



**UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ**

**FACULTAD DE NEGOCIOS**

**TESIS**

**“Estudio de las oportunidades  
de negocios turísticos en la  
ciudad de Iquitos, periodo 2016”**

**Autoras:**

**Cornejo Jara, Carmen Rosa  
Nolazco Ahuanari, Elizabeth Tatiana**

**Asesor:**

**Lic. T y H Castillo Ichuta, Felix**

**Para optar el título profesional  
de Licenciado en Turismo y Hotelería**

**Iquitos – Perú**

**2017**

## DEDICATORIA

*Dedico esta tesis a Dios por velar mi camino, a mis padres y a mi familia, por su apoyo incondicional, por darme la confianza y la oportunidad de poder llegar a cumplir mis objetivos propuestos y a mis hermosos sobrinos Fabian, Edú, Olenka, Thiago y Abraham por ser inspiración en mi vida.*

**Cornejo Jara, Carmen Rosa**

*A mis padres Marcia y Hugo con todo cariño, porque ellos me impulsaron a seguir adelante brindándome su soporte emocional y positivo para seguir esta etapa y poder realizarme profesionalmente.*

**Nolazco Ahuanari, Elizabeth Tatiana**

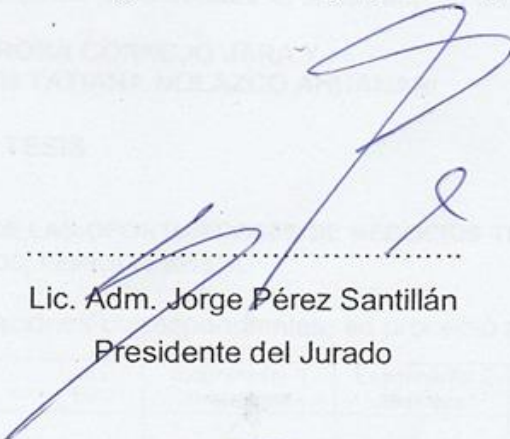
## AGRADECIMIENTO

*A la Universidad Científica del Perú y a sus docentes, por acogernos y brindarnos calidad de enseñanza en estos cinco años de labor estudiantil y formarnos para llegar a ser profesionales con todos los conocimientos adquiridos durante la etapa universitaria. También nuestros sinceros agradecimientos a todas aquellas personas que, de alguna manera u otra, brindaron apoyo para la culminación de la presente tesis.*

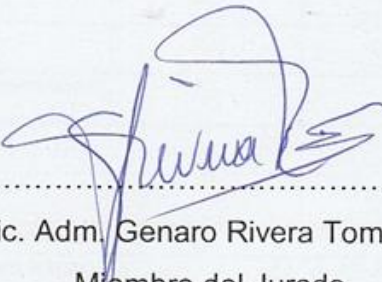
**Carmen y Elizabeth**

## APROBACIÓN


Tesis sustentada en acto público en la Universidad Científica del Perú de la ciudad de Iquitos, el día 25 de agosto del 2017 y aprobada por el jurado calificador siguiente:




.....  
Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán  
Presidente del Jurado



.....  
Lic. Adm. Genaro Rivera Tomasto  
Miembro del Jurado



.....  
Lic. T y H Magaly García Vilchez  
Miembro del Jurado



.....  
Lic T y H Felix Castillo Ichuta  
Asesor



FACULTAD DE NEGOCIOS
ACTA DE SUSTENTACIÓN

En la ciudad de Iquitos, a las 11:00 horas del día 25 del mes de Agosto del año 2017 se reunió el Jurado Examinador, que firma al final del presente documento, para evaluar la sustentación de los bachilleres :

CARMEN ROSA CORNEJO JARA Y
ELIZABETH TATIANA NOLAZCO AHUANARI

En la modalidad de: TESIS

Con el tema "ESTUDIO DE LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS TURISTICOS EN LA CIUDAD DE IQUITOS, PERIODO 2016"

Después de las deliberaciones correspondientes, se procedió a evaluar:

Table with 5 columns: Indicador, Examinador 1 Presidente, Examinador 2 Miembro, Examinador 3 Miembro, Promedio. Rows include A) Dominio del Tema, B) Calidad de redacción, C) Competencia expositiva, argumentación y coherencia, D) Calidad de respuestas, E) Uso de terminología especializada, Calificación Final, and Calificación final (en letras).

Leyenda:

Legend table with 3 columns: Indicador, Descripción, Puntaje. Rows A-E correspond to Desaprobado, Aprobado, Aprobado CUM LAUDE, Aprobado MAGNA CUM LAUDE, and Aprobado SUMA CUM LAUDE.

El Jurado considera Aprobado CUM LAUDE la sustentación.

Presidente: Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán

Miembro: Lic. Adm. Genaro Rivera Tomasto

Miembro: Lic. T y H Magaly García Vilchez

Handwritten signatures of the jury members.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
RESUMEN .....	01
ABSTRACT .....	02
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	
1.1. Planteamiento del problema .....	03
1.1.1. Descripción del problema .....	03
1.1.2. Formulación del problema .....	12
1.2. Objetivos de la investigación .....	13
1.2.1. Objetivo general.....	13
1.2.2. Objetivos específicos.....	13
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL	
2.1. Antecedentes de la investigación .....	14
2.2. Marco teórico.....	20
2.2.1. El sector turismo .....	20
2.2.2. Oportunidad de negocio .....	24
2.3. Marco conceptual .....	27
CAPÍTULO III: MÉTODO	
3.1. Hipótesis.....	28
3.1.1. Hipótesis general .....	28
3.1.2. Hipótesis específicas .....	28
3.1.3. Variable, indicadores e índices.....	29
3.2. Tipo de investigación.....	29
3.3. Población y muestra .....	29
3.3.1. Población.....	29
3.3.2. Muestra.....	31
3.4. Técnica.....	33
3.5. Instrumento de recolección de datos .....	33
3.6. Ética .....	34

CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	35
CAPITULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	46
CONCLUSIONES .....	48
RECOMENDACIONES .....	50
PROPUESTA .....	52
BIBLIOGRAFÍA.....	54
ANEXOS.....	58
Anexo 1. Instrumento de recolección de datos.....	58
Anexo 2. Matriz de consistencia.....	61

## ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figura 1: Mapa de la ciudad de Iquitos, 2016 .....	07
Figura 2: Reserva nacional Allpahuayo Mishana, 2016 .....	09
Figura 3: Reserva nacional Pacaya Samiria, 2016 .....	10
Figura 4: Comidas típicas de la ciudad de Iquitos, 2016.....	11



## ÍNDICE DE CUADROS

	Página
Cuadro 1: Arribo de turistas internacionales a nivel mundial, periodo 2010 - 2016.....	04
Cuadro 2: Arribo de turistas internacionales a América del Sur, periodo 2010 - 2016. ....	05
Cuadro 3: Arribo de turistas nacionales y extranjeros a la región Loreto, periodo 2012 - 2016. ....	08
Cuadro 4: Variables, indicadores e índices.....	29
Cuadro 5: Población de entidades públicas.....	30
Cuadro 6: Población de entidades privadas.....	30
Cuadro 7: Población y muestra.....	32
Cuadro 8: Prueba de validez de constructo del instrumento de recolección de datos. ....	33

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Página
Gráfico 1: El comportamiento del mercado de turismo en la ciudad de Iquitos, periodo 2016 .....	35
Gráfico 2: Las tendencias del mercado de turismo teniendo como destino a la Amazonía y especialmente a la ciudad de Iquitos, periodo 2016.....	36
Gráfico 3: La cantidad de medios de transporte aéreo para llegar a la ciudad de Iquitos, periodo 2016.....	37
Gráfico 4: El precio para viajar a la ciudad de Iquitos respecto a otros destinos turísticos del Perú, periodo 2016 .....	38
Gráfico 5: La calidad ofrecida en cuanto al servicio de los medios de transporte terrestre, fluvial y aéreo en la ciudad de Iquitos y alrededores, periodo 2016.....	39
Gráfico 6: La accesibilidad a los recursos financieros para emprender un negocio turístico en la ciudad de Iquitos, periodo 2016 .....	40
Gráfico 7: Los intereses o costos de los recursos financieros para emprender un negocio turístico en la ciudad de Iquitos, periodo 2016 .....	41
Gráfico 8: Los requisitos para obtener préstamos o recursos financieros para emprender un negocio turístico en la ciudad de Iquitos, periodo 2016.....	42
Gráfico 09: La disponibilidad de la capacidad de infraestructura (rutas de acceso, comunicaciones y equipamiento urbano) para emprender un negocio turístico en la ciudad de Iquitos, periodo 2016 .....	43
Gráfico 10: La variedad de la capacidad de infraestructura (rutas de acceso, comunicaciones y equipamiento urbano) para emprender un negocio turístico en la ciudad de Iquitos, periodo 2016 .....	44
Gráfico 11: La calidad de infraestructura (rutas de acceso, comunicaciones y equipamiento urbano) para emprender un negocio turístico en la ciudad de Iquitos, periodo 2016.....	45

## RESUMEN

La presente tesis comprende una investigación enfocada a la actividad turística, la cual tiene un crecimiento considerable que va dinamizando la economía de las poblaciones donde se ubican los diversos atractivos turísticos naturales o culturales, a los cuales acuden los turistas para recrearse o por otros fines.

En este sector, las oportunidades de negocios se presentan por la nueva dinámica de la población mundial, que se halla cada vez más conectada gracias a la tecnología, el auge de los medios de comunicación y las facilidades que ofrecen los medios de transporte. En tal sentido los ofertantes de servicios turísticos encuentran demandantes a quienes buscan satisfacer sus necesidades.

El objetivo general de la investigación es evaluar el grado de oportunidades de negocios turísticos en la ciudad de Iquitos, teniendo como objetivos específicos evaluar: el grado de demanda, de disponibilidad de medios de transporte, de posibilidad para acceder a recursos financieros y de capacidad de la infraestructura con que cuenta, para desarrollar negocios turísticos.

La población de estudio comprendió a 341 profesionales y funcionarios de las instituciones públicas que laboran en el ámbito del turismo. La muestra fue de 118 personas, cantidad que se determinó mediante la aplicación del muestreo probabilístico, a quienes se les aplicó el cuestionario respectivo.

Los resultados de la investigación realizada en el periodo del año 2016 determinaron que, la ciudad de Iquitos no cuenta con un alto grado de demanda turística, así mismo no posee un alto grado de disponibilidad en medios de transporte para facilitar la realización de este tipo de negocios, además no existe un alto grado de posibilidad que facilite el financiamiento por las entidades crediticias, ni un alto grado de capacidad de infraestructura, lo cual permite deducir que no existe un alto grado de oportunidades de negocios turísticos en la ciudad de Iquitos, para que los emprendedores se decidan por este rubro.

**Palabras claves:** oportunidad de negocio, turismo, ciudad de Iquitos, desarrollo empresarial.

## ABSTRACT

This thesis includes a research focused on tourism, which has a considerable growth that is boosting the economy of the populations where the various natural or cultural tourist attractions are located, to which tourists come to recreate or for other purposes.

In this sector, business opportunities are presented by the new dynamics of the world population, which is increasingly connected thanks to technology, the rise of the media and the facilities offered by means of transport. In this sense, the providers of tourism services find applicants who seek to satisfy their needs.

The general objective of the research is to evaluate the degree of tourist business opportunities in the city of Iquitos, having as specific objectives to evaluate: the degree of demand, availability of means of transport, possibility of accessing financial resources and capacity of the infrastructure that counts, to develop tourism businesses.

The study population included 341 professionals and officials of public institutions working in the field of tourism. The sample was 118 people, an amount that was determined by the application of probabilistic sampling, to whom the respective questionnaire was applied.

The results of the research carried out in the period of 2016 determined that the city of Iquitos does not have a high degree of tourist demand, likewise it does not have a high degree of availability in means of transport to facilitate the realization of this type of In addition, there is not a high degree of possibility that facilitates financing by credit institutions, nor a high degree of infrastructure capacity, which allows us to deduce that there is not a high degree of tourist business opportunities in the city of Iquitos, for that the entrepreneurs decide for this item.

**Keywords:** business opportunity, tourism, Iquitos city, business development.

## **CAPITULO I: INTRODUCCIÓN**

### **1.1. Planteamiento del problema**

#### **1.1.1. Descripción del problema**

El turismo es una actividad económica que crea muchas oportunidades de negocios, tal como lo señala el informe sobre el Panorama del Turismo Internacional del año 2017, elaborado por la Organización Mundial de Turismo, OMT (2017, p. 2): “Un número creciente de destinos de todo el mundo se han abierto al turismo y han invertido en él, haciendo del mismo un sector clave para el progreso socioeconómico, a través de la creación de puestos de trabajo y de empresas, la generación de ingresos de exportación y la ejecución de infraestructuras”, lo cual permite un mayor dinamismo económico ayudando a que cada país genere más divisas y con ello se disminuya la pobreza.

En el ámbito mundial, el turismo es considerado como parte del comercio internacional de servicios, convirtiéndose en un factor clave para el desarrollo; al respecto el Plan Estratégico Nacional de Turismo PENTUR 2016 - 2025 menciona que, “en el siglo XXI, el turismo se ha convertido en una herramienta de crecimiento económico y de desarrollo de los países, en especial de las economías emergentes, debido al aumento del tiempo libre, los negocios internacionales, la revolución del transporte, el rápido desarrollo de la tecnología y el crecimiento de la clase media a nivel mundial. ”

Año tras año el flujo turístico se ha incrementado en diversos destinos turísticos y con ello ha hecho que el sector turismo tenga mayor expansión y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento del mundo.

Según la OMT en su publicación Panorama del Turismo Internacional 2017, las llegadas de turistas internacionales a nivel mundial en el año 2016, fueron de 1,235 millones; a comparación del año 2015, que registró la cantidad de 1,189 millones de turistas; mostrando una variación de 3.9%, lo cual evidencia que la

demanda del turismo internacional tuvo una tendencia positiva en los últimos años.

En el ámbito mundial, la OMT dio a conocer que en el año 2016, Europa lideró en la cantidad de llegadas de turistas internacionales siendo el destino favorito para dichos turistas, siguiendo las regiones de Asia y el Pacífico, las Américas, África y por último Oriente Medio, debido a la crisis política que existe en algunos países de esta parte del mundo.

Cuadro 1: Arribo de turistas internacionales (millones de personas) a nivel mundial, desde el 2010 al 2016

Ítem	Años			
	2010	2014	2015	2016
<b>Mundo</b>	<b>953</b>	<b>1,138</b>	<b>1,189</b>	<b>1,235</b>
<b>Índice 2010 =100</b>	<b>100.00</b>	<b>119.41</b>	<b>104.48</b>	<b>103.87</b>
<b>Variación anual (%)</b>	<b>--</b>	<b>19.41%</b>	<b>4.48%</b>	<b>3.87%</b>
Europa	488,954	576,128	603,658	616,190
Asia y el Pacífico	208,108	269,489	284,028	308,409
Américas	150,078	181,864	192,660	199,338
África	50,426	55,048	53,431	57,771
Oriente Medio	55,442	55,267	55,622	53,567

Fuente: Organización Mundial de Turismo, Panorama del turismo internacional 2017

Asimismo en América del Sur, en el año 2016 se registró la llegada de 32,815 millones de turistas internacionales; mostrando en Perú la cantidad de 3,744 millones, a comparación del año 2015 que alcanzó 3,456 millones de llegadas, teniendo la variación de 8.4 %, observando una considerable tasa de crecimiento en cuanto a llegadas de turistas, lo cual ha sido favorable para los distintos destinos turísticos que se encuentran en las regiones geográficas de costa, sierra y selva que existen en el país, así como para los sectores económicos que participan en este rubro. También se observa que los principales

países competidores para el Perú, fueron: Brasil, Chile y Argentina, debido a que estos países registraron mayor llegada de turistas durante el año 2016.

