe mucha información respecto al origen del Pasaje Paquito, salvo aquella que algunos vivientes nos han narrado como por ejemplo la entrevista dada por la actual secretaria del sindicato Lita Shasnamote , quien nos indicada que ella conoce por la información que sus parientes como padres y abuelos le han transmitido, informándonos que la antigüedad el Pasaje es de aproximadamente 58 años,

**Pro y Contra (2013)**, Sostienen en su artículo publicado en [proycontra.com.pe/pasaje-paquito](http://proycontra.com.pe/pasaje-paquito) el 21 de noviembre del 2013, algo similar a lo citado por Lita indicando que Nancy Chasnamote Cortés a quién entrevistaron ha trabajado en este lugar desde que tenía nueve años, el puesto lo heredó de sus abuelos, quienes fueron parte de aquellos primeros comerciantes que se apoderaron de este pasaje.

Nancy comenta que alrededor de la década del setenta del siglo pasado, un señor a quien llamaban “Paquito”, vendía preparados de cortezas y hojas de ruda y romero en la esquina de este pasaje, mientras que el abuelo de Nancy se dedicaba a la venta de frutas al costado del señor “Paquito”.

“Este señor era muy popular, por eso todos los que acudían al mercado de Belén decían que iban a ir donde Paquito cuando querían comprar alguna medicina natural. A raíz de alta demanda de los productos de Paquito, otros comerciantes fueron instalando sus puestos a lo largo de este pasaje que, finalmente, fue reconocido como el Pasaje Paquito”.



De acuerdo a la información revisada se puede concluir que el Pasaje Paquito no excede los 60 años de existencia.

La variable social está presente en el centro comercial del Pasaje Paquito en el 62 %, lo que implica que 31 de las 50 personas encuestas sientan cierta comodidad en las condiciones que laboran y viven, la satisfacción no es total sin embargo supera las ambiciones del 62 % de la población.

**PNUD (1990. p 18).** Contempla que el índice de desarrollo humano reconoce el proceso por el cual se ofrecen mayores oportunidades a las personas, entre estas las mas importantes son una vida sana y prolongada, acceso a la educación y a los recursos necesarios para disfrutar de un nivel de vida decente otras oportunidades incluyen la libertad política. La garantía a los derechos humanos y el respeto así mismo.

En el presente estudio lo sostenido por PNUD (1990) se adapta totalmente a los resultados del estudio, mientras mas satisfacciones encuentren los titulares del centro comercial mayor será el cumplimiento de la variable social y el índice de desarrollo humano.

Se puede afirmar que la variable social está presente en el Complejo comercial del Pasaje Paquito dentro de la escala vigesimal en el 62 aprobando la hipótesis general solo para esta variable social.

En la variable económica 28 (56%) se observa resultados muy similares a la variable ambiental 27 (54%), observándose una pequeña diferencia en el orden del 2 %.

**Duran (1997, p 94).** Sostiene que la sustentabilidad económica está inserta en el concepto de renta de Hicks definida como la cantidad máxima que un individuo puede consumir en un período determinado de tiempo sin reducir su consumo en un período futuro). Según esta definición de renta, el cálculo de la misma, medido en términos de producto nacional o interior bruto, debe hacerse incluyendo la riqueza y los recursos medioambientales de un país. En caso contrario, la medición no indicaría el grado de sustentabilidad.

**Sánchez y Manjarrez (2014, p. 112);** sostienen que desde sus inicios el término desarrollo ha presentado un enfoque economicista que ha privilegiado la riqueza material como un indicador. Esto se ha visto reflejado desde los primeros escritos donde los autores clásicos –economistas clásicos - aunque no mencionan la palabra “desarrollo” sí hablaban de “riqueza” para referirse a los estados de progreso de un país y de los individuos; es decir, se implantó la ecuación “desarrollo igual a riqueza material”.

En el pensamiento económico burgués sobre el Desarrollo del pasado Siglo XIX varios autores abordaron la temática, entre ellos se destaca David Ricardo quien la aborda en su obra “Principios de economía política y tributación”.

