



UNAP



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA

TESIS

**“IMPACTO DEL TURISMO Y LA ACTIVIDAD ARTESANAL EN LA
CIUDAD DE IQUITOS ENTRE LOS AÑOS 2015-2018”**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN / ECONOMISTA**

PRESENTADO POR:

LEONARDO PATRICIO BERNUY RIOS

LUIS ANGEL LOPEZ LOZANO

ASESOR:

ECON. AMERICO NAVOR GÓMEZ BARRERA, MGR.

IQUITOS, PERÚ

2020



ACTA DE SUSTENTACION DE TESIS N° 203-CCGyT-FACEN-UNAP-2020

En la ciudad de Iquitos, a los **23** días del mes de **diciembre** del año 2020, a horas: **04:00 p.m.** se dio inicio haciendo uso de la **plataforma google meet** la sustentación pública de la Tesis titulada: **"IMPACTO DEL TURISMO Y LA ACTIVIDAD ARTESANAL EN LA CIUDAD DE IQUITOS ENTRE LOS AÑOS 2015-2018"**, autorizado mediante **Resolución Decanal N°1284-2020-FACEN-UNAP** presentado por el Bachiller en Ciencias Administrativas **LEONARDO PATRICIO BERNUY RIOS** para optar el título profesional de **LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN** y el Bachiller en Ciencias Económicas **LUIS ANGEL LOPEZ LOZANO** para optar el Título Profesional de **ECONOMISTA** que otorga la UNAP de acuerdo a Ley Universitaria N° 30220 y el Estatuto de la Universidad Nacional de la Amazonia Peruana.

El Jurado calificador y dictaminador está integrado por los siguientes profesionales:





LIC. ADM. GILBERT ROLAND ALVARADO ARBILDO, Dr.	(Presidente)
LIC. ADM. VÍCTOR ARTURO JESÚS CASTILLO CANANI, Dr	(Miembro)
ECON. VÍCTOR LINARES PEZO, Mg.	(Miembro)

Luego de haber escuchado con atención y formulado las preguntas necesarias, las cuales fueron respondidas: **SATISFACTORIAMENTE...**

El jurado después de las deliberaciones correspondientes, arribó a las siguientes conclusiones: La Sustentación Pública y la Tesis han sido: **APROBADOS** con la calificación...**BUENO (16)**.

Estando los Bachilleres aptos para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración y Economista.

Siendo las **6.00 pm** del **23** de **diciembre** del 2020, se dio por concluido el acto académico.

 LIC.ADM. VÍCTOR ARTURO JESUS CASTILLO CANANI, Dr. Miembro	 LIC.ADM. GILBERT ROLAND ALVARADO ARBILDO, Dr. Presidente	 ECON. VÍCTOR LINARES PEZO, Mg. Miembro
 ECON. AMERICO NAVOR GÓMEZ BARRERA, Mg. Asesor		

**TEMA: "IMPACTO DEL TURISMO Y LA ACTIVIDAD ARTESANAL EN
LA CIUDAD DE IQUITOS ENTRE LOS AÑOS 2015-2018"**

MIEMBROS DEL JURADO



LIC.ADM. GILBERT ROLAND ALVARADO ARBILDO, Dr.
Presidente
CLAD N°01929



LIC.ADM. VICOR ARTURO JESUS CASTILLO CANANI, Dr.
Miembro
CLAD-17744



LIC.ADM. VICTOR LINARIS PEZO, Mg.
Miembro
REG. N° - 269



ECON. AMÉRICO NAVOR GÓMEZ BARRERA
Asesor
REG. N° - 167

DEDICATORIA

A Dios y mis padres por su apoyo y confianza incondicional.

Leonardo Patricio Bernuy Rios.

A mi familia y amigos que me apoyaron en todo momento.

Luis Ángel López Lozano.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por habernos permitido lograr una de nuestras metas.

A nuestros padres por el todo el apoyo que nos dieron durante nuestra formación profesional y los consejos que nos han brindado a lo largo de nuestras vidas.

ÍNDICE GENERAL

	Pág
PORTADA	i
ACTA DE SUSTENTACIÓN	ii
JURADO Y ASESOR	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE GENERAL	vi
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	ix
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	2
1.1. Antecedentes	2
1.2. Bases teóricas	3
1.3. Definición de términos básicos	6
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	9
2.1. Tipo y diseño	9
2.2. Diseño muestral	9
2.3. Procedimiento de recolección de datos	10
2.4. Procesamiento y análisis de los datos	10
2.5. Aspectos éticos	11
CAPÍTULO III: RESULTADOS	12
3.1. Beneficios del turismo	12
3.2. Organización del mercado receptivo turístico	13
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN	21
4.1. La Artesanía en turismo	21
4.2. Promotores	21
4.3. Producción artesanal	22
4.4. Líneas de producción	23
4.4.1. Líneas artesanales	23
4.4.2. Origen y disponibilidad de materias primas	27
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES	29
CAPÍTULO VII: RECOMENDACIONES	31
CAPÍTULO VIII: FUENTES DE INFORMACIÓN	32

ANEXOS	33
1. Matriz de consistencia	34
2. Modelo de encuestas desarrolladas en la investigación	35
3. Pernoctaciones de visitantes extranjeros, periodo 2015–2016 (ene-dic)	38
4. Visitantes nacionales por departamentos periodo 2015 - 2016	39
5. Líneas por zonas de producción	40
6. Productos por líneas artesanales	41
7. Padrón de artesanos por cite y especialidad	43
8. Precios promedios de las artesanías	45

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 01: Arribos periodo 2007 - 2018	15
Tabla 02: Pernoctaciones de visitantes de los mercados emisores, periodo 2017 - 2018	17

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 01: Procedencia de visitantes nacionales, periodo Enero - Diciembre (2018)	16
Gráfica 02: Pernoctaciones de visitantes nacionales, periodo 2017 - 2018 (ene-dic)	18

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo general determinar el impacto del turismo en la actividad artesanal en la ciudad de Iquitos entre los años 2015 - 2018, reflejando la importancia de las artesanías como uno de los atractivos para el sector turismo, así como también se refleja la ardua labor de los artesanos de Iquitos. La investigación que se desarrollo fue de enfoque cualitativo y de diseño de teoría fundamentada; por consiguiente, se entrevistó a los turistas que visitaron la ciudad de Iquitos y se tuvo bajo observación a un determinado grupo de artesanos.

Se puede destacar que la actual situación de la actividad artesanal en la Región está directamente ligada con la afluencia de turistas a la región. Esta relación de causalidad directa no es tan contundente en relación con otras regiones del país, como por ejemplo Cuzco con 95%, Huaraz 88%, Ayacucho 84%, a la Amazonía esta estadística solo le beneficia con un 72%. También se pudo identificar que una importante parte de las artesanías que se adquieren, el turista lo hace fundamentalmente como suvenires a su llegada a la región.

Palabras clave: Artesanía, artesano, turismo.

ABSTRACT

The present research has the general objective of determining the impact of tourism on artisanal activity in the city of Iquitos between the years 2015 - 2018, reflecting the importance of handicrafts as one of the attractions for the tourism sector, as well as reflecting the hard work of the artisans of Iquitos. The research that was developed was of a qualitative approach and grounded theory design; consequently, tourists who visited the city of Iquitos were interviewed and a certain group of artisans was observed.

It can be noted that the current situation of artisanal activity in the Region is directly linked to the influx of tourists to the region. This direct causal relationship is not as strong in relation to other regions of the country, such as Cuzco with 95%, Huaraz 88%, Ayacucho 84%, the Amazon is only benefited by this statistic with 72%. It was also possible to identify that an important part of the handicrafts that are acquired, the tourist does it mainly as souvenirs upon arrival in the region.

Keyword: Crafts, craftsman, tourism.

INTRODUCCIÓN

El Perú, y la región Loreto en particular, son ricos en expresiones culturales y especialmente en expresiones artesanales; es por ello que los concedores de esta actividad han tratado de aprovechar esta oportunidad ofreciendo estos objetos a los turistas, para así continuar con su tradición y aumentar sus ingresos económicos, ya que son los turistas sus principales demandantes.

Es decir que, el sector turismo y la actividad artesanal son generadores de empleo y fuente de riqueza que contribuyen al desarrollo regional, y los que cultivan o realizan la actividad artesanal son los beneficiados, puesto que su cotización en el mercado es apreciada y es un atractivo turístico que contribuye al crecimiento económico y al bienestar de la Provincia de Maynas.

La importante afluencia del turismo en la ciudad de Iquitos y sus alrededores, ha hecho que se convierta la comercialización de artesanías en una actividad estratégica para el desarrollo sostenible de la Amazonía peruana, porque dinamiza la vida económica al generar servicios para sí mismo y otros sectores de la economía; tal es así que una de las ramas más importantes es la actividad artesanal, genera resultados beneficiosos con la compra y venta de los distintos productos artesanales de la localidad .

Es por ello que se debe analizar los factores claves para el desarrollo de la artesanía y al mismo tiempo cómo influye la cantidad de turistas con la producción y venta de los productos artesanales. Así mismo es necesario establecer cuáles son los puntos de comercialización más importantes de los productos artesanales, y cuáles son los productos que se elaboran en nuestra provincia. Posteriormente se analizará a los principales compradores que son los turistas (nacionales o extranjeros); los que demandan los productos artesanales.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes

En el año 2013 se desarrolló la investigación “Guía de derecho de autor para artesanos” de enfoque cualitativo y diseño de teoría fundamentada, que incluyó como población de estudio los artesanos del país. La investigación determinó que:

El Derecho de Autor surge con un propósito el cual es contribuir a generar y mantener un incentivo para que los creadores sigan creando y para que aquéllos quienes opten por invertir en las obras creadas y en la explotación de las mismas, puedan asegurar un retorno a dicha inversión permitiendo asegurar su continuidad y, por tanto, el crecimiento de las industrias culturales (Iriarte & Medina, 2013).