Cuadro 2: Arribo de turistas internacionales (millones de personas) a América del Sur, desde el 2010 al 2016

Ítem	Años			
	2010	2014	2015	2016
América del Sur	23,229	29,073	30,791	32,815
Brasil	5,161	6,430	6,306	6,578
Chile	2,801	3,674	4,478	5,641
Argentina	5,325	5,931	5,736	5,559
<b>Perú</b>	<b>2,299</b>	<b>3,215</b>	<b>3,456</b>	<b>3,744</b>
<b>Índice 2010 =100</b>	<b>100.00</b>	<b>139.84</b>	<b>107.50</b>	<b>108.33</b>
<b>Variación anual (%)</b>	<b>--</b>	<b>39.84%</b>	<b>7.50%</b>	<b>8.33%</b>
Colombia	2,385	2,565	2,978	3,317
Uruguay	2,349	2,682	2,773	3,037
Otros países	3,263	4,577	5,064	3,116

Fuente: Organización Mundial de Turismo, Panorama del turismo internacional 2017

Gracias al movimiento turístico internacional, en el Perú hubo llegadas de turistas de diversas partes del mundo. Según el Perfil del Turista Extranjero 2015, elaborado por la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y Turismo PromPerú, la mayor procedencia de los turistas extranjeros que ingresaron al país en el año 2015 eran de: Chile, Estados Unidos, Ecuador, Colombia y Argentina; y las regiones que más visitaron fueron: Lima, Cuzco, Tacna, Puno y Arequipa, en donde se obtuvo mayores ingresos económicos, así como el aumento de la oferta turística.

En el Perú sus habitantes tienen la oportunidad de viajar para conocer cada vez más sobre su territorio, cultura, costumbres, gastronomía, etc., lo cual genera ingreso nacional y permite el progreso económico, este tipo de actividad es conocido como turismo interno.

En cuanto a este tipo de turismo interno, el Perfil del Vacacionista Nacional 2015 de PROMPERÚ dio a conocer que, los mercados más importantes y que más realzaron la actividad turística dentro del Perú fueron: Lima, Arequipa, Trujillo, Chiclayo, Piura y Huancayo. Además los turistas nacionales visitaron más las regiones de Lima, Ica, Piura, La Libertad, Junín y Ancash.

Por ello, el Perú al contar con diversos atractivos turísticos en todas las regiones, hace que distintos sectores se involucren con esta actividad, de manera directa mediante agencias de viajes y turismo, hoteles, restaurantes, y todas aquellas empresas vinculadas al ámbito turístico y de manera indirecta a través de distintos sectores como bancos, industria alimentaria, industria textil, servicios de comunicación y otros, mostrando un efecto multiplicador.

Debido a esto, es necesario que la ciudad de Iquitos mejore su oferta turística, promoción de atractivos turísticos, abaratamiento de pasajes aéreos, valoración de culturas vivas, infraestructura, conectividad, y otros aspectos importantes para que sea atractiva para la demanda turística y esta aumente de manera progresiva ya que en la actualidad es un sector clave para el desarrollo socioeconómico.

La ciudad de Iquitos, a pesar de sus deficiencias como destino turístico, tiene mucho potencial para ser competitivo, ya que es la capital del departamento de Loreto, ubicada en la amazonia peruana, cuenta con riqueza natural debido a que está rodeado de ríos y posee variedades de flora y fauna, lo cual puede servir como atractivo para varios segmentos del mercado turístico.

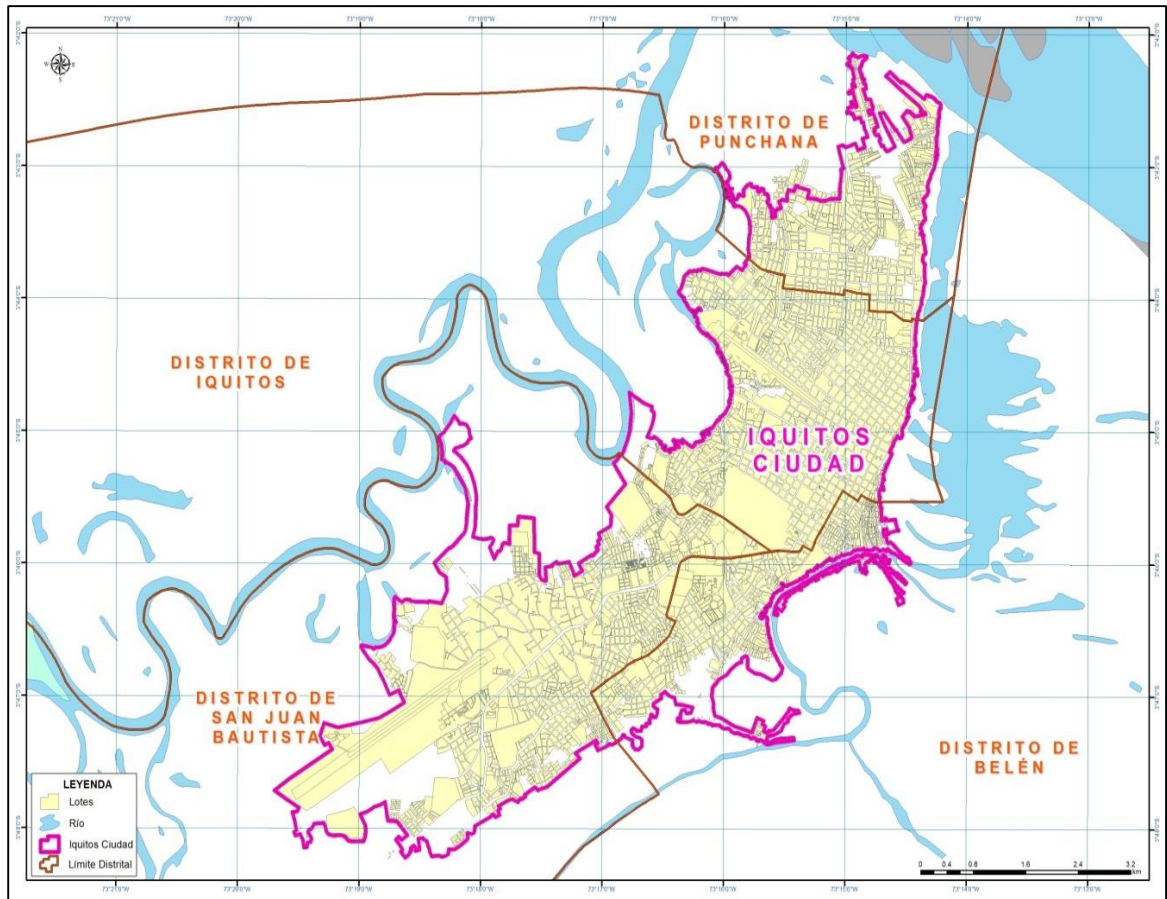
Las únicas vías de acceso a la ciudad de Iquitos son la vía aérea y fluvial, debido a que es prácticamente como una isla y no cuenta con una carretera de acceso, que la conecte a otras ciudades de las regiones contiguas.

La principal actividad económica en Iquitos es el comercio y en declive se encuentran la extracción de petróleo y exportación de madera, sus zonas rurales tienen tierras no apropiadas para desarrollar la agricultura por estar en selva baja, tampoco se desarrolla la ganadería ni la actividad industrial, todo esto presenta al turismo como la nueva alternativa económica para generar mayores ingresos, por lo cual se requiere conocer las condiciones o factores que se presentan en esta



ciudad para que las oportunidades de negocios turísticos puedan instalarse, crecer y surgir en esta parte del Perú.

Figura 1: Mapa de la ciudad de Iquitos, 2016



Fuente: [Geoportal.regionloreto.gob.pe/visorloreto/](http://Geoportal.regionloreto.gob.pe/visorloreto/)

La ciudad de Iquitos al igual que otras ciudades del Perú recibe a turistas tanto nacionales como extranjeros, los cuales se dirigen luego a otros atractivos de la región Loreto.

En el siguiente cuadro se muestra la variación total entre años, desde el 2012 hasta el 2016, en cuanto a la cantidad de arribos de turistas nacionales y extranjeros en la región Loreto; observando que entre el 2013 y 2012 la variación anual fue de 19.26 %, así mismo en el 2014 y 2013 de 11.41 %, en el 2015 y 2014 de 1.93 % y entre el 2016 y 2015 de 0.34 %, donde se registra que la tasa de crecimiento entre años ha ido descendiendo y por ende el flujo turístico, ya que en la actualidad existen otros destinos a nivel nacional que son más visitados, que

ofrecen otros atractivos relevantes y en mejores condiciones, lo cual facilita una mayor demanda de viajes y generación de oportunidades de negocio.

Cuadro 3: Arribo de turistas nacionales y extranjeros, región Loreto, periodo 2012 al 2016.

Ítem	Años				
	2012	2013	2014	2015	2016
Turistas nacionales	383,181	482,242	564,376	573,554	556,749
Turistas extranjeros	156,680	161,583	152,915	157,564	176,873
<b>Total turistas nacionales y extranjeros</b>	<b>539,861</b>	<b>643,825</b>	<b>717,291</b>	<b>731,118</b>	<b>733,622</b>
<b>Índice 2012= 100</b>	--	<b>119.26</b>	<b>111.41</b>	<b>101.93</b>	<b>100.34</b>
<b>Variación anual (%)</b>	--	<b>19.26%</b>	<b>11.41%</b>	<b>1.93%</b>	<b>0.34%</b>

Fuente: Archivos de la Dirección Regional de Comercio Exterior, Turismo y Artesanía (DIRCETURA)

En la región Loreto, cuya capital es la ciudad de Iquitos, existen variedades de recursos y atractivos turísticos, ya que posee grandes extensiones de bosques y diversos ríos, teniendo como eje principal al río Amazonas. Cuenta con una variada gastronomía, así como recursos culturales. Se encuentra en medio de la Amazonía, la cual fue declarada como maravilla natural del mundo en el año 2012. Además presenta potenciales atractivos turísticos como las reservas nacionales de Allpahuayo Mishana y Pacaya Samiria.

La reserva nacional Allpahuayo Mishana representa un potencial excepcional para la educación ambiental y el turismo de naturaleza por su cercanía a Iquitos, ya que está ubicada en la provincia de Maynas, departamento de Loreto, teniendo dos tipos de hábitat notables: los varillales y los bosques inundables. El primero de ellos se desarrolla sobre arena blanca. El segundo está conformado por bosques inundados por las aguas negras del río Nanay. También tiene como uno de los atractivos, la presencia de la Perlita de Iquitos (*Polioptila clementsii*), ave que solo se encuentra en los bosques de varillales sobre arenas

blancas, una especie que está en peligro de extinción. (Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado - SERNANP)

Figura 2: Reserva Nacional Allpahuayo Mishana, 2016



Fuente: <http://www.iqitostimes.com/Allpahuayo-Mishana.htm>

Otro potencial turístico de la región Loreto es la reserva nacional Pacaya Samiria, donde habitan numerosas comunidades, tanto nativas y tradicionales. Su territorio ofrece beneficios a miles de personas en la zona y en las ciudades vecinas, así como la posibilidad de realizar un turismo de primer nivel para conocer la Amazonía peruana.

Pacaya Samiria comprende parte de las provincias de Loreto, Requena, Alto Amazonas y Ucayali del departamento de Loreto. Conserva los recursos de flora y fauna, así como la belleza escénica característica del bosque tropical húmedo. Alberga una alta diversidad biológica y una población humana que aprovecha de sus recursos naturales. Tiene en su interior las cuencas de los ríos Pacaya, Samiria y Yanayacu-Pucate.

La famosa cocha el Dorado, ubicada en la cuenca baja del Yanayacu, es el destino turístico central de la reserva nacional y ejemplo exitoso de emprendimiento en turismo vivencial comunitario. (SERNANP)

Figura 3: Reserva nacional Pacaya Samiria, 2016



Fuente: <http://www.actualidadambiental.pe/?p=28651>

Por estar ubicado en la amazonia peruana, la gastronomía iquiteña también es valorada como un atractivo cultural, turístico y económico. Las comidas típicas son elaboradas mayormente con productos de la región. Para la degustación, existen lugares donde se vende la comida tradicional, entre ellos está el mercado de Belén, Bellavista-Nanay y otros lugares como los restaurantes.

Los platos típicos más conocidos son: inchicapi (sopa de gallina con culantro, maní y yuca), ensalada de chonta o palmito (tallo de la palmera), cecina (carne de cerdo seca ), cebiche de doncella (hecho a base de pescado llamado doncella), juanes (arroz aderezado con palillo, envuelto en hoja de bijao con gallina, huevo y aceituna), patarashca (pescado envuelto en hoja de bijao y asado al carbón), tacacho (plátano asado, desmenuzado y mezclado con chicharrón de chancho formando una bola), y otras variedades de potajes.



También existen bebidas tradicionales como son: el masato (a base de yuca cocida y fermentada), aguajina (elaborado con la fruta del aguaje), chapo (hecho a base plátano maduro), etc.

La gastronomía de la ciudad de Iquitos es considerada como uno de los valores culturales más importantes, ya que es degustado por la población local así como por los turistas nacionales y extranjeros; a través del tiempo se va haciendo más atractiva y está teniendo mucha acogida por cuanto además ya se prepara y forma parte de las cartas de alimentos en distintas partes del Perú y el mundo.

Figura 4: Comidas típicas de la ciudad de Iquitos, 2016



Fuente: [http://mishkinaamazonica.blogspot.pe/2015\\_05\\_01\\_archive.html](http://mishkinaamazonica.blogspot.pe/2015_05_01_archive.html)

Todos los recursos y atractivos turísticos que existen en la región Loreto han hecho posible que se generen oportunidades de negocio y por ende, que se desarrollen distintas empresas en el ámbito del turismo en la ciudad de Iquitos.

Entre los principales negocios turísticos que se han implementado en la ciudad son las agencias de viajes, dedicadas a la venta de pasajes aéreos y tours, habiendo varios locales con un mismo dueño; también existe una variedad de hoteles de diferentes categorías, así como establecimientos de hospedaje no categorizados que brindan servicio de alojamiento a los turistas. Los restaurantes de buena categoría son pocos, por otro lado se brinda el servicio de guías

turísticos (formales e informales), el servicio de paseos con embarcaciones menores (deslizadores, botes, peque peques y hasta canoas) por los ríos y zonas aledañas que cuentan con distintos atractivos.

Las asociaciones de artesanos ofrecen sus productos en los centros artesanales como los que se ubican en el Malecón Tarapacá y frente a la plaza del distrito de San Juan Bautista. La movilidad local por las calles y carretera se realiza principalmente en mototaxis y autobuses conocidos como colectivos, y también existen automóviles y minivans que recorren la ruta de la carretera Iquitos - Nauta.

Fuera de la ciudad se encuentran los albergues turísticos a distintas distancias, donde acuden mayormente los turistas extranjeros, además existen cruceros que recorren el río Amazonas y los ríos cercanos a la ciudad de Iquitos.

Los anteriormente mencionados, son los principales servicios turísticos que se brindan en la ciudad de Iquitos, aunque con ciertas limitaciones y que se fueron formando a través de la identificación de productos o de servicios que eran necesarios para satisfacer la demanda de estos servicios.

La presente investigación permitió determinar el grado de oportunidades de negocios en el ámbito turístico, en base a los factores como la demanda, los medios de transporte, los recursos financieros y la infraestructura para conocer si los emprendedores podrían ver a este sector como una opción de inversión.

## **1.1.2. Formulación del problema**

### **1.1.2.1. Problema general:**

¿Cuál es el grado de oportunidades de negocios turísticos en la ciudad de Iquitos, período 2016?

### **1.1.2.1. Problemas específicos:**

¿Cuál es el grado de demanda para desarrollar negocios turísticos en la ciudad de Iquitos, período 2016?

¿Cuál es el grado de disponibilidad de medios de transporte para desarrollar negocios turísticos en la ciudad de Iquitos, período 2016?

¿Cuál es el grado de posibilidad para acceder a recursos financieros para desarrollar negocios turísticos en la ciudad de Iquitos, período 2016?

¿Cuál es el grado de capacidad de infraestructura para desarrollar negocios turísticos en la ciudad de Iquitos, período 2016?

## **1.2. Objetivos de la investigación**

### **1.2.1. Objetivo general**

Evaluar el grado de oportunidades de negocios turísticos en la ciudad de Iquitos, período 2016.

