



**UNIVERSIDAD  
DEL PACÍFICO**

**Escuela de  
Postgrado**

**“ANÁLISIS DE LA INVERSIÓN EN INFRAESTRUCTURA  
TURÍSTICA Y SU INFLUENCIA EN LA DINAMIZACIÓN  
ECONÓMICA DEL SECTOR TURISMO: EL CASO DEL  
PROYECTO SISTEMA DE TELECABINAS KUÉLAP”**

**Trabajo de investigación presentado  
para optar al Grado Académico de  
Magíster en Gestión de la Inversión Social**

**Presentado por  
Rey Pablo Cervantes Chiclla  
Hanji Mariela Espinoza Rodriguez  
Nelly Rivera Quintana**

**Asesor: Joanna Noelia Kamiche Zegarra**

**[0000-0001-5561-4518](tel:0000-0001-5561-4518)**

**Lima, junio 2023**

## REPORTE DE EVALUACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO

A través del presente, Juan Carlos Ubillús Ramírez deja constancia que el trabajo de investigación titulado "ANÁLISIS DE LA INVERSIÓN EN INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA Y SU INFLUENCIA EN LA DINAMIZACIÓN ECONÓMICA DEL SECTOR TURISMO: EL CASO DEL PROYECTO SISTEMA DE TELECABINAS KUÉLAP", presentado por don Rey Pablo Cervantes Chiclla, de acuerdo con el D.N.I. 45946405 y doña Hanji Mariela Espinoza Rodriguez, de acuerdo con el D.N.I. 44848891, y Nelly Rivera Quintana, de acuerdo con el D.N.I. 42157795, para optar al Grado de Magíster en Gestión de la Inversión Social, fue sometido al análisis del sistema antiplagio Turnitin el 4 de julio de 2023 dando el siguiente resultado



The screenshot displays a Turnitin plagiarism report. The main content area shows the title of the work: "ANÁLISIS DE LA INVERSIÓN EN INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA Y SU INFLUENCIA EN LA DINAMIZACIÓN ECONÓMICA DEL SECTOR TURISMO: EL CASO DEL PROYECTO SISTEMA DE TELECABINAS KUÉLAP". Below the title, it states that the work is presented for a Master's degree in Social Investment Management, and lists the authors: Rey Pablo Cervantes Chiclla, Hanji Mariela Espinoza Rodriguez, and Nelly Rivera Quintana.

On the right side, a sidebar titled "Resumen de coincidencias" (Summary of coincidences) shows a total similarity score of 19%. Below this, a list of 10 sources is provided, each with its corresponding similarity percentage:

Rank	Source	Similarity
1	hdi.bandix.net	3 %
2	vialto	1 %
3	tesis.uccc.edu.pe	<1 %
4	cdm.www.gob.pe	<1 %
5	www.inet.gob.pe	<1 %
6	uneca.org	<1 %
7	www.inecari.org.pe	<1 %
8	gob.miraflores.gob.pe	<1 %
9	tasaparamida.com.com	<1 %
10	ca.foi.universite...	<1 %

Dedicamos este logro de manera muy especial a nuestros padres, hermanos, hija y sobrina, quienes nos han motivado y apoyado para culminar con éxito todo el proceso de la maestría.

Agradecemos a nuestra asesora Joanna Kamiche Zegarra por sus enseñanzas, motivación, dedicación y sugerencias durante todo el proceso de desarrollo de la presente tesis.

## **Resumen ejecutivo**

El Perú es un país con un alto potencial turístico (cultural, de aventura, patronímico, arqueológico, entre otros). A través del MINCETUR se ha venido impulsando y desarrollando diversas políticas públicas e inversión en infraestructura turística, siendo estos claves para el desarrollo y la dinamización económica de distintas regiones del país.

La inversión en infraestructura turística es primordial para potenciar y promocionar el patrimonio cultural y recursos turísticos con los que cuenta un país. Esto a su vez permite dinamizar las economías de las localidades receptoras y mejorar la atención de los servicios que se brindan a los turistas nacionales y extranjeros.

Esta investigación nace del interés del equipo de investigadores por conocer acerca de la dinamización económica, vista desde el lado de la oferta turística, que se generó por implementación del Sistema de Telecabinas de Kuélap, proyecto complejo, de gran inversión, novedoso y es el primer sistema de telecabinas desarrollado en el país. En ese sentido, la presente investigación es abordada desde el lado de la oferta turística, realizando una investigación con fuentes primarias de tipo cualitativa y complementada con información de fuentes secundarias de tipo cuantitativa. La investigación cualitativa busca recoger las percepciones de beneficios, problemas, ofertas de servicios turísticos y encadenamientos productivos, frente a la implementación y puesta en marcha del proyecto Telecabinas Kuélap. En tanto, la información cuantitativa busca analizar la evolución del número de ofertantes y licencias de funcionamiento a rubros de negocios relacionados con el sector turismo.

Los resultados de la investigación muestran que a nivel de percepción de los entrevistados se ha incrementado el número de turistas, por ende, se han generado un mayor número de ofertantes relacionadas con la actividad turística, se incrementaron las ventas, se ampliaron y/o diversificado los negocios. Además, la mayoría de entrevistados coinciden que son mínimos los problemas que ha generado el proyecto; no obstante, han incidido en destacar el desplazamiento económico de las comunidades que antes formaban parte de la ruta terrestre para llegar a la Fortaleza de Kuélap. El análisis de la información cuantitativa permite señalar que se generó mayor dinamismo económico a través del incremento del número de ofertantes vinculados directamente al sector turismo en el centro soporte Chachapoyas, en comparación con otros centros turísticos similares como es el caso del distrito Cajamarca.

## Índice

RESUMEN EJECUTIVO.....	2
CAPITULO I. ALCANCE DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN.....	9
1. JUSTIFICACIÓN .....	9
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	11
2.1. Pregunta general.....	14
2.2. Preguntas específicas .....	14
3. HIPÓTESIS.....	14
3.1. Hipótesis general.....	14
3.2. Hipótesis específicas .....	14
4. OBJETIVOS.....	15
4.1 Objetivo general.....	15
4.2 Objetivos específicos .....	15
CAPITULO II. CONTEXTO.....	16
1. HISTORIA DE KUÉLAP.....	16
2. DESCRIPCIÓN DE LA ZONA .....	17
3. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO .....	21
CAPITULO III. MARCO TEÓRICO.....	25
1. TURISMO E INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA .....	25
2. TURISMO Y TRANSPORTE.....	28
3. TURISMO Y DINAMIZACIÓN ECONÓMICA.....	29
4. TURISMO Y ENCADENAMIENTO PRODUCTIVO .....	35
5. TURISMO Y ACTIVIDAD EMPRESARIAL .....	36
CAPITULO IV. METODOLOGÍA .....	38
1. DESCRIPCIÓN.....	38
2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	38
3. PROCESO DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	39
3.1. Metodología cualitativa.....	40
3.2. Metodología cuantitativa.....	40
3.3. Características de la población a entrevistar .....	41
4. SELECCIÓN DE LA MUESTRA DEL ESTUDIO.....	41
4.1. Cualitativo.....	41
4.2. Cuantitativo.....	43
5. PLAN DE ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	43
5.1. Recolección de datos.....	43
5.2. Análisis .....	44

5.2.1. Análisis cualitativo .....	44
5.2.2. Análisis cuantitativo .....	44
CAPITULO V. RESULTADOS .....	45
1. ANÁLISIS DE RESULTADOS CUALITATIVOS .....	45
1.1. Percepción de beneficios y problemas .....	45
1.1.1. Hoteles.....	45
a) Beneficios .....	45
b) Problemas.....	46
1.1.2. Restaurantes.....	46
a) Beneficios .....	46
b) Problemas.....	47
1.1.3. Agencias de viaje.....	47
a) Beneficios .....	47
b) Problemas.....	48
1.1.4. Transportes .....	48
a) Beneficios .....	49
b) Problemas.....	49
1.1.5. Especialistas .....	49
a) Beneficios .....	49
b) Problemas.....	50
1.2. Oferta de servicio turístico .....	53
1.2.1. Hoteles.....	53
1.2.2. Restaurantes.....	54
1.2.3. Agencias de viaje.....	54
1.2.4. Transportes .....	54
1.2.5. Especialistas .....	55
1.3. Encadenamiento Productivo .....	56
1.3.1. Hoteles.....	56
1.3.2. Restaurantes.....	57
1.3.3. Agencias de viaje.....	57
1.3.4. Transportes .....	58
1.3.5. Especialistas .....	58
2. ANÁLISIS DE RESULTADOS CUANTITATIVOS .....	65
2.1 Análisis del número de ofertantes y de licencias de funcionamiento a rubros de negocios otorgadas por la municipalidad .....	65
2.1.1 Análisis del número de ofertantes de los rubros de negocios de interés .....	65
2.1.2 Análisis del número de licencias de funcionamiento de negocios otorgados por la municipalidad .....	73