Y el trabajo concluyó que: “El Derecho de Autor es sin duda una herramienta a disposición de los creadores y los productores de las industrias culturales a fin de lograr una contraprestación justa por su trabajo creativo” (Iriarte & Medina, 2013).

En el año 2015, se desarrolló la investigación “Artesanía y su influencia en el desarrollo sostenible de los artesanos del caserío de Arbolsol en el distrito de Mórrope” de enfoque cuantitativo de tipo no experimental y diseño descriptivo, que incluyó como población de estudio a los artesanos del caserío de Arbolsol. La investigación determinó que el nivel de desarrollo sostenible no logra cumplir con lo esperado ya que tanto el gobierno local como nacional no están comprometidos con la mejoría de la actividad artesanal. Y el trabajo concluyó en que se debe “implementar un plan de calidad para el sector artesanía, con normas técnicas, cuya finalidad sea mejorar el proceso productivo de las artesanías” (Neira & Pasapera, 2015).

En el año 2016, se desarrolló la investigación “Artesanía en Latinoamérica: Experiencias en el contexto de la Fabricación Digital” de enfoque cualitativo diseño de teoría fundamentada, que incluyó como población de estudio a

Latinoamérica. La investigación determinó que “se evidencian modelos iniciales que pueden migrar a otros contextos, en especial a poblaciones emergentes, fortaleciendo raíces de identidad y cultura, que se perdían con la urbanización y migración a las ciudades por grupos de artesanos” (Herrera, 2016, p. 416). Y el trabajo concluyó la adaptación de los artesanos a nuevos medios y herramientas tecnológicas puede mejorar la producción y calidad de los bienes producidos sin embargo se identifica la pérdida de tradiciones.

En el año 2007, se desarrolló la investigación “La actividad artesanal como atractivo complementario al desarrollo turístico sostenible de la provincia de Casma - Ancash” de enfoque cualitativo y diseño etnográfico, que incluyó como población de estudio a la provincia de Casma - Ancash. La investigación determinó que la actividad artesanal se viene desarrollando desordenadamente, esto sucede básicamente por la falta de organización y capacitación. Y el trabajo concluyó que la primera acción inmediata es organizar a los artesanos a través de capacitaciones y buscar la intervención y una participación más continúa de las autoridades involucradas en el desarrollo del turismo (Cruz, 2007).

1.2. Bases teóricas

El turismo puede ser visto y analizado desde múltiples puntos de vista. Esto es evidente, pero para comprobarlo basta con echar un vistazo a los manuales clásicos de Luis Fernández Fuster. Por supuesto, la consideración que prima generalmente es la del turismo como un hecho económico, como una actividad económica. Y claro es que para un técnico es absolutamente necesario conocer los mecanismos económicos del turismo, pero creo que sería muy pobre y parcial limitarnos a esa consideración.

El turismo, desde sus comienzos, ha tenido fundamentalmente un carácter de relación humana, de tal manera que es una actividad enriquecedora en un doble sentido: no sólo de los empresarios turísticos, lo que parece perfectamente admisible y justo, y evidentemente contribuye, en consecuencia, al progreso económico de la zona donde se centra la actividad turística, sino también, y sobre todo, enriquecedora de los espíritus y de las

mentales de los turistas y de los propios habitantes y pueblos que dan acogida al turismo.

En este último sentido, también hay una doble dirección, diríamos que una interacción recíproca, de manera que hay que ver el turismo como una de las herramientas más eficaces para promover el intercambio humano y cultural, para facilitar la comprensión mutua entre los pueblos y los hombres, la amistad y el conocimiento de culturas, costumbres, religiones, artes y modos de vivir distintos.

A través del tiempo, el concepto turismo ha venido evolucionando no sólo en el sentido de delinear mejor la concepción de esta actividad humana, sino también en el sentido de perfeccionar todo lo que con él se relaciona.

Cárdenas (1998) define el turismo como un concepto moderno de “tiempo libre”, que involucra, a su vez, una amplia programación de actividades orientadas hacia su máxima racionalización a fin de atender al descanso del hombre, a su recreación, al mejoramiento y conservación de su salud y al enriquecimiento de su cultura.

El mismo autor sostiene que para lograr los objetivos anteriores, la mejor forma de hacerlo es a través de un cambio de medio ambiente, especialmente en la actualidad cuando han crecido los asentamientos humanos, que han provocado serios problemas ecológicos, de salud y de lucha por la supervivencia.

En la definición también se señala que los desplazamientos o cambios de ambiente, dan lugar a la generación de fenómenos socioeconómicos, políticos, culturales y jurídicos. En realidad, estos factores ya han sido reconocidos en los congresos internacionales de los organismos oficiales de turismo y de la actividad privada, como aspectos sobresalientes del desarrollo y de los mercados turísticos, para lo cual se han establecido los siguientes objetivos prioritarios:

1. La valorización del hombre.
2. La generación de empleo.
3. La conservación del medio ambiente.
4. La preservación y puesta en valor del patrimonio turístico.
5. La desconcentración económica.
6. La dinamización de las economías regionales.
7. La generación de divisas.
8. El fortalecimiento de unidades nacionales y del proceso de integración.

Estos objetivos son la base para señalar la razón por la cual el turismo ya es una actividad de gran alcance, motivo por el cual viene tomando gran importancia. Se observa que la generación de empleo está ubicada como segundo objetivo del turismo, en cambio la generación de divisas como el séptimo.

Pero en realidad donde ha dado prueba, de ser un fuerte contribuyente es en la generación de empleo, razón por la cual los países desarrollados han tomado el turismo como una actividad prioritaria, no así en algunos en vías de desarrollo que tienen problemas más agudos para la creación de empleo.

La parte que está bien clara es que el turismo tiene como prioridad uno, la valorización del ser humano, razón por la cual en los planes de desarrollo se tienen muy presentes:

- a) A la sociedad o comunidad receptora como un conjunto de seres humanos, con su patrimonio socio cultural, económico y natural; histórico, presente y futuro; que es influido por esta actividad.
- b) Al usuario o turista, que busca por medio de la actividad turística una diversidad de impresiones, experiencias y satisfacciones con las cuales pretende cubrir sus necesidades y alcanzar sus aspiraciones.

- c) Al operador turístico, responsable final de producir hechos, acciones y servicios que permitan, a la postre, dar una respuesta a los objetivos que se buscan con el desarrollo del turismo.

La consecuencia positiva del desarrollo turístico mundial viene siendo el mejor entendimiento entre los hombres, tan necesario en un mundo convulsionado como el actual.

Pero para un mejor desarrollo del mercado turístico no sólo se deben tener en cuenta los aspectos de índole positivo señalados, sino que se deben evitar aquellos factores que puedan afectar o influir en forma negativa a la comunidad, tales como:

- a) El pronunciado impacto sociocultural en la comunidad.
- b) La saturación turística.
- c) La fragilidad del recurso.
- d) La ecología y balance del medio ambiente.
- e) Las limitaciones del crecimiento de la actividad turística.
- f) La dependencia en todos sus aspectos.
- g) La imagen nacional.

1.3. Definición de términos básicos

- **Arcilla**
Roca políptica constituida por un agregado de silicatos hidroaluminicos, que pueden ir acompañados de otros minerales (Bonilla & Carbajal, 2001).
- **Artesanía**
Trabajo o labor de artesanos (Bonilla & Carbajal, 2001).
- **Artesano**
Persona que ejerce un arte u oficio meramente mecánico. Persona que hace obras manuales, imprimiéndolas un sello personal (Bonilla & Carbajal, 2001).

- **Empresa**
Organismo que se ocupa de la reunión y combinación de los factores productivos en orden a la fabricación de los productos o el aprestamiento de servicios, para ofrecerlos en el mercado a cambio de un precio.
- **Insumos**
Productos intermedios de la actividad económica que ingresan nuevamente en ella, tales como materias primas, energía, etc.
- **Producción**
Análisis microeconómico de la empresa para comprender la transformación o conversión de ciertos insumos en productos y servicios.
- **Productividad**
Capacidad o grado de producción por unidad de trabajo, superficie de tierra cultivada, equipo industrial, etc. Taller. Se denomina taller al lugar donde se hace trabajo manual.
- **Mayorista**
Empresas que participan sobre todo en la venta de productos y servicios a compradores que realizan adquisiciones con fines comerciales (Kotler, 2011).
- **Minoristas**
Empresas cuyas ventas provienen de ventas directas al consumidor final para su uso personal (Kotler, 2011).
- **Arribos Aéreos**
Son todas las llegadas que se realizan a un determinado lugar; utilizando como medio aeronaves, entendiéndose por estos a toda máquina que puede sustentarse en la atmósfera por reacciones del aire que no sean del mismo contra la tierra (La Riva, 1995).

- **Arribos Fluviales**

Son todas las llegadas, por medio de la cual se utilizan vehículos de navegación capaces de desplazarse por ríos, lagos y mares, que sean aptos para transportar personas (La Riva, 1995).

- **Turismo**

Es el conjunto de actividades realizadas por las personas durante sus viajes y permanencias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año por motivos diferentes al de ejercer una actividad remunerativa en el lugar visitado (PromPerú, Perfil del Vacacionista Nacional 2018, 2018).

- **Turista**

Es aquella persona que viaja a otro país o lugar distinto de donde reside por un período mínimo de una noche y no más de doce meses consecutivos y cuyo principal motivo de viaje es diferente al de realizar una actividad remunerativa en el país o residir en el mismo (PromPerú, Perfil del Vacacionista Nacional 2018, 2018).