### **1.2.2. Objetivos específicos**

- a. Evaluar el grado de demanda para desarrollar negocios turísticos en la ciudad de Iquitos, período 2016.
- b. Evaluar el grado de disponibilidad de medios de transporte para desarrollar negocios turísticos en la ciudad de Iquitos, período 2016.
- c. Evaluar el grado de posibilidad para acceder a recursos financieros para desarrollar negocios turísticos en la ciudad de Iquitos, período 2016.
- d. Evaluar el grado de capacidad de infraestructura para desarrollar negocios turísticos en la ciudad de Iquitos, período 2016.

## CAPITULO II: MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL

### 2.1. Antecedentes de la investigación

**Acuña** (2013) en su tesis, *Mercado de turismo en Perú: Plan de negocios para un operador turístico*, planteó como objetivo diseñar el modelo de negocio y el plan estratégico de crecimiento para una empresa operadora de turismo receptivo en el norte del Perú (agencia de viajes), generando valor distintivo a través de servicios turísticos diferenciados.

Su metodología fue de carácter cualitativo basado en la revisión bibliográfica. Dentro de sus herramientas utilizadas están: investigaciones con fuentes primarias y secundarias de organizaciones de turismo y estudios relativos al tema, encuestas y entrevistas en profundidad a operadores, turistas, hoteles, agencias de viaje, entre otros, siendo sus principales fuentes de información el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ), los gobiernos regionales; revistas especializadas, periódicos, web y entrevistas a profundidad a actores relevantes del turismo.

Concluyó que, se evidenció una mejora del turismo en el Perú, esto debido a un aumento de visitas por parte de turistas nacionales e internacionales quienes muestran aceptación hacia este sector y más aún en el norte del Perú, siendo así necesario la creación de un operador de turismo que se encargue de ofrecer y entregar servicios turísticos de intereses especiales y gastronómicos, de la mejor manera posible, mediante la innovación y capacitación al personal, para una mejor atención a fin de lograr una mayor satisfacción de los turistas, puesto que desarrollará servicios turísticos que no brindaban los operadores existentes, resultando así un proyecto factible, además destaca que la creación de operadores de turismo, no tiene grandes barreras para incorporarse al mercado de la industria de turismo.

**Sepúlveda et al.** (2010) en sus tesis, *Plan estratégico para el desarrollo del turismo rural comunitario en la región Cusco*, tuvo como objetivo formular un plan estratégico a diez años, orientado a promover el desarrollo del turismo rural



comunitario en la Región Cusco.

El estudio fue de carácter cualitativo descriptivo y estuvo basado en la recolección de información de revistas especializadas, portales de Internet, libros académicos, así como el análisis de encuestas realizadas por el MINCETUR, y la realización de consultas con expertos en turismo, logrando identificar factores críticos de éxito mediante el estudio de experiencias similares exitosas en el Perú y en otras partes del mundo, los datos recolectados resultaron ser necesarios para formular las políticas y estrategias a ser implementadas, ya que estas permitieron plantear objetivos y líneas de acción, a corto y largo plazo.

Concluyeron que, en Latinoamérica el desarrollo del turismo rural comunitario aún no es sostenible, siendo así que en el Perú, específicamente en la región Cusco las estrategias planteadas para este tipo de turismo son empíricas basadas en los datos de proyección de crecimiento de la industria. Hicieron mención además que en el sector turismo, el Cusco tiene una posición competitiva fuerte en comparación a las demás regiones del Perú, esto se debe a que la industria del turismo está mejor desarrollada en cuanto a infraestructura, oferta turística y la valorización de las culturas vivas y ambientes naturales, siendo esta una buena oportunidad para el desarrollo del turismo rural comunitario. En ese sentido la formulación de estrategias adecuadas, serán favorables para este sector ya que permitirá una eficiente explotación, mayor rentabilidad y serán un aporte para la reducción de pobreza.

**Nativo y Sosa** (2012) en su tesis, *Estudio de mercado para la creación de una operadora turística que promueva alianzas estratégicas con prestadores de servicios en el parque nacional Canaima, sector oriental*, tuvieron como objetivo realizar un estudio de mercado a fin de crear una operadora turística que promueva alianzas estratégicas con prestadores de servicios en el Parque Nacional Canaima (Venezuela).

La población estuvo conformada por 124 empresas que ofrecen los diferentes servicios turísticos en el área de estudio, siendo la muestra de 66 prestadores de servicio, de las cuales recaudaron información y datos mediante encuestas.

Concluyeron que, la propuesta fue factible, ya que se ve una alta demanda por parte de los turistas hacia esta zona durante todo el año y más aún en época de vacaciones, por ello el desarrollo del proyecto debe tener en cuenta los destinos más solicitados, para así elaborar paquetes turísticos atractivos, además señalan que se debe buscar crear conciencia tanto en los turistas, habitantes y trabajadores con respecto al cuidado del medio ambiente, ya que el parque nacional cuenta con una variedad de atractivos naturales, como la Quebrada Jaspe (Kakó Parú), Salto Aponwao (Chinak Merú) y el Monte Roraima, cabe decir que siendo la propuesta factible, esto resultará en beneficio de todos los partícipes, directos e indirectos.

**Villarreal** (2013), en su tesis, *Estudio de factibilidad para la creación de un centro turístico en el Cantón Huaca, Provincia del Carchi*, tuvo como objetivo, realizar un estudio de factibilidad para la creación de un centro turístico en el Cantón Huaca, provincia del Carchi - Ecuador, siendo esta, una manera de lograr mejora en la calidad de vida de los pobladores, puesto que la factibilidad del proyecto generará ofertas de empleo, por ende se dinamizará la economía del sector, cabe decir también que se logrará el mayor aprovechamiento de los recursos naturales con la que se cuenta, para así lograr mejores ofertas turísticas.

Mediante la investigación descriptiva de campo, buscó saber la viabilidad y factibilidad del proyecto, de igual manera por medio de las encuestas realizadas a residentes locales, turistas nacionales y extranjeros buscó determinar la demanda turística de ese sector.

Concluyó que, la creación del centro turístico es factible y beneficiosa para la provincia de Carchi, ya que existe una visita permanente de turistas, por ende es necesario aprovechar dicha acogida, cabe mencionar que los complejos turísticos existentes no ofrecen servicios de calidad e innovación, lo que genera la existencia de turistas insatisfechos, quienes podrían ser los posibles clientes potenciales para el centro turístico por crear.

**Aguilar** (2013) en su tesis, *Estudio de factibilidad para la empresa de turismo Ecoturiza del Cantón Zaruma -Provincia de El Oro - Ecuador*, tuvo como objetivo realizar un estudio de factibilidad para la creación de la empresa Ecoturiza en el cantón Zaruma, provincia de El Oro, para lo cual mediante un

estudio de mercado determinó la oferta y demanda existente en sector turismo del lugar, de esta manera buscó proponer las mejores estrategias que permitan el aprovechamiento adecuado de los recursos con que se cuenta.

Su muestra fue de 390 personas, la metodología empleada para la recolección de datos e información fueron los métodos tradicionales como el inductivo, deductivo, descriptivo estadístico y matemático, los cuales se ayudaron de técnicas investigativas, como la observación directa, entrevista, encuesta y fichaje.

Concluyó que, el proyecto es viable y factible ya que determinó que la demanda potencial fue de 15,070 turistas; 30,448 turistas constituyeron la demanda efectiva; la oferta actual del turismo fue de 11,115 visitantes al año con un incremento del 9.83 % anual y señaló que la demanda insatisfecha fue de 9,333 turistas, las cuales pueden llegar a ser clientes, para lo cual se tiene que buscar la optimización de los recursos disponibles para brindar el servicio deseado, entendiéndose por esto que se busca satisfacer al cliente, conociendo sus gustos y preferencias.

**Mendoza** (2012), en su tesis, *Análisis del sector turismo en Cartagena como elemento de internacionalización de la ciudad*, tuvo como objetivo analizar el sector turismo en Cartagena - Colombia, haciendo un diagnóstico a través de la matriz DOFA, teniendo un mayor panorama de la situación del sector turismo en esa ciudad, con lo cual logró establecer las estrategias más adecuadas que permitan superar los problemas que se identificaron durante el análisis, para lograr a su vez la mejora en la oferta turística y así ser competitivo en el mercado internacional.

Tomó como muestra a 60 turistas, mediante una investigación documental y de campo, realizó la recolección de información mediante la observación y entrevistas informales con algunos funcionarios.

Concluyó que, mediante la elaboración del análisis, logró visualizar las debilidades y amenazas que no permiten el crecimiento del turismo en Cartagena y por ende su entrada en el mercado internacional, siendo estas la falta de organización, la inadecuada infraestructura para competir con otros destinos

similares, problemas de seguridad entre otros, así mismo llegó a determinar factores que pueden ser beneficiosas para impulsar la oferta y la demanda, tales como la variedad gastronómica, playas ,destino económico y otros.

**Tamariz** (2010), en su tesis, *Plan estratégico de desarrollo del turismo sostenible para la bioregión del estuario del río Chone*, tuvo como objetivo el diseño del plan estratégico para el desarrollo turístico de la bioregión del estuario del río Chone - Ecuador, para fortalecer y mejorar la explotación de los recursos naturales y los atractivos turísticos con las que se cuenta, ya que una adecuada estrategia aumentaría la visita por parte de los turistas y por ende sería en beneficio de los sectores involucrados en el desarrollo turístico.

Tomó una muestra de 756 turistas de los cuales obtuvo información mediante encuestas y también mediante la observación, así como la investigación documental (libros, publicaciones especializadas entre otras).

Concluyó que, siendo el Ecuador uno de los países más biodiversos del mundo, es necesario aprovechar los recursos con los que se cuenta, para lo cual diseñó un plan estratégico con participación directa de los posibles beneficiarios que brindó un mejor estudio sobre la situación actual en la que se encuentra el sector, permitiendo también identificar los problemas ambientales, socioculturales y económicos que enfrentan las comunidades de esta bioregión, los cuales se tuvieron en cuenta al momento de realizar el plan estratégico, puesto que esto influye en la demanda del sector turismo, obteniendo así mejores resultados en la optimización de los atractivos existentes, para un mejor desarrollo.

**Cazorla** (2010), en su tesis, *Estudio de Mercado para la creación de una empresa de transporte marítimo turístico que cubra la ruta La Guaira - Punta de Piedras*, tuvo como objetivo elaborar un estudio de mercado para la creación de una empresa de transporte marítimo turístico que cubra la ruta de unión entre las ciudades La Guaira y Punta de Piedras en Venezuela, el cual permitió percibir de la mejor manera el entorno en que la empresa va a desarrollarse, así también como analizar la demanda y la oferta del mercado de transporte marítimo, así mismo dicho análisis facilitó la elaboración del producto y los servicios que ofrecerá la nueva empresa.

Su investigación fue de tipo descriptivo y recaudó información mediante encuestas, observación, información bibliográfica y entrevista realizada a los usuarios, trabajadores de otras empresas de transporte, y expertos en el tema.

Concluyó que, en relación a la oferta actual, los turistas y/o usuarios de los servicios no están satisfechos con la calidad de servicio que se les brinda, también en relación a los competidores se ha visto que estos ofrecen un servicio de baja calidad corroborando así las incomodidades por parte de los turistas, siendo esta una oportunidad para la creación de la empresa siempre y cuando se tome en cuenta las preferencias, gustos y recomendaciones de los turistas para la elaboración de los productos y servicios que se va a ofrecer, cabe decir que un adecuado plan de marketing para la promoción y comercialización del nuevo servicio será clave para su inserción en el mercado.

## **2.2. Marco teórico**

### **2.2.1. El sector turismo**

El turismo abarca diferentes actividades que realizan las personas durante sus viajes a distintos destinos fuera de su residencia habitual, donde su permanencia es menor a un año con variados fines, ya sea ocio, vacaciones, negocios u otros motivos. Siendo así un sector que genera directa e indirectamente una serie de beneficios en la sociedad ayudando en el desarrollo social y económico de varios países.

Para el MINCETUR (2002, p. 13), la actividad turística o industria turística; genera beneficios y rentas a los diversos sectores de la economía, a través del efecto multiplicador, entendiéndose por ello que un aumento en la demanda del sector turismo, genera un aumento en la creación de empleo, en la demanda de bienes y servicios, por ende un incremento en los ingresos y el impulso de la actividad empresarial, cabe decir también que la actividad turística influye considerablemente en el PBI de un país, siendo así de suma importancia el cuidado en el servicio de turismo y en todas las actividades que intervienen en ello.

El Perú a través del MINCETUR busca el desarrollo del turismo para ser competitivo a nivel mundial, por lo cual elaboró el PENTUR 2016 al 2025, este plan tiene como visión que “El Perú es reconocido, a nivel mundial, como destino turístico sostenible, competitivo, de calidad y seguro” y como objetivo “Consolidar al Perú como destino turístico competitivo, sostenible, de calidad y seguro, donde a partir de una oferta diversa, lograda con participación de los actores del sector, el turista viva experiencias únicas para que se contribuya al desarrollo económico y social del país.”.

Para ello, en el PENTUR se planteó alcanzar el objetivo mencionado a través de cuatro pilares de actuación, los cuales son: diversificación y consolidación de mercados; diversificación y consolidación de la oferta; facilitación turística; y la institucionalidad del sector, en donde se plantea estrategias para que el Perú sea un destino turístico internacional, mediante desarrollo de nuevos

mercados, priorización de segmentos especializados, desarrollo de destinos, desarrollo del capital humano, desarrollo de la conectividad y de las comunicaciones, optimización de las relaciones internacionales, fomento de la cultura turística, fortalecimiento de la gestión pública y otros aspectos necesarios que traerán consigo beneficios sociales, económicos y ambientales que permitirán el desarrollo sostenible del país .

En el presente año cada Región del Perú debería contar con un plan estratégico regional de turismo PERTUR actualizado en base a los pilares de actuación indicados en el PENTUR, para potenciar el desarrollo turístico de cada destino, ante ello la Región de Loreto aún no cuenta con dicho plan actualizado, que permita ejecutar estrategias adecuadas para alcanzar el objetivo principal del PENTUR.

En la actualidad el turismo se está dando de manera positiva, ya que el turista sale de su lugar de residencia en busca de nuevas experiencias vivenciales y debido a esto el MINCETUR (2002, p. 10) clasifica a la actividad desarrollada por el turista y lo divide en dos grandes grupos:

- a. Turismo convencional: Es la práctica organizada y tradicional de desarrollar turismo. Los programas son predeterminados por una agencia de viajes y turismo y los servicios integrales como el alojamiento, el transporte, la alimentación y excursiones son convencionales.
- b. Turismo no convencional: Se le denomina a la práctica no tradicional del turismo y tiene un carácter especializado. Por ejemplo, las caminatas, el canotaje, la observación de la naturaleza y las visitas que necesiten de accesos y servicios no convencionales.

Oriol et al. (2010, pp. 32 - 33) manifiestan que el turismo es una actividad económica, que tiene como participe tanto a un demandante, quien es aquella persona que cruza las fronteras de su país y a un ofertante quien se encuentra en el lugar de destino, por ende siendo una interacción entre dos naciones se necesita de normas que avalen el bienestar de los demandantes durante su estadía, cabe mencionar también que es necesario regulaciones que garanticen una adecuada actividad económica, social y cultural.

Oriol et al. (2010, pp. 41 - 42) también consideran que el turismo es una actividad que genera una relación entre distintos lugares, la cual permite un intercambio de culturas, cabe decir que esta relación dinamiza la economía, por lo que los estados plantean políticas públicas, para lograr un mayor impulso de este sector, promoviendo mayores facilidades de acceso por parte de los turistas hacia los productos turísticos, también brinda un mayor impulso a iniciativas empresariales de turismo, las cuales a su vez crean puestos de trabajo y dinamizan los sectores complementarios.

Al igual que cualquier empresa, las empresas turísticas tienen fines de lucro, las cuales inician desde que se realiza el traslado de turistas hacia distintos destinos, según Chávez (2012, p. 19), las empresas turísticas o planta turística “son consideradas como un elemento del sistema turístico, donde también interactúan los usuarios o consumidores, los atractivos turísticos, la superestructura o autoridades del sector y la infraestructura.”

El turismo es una actividad que pertenece al sector terciario de la economía o sector servicios, entendiendo que existe una relativa diferencia entre los bienes y los servicios. Los bienes se producen, los servicios se prestan.

