

**UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZONICA DE MADRE
DE DIOS**

FACULTAD DE ECOTURISMO

CARRERA PROFESIONAL DE ECOTURISMO



TITULO

**Empleos generados por la actividad turística en las agencias de viajes
y turismo en la ciudad de Puerto Maldonado 2018**

TESIS PRESENTADA POR:

Bachiller: Kuakibehue Tijé, Gustavo Zamir

Bachiller: Oviedo Saire, Remy Uriel

PARA OPTAR AL TÍTULO

PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ECOTURISMO

ASESOR: Lic. Ramírez Coronado, Henry

COASESOR: MSc. Héctor Quispe, Solís

**UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZONICA DE MADRE
DE DIOS**

FACULTAD DE ECOTURISMO

CARRERA PROFESIONAL DE ECOTURISMO



TITULO

**Empleos generados por la actividad turística en las agencias de viajes
y turismo en la ciudad de Puerto Maldonado 2018**

TESIS PRESENTADA POR:

Bachiller: Kuakibehue Tijé, Gustavo Zamir

Bachiller: Oviedo Saire, Remy Uriel

PARA OPTAR AL TITULO

PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ECOTURISMO

ASESOR: Lic. Ramírez Coronado, Henry

COASESOR: MSc. Héctor Quispe, Solís

Dedicatoria

Dedico el presente trabajo a mis padres en especial a mi madre por estar siempre presente dándome motivación para seguir adelante, inculcándome con valores que me permitieron crecer como persona y en lo profesional, a clarisa, Valeria y Luciana por ser la inspiración de mi vida.

Remy Uriel Oviedo Saire

Dedico a mi familia en especial a mis padres por darme fuerza, aliento, motivación para seguir adelante y enfrentar los obstáculos que se nos presenta en el transcurso de nuestras vidas. También a mis dos grandes amores, Patrick y Mishely.

Zamir Gustavo Kuakibehue Tije

Agradecimiento

Agradecer a Dios por cada día de vida que nos regala, por permitir culminar nuestra tesis.

También agradecer a la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios y a los docentes de la carrera profesional de ecoturismo por ser parte de nuestra formación como profesional por compartir sus experiencias de labor profesional.

Remy Uriel Oviedo Saire

Agradecer a Dios por la vida y fortaleza. A mi familia por apoyarme en cada decisión y proyecto que he venido aplicando, también por permitirme finalizar con excelencia el desarrollo de esta tesis.

También quiero agradecer a los docentes de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, que me inculcaron sus conocimientos y la formación como profesional, a mis amigos cercanos y al asesor por ser guía de nuestra tesis.

Zamir Gustavo Kuakibehue Tije

Presentación

“El sector turismo es la tercera actividad económica del país que genera mayor número de empleos, entre directos e indirectos, así como también es un generador importante de divisas, afirmó la cámara de comercio de Lima en el II Foro Internacional de Turismo “Promoción y Gestión de Ciudades Turísticas” (Torriani, 02 de abril 2019)

En el presente trabajo de investigación se realizó con actores principales en el desarrollo de la actividad turística en la ciudad de Puerto Maldonado como DIRCETUR y SERNANP, de las cuales obtuvimos información del número de agencias de viajes y el total de visitantes que ingresaron a la reserva nacional Tambopata en relación a los años 2017 y 2018, de las cuales fueron de gran ayuda para desarrollar el trabajo de investigación titulado: Empleos generados por la actividad turística en las agencias de viajes y turismo en la ciudad de Puerto Maldonado 2018.

La actividad turística en la ciudad de Puerto Maldonado aumentó favorablemente y con ello el incremento de agencias de viajes minoristas que se dedican a la creación, ventas de paquetes y operaciones turísticas generando mayores empleos directos e indirectos acorde a la estacionalidad de la actividad turística; es por ello que la presente investigación tiene como objetivo identificar los empleos que se generan por la actividad turística en las agencias de viajes y turismo, permitiendo describir y cuantificar los tipos de empleos y así como los empleos directos e indirectos que generan las agencias de viajes y turismo en la ciudad de Puerto Maldonado.

Por lo que se concluye que las agencias de viajes y turismo que cuentan con infraestructura tienen mayor generación de empleos que con las agencias que solo operan y no cuentan con infraestructura, razón por la cual ha permitido que las agencias de viajes contraten más personal para la prestación de servicio turístico generando empleos en un 08% adicional ya sean directos e indirectos.

Resumen

En nuestro trabajo de investigación tiene como objetivo identificar los tipos de empleos que se generan por la actividad turística en las agencias de viajes y turismo en la ciudad Puerto Maldonado 2018, de las cuales encontramos 60 agencias de viajes y turismo, para ello se ha seleccionado el 25% del total de la población, que hace un total de 15 agencias de viajes y turismo en la ciudad Puerto Maldonado ubicadas en el boulevard, lugar apropiado de captación de pasajeros y venta de paquetes a los diferentes atractivos turísticos en Tambopata. El incremento de la demanda turística en el año 2016 y 2017 el ingreso anual aumento en 7% y para el año 2018 aumento en 17% se puede evidenciar el incremento significativo en los últimos años, es por ello que las agencias de viajes prestadoras de servicios aumentaron del año 2017 al 2019 en un 15 %. (Sernanp, 2018)

Concluimos que los empleos si se generan por la actividad turística en las agencias de viajes y turismo en la ciudad Puerto Maldonado 2018.

- Anualmente las agencias generan empleos en un 08 %ya que esto se deduce a 01 empleos residente y 01 empleos indirectos.
- las agencias de viajes y turismo en temporada alta en los meses de junio a noviembre requieran personal para ocupar ciertos puestos, por lo que es necesario contratar personal desde puestos administrativos como en la parte de la operación para la prestación del servicio turístico. Ya que la investigación se enfocó a las agencias con infraestructura y agencias turísticas sin infraestructura. Sin embargo las empresas turísticas pequeñas requieren de un reducido personal para elaborar en la empresa y el cargo de mayor responsabilidad muchas veces son ocupados por el mismo dueño en el caso de un administrador. Así mismo finalizando la temporada muchos operadores están obligados a despedir personales en los meses restantes siendo la temporada baja.

Palabras claves: Empleabilidad, Turismo, Operación Turística

Abstract

Our research work aims to identify the types of jobs that are generated by tourism activity in travel and tourism agencies in the city of Puerto Maldonado 2018, of which we find 60 travel and tourism agencies, for this purpose it has been selected 25% of the total population, which makes a total of 15 travel and tourism agency in the city of Puerto Maldonado located on the boulevard, appropriate place to pick up passengers and sell packages to the different tourist attractions in Tambopata. The increase in tourist demand in 2016 and 2017 the annual income increased by 7% and by the year 2018 increase by 17% the significant increase in recent years can be evidenced, which is why travel agencies providing services increased from 2017 to 2019 by 15%. (Sernanp, 2018)

We conclude that jobs are generated by tourism activity in travel and tourism agencies in the city of Puerto Maldonado 2018.

- The agencies annually generate jobs by 08% as this is deducted to 01 resident jobs and 01 indirect jobs.
- travel and tourism agencies in high season in the months of June to November require staff to fill certain positions, so it is necessary to hire staff from administrative positions as in the part of the operation for the provision of tourism service. Since the research focused on agencies with infrastructure and tourist agencies without infrastructure. However, small tourist companies require a small staff to prepare in the company and the position of greater responsibility is often held by the same owner in the case of an administrator. At the end of the season, many operators are obliged to fire personnel in the remaining months, being the low season.

Keywords: Employability, Tourism, Tourist Operation

Introducción

La actividad turística hoy en día está creciendo de una manera significativa en los diferentes puntos de nuestro país, gracias a los atractivos turísticos focales de la Reserva Nacional de Tambopata, como el Lago Sandoval y Collpa Chuncho. Esto permite tener una fuerte demanda turística y a su vez el incremento de empresas prestadoras de servicios turísticos como son las agencias de viajes y turismo, y a través de ellas la generación de empleos en el rubro turístico en la ciudad de Puerto Maldonado.

El objetivo general de esta investigación fue identificar los empleos que se generan por la actividad turística en las agencias de viajes y turismo en la ciudad Puerto Maldonado 2018. Así mismo se planteó describir y cuantificar los tipos de empleos; empleos directos e indirectos que generan las agencias de viajes y turismo. La investigación es de tipo aplicada no experimental descriptiva, para dar cumplimiento a nuestros objetivos se realizó dos tipos de encuestas; encuesta “a” para empleadores (dueños o gerente de agencias de viajes y turismo) Encuesta “b” realizados a los empleados (personal de trabajo en agencias de viajes y turismo), aplicadas en el (boulevard), zona céntrica de Puerto Maldonado y de mayor concentración de turistas nacionales y extranjeros que compran paquetes turísticos para el ingreso a la reserva nacional de Tambopata, destino focal donde se desarrolla la actividad turística.

El presente trabajo cuenta con capítulos donde se dará a conocer el problema de la investigación y ver cómo se desarrolla la actividad turística y los empleos. Para esto se plantearon los siguientes capítulos que fueron desarrollados en base a la investigación científica.

CAPITULO I: Descripción y formulación del problema, objetivos, variable, hipótesis, justificación y consideraciones éticas.

CAPITULO II: Marco teórico, aquí están comprendido los antecedentes base teóricas, marco conceptual, definición de termino.

CAPITULO III: Comprende la metodología de la investigación, tipo, enfoque, diseño, población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos, tratamientos de los datos.

CAPITULO IV: Comprende los resultados del trabajo de investigación, análisis descriptivo y análisis de correlación con las pruebas de hipótesis general y específicas.

Por último, se presenta las referencias bibliográficas, conclusiones, recomendaciones y los anexos.

Índice

CAPITULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	1
1.1 Descripción del problema	1
1.2 Formulación del problema	2
1.3 Objetivos	2
1.3.1 Objetivo general.....	2
1.3.2 Objetivos específicos.....	2
1.4 Variables.....	3
1.5 Hipótesis.....	4
1.5.1 Hipótesis general	4
1.5.2 Hipótesis específico.....	4
1.6 Justificación	4
1.7 Consideraciones éticas (autores los que elaboran la tesis).....	5
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	6
2.1 Antecedentes de estudio	6
2.1.1 Antecedentes Internacionales	6
2.1.2 Antecedentes nacionales	10
2.2 Modelo teórico	13
2.2.1 Turismo según autores.....	13
2.3 Marco teórico	15
2.3.1 Historia y evolución de las agencias de viajes	15
2.4 Definiciones De Términos	27
CAPITULO III: METODOLOGIA DE INVESTIGACION	32
3.1 Tipo de estudio	32
3.2 Diseño del estudio	32
3.3 Población y muestra	33
3.4 Métodos y técnicas.....	33
3.4.1 Método.....	33
3.5 Tratamiento de los datos	34
CAPITULO IV: RESULTADOS DEL TRABAJO DE INVESTIGACION	35
CONCLUSIONES.....	69
SUGERENCIAS.....	71
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	72

Índice de gráficos

- **Gráfico 01:** Sexo del empleador.....35
- **Gráfico 02:** Tiempo que labora en la agencia de viaje y turismo36
- **Gráfico 03:** Procedencia del empleador.36
- **Gráfico 04:** Grado de estudios37
- **Gráfico 05:** Tipos de paquetes turísticos.....37
- **Gráfico 06:** Paquetes turísticos más vendidos durante la temporada alta.38
- **Gráfico 07:** Venta de paquetes turísticos38
- **Gráfico 08:** Permiso del Sernanp para operar en la Reserva Nacional de Tambopata.....39
- **Gráfico 09:** Capacitación y/o temas por parte de la agencia de viaje y turismo. 39
- **Gráfico 10:** Contratación de personal adicional en temporada alta40
- **Gráfico 11:** Procedencia del personal que labora en las agencias de turismo .40
- **Gráfico 12:** Herramientas digitales que utilizan para promocionar paquetes turísticos.....41
- **Gráfico 13:** Pago mensual por los servicios prestado de herramientas digitales. 41
- **Gráfico 14:** Pago anual por los servicios prestados de páginas webs42
- **Gráfico 15:** Intermediario o sucursal que ofertan los paquetes turísticos fuera de tu localidad.....43
- **Gráfico 16:** Pago que recibe la agencia intermediaria por ofertar tus paquetes turísticos.....43
- **Gráfico 17:** Gasto aproximado de la agencia de viaje y turismo en materiales para promocionar los paquetes turísticos.44
- **Gráfico 18:** Gastos en seis meses en materiales de promoción44
- **Gráfico 19:** Respecto a sus pequeños proveedores locales. Los productos adquiridos en un periodo diario y semanal son.45
- **Gráfico 20:** Gastos diarios de las agencias de viajes y turismo que no cuentan con infraestructura.....45
- **Gráfico 21:** Ingresos económico de sus proveedores en los últimos años.46
- **Gráfico 22:** Medio de transporte propio o servicio por terceros.46

- **Gráfico 23:** Contratación de unidades de transporte fluvial por día en temporada alta.....47
- **Gráfico 24:** Contratación de unidades de transporte terrestre por día en temporada alta.....47
- **Gráfico 25:**Servicio por tercero que les realiza el mantenimiento de sus maquinarias de transporte48
- **Gráfico 26:** Edad del personal que labora en las agencias de viajes y turismo 49
- **Gráfico 27:** Lugar de procedencia.....49
- **Gráfico 28:**Tiempo que labora en la agencia de viajes y turismo.....50
- **Gráfico 29:** Grado de estudios.....50
- **Gráfico 30:** Área asignada en la agencia de viaje y turismo51
- **Gráfico 31:** Capacitación por parte de la agencia de la agencia de viaje y turismo.....52
- **Gráfico 32:**Temas de capacitación52
- **Gráfico 33:** Salario actual neto aproximadamente por mes.53
- **Gráfico 34:** Bonos extras por el desempeño en la agencia de viaje y turismo .53
- **Gráfico 35:** Régimen laboral.....54
- **Gráfico 36:** Satisfacción con su labor de trabajo54
- **Gráfico 37:** Actividades ajenas a su área de trabajo.....55
- **Gráfico 38:** Interesado en seguir trabajando con el turismo.....55
- **Gráfico 39:** Desempeñarse en otra empresa de turismo56
- **Gráfico 40:** El turismo ha mejorado en el desarrollo de la población de Madre de Dios.56

Índice de tabla

Tabla N°01: Operacionalización de variables	3
Tabla N°02: Número de Agencias de Viajes y Turismo registradas en Director.....	33
Tabla N° 03: Técnicas, Instrumento, Aplicación	34
Tabla N°04: Empleos directos generados en el año 2017.....	57
Tabla N°05: Empleos indirectos generados en el 2017	57
Tabla N°06: Empleos directos generados en el 2017	59
Tabla N°07: Empleos indirectos generados en el 2017	60
Tabla N°08: Empleos directos generados en el 2017	61
Tabla N°09: Empleos indirectos generados en el 2017.....	61
Tabla N°10: Empleos directos generados en el 2018	62
Tabla N°11: Empleos indirectos generados en el 2018.....	62
Tabla N°12: Empleos directos en el año 2017	63
Tabla N°13: Empleos indirectos en el año 2017	64
Tabla N°14: Empleos directos en el año 2018.....	64
Tabla N°15: Empleos indirectos en el año 2018.....	64

Anexo

Anexo 1: Matriz de consistencia	75
Anexo 2: Instrumento	77
Anexo 3: Solicitud de validación de instrumento	78
Anexo 4: Ficha de validación	79
Anexo 5: Consentimiento informado	80

CAPITULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Descripción del problema

A nivel mundial las características del turista están cambiando de manera significativa. Hoy en día no solo demanda alojamiento, transporte o turismo de naturaleza, también quiere nuevas expectativas, nuevas modalidades de turismo de naturaleza, cada vez son más exigentes en calidad de servicios que ofrecen las agencias de viajes turísticos y por medio está el personal calificado, la diversificación de actividades turísticas que ellos puedan experimentar satisfactoriamente.

“El departamento de Madre de Dios posee una gran variedad de escenarios paisajísticos, lo que le ha permitido ser declarado como “Capital de la Biodiversidad del Perú”. (Ley N° 26311, 1994)

“Entre los principales atractivos turísticos se menciona: la Reserva Nacional de Tambopata, el Santuario Nacional Pampas del Heath y el Parque Nacional del Manu, consideradas entre las más importantes del mundo, albergan una rica biodiversidad en flora y fauna silvestre y acuática” (Sernanp, s.f.).

En la actualidad la DIRCETUR registró en el departamento de Madre de Dios un total de 67 agencias de viajes y turismo, entre ellas operadores turísticos y minorista, en la provincia de Tambopata existe 60, en Manu existe 06 y en Tahuamanu 1. Los arribos a los establecimientos de hospedaje en el año 2016 se registró la cifra de 249,973 visitantes y en pernóctes figuró un total de 368,656. El promedio permanencia anual durante el periodo 2016 fue de 1.42 %. Para el año 2017 se registró un

promedio anual del 1.47 %. Para el año 2018 se registró un promedio anual de 1.45 (Dircetur Madre de Dios, 2018).

El ingreso de visitantes a la Reserva Nacional de Tambopata Durante el periodo 2016 hubo un ingreso de 51,542. Para el año 2017 fue de 55.142 y para el año 2018 tuvo un incremento de 64,351 (SERNAMP, 2017)

Las oportunidades de empleo laboral en el mercado obtuvieron un aumento en los últimos años debido a la gran demanda que se genera en este rubro del turismo. El número de agencias turísticas operadoras y minoristas aumentó significativamente.

Sin embargo las agencias de viajes minoristas empezaron vendiendo ticket aéreos y alojamientos, ahora la demanda turística aumento favorablemente y con ello el incremento de agencias de viajes minoristas que se dedican a la creación y ventas de paquetes turísticos, y operaciones turísticas generando mayores empleos en los últimos años.

Es por este motivo que la presente tiene como objetivo Identificar los empleos que genera la actividad turística en las agencias de viajes y turismo en la ciudad Puerto Maldonado 2018

1.2 Formulación del problema

¿Cuáles son los empleos que se generan por la actividad turística en las agencias de viajes y turismo en la ciudad de Puerto Maldonado 2018?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Identificar los empleos que genera la actividad turística en las agencias de viajes y turismo en la ciudad Puerto Maldonado 2018

1.3.2 Objetivos específicos

- Determinar los empleos que genera anualmente las agencias de viaje y turismo en la ciudad de Puerto Maldonado
- Identificar los tipos de empleos que genera la actividad turística en las agencias de viajes y turismo en la ciudad Puerto Maldonado.

1.4 Variables

Variable independiente 1. Actividad Turística

Variable dependiente 2. Empleos

Tabla n°01: Operacionalización de variables

Variables	Indicadores	Sub indicadores
Variable Independiente: ➤ Actividad Turística	➤ Diseño y Operación de paquetes turísticos ➤ Comercialización de paquetes turísticos	➤ Tipos de paquetes turísticos ➤ Visitas guiadas ➤ Ventas de paquetes turísticos
Variable dependiente: ➤ Empleos	➤ Empleos directo	➤ Área de administración ➤ Área de transfer ➤ Área de guía. ➤ Área de recepción ➤ Área de marketing. ➤ Área de logística. ➤ Área de operaciones ➤ Área de ventas
	➤ Empleos indirectos	➤ Proveedores de alimentos y bebidas. ➤ Servicio de transporte fluvial y terrestre. ➤ Venta de artesanía ➤ Abastecimiento de combustible

Fuente elaboración propia

1.5 Hipótesis

1.5.1 Hipótesis general

La actividad turística, genera diferentes empleos en las agencias de viajes y turismo en la ciudad de Puerto Maldonado 2018

1.5.2 Hipótesis específico

- ✓ El aumento de La demanda turística en la ciudad de Puerto Maldonado permite incrementar los empleos anuales en las agencias de viajes y turismo.

- La prestación de servicios de las agencias de viajes y turismo generan diferentes tipos de empleos en la ciudad de Puerto Maldonado.

1.6 Justificación

En la actualidad a nivel mundial el turismo es una de las industrias con mayor incremento en la demanda laboral, el sur del Perú sigue siendo uno de los preferidos por los visitantes extranjeros, la biodiversidad que tiene el departamento de Madre de Dios le convierte en un destino que va en aumento en la demanda del turismo año tras año, esto dio lugar al incremento de inversiones en construcciones de albergues, hoteles, restaurantes, agencias de viajes y turismo, operadores turísticos etc.

Es de gran importancia saber cuántos empleos genera la actividad turística en las agencias de viajes y turismo de la ciudad de Puerto Maldonado ya que la finalidad de este trabajo es describir y cuantificar los tipos empleos.

Asimismo, metodológicamente es justificada porque mediante el presente servirá como referencia para futuras investigaciones como estudiantes egresados de las diferentes universidades e institutos superiores, ya que es

una investigación en relación a los empleos de la actividad turística. Mediante esta se podrá seguir indagando.

