



Agenda de
Innovación Tecnológica para
el desarrollo del ecoturismo en
MADRE DE DIOS

Innóvate^{Perú}



PERÚ

Ministerio
de la Producción



Fotografía: Inkaterra e Inka Terra Asociación

AGENDA DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA PARA EL DESARROLLO DEL ECOTURISMO EN MADRE DE DIOS

Entidad Ejecutora

Palma Real S.A.C.

Entidades Asociadas

Amaru Mayo
Peruvian Safaris
Tambopata Eco Lodge
Estancia Bello Horizonte
Corto Maltes

Entidad de apoyo:

ONG Inka Terra Asociación

Diseño y Diagramación

La Ruta Brand S.R.L.

Fotografías

Inkaterra
ONG Inka Terra Asociación

**Lima – Perú,
Julio del 2016**



Fotografía: Inkaterra e Inka Terra Asociación



Fotografía: Inkaterra e Inka Terra Asociación



Fotografía: Inkaterre e Inka Terra Asociación



Fotografía: Inkaterre e Inka Terra Asociación



ÍNDICE

Presentación.
Página 05

Introducción.
Página 07

01. Antecedentes.
Página 10

02. Justificación.
Página 16

03. Roles de los actores en el marco de la agenda.
Página 18

04. Visión, misión y objetivo general.
Página 20

05. Objetivos estratégicos, ejes temáticos y líneas de acción.
Página 22

06. implementación de la AIT.
Página 27

Referencias bibliográficas.
Página 29

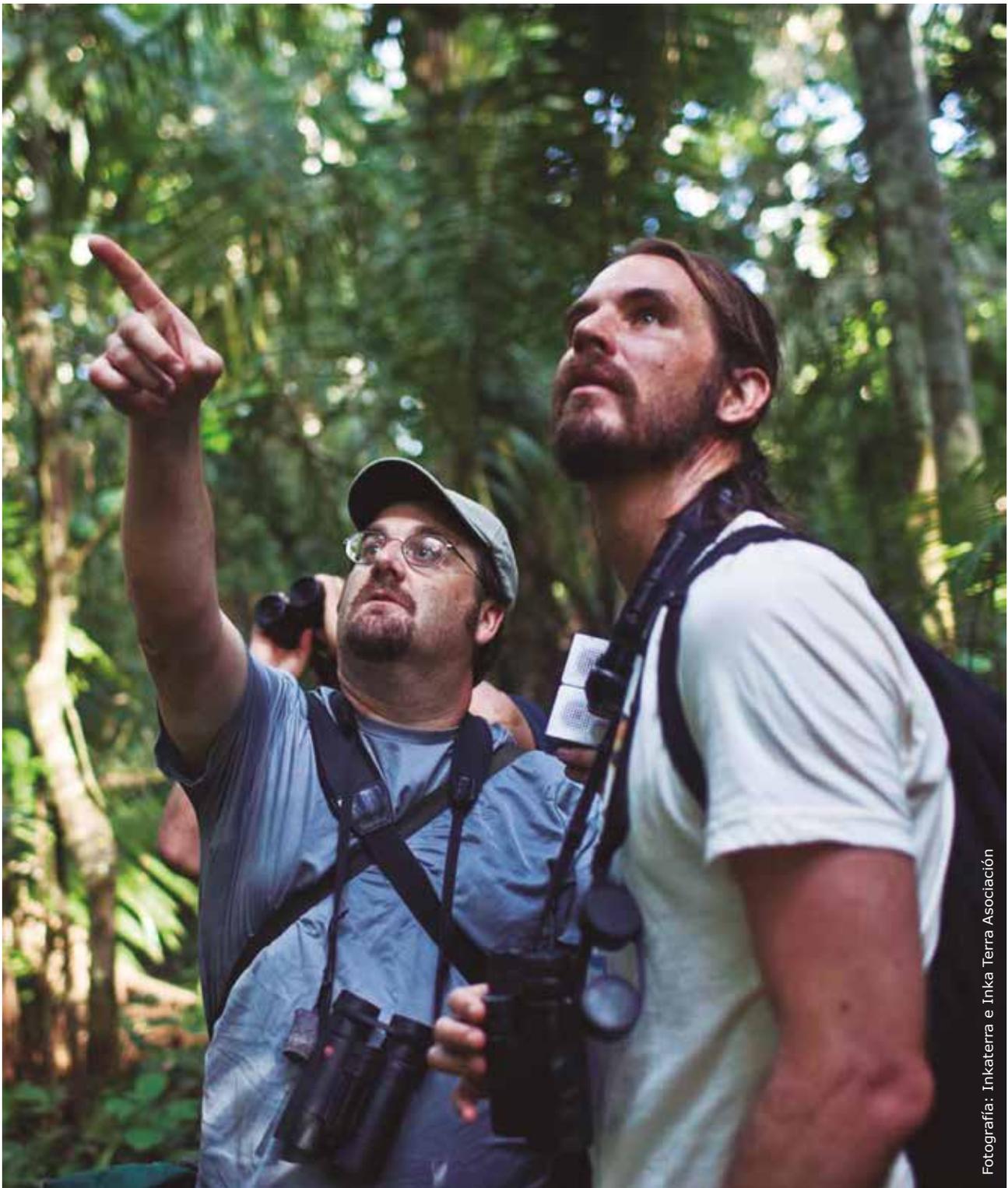
➤ PRESENTACIÓN.