- **Turistas Nacionales**

Son aquellas personas que realizan turismo dentro de su propio territorio; es decir pertenecen a dicho país.

- **Turistas Extranjeros**

Son todas las personas que hacen turismo y son procedentes de otro país.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

2.1. Tipo y diseño

En el presente estudio se utilizó el método cualitativo con el diseño de teoría fundamentada, por lo cual se entrevistó y tuvo bajo observación a un determinado grupo de personas, siendo para el caso de estudio el impacto del turismo en la actividad artesanal para periodo 2015 - 2018 en la ciudad de Iquitos. “La investigación de la ruta cualitativa se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en su ambiente natural y en relación con el contexto” (Hernández & Mendoza, 2018).

2.2. Diseño muestral

➤ Población de estudio

El marco poblacional está representado por los turistas que arriban a la ciudad de Iquitos; siendo la población a estudiar aquellos que visitan los lugares donde se vende los productos artesanales en la ciudad de Iquitos.

➤ Tamaño de la población de estudio

El marco muestral estará conformado por los distintos grupos de turistas que visitan los lugares de venta de los productos artesanales; siendo la muestra aquellos grupos de turistas que compran los productos artesanales en la ciudad de Iquitos.

➤ Muestreo o selección de la muestra

Para el tamaño de la muestra se utilizó el muestreo no probabilístico, muestreo con un propósito definido y acorde con la evolución de los acontecimientos.

➤ Criterios de selección

Se incluyen datos dentro del periodo 2015 - 2018 de la región Loreto. Así mismo, se excluye cualquier información que no se encuentre dentro del periodo establecido como partidas que no estén referidas al estudio.

2.3. Procedimiento de recolección de datos

En la investigación se emplea la técnica de recolección de datos, levantamiento de información, relacionados con el flujo de turistas a la ciudad.

✓ Instrumento

Se utilizan las encuestas y los reportes documentarios; de tal manera, exista coherencia entre los problemas y objetivos de la investigación.

2.4. Procesamiento y análisis de los datos

Para efectos del análisis de los factores estudiados en la presente investigación, se utilizará como principales fuentes de recolección de datos los siguientes:

a. Básicos

- Encuestas
- Entrevistas
- Observaciones Directas y estructurales

b. Secundarios

Revisión de datos

- Fuentes de recolección de datos.
 - Análisis Documental mediante revistas, reportes de PromPerú, bibliografía especializada, periódicos, etc.
 - Entrevistas y Encuestas dirigida a los turistas y artesanos que son objeto del análisis.
- Fuentes de análisis de datos.
 - Razonamiento Lógico.
 - Análisis de Gráficos.
- Fuentes de presentación de datos.
 - Cuadros.
 - Tablas.

2.5. Aspectos éticos

Para el desarrollo del trabajo de investigación se consideró respetar el reglamento de grados y títulos de la universidad Nacional de la Amazonia Peruana, implementar las Normas APA sexta edición y reconocer las autorías de cada uno las recolecciones de datos obtenidos.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

3.1. Beneficios del turismo

Los beneficios o efectos positivos del turismo se basan principalmente en tres aspectos definidos:

a) Beneficios Económicos:

- Ingreso de divisas al país a través del turismo receptivo.
- Distribución del ingreso.
- Incremento de las actividades comerciales y productivas directas e indirectamente relacionadas al turismo.
- Generación de excedentes económicos, que pueden ser orientadas a la producción.
- Ingresos fiscales.

b) Beneficios Sociales:

- Permite la satisfacción de las necesidades de descanso, recreación, buen uso del tiempo libre del trabajador y su familia.
- Permite conocer realidades sociales distintas tanto nacionales como internacionales.
- Generación de nuevos empleos.
- Mejora el estándar de vida y bienestar social
- Afianzamiento del sentido de nacionalidad.

c) Beneficios Culturales:

- Conocimientos de las manifestaciones artísticas y culturales de los pueblos.
- Complemento de la formación educativa y cultural del individuo.
- Protección del patrimonio nacional.
- Fortalecimiento de la imagen positiva nacional.
- Conciencia nacional.

3.2. Organización del mercado receptivo turístico

Con la existencia del patrimonio turístico, conformados por los atractivos turísticos, el alojamiento, la alimentación, el transporte y un programa de diversiones, se está en capacidad de organizar el mercado receptivo turístico y ponerlo a la venta, para ser adquirido directamente por el turista o a través de agencias de viajes, en los denominados paquetes turísticos en un solo acto de compra, evitándose así todo el complicado proceso de contratación individual de cada uno de los servicios por separado.

De lo anterior se deduce que la organización del mercado turístico receptivo, para que tenga éxito, exige todo un sistema de planificación, ejecución y control de sus actividades, no sólo a nivel privado, sino también gubernamental, para surtir efectos de promoción y ejecución de las operaciones de venta de la oferta turística, buscando crear el nivel más alto de satisfacción del visitante, que sea compatible con un aceptable nivel de beneficio para el mercado receptivo.

Según Stanton (2007), un mercado puede definirse como un lugar o un área geográfica donde se encuentra y operan los compradores y vendedores, se ofrecen a la venta mercancías y servicios y donde se transfiere la propiedad de un título. Un mercado también puede definirse como el conjunto de demanda por parte de clientes potenciales de un producto o servicio.

Desde el punto de vista turístico, se podría decir que el mercado es el punto de contacto entre los turistas y los operadores del turismo.

El mercado global, para un producto o servicio, en su conjunto no es homogéneo, sino que por el contrario es muy heterogéneo, por cuanto está integrado por turistas de diferentes nacionalidades, distintas edades, niveles de ventas, hábitos y preferencias. De esta heterogeneidad nace la necesidad del análisis del mercado.

Es por ello que el turismo es pues una actividad doblemente importante desde que permite un rico intercambio cultural y el fortalecimiento de nuestras raíces, pero, además, eleva la calidad de vida del poblador de las diferentes regiones,

incorporándolo en la actividad económica a través de los servicios que ofrece como el alojamiento, la alimentación los bailes, las artesanías entre otros. Es pues una actividad que fomenta la descentralización económica respetando los recursos naturales y culturales de los que se nutre (PromPerú, 2018).

Por ello cabe resaltar que el turismo es una de las actividades económicas más importantes en el Perú y el mundo; siendo en 1999 el segundo sector en nuestro país, después de la minería, en aportar mayores ingresos por concepto de divisas (US \$ 890 millones), así como cómo una de las principales industrias generadoras de empleo (PromPerú, 2018).

3.3. Turismo interno

En lo que se refiere a la artesanía como recurso importante para el desarrollo del turismo, PromPerú está encaminando sus esfuerzos para hacer llegar al turista potencial información adecuada, a la vez que, mediante diversos mecanismos de la promoción se subraya la trascendencia del arte popular como elemento importante del turismo en el país.

Mediante el turismo se puede incrementar el bienestar de la población mejorando la capacidad adquisitiva del trabajador artesanal.

El impulso turístico no sólo permite elevar el nivel de vida del trabajador artesano, sino que convenientemente aplicado, permite valorar y proteger las mejores expresiones de la cultura tradicional de nuestro pueblo.

Artesanía y turismo son pues dos conceptos que se apoyan mutuamente y que dan a nuestro país singularidad e importancia ya que en lo que al arte popular se refiere, sólo México puede equipararse al Perú en calidad y variedad de expresiones artesanales. Pensamos que es un recurso turístico que se debe promover y apoyar.

De la promoción que viene realizando Promperú y algunas inferencias propias podemos resaltar las siguientes estadísticas:

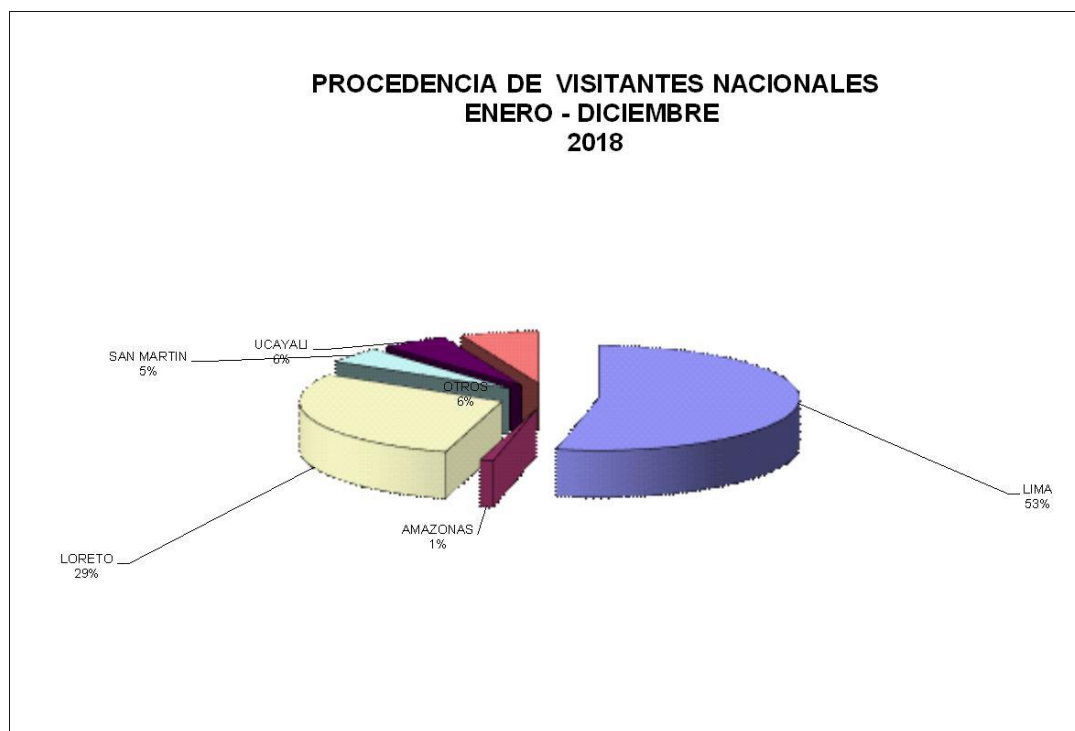
- a. Que aproximadamente el 85% de turistas que llegan al Perú adquieren artesanía en promedio país. De los cuales en la Amazonía solo se tiene un 72%.
- b. El 13% de los turistas que llegan al Perú consideran que el valor de la artesanía es caro.
- c. El 50% dice que el precio de la artesanía en el Perú es conforme o que su valor en relación con artesanías de otros países es normal. Para el caso amazónico este porcentaje es del orden del 74%
- d. El 22% considera que están subvaloradas.
Teniendo en cuenta las apreciaciones del precio de la artesanía, en cuanto a la calidad veamos ahora su calidad:
 1. El 52% de los turistas que llegan al Perú opinan que es bueno. En nuestro caso el porcentaje es de 38%
 2. El 3% opinan que es de regular calidad.
 3. El 10% opina que es malo.
 El resto no vio ni adquirió artesanía.