Del mismo modo las autoridades competentes tomen acciones favorables en beneficio del desarrollo de la actividad turística.

1.7 Consideraciones éticas (autores los que elaboran la tesis)

El presente trabajo de investigación titulado “Empleos generados en las agencias de viajes y turismo en la ciudad de Puerto Maldonado 2018” es realizado con mucho esmero y dedicación ya que su principal objetivo es identificar como el desarrollo de la actividad turística genera empleos en las agencias de viajes de la ciudad de Puerto Maldonado-2018, para lo cual usamos datos reales de instituciones involucradas al trabajo de investigación ya que necesariamente son requeridos, por otro lado realizaremos encuestas, entrevistas a las agencias de viajes y turismo con el objetivo de extraer información necesaria, luego se dará análisis a los resultados como también dar recomendaciones, los resultados obtenidos no serán manipulados.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de estudio

2.1.1 Antecedentes Internacionales

2.1.1.1 “Turismo Cultural Patrimonio, Museos y Empleabilidad”. (Morère & Perelló, 2013) Madrid España.

Empleabilidad y turismo cultural. Quienes aseguran que “el Turismo es uno de los motores que impulsan el desarrollo de la economía mundial, tanto en lo que se refiere al comercio internacional de servicios como a la generación de empleo. Por otra parte la Organización Mundial del Turismo (OMT) lo define cómo: un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales”.

Las debilidades encontradas al momento de evaluar la empleabilidad y las competencias determinadas de los trabajadores en turismo es la poca formación en este tipo de actividad, para esto la persona profesional debe saber su función principal en turismo cultural, el profesional es parte del recurso turístico, interactúa con el recurso y la actividad turística, en las agencias de viajes de turismo cultural se encuentra una parte del personal trabajando en oficina como también la otra parte trabaja como guías de grupos que visitan, en este tipo de trabajo resalta la formación profesional en turismo ya sea en diseño de productos turísticos, atención al cliente, ventas de paquetes turísticos, conocimiento en programas de reservas.

Unas de sus principales carencias para el turismo cultural es la falta de especialización en la carrera profesional de turismo.

Conclusiones y resultado de la investigación

Identificar al turismo cultural tomando en cuenta su modelo y política de trabajo, definir el perfil profesional involucrado en el turismo cultural con relación a los museos de atracción turística.

Buscar las fortalezas y debilidades del profesional con formación.

Analizar al museo cultural como un recurso turístico tomando en cuenta su trabajo de organización y el perfil de sus visitantes, orientados a potenciar su empleabilidad en el turismo cultural.

2.1.1.2 “Generación De Empleo y Desarrollo de Recursos Humanos en Turismo, Población de Tiahuanacu”. (Karin Wendy Ruescas Ramírez, 2014), Bolivia

Este artículo se determina la situación del empleo en la actividad turística en el área rural, ya que esta actividad genera empleos directos e indirectos. Como también indican que “el empleo está ligado a la creación de fuentes de trabajo las mismas que surgen de la inversión ya sea pública o privada, en el sector turismo por ejemplo se da mucho énfasis a la inversión de tipo privado lo que proporciona fuentes de trabajo que requieren del empleo de personas para estos puestos”,

Hubo un incremento de número de agencias de turismo rural en los últimos años , como también indican que años atrás el turismo rural era inexistente ahora es una industria importante en la economía rural, por otro lado las empresas de turismo de la localidad de Tiahuanacu están interesados en vincularse con las entidades formadoras de profesionales en el área de Turismo, ya que tienen el interés de mejorar el desarrollo de la actividad turística con

profesionales calificados del lugar como son varones y mujeres, como también indican que las personas que laboran en la empresa de turismo son familiares del mismo propietario. Muestran que existe puestos de trabajos deseables como son “son: Administradores, cocineros, camareros de habitaciones y de comedor, Recepcionistas. Distancias menores se encuentran en: Guías, Cocineros y el Director Municipal de turismo” como también indican que estos puestos deben ser ocupados por personas con estudios superiores como licenciados o diplomados en la rama del turismo para así mejorar la calidad del servicio turístico en la zona, como también indican que las personas que ocupen los puestos de trabajos generados por el turismo deben tener formación técnica o universitaria, que tengan amplio conocimiento en el área que va desempeñar ya sea como director municipal, guía, camareros de habitación cocineros y entre otros que estén relacionados al turismo, piden que los profesionales desarrollen sus habilidades técnicas como también fortalecer las relaciones con los clientes

Hacen de conocimiento que el turismo en la localidad de Tiahuanacu tiene un alto porcentaje de empleo informal, así mismo que en temporada alta ofrece empleos al sector rural de tal manera que como fortaleza muestran buenas actitudes y aptitudes por parte de las personas que trabajan en las empresas turísticas en cuanto a debilidades esta la falta de profesionalización de los “directivos de los negocios, el bajo nivel de formación del personal, la falta de especialización para afrontar las nuevas tendencias y la presencia de muchos emprendedores sin experiencia en el sector turismo”

La población de Tiahuanacu va perdiendo buenas oportunidades en la actividad turística sobre todo en atender a segmentos especializados como excursionistas, aventureros, deportistas y otros, debido, entre otras cosas, a la falta de

recursos humanos idóneos (guías y monitores deportivos especializados).

En el caso de las oportunidades existe la posibilidad de crear nuevas empresas para distintos segmentos de mercado, una oportunidad para la profesionalización del sector. Asimismo, existe un escaso aprovechamiento del personal formado en turismo y aparecen nuevas posibilidades de formación que tendrán un efecto a medio plazo. De tal manera recomiendan el intercambio de experiencias laboral y la formación profesional. Como también los autores mencionan que la asociatividad es la economía social que corresponde a la mejor manera de solucionar problemas de los micros y pequeñas empresas de las organizaciones del sector turismo rural.

2.1.1.3 “Formas de Desarrollo Turístico, Redes y Situación de Empleo”. (*Santana Turégano, 2003*), Madrid- España

En este trabajo de investigación da a conocer “las formas de desarrollo turístico y la situación de empleo” en este informe demuestra una concordancia entre ambas partes, por lo cual indica que hay cuatro puntos influyentes en los empleos dados y se menciona lo siguiente:

- El tipo de empleo que existió antes del progreso turístico.
- El tipo de la demanda turística y su estabilidad.
- La importancia que tienen los empleo locales y agencias operadores en la actividad turística.
- El reconocimiento a los servicios turísticos que presta el lugar y su atractivo turístico a nivel internacional

La investigación indica la importancia que juega el empleo en la sociedad y las posibilidades que existen para generar empleos, el empleo turístico es parte fundamental para relacionarse con el

territorio local y entre ellas menciona cinco servicios de consumo como son: “transporte, alojamiento, bienes y servicios, diversiones y espectáculos”, el desarrollo turístico define tres puntos.

- Primero que viene a ser la “perspectiva geográfica-urbanística” entre ellas esta las características del desarrollo turístico y la expansión del lugar.
- La perspectiva “socio-antropológica” en esta parte el turismo evoluciona características de los visitantes entre ellas el interés de hacer turismo.
- “Desarrollo turístico” refiere al desempeño de servicios prestados a visitantes por una agencia en este punto da a conocer el modelo “fordista” que refiere al servicio preferentemente por grandes empresas y el otro modelo “postfordista” refiere al servicio prestados por varias empresas medianas y pequeñas en la cual demuestran relaciones en competencia y cooperación.

2.1.2 Antecedentes nacionales

2.1.2.1 “La Actividad Turística y la Generación de Empleo en Hoteles y Restaurantes en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el período 2005-2013”. (Ruiz Yanque, 2015), Piura

“El turismo ocupa el cuarto lugar dentro de las actividades económicas del país y contribuyó al PBI en 3.75%, el año 2014”, lo cual indica que generó empleo de manera significativa, en este trabajo de investigación pretende demostrar que “la actividad turística tiene una relación directa con la generación de empleo en hoteles y restaurantes”. Como también se formuló una interrogante “¿Qué relación existe entre la actividad turística y la generación de empleo en hoteles y restaurantes en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el período 2005-2013?”

Los moradores del lugar requieren de un empleo para poder satisfacer sus necesidades, el trabajo de investigación se propuso encontrar la solución este problema, “el objetivo general fue determinar la relación que existe entre la actividad turística y la generación de empleo en hoteles y restaurantes en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora en el período 2005-2013”,

Los jóvenes del lugar demandan con urgencia generación de empleos, mencionan que la actividad turística debe ser “socio económica” de tal manera esto también involucra a organizaciones pública y privadas.

En sus antecedentes indican que las empresas de turismo aportan al crecimiento del PBI y al mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores, dando empleo a jóvenes, también dan a conocer que los espacios de trabajo deben estar en buenas condiciones para obtener un buen desempeño por parte del empleado.

Conclusiones del trabajo de investigación:

Indica que hay “una relación directa” entre “actividad turística y generación de empleos”, también indican que usaron el modelo econométrico donde demuestra existencia de “relación directa entre el número de hoteles, restaurantes, flujo de turista y la población económicamente activa” y que la población económicamente activa creció favorablemente en los distritos de Piura, otros de sus resultados es que el progreso de los “hoteles, restaurante y flujos de turistas en los distritos de Piura” avanza favorablemente, del mismo modo se usó la matriz FODA para evaluar al sector turismo donde se pudo evidenciar puntos frágiles como también se encuentra la fuerza para trabajar con planes que apoyen a fortalecer la actividad turística y el lugar de trabajo local sea reconocida turísticamente, asimismo el nivel de la investigación fue correlacional en la que demuestra que la creación de puestos de trabajos “depende de la actividad turística”

2.1.2.2 “Empleo con Profesionalización en el Sector Turismo”. (Granados Maguiño, 2010), Lima-Perú.

El autor afirma lo siguiente, que la moneda nacional y extranjera Obtenidas por la actividad turística aporta “al desarrollo nacional y apoyan el proceso de descentralización y que deben desarrollar ventajas competitivas, para lo cual es vital contar con recursos humanos altamente calificados y competitivos. La masa trabajadora del sector turismo en el país alcanza los 400,000 empleos directos e indirectos”, asimismo indica la necesidad de obtener “niveles de calidad en la prestación de servicios” se considera que en el mismo trabajo turístico se forma y se forja al personal, además indica que las personas egresadas de los centros de estudio como “universidades, institutos superiores, tecnológicos” van ingresando a la actividad turística, además indica, que de un trabajo de mala calidad se obtiene un servicio de mala calidad como también un mal rendimiento en el trabajo poniendo en riesgo el prestigio de la empresa, es por eso que se exige que el empleado tenga una buena formación académica como también capacitación y formación profesional para así obtener un buen nivel de profesionalización y competir con empresas internacionales, el problema que existe en las empresas de turismo es encontrar personal calificado con especialidad en los tipos de “rubros turísticos”, el sector turístico demanda personal calificado para servicios de “restaurantes, transporte y esparcimientos”, los centros de formación profesional deberán tomar en cuenta la necesidad de los mercados turísticos, se evidencia que hay centros de educación que no son de calidad, así mismo los institutos y universidades no logran saber su aporte al mercado laboral, por ultimo indican que para obtener personal de calidad ellos deben ser formados, capacitados y así obtener resultados eficiente como también mejorar la marca y la posición del servicio turístico.

2.1.2.3 “El Sector Turismo y su Impacto en el Crecimiento Económico en la Región Cusco, durante el periodo 2004-2014”. (Paucar Ccahuana, 2014), Cusco-Perú

El siguiente informe del investigador da a conocer que “se realiza un riguroso análisis de dicho sector para poder determinar cuál ha sido su contribución al Producto Bruto Interno de la Región Cusco durante el periodo 2004-2014”, de igual manera “se pretende estudiar los efectos que tiene el sector en el empleo y la pobreza de la Región Cusco”.

Tomando en cuenta la hipótesis general donde indica que el sector turismo, se ha solidificado en todo el país, especialmente en la Región de Cusco, en la primera hipótesis específica habla de “crecimiento económico”, se evaluó que “el impacto del sector turismo determina de forma directa en el crecimiento económico, se analiza la segunda hipótesis donde indica que por el aumento de 1 millón de soles en el PBI del sector turismo se crea 94 505 puesto de trabajo en la región Cusco, así mismo indica que la inversión de 1 millón de soles en el sector turismo se genera 295 puestos de trabajo, en la tercera hipótesis específica menciona “el impacto del sector turismo sobre la pobreza”, donde se evidencia que el aumento de “mil puestos de trabajo en el sector turismo” la pobreza reduce en un 0.19% y que la inversión de 1 millón de soles en el sector turismo, la pobreza se reduce en un 0.013%, por último se determina que la pobreza se debe a otros sectores y causas.

2.2 Modelo teórico

2.2.1 Turismo según autores

“Según la OMT, el turismo se refiere a las actividades que realiza la persona durante sus viajes y estancia, diferente a su entorno habitual siendo el periodo inferior a un año, con fines de ocio, negocio u otros motivos. Por lo

tanto el turismo es una actividad de consumo” (**Organización Mundial de Turismo, 2014, pág. 6**)

“Turismo es el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto, dicho desplazamiento y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa.” (**Sociedad de las Naciones, 1937**)

“Todo desplazamiento temporal determinado por causas ajenas al lucro; el conjunto de bienes, servicios y organización que en cada nación determinan y hacen posible esos desplazamientos y las relaciones y hechos que entre estos y los viajeros tienen lugar”. (**José Ignacio De Arrillaga, 1955**)

“Instituto Mexicano de Investigaciones Turísticas. Conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de las personas fuera de su lugar de residencia; en tanto esto no este motivado por una actividad lucrativa principal”. (**Cordova , 2014**)

2.2.1.1 El Turismo: un modelo de desarrollo

El turismo es una actividad altamente mudable, es decir que el turismo por consecuencia engloba a un sin fin de personas a satisfacer necesidades de distintos segmentos. Por lo tanto dichas actividades que se desarrollan en distintos puntos dentro del país o externo puedan mejorar en el sector turístico, para ello uno de sus principios fundamentales de este sector es desarrollar modelos turísticos para poder potencializar en lo social, utilizando ciertos mecanismos para la elaboración de dichas actividades en relación a la actividad turística y así mejorar su desarrollo a la población.

El turismo debe ser un factor que movilice a la población, es decir acudir a las necesidades del cliente, no optar limitaciones y que nunca genere barreras multiculturales y que sea una alianza a nivel mundial (**Cacho Guevara, s.f.**)

2.3 Marco teórico

2.3.1 Historia y evolución de las agencias de viajes

Thomas Cook y Henry Wells, quienes comienzan sus actividades en este campo en el mismo año 1841. En el mismo año Thomas Cook fue reconocido como el primer agente profesional dedicado a tiempo completo a transportar 540 personas para un congreso de alcohólicos sin ningún beneficio personal económico

En 1845 inicia su actividad de tiempo completo como organizador de excursiones. Desde ese entonces el interés de elaborar viajes organizados y la preocupación hacia el turista. Así mismo tour es la palabra que hoy en día conocemos y utilizadas en muchas empresas turísticas a nivel mundial.

En 1846 se efectúa el primer tour con empleo de guías. Llevando a 350 personas en un viaje a través de Escocia.

En 1851 hubo una exposición mundial realizada en Londres donde asistieron 6 millones de personas de las cuales 165,000 personas tomaron el servicio de Cook. Desde ese entonces Cook amplió su horizonte y tuvo mayor confiabilidad de realizar tour por todo Europa

En 1867 crea el cupón de hotel, que hoy conocemos como voucher y el travel check por lo tanto era aceptado en bancos, tiendas comerciales, hoteles, restaurantes sin ningún problema y aceptado en todo el mundo.

Uno de los hechos más importantes realizados por Cook fue la vuelta al mundo que viajó con 9 personas y duró tan solo 222 días hecho realizado en 1872

En 1884 aparece Henry Wells un competidor de Cook en la realización de viajes o conocido también como tour, un personaje de importancia ya que brindaba calidad a la seguridad del cliente. Por ello transcurrieron beneficios útiles como el cheque para viajeros. “En junio de 2000 American Express inicia operaciones en Perú a través del Banco de Crédito e Interbank,

autorizadas para emitir las tarjetas American Express en Perú”. **(Cahui, 2014).**

En el año de 1892 muere Thomas Cook, heredando la empresa a su hijo contando con más de 85 oficinas en todo el mundo, al transcurrir el tiempo en 1931 se fusionan tres empresas de prestigio creando wegon – lits viajes siendo la más desatada del mundo. Para el año 1999 se fue integrando con Tomas Cook tomando el liderazgo a nivel mundial. **(Arqhys, 2012)**

2.3.1.1 Agencias de Viajes y Turismo

El perfil actual del turista: la relación del consumidor en los años 60/70. El cliente era menos exigente, se basaba más en los servicios que se ofrecía y en los destinos estandarizados. En los años 70/80, figuran nuevas ofertas internacionales no estandarizadas relacionadas a viajes de naturaleza.

En los años 90 se hace una comparación con el antiguo consumidor y el nuevo consumidor, de las cuales nos da entender que el nuevo consumidor está más informado al destino a visitar y es más exigentes en los servicios.**(Mincetur, 2013).**

2.3.1.2 El nuevo cliente turista y sus cualidades.

✓ Es impaciente

“El nuevo turista es, alguien que urge de respuestas instantáneas y precisas a sus requerimientos de información o de prestación de servicios” **(Caltur, 2013)**

✓ Busca experiencias

“Busca nuevas experiencias que enriquezcan el bagaje cultural del cliente turista. Otros parámetros como la estandarización de los modelos de vida y de ocio, así como la incorporación de criterios de solidaridad, sostenibilidad,

etc. También busca vivir experiencias innovadoras en su periplo de viaje”
(Caltur, 2013)

✓ **Está bien informado y es exigente**

El turista actual está más informado al destino a visitar por lo que opta ciertas facilidades de acceso a internet desde su celular, es más exigente en los servicios y están menos interesado en hacer viajes estandarizados o lo tradicional. El turista de hoy prefiere en hacer sus viajes que este semi diseñado por lo que ellos lo complementan con sus requerimientos o tomarlo de acuerdo a sus necesidades. **(Caltur, 2013)**

✓ **Busca una buena relación calidad/precio**

El nuevo turista haciendo una comparación entre precio y calidad. Una de las características importantes que se basa el cliente es en los valores intangibles, se refiere en hacer sus viajes con buenas experiencias positivas sin importar en el precio. Sin embargo muchas empresas turísticas no ponen énfasis entre estos dos sistemas, por lo que se convierte en una debilidad en el sector turístico. **(Caltur, 2013)**

✓ **Espera que lo atiendan como si fuera el único cliente**

“Si las personas se propusieran atender a cada cliente como si fuera el único, comenzarían a encontrar gran satisfacción en su trabajo y por supuesto asegurarían en un alto porcentaje el éxito”. **(Caltur, 2013)**

✓ **No le importa el hecho de no recibir exactamente lo que quiere**

“Si se encuentra con una persona dispuesta a escucharlo y proponerle otras alternativas a una dificultad”. **(Caltur, 2013)**

✓ **La Calidad y la Excelencia en la Atención y el Servicio al Cliente**

La Calidad en la atención y en el servicio al cliente, consta de dos puntos esenciales; la habilidad personal y la habilidad técnicas, dos mecanismo importantes para poder superar las expectativas y necesidades de los clientes al consumir algún producto. Para ello las empresas tienen que impulsar a los vendedores capacitándoles en ese rubro sobre atención y asesoramiento para brindar un buen servicio al cliente. El objetivo de toda empresa es superar las expectativas del consumidor ya que eso se lo interpreta como un valor agregado para una mejor atención de dicha actividad . **(Caltur, 2013)**

2.3.1.3 Fundamentos de la Gestión de Agencias de Viajes y Turismo.

✓ **El enfoque del negocio y el mercado objetivo**

La misión de una empresa turística en el caso una agencia de viajes, deberá contar con instalaciones optimas si quiere ofrecer o superar las expectativas del cliente, punto importante como primero es definir con el mercado objeto por lo que definirá si va hacer una empresa, minorista, mayorista u operador turístico. “Se basa en 5 principios fundamentales: El análisis de la empresa, el diagnóstico de la empresa, trazar los objetivos, el plan de acción y el control. **(Caltur, 2013)**

✓ **La Tecnología de la Información**

En la actualidad la globalización y el desarrollo de nuevas tecnologías han modificado estos patrones. Hoy en día el turista se encuentra más informado por las tecnologías que se presenta en la actualidad, de las cuales existen debilidades en algunas empresas que el personal no está capacitado para

el manejo de tecnología en el área marketing ofreciendo sus paquetes turísticos por medio de páginas web. Lo que se quiere de por medio es el conocimiento adecuado de estas redes de marketing para la excelente organización en dicha empresa turística. **(Caltur, 2013)**