La Agenda Tecnológica del sector turístico de Madre de Dios, está elaborada en el marco del proyecto "Mejora de las capacidades tecnológicas en las áreas de logística, promoción y certificación para la oferta de servicios turísticos ecológicos de la Región Madre de Dios" financiado en el 2015 por la empresa Palma Real (Inkaterra) y el Programa Nacional de Innovación para la Competitividad y Productividad (Innovate Perú) del Ministerio de la Producción.

El sector turístico debe entenderse como la integración de todos aquellos elementos de la cadena de valor y que unidos constituyen la "experiencia total y auténtica del turista" y

que, por tanto, no se pueden analizar de modo aislado del resto de elementos porque, entre otras razones:





Fotografía: Inkaterra e Inka Terra Asociación

Al mismo tiempo, esta agenda recoge entre sus objetivos, identificar las ventajas diferenciales que nos permitan seguir compitiendo en mercados cada vez más exigentes en la que la innovación, el conocimiento, y la

captación y desarrollo del talento sean los activos estratégicos clave. En este contexto, se vuelve imprescindible contar con un instrumento que articule la estrategia de I+D+i en el turismo.

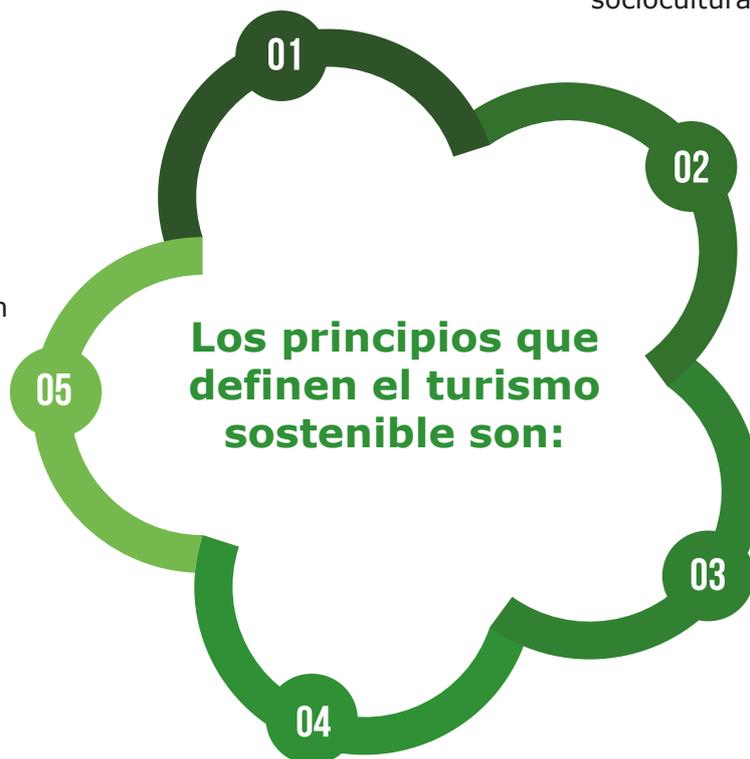
➤ INTRODUCCIÓN.

La Organización Mundial del Turismo (OMT), define turismo sostenible como “El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”.

Los recursos naturales y culturales se conservan para su uso continuado en el futuro, al tiempo que reportan beneficios.

El desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause problemas ambientales o socioculturales.

Los beneficios del turismo se reparten ampliamente entre toda la sociedad.



La calidad ambiental se mantiene y mejora.

Se procura mantener un elevado nivel de satisfacción de los visitantes y el destino retiene su prestigio y potencial comercial.



Fotografía: Inkateira e Inka Turista Asociación

Estas características hacen que el turismo sostenible sea una herramienta estratégica en el desarrollo económico local y nacional. Por un lado, el turismo supone una gran oportunidad en algunas zonas urbanas y rurales, en las que no existen otras alternativas de actividad económica.

Por otro lado, como parte del sector servicios, ofrece más oportunidades para el surgimiento de empresas locales (hay que tener en cuenta que incluso en los países más desarrollados, este sector está compuesto principalmente por PYME).

A pesar de ser un sector que requiere de fuertes inversiones en infraestructura y equipamientos, también utiliza mano de obra de forma intensiva por lo que ofrece numerosas oportunidades de trabajo y negocio, indistintamente para hombres, mujeres y jóvenes.

Cabe mencionar que, por su importancia en la lucha contra la pobreza y protección del medio ambiente, La Asamblea General de las Naciones Unidas (ONU) va a proclamar el año 2017 como el "Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo".

"El Eco Turismo es aquel segmento especializado del turismo responsable, que promueve y apoya la conservación de la naturaleza y los valores culturales de los destinos, los interpreta para el cliente, favorece el mejoramiento socioeconómico de las comunidades locales y que persigue sensibilizar y satisfacer, de manera ética, a los clientes.

Mantiene sus actividades con un diseño y a una escala apropiados al entorno y pone a sus clientes en contacto directo y personal con la naturaleza y la cultura local."

(Foro Internacional de Ecoturismo – Centroamérica, CANAECO, 2004).