Tabla 01: Arribos periodo 2007-2018

AÑOS	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
NACIONALES	83.335	58.677	79.127	81.670	99.375	118.442	72.739	56.295	50.164	49.168	47.345	46.987
EXTRANJEROS	11.106	7.519	15.838	23.498	28.082	34.815	30.338	26.453	26.245	26.123	25.984	25.882
TOTAL	94.441	66.196	94.965	105.168	127.457	153.257	103.077	82.748	76.409	75.291	73.329	72.869

Fuente: DRIT.
Elaboración: Propia.

Gráfica 01: Procedencia de visitantes nacionales, periodo Enero - Diciembre (2018)



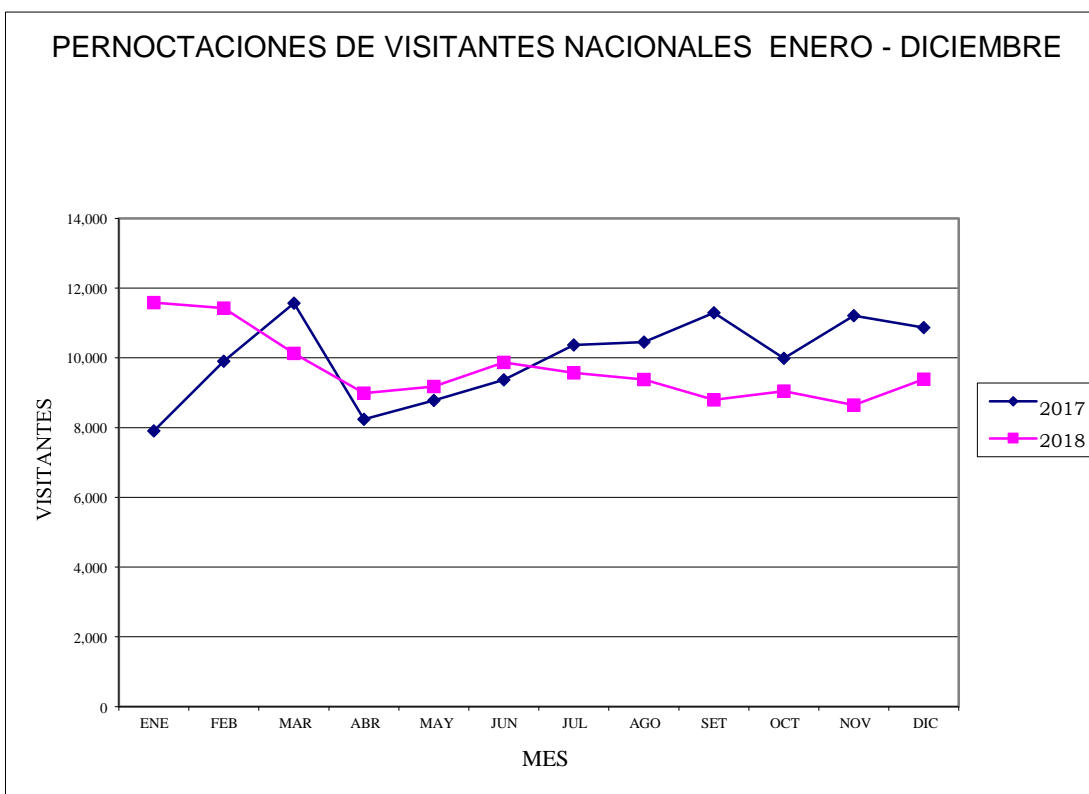
Elaboración: Propia.

Tabla 02: Pernoctaciones de visitantes de los mercados emisores, periodo 2017-2018

MES PAIS	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		JULIO		AGOSTO		SETIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		TOTAL	
	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018
ARGENTINA	51	136	106	86	20	71	8	77	30	105	19	105	36	28	30	35	38	43	8	39	24	48	66	26	436	799
ALEMANIA	266	288	238	218	219	189	281	466	171	167	127	188	221	370	317	312	326	215	319	265	336	231	176	145	2.997	3.054
BOLIVIA	12	4	0	2	0	0	2	14	4	19	12	2	13	0	6	0	13	0	0	6	3	7	10	11	75	65
BRASIL	56	60	97	78	44	24	31	54	47	72	7	62	47	71	38	139	60	36	38	43	38	21	63	47	566	707
CANADA	30	100	90	160	126	158	201	115	180	93	58	52	102	170	76	53	103	63	105	61	47	105	87	87	1.205	1.217
CENTRO AMERICA	37	7	4	16	19	0	17	5	3	13	0	8	15	47	18	11	115	20	9	7	44	1	22	1	303	136
COLOMBIA	54	56	68	60	37	22	55	61	54	94	207	117	71	136	101	91	132	67	180	47	116	86	45	24	1.120	861
CHILE	47	52	165	131	35	63	9	32	4	45	6	23	16	82	5	55	18	82	48	26	21	29	28	32	402	652
ECUADOR	7	34	3	13	0	8	1	8	7	18	2	12	0	5	13	2	9	65	10	26	1	11	13	9	66	211
USA	2.666	1.919	3.090	2.522	2.638	3.142	2.072	1.762	2.355	2.360	5.427	5.130	5.112	5.409	3.833	2.644	1.972	2.063	2.535	1.978	2.115	2.203	1.288	2.118	35.103	33.250
ESPAÑA	112	72	104	107	157	39	123	84	149	85	79	184	238	241	430	385	220	225	196	155	197	151	179	149	2.184	1.877
FRANCIA	69	50	96	71	100	48	102	59	39	70	74	53	201	194	227	136	86	90	57	112	45	55	111	117	1.207	1.055
ITALIA	81	79	30	441	90	50	62	58	25	32	62	19	101	60	137	301	65	102	64	47	86	57	50	57	853	1.303
JAPON	75	76	65	65	48	106	19	83	46	55	25	86	49	133	44	109	86	44	62	69	31	48	55	33	605	907
KOREA	45	110	26	118	19	86	4	77	66	29	0	63	11	86	18	104	10	33	5	123	46	79	33	48	283	956
MEXICO	10	51	17	11	22	29	28	20	34	24	21	56	49	46	8	23	44	10	28	12	24	40	395	12	680	334
PARAGUAY	0	0	0	0	0	2	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6
URUGUAY	0	1	0	0	0	7	7	0	0	15	0	0	0	0	3	0	0	0	5	0	0	0	0	0	0	38
VENEZUELA	21	9	0	20	0	9	13	19	28	14	7	16	23	6	12	5	15	6	10	1	13	3	7	16	149	124
AFRICA	1	3	14	10	9	9	4	5	14	14	10	16	24	20	48	17	12	8	8	7	8	13	7	0	159	122
AMERICA	17	48	26	22	48	2	62	29	39	35	43	11	37	20	35	116	47	20	21	9	37	14	25	26	437	352
ASIA	63	89	57	90	59	75	64	40	205	26	78	61	82	53	105	52	168	52	74	142	38	24	41	40	1.034	744
EUROPA	544	603	511	679	472	632	489	359	789	717	397	564	812	798	684	914	649	1.056	959	954	738	806	487	490	7.531	8.572
TOTAL	4.264	3.847	4.807	4.920	4.162	4.771	3.647	3.438	4.289	4.087	6.661	6.843	7.260	7.975	6.185	5.507	4.188	4.300	4.736	4.134	4.008	4.032	3.188	3.488	57.395	57.342

Fuente: Estadística Mensual de Establecimiento de Hospedaje.
Elaboración: Propia.

Gráfica 02: Pernoctaciones de visitantes nacionales, periodo 2017 - 2018 (ene-dic)



3.4. Turismo y transporte en la región

Una de las condiciones básicas para que se logre el desarrollo turístico en un país, en una región, es el transporte.

El transporte terrestre, es muy limitado, por los altos costos de construcción y mantenimiento de carreteras en el trópico húmedo con escasa consistencia de terrenos la mayoría arcillosos precipitaciones fluviales elevadas, alto costo de cemento, etc. Por todo ello el parque automotor es mínimo. La solución está en el transporte masivo y más económico, que es el interconexión vial costa norte, pero aún no se han dado los estudios de factibilidad faltando una decisión política para ello.