Son prestadores de servicios turísticos las personas naturales o jurídicas que participan en la actividad turística, con el objeto principal de proporcionar servicios turísticos directos, de utilidad básica e indispensable para las satisfacción de las expectativas de los turistas (artículo 27, Ley 29408 - 2009, Ley General de Turismo).

Los prestadores turísticos según la Ley General de Turismo, son los que realizan las actividades que se mencionan a continuación:

- a. Servicios de hospedaje
- b. Servicios de agencias de viajes y turismo
- c. Servicio de agencias operadores de viajes y turismo
- d. Servicio de transporte turístico
- e. Servicios de guías de turismo
- f. Servicios de organización de congresos, convenciones y eventos



- g. Servicios de orientadores turísticos.
- h. Servicios de restaurantes.
- i. Servicios de centros de turismo termal y/o similar
- j. Servicios de turismo de aventura, ecoturismo o similares
- k. Servicios de juegos de casino y máquinas tragamonedas

Dentro de las empresas turísticas que se contemplan en la Ley General de Turismo, las que son indispensables para el desarrollo del turismo y se encuentran con mayor frecuencia en los destinos turísticos son las empresas de alojamiento, alimentación, transportes y agencia de viajes. (Chávez, 2012, p.5)

Para Magadan y Rivas (2012, p.14), la actividad de turismo es abrir las puertas a todo aquel que está dispuesto a desplazarse movido por un interés cultural, llamados turistas; siendo esta una actividad cada vez mayor, es necesario que los servicios de turismo se muestren innovadores, para lo cual es necesario realizar un estudio minucioso de los comportamientos de los turistas, siendo recomendable realizar una clasificación en diferentes grupos, ya que no todos los turistas esperan obtener lo mismo y además tienen características particulares, para lo cual se debe tener en cuenta que dicha clasificación se debe realizar teniendo en cuenta los gustos de los turistas, sus intereses y sus reacciones.

Siendo esta una actividad en crecimiento, es de interés de los políticos del gobierno, quienes mediante diversos medios y estrategias de marketing deben de fomentar el turismo de su sector, ya que la misma necesita ser impulsada para su mejor desarrollo.

Martínez (2012, p. 33), menciona que cuando se habla de viajes y turismo, se habla también de todas aquellas fuentes que aumenten conocimientos sobre diversos intereses, como ejemplo lugares, productos, vivencias, entre otros, intereses que nos ayuden a familiarizarnos y por ende a lograr una mejor interacción, esto será producto de la calidad con la que se desarrolle el turismo, entendiendo por calidad la atención adecuada que se brinda a todo turista, para lo cual se debe entender y evaluar al cliente y a los posibles clientes. Mediante el

aprovechamiento de las nuevas tecnologías como el internet, se puede lograr esta evaluación ya no solo dentro de la empresa sino también fuera, ya que mediante este medio cualquier persona sea cliente o no puede brindar información sobre los servicios.

El turista de masas ha dejado paso al viajero del siglo XXI. El cual muestra un comportamiento distinto al del turista tradicional, quien no solo busca destinos que tengan circuitos comunes ofrecidos por tour operadores, ya que esto no es motivación suficiente para desplazarse, lo cual obliga a que los servicios de turismo sean cambiantes e innovadores, al momento de plantear sus productos y servicios. (Martínez, 2012, p. 13).

### **2.2.2. Oportunidad de negocio**

La oportunidad de negocio es aquella posibilidad donde se puede poner en marcha una idea o proyecto emprendedor. Los motivos para iniciar con un emprendimiento para Kantis (2004, p. 94) “son el deseo de realización personal, aplicación de conocimientos y el de generar ingresos para la satisfacción de necesidades”.

Las diferentes etapas del proceso emprendedor según Kantis (2004, p. 73) son:

- a. La gestación del proyecto empresarial
- b. La puesta en marcha del proyecto
- c. El desarrollo inicial de la empresa

En la primera etapa nace la motivación de parte del emprendedor para realizar una actividad que le genere ingresos, es donde se percibe la idea de negocio y se elabora el proyecto de empresa, la cual se piensa ejecutar. Luego, la puesta en marcha consiste en la decisión de ejecutar la idea de negocio, ya que es aquí donde se debe reunir y organizar los recursos con los que se cuenta, ya que se pone en riesgo activos materiales e inmateriales, es decir no se asegura el éxito total del negocio. Luego, en el desarrollo inicial de la empresa, el emprendedor deberá enfrentar los desafíos de la gestión durante los primeros

años, ya que la falta de experiencia lo pondrá con frecuencia en casos turbulentos, pues tanto el proyecto como su propia capacidad de gestión se pondrán a prueba en el mercado. (Kantis, 2004, p. 94)

Al emprender un negocio se debe realizar un estudio de mercado, el cual consiste en el análisis del entorno en el cual se va a desenvolver, así como los clientes, competidores, aceptación del negocio, entre otros, ya que el no hacerlo puede ser desfavorable para el emprendedor.

La oportunidad de negocio o una oportunidad de marketing, según Kotler (1999, p.59), se define como: “Un aspecto de la necesidad e interés del comprador en el cual hay una alta probabilidad de que una compañía pueda sacar provecho satisfaciendo esa necesidad. El atractivo de la oportunidad de mercado depende de varios factores: la cantidad de compradores, su poder adquisitivo, su disposición a comprar, etcétera. Una oportunidad de marketing existe cuando un vendedor identifica un grupo de suficiente magnitud cuyas necesidades están insatisfechas”.

Es necesario para el emprendedor, conocer las fuentes de oportunidades de negocios existentes en un determinado sector, tal como señala Kotler (1999, pp.59 - 65) estas son:

- a. Suministrar algo que es escaso: Se aplica cuando las necesidades de una gran cantidad de demandantes no están siendo satisfechas por parte de una empresa, por lo que la entrada de un nuevo ofertante tendría una buena acogida.
- b. Suministrar un producto o servicio existente de una manera nueva o superior: Se refiere a la innovación que se utiliza para ofrecer los productos, la cual hace que dichos productos se diferencien del resto y al mismo tiempo resulte ser una ventaja; sin embargo existen bienes y servicios que no necesitan de ello puesto que tienen una buena aceptación en el mercado.
- c. Suministrar un nuevo producto o servicio: Se refiere a la introducción de un producto novedoso al mercado, ya que para los consumidores los nuevos productos suelen ser más atractivos.

La identificación de estas fuentes de oportunidades de negocios, constituye la esencia para el emprendimiento, puesto que si es aprovechado de la mejor manera, será más fácil obtener el éxito. Una oportunidad puede ser la creación e innovación de productos, las cuales podrán ser aceptados en el mercado, logrando así obtener beneficios, sin embargo existe un riesgo de que el producto sea rechazado, por ende se tiene que estar preparado en caso de que esto suceda. (Stettinius et al., 2009, p.71)

### 2.3. Marco conceptual

- a. **Demanda:** Es la formulación expresa de un deseo de acuerdo con el poder adquisitivo del individuo. Es decir, es la expresión formal de las personas de su intención de adquirir determinado producto o servicio. (Neira Aguirre y Fernández Espinosa, 2001, p. 17)
- b. **Medios de transporte:** Son los medios que permiten al viajero acceder a los destinos elegidos. Se clasifican en: Transporte terrestre, transporte acuático y transporte aéreo. (MINCETUR, 2002, p. 5)
- c. **Recursos financieros:** Los recursos financieros incluyen todas las formas de financiamiento: capital, deudas, préstamos y financiamiento de proveedores y acreedores. (Friend y Zehle, 2008, p. 62)
- d. **Infraestructura:** Es el conjunto de obras y servicios que permiten, en general, el desarrollo socioeconómico de un país o de una zona geográfica determinada y que el turismo utiliza para impulsar su actividad. Entre estos encontramos:
  - Rutas de acceso. Pueden ser terrestre, aérea, lacustre, marítima, redes viales, aeropuertos, terminales, etc.
  - Comunicaciones. Abarca los servicios de teléfono, correo, telégrafo, internet, correo electrónico, etc.
  - Equipamiento urbano. Comprende los servicios agua, desagüe, alcantarillado y energía eléctrica. (MINCETUR, 2002, p. 5)

## **CAPITULO III: MÉTODO**

### **3.1. Hipótesis**

#### **3.1.1. Hipótesis general**

Existe un alto grado de oportunidades de negocios turísticos en la ciudad de Iquitos, periodo 2016.

#### **3.1.2. Hipótesis específicas**

Existe un alto grado de demanda para desarrollar negocios turísticos en la ciudad de Iquitos, período 2016.

Existe un alto grado disponibilidad de medios de transporte para desarrollar negocios turísticos en la ciudad de Iquitos, período 2016.

Existe un alto grado de posibilidad para acceder a los recursos financieros para desarrollar negocios turísticos en la ciudad de Iquitos, período 2016.

Existe un alto grado de capacidad de infraestructura para desarrollar negocios turísticos en la ciudad de Iquitos, período 2016.

### 3.1.3. Variables, indicadores e índices

Cuadro 4: Variables, indicadores e índices

Variable de estudio	Indicadores	Índices
<b>Variable independiente X:</b> Oportunidades de negocios turísticos	1. Demanda	1.1 Comportamiento 1.2 Tendencia
	2. Disponibilidad de medios de transporte	2.1 Cantidad 2.2 Precios 2.3 Calidad
	3. Posibilidad para acceder a los recursos financieros	3.1 Accesibilidad 3.2 Costos 3.3 Requisitos
	4. Capacidad de infraestructura	4.1 Disponibilidad 4.2 Variación 4.3 Calidad

Elaboración: Las autoras

## 3.2. Tipo de investigación

La presente investigación es de tipo descriptiva, porque describe los factores, el estado y las características de la actividad de turismo, tal como son y sobre las cuales se puede observar el grado de las oportunidades de negocios.

## 3.3. Población y muestra

### 3.3.1. Población

La población comprendió a 341 personas, entre ellas los profesionales que forman parte de las empresas relacionadas a la actividad turística y los funcionarios de las entidades públicas vinculadas al turismo en la ciudad de Iquitos.

Cuadro 5: Población de entidades públicas

<b>Entidad</b>	<b>Cantidad de funcionarios</b>
Municipalidad Distrital de Belén	3
Municipalidad Distrital de Punchana	3
Municipalidad Distrital de San Juan Bautista	5
Municipalidad Provincial de Maynas	5
DIRCETURA (Dirección Regional de Comercio Exterior, Turismo y Artesanía)	6
<b>Total</b>	<b>22</b>

Elaboración: Las autoras

Fuente: Cuadro de asignación de personal de las instituciones públicas (Municipalidad Provincial de Maynas, DIRCETURA, Municipalidad Distrital de San Juan Bautista, Punchana y Belén).

Cuadro 6: Población de entidades privadas

<b>Entidad</b>	<b>Cantidad de empresas (Un representante por empresa)</b>
Establecimientos de hospedaje (con y sin categoría)	99
Restaurantes (con y sin categoría)	101
Albergues	33
Agencias de viaje y turismo	86
<b>Total</b>	<b>319</b>

Elaboración: Las autoras

Fuente: Directorio de empresas del rubro turístico. DIRCETURA



### 3.3.2. Muestra

Para determinar la muestra se utilizó el muestreo probabilístico o aleatorio simple, la fórmula estadística que permitió obtener la muestra fue:

$$n = \frac{Z^2(N) (pq)}{Z^2 (pq) + NE^2}$$

Dónde:

$$N = 341$$

$$Z = \text{Nivel de confianza: } 95 \% (1.96)$$

$$p = \text{Proporción de aciertos: } 50\% (0.5)$$

$$q = 1 - p = 0.5$$

$$E2 = \text{Error muestral } (0.05)$$

Remplazando valores:

$$n = \frac{(1.96)^2 (341) (0.25)}{(1.96)^2 (0.25) + (341) (0.0025)}$$

$$n = 180.65$$

$$n = 181$$

La muestra fue de 181 personas, entre ellas los profesionales. Luego se procedió a aplicar la fórmula para la muestra reajustada (n'), la cual fue:

$$n' = \frac{n}{1 + \frac{n}{N}}$$

Dónde:

n': Muestra reajustada (muestra final)

N = Población

N: Muestra no reajustada (muestra anterior)

$$n' = \frac{181}{1 + \frac{181}{341}} = 118.23 = 118$$

Teniendo como muestra reajustada o final, la cantidad 118 profesionales que forman parte de las empresas e instituciones públicas relacionadas a la actividad turística en la ciudad de Iquitos; por tanto la distribución de la muestra es como se presenta a continuación:

Cuadro 7: Población y muestra

<b>Entidad</b>	<b>Población</b>	<b>Muestra</b>
Entidades publicas	22	8
Establecimientos de hospedaje (con y sin categoría)	99	34
Restaurantes (con y sin categoría)	101	35
Albergues	33	11
Agencia de viajes y turismo	86	30
<b>Total</b>	<b>341</b>	<b>118</b>

Elaboración: Las autoras

Nota: Las entidades públicas comprenden a la DIRCETURA y a las oficinas de turismo de la Municipalidad Provincial de Maynas, Municipalidad Distrital de Belén, Municipalidad Distrital de Punchana y Municipalidad Distrital de San Juan Bautista.

### 3.4. Técnica

La técnica que se aplicó para la investigación es la encuesta, la cual sirvió para conocer opiniones sobre los aspectos puntuales que se indicó en el instrumento de recolección de datos.

### 3.5. Instrumentos de recolección de datos

El instrumento de recolección de datos fue un cuestionario de opinión, el cual se muestra en el anexo 1.

El procedimiento de análisis se realizó de la siguiente manera:

- a. Se encuestó a los profesionales del ámbito turístico de las entidades públicas y privadas.
- b. Se procesó, analizó e interpretó la información mediante el uso del programa estadístico Excel 2010.
- c. Los resultados fueron presentados mediante gráficos.

Cuadro 8: Prueba de validez de constructo del instrumento de recolección de datos

Indicador	Índice	Pregunta
Demanda	Comportamiento	1
	Tendencia	2
Disponibilidad de medios de transporte	Cantidad	3
	Precios	4
	Calidad	5
Posibilidad para acceder a los recursos financieros	Accesibilidad	6
	Costos	7
	Requisitos	8
Capacidad de infraestructura	Disponibilidad	9
	Variación	10
	Calidad	11

Elaboración: Las autoras

### **3.6. Ética**

Referente al uso, así como la reproducción de la información utilizada en la presente investigación, se ha tenido mucho cuidado, es decir se ha usado adecuadamente la información mediante la utilización de citas teniendo en cuenta el estilo Harvard, por tanto se puede aseverar que el manejo de la información ha sido bajo un criterio de sinceridad y honestidad respetando los derechos intelectuales.

Además se ha respetado en todo momento los derechos de las personas que han participado en la presente investigación, como tal, se confirma que el recojo de información está sujeta al criterio de confidencialidad, es decir la información proporcionada por los sujetos, objeto de estudio fueron de carácter restringido, así como no se dañó la integridad física y moral de los mismos.