✓ **Selección de proveedores**

Esta fase es uno de los puntos muy importante en la satisfacción al cliente. Por lo que se tiene que seleccionar de una manera muy minuciosa el trabajo de los proveedores o el servicio que nos prestan para realizar cualquier operación turística, ver si cuentan con el seguro adecuado por ejemplo el caso de un transportista, si cuentan con la medida de seguridad o si es que cuentan con el mantenimiento adecuado. Algunas empresas cometen el error de seleccionar proveedores a bajos precios descuidándose con los servicios de calidad que se le brinda al turista. Así mismo se debe de evaluar la formación académica de los guías o todos aquellos que tienen contacto directo. Estos temas son de suma importancia ya que si se pone énfasis en la selección de los proveedores se garantizaría y no se pondría en peligro la satisfacción al cliente. **(Caltur, 2013)**

✓ **Tarifario Confidencial de proveedores de servicios**

Herramientas de mucha utilidad para las agencias de viajes y turismo por lo que deben de tenerlo claro y preciso el uso de la tecnología de la información y la selección de proveedores. La empresa turística debe tener en claro las cotizaciones de servicio que ofrece al cliente, también contar con un análisis previo y márgenes de utilidades que debe de generar. Se recomienda tener un tarifario opcional o desagregado por lo que podrá ofrecer servicios personalizados y no solo servicios fijos. **(Caltur, 2013)**

2.3.1.4 Etapas de Atención al Cliente

✓ **Captación del cliente**

Contar con estrategias eficaces para la atracción del segmento objetivo, para ello se debe de tener un buen manejo de las redes sociales, características del producto, y el fácil acceso para poder adquirirlo. Contar con estrategias prácticas impactando al turista como por ejemplo describir informaciones relevantes del destino y contar con fotografías llamativas. No solo obtener página web sino contar con diferentes redes sociales garantizando la captación del cliente. También se debe de contar con un mercado específico y apuntar al segmento objetivo, relacionarse con agencias turísticas del sector o empresas hoteleras para una mejor captación. **(Caltur, 2013)**

✓ **Exigencias para una exitosa captación de clientes**

Contar con un sistema de base de datos actualizados. Cada vez que se dé el ingreso al buscador de la página web se registren los nombres, dirección, teléfono, el país de residencia. Estos pasos va a permitir tener una conexión interna con los cliente objetivo, para ello se debe de contar con personas capacitadas en el área de ventas y en áreas de márketing cuya misión se encuentren actualizando la base de datos poniendo en los primeros lugares en el buscador de google, por lo tanto permitirá una mayor captación de pasajeros. **(Caltur, 2013)**

✓ **Información y Asesoría al Cliente**

Mantener las informaciones claras para poder transmitirlo al cliente sobre las características del producto, destino, proveedores. Uno de los puntos claves es que el personal debe de manejarlo de la forma fácil. Sin embargo para conseguir un asesoramiento eficaz se debe de contar con tres pasos a seguir; producto turístico de acuerdo a sus necesidades, preparación del personal del área competente, contar con variedades de productos en la que el cliente podrá elegir. **(Caltur, 2013)**

✓ **Venta del servicio**

Los productos o servicio a ofrecer en su mayoría es casi lo mismo, finalmente el cliente es quien decidirá a que empresa comprar el producto, las diferencias de los productos de una u otra empresa son mínimas. Por ejemplo una de ellas es el trato que se les da al momento de la atención, el asesoramiento al brindar cualquier información, las respuestas inmediatas y hacerles sentir como un cliente único. Eso detalles son esenciales para entrar a la competitividad del mercado. **(Caltur, 2013)**

✓ **Reserva de servicios**

Es aquí en donde las agencias de viajes y turismo se encuentran relacionada con el proveedor al brindar algún servicio. Las empresas turísticas deben de anticipar alguna reserva a su proveedor ya que esto no se verá como una improvisación a la actividad. Se debe de tener en consideración que toda reserva realizada se debe de aplicarse mediante documento escrito ya que se garantizara y no existan informalidades al adquirir algún servicio pudiendo ejecutarse también por medios de programas en la internet. **(Caltur, 2013)**

✓ **Operación del servicio y seguimiento**

En la operación de servicio dependerá de cada empresa turística, líneas aéreas, empresas de transportes, etc. Cada una de ellas debe de tomar en consideración una política concisa y practica con sus proveedores al recibir un servicio, por lo que deben de estar en contacto con ellos mediante llamadas telefónicas, correos por motivos de no perder la comunicación y estar seguro que los proveedores estén brindado servicio adecuado al

consumidor, en caso de grupos grandes mandar a un supervisor e inspeccionar que todo los servicios prestado sean correctas y si es que se presenta algún altercado tratar de solucionarlo en ese momento. **(Caltur, 2013)**

✓ **Control de Calidad**

Control de calidad es lo que muchas empresas no logran desarrollarlo de una manera clara, por lo que se basan más al producto final fijándose en la selección de los defectos de los productos malos a bueno. Este es un principio de debilidad que se debe de corregir. Lo correcto de todo ello es concentrándose en el proceso del producto y no esperar a estropear de las cuales se garantizara el control de calidad en el producto. **(Caltur, 2013)**

✓ **Seguimiento post venta**

Es una de las etapas donde podemos fidelizar a nuestros clientes en una próxima venta. Son herramientas y estrategias de cada empresa turística en hacer detalles para su cliente como por ejemplo en las bases de datos queden registrado sus datos personales del cliente donde puedan estar en contactos y sorprenderlos ofreciéndole un plus extra fuera del servicio vendido, pudiéndole darle detalles por el día sus cumpleaños, bodas o cualquier día importante del cliente. Estos detalles sorprenderán mucho al consumidor por lo que sería punto estratégico de superar de fidelizar a nuestros clientes. **(Caltur, 2013)**

✓ **Funciones de tesorería**

Una de las funciones donde se realizan los cobros y pagos de impuestos a entidades competentes a ley. Contar con personal en dominio en departamento de contabilidad. Realizar adecuadamente los gastos con el tema de logística y otros gastos menores que presenta la empresa, elaborar

los estados financieros para ver los resultados si es que se presencia pérdida o ganancia. **(Caltur, 2013)**

✓ **Funciones de marketing**

Área donde las empresas deben de poner mayor énfasis para el manejo adecuado en el departamento de marketing. Algunas empresas turísticas cometen el error que el responsable lo tienen el jefe o el área de venta. Esto se interpreta como una debilidad en la publicidad para la empresa por lo que se debe de buscar opciones para una mejora ya que esta área se desarrolla como una pieza importante. **(Caltur, 2013)**

✓ **Manejo de recursos humanos**

Cada agencia debe de tener un plan adecuado para la selección, entrenamiento y capacitaciones. Ya que el recurso humano es uno de las funciones más importante que cuenta la empresa y gran parte de ello tienen contacto directo con los clientes. Tener en claro que los servicios que se vende son emociones, experiencia; algunos clientes se sienten inseguro cuando un personal de la empresa no brinda una adecuada información de las cuales se genera debilidad para muchas agencias turística. Para ello los personales deben de recibir constante capacitaciones de servicio al cliente e Incluso algunas empresas envían a un supervisor a inspeccionar al personal del área encargado si está cumpliendo con todos los parámetros o los roles que se les brinda a cada uno. El recurso humano es el área indispensable de una empresa, no debe de tener descuido ya que se arriesgaría a perder esa fidelización de los pasajeros, es por eso que cada agencia o empresa turística tengan en constante preparación al personal para brindar cualquier servicio a tratar. **(Mincetur, 2013).**

2.3.1.5 Definiciones de Empleabilidad según autores

- ✓ La empleabilidad es la combinación de aptitud y habilidades, requisitos esenciales para ser competitivo, no solo en esos dos factores también incluye generar ambientes laborales con su entorno. **(Drucker 1999) (Gomez Vélez, 2012, pág. 66)**

- ✓ Nefra nos da entender de la empleabilidad sobre aquella persona que cuenta con ciertas habilidades para ocupar un puesto en una determinado área y en un tiempo dado. **(Spinosa, 2005) (Gomez Vélez, 2012, pág. 66)**

- ✓ “Se retoma una visión más sociológica y organizacional. Ellos afirman que la empleabilidad se aprecia como un nuevo mecanismo de protección en el mercado laboral, al proveer a los empleados la posibilidad de obtener un empleo en caso de pretenderlo y necesitarlo” **(Gamboa 2007) (Gomez Vélez, 2012, pág. 67)**

- ✓ “La empleabilidad surge como un concepto clave, el cual Thijssen define como un conjunto de factores relacionados con el contexto y con el individuo, que influyen de forma determinante en su posición futura en el mercado laboral” **(Spinosa, 2005) (Gomez Vélez, 2012, pág. 66)**

- ✓ En este contexto nos explica sobre la empleabilidad que antiguamente se lo conocía como enfoque tradicional del empleo. Pero en estos tiempos están optando más por las habilidades y por los conocimientos adquiridos en la parte académica siendo un requisito más completo. **(Mathieson & Wal F. &., 2008)**

2.3.1.6 Empleo directo, indirecto e inducido en turismo

“Empleo directo: resultado de los gastos de los visitantes en instalaciones turísticas de un determinado lugar, con el propósito de satisfacer sus necesidades durante su estancia” **(Mathieson & Wall, 1997)**

“Empleo indirecto: generado como gasto en empresas de otros sectores involucrados al turismo, por ejemplo: Comercio turístico local (artesanía, entre otros), empresas de publicidad” **(Mathieson & Wall, 1997)**

“Empleo inducido: como resultado del gasto de los residentes locales de los ingresos procedentes del turismo: el comercio detallista, transportes, servicios públicos, el sector agrario” **(Mathieson & Wall, 1997)**

El empleo turístico directo es el que atiende las necesidades del consumo de los turistas durante su visita. Así se plantea que el empleo indirecto es el que proporciona los bienes y servicios que necesitan las entidades de producción que satisfacen las peticiones de la demanda turística. **(Figueroa, 1998)**

“El empleo indirecto es aquel generado en sectores que sólo viven en parte del turismo. Este es el caso de la administración local, provincial, comercio turístico local (artesanía, entre otros), empresas de publicidad” **(Eurostart, 1999)**

“El empleo inducido es aquel producido en sectores cuya demanda se ve incrementada por el turismo y por la población local que trabaja en turismo. Tal es el caso de la construcción, los transportes, las comunicaciones, los servicios básicos, la agricultura”. **(Eurostart, 1999)**

“En este contexto se demuestra de dos maneras: la actividad turística primaria que incluye el alojamiento transporte y la alimentación. La secundaria se muestra como otras empresas que prestan servicios con fines turísticos”. **(Eurostart, 1999)**

2.3.1.7 Impacto del turismo en el empleo

“La Organización Mundial del Turismo pronostica que el número de turistas internacionales ascenderá a casi 1,6 miles de millones en el año 2020 (versus los 565 millones reconocidos en 1995) y que los ingresos por turismo internacional superarán los 2.000 millones de dólares” **(OMT, 2001)**.

“En 1995, los viajes y el turismo aportaron empleo directo e indirecto al 10,7% de la fuerza de trabajo del mundo y en la Unión Europea (en adelante UE.) Esta cifra sube hasta el 13,2%.”

“1997 estima que en el conjunto de la Unión Europea el turismo emplea a cerca de 8 millones de trabajadores constituyendo, el empleo directo en este sector, el 6% del empleo total”

Uno de los impactos que se presenta por esta actividad, son la precariedad y la estacionalidad que se da principalmente en zonas alejadas. Sin embargo es oportunidad para muchas personas locales mujeres y varones pudiendo desarrollarse la actividad turística en cualquier espacio que se presente algún potencial en el área. **(Szmulewicz, 2008, pág. 19)**

2.3.1.8 Perfil de recurso humano en el sector turístico

La cualificación siendo una herramienta importante para adquirir viajes placentero. Algunas empresas prefieren tener personal conocido para laborar en la empresa, sin embargo esta etapa es considerada la más importante por la actividad turística.

“El 27% de los titulados en turismo en los últimos 10 años trabajan en agencias de viajes y el 20 % lo hace en hoteles y restaurantes”. **(Szmulewicz, 2008, pág. 23)**

2.3.1.9 Condiciones laborales en el sector turístico

“El autor señala que una característica del sector turismo es su imagen de atractivo y accesibilidad, elementos que se atribuyen a la diversidad de

organizaciones y a la facilidad en la entrada debido a esta variedad y a la baja capacitación necesaria” (Szmulewicz, 2008, pág. 24)

- El turismo se presenta como una actividad que generan empleos a la gente local
- Es considerado un sector apropiado para realizar actividad turística.

2.3.1.10 Empleo en el sector turismo en España

“El país donde el turismo tiene mayor importancia, dentro de la Unión Europea en términos de empleo, es España, donde el sector representa directamente el 12,0%, de la población activa a nivel nacional” (IET, 2003). Por lo tanto esta situación no solo beneficia a la población local también para los inmigrantes que desarrollan la actividad mejorando su calidad de vida.

Uno de los lugares donde el turismo se transforma como la fuente económica más importante para el país representando el 12 % del producto bruto interno. (Szmulewicz, 2008, pág. 28)

2.4 Definiciones De Términos

Actividad turística: “La destinada a prestar a los turistas los servicios de alojamiento, intermediación, alimentación, traslado, información, asistencia o cualquier otro servicio relacionado directamente con el turismo” (Plan Estratégico Nacional de Turismo, 2016)

Agencia de Viajes y Turismo: “Persona natural o jurídica que se dedica en forma exclusiva al ejercicio de actividades de coordinación, mediación, producción, Promoción, consultoría, organización y venta de servicios turísticos, pudiendo utilizar medios propios o contratados para la prestación de los mismos” (Mincetur, 2004)

Agencia de Viajes y Turismo Mayorista: “Es aquella que proyecta, elabora y organiza todo tipo de servicios turísticos y viajes para ser ofrecidos a otras

Agencias de Viajes y Turismo, no pudiendo ofrecer ni vender sus productos directamente al turista” **(Mincetur, 2004)**

Agencia de Viajes y Turismo Minorista: “Aquella que vende directamente al turista pasajes y/o servicios turísticos no organizados; comercializa el producto de los Operadores de Turismo y de las Agencias de Viajes y Turismo Mayoristas. La Agencia de Viajes y Turismo Minorista no puede ofrecer sus productos a otras Agencias de Viajes y Turismo” **(Mincetur, 2004)**

Administración Turística: “Recursos naturales y/o artificiales de un lugar de manera óptima dando un equilibrio y cuidado de los mismos, lo cual proporciona un bienestar económico a los involucrados, como son trabajadores y empresarios, además que los visitantes llevan como recompensa el conocimiento del lugar que se visita” **(Maldonado Alcantará, Selena, 2012)**

Área de marketing: Es quien lleva sobre la responsabilidad necesaria para llegar a los objetivos de una empresa relacionado con el departamento de marketing, área indispensable que se promociona todos los productos en base al servicio que se ofrece **(D.C, Yolanda, 2012)**

Área de recepción: El autor nos menciona en este contexto que el personal debe contar con mucha responsabilidad y cumplir con las políticas de la empresa, recepcionar a los huéspedes es ahí donde debemos de impresionar dándole un trato amable al realizar el cheking y el check out, estar pendiente cada vez que el huésped lo solicite. Cumplir con los sistemas de la empresa. **(Fortaleza García, 2008)**

Área de transfer: Es el traslado de un grupo de personas a un lugar distinto a su espacio geográfico explicándole de forma precisa y clara sobre alguna historia relacionado del lugar a visitar brindándole todas las recomendaciones específicas al pasajero sobre la actividad **(Fachse, 2007)**

Clase: “Modalidad bajo la cual la Agencia de Viajes y Turismo presta sus servicios, de acuerdo a la clasificación establecida en el artículo 2° del presente Reglamento Empleabilidad laboral” **(Mincetur, 2004)**

Ecoturismo: “Viajes ambientalmente responsables a las áreas naturales, con el fin de disfrutar y apreciar la naturaleza (y cualquier elemento cultural, tanto pasado como presente), que promueva la conservación, produzca un bajo impacto de los visitantes y proporcione la activa participación socioeconómica de la población local” **(Cacho Guevara, s.f.)**

Empleo directo: “resultado de los gastos de los visitantes en instalaciones turísticas de un determinado lugar, con el propósito de satisfacer sus necesidades durante su estancia” **(Mathieson & Wal F. &., 2008, pág. 16)**

Empleo indirecto: “generado como gasto en empresas de otros sectores involucrados al turismo por ejemplo: Comercio turístico local (artesanía, entre otros), empresas de publicidad” **(Mathieson & Wal F. &., 2008, pág. 16)**

Empleo inducido: “como resultado del gasto de los residentes locales de los ingresos procedentes del turismo: el comercio detallista, transportes, servicios públicos, el sector agrario” **(Mathieson & Wal F. &., 2008, pág. 16)**

Encuestas: “es una investigación que se realiza porque obtiene información cuantitativas y cualitativa referente a un espacio” **(Ferrando, s.f., pág. 2)**

FAM Trip: “Termino en inglés para referirse a un viaje de familiarización. Es una tarifa de viaje reducida o gratuita ofrecida a profesionales de viaje para que conozcan un destino, atracción u hotel con el fin de que después lo vendan a sus clientes” **(Cacho Guevara, s.f.)**

Intermediador: “un factor principal en el área de las cuales Procura clientes y ventas como agente autorizado, para los productos y componentes turísticos ofertados por los proveedores, a precios y condiciones convenidos previamente” **(Ballesteros Coello, 2012)**

Inspector: “Funcionario o servidor público autorizado por el Órgano Regional Competente, para desarrollar las acciones de verificación y supervisión previstas en el presente Reglamento” **(Mincetur, 2004)**

Número de arribos: “Es la cantidad de personas o huéspedes que se alojaron en un establecimiento de hospedaje, debidamente inscrito en el Registro de Huéspedes y distribuido según el tipo de habitación que utilizaron” **(Snip, 2011, pág. 13)**

Número de pernoctaciones: “Es la cantidad de noches que un huésped permanece o está registrado en un establecimiento de hospedaje” **(Snip, 2011, pág. 13)**

Operador de Turismo: “Aquél que proyecta, elabora, diseña, organiza y opera sus productos y servicios dentro del territorio nacional, para ser ofrecidos y vendidos a través de las Agencias de Viajes y Turismo Mayoristas y Agencias de Viajes y Turismo Minoristas, pudiendo también ofrecerlos y venderlos directamente al turista” **(Snip, 2011, pág. 14)**

Producto turístico: “Conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos, atractivos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos, para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística “ **(Snip, 2011, pág. 16)**

Sistema de distribución global: "Sistema Global de distribución". Son sistemas tecnológicos utilizados principalmente por las agencias de viajes para reservar vuelos, habitaciones de hotel, renta de autos. En otras palabras, sirven como "compilador" de servicios y las agencias de viajes. Los GDS más reconocidos son: Sabre, Travelport y Amadeus”(Cacho Guevara, s.f.)

Turismo: “Comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes, distintos a su entorno habitual por un período inferior a un año, ya sea por negocios o con fines de ocio” **(Snip, 2011, pág. 11)**

Turismo emisor: “El realizado por nacionales en el exterior” **(Mincetur, 2004)**

Turismo interno: “El realizado dentro del territorio nacional por turistas domiciliados en el país” **(Mincetur, 2004)**

Turismo receptor: “El realizado dentro del territorio nacional por turistas domiciliados en el exterior” **(Mincetur, 2004)**

CAPITULO III: METODOLOGIA DE INVESTIGACION

3.1 Tipo de estudio

Aplicada: Es una investigación aplicada, porque se utilizan conocimientos en la práctica, para aplicarlo en este caso, se evaluará los Empleos Generados por la Actividad Turística en las Agencias de Viajes y Turismo en la ciudad de Puerto Maldonado 2018”.

No experimental: Porque el investigador observa los fenómenos tal y como ocurren naturalmente sin intervenir en su desarrollo.

3.2 Diseño del estudio

Descriptiva, correlacional y de corte transversal.

Descriptivo: Porque se describirá los tipos de empleos generada por la actividad turística.

Correlacional: Porque describe y predice como están relacionados las variables entre sí. Por lo que se pretende medir la relación que existe entre las agencias de viajes y turismo ubicadas en el boulevard de la ciudad de Ciudad de Maldonado.

De Corte transversal: Porque la recolección de los datos se realiza en un solo momento, en un tiempo único, y además la obtención de datos se realizará directamente.

3.3 Población y muestra

Tabla n°02: Número de Agencias de Viajes y Turismo registradas en Director

AGENCIA DE VIAJES TURISTICAS REGISTRADAS EN DIRCETUR			
		CATEGORIAS	
Provincias		OPERADORES	MINORISTAS
Manu	07	06	1
Tambopata	60	52	8
Tahuamanu	1	1	
Total	68	59	9

Elaboración propia.

Población:

Número de agencias de viajes y turismo en la provincia de Tambopata. Existe un total de 60 entre ellas operadores y minoristas.