El transporte fluvial es el más usado, por la población regional por ser el medio natural más importante de la región y por lo económico del servicio, aunque la extensión de nuestra red hidrográfica y la no renovación con embarcaciones modernas, hacen que sea deficiente el servicio agravada por las operaciones más frecuentes en los ejes fluviales secundarios, donde se ubican los poblados fronterizos , con flujos menores de transporte de mercancías y pasajeros, siendo para los armadores poco rentable. Esta problemática se agudiza por la escasa infraestructura portuaria, que hace muy deficientes las operaciones de embarque y desembarque. El transporte fluvial exclusivamente turístico, se da en la región a través de pequeñas embarcaciones (deslizadores, bote motor) de las agencias de viajes y operadoras que embarcan a grupos de turistas de diferentes puntos de la ciudad (bellavista Nanay, Malecón Tarapacá y otros) para trasladarse a los diferentes ríos aguas arriba y aguas abajo del río Amazonas y sus afluentes, ríos: Napo, Momón, etc. Donde se ubican albergues de selva y en el caso de la Agencia de viajes “Amazon Camp”, con las motonaves de regular tamaño “Arca”, “Río Amazonas”, realizan los cruceros Iquitos, Santa Rosa, Leticia, viceversa, los puntos intermedios en la que principalmente turistas, extranjeros ingresan y salen del país por esta ruta. Existe una sola empresa de transporte fluvial exclusivamente turístico.

El transporte turístico terrestre, se da por intermedio de algunos buses y microbuses de propiedad y conducción de Agencias de Viajes operadoras que

trasladan a grupos de turistas del Aeropuerto al Hostal o embarcadero y viceversa y ocasionalmente en tours a Quistococha y Santo Tomas en visitas. No existe exclusivamente turístico.

Esta información ha sido proporcionada por el Departamento de Investigación y Planeamiento de PromPerú que viene realizando una serie de encuestas a los que visitan el país.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN

4.1. La Artesanía en turismo

El mapa artesanal del Perú abarca todos los confines de nuestra patria y está ligado a la tradición del pueblo. Este es un recurso muy importante para el turismo, tal vez el más notable después de la arqueología y el paisaje. El turismo, puede alentar la producción artesanal y puede llevar beneficios económicos al pequeño productor de artesanías y a los grandes artistas populares.

Ahora bien, las preferencias del turismo van cambiando día a día de acuerdo a diversos factores, entre los que juega papel importante la información y la adecuada promoción.

4.2. Promotores

Unos de los promotores pioneros por parte del estado y que lo hizo muy eficientemente fue FOPTUR (fondo de promoción turística), creada con Ley 21948 en el año 1977 y que tenía como objetivo básico el turismo receptivo y sus colaterales beneficiarios.

Durante el gobierno del Ing. Fujimori, este fondo fue remplazado por otros diversos operadores como PromPerú, PromPex y la Dirección de turismo del ministerio de turismo y comercio exterior. El afán fundamental del estado, a diferencia, de la doctrina FOPTUR, lo que se busca es la promoción primaria del turismo y sus colaterales, dejando para que la generación de excedentes y modernidad del sector, esté en manos del empresariado privado. Además, tenemos oficinas de apoyo al turismo y la artesanía en casi todos los municipios provinciales y distritales de la región, igualmente en el gobierno regional, y que en un esfuerzo individual desarrollan actividades promotoras, que lógicamente por su carácter individual genera un efecto difuso en los resultados perseguidos.

Pero en general, todas estas oficinas de apoyo persiguen los siguientes objetivos:

- a) Impulsar la actividad turística en el país a fin de que se juegue papel preponderante en la reactivación general de la economía nacional y bienestar del pueblo peruano.
- b) La comercialización debe responder tanto a las necesidades del sector público como del privado, quienes deben mantener una estrecha colaboración a fin de que las acciones que se ejecuten tengan el mayor impacto posible.
- c) Acción coordinada entre dichos sectores, así como con las instituciones públicas vinculadas a la actividad turística.

4.3. Producción artesanal

De acuerdo con información oficial de la Dirección Regional de Industria y Turismo se identifica la existencia de 05 Cites (Centro de innovación tecnológica artesanales y de turismo)

- a) Cite Santo Tomás de Nanay
- b) Cite Padre Cocha de Nanay
- c) Cite Pevas. Río Ampayacu.
- d) Cite Indiana, Río Amazonas
- e) Cite Mercado Artesanal de San Juan (Asociación de Artesanos Iquitos de la Comunidad Campesina de San Juan de Miraflores.

Adicionalmente se identifica a:

- a) Nauta, Río Marañón
- b) Requena, Río Ucayali
- c) Yurimaguas, Río Huallaga
- d) San Andrés del Río Momón.
- e) Feria Artesanal Anaconda (Asociación de Artesanos Casa de Fierro y Malecón Tarapacá).
- f) Artesanos Informales de la Ciudad de Iquitos

- g) Artesanos constituidos legalmente que trabajan en tiendas del ramo.

4.4. Líneas de producción

4.4.1. Líneas artesanales

Las líneas de producción artesanal han sido dadas fundamentalmente por los productores indígenas; sin embargo, los productores mestizos han incrementado algunas líneas, a veces no muy representativas.

Entre las principales líneas, donde es duplicado separar lo indígena de lo mestizo tenemos:

a) Bisutería

Esta actividad artesanal comprende trabajos confeccionados en base a materiales primas como: semillas vegetales, escamas de pescado, fibras vegetales, plumas de aves, etc.

La concentración numérica es en la Feria Artesanal de San Juan, Feria Artesanal Anaconda, y Tiendas comerciales del ramo.

La producción es unipersonal y familiar.

Los artículos que más se producen en esta línea son los collares y aretes de semillas vegetales y escama de pescado (Paiche).

Las materias primas son procedentes de pueblos aledaños. Existen gran interés de mejorar la calidad y diseños a fin de poder competir con otros mercados.

La comercialización se realiza directamente al público en ferias artesanales, en el Aeropuerto Internacional de Iquitos (convenio con el PRONAA) en Lima bajo la forma de pedidos; la venta hacia el exterior es muy insignificante, debido a la falta de la capacidad productiva.

Los productos terminados son comercializados internamente (turistas) y en algunos casos se exportan.

No existe capacitación permanente.

En esta línea la utilización de la mano de obra es la que predomina, la utilización de maquinarias es muy esporádicas.

b) Tejidos

La concentración numérica también es en la Feria Artesanal de San Juan, Feria Artesanal Anaconda y tiendas comerciales.

La producción se caracteriza por ser unipersonal.

Los artículos predominantes son los tejidos en fibra (tamishe o tamshi, mimbre y tejidos en algodón), hamacas, jicras, bolsos, canastas, muebles, individuales, etc. La materia prima es procedente de la región.

Existe gran deseo de acercarse a los modelos existentes en el mercado.

Las ventas son internas (turistas), distribuidores y tiendas comerciales.

El destino final de sus productos es del orden del 90% mercado interno y la diferencia destinados a la exportación. No existe capacitación profesional.

Hacen uso de instrumentos caseros, generalmente predomina la mano de obra.

c) Tallado

Es una actividad muy importante por la gran variedad de materia prima existente en nuestra región (Palo sangre, Palo Balsa, Cedro, etc.) y la variedad de diseños creativos.

La sede central de sus actividades es la Feria Artesanal de San Juan, las tiendas comerciales, la Feria Artesanal Anaconda. Sus producciones están orientadas al tallado de Cristos, Loros, Placas Recordatorias, Tucanes, Vírgenes, etc.

La materia prima se extrae de la espesura de la selva, constituyéndose en la fuente principal.

Los diseños existentes son propios de los artesanos; sin embargo, existe el deseo de mejorar.

La comercialización se efectúa a turistas, distribuidores y en poca proporción al exterior.

El destino final de la producción es el mercado interno (Turistas Nacionales y Extranjeros).

No existe capacitación profesional.

Los instrumentos, herramientas y equipos son caseros.

d) Torneado

Esta línea al igual que el tallado, es muy importante por la gran variedad de materia prima para la elaboración de los productos (palo sangre, mohena, cedro, caoba).

El torneado de la especie maderable (palo sangre) que, por su color natural, durabilidad y la utilidad que tiene en sus variadas formas de presentación (jarrones, copas, barrillitos, botellas, ceniceros, condimentos, etc.) es muy aceptada en el mercado.

El número de artesanos a esta actividad es en menos proporción, ya que es una actividad que requiere de un mayor grado de tecnología. Tiene como sede geográfica Santo Tomas, la Feria Artesanal de San Juan, las

Tiendas Comerciales y la Feria Artesanal Anaconda. La producción se caracteriza por ser familiar y en algunos casos forman grupos debido a la naturaleza del trabajo (se requiere de ayudantes).

La materia prima es extraída de las entrañas de la selva.

Esta línea viene innovándose permanentemente debido a la exigencia de nuevos diseños en el mercado.

La comercialización generalmente se realiza directamente al público, en Lima bajo la modalidad de pedidos, en ferias, al exterior en pocas proporciones.

La capacidad productiva en esta actividad es muy deficitaria, debido a la falta de maquinarias y equipo tecnológicos.

El destino final de los productores es el mercado interno (turista nacional y extranjero).

No existe capacitación profesional.

Generalmente emplean equipo de torno y herramientas.

e) Cerámica

Los productos cerámicos en arcilla son de una variedad aprovechable, pero tienen una limitación en los acabados y cocción del mismo.

La concentración Geográfica es Padre Cocha, Santo Tomás, la Feria Artesanal de San Juan, existiendo grupos minoritarios en todas las sub-regiones.

Las características de la producción son unipersonal.

Los artículos que más se producen son jarrones decorativos y utilitarios, lámparas, tinajas, maseteros, etc.

Las arcillas que utilizan como materia prima es procedente de Tamshiyacu; donde existe abundante arcilla de buena calidad. Existe gran interés de innovación de tecnología (tradicional) mediante la utilización de equipos de cocción y nuevos diseños. La comercialización se realiza directamente al público, así como también en ferias populares, aeropuerto y distribuidores.