2.2	Análisis de los encadenamientos productivos .....	79
CAPÍTULO VI. MEJORA INSTITUCIONAL .....		82
1.	BRINDAR FACILIDADES PARA LA FORMALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS Y EMPRENEDORES PARA COMBATIR LA INFORMALIDAD EMPRESARIAL .....	82
2.	FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES A LOS OPERADORES TURÍSTICOS PARA UNA MEJOR ATENCIÓN AL TURISTA .....	83
3.	INCLUSIÓN DE LAS LOCALIDADES QUE FORMARON PARTE DE LA ANTIGUA RUTA A LA FORTALEZA DE KUÉLAP.....	86
CAPÍTULO VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		89
1.	CONCLUSIONES .....	89
2.	RECOMENDACIONES .....	91
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		92
ANEXOS .....		100



## Índice de tablas

Tabla 1. Número de visitantes a la zona arqueológica de Kuélap y principales destinos .....	10
Tabla 2. Amazonas: Población censada según ámbito geográfico.....	17
Tabla 3. Comparación de la variación del VAB <sup>1/</sup> , según actividad económica y regiones (miles de soles en valores a precios constantes de 2007) .....	19
Tabla 4. Componentes del Proyecto Sistema de Telecabinas de Kuélap.....	21
Tabla 5. Actividades y acciones del Proyecto Sistema de Telecabinas de Kuélap .....	23
Tabla 6. Número de entrevistas según rubro y tamaño de negocio.....	43
Tabla 7. Matriz de comparación de la percepción de beneficios .....	51
Tabla 8. Matriz de comparación de la percepción de problemas .....	52
Tabla 9. Matriz de comparación de la oferta turística.....	55
Tabla 10. Matriz de comparación de los encadenamientos productivos .....	59
Tabla 11. Puntos positivos y negativos percibidos por tipo de entrevistado.....	61
Tabla 12. Crecimiento del número de ofertantes según rubros de negocio de interés en Chachapoyas ...	72
Tabla 13. Crecimiento del número de ofertantes según rubros de negocio de interés en Cajamarca.....	72
Tabla 14. Crecimiento del número de licencias de funcionamiento otorgados a los rubros de negocio de interés en Chachapoyas.....	78
Tabla 15. Crecimiento del número de licencias de funcionamiento otorgados a los rubros de negocio de interés en Cajamarca.....	78
Tabla 16. Crecimiento del número de ofertantes, según rubro de negocios en Chachapoyas.....	80
Tabla 17. Crecimiento del número de ofertantes, según rubro de negocios en Cajamarca.....	80

## Índice de gráficos

Gráfico 1.	Evolución del número de hoteles en el distrito de Chachapoyas .....	66
Gráfico 2.	Evolución del número de hoteles en el distrito de Cajamarca.....	66
Gráfico 3.	Número de restaurantes en el distrito de Chachapoyas .....	67
Gráfico 4.	Número de restaurantes en el distrito de Cajamarca .....	67
Gráfico 5.	Número de agencias de viajes en el distrito de Chachapoyas .....	68
Gráfico 6.	Número de agencias de viajes en el distrito de Cajamarca .....	69
Gráfico 7.	Número de empresas de transporte terrestre en el distrito de Chachapoyas.....	70
Gráfico 8.	Número de empresas de transporte terrestre en el distrito de Cajamarca.....	70
Gráfico 9.	Número de licencia de funcionamiento para hoteles, hostales y otros otorgadas en el distrito de Chachapoyas.....	73
Gráfico 10.	Número de licencia de funcionamiento para hoteles, hostales y otros otorgadas en el distrito de Cajamarca .....	74
Gráfico 11.	Número de licencias de funcionamiento para restaurantes otorgados en el distrito de Chachapoyas.....	75
Gráfico 12.	Número de licencias de funcionamiento para restaurantes otorgados en el distrito de Cajamarca.....	75
Gráfico 13.	Número de licencias de funcionamiento a agencias de viaje otorgados en el distrito de Chachapoyas.....	76
Gráfico 14.	Número de licencias de funcionamiento a agencias de viaje otorgados en el distrito de Cajamarca.....	76

**Índice de anexos**

Anexo 1.	Evolución de la llegada de visitantes a diferentes lugares turísticos .....	100
Anexo 2.	Formatos de entrevistas en profundidad.....	101
Anexo 3.	Matriz de resultados del trabajo de campo.....	104
Anexo 4.	Lista de empresas e instituciones entrevistadas en el trabajo de campo .....	138

## Capítulo I. Alcance del trabajo de investigación

### 1. Justificación

El turismo a nivel mundial y en el Perú presentó un crecimiento constante en los últimos años (previos a la pandemia del COVID -19), a nivel de la llegada de turistas y del gasto que estos realizan en los países visitados. En el año 2018, el ingreso de divisas por turismo en el Perú se incrementó en 7.0% respecto al año anterior (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2018), que es mayor a la variación registrada por el PIB global en el mismo periodo, que alcanzó el 3.6% (Organización Mundial de Turismo, 2019).

El Perú es un país identificado con el turismo, orgulloso de su diversidad cultural y gastronomía, las cuales fueron premiadas a nivel internacional, obteniendo en el año 2018 el premio mejor destino culinario del mundo, por octavo año consecutivo; además, fue galardonado como mejor destino cultural a nivel global (World Travel Awards, 2018). La importancia del turismo en la economía nacional se puede observar en su crecimiento, de acuerdo al Observatorio Turístico del Perú (2021), el crecimiento promedio del sector durante el periodo 2015-2019 fue de 2.7% superior en el mismo periodo al de sectores como: construcción que alcanzó un 2.5% (ComexPerú, 2019)<sup>1</sup>, manufactura que registró -0.5% (ComexPerú, 2019) y comercio que tuvo un crecimiento de 2.4% (ComexPerú, 2019).

A pesar de la importancia del sector turismo, son pocos los proyectos de infraestructura turística de gran envergadura en territorio nacional. Para definir un proyecto de gran magnitud tomamos como referencia la selección realizada por el Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial de la Cámara de Comercio de Lima (2019) en su “Cartera de Proyectos de Inversión 2019-2024” la cual contiene 363 proyectos y representa el 50% del PBI del año 2019, dentro de esta selección de grandes proyectos solo se consideran aquellos con un costo superior a US\$ 10 millones. De acuerdo al MEF (2021) del 2017 a junio del 2021, son noventa y tres proyectos registrados por el Gobierno Nacional en el Grupo Funcional: Turismo; de estos solo tres intervenciones tienen un costo, a nivel de viabilidad, superior a S/ 35 millones<sup>2</sup>. El Sistema de Telecabinas de Kuélap, de

---

<sup>1</sup> Sociedad de Comercio Exterior del Perú

<sup>2</sup> Los proyectos son:

- a. Mejoramiento de los Servicios Turísticos Públicos Zona Arqueológica Monumental Kuélap, Distrito de Tingo, Provincia de Luya, Amazonas.
- b. Mejoramiento de Los Servicios Turísticos Públicos en la Ruta 01 y Ruta 02 de la Red de Caminos Inka del Santuario Histórico de Machupicchu en los distritos de Machupicchu y Ollantaytambo de La Provincia De Urubamba - Departamento De Cusco.

la región Amazonas, con un costo estimado de S/ 83,95 millones<sup>3</sup> es un proyecto de gran envergadura, siendo la mayor inversión en infraestructura turística realizada en el Perú hasta la fecha de su inauguración; además, de ser el primer sistema de telecabinas en el país (Puscan, Sabrera, & Lahura, 2019). Este proyecto permite superar las condiciones que limitan la accesibilidad (tiempo y calidad de acceso) al complejo arqueológico, combinando la infraestructura con el recurso turístico patrimonial; esto junto al monto de inversión lo hacen atractivo desde el punto de vista turístico y para la investigación.

El inicio de operación de las Telecabinas de Kuélap, en marzo del 2017, vino acompañado de un incremento importante de visitantes al complejo arqueológico. En la tabla 1 se observa que la variación en el número de turistas nacionales e internacionales han sido sustancial del 2016 al 2017, lo cual habría sido motivada por la instalación de las telecabinas, que facilitaron el acceso a la Fortaleza Arqueológica de Kuélap. El incremento en este periodo ha sido superior al registrado por el principal atractivo turístico nacional: Santuario Histórico de Machu Picchu y al promedio de los diez principales atractivos turísticos en el país<sup>4</sup>.