3.4 Métodos y técnicas

3.4.1 Método

3.4.1.1 Tipo de muestra

No probabilístico por que la elección de la muestra depende del investigador para ello tomó un 25% del total, que hace un total de 15 agencia de viajes y turismo en Puerto Maldonado. De las cuales en la muestra del proyecto de investigación se tomó 15 agencias de viajes y turismo formales y/o en proceso de formalización de las cuales la mayor parte de estudio del trabajo de campo se realizó en el boulevard, lugar apropiado de captación de turistas para llevar a cabo dicha actividad.

Los métodos utilizados en la tesis tuvieron una base científica, se ha seleccionado de acuerdo a las características de la investigación y estos son:

Método inductivo: estos métodos contribuyen a la investigación en sus diferentes etapas. En la elaboración del proyecto relacionada con teorías y antecedentes, formación de hipótesis y en la presentación final de la investigación ligada. “Empleos que se generan por la actividad turística en las agencias de viajes y turismo en la ciudad de Puerto Maldonado 2018”

Método analítico: este método es importante en la fase de la revisión de la literatura y para el procesamiento y análisis de los resultados obtenidos en el campo.

3.5 Tratamiento de los datos

El análisis de datos obtenidos en la aplicación de encuestas se ha procesados en Microsoft Excel

La técnica a utilizarse será la observación, análisis de contenidos, documentos oficiales, reportes estadísticos e institucionales de los casos seleccionados, etc.

Por otro lado, se aplicará una encuesta mediante un cuestionario de preguntas cerradas y entrevistas abiertas a las agencias de viajes y turismo en la ciudad de Puerto Maldonado 2018

Tabla n° 03: Técnicas, Instrumento, Aplicación

Técnicas	Instrumentos	Aplicación
Observación directa	Encuestas	Agencias de viajes y turismo
	Fichas de cotejo	En las actividades programadas
Revisión documentaria	Lista de proveedores	Proveedores

Elaboración propia

CAPITULO IV: RESULTADOS DEL TRABAJO DE INVESTIGACION

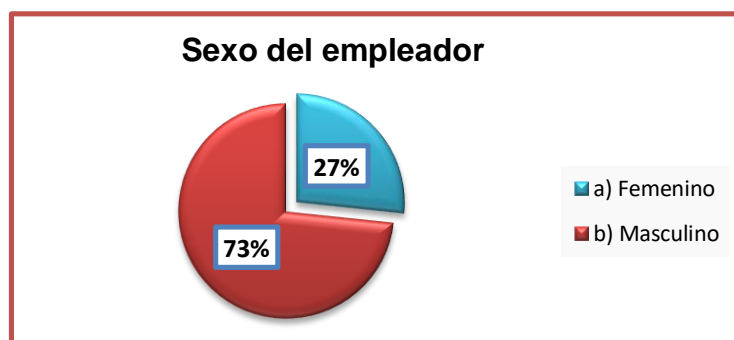
Presentación y análisis de resultados

La investigación tuvo por finalidad determinar los Empleos Generados por la Actividad Turística en las Agencias de Viajes y Turismo en la ciudad de Puerto Maldonado.

En total 15 agencias de turismo tomamos como muestra para llevar a cabo el proyecto de investigación, principalmente enfocados a los colaboradores de oficinas de las agencias de viajes y turismo y, en algunos albergues involucrados. La aplicación de los instrumentos se fue tomada en el boulevard de la ciudad de Puerto Maldonado. De las cuales la encuesta consta de dos tipos (A - B), uno de ellos tiene relación directamente con el empleador (A) y el siguiente enfocado al empleado de las diferentes áreas (B). Por lo tanto, se obtuvo el siguiente resultado.

Encuesta (A)

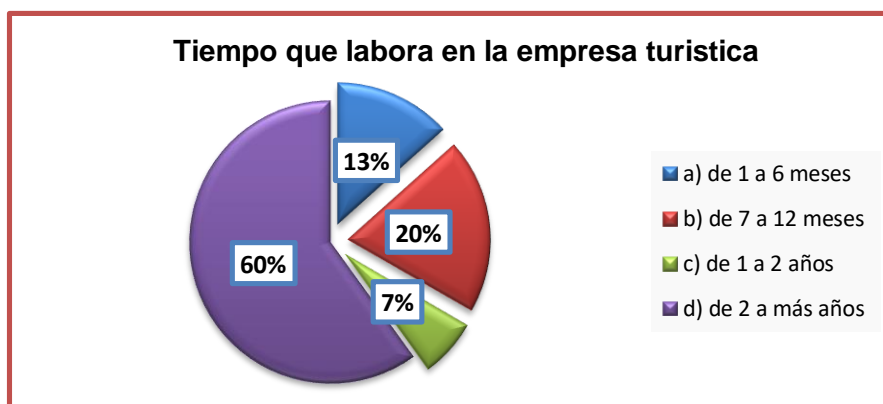
- **Gráfico 01:** Sexo del empleador



Elaboración propia

Del gráfico N° 01 se interpreta que el 73%(11) de los empleadores que laboran en las agencias de viajes y turismo de Puerto Maldonado son de sexo masculino, así mismo el 27%(4) son de sexo femenino.

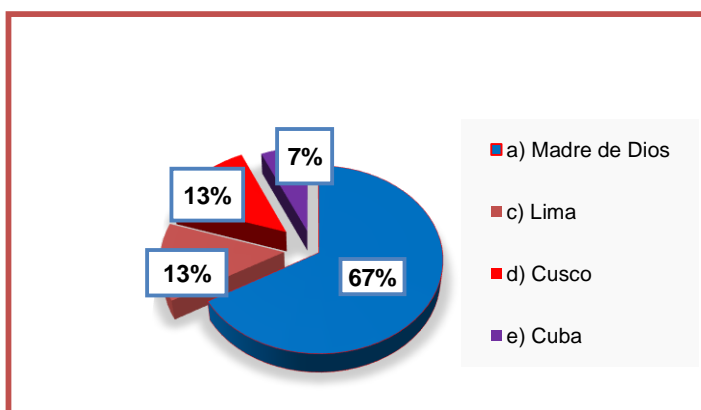
- **Gráfico 02:** Tiempo que labora en la agencia de viaje y turismo



Elaboración propia

Del gráfico N° 02 se interpreta que el 60% (9) de los empleadores que laboran en las agencias de viajes y turismo tienen 2 a más años de permanencia en la empresa, y el 33% de las agencias (5) nos indica que vienen desarrollando la actividad turística menos de 12 meses, así mismo el 7% (1) manifiesta que están desarrollando la actividad turística entre 1 y 2 años.

- **Gráfico 03:** Procedencia del empleador.

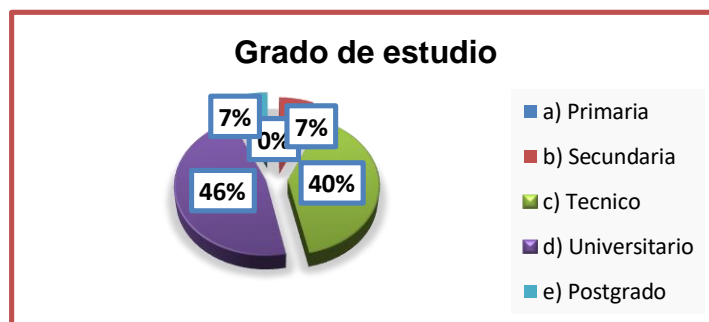


Elaboración propia

Del gráfico N° 03 se interpreta que el 67%(10) del personal que vienen laborando en las agencias de viajes y turismo, proceden del Departamento de Madre de Dios, esto nos indica que las agencias, si brindan oportunidad de trabajo a los profesionales de la región y así contribuir en su calidad de

vida. Así mismo El 26%(4) afirman que proceden de Lima y Cusco y finalmente se deduce que el 7%(1) procede de nacionalidad extranjera (cuba).

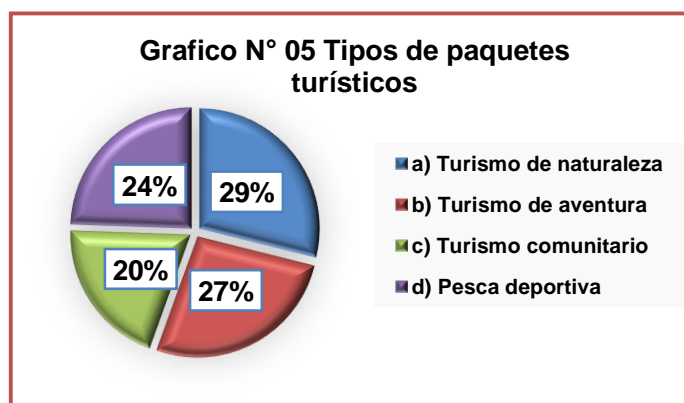
- **Gráfico 04:** Grado de estudios



Elaboración propia

Del gráfico N° 04 se interpreta que el 46% (7) de las agencias turísticas de Puerto Maldonado nos indica que el empleador cuenta con un grado universitario, la cual puede garantizar a que la empresa pueda desarrollar su actividad con efectividad y profesionales de la rama. Por otro lado, El 40% (6) son de nivel técnico, así mismo el 14% (2) cuenta con estudios secundarios y de post grado respectivamente, por ende, las agencias nos garantizan que cuentan con personal preparado y de experiencia en el campo de la actividad turística.

- **Gráfico 05:** Tipos de paquetes turísticos

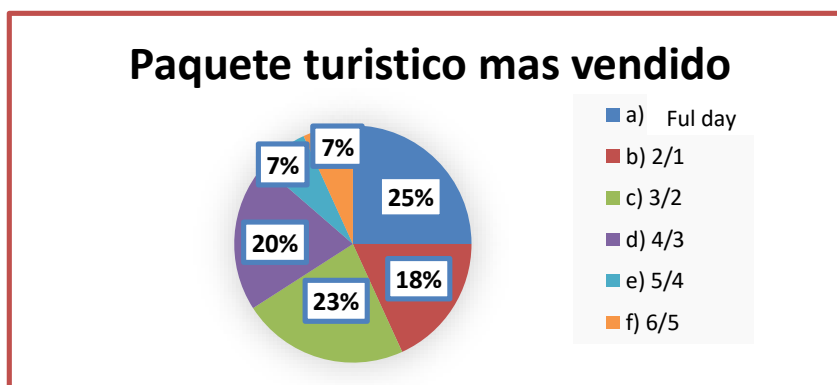


Elaboración propia

Del gráfico N° 05 se interpreta que el 76%(12) de las agencias de viajes y turismo de Puerto Maldonado ofrecen principalmente paquetes turísticos como la actividad de naturaleza, aventura y pesca recreativa. Una de las

actividades con mayor demanda por los turistas es el turismo de naturaleza que nos visitan durante la temporada alta de (junio – noviembre). Así mismo se deduce que el 24%(3) ofertan paquetes turísticos de turismo comunitario, principalmente lo desarrollan en comunidades nativas como por ejemplo en infierno y palma real.

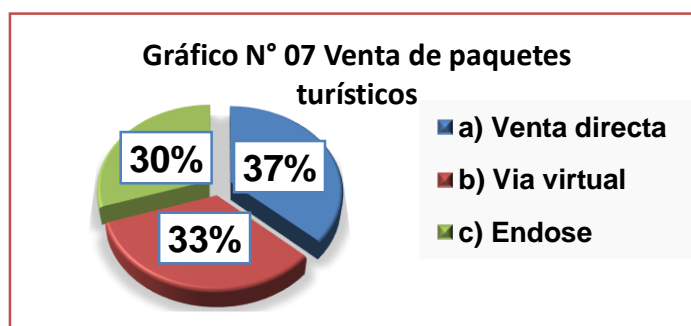
- **Gráfico 06:** Paquetes turísticos más vendidos durante la temporada alta.



Elaboración propia

Del gráfico N° 06 se interpreta que los paquetes turísticos más vendidos en la temporada alta entre (junio – noviembre) son: full Day, 3días / 2noches y 4 días / 3noches que representa el 68% (11) y el 32% (4) venden los paquetes turísticos de 2días / 1noche, 5días / 4noches y 6días / 5noches respectivamente.

- **Gráfico 07:** Venta de paquetes turísticos



Elaboración propia

Del gráfico N° 07 se interpreta que el 37%(7) de las 15 agencias de viajes y turismo encuestadas en la ciudad de Puerto Maldonado nos indica que sus ventas de paquetes turísticos lo realizan por vía directa. Así mismo el 33%(5)

lo realizan por vía virtual. Por último, el 30%(3) es manejado por endose, quiere decir captación de pasajeros mediante otros operadores.

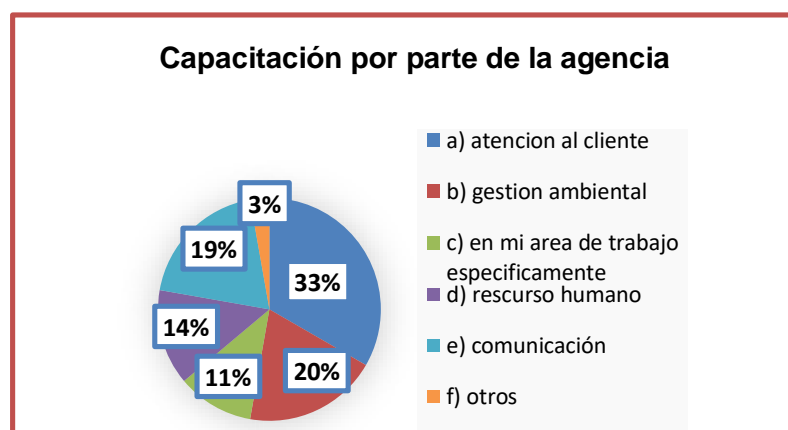
- **Gráfico 08:** Permiso del Sernanp para operar en la Reserva Nacional de Tambopata



Elaboración propia

Del gráfico N° 08 se interpreta que el 67%(10) de las agencias de viajes y turismo cuentan con el permiso para el ingreso a la Reserva Nacional de Tambopata, de las cuales les permite desarrollar sus actividades turísticas de manera formal y el 33%(5) no cuentan con el permiso para el ingreso a la Reserva Nacional Tambopata, sin embargo desarrollan sus actividades con normalidad con el permiso de otras agencias turísticas, de las cuales pagan un porcentaje que se da mensualmente por el servicio prestado.

- **Gráfico 09:** Capacitación y/o temas por parte de la agencia de viaje y turismo.

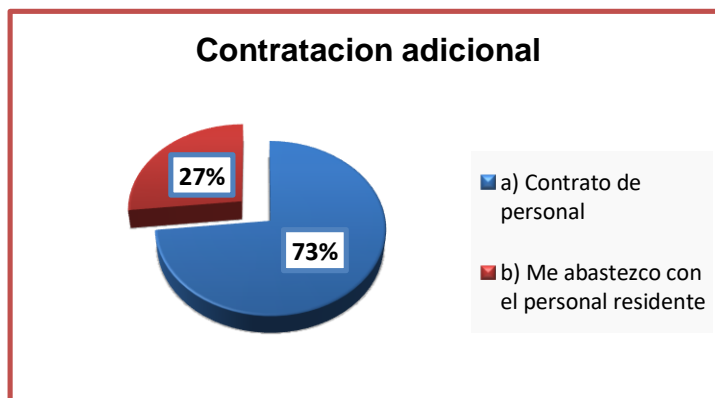


Elaboración propia

Del gráfico N° 09 se observa que el 72%(11) de las agencias de viajes y turismo están capacitando a sus empleadores sobre temas de atención al cliente, comunicación y gestión ambiental que se realizan cada 2 veces al

año. Así mismo el 28%(4) son capacitados sobre temas que concierne en su área de trabajo, recurso humano y en otros que figura primeros auxilio.

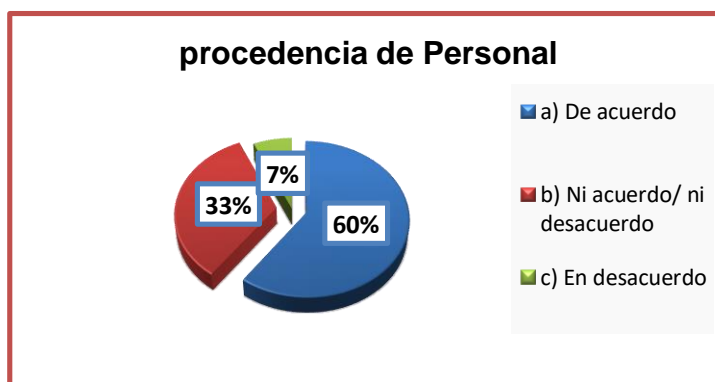
- **Gráfico 10:** Contratación de personal adicional en temporada alta



Elaboración propia

Del gráfico N° 10 se interpreta que el 73%(11) de las agencias de viajes y turismo necesitan contratar personal adicional en temporada alta (junio - noviembre) ya que no se abastecen con el personal residente. Mientras tanto el 27%(4) de las agencias turísticas si se abastece con el personal residente y por ende no requiere contratar personal adicional en la temporada alta.

- **Gráfico 11:** Procedencia del personal que labora en las agencias de turismo

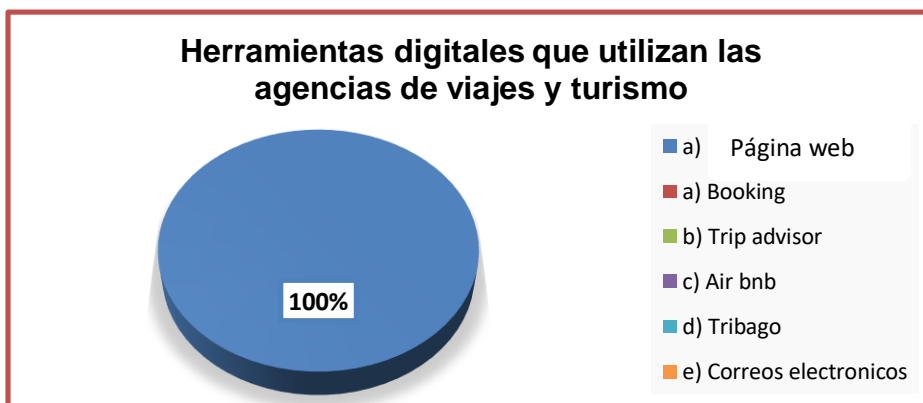


Elaboración propia

Del gráfico N° 11 se interpreta que el 60%(9) de las agencias de viajes y turismo está de acuerdo en contratar personal de la misma zona, de las cuales esto nos demuestra que hay un grado de importancia en los profesionales de Puerto Maldonado. El 33%(5) de las agencias turísticas

respondieron ni acuerdo / ni desacuerdo en contratar personal de la localidad o de otros lugares y el 7%(1) respondió en desacuerdo ya que su aporte fue que todos tenemos derecho a una remuneración.

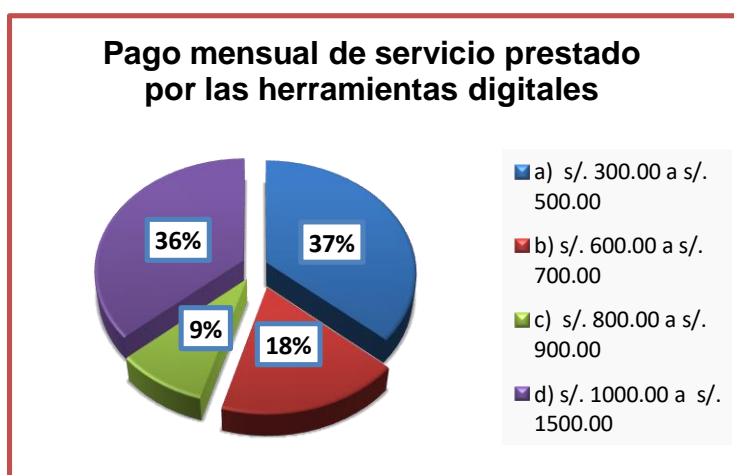
- **Gráfico 12:** Herramientas digitales que utilizan para promocionar paquetes turísticos.



Elaboración propia

Del gráfico N° 12 se interpreta que el 100% las agencias de viajes y turismo usan como opción principal, la herramienta de páginas webs para comercializar los paquetes turísticos, así como las redes sociales como Booking, Trip advisor, Air bnb, tribago, Correos electrónicos y Facebook.

- **Gráfico 13:** Pago mensual por los servicios prestado de herramientas digitales.