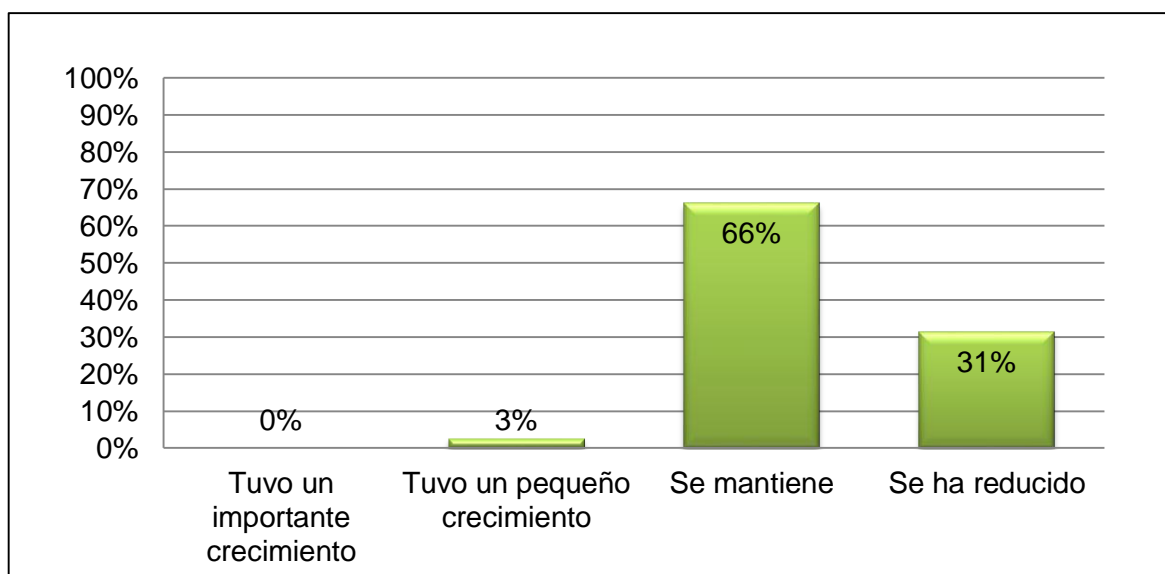
## CAPITULO IV: RESULTADOS

### 4.1. Evaluar el grado de demanda para desarrollar negocios turísticos en la ciudad de Iquitos, período 2016.

#### 4.1.1. El comportamiento del mercado de turismo en la ciudad de Iquitos, periodo 2016.

Los profesionales del ámbito turístico encuestados manifestaron que el comportamiento del mercado de turismo en la ciudad de Iquitos se mantiene; así lo señala el 66% de ellos, esto se debe a que la demanda no aumentó, lo cual se manifestó en las ventas de los servicios que ofrecen las empresas donde laboran los encuestados, además percibieron que no existió mucho dinamismo en el mercado de dicho ámbito. Así mismo, el 31% de los profesionales encuestados, señalaron que el comportamiento del mercado se ha reducido, mientras que el 3% de encuestados, sostuvieron que el mercado de turismo tuvo un pequeño crecimiento.

Gráfico 1: El comportamiento del mercado de turismo en la ciudad de Iquitos, periodo 2016

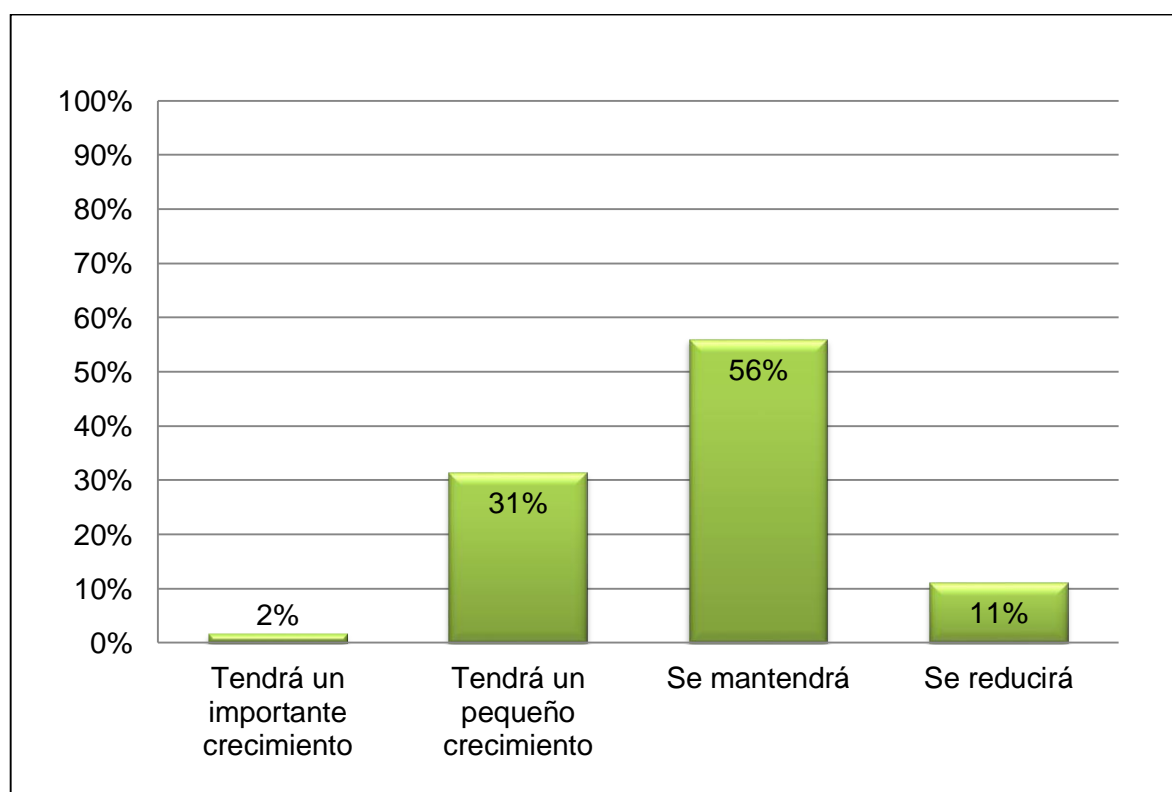


Elaboración: Las autoras

#### 4.1.2. Las tendencias del mercado de turismo teniendo como destino a la Amazonía y especialmente la ciudad de Iquitos, periodo 2016

Las tendencias del mercado de turismo teniendo como destino a la Amazonía y especialmente Iquitos; según el 56% de los encuestados se mantendrá, debido a que en la actualidad no se promociona adecuadamente a la Amazonía y a los atractivos que tiene la ciudad de Iquitos como se hace con otros atractivos turísticos del Perú. En cambio el 31% de los encuestados, señalaron que esto tendrá un pequeño crecimiento. Así mismo, el 11% de los profesionales del ámbito turístico, manifestaron que las tendencias del mercado de turismo se reducirán. Mientras el 2%, señalo que tendrá un importante crecimiento.

Gráfico 2: Las tendencias del mercado de turismo teniendo como destino a la Amazonía y especialmente a la ciudad de Iquitos, periodo 2016



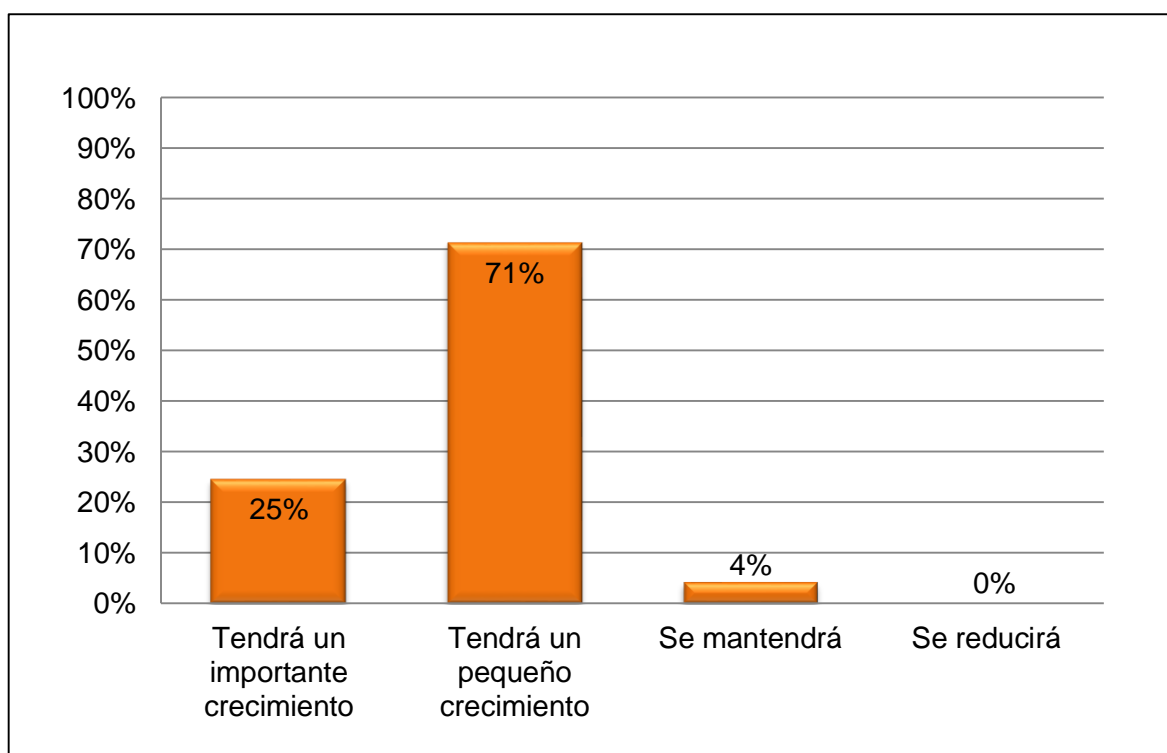
Elaboración: Las autoras

## 4.2. Evaluar el grado de disponibilidad de medios de transporte para realizar negocios turísticos en la ciudad de Iquitos, período 2016.

### 4.2.1. La cantidad de medios de transporte aéreo para llegar a la ciudad de Iquitos, periodo 2016.

Los profesionales que laboran en el ámbito turístico; entre ellos 71%, mencionaron que en un futuro la cantidad de medios de transporte aéreo para llegar a la ciudad de Iquitos tendrá un pequeño crecimiento ya que se conoce la entrada de una nueva aerolínea. Así mismo el 25% de los encuestados señalaron que la cantidad de medios de transporte en la ciudad de Iquitos tendrá un importante crecimiento. Mientras que el 4 % señaló que la cantidad de medios de transporte se mantendrá.

Gráfico 3: La cantidad de medios de transporte aéreo para llegar a la ciudad de Iquitos, periodo 2016

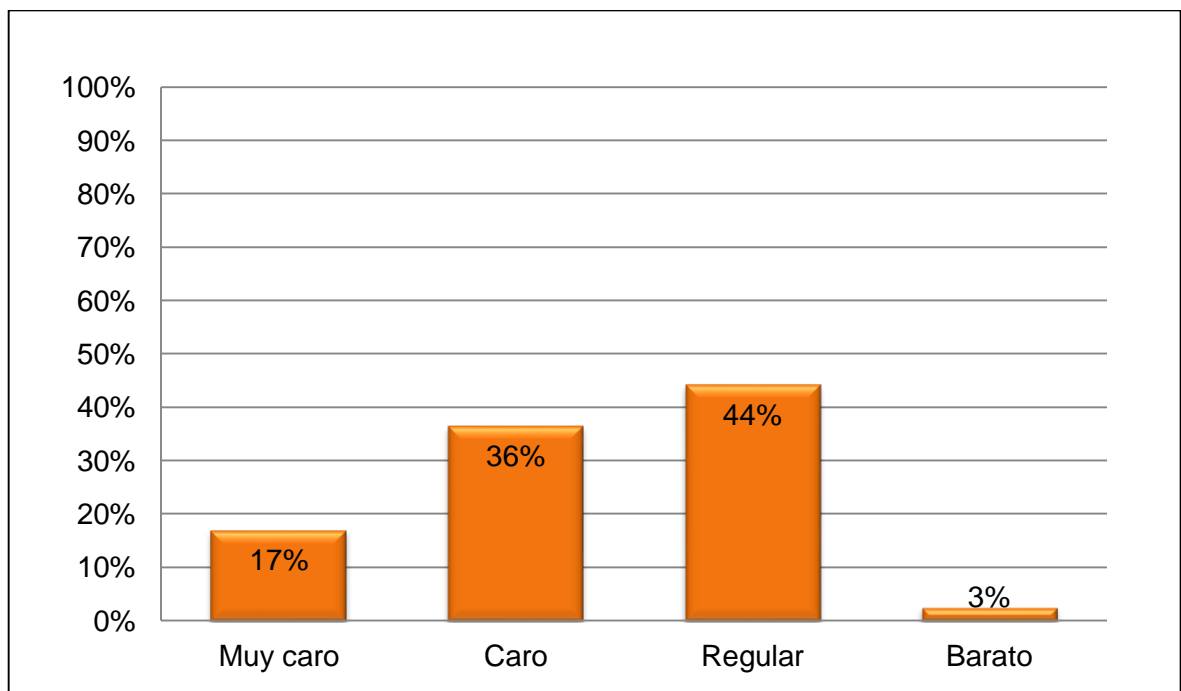


Elaboración: Las autoras

#### 4.2.2. El precio para viajar a la ciudad de Iquitos respecto a otros destinos turísticos del Perú, periodo 2016

El precio para viajar a la ciudad de Iquitos respecto a otros destinos turísticos del Perú es regular así lo señala el 44% de los encuestados, ya que se puede obtener un pasaje aéreo a precio accesible si se compra con un tiempo de anticipación, además los precios descendieron gracias a la competencia. En cambio el 36% manifestó que el precio es caro y el 17% muy caro, debido a que los boletos aéreos son comprados a poco tiempo de realizar un viaje y el principal medio de transporte que enlaza o une la ciudad de Iquitos con otras ciudades y la capital es el aéreo, en comparación a otras ciudades consideradas también como destinos turísticos, se puede acceder por la vía terrestre, es decir mediante las carreteras. Mientras el 3%, expresaron que es barato, ya que se realizan compras por internet y con un periodo anticipado de tiempo.

Gráfico 4: El precio para viajar a la ciudad de Iquitos respecto a otros destinos turísticos del Perú, periodo 2016



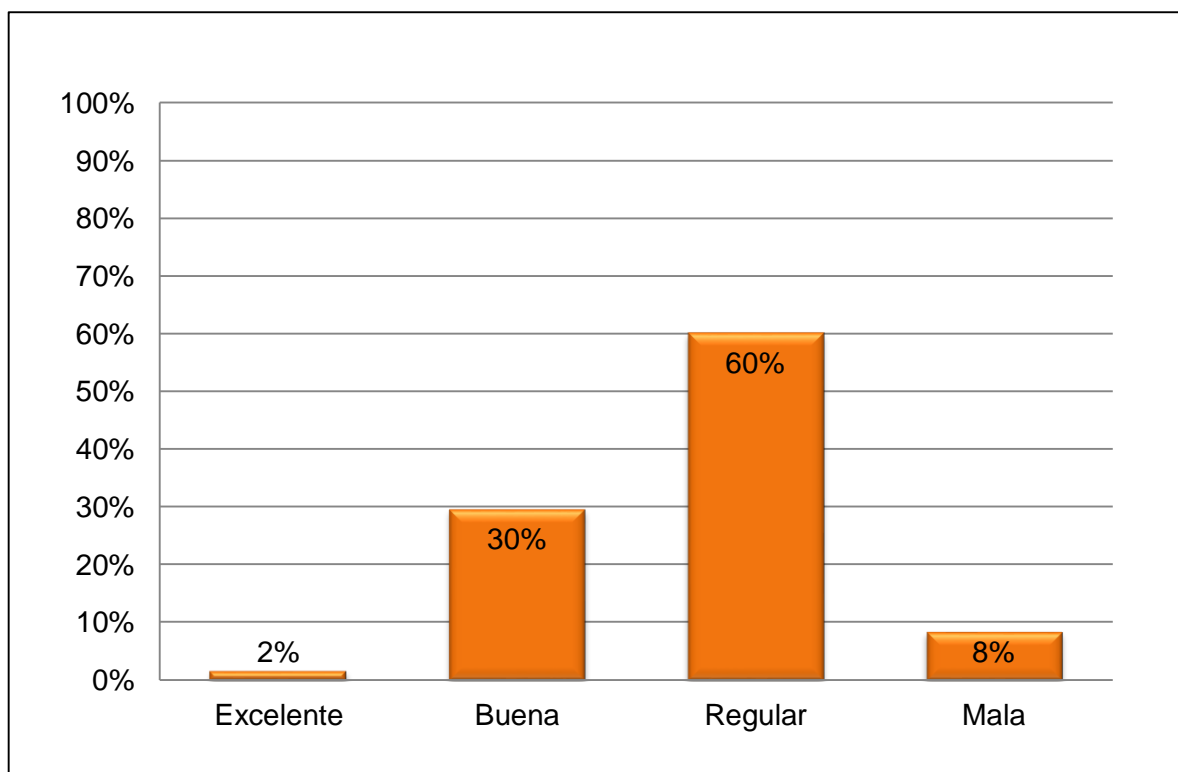
Elaboración: Las autoras



#### 4.2.3. La calidad ofrecida en cuanto al servicio de los medios de transporte terrestre, fluvial y aéreo en la ciudad de Iquitos y alrededores, periodo 2016

El 60% de encuestados, mencionaron que la calidad de servicio de los medios de transporte en la ciudad de Iquitos es calificado como regular, porque los encuestados esperaban una mejor atención, presentación del medio de transporte y otras características que podían superar la expectativa del cliente. En cuanto al 30% de los encuestados, calificaron a la calidad de servicio ofrecida como buena debido a que percibieron cierta comodidad y profesionalismo durante la prestación del servicio, por parte de operadores previamente capacitados. En cambio el 8% de los encuestados percibieron que la calidad de servicio fue mala. Y el 2% consideró a la calidad de servicio como excelente.