**Tabla 1. Número de visitantes a la zona arqueológica de Kuélap y principales destinos**

Turistas	2015	2016	2017	2018	2019
Nacionales	29,092	45,397	85,209	91,661	86,457
Extranjeros	7,293	10,613	17,696	18,407	17,617
Total	36,385	56,010	102,905	110,068	104,074
Kuélap Variación %	-9.37	53.94	83.73	6.96	-5.45
Machu Picchu Variación %	12.39	10.68	-0.58	11.54	0.71
Principales Destinos <sup>1/</sup> %	30.65	15.23	8.57	11.24	6.35

Nota. Elaboración propia en base a la información del portal web Datos Turismo del MINCETUR (2021)

1/ Considerando los diez sitios turísticos, museos, y áreas naturales protegidas por el Estado más visitados en el 2019 de acuerdo con el MINCETUR.

Sin embargo, la dinamización económica generada en el periodo 2017 - 2019, por este incremento de turistas, no ha sido estudiada ni caracterizada, por lo que el presente trabajo de investigación

C. Mejoramiento y Ampliación de los Servicios Turísticos Públicos del Muelle Pisco y de los Humedales de Pisco Playa, distrito de Pisco - provincia de Pisco - departamento de Ica.

<sup>3</sup> Monto registrado en el Sistema de Seguimiento de Inversiones del Ministerio de Economía y Finanzas

<sup>4</sup> En el 2017 el turismo se vio afectado por el “El Fenómeno del Niño Costero” debido a desastres naturales que provocó la destrucción de la infraestructura como puentes y carreteras que generó pérdidas que afectaron a la actividad turística en el norte del país y desincentivó el turismo en la zona sur del país. En el 2019, el turismo se vio afectado por la desaceleración de la economía mundial y la caída en 5% del turismo receptivo en América Latina debido a los conflictos sociales que sucedieron en Argentina, Bolivia, Chile, entre otros y debido a la inestabilidad política e incertidumbre debido a los casos de corrupción y enfrentamientos constantes entre el poder Legislativo y Ejecutivo.

analizaremos dicho punto desde la óptica de la oferta de servicios turísticos como: alojamiento, alimentación, transporte y demás servicios, enmarcando dicha inversión en infraestructura con una articulación de servicios. Así por ejemplo de acuerdo con Tan & Ismael (2020), la satisfacción que tiene el turista respecto a su visita empieza a evaluarse desde su experiencia en el transporte que lo moviliza entre las diferentes atracciones. Los mismos autores hacen referencia a temas como la comodidad, el tiempo y el estado de los medios de transporte como puntos clave para una correcta experiencia.

El Trabajo de Investigación se estructura en siete capítulos. En el primer capítulo se indica el alcance del trabajo de investigación, que incluye la justificación de la investigación y los problemas que existen en el sector turismo; en el segundo capítulo, se presenta el contexto donde se enmarca la historia de la Fortaleza de Kuélap, la descripción de la Ciudad de Chachapoyas y la inversión en infraestructura turista como son las telecabinas de Kuélap; en el tercer capítulo, se desarrolla el marco teórico, que incluye una revisión de las teorías relacionadas con la infraestructura turística, la relación del turismo con la dinamización económica, el transporte y el turismo, entre otros; en el cuarto capítulo, se indica la metodología utilizada en el estudio; en el quinto capítulo, se indican los hallazgos del trabajo de campo según tipo de entrevistado y se presenta los resultados del análisis de la información cualitativa y cuantitativa; en el sexto capítulo, se desarrolla la mejora institucional y finalmente, en séptimo capítulo se indica las conclusiones y recomendaciones para futuros proyectos de este tipo y para mejorar el proyecto en funcionamiento.

## **2. Planteamiento del problema**

El turismo se ha convertido en un motor que facilita el desarrollo integral de un país, generando encadenamientos económicos productivos antes, en el proceso y luego de la prestación de los servicios turísticos con los otros sectores de la economía (Carner, 2001). El Perú cuenta con una incommensurable riqueza, natural, cultural e histórico, que convierte al país en un destino turísticos atractivo y privilegiado a nivel mundial (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2016).

Cabe indicar, que el sector turismo origina beneficios directos e indirectos, como el fomento de desarrollo económico inclusivo local; ya que los turistas al visitar los circuitos turísticos que existen en distintas localidades de un país, promueven la mayor presencia de ofertantes, lo cuales brindan servicios turísticos y complementarios, que tiene como componente relevante la demanda

de mano de obra local; factor productivo que permite reducir la pobreza del lugar, llevando a una mayor inclusión social (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2016).

En ese sentido, el turismo aportó el 3.66% del PBI nacional (S/19.99 mil millones) en el 2019 (Observatorio Turístico del Perú, 2021) y empleó a 3.2 millones de personas durante el mismo año, siendo el 17 % del total de la PEA<sup>5</sup> (ComexPerú, 2020).

El turismo en el Perú ha crecido constantemente en los últimos años, con excepción del 2019<sup>6</sup>. En la última década la llegada de turistas se incrementó cada año. En el 2019 el número de turistas internacionales que llegaron al país fue de 4'371,787 personas, que representó un crecimiento del 104.3% con respecto a las cifras del 2009 (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo , 2021).

El Foro Económico Mundial publica cada año el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (ICVT) de 140 economías a nivel mundial, el ICVT mide el conjunto de factores y políticas que permiten el desarrollo sostenible del sector de viajes y turismo, que contribuyen al desarrollo y la competitividad de un país. En el 2019, el Perú se ubicó en la posición 49 en el ranking mundial (World Economic Forum, 2019). Este índice incluye los siguientes subíndices: (1) entorno propicio para el turismo, (2) políticas y factores que permitan los viajes y el turismo, (3) infraestructura, y (4) recursos naturales y culturales.

Según COMEXPERU (2019), los resultados obtenidos del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo con relación a los pilares mencionados líneas arriba revelaron que el país padece serios rezagos en los indicadores de ambiente de negocios (ocupa el puesto 100), seguridad (puesto 118), transporte por tierra y agua (puesto 107), comunicaciones (puesto 95) y salud e higiene (puesto 93); estos puestos son respecto a las 140 economías evaluadas.

En el indicador de infraestructura de servicios de turismos, vinculado al subíndice de infraestructura, según el ICVT en una escala del 1 a 7 (donde 1 corresponde a lo peor y 7 a lo mejor), el Perú obtiene un puntaje de 5.3, siendo mayor a la media (World Economic Forum, 2019). Cabe mencionar, que el presupuesto ejecutado en el año 2019 por parte del MINCETUR y PROMPERU destinado al turismo fue de S/ 147.2 millones, que representó un crecimiento de 48.6%, respecto a las cifras del año 2013. Asimismo, según el MEF (2019) del total de

---

<sup>5</sup> Población Económicamente Activa.

<sup>6</sup> Según Mincetur en el 2019 el turismo receptivo cayó 1.1%, comparado con las cifras del 2018 (47,643 turistas menos de un año a otro) debido principalmente al efecto Venezuela, se excluyó a ciudadanos venezolanos, que llegaron al país en condición de inmigrantes y no como turistas.

presupuesto ejecutado para turismo, el 46.8% (S/ 69.0 millones) se destinó a la mejora o construcción de nueva infraestructura turística.

Además de las características antes descritas, el Perú cuenta con una gran variedad en la oferta turística, basado en la existencia de los recursos culturales y naturales que están ubicados en las diversas zonas del país. Sin embargo, existen diversos lugares en el país en las que no se ha desarrollado el potencial turístico; por ejemplo, el Parque Arqueológico Choquequirao en Cusco, es un recurso que demanda inversión en infraestructura turística y mayores facilidades para su conectividad (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2017). También, está el caso del Complejo Arqueológico El Gran Pajatén, que se encuentra en el parque nacional del Río Abiseo, ubicado entre La Libertad y San Martín (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2019). Para más detalle acerca de la evolución del número de visitantes en lugares turísticos ver anexo 1.

Situación contraria es lo sucedido en el caso de la Fortaleza Arqueológica de Kuélap, atractivo turístico ubicado en la región de Amazonas, donde a través de una Asociación Pública Privada (APP) se invirtió S/ 83,95 millones en la construcción del proyecto Sistema de Telecabinas Kuélap (en adelante el “Proyecto”). Esta infraestructura permitió hacer más accesible y atractivo el recurso arqueológico, reduciendo el tiempo de llegada de aproximadamente 3 horas a 20 minutos a la fortaleza (Puscan, Sabrera, & Lahura, 2019).

A pesar del crecimiento sostenido en los últimos años del sector turismo y de los beneficios que originó al país, se cuenta con pocos estudios que evidencien los efectos que genera la inversión en infraestructura y en el incremento en la demanda turística en el Perú (Puscan, Sabrera, & Lahura, 2019).