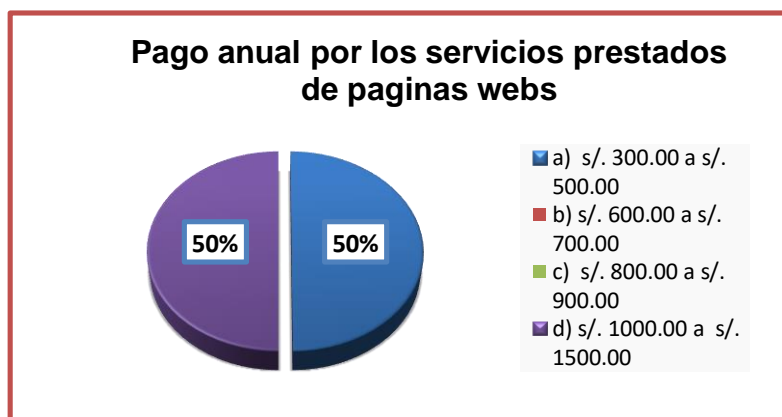


Elaboración propia

Del gráfico N° 13 se interpreta que el 37% (6) de las agencias turísticas respondieron que el pago mensual de los servicios prestados de

herramientas digitales es de s/ 300.00 a s/ 500.00, mientras que otras agencias pagan s/ 1000.00 a s/ 1500.00 mensual que se deduce en un 36% (5). Así mismo el 27%(2) afirma que su pago es de s/600.00 a s/700.00 y de s/800 a s/900 pagos de otros operadores turísticos. Así mismo las inversiones que las agencias de viajes y turismo realizan, son con fines de marketing. Por ende, las herramientas o las redes sociales que están involucradas en ello son: trip advisor, booking, airbnb, tribago. Que los pagos se realizan principalmente de manera mensual muy diferente al servicio de páginas webs que se da anualmente.

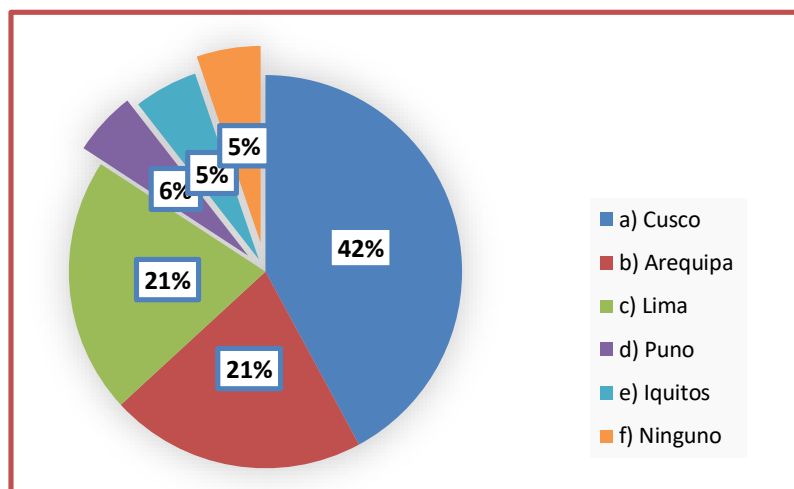
- **Gráfico 14:** Pago anual por los servicios prestados de páginas webs



Elaboración propia

Del gráfico N° 14 se interpreta que el 50% (1) de las agencias de viajes y turismo encuestadas en Puerto Maldonado realizan sus pagos anuales de /300.00 a s/500.00 por los servicios prestados de herramientas digitales y la otra mitad que figura el 50%(1) el pago es de 1000.00 a s/1500.00 anualmente. Eso nos da entender que cada agencia de viaje y turismo realizan diferentes pagos.

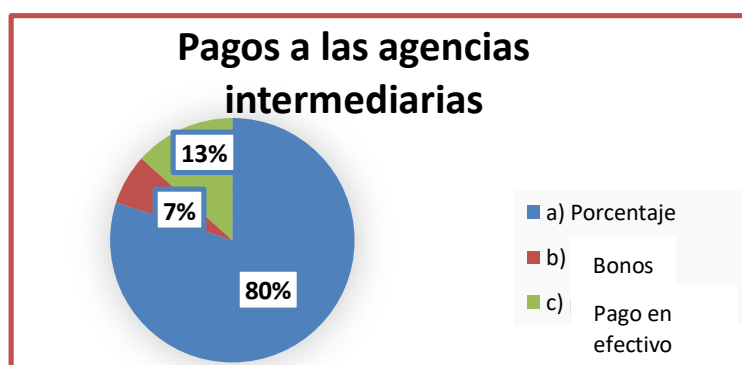
- **Gráfico 15:** Intermediario o sucursal que ofertan los paquetes turísticos fuera de tu localidad



Elaboración propia

Del gráfico N° 15 se interpreta que el 42%(6) de las agencias de viajes y turismo de la ciudad de Puerto Maldonado cuenta con intermediarios en la ciudad de Cusco, así mismo el 42%(6) cuentan en Arequipa y Lima. De las cuales esto permite a que las agencias de viajes puedan tener una mayor ventaja en promocionar sus paquetes turísticos fuera de la zona. Así mismo 16%(3) cuentan con intermediarios Puno e Iquitos incluyendo a las agencias turísticas nuevas que promocionan solo en su zona.

- **Gráfico 16:** Pago que recibe la agencia intermediaria por ofertar tus paquetes turísticos.

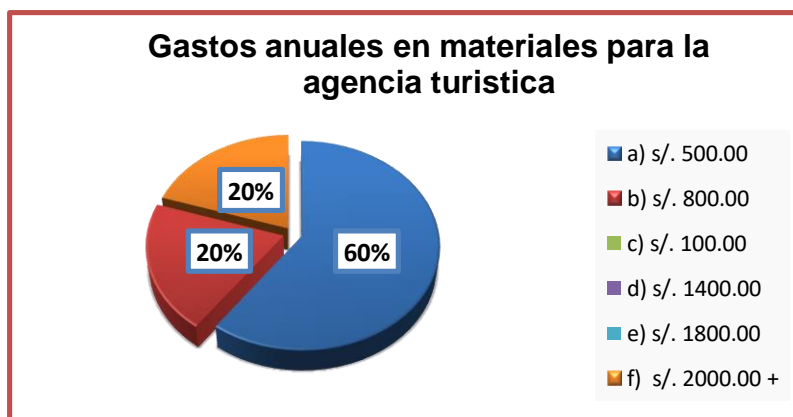


Elaboración propia

Del gráfico N° 16 se interpreta que el 80%(12) de las agencias de viajes y turismo pagan a sus intermediarios o sucursales en porcentajes ya que es una política o un acuerdo interno entre ambos, el 20% realizan los pagos en

efectivo y en bono, es decir los bonos que pueden ser acumulación de puntos y que al final puedes recibir dinero en efectivo o también esto te permitirá obtener un servicio gratis del tour en el albergue.

- **Gráfico 17:** Gasto aproximado de la agencia de viaje y turismo en materiales para promocionar los paquetes turísticos.



Elaboración propia

Del gráfico N° 17 se interpreta que el 60%(3) de las agencias ´de viajes y turismo para promocionar sus paquetes turísticos invierten s/ 500.00 anuales en materiales como volantes, trípticos, gigantografías tarjetas personales, etc. Así mismo los otros 40 %(2) tienen un gasto de s/800.00 y s/2000.00 que gasta la agencia turística anualmente

- **Gráfico 18:** Gastos en seis meses en materiales de promoción

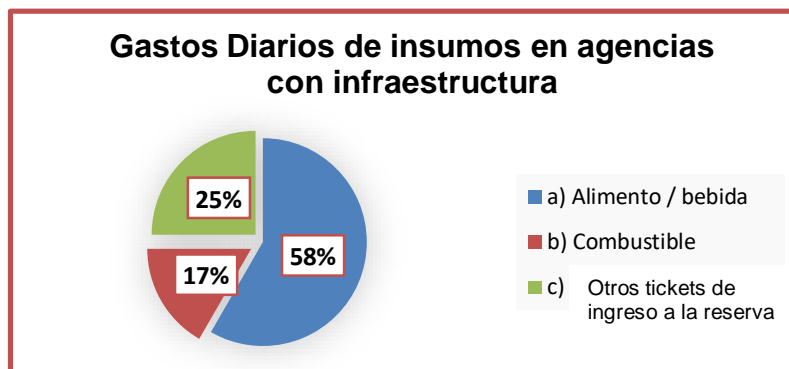


Elaboración propia

Del gráfico N° 18 se interpreta que el 80%(8) de las agencias de viajes y turismo de la ciudad de Puerto Maldonado afirman que tienen un gasto s/1000.00 a s/ 2000.00, invertidos en trípticos, gigantografías, volantes, tarjetas personales, etc. gastos anuales que ayuda a promocionar los

paquetes turísticos. Así mismo las otras agencias de viajes y turismo se evidencia que tienen un gasto de s/500.00 que representa el 20%(2).

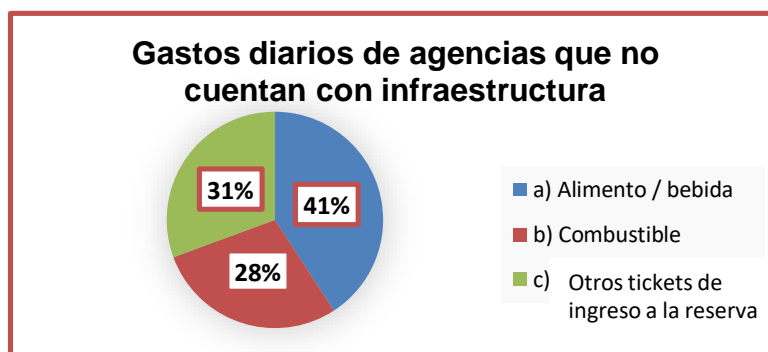
- **Gráfico 19:** Respecto a sus pequeños proveedores locales. Los productos adquiridos en un periodo de gastos diario.



Elaboración propia

Del gráfico N° 19 se interpreta que el 58% de las agencias de viajes y turismo con infraestructura obtienen gastos diarios en alimentos y bebidas valorizados en s/. 800.00. Así mismo los gastos por la compra de tickets de ingreso a la reserva es un 25% que se valoriza a s/.400.00. Finalmente, en servicios de combustibles que representa un 17% se valoriza a s/.300.00. Muy esenciales para desarrollar la actividad turística.

- **Gráfico 20:** Gastos diarios de las agencias de viajes y turismo que no cuentan con infraestructura

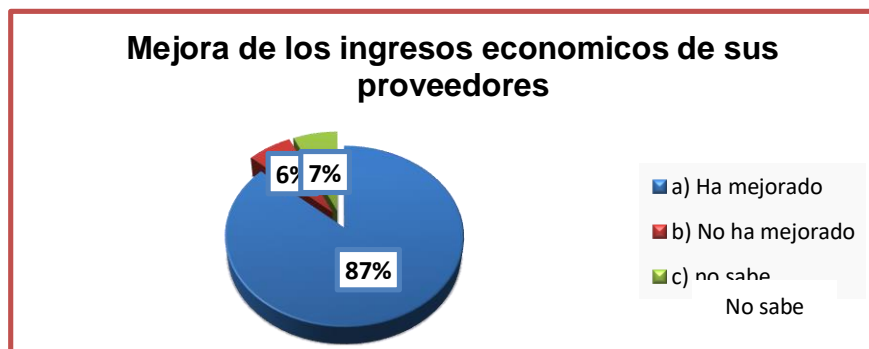


Elaboración propia

Del gráfico N° 20 se interpreta que el 41% de las agencias de viajes y turismo que no cuentan con infraestructura tienen gastos diarios en alimento y bebidas valorizados en s/.200.00. Así mismo el 31% son los gastos que generan las agencias de viajes y turismo por la compra de tickets de entradas a la reserva valorizado en s/.150.00. Finalmente, un 28% de

agencias de viajes y turismo generan gastos en combustibles valorizado en s/.140.00.

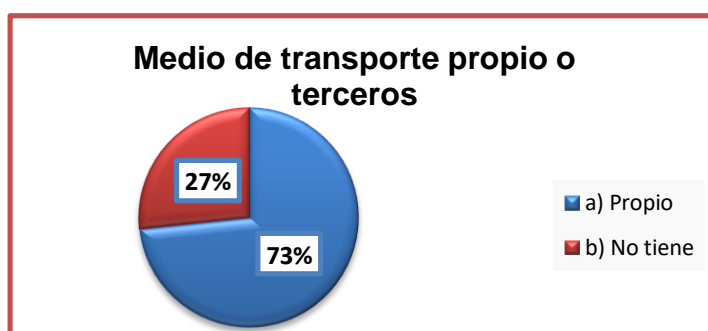
- **Gráfico 21:** Ingresos económico de sus proveedores en los últimos años.



Elaboración propia

Del gráfico N° 21 se interpreta que el 87%(13) de las agencias de viajes y turismo en la ciudad de Puerto Maldonado nos afirman que hay una mejora en su calidad económica de sus proveedores durante estos últimos años por la actividad turística, así mismo El 7%(1) respondió que no saben si mejoró el ingreso económico de sus proveedores en estos últimos años y finalmente el 6%(1) nos indicó que no hubo una mejora en sus ingresos económicos de sus proveedores.

- **Gráfico 22:** Medio de transporte propio o servicio por terceros.

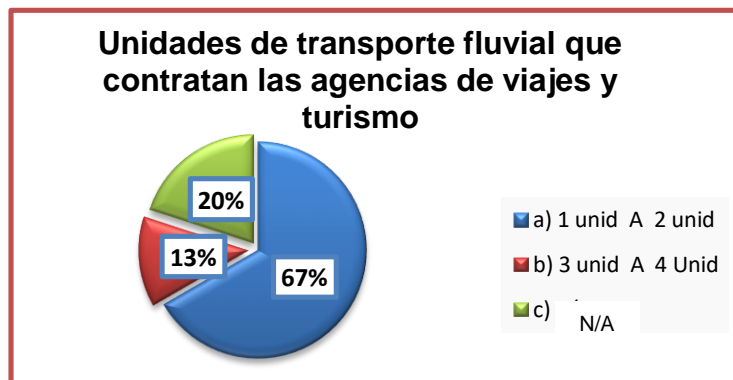


Elaboración propia

Del gráfico N° 22 se interpreta que el 73%(11) de las agencias de viajes y turismo afirman que cuentan con medio de transporte propio entre ellas bote con motor fuera de borda (fluvial) y carro miniban (terrestre) medios de transportes esenciales para realizar la actividad turística. Así mismo el

27%(4) de las agencias de viajes y turismo indicó que no cuentan con medio de transporte propio, utilizando los servicios de terceros generando empleos para las personas de dicho espacio.

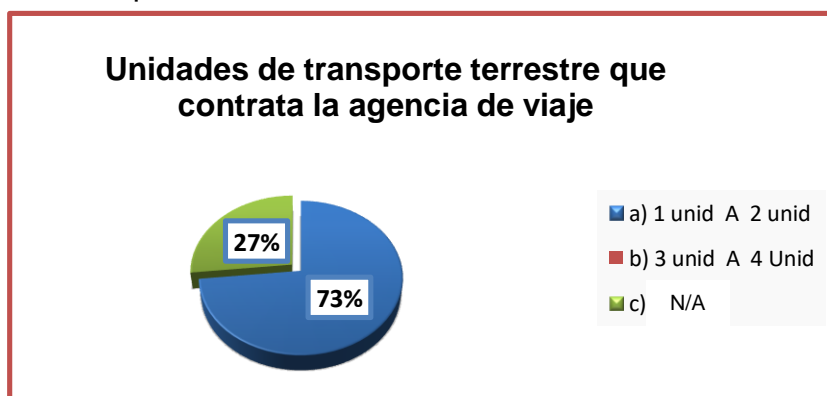
- **Gráfico 23:** Contratación de unidades de transporte fluvial por día en temporada alta.



Elaboración propia

Del gráfico N° 23 se interpreta que el 67%(10) de las agencias de viajes y turismo de Puerto Maldonado afirman que contratan de 1 a 2 unidades de transporte fluvial en temporada alta, (junio - noviembre) ya que no se abastecen con sus medios de transporte propios. Sin embargo, el 20%(3) indicó que no contratan los servicios de transporte fluvial a terceros y finalmente 13%(2) afirman que realizan la contratación de 3 a 4 unidades de transporte fluvial a terceros, esto nos demuestra claramente la generación de empleos indirectos que se presentan durante la temporada alta.

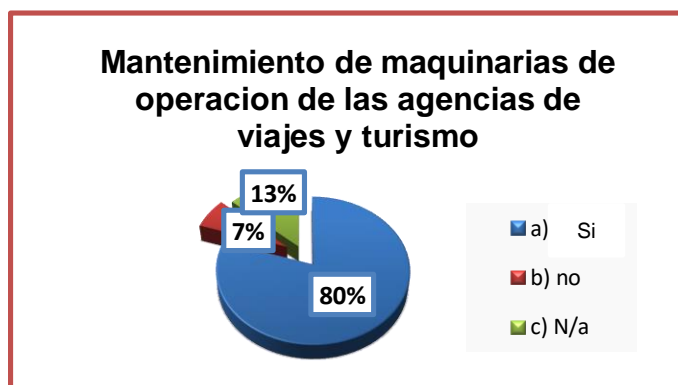
- **Gráfico 24:** Contratación de unidades de transporte terrestre por día en temporada alta.



Elaboración propia

Del gráfico N° 24 se interpreta que el 73%(11) de las agencia de viaje y turismo contratan los servicios de transporte terrestre de 1 a 2 unidades en temporada alta. Así mismo el 27%(4) indicó que no requieren los servicios transporte terrestre a terceros ya que se abastecen con los medios de transporte propio. Por lo tanto se demuestra claramente la generación de empleos para las personas del medio local.

- **Gráfico 25:** Servicio por tercero que les realiza el mantenimiento de sus maquinarias de transporte

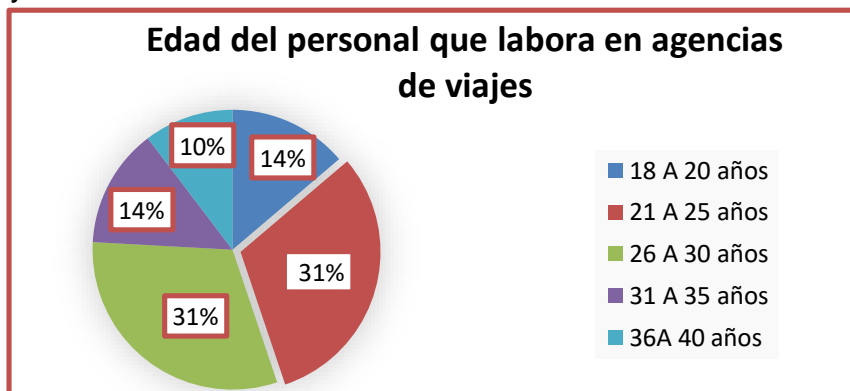


Elaboración propia

Del gráfico N° 25 se interpreta que el 80%(12) de las agencias turísticas indicaron que requieren el servicio de mantenimiento a terceros para sus maquinarias de operación, por lo que algunos requieren realizarlo en un periodo de seis meses y otros optan en realizarlo anualmente. Así mismo el 20%(3) nos indica según los resultados del proyecto que no requieren los servicios de terceros ya que sus personales residentes ocupan el trabajo.

Encuesta (B) para empleados de Agencias de Viajes y Turismo

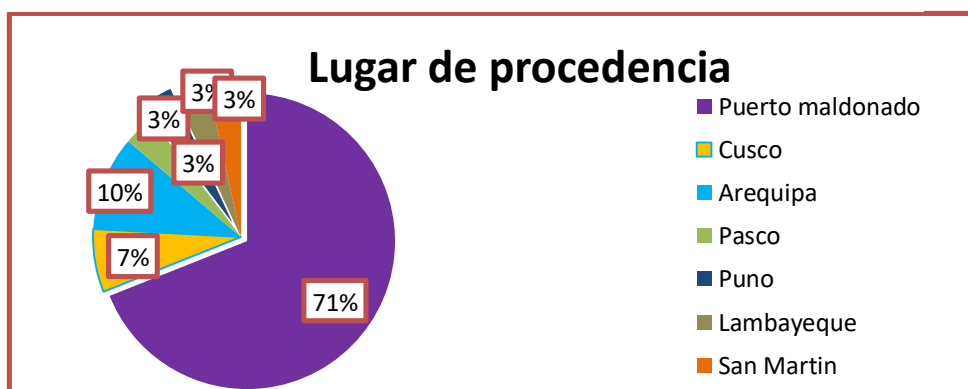
- **Gráfico 26:** Edad del personal que labora en las agencias de viajes y turismo



Elaboración propia

Del gráfico N°26 se observa que el 31% del personal que labora en las agencias de viaje y turismo tienen edades entre 21 a 25 años, así como también los que tienen de 26 a 30 años, el 10% tienen edades entre 36 a 40 años.