En la misma época, Robert Malthus (1766-1834) citado por **Sánchez y Manjarrez (2014);** decía que una nación es más rica o más pobre en función de lo que tiene para repartir entre sus habitantes; por esto, mientras más población tenga más pobre será una sociedad, dado que la provisión de

recursos no crece en la misma proporción (lo que contenía una definición implícita de pobreza).

En conclusión, el crecimiento de la economía, tal como se refleja en el crecimiento de la población y de la riqueza, no se debe entender como desarrollo. Este fenómeno representa características cualitativas. El desarrollo, en nuestro sentido, es un fenómeno ajeno a lo que puede observarse en la corriente circular o en la tendencia hacia el equilibrio. Es un cambio espontáneo y discontinuo en los canales de la corriente, es una perturbación del equilibrio que altera y desplaza en forma definitiva el estado de equilibrio que antes existía.

La variable económica y ambiental está dentro los límites de aprobación cumpliéndose en el 56 % y 54% del total.

**FAO (2008)** <http://www.fao.org/docrep/x5600s/x5600s05.htm> : indica que en la mayoría de los casos, en América Latina, a principios de los años setenta los problemas ecológicos fueron analizados aisladamente; de ellos solamente se examinaban sus síntomas, mas sus causas eran dejadas de lado. Actualmente, el debate alrededor del tema se ha abierto e incluye el análisis de las interrelaciones del medio ambiente que rodean y caracterizan la vida del hombre, por lo que tiene total correspondencia con la situación socioeconómica. Es desde esta perspectiva global que se plantea una alternativa: el modelo de desarrollo no debe explotar el entorno natural sino

manejarlo; éste debe proponer una utilización de los recursos naturales que permita la regeneración de los ciclos ecológicos.

La situación de degradación medio ambiental en la que se encuentra el planeta ha hecho que un número considerable de naciones tome conciencia de la necesidad de replantear el desarrollo. En todo el mundo a nivel de las instancias públicas se han creado entidades para enfrentar esta problemática y desde la sociedad civil también han surgido un sinnúmero de organizaciones que trabajan en lo ambiental.

Medir el desarrollo priorizando los parámetros económicos no necesariamente deja ver el nivel colectivo de bienestar, pues deja de lado una serie de variables que son parte de lo cotidiano y que condicionan la calidad de vida. En este sentido lo ambiental tampoco ha sido considerado, a pesar de que está comprobado que hay una correlación entre el deterioro ambiental y los niveles de pobreza. El informe de la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente reconoce que la pobreza es la mayor causa y efecto de los problemas ambientales.

En algunos países como es el caso de Argentina la variable ambiental se viene consolidando como herramientas útiles para la toma de decisiones en ambiente y difusión de información de manera sencilla que permita el control de la variable por parte de los ciudadanos.

Consideramos que en el presente trabajo la variable ambiental viene avanzado para mañana o mas tarde nuestros ciudadanos puedan asumir el control de ella.

En conclusión, podemos establecer que para el presente trabajo las tres variables pasan los límites de aprobación, por tanto, se puede afirmar que se aprueba la hipótesis general del presente estudio.

## **CAPITULO V: CONCLUSIONES**

1. De acuerdo a la información revisada se puede concluir que el Pasaje Paquito no excede los 60 años de existencia.
2. No es posible determinar los volúmenes que se comercializan por no existir informaciones estadísticas al respecto.
3. La variable social está presente en el centro comercial del Pasaje Paquito en el 62 %.
4. La variable económica está presente en el centro comercial del Pasaje Paquito en el 56 %.
5. La variable ambiental está presente en el centro comercial del Pasaje Paquito en el 54 %.
6. En promedio las tres variables: social, económica y ambiental están presentes en centro comercial del Pasaje Paquito en el 57 %. Por tanto, se aprueba la hipótesis de la investigación.