En particular, no se tiene mayor evidencia del dinamismo económico que genera la inversión en infraestructura turística; la presente investigación pretende aportar en este tema abordándolo desde la óptica de la oferta. Existe evidencia en Croacia (Mandić, Mrnjavac, & Kordić, 2018) y Nigeria (Imikan & Ekpo, 2012) que la inversión en infraestructura tiene efectos en el turismo, como se explicará más adelante.



## 2.1.Pregunta general

¿Generó dinamización económica la inversión en infraestructura turística del proyecto Sistema de Telecabinas Kuélap en la ciudad de Chachapoyas, centro soporte del proyecto<sup>7</sup>, entre los años 2017 - 2019?

## 2.2.Preguntas específicas

- ¿Cuál es la percepción de los ofertantes y especialistas del sector turismo, del centro de soporte, respecto al Proyecto?
- ¿Cuál ha sido la evolución del número de ofertantes<sup>8</sup> vinculados al sector turismo antes y después del inicio de operaciones del Proyecto?
- ¿La inversión en infraestructura turística del Proyecto generó encadenamientos productivos en el centro soporte?

## 3. Hipótesis

### 3.1.Hipótesis general

La inversión en infraestructura turística del Proyecto contribuyó en la dinamización económica del centro soporte, entre los años 2017 -2019.

### 3.2.Hipótesis específicas

- Los ofertantes y especialistas del sector turismo, del centro soporte, perciben más beneficios que problemas a raíz del inicio de operaciones del Proyecto.
- Se incrementó el número de ofertantes vinculadas al sector turismo después del inicio de operaciones del Proyecto.
- La inversión en infraestructura turística del Proyecto generó encadenamientos productivos en el centro soporte.

---

<sup>7</sup> Centro Soporte es el conjunto urbano o rural que cuenta con infraestructura y planta turística para que pueda desarrollarse la actividad turística. MEF – MINCETUR (2011).

<sup>8</sup> Para la presente investigación se entiende por *Ofertantes* a las personas jurídicas y naturales que brindan servicios turísticos tales como: hoteles, restaurantes, agencias de viaje y transporte.

## **4. Objetivos**

### **4.1 Objetivo general**

Analizar el aporte de la inversión en infraestructura turística del Proyecto en la dinamización económica del centro soporte, entre los años 2017-2019.

### **4.2 Objetivos específicos**

- Identificar la percepción de los ofertantes y especialistas del sector turismo respecto a los beneficios y problemas que generó la implementación del proyecto
- Analizar y comparar la evolución del número de ofertantes de servicios turísticos que se dieron antes y después de la ejecución del Proyecto.
- Analizar y comparar los encadenamientos productivos generados por la inversión en infraestructura turística derivados del Proyecto, en el centro soporte.

## Capítulo II. Contexto

### 1. Historia de Kuélap

El Complejo Arqueológico de Kuélap se encuentra ubicado en el distrito de Tingo, provincia de Luya y región de Amazonas, a 3200 msnm. En este lugar fue habitado por la cultura Chachapoyas. El Complejo fue descubierto en 1846 por Juan Crisóstomo Nieto. Identificando que la zona más importante es la Fortaleza de Kuélap.

Según Narváez y Toyne (2004), Kuélap se encuentra en el corazón del Alto Utcubamba y viene a ser el centro de la esfera cultural de la región Chachapoyas. Además, manifiestan que, “Kuélap fue diseñado mediante la construcción de enormes y masivos muros de contención que finalmente crearon una plataforma de siete hectáreas, sobre la cual se ha construido más de 400 casas circulares de piedra que fueron de uso residencial y doméstico” (Narváez & Toyne).

Según el Arq. Lizardo (2008), quien cita a el arqueólogo Federico Kauffmann Doig, para mencionar que la Fortaleza de Kuélap fue un centro administrativo y lugar de culto de la cultura Chachapoyas. En tanto, Arroyo (2020) cita a Narváez para menciona que Kuélap fue el núcleo poblacional más importante de la región Chachapoyas, siendo la capital político y ritual, es decir, fue el centro urbano de residencia de la elite y la sede de un poder político centralizado.

Arroyo (2020), menciona que la ubicación del dicho complejo arqueológico fue estratégica, puesto que se asentó en la parte más elevada de la montaña, y su construcción es de muros imponentes que logran alcanzar una altura de entre 20 a 30 metros. Asimismo, manifiesta que Kuélap fue un lugar de emplazamiento religioso, político y simbólico, producto de la unión de diversos pueblos.

Por otro lado, Koschmieder (2017) menciona que Kuélap no fue una fortaleza en sí misma, sino fue el centro administrativo de mayor importancia del territorio norte de Chachapoyas; y su construcción fue hecha para superar tiempos de crisis y para cesar los conflictos internos, que eran producto de las situaciones de pobreza; también menciona que Kuélap cumplió la función de un centro ceremonial.

Respecto al ingreso a la fortaleza, se ubican tres entradas, dos del lado este y una al lado oeste. Estas entradas tenían pórticos monumentales de grandes dimensiones de altura con secciones

trapezoidales coronadas por dinteles, lo cual sirve de soporte a la cobertura, y permite el equilibrio estructural.

## 2. Descripción de la zona

En la tabla 2, de acuerdo a la información del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), se observa que la población censada en la región de Amazonas en el año 2017 ascendió a 379,384 personas, que representó el 1.3% de la población total censada en el país en dicho año. Esta cifra también representa un incremento de 0.9%, con respecto a la población censada en el año 2007 (375,993 personas). Según ámbito geográfico, un mayor porcentaje de personas en Amazonas reside en zonas rurales (58.5%); no obstante, hace 10 años, dicho porcentaje era mayor (65.5%).

**Tabla 2. Amazonas: Población censada según ámbito geográfico**

Ámbito Geográfico	2007		2017	
	Número	Participación	Número	Participación
Urbano	129,534	34.5%	157,560	41.5%
Rural	246,459	65.5%	221,824	58.5%
<b>Total</b>	<b>375,993</b>	<b>100.0%</b>	<b>379,384</b>	<b>100.0%</b>

Nota. Elaboración propia en base a la información de los Censos Nacionales de Población y Vivienda 2007 y 2017 del INEI

Entre los principales distritos se encuentran Chachapoyas, con 32,589 personas, el año 2017, representa un incremento de 36.1%, respecto a las cifras del 2007 (que fue de 23,939 personas), seguido de Bagua Grande con 50,841 personas, que representa un crecimiento de 7.4% (respecto a los resultados del Censo del 2007, que fue de 47,336 personas). Con respecto a Tingo, que es uno de los distritos de la provincia de Luya, según resultados el Censo Nacional del 2017 (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2018) tenía una población de 1,265 personas, lo cual representa un incremento de 4.4% (1,212), respecto de la población censada del 2007 (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2008) en dicho distrito.

La región de Amazonas se caracteriza económicamente por tener un PBI<sup>9</sup> poco diversificado, principalmente vinculada al sector primario. En el año 2019 las principales actividades económicas desarrolladas en la región Amazonas fueron: la agricultura, ganadería, otros servicios, comercio, administración pública y defensa, y construcción. La contribución al Valor Agregado

<sup>9</sup> Producto Bruto Interno

Bruto (en adelante, VAB) de las actividades económicas: agricultura, ganadería, caza y silvicultura fue de 33.1%; otros servicios del 19.6%, comercio el 10.7%, administración pública y defensa del 10.0%, y construcción del 9.8% (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2019). En tanto, Amazonas contribuyó solo con el 0.64% del PBI nacional y presenta el 1.45% de la PEA ocupada (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2020).

Respecto a la pobreza en Amazonas, el Instituto Nacional de Estadísticas e Informática en su Informe Técnico de Evolución de la Pobreza Monetaria del 2019, señala que Amazonas se encuentra en el segundo grupo de departamentos con mayor incidencia de pobreza, con tasas de entre 28.3% y 32.7% junto con Apurímac, Huánuco, Loreto y Pasco.

Por otro lado, en la tabla 3 se analiza el VAB promedio para dos periodos, 2014 al 2016 (antes del funcionamiento del proyecto) y del 2017 al 2019 (periodo posterior al proyecto), para Amazonas y regiones aledañas o que poseen como principal lugar turístico la visita a parques arqueológicos, como es el caso de Cajamarca y Ancash. Para el promedio, se consideró todas las regiones que poseen como atractivo turístico parques arqueológicos. En ese marco, se obtuvo los siguientes resultados:

El incremento del VAB promedio de alojamiento y restaurante de Amazonas fue 11%, mayor al de Ancash (8.6%), Cajamarca (8.9%) y promedio (9.6%). También se observa un incremento del VAB promedio de otros servicios de Amazonas (14.7%), mayor en comparación a las otras regiones (Ancash 10.4% y Cajamarca 13.3%) y al promedio (11.6%). De igual forma se observa un mayor crecimiento del VAB de construcción de Amazonas, que se incrementó en 9.9%, en comparación a las otras regiones (Ancash 5.6% y Cajamarca 7.7%) y al promedio (3.1%), lo cual se explica por la gran inversión en el proyecto de telecabinas, principalmente. Situación contraria de aprecia en el VAB de transporte, almacenamiento, correo y mensajería de Amazonas, en donde el incremento (10.5%) fue menor en comparación a Cajamarca (12.0%) y al promedio (11.6%), lo cual se puede deber a la poca conectividad de Amazonas, como por ejemplo la falta de un aeropuerto con la capacidad necesaria para la llegada de aviones comerciales a diario.