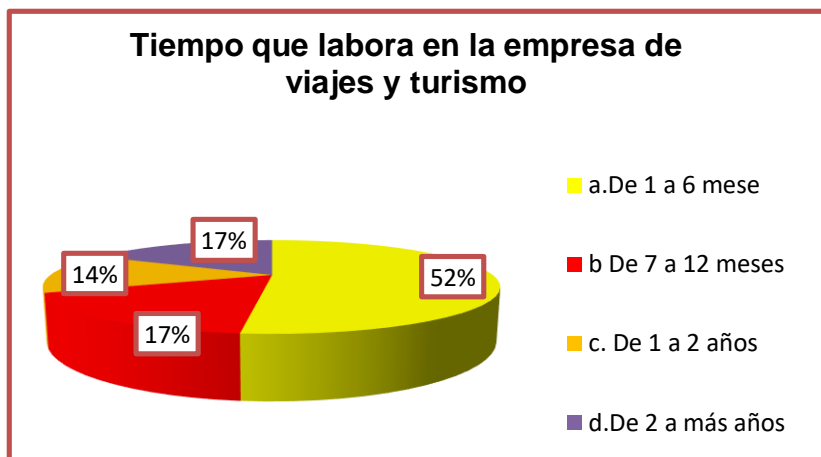
- **Gráfico 27:** Lugar de procedencia



Elaboración propia

Del gráfico N°27 se interpreta que la mayoría 71%(20) del personal que labora en las agencias de viajes son procedentes de Puerto Maldonado, mientras que el resto proceden de otras ciudades y estas representan el 31%(9).

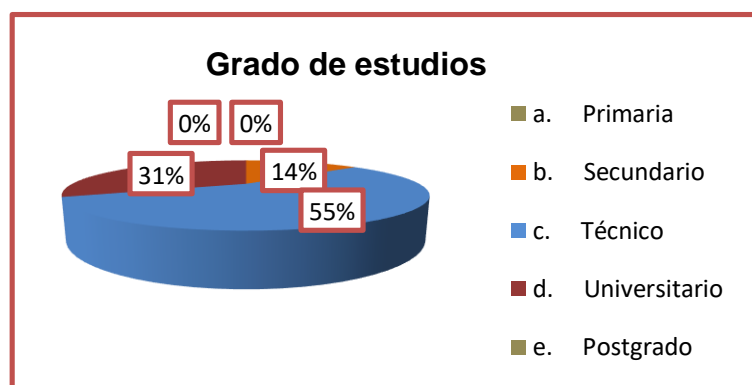
- **Gráfico 28:** Tiempo que labora en la agencia de viajes y turismo



Elaboración propia

Del gráfico N°28 se interpreta que el 52%(15) del personal que labora en la agencia de viaje y turismo, tiene un tiempo de servicio de 1 a 6 meses, mientras que el personal que labora de 1 a 2 años solo representa el 14%.

- **Gráfico 29:** Grado de estudios



Elaboración propia

Del gráfico N°29 se observa que el 55%(16) del personal que labora en las agencias de viajes y turismo tienen estudios de nivel técnico, mientras que el personal con grado universitario representa el 31%(9) y el personal con grado secundario representa el 14%(4).

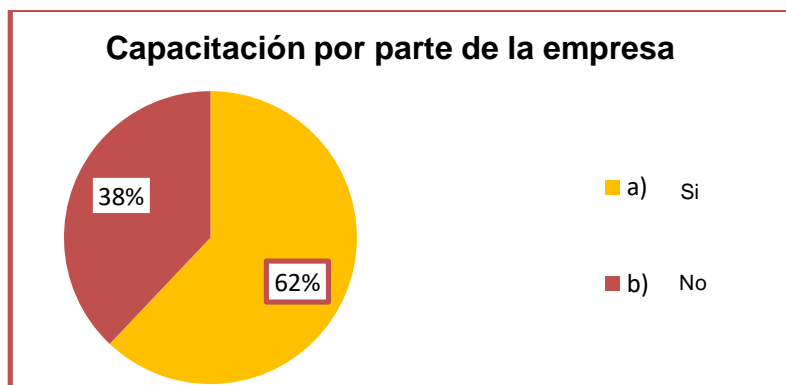
- **Gráfico 30:** Área asignada en la agencia de viaje y turismo



Elaboración propia

Del gráfico N°30 se observa que el 36% del personal que labora en las agencias de viajes y turismo es asignado en áreas de ventas de paquetes turísticos, mientras que las áreas guiadas, operaciones y motorista tienen un porcentaje similar. Y el resto del personal es asignado en áreas de marketing, asistente administrador, asistente contable, supervisor, asistente de proyectos turísticos y venta de pasajes aéreos representando el 20%(7). Esto nos evidencia que el personal que labora realiza diferentes actividades en las agencias de viajes y turismo.

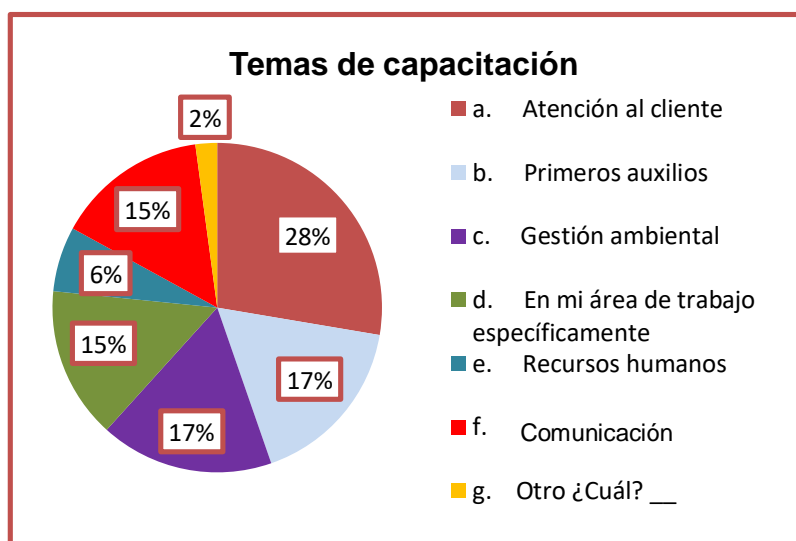
- **Gráfico 31:** Capacitación por parte de la agencia de la agencia de viaje y turismo



Elaboración propia

Del gráfico N° 31 se interpreta que el 62 % (18) de personal que trabaja en las agencias de viaje está recibiendo capacitaciones y el 38%(11) no recibieron capacitaciones.

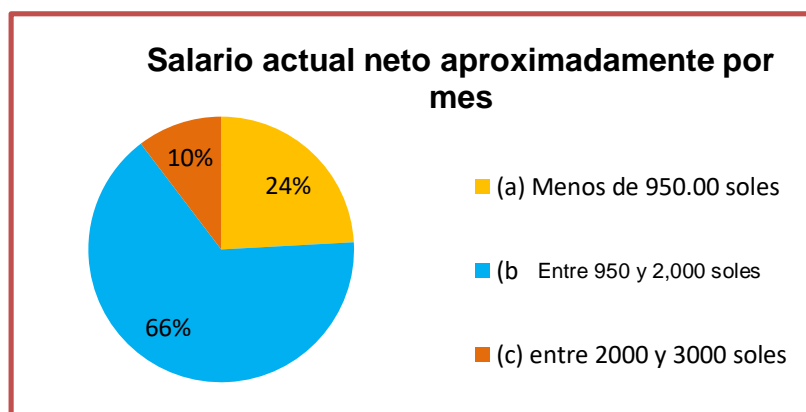
- **Gráfico 32:**Temas de capacitación



Elaboración propia

Del gráfico N° 32 se interpreta que el 62% (29) del personal que trabaja en las agencias de viaje recibe capacitación en temas de atención al cliente, primeros auxilios y gestión ambiental mientras que el 38%(18) reciben capacitación en el área que se encuentra laborando.

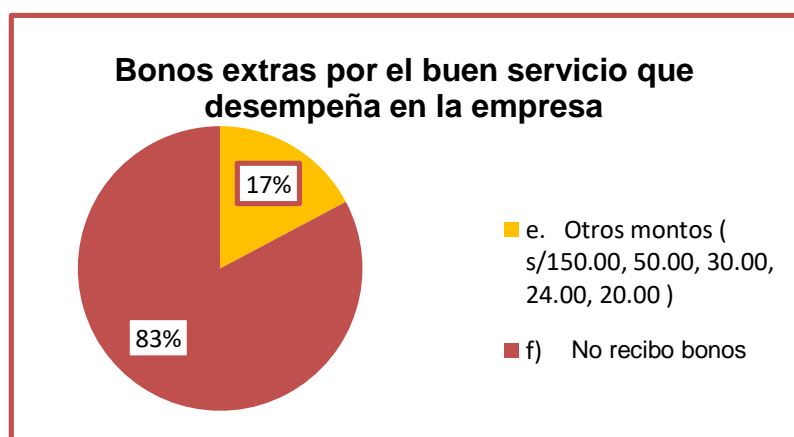
- **Gráfico 33:** Salario actual neto aproximadamente por mes.



Elaboración propia

Del gráfico N° 33 se observa que el 66%(19) de personal que trabaja en las agencias de viaje tienen un salario actual neto aproximadamente de 950 a 2000 soles, mientras que el 24%(7) tiene un salario menos de 950 soles y el 10%(3) tiene un salario entre 2000 a 3000 soles por mes.

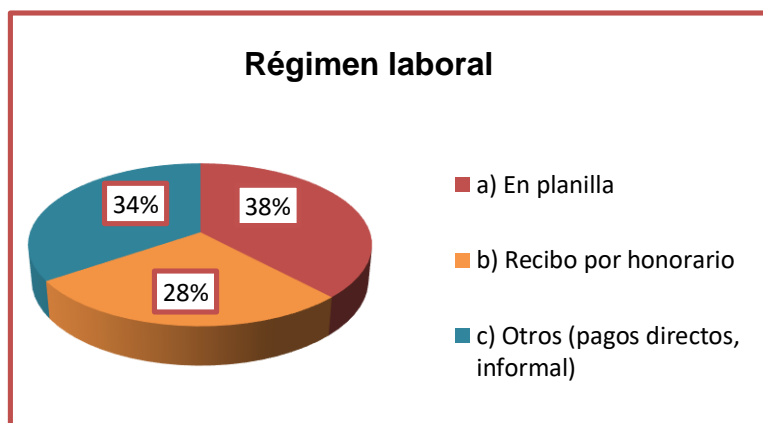
- **Gráfico 34:** Bonos extras por el desempeño en la agencia de viaje y turismo



Elaboración propia

Del gráfico N°34 se interpreta que el 83%(24) de personal que labora en las agencias de viajes y turismo no reciben bonos extras mientras que el 17% (5) si reciben bonos extras que son desde los 20 a 150 soles. Debido a que el personal del área de ventas cuenta con habilidades para vender paquetes turísticos.

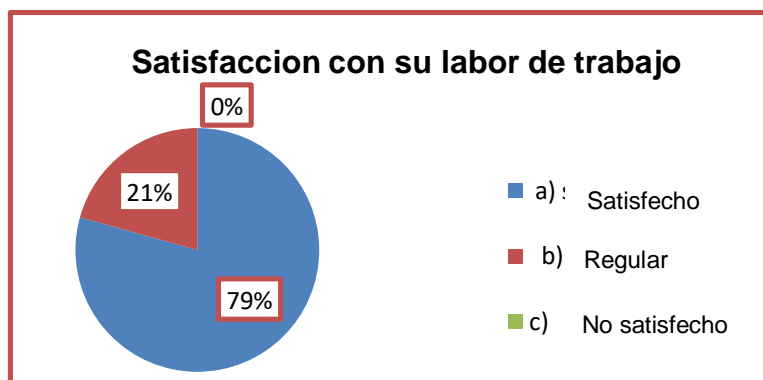
- **Gráfico 35:** Régimen laboral



Elaboración propia

Del gráfico N°35 se interpreta el 38%(11) de personas que laboran en las agencias de viajes y turismo se encuentran en planilla, el 34 % se contrata de manera informal y el 28% se da por servicio por terceros recibos por honorarios.

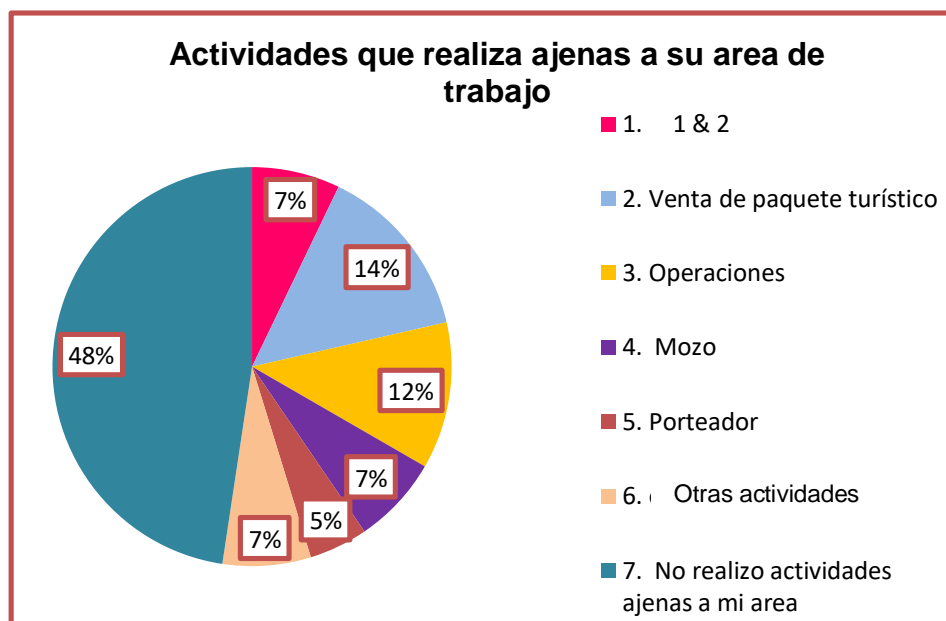
- **Gráfico 36:** Satisfacción con su labor de trabajo



Elaboración propia

Del gráfico N°36 se interpreta que el 79%(23) del personal que laboran en las agencias de viajes y turismo se sienten satisfechos con su labor de trabajo mientras que el 21% (6) del personal de trabajo se encuentra regularmente satisfecho.

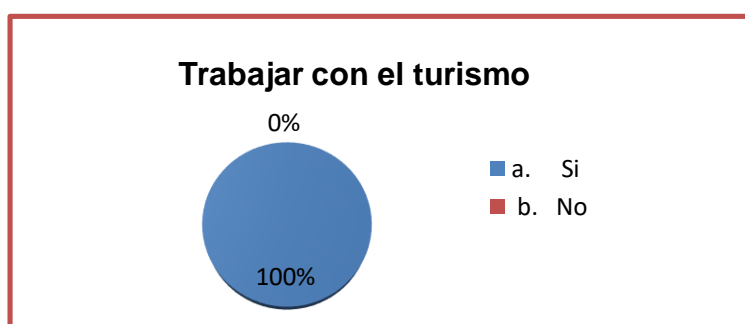
- **Gráfico 37:** Actividades ajenas a su área de trabajo



Elaboración propia

Del grafico N°37 se interpreta que el 48%(20) del personal que laboran en las agencias de viaje no realizan actividades ajenas a su área mientras que el 52%(22) del personal realizan actividades ajenas a su área designada como en área de venta de paquetes turísticos, operaciones, mozo, porteador y otras actividades.

- **Gráfico 38:** Interesado en seguir trabajando con el turismo



Elaboración propia

Del grafico N°38 se interpreta que el 100% de personas que laboran en las agencias de viajes y turismo están interesados en seguir trabajando con el turismo.

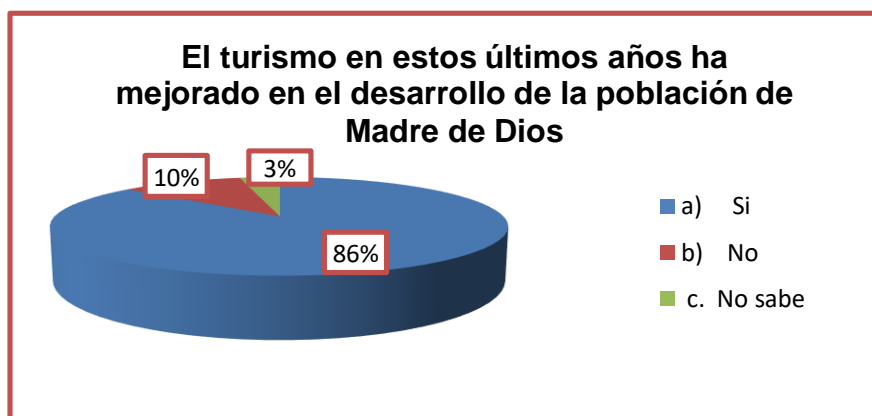
- **Gráfico 39:** Desempeñarse en otra empresa de turismo



Elaboración propia

Del gráfico N° 39 se observa que el 62%(18) de personal que labora en las agencias de viajes y turismo si desea trabajar en otra empresa de turismo mientras que el 38% (11) no desea trabajar en otra empresa.

- **Gráfico 40:** El turismo ha mejorado en el desarrollo de la población de Madre de Dios.



Elaboración propia

Del gráficos N° 40 se interpreta que el 87%(25) de personas que laboran en las agencias de viajes y turismo cree que el turismo en estos últimos años a mejorado en el desarrollo de la población de Madre de Dios, El 10%(3) de trabajadores no cree que el turismo en estos últimos años ha mejorado, mientras que el 3% (1) de trabajadores no sabe que el turismo en estos últimos años ha mejorado.

1.- Agencias de viajes y turismo que cuentan con infraestructura (lodge) para realizar la actividad turística.

❖ **Sandoval en Tambopata Travel adventure**

Tabla N°04: Empleos directos generados en el año 2017

Empleos directos		Números de empleos directos
1	Cocinero	02
2	Mozo	02
3	Bartender	01
4	Estibadores y remadores	02
5	Unidades de transporte	03
6	Motoristas	02
7	Transfer	01
8	Personal de logística	01
9	Asistente de gerencia	01
10	Gerente	01
11	Guías fijo	06
12	Guías libres	08
Total empleos		30

Tabla N°05: Empleos indirectos generados en el 2017

Empleos indirectos		Números de empleos indirectos
1	Unidades de transporte terrestre y fluvial	05
3	Proveedores para preparación de alimentos y bebidas	03

4	Grifos de combustible (grifo terrestre y flotante)	02
Total empleos		10

- Los servicios de transportes terrestre y fluvial son esenciales para las operaciones turísticas y por ende las agencias de viajes necesitan de estos para desarrollar sus actividades. En temporada alta el servicio de transporte fluvial se contrata un aproximado de 3 unidades de embarcaciones aparte del suyo. Así mismo se requiere los servicios de transporte terrestre un mínimo de 2 aproximadamente.
- El abastecimiento de alimentos y bebidas para las agencias de viajes y turismo con infraestructura, requieren una mayor cantidad de productos para abastecer el albergue, de las cuales son adquiridos en diferentes puntos comerciales, por ejemplos en los mercados, supermercados, minimarket, tiendas comerciales menores de las cuales se benefician indirectamente los negocios de Puerto Maldonado. Precisamente requieren de estos productos ya que manejan un número mayor de turistas nacionales y extranjeros así mismo ofrecen servicio de alojamiento en la selva. Sin embargo, también cuentan con proveedores específicos que los provee los alimentos (juanes) para la operación turística de full day. Un aproximado de 3 puestos (juanes y aguas) son los beneficiados ya que se encuentran cerca a la agencia turística.
- Los grifos, también son elementos fundamentales para la operación turística, por ello las agencias de viajes necesitan de estos para el transporte fluvial y terrestre. Sin embargo, son obtenidos por grifos flotantes que se ubican cerca al puerto principal (embarcadero) río Madre de Dios. En esa zona se puede identificar dos grifos flotantes, de las cuales la mayor parte de las agencias turísticas que se ubican en la ciudad de puerto Maldonado (voulebar) dependen de estos. Por otro lado, encontramos grifos en el centro poblado el triunfo e

identificamos un aproximado de 3 los más cercanos al puerto principal. Por lo tanto algunas agencias de viajes requieren del servicio y generan puestos indirectamente gracias a la actividad turística.

Año 2017

- Empleos directos 30
- Empleos indirectos 10

Año 2018

- Empleos directos 30
- Empleos indirectos 10

En el año 2018 la agencia de viaje y turismo contrató el mismo número de empleados que en el año 2017 como residentes. Sin embargo, el año 2017 tuvo más ingresos de turista y eso alargó el tiempo de contratación de personal en el albergue, como también genero más ingresos económicos para la empresa.

❖ Paradise Amazon

Tabla N°06: Empleos directos generados en el 2017

Empleos directos		Números de empleos directos
1	Cocinero	02
2	Mozo	01 (1mozo aumento 2018)
3	Bartender	01
4	Motoristas	03
7	Personal de logística	01
8	Asistente de gerencia	02
9	Gerente	01
10	Guías	07
12	Guías libres	06
Total empleos		24

Tabla N°07: Empleos indirectos generados en el 2017

Empleos indirectos		Números de empleos indirectos
1	Unidades de transporte terrestre	04
3	Alimentos y Bebidas	03
4	Abastecimiento de combustible	03
Total empleos		10

Año 2017

- Empleos directos 24
- Empleos indirectos 10

Año 2018

- Empleos directos 25
- Empleos indirectos 10

El número total de generación de empleos en el 2017 fue de 24 puestos de trabajo. Así mismo en el 2018 su incremento de empleo directo fue de 1 como residente, más 3 practicantes de turismo, estudiantes de universidades e institutos por lo que son pagados con una remuneración mínima por el servicio prestado (propinas).