## **CAPITULO VI: RECOMENDACIONES**

1. Los organismos públicos del estado como Ministerio de Agricultura, Industrias, salud. Municipalidad deben cumplir con el rol que les corresponde con la finalidad de lograr mejores condiciones de tipo social, económico y ambiental de los comerciantes del centro comercial del pasaje Paquito.
2. El presente estudio deberá ser tomado en cuenta por la directiva del Sindicato de Pasaje Paquito para implementar las medidas que se estimen pertinentes en bien de su desarrollo.
3. La Universidad Nacional de la Amazonia Peruana deberá continuar con este tipo de estudio de tal manera que sirvan como un instrumento de gestión para las diferentes entidades públicas y privadas.

## CAPITULO VII: FUENTES DE INFORMACION.

- Arias, J; Cárdenas, D (2007).** Manual de identificación, selección y evaluación de oferta de productos forestales no maderables. Colombia: SINCHI, 32. p.
- Berrocal, A. (2000).** Potencial Económico de los Productos No Maderables de los Bosques Secundarios en la Región Chorotega de Costa Rica. En: Memoria Seminario: Avances en el manejo del bosque secundario en Costa Rica (2000. Pavas, San José, Costa Rica). 95 p.
- Belcher, B; Schreckenberg, K. (2003).** NTFP Commercialization – A Reality Check. NTFP Side Session, World Forestry Congress, Quebec
- Cortes, W; Huertas C. (2006).** Caracterización y usos tradicionales de productos forestales no maderables (pfnm) en el corredor de conservación Guantiva – La Rusia – Iguaque. (Revisado 20-01-17). Disponible [en línea].<  
[http://gemini.udistrital.edu.co/comunidad/dependencias/facultades/medioambiente/iforestal/documents/docs\\_revista\\_colombiaforestal/Rev.Col.Forestal\\_Vol13\(1\)Jun10\\_C - 5.pdf](http://gemini.udistrital.edu.co/comunidad/dependencias/facultades/medioambiente/iforestal/documents/docs_revista_colombiaforestal/Rev.Col.Forestal_Vol13(1)Jun10_C - 5.pdf)
- Castañaga , L. (2002) ,** Productos Forestales No Madereros (PFNM). (Revisado 10-01-17). Disponible en <http://www.eco2site.com/informes/pfnm.asp>
- Durán, G. (1997):** Aproximación a la contabilidad ambiental: una propuesta conceptual y metodológica, Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Madrid, Madrid, 78 p..
- FAO (1999).** "Actividades forestales de la FAO; Hacia una definición uniforme de los productos forestales no madereros". Unasyuva, 50 (198)



- Fontana, M; Joeques, S; Masika, R. (1998).** Global Trade Expansion and Liberalisation: Gender Issues and Impacts. BRIDGE Report No. 42. DFID, IDS, Sussex, UK.
- González, D. (2003).** Los Productos Naturales No Maderables (PNNM): Estado del arte de la investigación y otros aspectos. Biocomercio Sostenible, Instituto de Investigación de Recursos Biológicos “Alexander von Humboldt”. Bogotá, Colombia. 75 p.
- Hurtado. S & Ulloa L. (2013).** Productos forestales no maderables (pfnm) de las parroquias Amaluza, Jimbura y Santa Teresita del Cantón Espíndola, ubicadas en la zona de influencia del Parque Nacional Yasuni. Tesis para optar el título de Ingeniero Forestal. Universidad de Loja. Ecuador. 162 p.
- Inamoto, M. (2000).** Análisis y evaluación de estudios de mercado de productos no maderables del bosque en Colombia. Informe Final. WWF – Programa Colombia. Bogotá.
- Juep, A. (2008).** Rescate del conocimiento tradicional y biológico para el manejo de productos forestales no maderables en la comunidad indígena Jameykari. Costa Rica: Tesis para optar al título de Magister Scientiae en Manejo y Conservación de Bosque Tropical y Biodiversidad de Centro Agronómico Tropical de investigación y enseñanza. 72.p.
- Marshall, E., Newton, A.C., Schreckenberg, K. (2003).** Commercialising non-timber forest products: first steps in analysing the factors influencing success. *International Forestry Review* 5(2): 137 p.
- Mukerji, A. (2005).** La importancia de los productos no madereros y las estrategias para el desarrollo sostenible. (Revisado 18-01-17). Disponible [en línea]. <[www.fao.org/forestry/docrep/wfcxi/publi/PDF/V3S\\_T15.PDF](http://www.fao.org/forestry/docrep/wfcxi/publi/PDF/V3S_T15.PDF)>