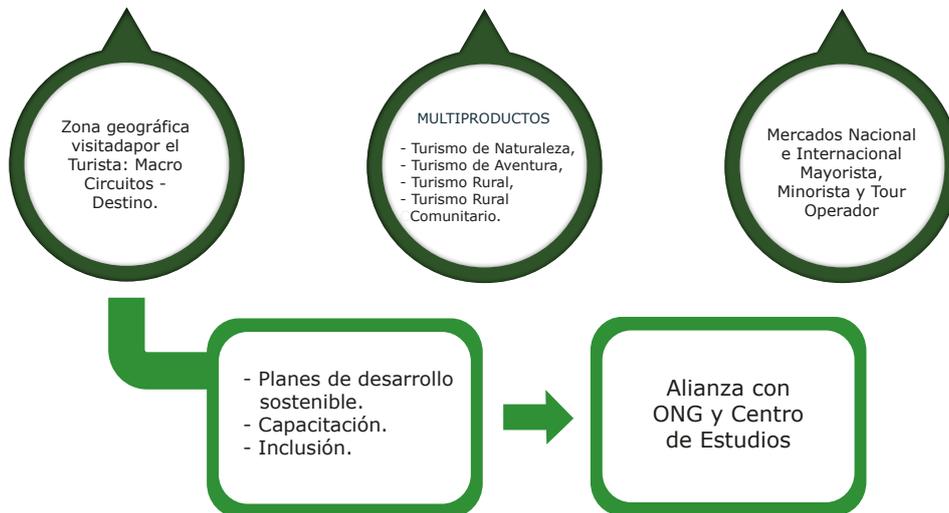


Por consiguiente, es importante establecer un esquema de la Cadena de Valor para los Productos/Servicios del ecoturismo tal como se muestra a continuación:

Cadena de valor para servicios



Ejemplo casuístico: Empresa Turística



Elaborado por Nathalie Gil Bravo

(Proyecto Biocomercio PromPerú GEF/CAF 2012)

Estas características hacen que el ecoturismo articulado con actividades de I+D+i sean una herramienta estratégica en el desarrollo económico local y nacional.

Esta agenda representa un esfuerzo consensuado de los diferentes actores vinculados al Turismo en Madre de Dios para guiar y articular sus actividades en relación con la I+D+i, para lo

cual se definen una visión, una misión y un objetivo general.

Además, se plantean objetivos estratégicos orientados a la generación y el soporte de la I+D+i, ejes temáticos y líneas de acción sobre los cuales los actores puedan enmarcar sus actividades y proyectos y, posteriormente, realizar un seguimiento de los avances y los resultados obtenidos.



➤ 01. ANTECEDENTES

La Agenda de Innovación Tecnológica nace de la necesidad de empresas locales en I+D+i de priorizar los estudios realizados con un enfoque de oferta y demanda eco turística, los mismos que son detallados en las siguientes líneas:

01.1. Diagnóstico de la aplicación de criterios de turismo sostenible en cada empresa participante de la AIT.

Fue importante realizar este estudio para que las empresas puedan aplicar los principios del turismo sostenible, los cuales se traducen en buenas prácticas de gestión empresarial.

Estos principios tienen como propósito minimizar los impactos negativos y maximizar los beneficios de la actividad turística en el entorno socio cultural, ambiental y empresarial.

Entorno Socio Cultural:

Las empresas apoyan activamente las iniciativas en pro del desarrollo comunitario y de infraestructura, lo que entre otras cosas incluye educación, salud y saneamiento.

Además, ofrecen oportunidades laborales a la población local previa capacitación para que puedan tener una mejor calidad de vida. Finalmente las empresas difunden y concientizan sobre los valores culturales, tradiciones y costumbres, haciendo que las personas se sientan orgullosas del lugar y se eviten las migraciones.

Entorno Ambiental:

Las empresas realizan todas sus actividades considerando, a su vez, la forma en que se utiliza los recursos de la biodiversidad, aportando a la investigación, recuperación y conservación.

Entorno Empresarial:

Las empresas se desarrollan en base a prácticas empresariales adecuadas, las cuales aseguran el crecimiento y mantenimiento en el tiempo, con lo cual beneficia a los propietarios, empleados, comunidad local y a la conservación de la biodiversidad.

01.2. Diagnóstico de sistemas logísticos y aprovisionamiento de las empresas participantes de la AIT.

La competencia agresiva y ágil en los mercados nacionales e internacionales, han llevado a las empresas a la conclusión de que para sobrevivir con éxito, debe iniciar relaciones de intercambio de comunicación, tecnología, materiales y recursos con los proveedores y clientes en una forma

integrada, para lo que ha de utilizar enfoques innovadores que beneficien conjuntamente a todos los actores de la cadena de suministros, con creatividad de estrategia productiva aplicando en su totalidad los conceptos de LOGÍSTICA INTEGRAL.



Debido a los avances tecnológicos en la fabricación y la distribución, está disminuyendo el coste del desarrollo de nuevos productos y servicios y se está acelerando el tiempo de comercialización.

Esto ha supuesto un aumento de las demandas de los clientes, de la competencia local y global y de la presión en la cadena de suministros.

Para seguir siendo competitivas, las empresas deben reinventarse, de forma que la cadena de suministro, abastecimiento, adquisición y planificación de producción, cumplimiento de pedidos, gestión de inventarios y atención al cliente, sea una operación flexible ágil y efectiva, diseñada para enfrentarse de forma efectiva a los desafíos contemporáneos.

01.3. Estudio de Vigilancia Competitiva de la cadena de valor ecoturística en la Provincia de Tambopata – Madre de Dios.

El presente estudio fue necesario para desarrollar el análisis competitivo y conocer la situación actual de la calidad de los servicios del destino de Madre de Dios representado por las empresas participantes de la AIT. El estudio presenta un análisis comparativo a nivel nacional comparando la oferta de los albergues de Tambopata con

albergues de los destinos del Manu (Madre de Dios), Loreto, San Martín, Huánuco, Ucayali, Pasco y Junín. Asimismo, presenta un análisis comparativo a nivel internacional comparando la oferta de los albergues de Tambopata con albergues de los países: Brasil, Costa Rica y Ecuador.