La capacidad productiva no permite competir en demandas mayores.

El destino final de sus productos es el mercado interno.

Generalmente las capacitaciones profesionales lo realiza la “Escuela de Bellas Artes de Iquitos”.

f) Confección

En esta línea, los artesanos están orientados a la confección de cortinas de fibras vegetales (yute), confecciones de prendas de vestir (nativos), etc.

Tiene como sede central la Feria Artesanal de San Juan y la Feria Artesanal Anaconda.

g) Taxidermia

Esta línea consiste en el arte de preparar animales y disecarlos de una forma que represente al animal vivo, ha sido menos promovida, en el sentido que existen muy pocos artesanos que se dedican a esta actividad, por la promoción de leyes en defensa de la ecología y el medio ambiente (Ley forestal y de la fauna silvestre – Decreto Ley N° 27308 y Ley sobre conservación y aprovechamiento sostenible de la diversidad biológica – Ley N° 26839).

4.4.2. Origen y disponibilidad de materias primas

Los recursos y materias primas empleadas por los artesanos son extraídos del medio natural, no existiendo una zona o persona dedicada exclusivamente a la extracción de éstos.

Los artesanos urbanos adquieren tanto la materia prima y artículos semielaborados de artesanos que se encuentran en los caseríos y en las comunidades nativas.

Los artesanos urbanos, entrevistados personalmente, manifestaron que las personas que los proveen de la materia prima para su trabajo no desarrollan planes de conservación de recursos.

La disponibilidad de materia prima está supeditada a los ciclos climatológicos de la región, es decir, su oferta aumenta en época de vaciante, principalmente de los ríos de la Cuenca del Amazonas (meses de agosto – octubre) y en época de

creciente (meses de marzo – mayo) la oferta disminuye elevándose el costo de estas.

Las principales materias primas empleadas son: Palo Sangre; Topa; Semillas (Huairuro, Ojo de Vaca, Rosario, Achira, etc), Resinas (de Hapacharama, Copal); arcillas y gredas de colores; tintes naturales; fibras de Chambira, Bombonaje, Yute, Tamshi, Mimbre; etc.

La característica principal de las especies empleadas es de rápido crecimiento y reproducción, utilizando para ello todo tipo de suelo, caso la Topa que es aprovechable a partir de sexto año de vida y puede crecer en todo terreno incluyendo chacras abandonadas (purmas). La única excepción es la especie Palo Sangre, que es una especie maderable muy estimada y aprovechada.

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES

Los resultados de este estudio apoyan los objetivos por consiguiente los elementos principales determinados, incluyendo actividad, motivo, calidad, desempeño, experiencia y medio ambiente, deben utilizarse para definir turismo.

Se consideran muy importantes estos seis elementos en el turismo de artesanía. Se encuentran algunas variaciones con respecto al nivel de importancia, estando la actividad en el nivel superior y el desempeño en el inferior. Una prueba de comparación múltiple posterior nos permitiría agrupar estos elementos en tres, según importancia: actividad con experiencia y medio ambiente; motivación sola y calidad con desempeño, esto nos ayudaría en un próximo estudio a desarrollar el trabajo de manera cuantitativa, por la fácil maniobrabilidad de las variables. Como pudimos describir, la actual situación de la actividad artesanal en la Región está directamente ligado con la afluencia de turistas a la región. Esta relación de causalidad directa no es tan contundente en relación con otras regiones del país, como por ejemplo Cuzco con 95%, Huaraz 88%, Ayacucho 84%, a la Amazonía esta estadística solo le beneficia con un 72%.

También se pudo identificar que una importante parte de las artesanías que se adquieren, el turista lo hace fundamentalmente como suvenires a su llegada a la región. Las encuestas realizadas nos indican que sólo está dispuesto a gastar aproximadamente US\$ 70, monto que se encuentra en el rango de la UNESCO que los clasifica como tal (entre 30 a 100 dólares por un mínimo de dos días de estancia).

Es importante diferenciar que la mayor parte de artesanías son adquiridas por el turista extranjero (70%), el turista nacional (20%) y el local (10%), eso clarifica así mismo el precio; ya que, según los estudios de Prompex, consideran que los valores de los productos artesanales en Perú son relativamente cómodos, esa opinión nos corrobora con el 87% de turistas que si nos dicen que pueden adquirir artesanía. En los anexos adjuntos vemos las variedades de productos que tienen mayor demanda, así como su zonificación.

Sobre la calidad, existe todavía un camino largo por recorrer en cuanto al mejoramiento de la calidad, sólo un 38% está conforme con la calidad del producto adquirido. Las encuestas a artesanos de la localidad nos reflejan un bajo conocimiento del trabajo en serie y el acabado final. La uniformidad en la producción no es considerada a la hora de realizar el trabajo, devenido en el hecho de falta de apoyo por parte del gobierno y las autoridades locales en el trabajo de orientación hacia compradores que exigen un nivel de calidad apropiado.

CAPÍTULO VII: RECOMENDACIONES

- Es de vital importancia, ampliar y fortalecer los espacios para estudiar y difundir una cultura comercial y hereditaria entre los artesanos, de tal forma que se logre crear conciencia de la necesidad de proteger y mejora sus productos en un mercado libre, donde confluirá un gran número de oferentes con productos similares, donde la diferencia estará dada por los productos culturales tradicionales, la innovación, calidad, el precio competitivo y una gran capacidad creativa.
- Vincular los recursos naturales al desarrollo, esto extiéndase como de acción prioritaria la atención del estado hacia este sector, pero más aún hacia su principal socio: el turismo. Se hace necesario y urgente promover operadores turísticos y sobre todo alentar rutas aéreas hacia Iquitos. Así como establecer conciencia en la población de los recursos disponibles y sus posibilidades de desarrollo.
- Promoción, comercialización y calidad de productos artesanales locales. Se debe considerar la valorización de productos con un importante componente cultural e histórico en su contenido (artesanía popular y tradicional). Se debe implementar planes de mejora de la calidad de la oferta en todos sus aspectos, integrándolas bajo una estrategia común. Así también se debe ejercer control de la calidad y estandarizar la diferencia de productos artesanales.
- Aplicación de nuevas tecnologías a los sectores tradicionales. Es necesario, manteniendo la cultura tradicional, el equipamiento tecnológico de las pequeñas empresas de productos artesanales, tanto en lo que se refiere a la mejora de los procesos productivos como en el acceso a informaciones y telecomunicaciones. Creación de nuevas formas de promoción y comercialización, utilizando las nuevas tecnologías como comercio electrónico y acceso a mercados de largo recorrido.
- Fomento y gestión empresarial de la artesanía. Se hace necesario la mejora de la presentación y calidad de los productos artesanos que se venden en los centros de comercialización (embalaje, presentación, diseños, etc.).

CAPÍTULO VIII: FUENTES DE INFORMACIÓN

Bonilla, E., & Carbajal, M. (2001). *El desarrollo de la artesanía y su formalización empresarial*. Lima: Universidad de Lima.

Cárdenas, F. (1998). *Comercialización del Turismo, determinación y análisis de mercado*. Trillas.

Cruz, M. (2007). La actividad artesanal como atractivo complementario al desarrollo turístico sostenible de la provincia de Casma - Ancash. (*Tesis de posgrado*). Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo.

Fernández, L. (1967). *Teoría y técnica del turismo*. Madrid: Editora Nacional.

Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la Investigación: Las Rutas Cuantitativa, Cualitativa y Mixta*. México: McGraw-Hill Interamericana Editores.

Herrera, P. (2016). Artesanía en Latinoamérica: Experiencias en el contexto de la Fabricación Digital. *XX Congreso de la Sociedad Ibero-americana de Gráfica Digital*, 425-432.

Iriarte, E., & Medina, R. (2013). *Guía de derecho de autor para artesanos*. Lima: Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI).

Kotler, P. (2011). *El marketing según Kotler: cómo crear, ganar y dominar los mercados*. Barcelona: Paidós.

La Riva, I. (1995). *Legislación Turística*. Perú: Normas Legales.

Neira, V., & Pasapera, S. (2015). Artesanía y su influencia en el desarrollo sostenible de los artesanos del caserío de Arbolsol en el distrito de Mórrope. (*Tesis de pregrado*). Universidad Señor de Sipán, Chiclayo.

PromPerú. (2018). *Perfil del Turista Extranjero 2017*. Lima: Una publicación de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERÚ.

PromPerú. (2018). *Perfil del Vacacionista Nacional 2018*. Lima: Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERÚ.

Stanton, W. (2007). *Fundamentos de Marketing*. México: McGraw-Hill Interamericana.

ANEXOS

ANEXO 01: Matriz de consistencia

Título de la Investigación	Pregunta de Investigación	Objetivo de la Investigación	Tipo y Diseño de Estudio	Población de Estudio y Procesamiento de Datos	Instrumento de Recolección de Datos
Impacto del turismo en la actividad artesanal en la ciudad de Iquitos entre los años 2015 - 2018.	General: ¿Cómo influye el flujo del turismo en la actividad artesanal en la ciudad de Iquitos entre los años 2015 - 2018?	General: Analizar la situación actual de la actividad artesanal de la ciudad de Iquitos y la importancia de la afluencia turística para este sector entre los años 2015 - 2018.	Tipo: Cualitativo. Diseño: Teoría fundamentada.	Población: Los turistas que arriban a la ciudad de Iquitos. Procesamiento de datos: Recolección de datos y levantamiento de información, relacionados con el flujo de turistas a la ciudad.	- Cuestionarios de preguntas. - Guía de entrevista. - Lectura de reportes, informes de Promperú y otras instituciones - Bibliografía especializada.
	Específicos: - ¿Cuáles son los factores claves para el desarrollo de la artesanía en la ciudad de Iquitos entre los años 2015 - 2018? - ¿Qué productos artesanales se elaboran y cuáles son los principales puntos de comercialización en la ciudad de Iquitos entre los años 2015 - 2018? - ¿Qué vínculos tiene el turismo con la artesanía de la ciudad de Iquitos entre los años 2015 - 2018?	Específicos: - Identificar los factores que inciden en el desarrollo de la artesanía en Iquitos entre los años 2015 - 2018. - Identificar y describir los productos artesanales y puntos de comercialización en la ciudad de Iquitos entre los años 2015 - 2018. - Establecer la relación entre los turistas y el desarrollo del sector artesanal en la ciudad de Iquitos entre los años 2015 - 2018.			