En ese sentido se ha evidenciado que las agencias de viajes que cuentan con infraestructura turística para las operaciones, son las que generan mayores puestos de trabajos ya que necesitan personales para los albergues y por ende mayor beneficio económico para la población local. Por otro lado, los empleos indirectos que también intervienen en la actividad turística son

beneficiados generando puestos de trabajo a la población local: tiendas comerciales, taxistas, hoteles, grifos, aerolíneas, transportes interprovinciales. Son elementos esenciales para el desarrollo de la actividad turística y por ello una mejor calidad de vida a la población local.

2: Agencia de viaje y turismo operador que no cuentan con lodge

❖ Tambopata Amazon Perú

Tabla N°08: Empleos directos generados en el 2017

Empleos directos		Números de empleos directos
1	Oficina	02
2	Motorista	01
3	Gerente	01
4	Guías libres	10
Total empleos		14

Tabla N°09: Empleos indirectos generados en el 2017

Empleos indirectos		Números de empleos indirectos
1	Unidades de transporte fluvial y terrestre	03
3	Alimentos y Bebidas	02
4	Abastecimiento de combustible	02
Total empleos		07

Tabla N°10: Empleos directos generados en el 2018

Empleos directos		Números de empleos directos
1	Oficina	3
2	Motorista	1
3	Gerente	1
4	Guías libres	10
Total empleos		15

Tabla N°11: Empleos indirectos generados en el 2018

Empleos indirectos		Números de empleos indirectos
1	Unidades de transporte fluvial y terrestre	03
3	Alimentos y Bebidas	02
4	Abastecimiento de combustible	02
Total empleos		07

Año 2017

- Empleos directos **14**
- Empleos indirectos **07**
- Las agencias de viajes que no cuentan con infraestructura (albergue) lógicamente se deduce que la generación de empleos directos e indirectos son menores.

En la temporada alta que inicia de junio hasta noviembre, son los meses en donde las agencias requieren los servicios para la operación turística. Por lo tanto tocando este ejemplo se deduce que

la agencia generó 14 empleos directos y 07 empleos indirectos en el año 2017 que es un resultado regular en la generación de empleos.

- Básicamente en los empleos indirectos es donde muchos negocios son beneficiados por la actividad turística, es por ello que las agencias turísticas cuentan con proveedores específicos que les abastecen los alimentos y bebidas para desarrollar la actividad es por ello que en cuadro se detalla el número aproximado de empleos que genera esta agencia turística.

Año 2018

- Empleos directos **15**
- Empleos indirectos **07**

En ambos años mediante convenios con instituciones y universidades la empresa recibió practicantes temporales por lo que directamente reciben una remuneración mínima por parte de la empresa y por ende se estaría generando un puesto más gracias a la actividad turística.

Se evidencio un crecimiento de 8% anual en la generación de empleo respecto al año anterior.

❖ Agencia de viaje y turismo la Loutre

Tabla N°12: Empleos directos en el año 2017

Empleos directos		Números de empleos directos
1	Oficina	03
2	Motorista	01
3	Gerente	01
4	Guías libres	10
Total empleos		15

Tabla N°13: Empleos indirectos en el año 2017

Empleos indirectos		Números de empleos indirectos
1	Unidades de transporte fluvial y terrestre	05
3	Alimentos y Bebidas	02
4	Abastecimiento de combustible	02
Total empleos		09

Tabla N°14: Empleos directos en el año 2018

Empleos directos		Números de empleos directos
1	Oficina	3
2	Motorista	2
3	Gerente	1
4	Guías libres	10
Total empleos		16

Tabla N°15: Empleos indirectos en el año 2018

Empleos indirectos		Números de empleos indirectos
1	Unidades de transporte fluvial y terrestre	5
3	Alimentos y Bebidas	3
4	Abastecimiento de combustible	2
Total empleos		10

Año 2017

- Empleos directos **15**
- Empleos indirectos **09**
- Los grifos flotantes n° 2 cerca al puerto de embarque (rio madre de dios embarcadero) son los más beneficiados por la actividad turística ya que se encuentra por la ruta de la operación. Así mismo los grifos ubicados en el centro poblado el triunfo también son beneficiados n°2
- En cuestión de los proveedores que brindan alimentos a las agencias de viajes y turismo para la operación, son los puestos más cercanos. Por ejemplo, los que se ubican en el centro poblado el triunfo son los beneficiados, sin embargo indirectamente se encuentran involucrado con dicha actividad. En ese sentido se estaría hablando de 5 puestos de proveedores que les abastecen alimentos ubicados en el triunfo, de las cuales cada agencia tendrían un proveedor específico.
- En temporada alta las unidades de transporte fluvial y terrestre indirectamente también se estarían beneficiando ya que muchas agencias de viajes y turismo no se abastecen con sus medios de transporte propio, por ende necesitan los servicios de terceros. Sin embargo la agencia de viaje y turismo como mínimo estaría contratando los servicios de transporte fluvial un número aproximado de 3 a parte del suyo. Y en transporte terrestre se estaría contratando el servicio un aproximado de 2.

Año 2018

- Empleos directos 16
- Empleos indirectos 10

Claramente se ha podido analizar a las agencias de viajes que cuentan con infraestructura (lodge) y las que solo son agencias turísticas y no cuentan con infraestructura (lodge) hay diferencias en la generación de empleos

tanto directos como indirectos. Sin embargo ambos generan puestos de trabajo para la población local.

Entre el año 2017 y 2018 se ha podido evidenciar que hubo una generación de empleos casi similar entre las dos empresas turísticas que cuentan con infraestructura, sin embargo en los meses de temporada baja que inicia a finales de noviembre hasta junio, se pudo notar que hay una reducción de personal y por lo que se tiene que despedir al empleado. Así mismo se evidencia un crecimiento de 8% anual en la generación de empleo respecto al año anterior.

Cumplimiento de Hipótesis

Hipótesis general

- **La actividad turística, genera diferentes empleos en las agencias de viajes y turismo en la ciudad de Puerto Maldonado 2018**

SI

Porque se evidencio que las agencias de viajes y turismo que cuentan con infraestructura tienen mayor generación de empleos con las agencias que solo operan y no cuentan con infraestructura, y por ende también generan puestos de trabajos menores tanto directos e indirectos. Sin embargo en los meses de junio hasta noviembre que es la temporada alta, las agencias de viajes y turismo optan por contratar personales adicionales para su empresa ya que no se abastecen con los empleados residentes, es allí donde se generan mayores puestos de trabajos. Por lo tanto se puede afirmar que gracias a la actividad turística se generan diferentes tipos de empleos generando beneficios económicos a la población local.

Hipótesis específico

- **El aumento de la demanda turística en la ciudad de Puerto Maldonado permite incrementar los empleos anuales en las agencias de viajes y turismo.**

SI

Si, por que en el año 2017 tuvo un crecimiento anual **de turista en un 7% para el 2018 fue de un 17%** ingresos a la Reserva Nacional de Tambopata. Sin embargo el número de agencias de viajes y turismo entre el 2016 y 2018 también aumentó en un **15%** que se deduce a 09 agencias de viajes y turismo inscritas en Dircetur. Por ende se presenció un regular porcentajes anual de un **08%** de generación de empleos. Por tanto generan puestos de trabajos a la población local tantos empleos directos e indirectos dependiendo a la demanda turística ya que vendría hacer 5 meses la temporada alta.

- **La prestación de servicios de las agencias de viajes y turismo generan diferentes tipos de empleos en la ciudad de Puerto Maldonado.**

SI

Porque el incremento de número de visitantes a la Reserva Nacional de Tambopata en el 2018 fue en un **(17 %)** de las cuales esto ha permitido que las agencias de viajes contraten más personal para la prestación de servicio turístico generando empleos en un **08%** adicional en el 2018, que equivale a 01 empleados residentes por agencia turística, y a 01 puesto de trabajos indirectos aproximadamente.

Es allí que juega un papel importante las agencias turísticas beneficiando a la población local generando empleos directos como puestos de trabajos de guías, personal en área de ventas, personal de transfer, administración, contabilidad, marketing, logística. Por otro lado los empleos indirectos también son beneficiados por las agencias de viajes y turismo gracias a la actividad turística, por ejemplo encontramos: proveedores de alimentos y bebidas, transporte fluvial y terrestre, grifos, ventas de artesanías, tiendas comerciales. De las cuales esto ha permitido a que la demanda turística genere puestos de trabajos significativos en Puerto Maldonado.

Sin embargo se deduce que el aumento de la demanda turística ha permitido incrementar el número de agencias operadoras y por ende mejorando su calidad de vida.

CONCLUSIONES

- La recopilación de los datos fue en base al 25% que equivale a un total de 15 agencias de viajes y turismo, de las cuales el **33% (5)** son operadores que cuentan con infraestructura para la venta de paquetes turísticos de 2 días /1 noche hasta 5días/4noches, generando un máximo total de 30 (75%) puestos de trabajos anuales directos y 10 (25%) puestos de trabajos indirectos.
- Por otro lado el **67% (10)** de las agencias que no cuentan con infraestructura (lodge) venden paquetes turísticos de full Day (actividad de todo el día) y programas de 2días/1noche generando ingresos a las agencias que cuentan con infraestructura debido a que no cuentan con lodge propio. Dicho sea de paso, generan un máximo total de 16 (62%) puestos de trabajos anuales directos y 10 (38%) puestos de trabajos indirectos.
- Los arribos de turistas en la ciudad de puerto Maldonado para el año 2018 fue un total de 109,704 visitantes que equivale a 1.45% de incremento para ese año. En el mismo año, el ingreso a la reserva de Tambopata donde se desarrolla la actividad turística tuvo un incremento significativo de 64,351 visitantes. Esto ha permitido a que las agencias de viajes y turismo requieran de personal para ocupar ciertos puestos de trabajo para desarrollar la actividad turística, por tanto en la temporada alta que inicia en el mes de Junio hasta noviembre, las agencias de viajes contratan personal adicional ya que no se abastecen con los trabajadores residentes. Sin embargo, se generan diferentes tipos de empleos ya sean directos e indirectos.
- Se ha demostrado que la demanda turística aumenta el número de empleos directos e indirectos. Sin embargo, para la prestación del servicio turístico se requiere de personas como para el servicio de guiado, transporte, alimentación, marketing, logística, transfer, grifos, impresiones publicitarias, entre otros relacionados a la actividad turística. Por otra parte, los practicantes que provienen de diferentes universidades e institutos superior

que desempeñan en las agencias de viajes y turismo solo reciben propinas que van debajo de la remuneración mínima vital que viene a ser de 930.00 soles este monto se oficializado el año 2018 según norma de la constitución política del Perú. Así mismo hay agencias que no cuentan con el permiso de ingreso a la reserva Nacional Tambopata lugar principal de la operación turística.

SUGERENCIAS

- Fiscalización a las agencias de viajes y turismo informales por parte de las instituciones competentes como la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR) para el buen funcionamiento de la calidad de servicio y el Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidos por el Estado (SERNANP) para la actualización del buen manejo de listado de guías competentes para el ingreso a la Reserva Nacional de Tambopata. Lo cual esto contribuirá a la formalización de las empresas y garantizar la calidad del servicio.
- El ministerio de trabajo debe realizar visitas inopinadas a las agencias de viajes para verificar si están respetando las normas laborales tanto para el personal permanente y/o practicantes de universidades e institutos superiores, de esta manera se estará haciendo respetar los derechos laborales del personal que desempeña en las agencias de viajes y turismo.
- Que la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (Dircetur) desarrolle o muestre los beneficios que genera la actividad turística en las agencias de viajes y turismo de la ciudad de Puerto Maldonado.
- Que la seguridad sea garantizada para los visitantes, para esto la policía de turismo debe estar más involucrado en la seguridad de los visitantes durante su estadía en la región, ya que el año 2019 se elevó los porcentajes de asaltos a los turistas que llegan a la ciudad de Puerto Maldonado y a sus alrededores.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Sernanp Madre de Dios. (2018). Puerto Maldonado.
- Arqhys, E. d. (2012). *Arqhys, arquitectura*. Obtenido de <http://www.arqhys.com/contenidos/viajesagencias-historia.html>
- Avalos Aguilera, C., & Mabel Zapata, N. (2008). *Competencias requeridas en el ambito laboral del turismo*.
- Ballesteros Coello, X. (2012). Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/636/1/AGENCIAS%20DE%20VIAJES.pdf>
- Cacho Guevara, D. (s.f.). *Entorno turistico*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/turismo-modelo-desarrollo/>
- Cahui, D. (7 de Mayo de 2014). *Prezi*. Obtenido de <https://prezi.com/kjn9w1zf5y4t/historia-y-evolucion-de-las-agencias-de-viajes/>
- Cultur. (2013). *Manual de buenas prácticas para agencias de viajes y turismo*. Lima-Perú.
- Carolina Avalos Aguilera, N. M. (2008). *Competemcias Requeridas en el Ámbito Laboral del Turismo*. Ciudad del Este.
- Cordova , F. (16 de Enero de 2014). *SlideShare*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/fatimacordova/definiciones-de-turismo-diferentes-s-autores-diferente>
- D.C, Yolanda. (21 de Mayo de 2012). *Yolanda D.C. Marketin y Empresa*. Obtenido de <https://yolandadc.wordpress.com/2012/05/21/funciones-del-departamento-de-marketing>.
- Dircetur Madre de Dios. (2018). *Informe de institución Dircetur*. Puerto Maldonado.
- Fachse, G. (27 de Julio de 2007). *Guía de Turismo*. Obtenido de <http://guiadturismo.blogspot.pe/2007/07/funciones-del-trasladista-el.html>
- Ferrando, G. (s.f.). *Investigacion descriptiva mediante encuesta*. Obtenido de <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/19380/34/Tema%208-Encuestas.pdf>
- Fortaleza García, C. (Diciembre de 2008). Obtenido de <http://enah.edu.ni/files/uploads/biblioteca/881.pdf>
- Gomez Vélez, M. A. (16 de Abril de 2012). *Dialnet*. Obtenido de <file:///C:/Users/SAMSUNG/Downloads/Dialnet-LaNocionDeEmpleabilidad-5527496.pdf>
- Granados Maguiño, M. (2010). *Empleo con Profecionalizacion en el Sector Turismo*. Lima-Perú.
- GUEVARA, D. C. (s.f.). *EL TURISMO UN MODELO DE DESARROLLO*.

- GUEVARA, D. C. (s.f.). *EL TURISMO UN MODELO DE DESARROLLO*.
- Leirelarriza, Hoteles y turismo. (s.f.). *Departamento de recepción*. Obtenido de <http://leirelarriza.com/operativa/departamento-de-recepcion/>
- Ley N° 26311, A. 1. (19 de Mayo de 1994). *Ley N° 263 Declarar al Departamento de Madre de Dios como Capital de la Biodiversidad del Perú*. Obtenido de <https://docs.peru.justia.com/federales/leyes/26311-may-19-1994.pdf>
- Maldonado Alcantará, Selena. (14 de Noviembre de 2012). *Administracion Turistica*. Obtenido de <http://admituri.blogspot.pe/2012/11/administracion-turistica.html>
- Martinez Gonzales, J. A. (Noviembre del 2011). La empleabilidad: Una competencia personal y una responsabilidad social, en contribucion a las ciencias sociales.
- Mathieson & Wal, F. &. (2008). Obtenido de <http://www.gestionturistica.cl/biblioteca/tesis/doctoral/pablo/II.pdf>
- Mathieson & Wal, F. y. (1997). *Gestion Tristica*.
- Mathieson & Wall, F. y. (1997). *Gestion Turística*.
- Mincetur. (2004). Obtenido de <http://apoturperu.org/wp-content/uploads/2014/11/REGLAMENTO-DE-AGENCIA-DE-VIAJES.pdf>
- Mincetur. (2004). *Aprueban reglamento de agencias de viajes y turismo*. Lima Perú.
- Mincetur. (2004). *Aprueban Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo* . Obtenido de <http://apoturperu.org/wp-content/uploads/2014/11/REGLAMENTO-DE-AGENCIA-DE-VIAJES.pdf>
- Mincetur. (2004). *Reglamento de agencia de viaje y turismo*. Lima-Perú.
- Mincetur. (Marzo de 2013). *Plan Nacional de Calidad Turistica del Perú*. Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/CALTUR/pdfs_documentos_Cultur/04_mbp_avt/MBP_Agencias_Viajes_Turismo.pdf
- Morère, N., & Perelló, S. (2013). *Turismo cultural patrimonio, museo y empleabilidad*, Fundación EOI. Madrid - España.
- Organización Mundial de Turismo. (2014). *Turismo*. Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/medina_v_bs/capitulo2.pdf
- Paucar Ccahuana, R. &. (2014). *El Sector Turismo y su Impacto en el Crecimiento Economico de la Region Cusco, Durante el Periodo 2004-2014*. Cusco-Perú.
- Plan Estratégico Nacional de Turismo. (2016). *Ministerio de Comercio Exterior y Turismo*. Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/documentos/PENTUR/PENTUR_Final_JULIO_2016.pdf
- Ruiz Yanque, D. A. (2015). *La Actividad Turistica y la Generacion xde Empleos en Hoteles*. Lima-Perú.

- Santana Turégano, M. (2003). *Formas de desarrollo turístico, redes y situación de empleo*. Madrid- España.
- SERNAMP. (2017). *Ingreso de Visitas a la Reserva Nacional de Tambopata Durante el Periodico 2016-2017*. Madre de Dios, Puerto Maldonado.
- Sernanp. (2018). *Ingreso anual de visitantes a la Reserva Nacional de Tambopata*. Sernanp, Madre de Dio, Puerto Maldonado. Recuperado el 2018
- Sernanp. (s.f.). *Go2 Perú*. Obtenido de http://www.go2peru.travel/spa/guia_viajes/tambopata/areas_naturales_protegidas.htm
- Snip. (Septiembre de 2011). *Guia formulacion proyectos inversion exitosos.pdf*. Obtenido de http://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/proyectos_inversion_publica/instrumentos_metodologicos/Guia_Turismo_capitulo1.pdf
- Szmulewicz. (2008). *Gestion Turistica*. Obtenido de <http://www.gestionturistica.cl/biblioteca/tesis/doctoral/pablo/II.pdf>
- Szmulewicz. (2008). *Gestion Turistica*. Obtenido de <http://www.gestionturistica.cl/biblioteca/tesis/doctoral/pablo/II.pdf>
- Szmulewicz. (2008). *Gestion Turistica*. Obtenido de <http://www.gestionturistica.cl/biblioteca/tesis/doctoral/pablo/II.pdf>
- Szmulewicz. (2008). *Gestión Turistica*. Obtenido de <http://www.gestionturistica.cl/biblioteca/tesis/doctoral/pablo/II.pdf>
- Szmulewicz. (2008). *Getion Turistica*. Obtenido de <http://www.gestionturistica.cl/biblioteca/tesis/doctoral/pablo/II.pdf>
- Torriani, C. d.-Y. (02 de abril 2019). *Promocion y Gestion de Ciudades Turisticas* . Lima: Portal del Turismo .

ANEXO

Anexo 1 Matriz de consistencia

Planteamiento del problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Indicadores:	Sub Indicadores	Metodología
¿Cuáles son los empleos que se generan por la actividad turística en las agencias de viajes y turismo en la ciudad de Puerto Maldonado 2018?	Objetivo general: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Identificar los empleos que se generan por la actividad turística en las agencias de viajes y turismo en la ciudad Puerto Maldonado 2018 	Hipótesis general: <ul style="list-style-type: none"> ➤ la actividad turística, genera diferentes empleos en las agencias de viajes y turismo en la ciudad de Puerto Maldonado 2018 	Variable independiente <ul style="list-style-type: none"> ➤ Actividad Turística 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Diseño y Operación de paquetes turísticos ➤ Comercialización de paquetes turísticos 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tipos de paquetes turísticos ➤ Visitas guiadas ➤ Venta de paquetes 	<u>Tipo de estudio</u> <ul style="list-style-type: none"> • Aplicada • No experimental <u>Diseño de estudio</u> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Descriptivo ➤ Correlacional ➤ Cuantitativo ➤ De corte transversal <u>MUESTRA</u> 15 agencias de viajes y turismo <u>INSTRUMENTOS</u> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Encuesta
	Objetivos específicos: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Determinar los empleos que se generan anualmente en las agencias 	Hipótesis específicos: <ul style="list-style-type: none"> ✓ El aumento de La demanda turística en la ciudad de Puerto Maldonado 	Variable dependiente: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Empleos 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Empleos directo. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Área de administración ➤ Área de guía ➤ Área de transfer. ➤ Área de recepción. ➤ Área de 	

	<p>de viaje y turismo y en la ciudad de Puerto Maldonado.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ identificar los tipos de empleos que se genera por la actividad turística en las agencias de viajes y turismo en la ciudad de Puerto Maldonado. 	<p>permite incrementar los empleos anuales en las agencias de viajes y turismo.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ La prestación de servicios de las agencias de viajes y turismo generan diferentes tipos de empleos en la ciudad de Puerto Maldonado. 		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Empleos indirectos 	<p>marketing.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Área de logística. ➤ Área de operaciones ➤ Área de ventas <ul style="list-style-type: none"> ➤ Proveedores de alimentos y bebidas. ➤ Servicio de transporte fluvial y terrestre. ➤ Venta de artesanía ➤ Abastecimiento de combustibles 	
--	---	--	--	--	---	--

Anexo 2: Instrumento

Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios

Ja Poutre.