01.4. Diagnóstico de la demanda eco turística nacional e internacional.

Este estudio fue necesario para explorar la potencialidad (Tamaño de mercado e identificación de oportunidades) del destino turístico de Madre de Dios en el mercado nacional e internacional. Con este estudio las

empresas participantes de la AIT pueden conocer los perfiles, hábitos, preferencias y actitudes de los turistas o visitantes actuales y potenciales de Tambopata – Madre de Dios.

01.5 Estudio de Promoción Turística en la Provincia de Tambopata – Madre de Dios.

Luego de identificar los mercados actuales y potenciales del destino, es necesario saber cómo llegar a ellos y la dinámica en cómo se mueve el sector. Este estudio nos informa sobre los lineamientos de promoción y

comercialización en el mercado de turismo receptivo (Extranjero). Además nos muestra las tendencias del sector, los principales canales de comercialización incluyendo el e-commerce.



Fotografía: Inkaterria e Inka Terra Asociación



Fotografía: Inkaterria e Inka Terra Asociación



➤ 02. JUSTIFICACIÓN

02.1. El entorno

Las Empresas Turísticas que desarrollan Eco Turismo en Tambopata - Madre de Dios tienen la necesidad de mejorar su cometido con ayuda de herramientas tecnológicas que impulsen su gestión. Esta debe ser más efectiva, dinámica y productiva de tal forma que exista la posibilidad de atraer, con una oferta mejor cohesionada, flujos turísticos más significativos. Entendiendo que actualmente Madre de Dios, atiende a solo un 2% del mercado turístico, mientras que Cusco, que se ubica a solo media hora de vuelo, atiende a más del 70%.

El análisis de cada eslabón de la cadena de valor del ecoturismo en la zona de intervención de Tambopata, se realizó a través de seis (6) empresas seleccionadas de albergues de selva, o ecolodges, las cuales son: Palma Real SAC. (Inkaterra); Peruvian Safaris/Explorer's Inn; Tambopata Eco Lodge; Corto Maltes Lodge; Bello Horizonte Lodge y Amarumayo SAC. La actividad turística en Madre de Dios y específicamente en Tambopata se encuentra en una etapa de crecimiento y las empresas turísticas, en diferentes etapas de desarrollo.

Mientras el mercado del Turismo Sostenible sigue en aumento, este tipo de turismo se hace especialmente interesante para Madre de Dios: El Turismo Sostenible se basa específicamente en el aprecio y respeto de la cultura y ecosistema locales.

Asimismo, es un sector económico en crecimiento que puede contribuir al desarrollo de comunidades locales –incrementando su calidad de vida– y proveer incentivos para la conservación de la naturaleza.

Con su excepcional ecosistema y sus RRNN únicos, Madre de Dios podría convertirse en un destino líder en Turismo Sostenible. Sin embargo, el desarrollo de este tipo de turismo en la región está aún lejos de concretarse en más del 50% de sus emprendimientos y carece de reconocimiento internacional, el cual podría lograrse con la implementación de Buenas Prácticas en Turismo Sostenible de acuerdo al Consejo Mundial de Turismo Sostenible (GSTC por su siglas en Inglés) y a través de la obtención de alguna certificación basada en estos estándares.



02.2. ¿Por qué la agenda?

La AIT tendrá la finalidad de desarrollar herramientas de gestión, operación y promoción que permitan estandarizar la dotación de servicios seguros y de calidad, con un impacto mínimo en la naturaleza, respetando la normatividad legal y fortaleciendo las estructuras gremiales y alianzas con el sector público para lograr sinergias que favorezcan el desarrollo de la actividad.

Las actividades de la I+D+i propuestas en la AIT contribuirán a contrarrestar la

insuficiencia tecnológica actual y fortalecer capacidades gerenciales de los actores de las empresas consorciadas.

En la agenda se plantean, además, objetivos estratégicos orientados a la generación y el soporte de la I+D+i, los ejes temáticos y las líneas de acción, sobre los cuales los actores pueden enmarcar sus actividades y proyectos; así como posteriormente, realizar un seguimiento de los avances y los resultados obtenidos.



➤ 03. ROLES DE LOS ACTORES EN EL MARCO DE LA AGENDA

En el marco de la agenda, los actores involucrados tienen distintos roles, los cuales se describen a continuación.

03.1. Las empresas y los productores.

Deben generar un valor agregado e innovar su oferta eco turística con el fin de responder a las necesidades del mercado y al uso eficiente y sostenible de la biodiversidad. Este cambio va en relación a las cadenas de

valor de sus productos y de acuerdo a los principios del Turismo Sostenible. La agenda debe orientar las actividades de I+D+i que permitan la innovación y el mayor valor agregado de la industria del turismo.

03.2. La academia.

Entendida en el sentido más amplio como todas las entidades (universidades, centros de investigación, etc.) que deben enfocar la investigación y el desarrollo del Turismo Sostenible a la implementación de los resultados por los distintos actores en la

generación de conocimiento, innovación y valor agregado.

La agenda debe contribuir al consenso e interacción entre las empresas y la academia; y de esta manera guiar la I+D+i en las actividades de Turismo.

03.3. Las instituciones de apoyo.

Son las entidades promotoras de la innovación; los proveedores de servicios tecnológicos, capacitación e información; las entidades de financiamiento y cooperación técnica; y los gremios, los cuales deben orientar sus esfuerzos en brindar soporte a las empresas, los productores y la academia vinculados al ecoturismo, en el marco de las necesidades reales que genera el mercado,

para potenciar el valor agregado y la innovación. Además, deben propiciar una vinculación entre las empresas y la academia.

La agenda debe contribuir a orientar los esfuerzos de promoción y financiamiento de la I+D+i y la transferencia tecnológica al sector turismo.