**Tabla 3. Comparación de la variación del VAB<sup>1/</sup>, según actividad económica y regiones (miles de soles en valores a precios constantes de 2007)**

Actividades económicas	Amazonas			Cajamarca			Áncash			Promedio		
	Prom. 2014-2016	Prom. 2017-2019	Var. %	Prom. 2014-2016	Prom. 2017-2019	Var. %	Prom. 2014-2016	Prom. 2017-2019	Var. %	Prom. 2014-2016	Prom. 2017-2019	Var. %
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	905,281	1,008,947	11.5%	1,321,676	1,355,282	2.5%	643,908	686,313	6.6%	1,190,619	1,306,069	9.7%
Pesca y acuicultura	617	929	50.5%	804	965	20.0%	193,089	346,096	79.2%	88,971	117,838	32.4%
Extracción de petróleo, gas y minerales	121,535	86,561	28.8%	2,509,380	2,190,801	12.7%	8,014,178	9,423,538	17.6%	3,271,350	3,656,598	11.8%
Manufactura	130,410	134,929	3.5%	718,536	714,154	-0.6%	1,463,242	1,769,422	20.9%	1,215,564	1,298,295	6.8%
Electricidad, gas y agua	29,035	35,285	21.5%	157,912	185,013	17.2%	377,320	429,646	13.9%	169,265	225,607	33.3%
Construcción	313,441	344,531	9.9%	975,040	1,049,878	7.7%	948,709	1,002,009	5.6%	984,054	1,014,542	3.1%
Comercio	314,769	333,209	5.9%	977,055	1,024,493	4.9%	1,077,156	1,148,717	6.6%	1,192,643	1,268,888	6.4%
Transporte, almacén, correo y mensajería	114,738	126,805	10.5%	390,909	437,769	12.0%	617,593	679,204	10.0%	634,266	707,723	11.6%
Alojamiento y restaurantes	39,517	43,859	11.0%	232,049	252,608	8.9%	462,880	502,849	8.6%	326,126	357,341	9.6%
Telecom. y otros servicios de información	48,610	64,139	31.9%	305,822	396,637	29.7%	430,434	577,640	34.2%	373,483	480,598	28.7%
Administración pública y defensa	261,714	303,572	16.0%	839,349	965,362	15.0%	805,457	934,091	16.0%	704,617	803,309	14.0%
Otros servicios	517,365	593,295	14.7%	2,316,637	2,623,992	13.3%	2,292,228	2,530,102	10.4%	2,181,188	2,433,191	11.6%

Nota. Elaboración propia en base a la información del INEI

1/ VAB: Valor Agregado Bruto

Por otro lado, la región de Amazonas cuenta con distintos recursos turísticos naturales y arqueológicos debido a la presencia de la cultura Chachapoyas (Neira Córdova, Choy Chea, & Mory Olivares, 2017). En total se han identificado 11 destinos turísticos tales como Chachapoyas, Kuélap, Revash – La Jalca, Luya – Lámud, Baguas, Pomacochas, Gocta, Pedro Ruiz, Condorcanqui, Leymebamba y Mendoza. No obstante, el principal atractivo turístico de Amazonas es el Complejo Arqueológico de Kuélap (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2020); que fue redescubierta 70 años antes que Machu Picchu. El Complejo Arqueológico de Kuélap y ha sido poco visitado, si comparamos las cifras de visitas en el 2016 (año previo al inicio de operaciones del proyecto), Kuélap recibió alrededor de 56 mil visitantes; mientras que, Machu Picchu recibió alrededor de 1.4 millones de visitantes, es decir Machu Picchu recibió 25 veces más visitas que Kuélap.

Es importante mencionar que en Amazonas se ubica un aeropuerto del mismo nombre, el cual se encuentra concesionado a Aeropuertos del Perú S.A. (ADP). Esta infraestructura aérea en la actualidad tiene una dimensión de 1980x30 m<sup>2</sup>, lo cual solo permite recibir aviones de menor capacidad. Desde el año 2008, no se registró servicio de vuelo regular comerciales continuos (en aeronaves Boeing y Airbus), solo vuelos en determinadas fechas y horas de Atsa Airlines, quien brinda el servicio de transporte aéreo de Lima - Chachapoyas, en aviones de mediana capacidad. Cabe indicar, que los precios son elevados en comparación a las otras rutas.

En el año 2008, ADP realizó el mejoramiento de la fachada del aeropuerto, ejecutó la remodelación del edificio de la terminal y efectuó la rehabilitación y asfaltado de los estacionamientos, entre otros por un monto aproximado de S/3.5 millones. Asimismo, se realizaron obras de seguridad, tales como el mejoramiento y conclusión de los cercos perímetros del aeropuerto, habilitación de vías para vigilancia, entre otros, por un monto de S/ 4.1 millones (Silva Araujo & Huaman Barrera, 2019). La capacidad limitada de la pista de aterrizaje del aeropuerto de Chachapoyas no permite aprovechar el potencial de turistas que podrían llegar a la zona y visitar los atractivos culturales e históricos que se ubican en Amazonas.

Respecto a las acciones realizadas para ampliar o construir un nuevo aeropuerto, estas comenzaron en el 2017, año en que el Congreso de la República aprobó el proyecto de Ley N° 565, que declara de interés público y de interés nacional la ampliación de la pista de aterrizaje del aeropuerto. En el 2019, la ADP actualizó el Plan Maestro de Desarrollo del aeropuerto de Chachapoyas (que incluyó la ampliación del terminal de pasajeros y su pista de aterrizaje), siendo aprobada por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (2019), en adelante MTC, el mismo

año. En el 2020, la ADP comunica al Gobierno Regional de Amazonas la actualización del plan, también remitió al MTC los términos de referencia para la elaboración del Estudio de pre-inversión a nivel perfil. En ese sentido, este proyecto al 31 de julio de 2022, se encuentra en la etapa de formulación y evaluación.

### 3. Descripción del proyecto

La idea del proyecto para la construcción de las Telecabinas de Kuélap no es reciente. En el 2005, ya se evaluaba por parte del MINCETUR un sistema que conecte la Fortaleza de Kuélap con la población de Tingo, dado que para acceder al atractivo turístico había que recorrer entre dos y cuatro horas una vía en inadecuadas condiciones de transitabilidad (Rodríguez, Ricart, & Fageda, 2018).

El Sistema de Telecabinas de Kuélap es el primer proyecto de telecabinas realizado mediante la modalidad de APP, De acuerdo con el MEF (2014) fue declarado viable el 11 de marzo del 2014 a nivel de factibilidad con el nombre de “Mejoramiento de los servicios turísticos públicos zona arqueológica monumental Kuélap, distrito de Tingo, provincia de Luya, Amazonas” por un monto de S/70.16 millones. De acuerdo a la tabla 4, el proyecto cuenta con los siguientes componentes:

**Tabla 4. Componentes del Proyecto Sistema de Telecabinas de Kuélap**

Componentes	Acciones
Mejora de accesibilidad a la Zona Arqueológica de Kuélap	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Construcción de estación de embarque</li> <li>- Rehabilitación de carretera: Mejoramiento de 3 km de vía bajo jurisdicción departamental.</li> <li>- Construcción del sistema de transporte por cable – telecabinas: Construcción de un sistema de acceso a través del uso de telecabinas, en el que se incluyen la estación de salida, estación de llegada y la infraestructura necesaria para trasladar cabinas, con capacidad de 8 personas, a través de 45.120 m2 de recorrido.</li> </ul>
Adecuada Provisión de Servicios de orientación e información	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Instalación de nuevas señales informativas: Instalación de nuevas señales informativas.</li> </ul>