ANEXO 02: Modelo de encuestas desarrolladas en la investigación

Hoja N° 01

Información de Artesanos

Localización: _____

1. ¿Qué productos desarrolla?

.....
.....

2. ¿Qué materiales e Insumos utiliza?

.....
.....

3. ¿Cómo produce? (cadena productiva)

.....
.....

4. ¿Quiénes intervienen en la producción?

.....
.....

5. ¿Nivel de instrucción del productor responsable

.....
.....

6. ¿Cómo comercializa?

.....
.....

7. ¿Cuánto le cuesta producir?

.....
.....

Observaciones:.....

.....

Hoja N° 02

Información Turistas

1. ¿Sabía usted que en la Amazonía hay artesanía desarrollada?

<input type="checkbox"/>	SÍ
<input type="checkbox"/>	NO

2. ¿Desearía comprar productos artesanales amazónicos?

<input type="checkbox"/>	SÍ
<input type="checkbox"/>	NO
<input type="checkbox"/>	MUY PROBABLE

3. ¿Cuánto está dispuesto a gastar en artesanía en caso de que la encuentre interesante?

<input type="text"/>	US\$
----------------------	------

Observaciones:.....

.....

Hoja N° 03

Políticas Apoyo Artesanos

1. Tiene apoyo de las autoridades:

1.1. ¿En la producción?

.....
.....

1.2. ¿En la Comercialización?

.....
.....

2. ¿Qué factores identifica como prioritarios para el desarrollo de la artesanía local?

.....
.....

3. ¿Conoce algún plan o política de apoyo al sector?

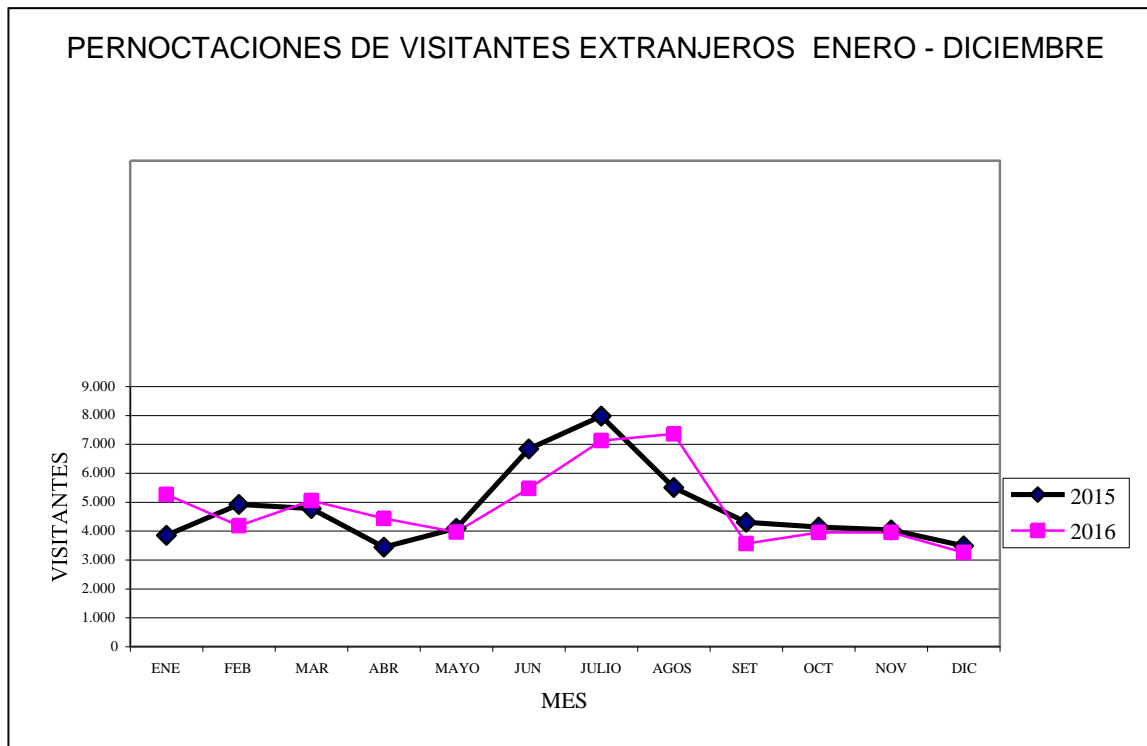
.....
.....

4. ¿Quiénes compran más? ¿Los consumidores locales, nacionales o extranjeros?

.....
.....

Observaciones:.....
.....

**ANEXO 03: Pernoctaciones de visitantes extranjeros, periodo 2015–2016
(ene-dic)**



ANEXO 04: Visitantes nacionales por departamentos periodo 2015 - 2016

DEPARTAMENTOS	ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		JULIO		AGOSTO		SETIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		TOTAL		
	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	
LIMA	2.704	2.516	2.676	2.337	2.676	2.569	2.387	2.345	2.191	2.524	2.850	2.586	2.920	3.145	2.855	3.158	2.627	2.423	2.433	2.824	2.401	3.035	2.567	2.433	31.287	31.895	1,9
AMAZONAS	65	33	51	35	51	29	49	28	45	34	104	148	38	73	51	34	52	48	20	30	15	20	67	53	608	565	-7,1
ANCASH	9	3	36	4	8	5	2	18	1	5	3	5	8	17	2	3	4	0	7	2	31	6	3	0	114	68	-40,4
APURIMAC	0	15	1	3	5	8	8	0	0	5	2	1	6	15	4	8	1	4	6	0	9	6	0	8	42	73	73,8
AREQUIPA	64	40	96	40	42	31	81	41	38	91	101	38	59	97	88	53	64	86	51	46	88	47	51	30	823	640	-22,2
AYACUCHO	4	4	10	2	11	2	0	1	1	0	2	2	4	1	0	0	0	1	4	0	3	1	2	13	41	27	-34,1
CAJAMARCA	23	20	18	9	33	16	32	13	14	11	8	3	25	22	30	43	12	22	13	18	2	8	22	9	232	194	-16,4
CUSCO	50	33	49	29	22	52	27	22	19	15	19	9	35	11	10	7	3	16	32	11	10	25	12	13	288	243	-15,6
HUANCAVELICA	0	3	3	1	2	2	7	5	0	0	3	0	0	3	2	2	6	0	3	0	20	3	40	1	86	20	-76,7
HUANUCO	6	13	4	27	7	16	30	11	5	18	8	14	9	19	25	7	9	21	45	5	7	4	20	20	175	175	0,0
ICA	40	30	23	47	34	24	34	36	23	6	14	18	38	19	17	14	7	21	43	21	12	12	9	48	294	296	0,7
JUNIN	3	9	12	8	0	2	5	7	3	5	4	2	3	0	3	1	2	2	13	5	7	6	0	0	55	47	-14,5
LA LIBERTAD	64	46	49	26	35	31	44	32	60	22	39	41	77	33	72	66	37	14	45	44	23	30	37	27	582	412	-29,2
LAMBAYEQUE	104	24	31	46	13	11	34	9	42	20	3	64	27	9	18	25	11	14	4	8	13	7	14	6	314	243	-22,6
LORETO	1.603	1.974	1.699	2.137	1.442	1.307	1.411	1.654	1.191	2.076	1.436	2.336	1.216	2.950	1.300	2.908	1.407	2.497	1.340	1.711	1.611	1.812	1.684	1.958	17.340	25.320	46,0
MADRE DE DIOS	4	51	4	5	15	2	4	11	20	5	2	8	2	15	44	11	5	47	4	0	5	7	6	7	115	169	47,0
MOQUEGUA	15	4	2	8	1	0	1	4	0	1	1	1	9	1	2	4	0	0	3	0	0	0	2	0	36	23	-36,1
PASCO	0	1	1	0	3	1	1	2	0	0	0	3	0	8	0	0	0	2	2	0	0	4	2	4	9	25	177,8
PIURA	24	28	24	11	15	44	36	34	43	29	26	16	16	25	15	31	31	44	16	31	20	23	24	16	290	332	14,5
PUNO	0	7	1	1	0	5	3	4	0	10	1	0	1	0	6	5	0	3	1	0	0	0	3	3	16	38	137,5
SAN MARTIN	250	186	271	129	206	203	248	227	300	176	213	251	171	292	229	199	318	224	226	283	201	144	224	183	2.857	2.497	-12,6
TACNA	15	9	14	50	12	5	9	19	6	1	12	2	2	25	15	4	5	2	5	4	9	3	9	0	113	124	9,7
TUMBES	4	16	9	3	1	2	0	3	10	8	0	3	7	2	0	1	69	1	2	0	3	4	6	5	111	48	-56,8
UCAYALI	323	248	355	257	322	279	352	331	233	223	213	272	208	318	263	300	231	234	301	205	219	202	217	329	3.237	3.198	-1,2
TOTAL	5.374	5.313	5.439	5.215	4.956	4.646	4.805	4.857	4.245	5.285	5.064	5.823	4.881	7.100	5.051	6.884	4.901	5.726	4.619	5.248	4.709	5.409	5.021	5.166	59.065	66.672	12,9