03.4. El estado.

Cumple el rol de promotor de la actividad turística, así como de la ciencia, tecnología e innovación como motores para el desarrollo. Es regulador de las actividades de los individuos y las empresas, preservador del bienestar y el interés común, como es el caso de la sostenibilidad ambiental y social.

La agenda debe permitir a las entidades del Estado pertinentes identificar cuáles son las principales fallas de mercado que se producen en las actividades de I+D+i que se realizan en el marco del ecoturismo. Así como conocer los esfuerzos, las sinergias y los resultados de las investigaciones para poder promover mejores políticas e instrumentos de apoyo.

03.5. Los ciudadanos.

La agenda debe contribuir a la generación de bienestar en los ciudadanos a través de la I+D+i y el valor agregado del ecoturismo.





Fotografía: Inkaterre e Inika Terra Asociación

➤ 04. VISIÓN, MISIÓN Y OBJETIVO GENERAL

04.1. Visión.

Tambopata, está posicionado como líder mundial en Turismo Sostenible al brindar servicios seguros, de calidad y con un impacto mínimo a la naturaleza, para lo cual cuenta con el soporte de la investigación, el desarrollo y la innovación (I+D+i), así como

con las sinergias generadas entre centros académicos y de investigación, productores, empresas, organismos internacionales, entidades de financiamiento e instituciones gubernamentales.

04.2. La Misión.

Promover en las actividades de Turismo los procesos de investigación, desarrollo e innovación (I+D+i) de manera organizada y concertada para brindar servicios de una forma sostenible, respetando la normatividad legal y generando nuevos conocimientos

para divulgarlos a través de las redes de comunicación, bajo criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica; para responder a las necesidades del mercado y las demandas de los actores de las cadenas de Turismo.

04.3. Objetivo general.

Impulsar e incorporar la Investigación, el Desarrollo Tecnológico y la Innovación que requiere el sector turístico en Tambopata - Madre de Dios para alcanzar la máxima competitividad, mejora de productividad, sostenibilidad económica, social y ambiental;

así como contribuir al bienestar de nuestra sociedad, mediante la construcción de un entorno dinámico de colaboración entre sus agentes, empresas y el Sistema Peruano de Ciencia y Tecnología.



Fotografía: Inkaterra e Inka Terra Asociación

➤ 05. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS, EJES TEMÁTICOS Y LÍNEAS DE ACCIÓN

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE GENERACIÓN DE LA I+D+I

Nro.	Objetivo Estratégico de generación de I+D+i	Eje Temático	Líneas de Acción
01	Desarrollar una oferta eco turística competitiva y sostenible.	Vigilancia competitiva	Organización de productos turísticos competitivos que cuenten con el atractivo suficiente, servicios e infraestructura adecuados y potencial de comercialización.
			Promoción de la Inversión Pública y Privada en Turismo y de Proyectos de Cooperación Internacional.
			Fomentar el uso y desarrollo de nuevas tecnologías de la información y comunicación que faciliten la prestación de los servicios y el desarrollo de las actividades turísticas, básicamente: interoperabilidad e interconexión entre sistemas (comercialización, distribución, gestión del cliente, operativa, etc.), sistemas de sindicación de información turística entre dispositivos móviles, servicios en movilidad, integración y tratamiento de información multicanal, personalización y contextualización de la información, televisión digital, sistemas de recomendación inteligentes y geoposicionamiento.
			Obtención de la Certificación de Turismo Sostenible o alguna verificación en Buenas Prácticas de Turismo para la evaluación de los indicadores de sostenibilidad relacionadas a los 7 principios establecidos por el Consejo Mundial de Turismo Sostenible para el fortalecimiento del sistema de gestión de la organización.
			Desarrollo y facilidades para el producto de "Film Location" o Filmaciones de largo y corto metraje, así como producciones comerciales relacionadas a la naturaleza y selva.
			Desarrollo de productos innovadores como los llamados "Safaris Fotográficos".

Nro.	Objetivo Estratégico de generación de I+D+i	Eje Temático	Líneas de Acción
02	<p>Innovar en la oferta eco turística desarrollando nuevos productos (bienes y servicios) con alto valor agregado a partir de los principales recursos posicionados del ecoturismo para captar segmentos/nichos de interés específico, accesibles y potenciales:</p> <p>Turismo de Naturaleza, Aventura, Académico, Rural, Rural comunitario, de investigación, observación de fauna y flora principalmente observación de aves, deportes fluviales, naturaleza – aventura, ecoturismo, turismo vivencial.</p>	Nuevo Producto	Desarrollo de productos de Observación de Mariposas.
			Desarrollo de productos Académicos (Investigadores, Profesores/ Alumnos y Voluntarios).
			Desarrollo de productos de pesca deportiva.
			Desarrollo específico del producto "Observación de Aves de la Amazonía Sur del Perú" Madre de Dios, incluyendo rutas y locaciones de información, guías especializados y material informativo óptimos.
			Desarrollo del producto turístico "Collpa Chuncho" en Madre de Dios", con involucramiento de la población local, desarrollando observación de loros y guacamayos, caminatas, etc.
			Desarrollo del producto cultural - natural "Vivencias de la Selva" en Madre de Dios, involucrando comunidades nativas y poblaciones de colonos, incluyendo demostraciones de extracción de castaña, pesca artesanal, diseño de artesanías, jardines botánicos y chacras nativas.
			Para captar el mercado de Observadores de Aves es necesario implementar nuevas tecnologías en las herramientas de difusión, promoción y comercialización como sistemas de aviso, aplicaciones móviles, entre otros.
Diseño e Implementación de un Centro de Conocimiento de la Naturaleza: Un espacio interactivo, lúdico-científico y evolutivo, supone dar a conocer el trabajo que se desarrolla y alguna de las actividades condicionadas a programas científicos en ejecución, la estacionalidad y otros factores. Contaría con elementos audiovisuales, herramientas interactivas, exposiciones estáticas o réplicas, así como con elementos que estimulen los sentidos (sonidos, olores de la naturaleza, gusto de frutos, etc.) y las emociones, temperaturas, actividades (Ejem: Cruzar un puente de cuerdas). Educativo, podría estar enfocado también en los cambios climáticos y el impacto del hombre.			