Componentes	Acciones
Eficiente conservación de la Zona de la Zona Arqueológica Monumental de Kuélap	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investigación y conservación arqueológica de las áreas de uso turístico: Se realizarán las acciones necesarias para incrementar la ruta turística en la Zona Arqueológica Monumental de Kuélap, mediante el acondicionamiento de la fortaleza de Malcapampa.</li> </ul>
Adecuadas condiciones para el recorrido interno de la Zona Arqueológica Monumental de Kuélap	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mejoramiento de senderos internos</li> </ul>
Suficiente capacidad de gestión turística de las autoridades	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacitación en gestión cultural y turística municipal: Se brindará instrucción al personal de la Municipalidad de Tingo Nuevo, a través de la ejecución de talleres sobre gestión cultural y turística.</li> </ul>
Incremento de la difusión y promoción	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaboración de la página WEB: Se elaborará una página WEB, destacando los temas: planificación del viaje, servicios (contactos, precios, promociones, etc.), foros, experiencias del viaje, fotos, redes sociales.</li> <li>- Elaboración de Material Impreso: Se elaborará material impreso; Que consiste en: Afiches, Banner, Vinil v Folletos</li> <li>- Video promocional: Se elaborará un video promocional con una duración de 10 minutos y un spot de 1.5 minutos como máximo.</li> <li>- Elaboración de un banco de imágenes: Elaborar un banco de imágenes en formato fotográfico para que sirva como material a usar como material en las diversas actividades de promoción ven la página Web.</li> <li>- Organización de press tours: Actividad dirigida a la prensa especializada a nivel nacional e internacional, a través de la participación de connotados periodistas de mundo natural, vivencial y del turismo de aventura, permitiendo así abrir nuevos mercados. Dicha actividad se realizará con la participación de 20 periodistas especializados durante cuatro días.</li> </ul>

<b>Componentes</b>	<b>Acciones</b>
	- Campaña "Kuélap Pone": Campaña dirigida a promocionar y motivar al público a realizar viajes hacia Kuélap y por ende a los diversos atractivos del destino Chachapoyas.
Óptimos conocimientos de calidad y cultura turística de los agentes involucrados	- Capacitación y sensibilización en cultura turística dirigida a pobladores. - Difusión de buenas prácticas en calidad turística a la DIRCETUR y operadores turísticos.

Nota. Elaboración propia en base a la información del Informe de Declaración de Viabilidad del Proyecto (2014)

El proyecto fue desarrollado mediante la modalidad de APP cofinanciada, la adjudicación de la concesión fue otorgada al Consorcio Telecabinas Kuélap, integrado por la empresa francesa Pomagalski S.A.S y la peruana Ingenieros Civiles y Contratistas Generales S.A. (Proinversión, 2014). Se planteó un período de diseño de 6 meses, 15 meses de obra y 20 años de operación. A continuación, en la tabla 5 se detalla las actividades y acciones del Proyecto.

**Tabla 5. Actividades y acciones del Proyecto Sistema de Telecabinas de Kuélap**

<b>Actividades</b>	<b>Acciones</b>
Firma de contrato	15 de octubre del 2014 Consorcio Telecabinas Kuélap
Etapa de ejecución de obra	Inició el 14 de agosto del 2015 y concluyeron el 06 de noviembre del 2016.
Etapa de operación comercial	Inició el 03 de marzo de 2017.
Periodos de operación	6 meses, 15 meses de obra y 20 años de operación
Costo final de las obras <sup>10</sup>	US\$ 17.89 millones (S/. 50.14 millones) con cargo al presupuesto del MINCETUR en pagos mensuales durante la ejecución

Nota. Tomado de Caso de Estudio PPP for Cities, Telecabinas Kuélap (Perú) (Rodríguez, Ricart, & Fageda, 2018).

La ejecución del proyecto “Mejoramiento de los servicios turísticos públicos en la zona arqueológica Monumental Kuélap, distrito de Tingo, provincia de Luya, Amazonas” se realizó mediante la estructura de una APP cofinanciada por la administración pública debido a : a) el ingreso que iba generar la venta de boletos por el uso de telecabinas no recuperaba los costos de

<sup>10</sup> El costo final de la ejecución de las obras es igual al costo previsto de las misma, en el marco de lo previsto en el contrato de concesión; sin embargo, en el marco del Sistema Nacional de Inversión Pública el costo previsto para las obras fue de S/. 55.15 millones

explotación (costos de operación y mantenimiento) y b) la complejidad técnica del proyecto, lo cual genera la necesidad de participación de empresas especializadas, ya que la administración pública no contaba con experiencia en gestión de este tipo de proyectos (Rodríguez, Ricart, & Fageda, 2018).

De acuerdo con MINCETUR (2017) el proyecto fue inaugurado el 02 de marzo del 2017 por el presidente Pedro Pablo Kuczynski, siendo el primer sistema de telecabinas en el país. Producto de las condiciones de la concesión, el cofinanciamiento del Proyecto Telecabinas Kuélap consistió en que el Estado peruano realice durante la construcción de la obra un pago (PPO) y una remuneración al concesionario por concepto de mantenimiento y operación (RPMO) durante la explotación del servicio; a dicho pago se le restaría los ingresos que obtenga el concesionario por la venta de boletos para la utilización de las telecabinas (Rodríguez, Ricart, & Fageda, 2018).

El pago por concepto de mantenimiento y operación se incrementaría en 9.31% a partir del décimo año, a razón que en este periodo el recambio de piezas en las telecabinas se realiza con mayor frecuencia debido al uso. Respecto al costo por uso del servicio que pagan los visitantes, al inicio de la operación este sería de S/. 20 el mismo que podría ser ajustado para los subsiguientes años (Rodríguez, Ricart, & Fageda, 2018).

De acuerdo a lo comentado en los párrafos anteriores la administración representada por MINCETUR paga al concesionario Consorcio Telecabinas Kuélap tanto por la ejecución de las obras y por la operación y mantenimiento de las mismas. Asimismo, el concesionario capta los recursos generados por la venta de los boletos para el uso de las telecabinas los mismos que serían descontados del pago que debe hacer MINCETUR por el concepto de operación y mantenimiento. A fin de facilitar la administración y gestión de estos fondos se constituyó un fideicomiso el 07 de octubre del 2015, siendo La Fiduciaria la entidad financiera encargada de la administración, tanto MINCETUR como el concesionario depositan los fondos a su cargo en el fideicomiso. El fiduciario abona al concesionario tanto el pago de la ejecución como el de la operación descontando el ingreso obtenido por la venta de los boletos. En caso el monto recaudado por el uso del servicio sea mayor a la remuneración para la operación y mantenimiento, la excedente sería repartido de la siguiente forma: 75% para MINCETUR y 25% para el concesionario. Al respecto para el año 2017 de acuerdo a la demanda estimada se tenía previsto un pago de parte del estado al concesionario de S/. 4.25 millones; sin embargo, dada la gran demanda del servicio en el año de su inauguración el pago fue de S/. 3.22 millones (Rodríguez, Ricart, & Fageda, 2018).

### Capítulo III. Marco teórico

A fin de conseguir los objetivos planteados en el capítulo anterior, se requiere definir conceptos como turismo, turista, turismo interno, turismo receptivo, infraestructura turística; entre otros. Asimismo, es necesario conocer las relaciones existentes de las empresas del sector turismo, la cadena de valor y la dinamización que se genera en estas a raíz de inversiones en el sector. Para tal fin se ha realizado la revisión bibliográfica de los conceptos y relaciones mencionadas, sobre la base de las cuales se desarrollará la presente investigación.

#### 1. Turismo e infraestructura turística

**Turismo:** De acuerdo con Ley General de Turismo<sup>11</sup> la se define como:

Actividad que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio, no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerativa en el lugar visitado. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2009, pág. 8)

La definición que menciona la Ley General de Turismo coincide con la definición de Turismo de la Organización Mundial del Turismo - OMT<sup>12</sup>.

**Turistas:** La Ley General de Turismo, define a turista como:

Cualquier persona que viaja a un lugar diferente al de su residencia habitual, que se queda por lo menos una noche en el que visita, aunque no tenga que pagar alojamiento, y cuyo principal motivo de viaje es el ocio, u ocupación del tiempo libre; negocio; peregrinación; salud; u otra, diferente de una actividad remunerada en el lugar de destino. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2009, pág. 8)

Cabe señalar, el 2011 el MEF hace una clasificación dentro del concepto visitante, distinguiendo turista y excursionista, cuya diferencia radica principalmente que el turista es un visitante que pernocta y el excursionista es el visitante del día. Además, define al (1): turista como:

---

<sup>11</sup> La Ley N° 29408 – Ley General de Turismo

<sup>12</sup> United Nations World Tourism Organization (UNWTO), es una entidad especializada de la Organización de Naciones Unidas encargada de la promoción de un turismo responsable, sostenibles y accesible para todos.

Toda persona que voluntariamente viaja dentro de su territorio nacional o a un país distinto de su entorno habitual, que efectúa una estancia de por lo menos una noche, pero no superior a un año y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado. (pág. 12)

; y al (2) excursionista:

Toda persona que viaja a un lugar distinto de aquel en el que tiene su domicilio habitual, por un periodo inferior a 24 horas sin incluir pernoctación y cuyo motivo principal no es el de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado. (pág. 12)

La definición de turista coincide en el desplazamiento de las personas.