**Ortega, S (2009).** Productos forestales no maderables de consumo humano en la comunidad de Santa María Huitepec Mixe, Oaxaca. Tesis profesional para obtener el título de: Ingeniera en Recursos Naturales Renovables. Universidad Autónoma Chapingo. Chapingo, Texcoco, Estado de México. 65 p.

**Pro y Contra .**De dónde proviene el nombre de “Pasaje Paquito”, disponible en la [https://proycontra.com.pe/pasaje-paquito/fecha de consulta 15.01.20](https://proycontra.com.pe/pasaje-paquito/fecha%20de%20consulta%2015.01.20).

**PNUD** (1990). Informe sobre desarrollo humano 1990 [http://hdr.undp.org/en/media/hdr\\_1990\\_es\\_overview1.pdf](http://hdr.undp.org/en/media/hdr_1990_es_overview1.pdf)

**Quesada, R. (2004).** Caracterización y evaluación de productos no maderables en bosque secundario>Informe de proyecto, Instituto Tecnológico de Costa Rica, Escuela de Ingeniería Forestal - Centro de Investigación Integración Bosque Industria (ciibi) y Vicerrectoría de Investigación y Extensión. Cartago - Costa Rica, 81 p.

**Rodríguez K. y Maldonado J. (2003).** Importancia de los productos forestales maderables y no maderables en los hogares de Puerto Nariño (Amazonas, Colombia 2009). (Revisado 13-01-17). Disponible [en línea]. < <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=11712701003>

**Sula (2011),** Valoración del Manejo Sustentable de los Productos Forestales no Maderables en el Páramo de Sachaguayco, Cantón Mocha, Provincia de Tungurahua.Ecuador. 178 p.

**Tacón, A. (1999).** Identificación y caracterización de Productos Forestales No Maderables (PFNM) en el bosque nativo chileno. *In* Primer encuentro de investigación y extensión de productos forestales no maderables (PFNM) en Chile (1999, Valdivia, CH).Memoria. Valdivia, CH, CODEFF/CET. 17.p.

## **ANEXOS**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA AMAZONIA PERUANA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS FORESTALES**  
**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PEQUEÑOS EMPRESARIOS DEL CENTRO**  
**COMERCIAL DE PLANTAS MEDICINALES DEL PASAJE PAQUITO DE LA**  
**CUIDAD DE IQUITOS SOBRE COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS NO**  
**MADERABLES**

¿Es Ud. propietario de la vivienda que hay habita?
¿Cuentas con todos los servicios básicos para vive?
¿Sus hijos menores están estudiando actualmente?
¿Está cubierto Ud. y su familia con seguro de salud?
¿Goza Ud. de vacaciones cada año?
¿Sus ingresos son suficientes para vivir Ud. y su familia?
¿Tiene Ud., otros negocios?
¿ Cuenta Ud. con ahorros?
¿Considera Ud. que su negocio es permanente y estable?
¿Económicamente considera que debe crecer más?
¿Considera Ud., que el lugar donde se encuentra ubicado su puesto de venta es adecuado?
¿Considera Ud. que las condiciones sanitarias donde se encuentra su negocio son buenas?
¿Considera Ud. que los compradores de sus productos se sienten bien en respecto a la salubridad del área?
¿Considera que se debería construir nuevas instalaciones para su negocio?
¿Considera Ud., que las plantas medicinales que se venden en entre mercado deberían tener valor agregado?
¿Le preocupa que los productos que Uds., venden sean extraídos del bosque sin ningún control de las autoridades?