Nro.	Objetivo Estratégico de generación de I+D+i	Eje Temático	Líneas de Acción
03	Mejorar el conocimiento de la relación entre la planificación turística y los recursos sensibles al cambio climático, sobre instrumentos de financiación de adaptación a éste y sobre la contribución del sector al cambio climático.	Adaptación al cambio climático	<p>Implementación de buenas prácticas en el sector para interactuar respetuosamente con el medio ambiente y preparar las estrategias del sector turístico de cara a la amenaza del cambio climático.</p> <p>Desarrollo de conocimientos del papel del clima actual en el sistema turístico y los impactos que supondría el cambio climático por destinos y por productos más vulnerables.</p> <p>Desarrollo de cartografía especializada, sistemas de indicadores sobre la relación cambio climático - turismo.</p> <p>Desarrollo de un modelo de gestión para optimizar las principales medidas de adaptación al cambio climático y las implicaciones en las políticas turísticas.</p> <p>Desarrollo del conocimiento de la percepción de la demanda frente al cambio climático, así como en el análisis de los costes de las medidas de adaptación.</p>
04	Promover la cultura eco turística y la seguridad del visitante.	Recursos Humanos	<p>Incorporación de contenidos turísticos sostenibles en el sistema curricular de la educación técnica en Madre de Dios.</p> <p>Desarrollo de una cultura de buenas prácticas en el servicio turístico a nivel zonal.</p> <p>Diseño y aplicación de un Sistema Piloto de Información, Seguridad y Protección al Turista a nivel zonal.</p>
05	Fortalecer la dinámica institucional del sector turismo en la zona.	Institucionalidad	<p>Inserción del eco turismo como política prioritaria de los Gobiernos Regionales y Locales.</p> <p>Fortalecimiento de los gremios privados del sector y de sus instancias de coordinación.</p> <p>Identificación y consolidación de mecanismos de coordinación interinstitucional público - privada.</p> <p>Fortalecimiento de las capacidades de las organizaciones comunales asociadas a los productos turísticos.</p>
			Focalización de la promoción turística internacional en los mercados y segmentos prioritarios.

Nro.	Objetivo Estratégico de generación de I+D+i	Eje Temático	Líneas de Acción
06	Incrementar de manera sostenida la demanda del turismo receptivo así como incrementar el turismo interno.	Información y difusión	Elaboración y posicionamiento de la marca turística de la zona del destino Tambopata – Madre de Dios.
			Desarrollo de una estrategia de marketing online del destino, iniciando con una plataforma web 2.0 interactiva.
			Fortalecimiento de la promoción del turismo interno, interregional e intrazonal.
			Desarrollo de capacidades e institucionalidad de mercadeo del destino.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE SOPORTE A LA I+D+I

Nro.	Objetivo Estratégico de Soporte a la I+D+i	Eje Temático	Líneas de Acción
01	Fortalecer la articulación institucional entre los actores locales, regionales y nacionales del turismo para propiciar la generación de conocimiento y la incorporación de innovaciones tecnológicas	Institucionalidad	Inclusión del componente de investigación e innovación en Turismo Sostenible en las políticas de desarrollo nacional, regional, sectorial e institucional.
			Fortalecimiento de espacios de vinculación y discusión entre los actores de la investigación y la innovación en ecoturismo.
			Fortalecimiento de alianzas entre la universidad, la empresa y el sector productivo para el desarrollo de proyectos conjuntos de investigación, tecnológicos y de innovación.
02	Propiciar programas regionales, nacionales e internacionales de capacitación orientados al Turismo Sostenible en Madre de Dios.	Recursos Humanos	Inclusión del enfoque de Turismo Sostenible en las capacidades nacionales y regionales de investigación e innovación.
			Fortalecimiento de capacidades en investigación y tecnologías para el uso racional de los recursos naturales y conocimientos tradicionales.
			Fortalecimiento de capacidades locales y regionales en desarrollo tecnológico, innovación y emprendedurismo.
			Implementación de un centro de formación de guías de naturaleza.
			Cátedra de Cocina Amazónica

Nro.	Objetivo Estratégico de generación de I+D+i	Eje Temático	Líneas de Acción
03	Incorporación de sistemas logísticos y aprovisionamiento de las empresas	Tecnologías de la Información y Comunicación	<p>Desarrollo de un sistema de logística integral para la toma de decisiones operativas y de gestión.</p> <p>Implementación de un software de aplicativos integrados para procesos logísticos con los debidos complementos para generar información de uso contable para generar indicadores de gestión predeterminados.</p> <p>Promover la creación de una empresa que se defina como operador logístico y que se encargue de centralizar los procesos de los hoteles involucrados. El operador logístico deberá trabajar los procesos de compra, almacenaje y distribución de productos y servicios.</p>
04	Impulsar el mejoramiento de la infraestructura regional y nacional para la investigación, el desarrollo tecnológico y la innovación de los servicios de ecoturismo	Infraestructura y equipamiento	<p>Implementación de unidades de prospectiva y vigilancia tecnológica de las actividades del ecoturismo.</p> <p>Implementación de plantas Fito depuradoras para el tratamiento de aguas residuales que no perjudiquen el ecosistema local y minimicen el impacto relacionado a las aguas residuales.</p> <p>Modernización de los centros de investigación e innovación útiles para el ecoturismo.</p> <p>Implementación de centros de excelencia para la investigación en ecoturismo.</p>