**Prestadores de servicios turísticos:** Según el MEF (2011) son las “personas naturales o jurídicas que participan de la actividad turística con el objeto principal de proporcionar servicios turísticos directos, de utilidad básica e indispensable para el desarrollo de las actividades de los turistas” (pág. 12), siendo las principales actividades que realizan: servicios de hospedaje; servicios de agencias operadoras de viajes y turismo; servicios de transporte turismo; servicios de organizaciones de congresos, convenciones y eventos; servicios de orientadores turísticos; servicios de restaurantes; servicios de centro de turismo termal y/o similar; servicios de turismo de aventura, ecoturismo o similares; servicio de juegos de casino y máquinas tragamonedas.

**Turismo interno:** Según el D.S. N°004-2016 – MINCETUR (2016) define turismo interno como: “El realizado dentro del territorio nacional por turistas domiciliados en el país” (pág. 3).

**Turismo receptivo:** El D.S. N°004-2016 – MINCETUR (2016) define turismo receptivo como: “El realizado dentro del territorio nacional por turistas domiciliados en el exterior” (pág. 3).

**Recurso turístico:** La Ley General de Turismo (2009), define recurso turístico como las “expresiones de la naturaleza, la riqueza arqueológica, expresiones históricas materiales e inmateriales de gran tradición y valor que constituyen la base del producto turístico” (pág. 8). De acuerdo con el MEF (2011), el recurso turístico por sí solo no garantiza una actividad turística, se le debe incorporar instalaciones, equipamiento y servicios que sumen valor, a fin de convertirse en un atractivo turístico.

**Infraestructura turística:** Según el MEF (2011) la infraestructura es la que se desarrolla en el centro soporte<sup>13</sup> y lo define como un “conjunto de elementos básicos necesarios para el funcionamiento de un centro poblado urbano o rural, su existencia es vital para el desarrollo del turismo” (pág. 19), siendo la infraestructura básica requerida para el desarrollo turístico. Entre la infraestructura más importante se tiene: transporte (aéreo, terrestre, acuático), servicios básicos (agua, alcantarillado, residuos sólidos, energía) y comunicaciones (telefonía fija, móvil).

La infraestructura se combina con las instalaciones turísticas, el MEF (2011) define instalaciones turísticas a las “instalaciones físicas que se relacionan directamente con el recurso o atractivo turístico y se utilizan para realizar la visita turística” (pág. 19), siendo estas: miradores turísticos; museos de sitio; centros de interpretación; instalaciones para la exposición de flora o fauna silvestre; paraderos turísticos; embarcaderos/muelles turísticos; marina turística; Oficina de Información Turística; zona de campamento; estancia para animales de transporte turístico; estacionamiento de vehículos; orquideario; senderos peatonales, ecuestres, entre otros; señales turísticas, etc.

Según Mandić, Mrnjavac y Kordić (2018) la infraestructura turística está compuesta por hoteles, facilidades recreativas, spas y restaurantes. Asimismo, menciona:

In a broader sense, it includes all those facilities that tourists use when they leave their homes, reach their destination and return back home (Lohmann and Netto, 2017), while in reality, most of the tourism infrastructure is constantly used by residents (Fourie and Santana-Gallego, 2011, Hadzik and Gabana 2014) [En un sentido más amplio incluye todas aquellas instalaciones que utilizan los turistas cuando salen de sus hogares, llegan a su destino y regresan a casa (Lohmann y Netto, 2017); mientras que, en realidad, la mayor parte de la infraestructura turística es utilizada constantemente por los residentes (Fourie y Santana-Gallego, 2011, Hadzik y Gabana 2014)]. (pág. 5)

Además, menciona que “Public governance of tourism infrastructure is mostly influenced by the tourism importance in overall economic development and characteristics of the tourism product [La gobernanza pública de la infraestructura turística está influenciada principalmente por la importancia del turismo en el desarrollo económico general y las características del producto turístico]” (Mandić, Mrnjavac, & Kordić, 2018).

---

<sup>13</sup> Centro soporte es el conjunto urbano o rural que cuenta con infraestructura y planta turística para que pueda desarrollarse la actividad turística.

En algunas economías, el potencial del turismo para fortalecer otros sectores económicos en las regiones rurales y urbanas ha dado como resultado la priorización en el desarrollo y mejoramiento de la infraestructura física (instalaciones, servicios públicos, redes de transporte); mientras, que la infraestructura blanda (recursos humanos) ha quedado subdesarrollada (Thapa, 2012). El turismo genera inversión en infraestructura (Carner, 2001) para la creación o mejora de lugares turísticos e infraestructura relacionados con la infraestructura hotelera, carreteras de accesibilidad, aeropuertos, entre otros.

Luego de la revisión de la literatura para turismo e infraestructura turística se puede decir lo siguiente: el turismo es un conjunto de actividades realizadas por personas en lugares distintos al de su entorno habitual durante un período de tiempo consecutivo inferior a un año, ya sea por negocios o por ocio, Un turista es cualquier persona que viaja a un lugar diferente al de su residencia habitual y permanece al menos una noche. El turismo se divide en turismo interno, realizado por turistas domiciliados en el país, y turismo receptivo, realizado por turistas domiciliados en el exterior. Se llama prestadores de servicios turísticos a aquellas personas o empresas que brindan servicios básicos e indispensables para el desarrollo de actividades turísticas, como hospedaje, transporte, agencias de viajes, restaurantes, entre otros. Se entiende por recurso turístico a las expresiones de la naturaleza, la riqueza arqueológica y las expresiones históricas materiales e inmateriales de gran tradición y valor que constituyen la base del producto turístico. La infraestructura turística es el conjunto de elementos básicos necesarios para el funcionamiento de un centro poblado urbano o rural, como transporte, servicios básicos y comunicaciones necesarias para el desarrollo turístico, esta se combina con las instalaciones turísticas, que se utilizan para realizar la visita turística.

## **2. Turismo y transporte**

Castaño y Valencia (2016), mencionan que “los medios de transporte han sido parte fundamental para el desarrollo económico de un país convirtiéndose en un componente clave del desarrollo turístico”.

Según Vilorio (2012) quien cita a Fletcher para manifestar que el transporte *es un factor* determinante del producto turístico, “representa el medio de llegar al destino, es un medio necesario para los desplazamientos dentro del destino visitado y en un número reducido de casos, la propia atracción o actividad turística (Cooper, Fletcher, et.al, 2007: 544)” (pág. 7). Asimismo,

señala que “las relaciones del transporte con el sector turismo son ineluctables, es por esto que su conexión es determinante o es un condicionante importantísimo, porque el turismo es inseparable de viajar y de esta actividad depende” (pág. 7).

De lo antes mencionado, los autores coinciden en que existe un vínculo estrecho entre turismo y transporte, siendo este último fundamental para el desarrollo turístico, se reconoce la importancia del transporte en el desarrollo económico y turístico de un país, siendo un factor determinante en la creación del producto turístico, ya que representa el medio para llegar al destino, permite desplazarse dentro del mismo y en algunos casos es la atracción o actividad turística en sí misma.

### **3. Turismo y dinamización económica**

**Dinamización económica:** Boucher, Dávila, Riveros y Salas (2019) presentan una definición de dinamización económica enfocada en los territorios rurales la misma que describen como sigue:

Un proceso continuo de transformación de estructuras socioeconómicas que busca agilizar, activar y fortalecer el desarrollo económico de un territorio de manera sostenible, incluyente, equitativa y eficiente. Algunos medios para lograrlo son: la activación de recursos específicos, la conformación de canastas territoriales de bienes y servicios, el empoderamiento de los actores, la gobernanza territorial, el fomento de los bienes y servicios comunes, la diversificación de actividades mediante el turismo rural, los circuitos cortos de comercialización y la promoción de políticas públicas apropiadas. (pág. 29).

Del Cid y Girón (2014), en su estudio respecto a la dinamización local en Guatemala en base a productos agrícolas, vinculan el término dinamización económica con la formación de redes empresariales y la generación de empleos debido a los proyectos agrícolas, mencionando que esta dinamización ha sido generada por el apoyo a los micro y pequeños empresarios de la zona de intervención.

De acuerdo con lo planteado por Orlandini (2019) las actividades turísticas inciden de forma directa en el crecimiento económico de las regiones mediante la estimulación de industrias rentables como la hotelera, restaurantes, otras instalaciones de alojamiento y alimentación, así como también el sector transporte.