Gráfico 5: La calidad ofrecida en cuanto al servicio de los medios de transporte terrestre, fluvial y aéreo en la ciudad de Iquitos y alrededores, periodo 2016



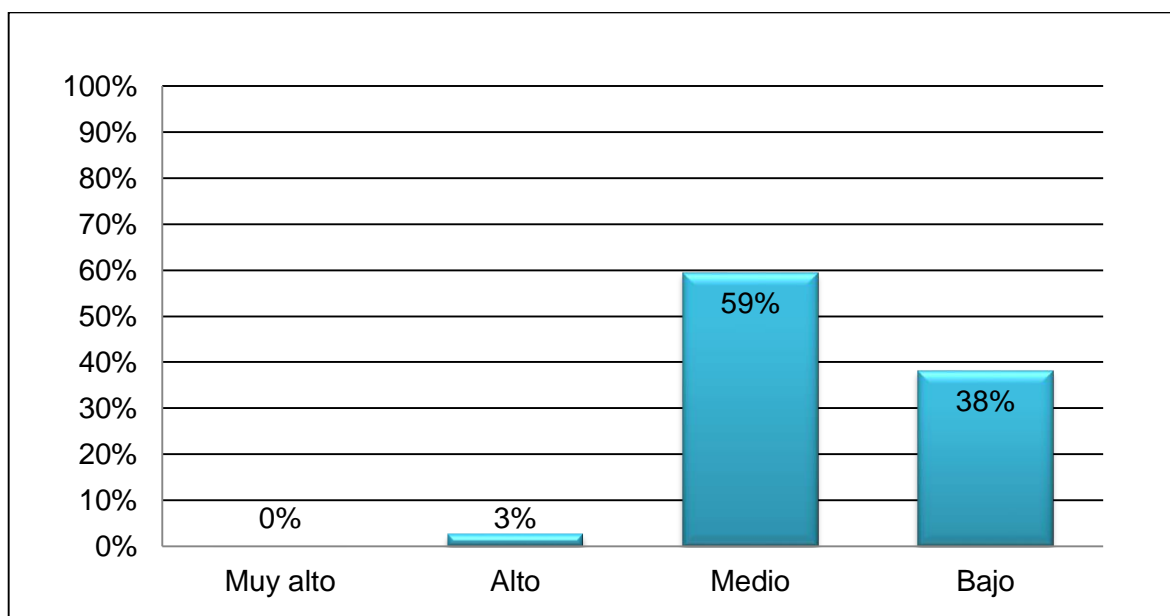
Elaboración: Las autoras

### 4.3. Evaluar el grado de posibilidad para acceder a recursos financieros para crear negocios turísticos en la ciudad de Iquitos, período 2016

#### 4.3.1. La accesibilidad a los recursos financieros para emprender un negocio turístico en la ciudad de Iquitos, periodo 2016

La accesibilidad a los recursos financieros para emprender un negocio turístico en la ciudad de Iquitos es de nivel medio; así lo señalaron el 59% de los encuestados, debido a que para acceder a los recursos financieros las entidades bancarias piden muchos requisitos y además se pasa una evaluación para obtenerlo. En cambio el 38% de los profesionales encuestados, mencionaron que el nivel de accesibilidad es bajo ya que si se quiere emprender un negocio turístico es necesario tener ingresos económicos ya sea como persona económicamente dependiente o independiente, en cambio el 3 % expresaron que es alto.

Gráfico 6: La accesibilidad a los recursos financieros para emprender un negocio turístico en la ciudad de Iquitos, periodo 2016

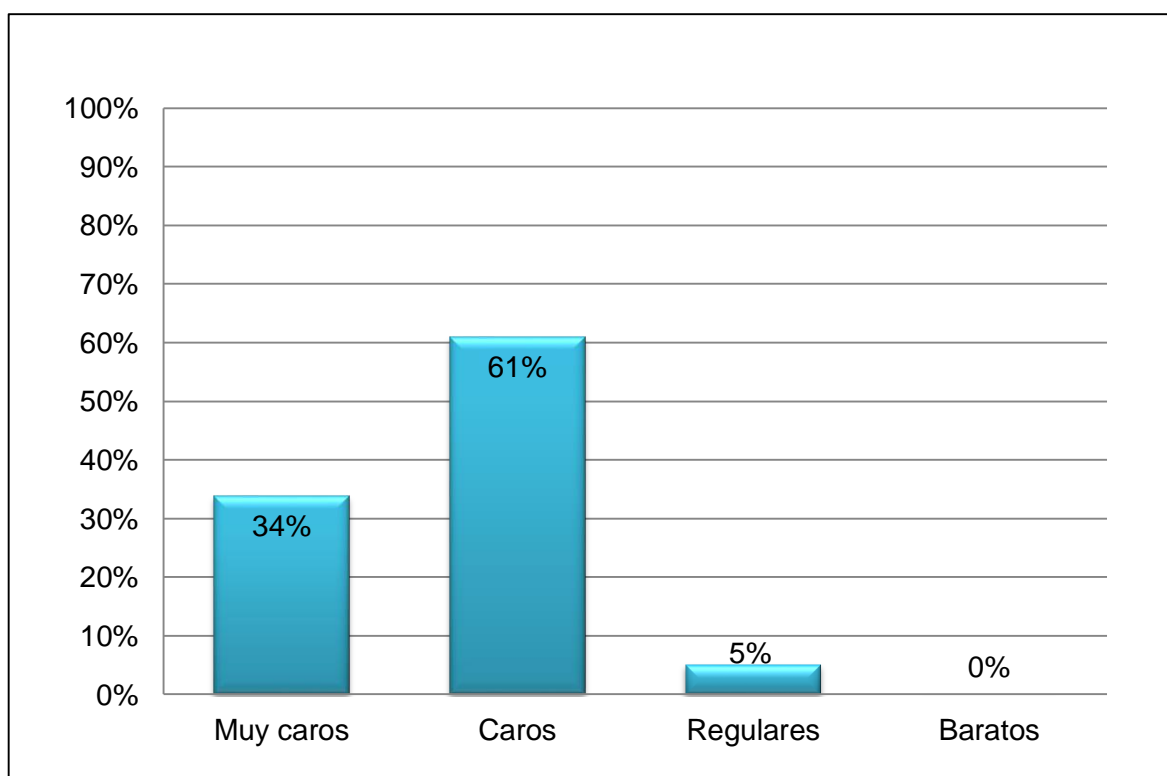


Elaboración: Las autoras

#### 4.3.2. Los costos o intereses de los recursos financieros para emprender un negocio turístico en la ciudad de Iquitos, periodo 2016

Los encuestados, en su mayoría 61% de profesionales del ámbito de turismo, manifestaron que los costos o intereses de los recursos financieros para emprender un negocio turístico son caros, ya que el cobro de las comisiones y otros son altos y además la razón principal es la oferta y la demanda, es decir, que los precios se fijan por el libre mercado y no existe una empresa del ámbito bancario que haga competencia para que los intereses o costos puedan descender. Además el 34% de ellos, señalaron que son muy caros. En cambio el 5 % expresaron que los intereses o costos de los recursos financieros son regulares.

Gráfico 7: Los costos o intereses de los recursos financieros para emprender un negocio turístico en la ciudad de Iquitos.

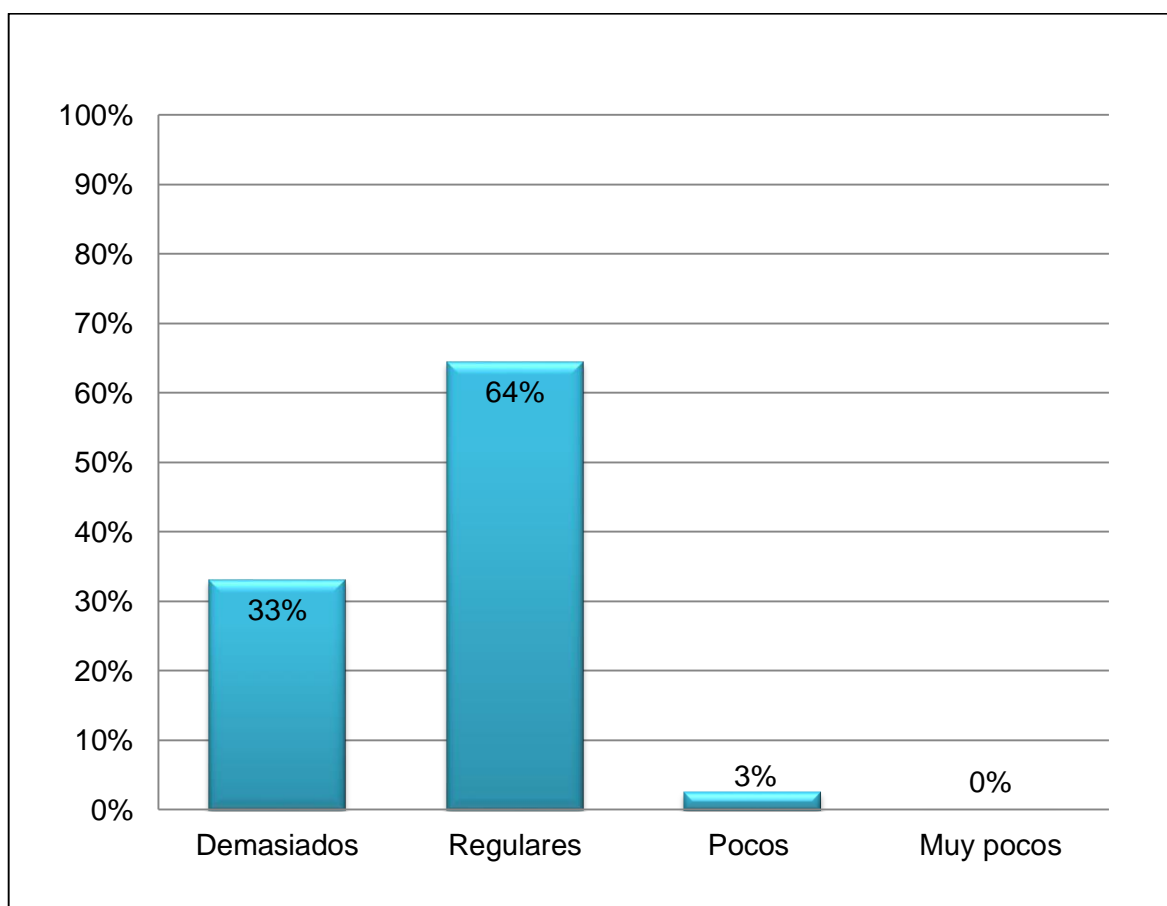


Elaboración: Las autoras

### 4.3.3. Los requisitos para obtener préstamos o recursos financieros para emprender un negocio turístico en la ciudad de Iquitos, periodo 2016

El 64% de encuestados, refieren que se necesita de regulares requisitos para obtener préstamos financieros para emprender un negocio turístico en la ciudad de Iquitos, esto se debe a que las entidades bancarias piden muchas garantías para brindar los préstamos o recursos financieros. Y el 33% opinaron que son demasiados. En cambio el 3%, señalaron que son pocos.

Gráfico 8: Los requisitos para obtener préstamos o recursos financieros para emprender un negocio turístico en la ciudad de Iquitos, periodo 2016



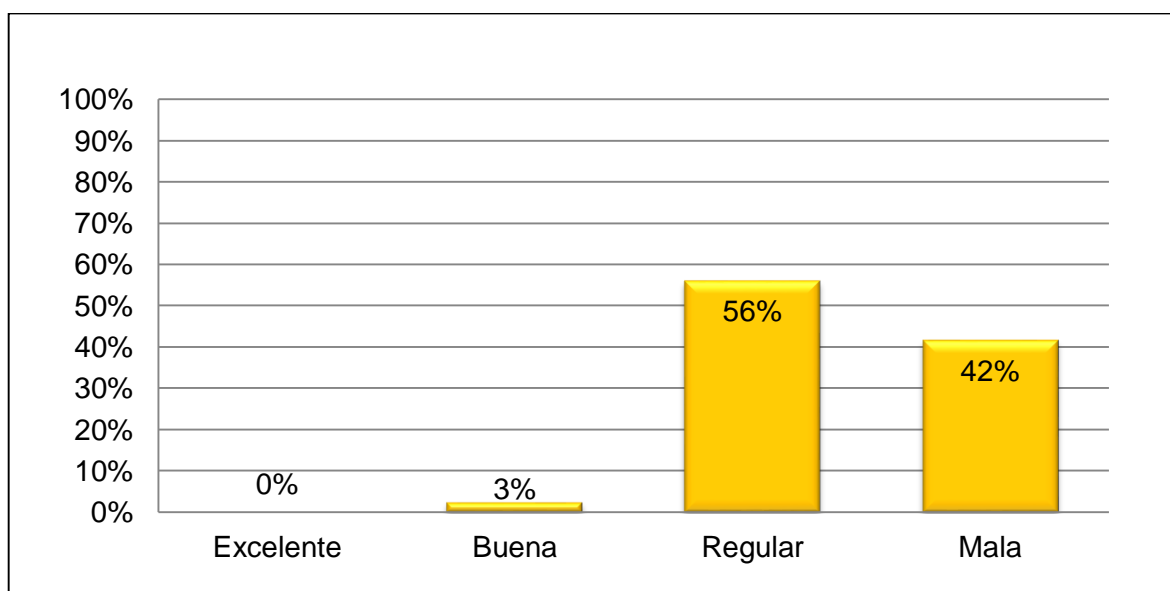
Elaboración: Las autoras

#### 4.4. Evaluar el grado de capacidad de infraestructura (rutas de acceso, comunicaciones y equipamiento urbano) para crear negocios turísticos en la ciudad de Iquitos, período 2016

##### 4.4.1. La disponibilidad de la capacidad de infraestructura (rutas de acceso, comunicaciones y equipamiento urbano) para emprender un negocio turístico en la ciudad de Iquitos, periodo 2016

El 56% de encuestados, opinaron que la disponibilidad de la capacidad de infraestructura para emprender un negocio turístico en la ciudad de Iquitos es regular, lo cual manifiesta que se puede acceder a servicios de comunicaciones y equipamiento urbano, pero se hace difícil acceder a rutas de acceso lo cual es importante para el desarrollo del turismo ya que solo se cuenta con acceso aéreo y fluvial mas no terrestre. Así mismo el 42%, señalaron que es mala. En cambio el 3% de los encuestados, expresaron que es buena.