Fotografía: Inkaterre e Inka Terra Asociación

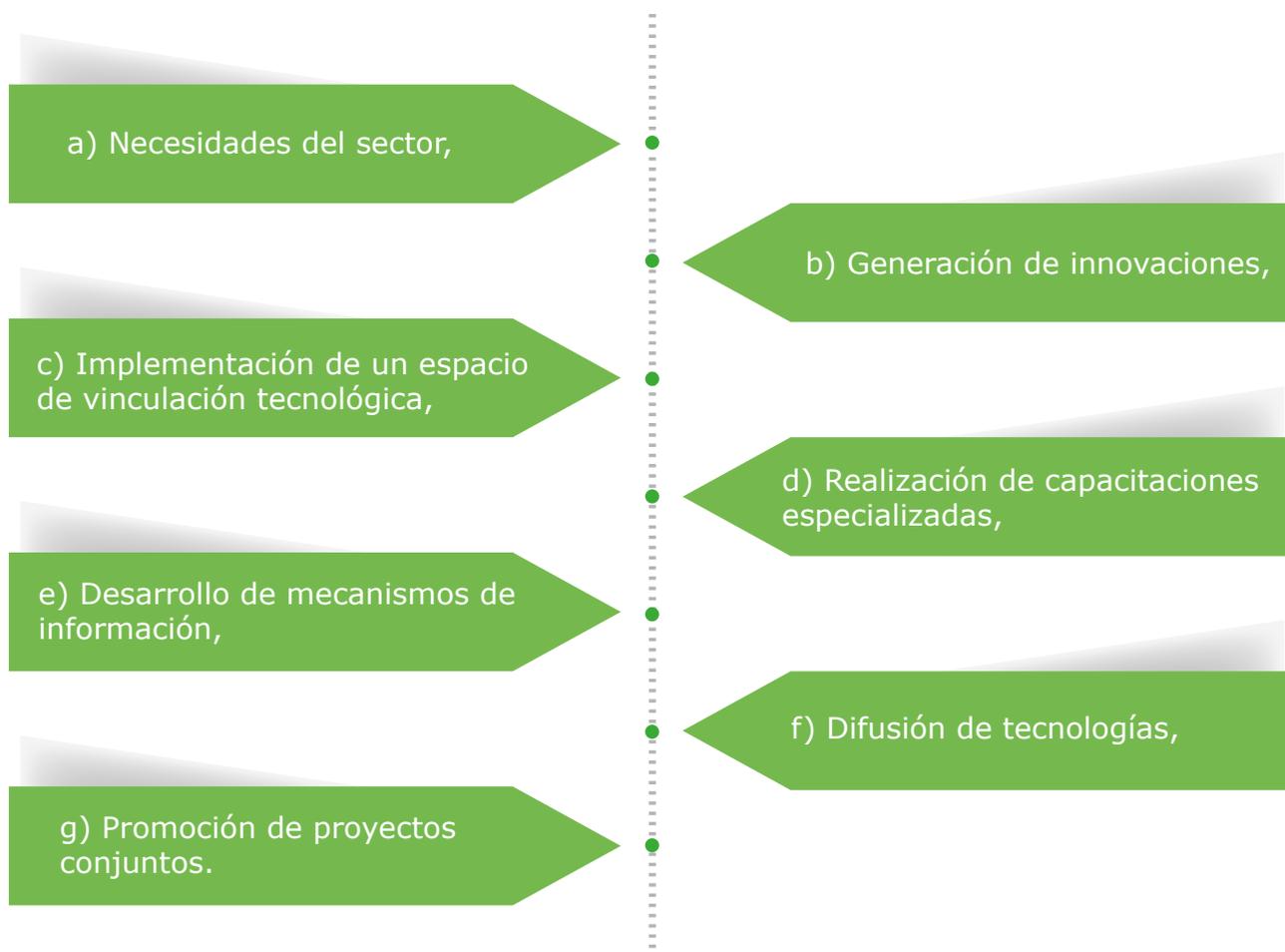
> 06. IMPLEMENTACIÓN DE LA AIT

Para la implementación de la AIT las empresas involucradas recogerán la información sobre las actividades, los proyectos y las metas de I+D+i, de los actores vinculados al ecoturismo en Madre de Dios que participan de esta iniciativa.

De esta manera podrán identificar los objetivos estratégicos y líneas de acción en los que participarán.

Así, se tendrá un registro de los esfuerzos organizados y consensuados para generar sinergias e interacciones; y evaluar los resultados.

Las empresas ejecutarán acciones de promoción de sinergias en I+D+i entre los actores vinculados al ecoturismo para contribuir a estructurar líneas de investigación coherentes con:



El ordenamiento de las actividades de I+D+i permitirá una mayor eficiencia en la gestión del conocimiento, contar con una mejor visión para contribuir a diseñar los instrumentos regulatorios, al disponer de información apropiada y accesible.

Así como facilitar un mayor impacto en el desarrollo de productos y tecnología de las empresas, consolidar cadenas de valor sostenibles e incrementar la competitividad de todos los actores vinculados al ecoturismo en Madre de Dios.