Fuente: Estadística Mensual de Establecimiento de Hospedaje

ANEXO 05: Líneas por zonas de producción

- a. **Cite Santo Tomas de Nanay**
 - Cerámica
 - Tallado
 - Torneado
 - Tejidos en fibra
- b. **Cite Padre Cocha de Nanay**
 - Cerámica
 - Tejido en fibras
 - Tallado
 - Torneado
 - Bisutería
- c. **Cite Pevas**
 - Tejido
 - Tallado
- d. **Cite Indiana**
 - Tejido
 - Tallado
- e. **Cite Feria Artesanal de San Juan**
 - Tallados
 - Torneado
 - Cerámica
 - Tejidos
 - Pintura
 - Bisutería
- f. **Nauta**
 - Cerámica
 - Tejidos
 - Taxidermia
- g. **Cite San Andrés del río Momón**
 - Tejido en fibras de Chambira
 - Bisutería en semillas
 - Tallado en Pona
- h. **Feria Artesanal Anaconda**
(Asociación de Artesanos Casa de Fierro y Malecón Tarapacá)
 - Tallados
 - Torneado
 - Cerámica
 - Tejidos
 - Pintura
 - Bisutería
 - Taxidermia
- i. **Artesanos Informales de la ciudad de Iquitos**
 - Tallados
 - Torneado
 - Cerámica
 - Tejidos
 - Pintura
 - Bisutería
 - Taxidermia
- j. **Artesanos constituidos**
legalmente que trabajan en tiendas del ramo
 - Tallados
 - Torneado
 - Cerámica
 - Tejidos
 - Pintura
 - Bisutería
 - Taxidermia

ANEXO 06: Productos por líneas artesanales

a. Bisutería

Bandas para brazos y
pantorrillas
Bandas para la frente
Brazaletes hilados de Algodón
Chaquiras de Semillas
Collares de Semillas y de Hueso
Correas o cinturones de concha
de Caracol
Gargantillas de Semillas
Pectorales de Mullos, Semillas y
otros
Pulseras de semilla

b. Tejidos

Abanicos de Chambira
Bolsones de Chambira
Bolsones de Yute
Canastones de Palmeras
Carteras de Fibra Vegetal
Cernidores de Fibra
Cestas de fibras de palmeras
Hamacas de Chambira
Jicras de Chambira
Móviles
Pantallas

c. Tallado

Águilas talladas en Palo Sangre
Arpones de Pona
Búhos tallados en Palo Sangre
Canoas de Topa
Cervantes de Pona
Chunchitos de Topa
Flechas de Pona
Imágenes tallados en Palo
Sangre
Loros tallados en Topa
Mariposas tallados en Topa
Mascaras tallado en Topa

Mascaras tallado en Palo
Sangre
Pates Burilados
Pucunas de Pona
Remos de Espintana
Remos pintados

d. Torneado en Palo Sangre

Barriles
Ceniceros
Copas
Ensaladeras
Floreros
Fruteras
Licoreras
Mazos
Pisapapeles
Platos recordatorios
Porta lapiceros
Picadores de carne
Marcos para cuadros
Maceteros

e. Cerámica

Alcancías
Búhos
Ceniceros
Huacos
Jarrones
Macetas
Máscaras
Mocahuas
Ollas de Barro
Tinajas

f. Confecciones

Blusas
Camisas
Chusmas
Faldas
Pañuelos

Servilletas
Cortinas de Yute
Cortinas de Semilla con
escamas de Paiche
Flores de Gramalote
Flautas de Carrizo
Maracas

Orquídeas de Gramalote
Tambores
Telas pintadas de Llanchama

g. Taxidermia Arañas disecadas
Paña Negra Disecada

ANEXO 07: Padrón de artesanos por cite y especialidad

Artesanos De Santo Tomas

- Cerámica
 1. Ahuanari Covacha Guillermo
 2. Arirama Yahuarcani Juana
 3. Aricara Manuyama Oscar
 4. Arirama Yahuarcani Maria
 5. Coacha Aquituari Luisa
 6. Canayo Aricara Lidia
 7. Pacaya Aricari Emerito
 8. Pacaya Ortiz Elva
 9. Suarez Yurarima Venanco
 10. Valles Layango Mirtha
- Tallados en madera
 1. Arirama Canayo Ramiro
 2. Arirama Jaramillo Antonio
 3. Aricari Manihuari Antonio
 4. Arirama Canayo Williams
 5. Canayo Ahuanari ricardo
 6. Manuyama Canayo Fidel
 7. Murayari Pacaya Hector
 8. Manuyama canayo Abelino
 9. Silvano Tamani Jose
 10. Taricuarima Pinedo Pablo
- Tejidos en fibras vegetales
 1. Aquituari Jaramillo Mirta

Artesanos Santa Clara De Nanay

- Cerámica
 1. Aricari Jaramillo Zoyla
 2. Dosantos Guerra Genaro
 3. Gonzales Villanueva Lleni
 4. Huansi Huaymacari Luisa
 5. Manuyama Macuyama Nilda
 6. Macuyama Rimachi Emerita
 7. Olortegui Reyes Segundo
 8. Piña Aquituari Emerita
 9. Paca Manuyama Elia
 10. Ruiz Villanueva Lourdes

- Tallados en madera
 1. Aricara Jaramillo Marcelo
 2. Aricari Manuyama Fermin
 3. Aricara Hunaquiri Jeans
 4. Dañez Aricara Willy
 5. Gaima Jaramillo Abrahan
 6. Isuiza Taricuarima Jack
 7. Vasquez Aricara Joel
- Tejidos
 1. Aquituari Manuyama Rider
 2. Cuespan Ricopa Isolda
 3. López Iachuma Eliabeth
 4. Ricopa Aricari Mercedes
 5. Ricopa Aricari Eulogia
 6. Ricopa Aricari Juan
 7. Tuanama Sangama Arordo
 8. Aricari Ahuanari Sara

Artesanos De Padre Cocha

- Cerámica
 1. Amasifuen Maytahuari Clotilde
 2. Aquituari Maytahuari Rosalina
 3. Apagueño Aquituari Esther
 4. Curico Tamani Lizardo
 5. Canayo Tamani Marina
 6. Fachin Inuma Nena
 7. Huayta Aquituari Etelvina
 8. Huayta Aquituari Norlina
 9. Huayta Aquituari Juana
 10. Laiche Ricopa Zaida
- Tejidos
 1. Fachin Inuma Reyna
 2. Manuyama Maytahuari Juan

Artesanos De La Ciudad De Iquitos

1. Aguirre Zamora Washintong
2. Garcia Zamora Gabriel
3. Torrejon Vásquez Keyla
4. Aguirre Zamora Herman
5. Araujo Crose Juan
6. Alava Nuñez Palmira
7. Correa Salazar Alegria
8. Córdova García Hitler
9. Ortiz Souza José
10. Fernández Ruiz Dora

ANEXO 08: Precios promedios de las artesanías

a) Bisutería	
Bandas para la frente	S/. 7.00
Chaquiras de Semillas	S/. 3.00
Collares de Semillas y de Hueso	S/. 4.00
Gargantillas de Semillas	S/. 3.00
b) Tejidos	
Abanicos de Chambira	S/. 1.00
Bolsones de Chambira	S/. 5.00 a 20.00
Carteras de Fibra Vegetal	S/. 8.00 a 15.00
Cernidores de Fibra	S/. 15.00
Hamacas de Chambira	S/. 35.00 a 45.00
Jicras de Chambira	S/. 5.00
Móviles	S/. 5.00
Pantallas	S/. 7.00
c) Tallado	
Águilas talladas en Palo Sangre	S/. 40.00
Búhos tallados en Palo Sangre	S/. 35.00
Canoas de Topa	S/. 2.00 a 10.00
Cervantes de Pona	S/. 3.00 a 5.00
Chunchitos de Topa	S/. 2.00 a 10.00
Flechas de Pona	S/. 1.00 a 20.00
Imágenes tallados en Palo Sangre	S/. 30.00 a 60.00
Loros tallados en Topa	S/. 2.00 a 35.00
Mariposas tallados en Topa	S/. 2.00 a 20.00
Mascaras tallado en Topa	S/. 10.00 a 50.00
Mascaras tallado en Palo Sangre	S/. 10.00 a 50.00
Pates Burilados	S/. 5.00 a 20.00
Remos pintados	S/. 4.00
d) Torneado en Palo Sangre	
Barril	S/. 180.00
Ceniceros	S/. 5.00 a 15.00
Copas	S/. 8.00

Ensaladeras	S/. 40.00
Floreros	S/. 10.00 a 40.00
Fruteras	S/. 60.00
Licoreras	S/. 90.00
Platos recordatorios	S/. 20.00 a 100.00
Porta Lapiceros	S/. 10.00 a 35.00
e) Cerámica	
Ceniceros	S/. 7.00
Huacos	S/. 10.00
Jarrones	S/. 50.00 100.00
Mocahuas	S/. 40.00 a 60.00
Ollas de Barro	S/. 5.00 a 15.00
Tinajas	S/. 6.00 a 15.00
f) Confecciones	
Chusmas	S/. 100.00
Faldas	S/. 80.00
Cortinas de Semilla con escamas de Paiche	S/. 30.00 a 150.00
Flautas de Carrizo	S/. 5.00
Maracas	S/.5.00 a 10.00
Tambores	
Telas pintadas de Llanchama	
g) Taxidermia	
Arañas disecadas	
Paña Negra Disecada	
Insectarios (Cuadros Entomológicos)	