Gráfico 9: La disponibilidad de la capacidad de infraestructura (rutas de acceso, comunicaciones y equipamiento urbano) para emprender un negocio turístico en la ciudad de Iquitos, periodo 2016

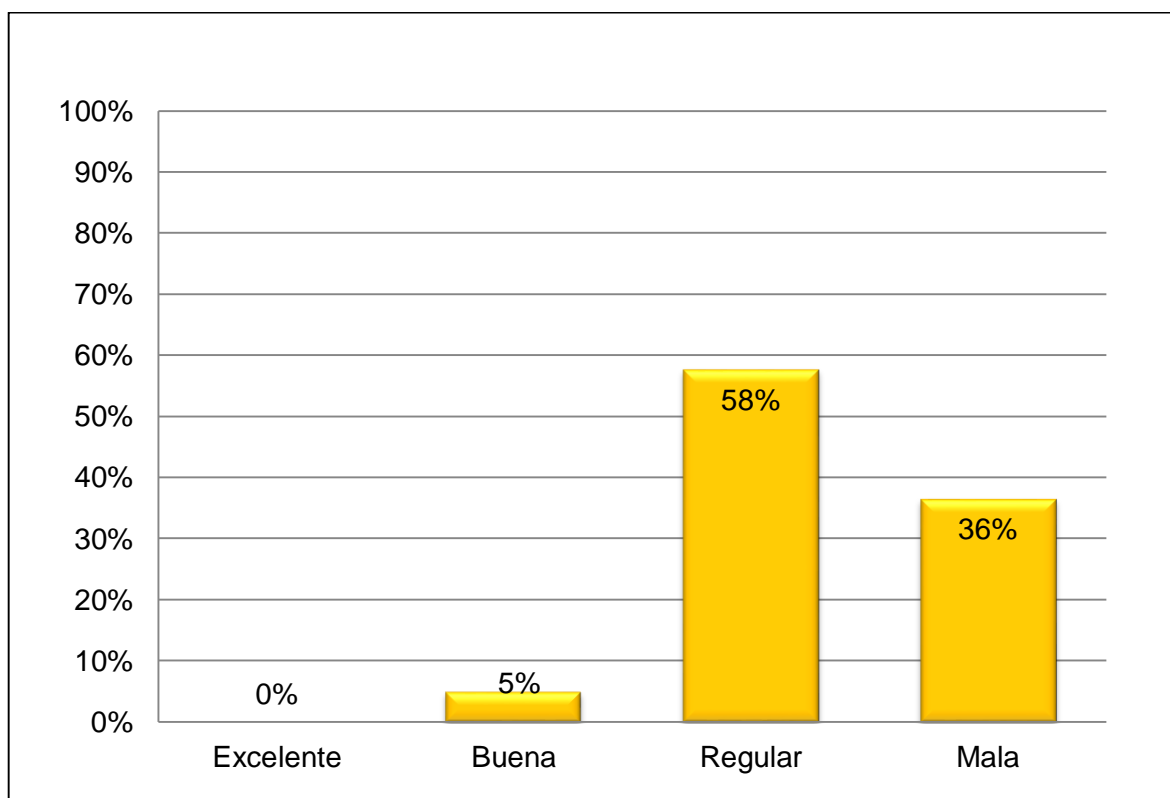


Elaboración: Las autoras

#### 4.4.2. La variedad de capacidad de infraestructura (rutas de acceso, comunicaciones y equipamiento urbano) para emprender un negocio en la ciudad de Iquitos, periodo 2016

El 58% de encuestados, opinaron que existe regular variedad en la capacidad de infraestructura de la ciudad de Iquitos para emprender un negocio turístico, ya que estos cubren las necesidades de la población pero no satisfacen en una gran dimensión. Así mismo el 36%, señalaron que la variedad de infraestructura es mala ya que la necesidad de rutas de acceso, comunicaciones y equipamiento urbano no son suficientes para cubrir las necesidades que ellos demandan. En cambio el 5%, mencionaron que es buena.

Gráfico 10: La variedad de capacidad de infraestructura (rutas de acceso, comunicaciones y equipamiento urbano) para emprender un negocio en la ciudad de Iquitos, periodo 2016

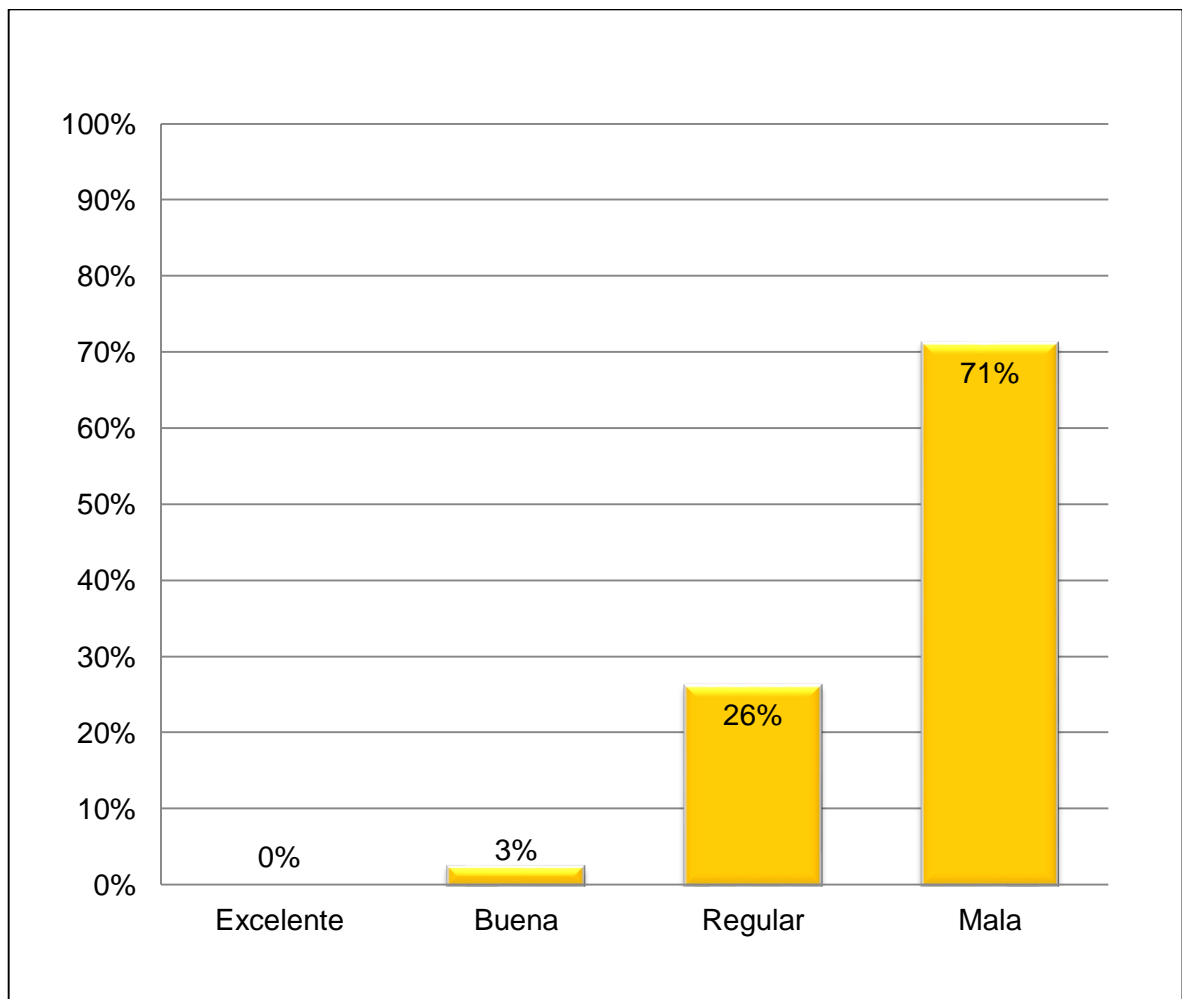


Elaboración: Las autoras

#### 4.4.3. La calidad de infraestructura (rutas de acceso, comunicaciones y equipamiento urbano) existente en la ciudad de Iquitos, periodo 2016

El 71% de los encuestados, señalaron que la calidad de infraestructura existente es mala debido al mal estado en el que se encuentran las rutas de acceso, comunicaciones y el equipamiento urbano lo cual perjudica al sector turismo. En cambio el 26% de los encuestados, manifestaron que es regular y el 3%, expresaron que es buena.

Gráfico 11: La calidad de infraestructura (rutas de acceso, comunicaciones y equipamiento urbano) existente en la ciudad de Iquitos, periodo 2016



Elaboración: Las autoras

## **CAPÍTULO V: DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

Debido a la importancia del sector turismo y su aporte a la economía nacional mediante la generación de divisas, es necesario fomentar la creación de negocios turísticos como los hoteles, restaurantes, agencias de viajes y turismo, albergues, entre otros. Es así que en distintas ciudades se han realizado estudios en torno a las oportunidades de negocios turísticos, como el de Sepúlveda et al (2010), en donde concluyeron que el Cusco tiene una posición competitiva fuerte en comparación a las demás regiones del Perú, esto se debe a que la industria del turismo está mejor desarrollada en cuanto a infraestructura, oferta turística y la valorización de las culturas vivas y ambientes naturales; habiendo inclusive una buena oportunidad para el desarrollo del turismo rural comunitario. En ese sentido la formulación de estrategias adecuadas será favorable para potenciar sector, ya que permitirá una eficiente explotación, mayor rentabilidad y serán un aporte significativo que contribuirá a la reducción de pobreza.

Respecto al análisis de oportunidades de negocios turísticos en la ciudad de Iquitos, se concluye que no existe un alto grado de demanda turística, lo cual se refleja en la poca afluencia de turistas; los medios de transporte no son altamente disponibles para realizar negocios turísticos; no son altas las posibilidades para acceder a los recursos financieros y la ciudad de Iquitos no posee una alta capacidad de infraestructura que propicie la creación de negocios turísticos en la ciudad, por lo cual se coincide con Mendoza (2012), quien hizo un estudio sobre la ciudad de Cartagena ubicado en Colombia en donde concluyó que mediante la elaboración del análisis, logró visualizar las debilidades y amenazas que no permiten su crecimiento y por ende su entrada en el mercado internacional, siendo estas la falta de organización, la inadecuada infraestructura para competir con otros destinos similares, problemas de seguridad entre otros; así mismo llegó a determinar factores que pueden ser beneficiosas para impulsar la oferta y la demanda, tales como la variedad gastronómica, playas ,destino económico y otros.

En su estudio, Acuña (2013) logró determinar que para lograr mayor oportunidad de negocio en el Perú es necesario ofrecer y entregar servicios



turísticos de intereses especiales y gastronómicos, mediante la innovación y capacitación al personal y superar los impedimentos para introducirse en el mercado de turismo en el país. En cuanto al trabajo de Tamariz (2010), este alcanza similitud con la presente investigación, por ser ambas de tipo descriptivo y obtener resultados mediante la aplicación de cuestionarios, donde pudo identificar los sectores deficientes como: problemas ambientales, socioculturales y económicos que influyen en la demanda turística.

Por otro lado en el presente trabajo se determinó que no existe buena o excelente calidad de servicios básicos, ni buena calidad en la infraestructura de los lugares públicos de la ciudad de Iquitos que propicien el desarrollo de negocios turísticos en dicha ciudad, así mismo en el trabajo de investigación realizado por Villarreal (2013), concluyó que en el Cantón Huaca de Carchi - Ecuador tienen visitas permanentes de los turistas, pero que no ofrecen mejoras en calidad e innovación de sus complejos turísticos, generando mayor insatisfacción de los turistas.

La conclusión final de presente trabajo fue que la ciudad de Iquitos no posee un nivel alto de oportunidades de negocios turísticos en el periodo 2016, resultado concordante con el obtenido por Mendoza (2012), que concluyó, que por falta de una buena organización, por la inadecuada infraestructura, entre otros factores, se resta competitividad al sector turismo, por lo cual estos factores se convierten en debilidades y amenazas para el emprendedor de negocios turísticos.

## CONCLUSIONES

Se concluye que la ciudad de Iquitos no cuenta con las condiciones suficientes para que el emprendedor inicie un negocio altamente rentable relacionado al turismo, resultado que se obtuvo al poner en aplicación la encuesta, teniendo como muestra a los 118 profesionales relacionados a la actividad turística en la ciudad de Iquitos que laboran en el sector público y privado. Las siguientes conclusiones que se obtuvo con el presente trabajo de investigación fueron:

- a. No existe un alto grado de demanda para desarrollar negocios turísticos en la ciudad de Iquitos, debido a que los encuestados no percibieron mayor dinamismo, ya que para los ellos el comportamiento del mercado se ha mantenido; asimismo mencionaron que en un futuro el mercado del turismo se mantendrá, debido a que aún no se han desarrollado las condiciones que permitan contar con servicios de calidad y con atractivos destacados, lo cual se corrobora con la mayoría de respuestas de los profesionales a quienes se aplicó la encuesta.
- b. No existe un alto grado de disponibilidad de medios de transporte para realizar negocios turísticos en Iquitos, debido a que la principal vía de transporte que conecta a Iquitos con otras ciudades es la vía aérea y en segundo plano está la vía fluvial, asimismo la cantidad de aerolíneas y la frecuencia de vuelos para poder llegar a la ciudad de Iquitos en el periodo 2016 no se ha incrementado de manera significativa. Los precios de los pasajes aéreos para viajar desde o hacia la ciudad de Iquitos, han tenido un pequeño descenso debido a la competencia, pero en gran mayoría los precios son caros con relación a la economía de la población de esta zona del país. En cuanto a la calidad de servicio a los medios de transporte terrestre, aéreo y fluvial, los encuestados no percibieron un servicio que supere sus expectativas y en relación a los medios de transporte aéreo y fluvial existe un importante número de transportistas informales, por lo cual se brinda solamente servicios de regular calidad, esto incluye a los botes, deslizadores, taxis, buses, mototaxis, motos, etc.

- c. No existe un alto grado de posibilidad para acceder a los recursos financieros para crear negocios turísticos en la ciudad de Iquitos, ya que la accesibilidad para obtener préstamos financieros fue considerado por los encuestados en un nivel medio, además que los intereses o costos por obtener dichos recursos financieros son caros y los requerimientos resultan ser engorrosos.
- d. Y por último no existe una alta capacidad de infraestructura que beneficie la creación de nuevos negocios turísticos en la ciudad de Iquitos, esto debido a que la ciudad de Iquitos no cuenta con algunos locales necesarios para desarrollar actividades relacionadas al turismo, por ejemplo un gran teatro o auditorio para presentaciones artísticas de interés para los turistas, un parque temático, plazas embellecidas, calles limpias, etc. En cuanto a los servicios básicos como agua, energía eléctrica, accesibilidad mediante una carretera que conecte con otras ciudades del país y de comunicación como servicios de telefonía, internet (que aún es lento), estos son de regular capacidad y baja calidad, por lo cual no favorecen ni facilitan las actividades que corresponden a los negocios del sector turismo.

## RECOMENDACIONES

Se ofrece tomar esta tesis con el propósito de que estudios posteriores a éste, puedan conocer el grado de oportunidades de negocios turísticos en la ciudad de Iquitos en el periodo 2016, además que sirva como base para la reflexión y análisis para identificar las problemáticas que limitan y no permiten promover y mejorar las oportunidades de negocios turísticos, restringiendo además las oportunidades de negocio y de empleo.

- a. En relación a que no existe un alto grado de demanda turística en la ciudad de Iquitos, se sugiere desarrollar las condiciones necesarias para potenciarlas a futuro, mediante la creación de políticas públicas que favorezcan esta actividad y una gran campaña de promoción de Iquitos como destino turístico, para lo cual se requiere de la coordinación y unificación de esfuerzos por parte de las autoridades e instituciones correspondientes: Gobierno regional, las oficinas de turismo de las municipalidades, DIRCETURA, PROMPERU, etc.
- b. En cuanto a que no existe una alta disponibilidad de medios de transporte para realizar negocios turísticos en Iquitos, se recomienda que las autoridades respectivas sigan gestionando ante el gobierno central, se mejoren las condiciones para hacer uso de la vía aérea con precios más asequibles para la mayoría de personas y para los turistas nacionales principalmente. En cuanto a los medios de transporte acuático y terrestre, se deben adoptar acciones por parte de las autoridades respectivas (Capitanía de Puerto y Dirección Regional de Transportes y municipalidades) para incidan en el control y adopten acciones para que se formalicen y se mejoren las condiciones de seguridad y comodidad en que se brindan dichos servicios a los habitantes de la ciudad de Iquitos y a los turistas nacionales y extranjeros.
- c. Respecto a la posibilidad para acceder a los recursos financieros por parte de instituciones financieras, se sugiere comparar los costos o intereses de cada entidad para obtener recursos económicos más accesibles. Además a

los empresarios se les recomiendan ver otras alternativas de obtención de recursos financieros como unirse y crear asociaciones.