ENCUESTA A PARA EL EMPLEADOR DE LA EMPRESA TURISTICA

El presente cuestionario presentado por: Zamir Tije y Unel Oviedo estudiantes egresados de la UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZONICA DE MADRE DE DIOS estamos llevando a cabo nuestro proyecto de tesis titulado "EMPLEOS GENERADOS POR LA ACTIVIDAD TURISTICA EN LAS AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO EN LA CIUDAD DE PUERTO MALDONADO". Dentro de este estudio, la opinión de los trabajadores de empresas que tienen alguna relación con el turismo es de enorme importancia, por lo que le pedimos de la manera más atenta su participación, pues usted ha sido elegido(a) como parte de las personas a entrevistar. Nuestra petición es que responda con toda la sinceridad del caso y en plena libertad. No está de más hacer de su conocimiento que existe de nuestra parte el total compromiso de confidencialidad en la información proporcionada y que ésta sólo será utilizada para fines estadísticos de este trabajo.

Datos de la empresa

Cuál es el nombre de la agencia	Numero de ruc
Rosalia Quispe Toran	10048284537
Tipo de agencia de viaje	Domicilio fiscal
Operador Turística	Aj Leon Velarde # 127
Año de operación de la agencia	
2015	

Datos del encuestado

Sexo:	Edad: (39)	¿Grado de estudios?
a. Femenino (<input checked="" type="checkbox"/>)	Lugar de procedencia... Cusco	a. Primaria
b. Masculino ()	Lugar de residencia... pto. Maldonado	b. Secundario
¿Cuánto tiempo labora en la agencia de viaje y turismo?	¿Cuál es su área asignada en la empresa?	c. Técnico
a. De 1 a 6 mese	Gerente	d. Universitario
b. De 7 a 12 meses		e. Postgrado
c. De 1 a 2 años		
d. De 2 a más años		

Tipos de paquetes turísticos

1. ¿Cuáles son los tipos de paquetes turísticos que ofrece la agencia de viaje y turismo en el mercado turístico?

Marque "sí" "no"	
Turismo de naturaleza (Lago Sandoval, collpa chuncho)	<input checked="" type="checkbox"/>
Turismo de aventura	<input checked="" type="checkbox"/>
Turismo comunitario	<input type="checkbox"/>
Pesca deportiva	<input checked="" type="checkbox"/>

Mencionar en la parte inferior si ofrece otras actividades turísticas

✓
✓

Foto: Encuesta del trabajo de campo tomada a los empleadores de las agencias de viajes y turismo.

Anexo 3: Solicitud de validación de instrumento

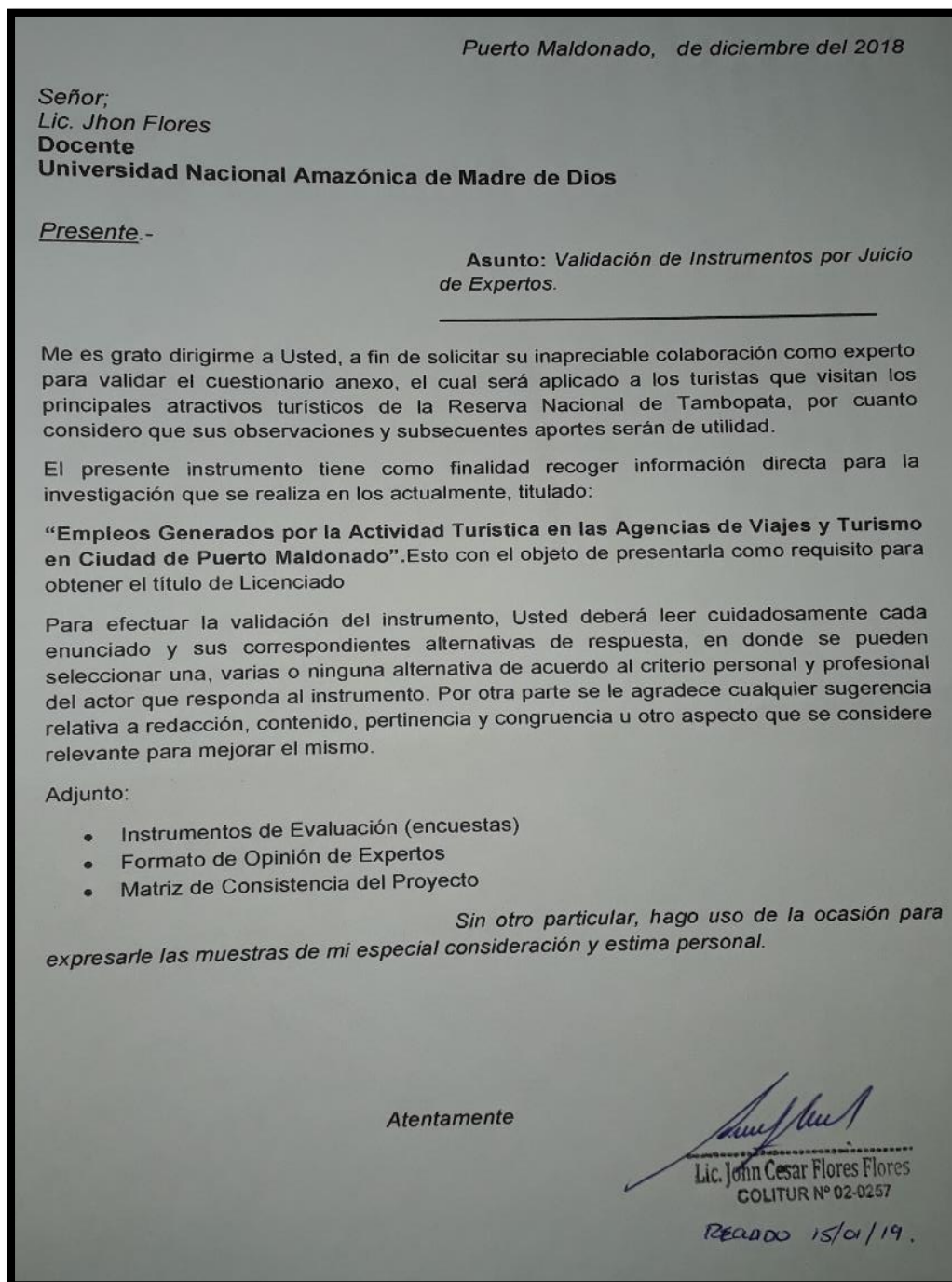


Foto: Solicitud de validación de instrumentos por juicio de expertos


Anexo 4: Ficha de validación

INDICADORES		CRITERIOS	DEFICIENTE			REGULAR				BUENO			MUY BUENO			EXCELENTE						
			5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
1	CLARIDAD	Es formulado con lenguaje apropiado												X								
2	OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables											X									
3	ACTUALIDAD	Está acorde con los cambios en el turismo													X							
4	ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica										X										
5	SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad											X									
6	INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar la variable en evaluación											X									
7	CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos científicos													X							
8	COHERENCIA	Entre las variables, indicadores y/o dimensiones													X							
9	METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico													X							

III.- OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

IV.- PROMEDIO DE VALORACIÓN:

SESENTA Y TRES

Puerto Maldonado 18 febrero 2019 Lugar y fecha	41083609 DNI N°	 Firma del Experto Informante	989477271 Telefono N°
---	--------------------	--	--------------------------

Anexo 5. Consentimiento informado

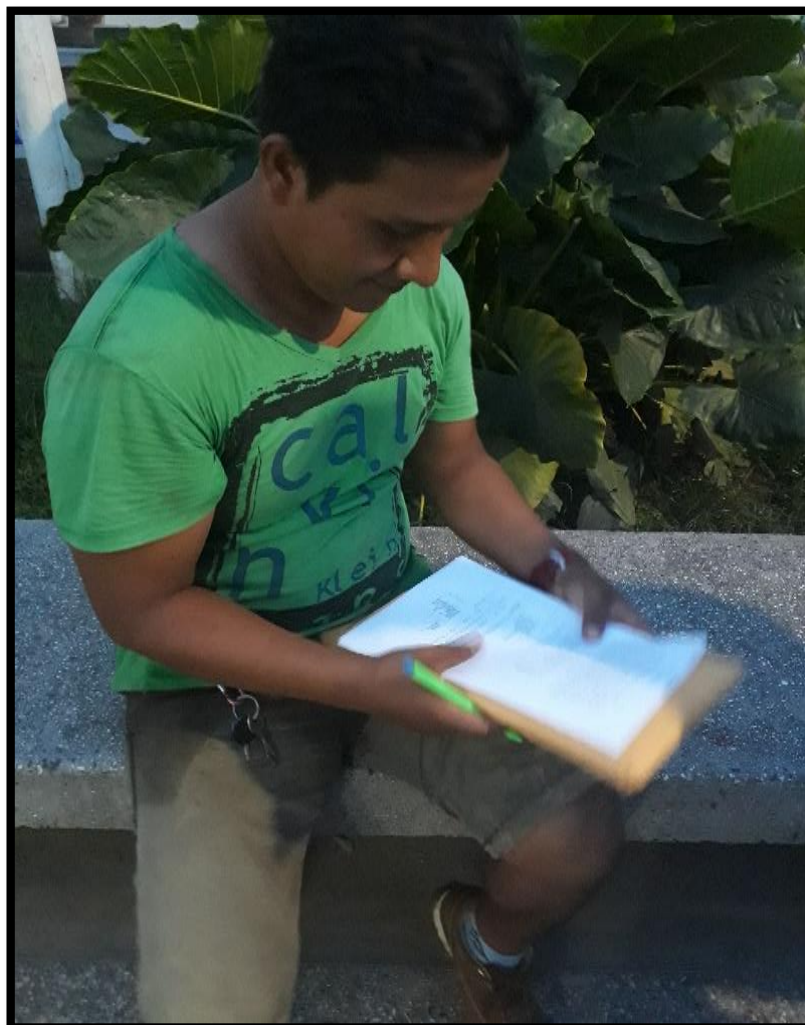


Foto N° 01: Recopilación de información a guías residentes de la empresa turística Paradise Ecolodge

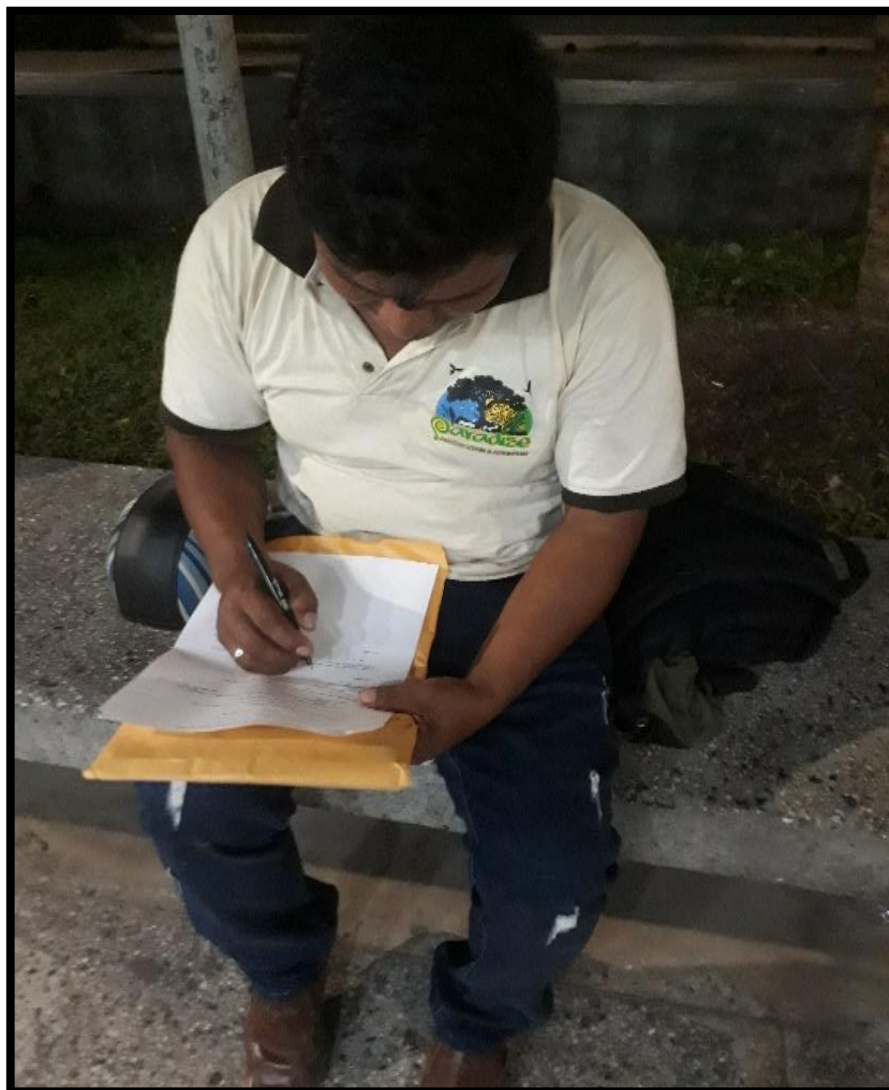


Foto N°02: Recopilación de información a motorista de la empresa turística Paradise ecolodge



Foto N° 3: Propietaria de la empresa la **Loutre Expediciones**



Foto N° 4: Propietaria de la empresa Jaguar Tambopata Expediciones

"Año de la lucha contra la corrupción e impunidad"

Solicitud: solicito número de ingreso a la
Reserva Nacional tambopata

ING. VLADEMIR RAMIREZ PRADA
Jefe de la Reserva Nacional de Tambopata

Ministerio del Ambiente
SERVIR
RESERVA NACIONAL TAMBOPATÁ
RESADO

Fecha: **29 Mayo 2018**


Hora: Firma:

Yo Zamir Kuakibehue Tije profesional en ecoturismo de la UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZÓNICA DE MADRE DE DIOS, identificado con dni 71994787 por medio de la presente carta doy a conocer que me encuentro haciendo un trabajo de investigación referente a la generación de empleos en las agencias de viajes y turismo en puerto Maldonado por lo cual solicito informe de lo siguiente:

- Numero de ingreso a la Reserva Nacional Tambopata del año 2016, 2017 y 2018.

Sin otro en particular y agradecimiento de ante mano su atención a la presente me suscribo de usted

Eternamente.



.....

Zamir kuaquibehue tije

Solicitud N° 5: Número de visitante a la Reserva Nacional Tamabopata (RNT)

"Año de la lucha contra la corrupción e impunidad"

SOLICITUD

GOBIERNO REGIONAL DE MADRE DE DIOS
DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO
RECEPCION - CARGO
Fecha **22 ABR 2019**

N° DE EXP. _____
FOLIOS _____
HORA _____ FIRMA _____

Solicitud: solicito número de agencias de viajes, número de ingreso de visitantes, número de personas empleadas para el servicio de atención.

Blgo. Jimmy Fernando Layche Bardales
Director Regional de Comercio Exterior y Turismo.

Yo Remy Uriel Oviedo Saire profesional en ecoturismo de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, identificado con DNI 46271366. Por medio de la presente carta doy a conocer que me encuentro haciendo un trabajo de investigación referente a la Generación de Empleos en las Agencias de Viajes y Turismo de Puerto Maldonado, por lo cual solicito informe de lo siguiente:

- Número de agencias registradas en DIRCETUR año 2017 y 2018.
- Número de ingreso de visitantes año 2017 y 2018.
- Número de personas empleadas para el servicio de atención año 2017 y 2018

Sin otro en particular y agradecimiento de ante mano su atención a la presente me suscribo de usted

Atentamente.



 Remy Uriel Oviedo Saire

Foto N° 6: Solicitud número de Agencias de viajes y turismo (DIRCETUR)

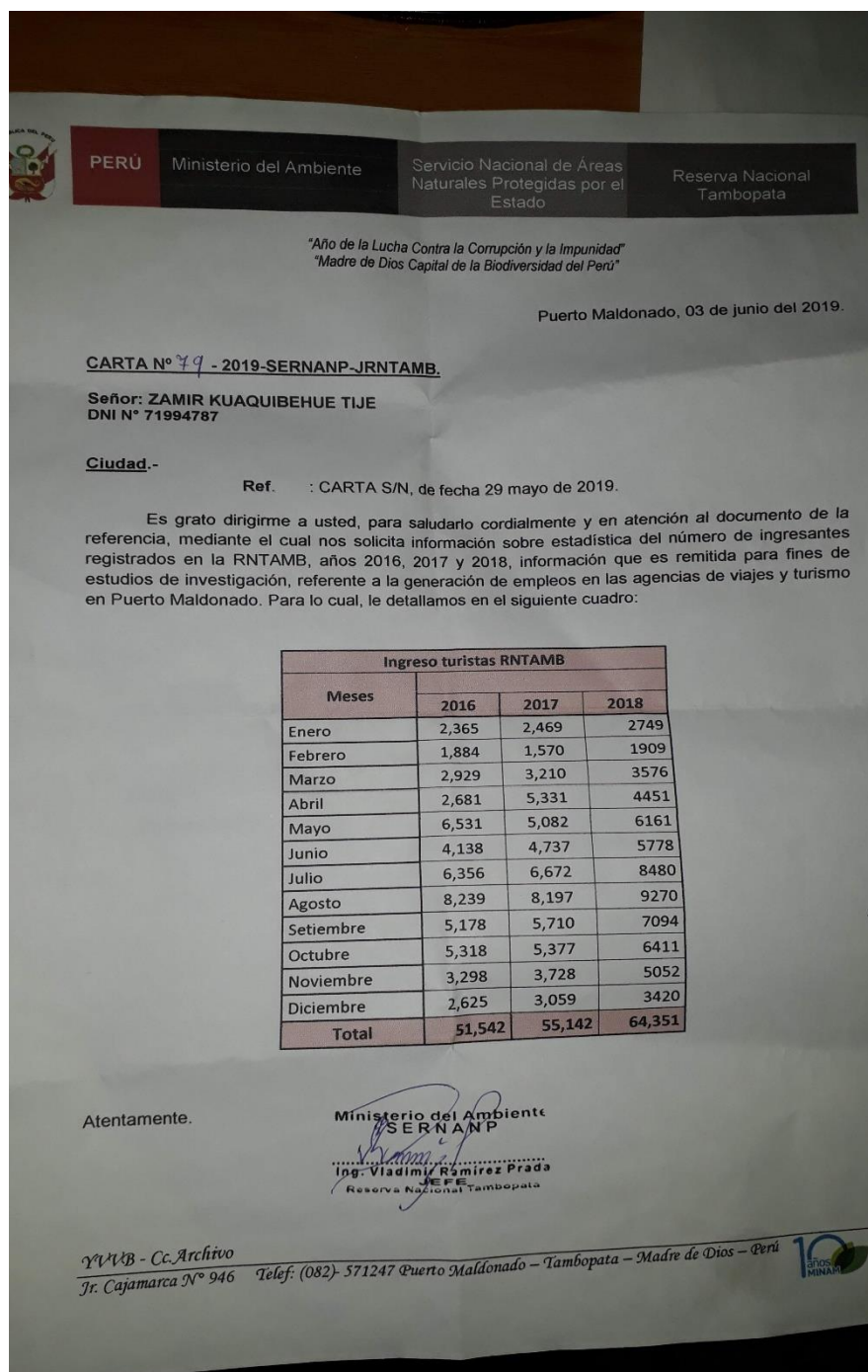


Foto N°07: Número de ingresos a la Reserva Nacional de Tambopata 2016, 2017, 2018.

Mediante la cadena de valores presentamos empleos que se generan en la actividad turística:

Punto de partida	
Aeropuerto Padre Aldamiz	
servicio de playa de estacionamiento en el aeropuerto	
servicio de taxi	
servicios en el hotel	
recepción	
preparación de habitación	
servicio de taxi	
servicio de recepción y ventas de paquetes turísticos	
servicio de guiado	
servicio de venta de artículos para realizar la actividad turística	
servicio de transporte fluvial	
servicio de ventas de tickets de ingreso	
servicio de ventas de bebidas rehidratante, golosinas y otros	
servicio de alquiler de botes (Panchito)	
servicio de alimentos y bebidas (familia Tokon-Lago Sandoval)	
Punto final/retorno	