Fotografía: Inkaterra e Inka Terra Asociación

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adventure Tourism Development Index, ATTA.
- Adventure Tourism Market Study 2013 (George Washington University).
- Agencias de Viaje – 14 Reglas para adaptarse al mercado, Procolombia.
- Análisis comparativo ecoturismo Costa Rica Colombia.
- Attitudes of Europeans towards tourism.
- Best Responsible Travel and Ecotourism Websites.
- Birding Statistics USA 2006.
- Boletín de Estadísticas Turísticas 2010-2014 (Ecuador)
- Consumer Research perfil del mercado UK.
- Demanda Turística Internacional-Fichas Síntesis 2010-2014 Brasil.
- Department of Tourism Research report 2005 – Otago University.
- Desarrollo Socioeconómico Turismo Comunitario.
- Determinantes de una sistema organizacional en red para el desarrollo rural en Antioquia.
- Developing Paradise tourism the local community and nature.
- Diagnóstico Turismo de Naturaleza en el Mundo (Colombia).
- Diagnóstico Turismo de Naturaleza Entregable – FINAL.
- Economic Perspectives on Nature Tourism (1997).
- Ecotourism_Principles, Practices and Policies for Sustainability.
- Ecoturismo Alemania, Promperú Ecoturismo Canadá, Promperú Ecoturismo England, Promperú Ecoturismo USA, Promperú.
- Espacio Rural turismo y desarrollo local en Tandil.
- Evolución Turismo rural oportunidades turismo naturaleza España grande.
- Experiencia Costa Rica Aves protegidas.
- Ficha informativa sobre turismo de naturaleza y ecoturismo en Latinoamérica para los mercados de Alemania, Países Bajos, España y Reino Unido.
- Gasto Turístico 2010 – Bolivia Gasto Turístico 2014 – Bolivia.
- ICT, Actividades realizadas 2009-2013 ICT, Anuario de Turismo 2014.
- ICT, Encuesta Visita Aérea 2014 ICT, Informe Trimestral II 2015.
- ICT, Motivo Principal de visita 2010-2014.
- Índice de Competitividad Turística, WEF.
- Informe Consolidado Directorio Establecimientos Turismo de Naturaleza y Construcción de Estadísticas (Colombia).
- International Tourism Industry (Australia) Links info Inkaterra.
- Manual de desarrollo de productos turísticos, OMT.
- National Parks Sector Review 2012-2013.
- Nature Based Market Profile-Victoria 60. Australia 2014.
- Nature Based Tourism Profile (Turismo en Nueva Zelanda).
- Nature Based Tourism Strategy (Australia, más a nivel domestico).
- Nature Based Tourism to NSW 2013 (Nueva Gales-AU).
- Nature Based Tourism_Fact Sheet (Australia) Griffith University.
- NEAT trends current issues in nature, eco and adventure tourism.
- North American Ecotourism_Market Profile and Trip Characteristics.
- Nuevas Rutas para promover el ecoturismo ruta de aves noramazonicas y pisciturismo en el Nanay.
- Outdoor Recreation and Nature Tourism-Europe perspective.
- Panorama del Turismo 2015 – OMT Perfil. avistamiento de aves, Procolombia.
- Perfil de observadores de aves, Promperú.
- Perfil del mercado en Alemania, Procolombia.
- Perfil del Observador de Aves (PromPeru).
- Perfil del turista de Brasil, Procolombia.
- Perfil del turista de EEUU, Procolombia.
- Perfil del turista de naturaleza 2005 – Informe Promperú.
- Perfil del turista de naturaleza 2005 – Presentación Promperú.
- Perfil del turista extranjero 2014 Promperú.
- Perfil del turista extranjero en cifras 2014 Promperú.
- Perfil industria CANATUR.
- Perfil Reino Unido, Procolombia.
- Perú como destino para la operación turística Promperú.
- Plan de Negocio de Turismo en Naturaleza – Colombia 2013
- Plan de Negocios Turismo de Naturaleza, Colombia.
- Plan Nacional Turismo Sostenible 2010-2016, Costa Rica
- Potencial turismo basado naturaleza Presentación PTE 2014, Promperú.

- Profile of US Resident Travelers Visiting, 2014.
- Publicación perfil del turista de naturaleza, Promperú.
- Publicación perfil del turista rural comunitario, Promperú.
- Regional Tourism Profile 2012-2013 (Australia)
- Reporte del diagnóstico sobre el potencial de los recursos del turismo de naturaleza en Mexico.
- Snapshots 2009 Nature Tourism in Australia Student Travel Market 2015.
- Study of the commercialization chain and market opportunities for eco and sustainable tourism.
- Tendencias y marketing del turismo de aventura y ecoturismo – África.
- The market for responsible tourism products, SNV.
- The power of the Latin American traveller.
- Top 10 environmentally friendly travel companies.
- Top 50 ecoturism websites Turismo comunitario Ecuador.
- Turismo consolidación apropiación territorio.
- Turismo de naturaleza en México, Retos y oportunidades, 2006.
- Turismo Rural America Latina Turismo sostenible, OMT.
- Turismo y espacios naturales protegidos en Costa Rica.
- Turismo y patrimonio cultural inmaterial.
- Wildlife Tourism Final Report 2010 – North Ireland.
- Academic Experiences, USA 61.
- Adventures in Good Company, USA Atalante, Francia.
- KonTour, Latam Mincyt Colombia Palenque, Alemania Pure, Latam Sernatur, Chile.
- Small World Journeys, Australia Steppes, Reino Unido.
- Travel Expeditions, Perú Trek America, Reino Unido Wilderness Travel, USA Wingbirds, USA



Fotografía: Inkaterra e Inka Terra Asociación

Innóvate Perú