- d. En lo concerniente a que no existe una alta capacidad de infraestructura que beneficie la creación de nuevos negocios turísticos en la ciudad de Iquitos, es necesario que las entidades públicas inviertan en el mejoramiento de rutas de acceso y equipamiento urbano así como de calles, plazas y mercados, promuevan la cultura turística y educación ambiental en cuanto a limpieza de zonas públicas. Además trabajen de forma articulada con las entidades privadas para que los servicios de comunicaciones mejoren. También se debería construir locales que favorezcan el turismo, como un gran teatro o auditorio para presentaciones artísticas diarias, como existe en el Cusco y que forme parte del city tour, además sería necesario realizar la construcción de un parque temático, mejorar la presentación del zoológico de Quistococha, crear rutas turísticas por los alrededores de la ciudad con atractivos significativos, etc.

## **PROPUESTA**

A fin de viabilizar las recomendaciones planteadas en este estudio, se requiere contar con políticas formales de trabajo que orienten el actuar de los diversos elementos del sector turismo y afines, en tal sentido se propone actualizar el plan estratégico regional de turismo de la región Loreto con políticas que mejoren la oferta turística, la calidad de servicios turísticos, la gestión articulada entre el sector público y privado, además que promuevan la cultura turística en la población, cuya puesta en práctica permitirá desarrollar el turismo en Iquitos y Loreto y por ende incrementar las oportunidades de negocios en este ámbito, proponiéndose los siguientes objetivos y estrategias:

### **1. Objetivo general:**

Mejorar el ámbito turístico para ser un sector clave para incrementar las oportunidades de negocios en la ciudad de Iquitos.

### **2. Áreas de trabajo:**

- a. Empresas privadas del ámbito turístico
- b. Entidades públicas del ámbito turístico
- c. Alumnos de colegios públicos y privados
- d. Alumnos de universidades públicas y privadas

### **3. Objetivos específicos**

#### **3.1. Objetivo específico 1:**

Mejorar la oferta turística

##### **3.1.1. Estrategias:**

- a. Implementar instalaciones y facilidades turísticas en los atractivos turísticos y en las vías de acceso.

- b. Acondicionar la infraestructura turística en los atractivos turísticos y en las vías de acceso.
- c. Promocionar los atractivos turísticos a nivel local, regional, nacional e internacional.

### **3.2. Objetivo específico 2:**

Mejorar la calidad de servicios turísticos

#### 3.2.1. Estrategias:

- a. Capacitar en temas relacionados a la calidad de servicio a las entidades públicas y privadas.
- b. Fomentar la formalización de los prestadores de servicios turísticos.
- c. Mejorar la inclusión de las etnias locales en el ámbito del turismo.

### **3.3. Objetivo específico 3:**

Fortalecer la gestión articulada entre el sector público y privado

#### 3.3.1. Estrategias:

- a. Mejorar la integración del sector turístico a nivel local.
- b. Reforzar la planificación y gestión turística articulada a nivel local.

### **3.4. Objetivo específico 4:**

Promover cultura turística en la población.

#### 3.4.1 Estrategias:

- a. Informar a la población y autoridades sobre los beneficios y oportunidades que ofrece la actividad turística.
- b. Educar en temas de cultura turística y atractivos turísticos de la ciudad de Iquitos a estudiantes universitarios y de educación básica.

## BIBLIOGRAFÍA

- Acuña, N. (2013) *Mercado de turismo en Perú: Plan de negocios para un operador turístico*, tesis para optar el grado de magíster en gestión y dirección de empresas. Universidad de Chile, Chile. Disponible en: [http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/115400/cf-acuna\\_nn.pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/115400/cf-acuna_nn.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Aguilar, M. (2013) *Estudio de factibilidad para la empresa de turismo Ecoturiza del canton Zaruma - Provincia de El Oro*, tesis para optar el título de ingeniera comercial. Universidad Nacional de Loja, Ecuador. Disponible en: <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/881/1/Tesis%20Biblioteca.pdf>
- Cazorla, K. (2010) *Estudio de Mercado para la creación de una empresa de transporte marítimo turístico que cubra la ruta La Guaira - Punta de Piedras*, tesis para optar el título de licenciada en administración de empresas turísticas. Universidad Nueva Esparta, Caracas, Venezuela. Disponible en: <http://miunespace.une.edu.ve/jspui/bitstream/123456789/504/1/TG4380%20TESIS%20COMPLETA%20cc.pdf>
- Chávez, N. (2012) *Evaluación de la calidad del servicio de las empresas turísticas nacionales utilizando estándares derivados de las buenas prácticas*. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Disponible en: <http://erp.uladech.edu.pe/archivos/03/03012/documentos/repositorio/2012/01/20/162855/16285520140630071423.pdf>
- Congreso de la República del Perú (2009) *Ley General de Turismo, Ley N° 29408*. Disponible en: <http://www.mincetur.gob.pe/>
- Friend, G. y Zehle, S. (2008) *Como diseñar un plan de negocios*. Buenos Aires: Cuatro media.
- Kantis, H. (2004) *Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional*. Disponible en: <http://idbdocs.iadb.org>



- Kotler, P. (1999) *El marketing según Kotler: Cómo crear, ganar y dominar los mercados*. Buenos Aires: Paidós SAICF.
- Magadan, M. y Rivas, J. (2012) *El libro como atractor turístico*. Oviedo, España: Editorial Septem Ediciones. Disponible en: <https://books.google.com.pe/books?id=GR2nBAAAQBAJ&pg=PT35&dq=turismo+pdf&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj-35uuqvfNAhXHMz4KHZXZA6wQ6AEIGjAA#v=onepage&q=turismo&f=false>
- Martínez, A. (2012) *Turismo 2.0 Iniciando el despegue*. Oviedo, España: Editorial Septem ediciones. Disponible en: <https://books.google.com.pe/books?id=5gunBAAAQBAJ&pg=PA25&dq=turismo+pdf&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj-35uuqvfNAhXHMz4KHZXZA6wQ6AEIUTA#v=onepage&q&f=false>
- Mendoza, G. (2012) *Análisis del sector turismo en Cartagena como elemento de Internacionalización de la ciudad*, tesis para optar el título de licenciado en administración de negocios internacionales. Universidad del Rosario, Bogotá, Colombia. Disponible en: <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/3662/1018407436-2012.pdf?sequence=3>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo- MINCETUR (2002) *Guía de Contenidos Turísticos para la Educación Secundaria de Menores de Cajamarca*. Disponible en: [http://www.mincetur.gob.pe/turismo/Producto\\_turistico/fit/fit/Guias/Cajamarca.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/turismo/Producto_turistico/fit/fit/Guias/Cajamarca.pdf)
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo- MINCETUR (2016) *Plan Estratégico Nacional de Turismo PENTUR 2016 - 2025*. Disponible en: [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/documentos/PENTUR/PENTUR\\_Final\\_JULIO2016.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/documentos/PENTUR/PENTUR_Final_JULIO2016.pdf)
- Nativo, G. y Sosa, G. (2012) *Estudio de mercado para la creación de una operadora turística que promueva alianzas estratégicas con prestadores de*

*servicios en el Parque Nacional de Canaima, sector oriental*, tesis para optar el título de licenciado en administración de empresas turísticas. Universidad Nueva Esparta, Venezuela. Disponible en:

<http://miunespace.une.edu.ve/jspui/bitstream/123456789/1266/1/TG4747.pdf>

Neira, P. y Fernández, D. (2001) *Marketing, ventas y sistemas de información para una mediana y pequeña empresa*. Perú: Navarrete S.A

Oriol, M.; Arcarons, R.; Capellá, J.; González, F.; Pallás, J. (2010) *Gestión Pública del Turismo*. 1ª ed. Barcelona, España: Editorial UOC. Disponible en: <https://books.google.com.pe/books?id=XgVezwsJBqkC&pg=PA151&dq=definicion+de+turismo&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi5soTvvpbNAhXEh4KHbQaCVYQ6AEIMjAE#v=onepage&q=turismo&f=false>

Organización Mundial del Turismo OMT (2016) *Panorama OMT del turismo internacional*. Disponible en: <http://www.e-unwto.org/>

Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado. Perú. SERNANP. *Reserva Nacional Alpahuayo Mishana*. Disponible en: <http://www.sernanp.gob.pe/allpahuayo-mishana>

Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado. Perú. SERNANP. *Reserva Nacional Pacaya Samiria*. Disponible en: <http://www.sernanp.gob.pe/pacaya-samiria>

Stettinius, W.; Wood, R.; Doyle, J.; Colley, J. (2009) *Plan de Negocio, como diseñarlo e implementarlo*, Barcelona, España: Editorial Profit Editorial. Disponible en:

[https://books.google.com.pe/books?id=BjDjCCC6YDYC&printsec=frontcover&dq=definicion+de+oportunidad+de+negocio+pdf&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiX5vWm5\\_bNAhWFmR4KHQ9MCM0Q6AEILTA#v=snippet&q=oportunidad%20de%20negocio&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=BjDjCCC6YDYC&printsec=frontcover&dq=definicion+de+oportunidad+de+negocio+pdf&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiX5vWm5_bNAhWFmR4KHQ9MCM0Q6AEILTA#v=snippet&q=oportunidad%20de%20negocio&f=false)

Sepúlveda, H., Basurto, R. y Vizcarra Y. (2010) *Plan estratégico para el desarrollo del turismo rural comunitario en la región Cusco*, tesis para el optar grado

de magíster en administración. Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú. Disponible en:

[http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/4561/SEPU\\_LVEDA\\_BASURTO\\_VIZCARRA\\_CUZCO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/4561/SEPU_LVEDA_BASURTO_VIZCARRA_CUZCO.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Tamariz P. (2010) *Plan estratégico de desarrollo del turismo sostenible para la bioregión del estuario del río Chone*, tesis para optar el grado de master en gestión en turismo sostenible. Universidad para la Cooperación Internacional, San José, Costa Rica. Disponible en: <http://www.uci.ac.cr/Biblioteca/Tesis/PFGMGTS55.pdf>

Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Turismo Innovador (2014) *Plan de desarrollo turístico local de la provincia de Canta*. Lima. Disponible en: <http://www.municanta.gob.pe/pdf/1b0fea1e365f2b7bb0690b819560d221.pdf>

Villarreal J. (2013) *Estudio de factibilidad para la creación de un centro turístico en el cantón Huaca, Provincia del Carchi*, tesis para optar el título de ingeniero comercial. Universidad Técnica del Norte, Ibarra, Ecuador. Disponible en: <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/2371/1/02%20ICO%20322%20TESIS.pdf>

## ANEXOS

### Anexo 1: Instrumento de Recolección de Datos

**Estimado Sr. Sra. (ta.):**

Solicitamos su apoyo para recabar información que servirá para la elaboración de una tesis sobre oportunidades de negocios turísticos en la ciudad de Iquitos, a ser presentada ante la Universidad Científica del Perú.

¡Gracias anticipadas por su amable colaboración!

#### **INSTRUCCIONES:**

Marque con una (x) la opción que usted considera adecuada o correcta:

**1. Según su opinión en el 2016 el comportamiento del mercado de turismo en Iquitos:**

- a. Tuvo un importante crecimiento  1
- b. Tuvo un pequeño crecimiento  2
- c. Se mantiene  3
- d. Se ha reducido  4

**2. En el futuro usted considera que el mercado del turismo teniendo como destino a la amazonia y especialmente Iquitos:**

- a. Tendrá un importante crecimiento  1
- b. Tendrá un pequeño crecimiento  2
- c. Se mantendrá  3
- d. Se reducirá  4

**3. En el año 2016 la cantidad de medios de transporte aéreo para llegar a Iquitos:**

- a. Tendrá un importante crecimiento  1
- b. Tendrá un pequeño crecimiento  2
- c. Se mantendrá  3
- d. Se reducirá  4

4. **Viajar a la ciudad de Iquitos respecto a otros destinos turísticos del Perú es:**
- a. Muy caro  1
  - b. Caro  2
  - c. Regular  3
  - d. Barato  4
5. **La calidad ofrecida en cuanto al servicio de los medios de transporte terrestre, aéreo y fluvial en la ciudad de Iquitos y alrededores es:**
- a. Excelente  1
  - b. Buena  2
  - c. Regular  3
  - d. Mala  4
6. **La accesibilidad a los recursos financieros para emprender un negocio turístico en la ciudad de Iquitos es:**
- a. Muy alto  1
  - b. Alto  2
  - c. Medio  3
  - d. Bajo  4
7. **Los intereses de los recursos financieros para emprender un negocio turístico en la ciudad de Iquitos son:**
- a. Muy caros  1
  - b. Caros  2
  - c. Regulares  3
  - d. Baratos  4
8. **Los requisitos para obtener préstamos o recursos financieros para emprender un negocio turístico en la ciudad de Iquitos son:**
- a. Demasiados  1
  - b. Regulares  2
  - c. Pocos  3
  - d. Muy pocos  4

9. **La disponibilidad de la capacidad de infraestructura (rutas de acceso, comunicaciones y equipamiento urbano) para emprender un negocio turístico en la ciudad de Iquitos es:**

- a. Excelente  1
- b. Buena  2
- c. Regular  3
- d. Mala  4

10. **La variedad de capacidad de infraestructura (rutas de acceso, comunicaciones y equipamiento urbano) para emprender un negocio turístico en la ciudad de Iquitos es:**

- a. Excelente  1
- b. Buena  2
- c. Regular  3
- d. Mala  4

11. **La calidad de la infraestructura (rutas de acceso, comunicaciones y equipamiento urbano) existente en la ciudad de Iquitos es:**

- a. Excelente  1
- b. Buena  2
- c. Regular  3
- d. Mala  4

**Anexo N° 02: MATRIZ DE CONSISTENCIA**  
**TÍTULO: Estudio de las oportunidades de negocios turísticos en la ciudad de Iquitos, periodo 2016**

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	
<b>GENERAL</b> ¿Cuál es el grado de oportunidades de negocios turísticos en la ciudad de Iquitos, período 2016?	<b>GENERAL</b> Evaluar el grado de oportunidades de negocios turísticos en la ciudad de Iquitos, período 2016.	<b>GENERAL</b> H: Existe un alto grado de oportunidades de negocios turísticos en la ciudad de Iquitos, período 2016.	<b>Variable independiente: X</b> Oportunidades de negocios turísticos	<b>INDICADOR N°1</b> Demanda	
<b>Específicos</b>  ¿Cuál es el grado de demanda para desarrollar negocios turísticos en la ciudad de Iquitos, período 2016?  ¿Cuál es el grado de disponibilidad de medios de transporte para desarrollar negocios turísticos en la ciudad de Iquitos, período 2016?  ¿Cuál es el grado de posibilidad para acceder a recursos financieros para desarrollar negocios turísticos en la ciudad de Iquitos, período 2016?  ¿Cuál es el grado de capacidad de infraestructura para desarrollar negocios turísticos en la ciudad de Iquitos, período 2016?	<b>Específicos</b>  - Evaluar el grado de demanda para desarrollar negocios turísticos en la ciudad de Iquitos, período 2016.  - Evaluar el grado de disponibilidad de medios de transporte para desarrollar negocios turísticos en la ciudad de Iquitos, período 2016.  - Evaluar el grado de posibilidad para acceder a recursos financieros para desarrollar negocios turísticos en la ciudad de Iquitos, período 2016.  - Evaluar el grado de capacidad de infraestructura para desarrollar negocios turísticos en la ciudad de Iquitos, período 2016	<b>Específicos</b>  H1: Existe un alto grado de demanda para desarrollar negocios turísticos en la ciudad de Iquitos, período 2016  H2 Existe un alto grado disponibilidad de medios de transporte para desarrollar negocios turísticos en la ciudad de Iquitos, período 2016  H3: Existe un alto grado de posibilidad para acceder a los recursos financieros para desarrollar negocios turísticos en la ciudad de Iquitos, período 2016  H4: Existe un alto grado de capacidad de infraestructura para desarrollar negocios turísticos en la ciudad de Iquitos, período 2016		<b>INDICADOR N°2</b> Disponibilidad de medios de transporte  <b>INDICADOR N°3</b> Accesibilidad a los recursos financieros  <b>INDICADOR N°4</b> Capacidad de infraestructura	
<b>Tipo de investigación</b>	<b>Población</b>	<b>Muestra</b>		<b>Técnicas</b>	<b>Instrumentos de recolección de datos</b>
Investigación descriptiva	La población comprendió a 341 personas	118 profesionales que forman parte de las empresas relacionadas a la actividad turística y los funcionarios de las instituciones públicas vinculadas al turismo en la ciudad de Iquitos		Encuesta	Cuestionario