En la presente investigación al hablar de dinamización económica el concepto estará orientado a la oferta turística de bienes y servicios, es decir se centrará en el agente económico empresas entendiendo dinamización como el aumento en el número de empresas vinculadas al sector: hoteles, restaurantes, agencias de viaje y transporte.

**Turismo y dinamización económica:** Según plantea Lamboglia (2001) el turismo genera ingreso de divisas y fomenta la actividad empresarial, esto último se desarrolla mediante el siguiente mecanismo:

Además del ingreso de divisas, es necesario reconocer otros beneficios que genera el turismo como el crecimiento del sector empresarial debido a que es necesario satisfacer la demanda creada por la expansión del turismo, impulsando la actividad comercial tanto nacional como internacional y los diferentes sectores de servicios relaciones con el turismo. Esto a su vez, genera nuevas fuentes de empleo especialmente en los sectores relacionados con el turismo, lo que podría contribuir a que la tendencia a emigrar disminuya. (pág. 15)

De acuerdo al mismo autor la inyección de dinero de parte de turistas nacionales y extranjeros genera impactos a través de diferentes canales: directos, indirectos e inducidos. Los efectos directos se dan por los ingresos de los prestadores de servicios turísticos, empresas vinculadas al sector turismo y encadenamientos generados por los proveedores; asimismo, los impactos indirectos se dan a lo largo de la cadena de valor y dependiendo del tamaño de esta, puede alcanzar a todo el sector; mientras que, los impactos inducidos se dan con el gasto de los trabajadores y dueños de las empresas que formaron parte del impacto directo e indirecto.

Por su parte Brida, Pereyra, Such y Zapata (2008) presentan similar definición para los impactos directos, indirectos e inducidos; vinculando estos impactos con el PBI y el empleo. Luego de analizar la participación del turismo al valor agregado bruto de los países: Estados Unidos, España, Francia, Italia y Reino Unido llegan a la conclusión que es tan importante para el crecimiento económico de un país contar con un adecuado desarrollo turístico como la articulación que este pueda tener con los demás sectores económicos.

Según se presenta en Chérrez, López y Logroño (2021) el impacto del turismo en el crecimiento económico que se da en el largo plazo y se canaliza a través de:

a) La generación de divisas; b) El estímulo a inversiones en los factores productivos: trabajo, capital físico, tecnología y recursos ambientales; c) El estímulo a otros sectores económicos a través de los efectos directos, indirectos e inducidos; d) La generación de empleo y; e) El aprovechamiento de las economías de escala y la rápida expansión del PIB nacional que fomenta aún más el turismo internacional. (pág. 8)

Esta investigación documental analiza el turismo como generador de crecimiento desde un enfoque deductivo en base a una compilación bibliográfica de datos estadísticos, al respecto se llega a la conclusión que la relación entre el turismo y el crecimiento económico tiene especial importancia para las economías en vías de desarrollo. Para Ecuador (caso de estudio que presentan), el turismo se muestra como un camino viable para un desarrollo sostenible.

De acuerdo con Ruiz (2015) que estudia la actividad turística y la generación de empleo en hoteles y restaurantes en Piura, se encuentra una relación directa entre la actividad turística y la generación de empleo en hoteles y restaurantes en los distritos de Piura, Catacaos, Colán y Máncora, durante el periodo 2005 - 2013. El autor encuentra una relación directa entre las variables: número de hoteles y restaurantes, número de turistas y la población económicamente activa. Asimismo, en esta investigación también se menciona la participación activa del gobierno a través de la promoción del turismo e impulso a la formalización de las empresas del sector turismo lo que se tradujo en un incremento de la PEA<sup>14</sup>.

En un estudio similar al anterior, Domínguez y Flores (2018) analizan la incidencia del turismo en la generación de empleo en la ciudad de Huaraz, en el año 2016, teniendo en cuenta las siguientes variables: a) Generación de empleo en la ciudad de Huaraz y b) Turismo. Los indicadores usados para el empleo son: empleo directo, empleo indirecto y empleo temporal, para el caso de turismo los indicadores considerados en su estudio son: atractivos turísticos, oferta de servicios turísticos, demanda de servicios turísticos, flujo turístico y gasto del turista. Domínguez y Flores en este estudio de carácter cuantitativo, realizaron encuestas a los operadores turísticos, llegando a la conclusión que el turismo tiene una incidencia positiva en la generación de empleo, contribuyendo a la generación de empleo productivo en la ciudad de Huaraz.

**Telecabinas Kuélap e impacto económico:** Araujo (2019) realiza una investigación a fin de encontrar los impactos directos, indirectos e inducidos relacionados al proyecto Telecabinas Kuélap. Para este fin toma en consideración el número de turistas, el gasto de los turistas por la

---

<sup>14</sup> Población Económicamente Activa

compra del ticket para el uso de las telecabinas y el gasto promedio de los turistas durante la estadía en la región Amazonas. Para los impactos inducidos Araujo realizó encuestas a los operadores turísticos en Nuevo Tingo a fin de conocer sus apreciaciones respecto a cómo se ha desarrollado sus actividades económicas a raíz de la implementación del proyecto. En sus hallazgos los operadores turísticos manifiestan que la intervención ha tenido un impacto positivo en sus negocios y en la comunidad. Araujo de sus encuestas obtiene el gasto promedio por visitante, sin explorar sobre mayores percepciones; asimismo examina los mayores ingresos obtenidos teniendo en cuenta las pernoctaciones, considerando el lado de la demanda de servicios turísticos.

Por su parte Villegas (2019) desarrolla un trabajo de investigación de carácter descriptivo a fin de conocer el impacto socioeconómico del turismo en el pueblo de Nuevo Tingo en la provincia de Luya, región Amazonas. La información se obtuvo mediante encuestas a la población de la zona y entrevistas a los operadores turísticos. Como hallazgos, la investigación de Villegas presenta tres impactos positivos: a) la generación de empleo e incremento de los ingresos económicos de los pobladores de Nuevo Tingo, b) impulso de los negocios familiares en la localidad y c) mejoramiento de los servicios de infraestructura local. Asimismo, también se presentan impactos negativos que serían: a) la sobrecarga demográfica y vehicular y b) la insatisfacción de la población local por la sobrecarga demográfica y vehicular debido al aumento de visitantes especialmente en feriados.

Tanto Araujo (2019) como Villegas (2019) recogen información en campo de la población y operadores turísticos de Nuevo Tingo; en el tanto, el presente estudio se centra en el centro soporte de Chachapoyas realizando un análisis cuantitativo de la oferta turística con fuentes secundarias; desde la parte cualitativa, las entrevistas desarrolladas en esta tesis buscan obtener percepciones de la oferta, por ejemplo aumento de la competencia y principales proveedores, temas no tocados en los estudios antes mencionados.

Peláez y Saavedra (2017) también presentan un trabajo descriptivo en el cual relacionan la puesta en operación de las telecabinas con el incremento del turismo receptivo. Al respecto realizan entrevistas tanto a operadores turísticos, turistas y al encargado del Área de Patrimonio Arqueológico de la Dirección Regional de Cultura de Amazonas. El objetivo de las entrevistas a los operadores turísticos es conocer su percepción respecto al incremento de visitantes a la fortaleza, los servicios turísticos ofrecidos y la preparación de estos operadores turísticos para atender posibles cambios en la demanda. De las entrevistas a los turistas extranjeros se buscó

obtener su satisfacción respecto a los servicios recibidos y de la autoridad consultada se buscó identificar la preparación y planificación de la administración frente a un incremento en el flujo de visitantes a la fortaleza. Los resultados obtenidos por este estudio muestran que la infraestructura turística de Kuélap no estaba preparada para atender el aumento de visitantes proyectados por el proyecto, no contando con los servicios turísticos adecuados, ni con una adecuada preservación de las zonas turísticas.

De igual forma Neira, Choy y Mory (2017) elaboran un estudio descriptivo respecto al impacto de la implementación de las telecabinas, realizan una revisión de la documentación de los estudios de pre-inversión: antecedentes y necesidad del proyecto, impactos ambientales e indicadores de rentabilidad. También presentan la variación en el número de turistas comparando el periodo 2016 – 2017 y el gasto promedio por día total tanto de turistas nacionales como turistas extranjeros para el mismo periodo de tiempo, registrándose en ambos casos un incremento de turistas y gasto por turista en el periodo de evaluación.

Puscan, Sabrera y Lahura (2019) vinculan la inversión en infraestructura turística con la variación en el número de turistas que visitan la Fortaleza de Kuélap en el contexto de la entrada en funcionamiento de las telecabinas. Para este fin construyen un contrafactual tomando como referencia diversos sitios arqueológicos del Perú que comparten características similares con Kuélap, teniendo dos escenarios: a) Turistas que visitan la fortaleza en una situación con telecabinas y b) turistas que visitan la fortaleza en una situación sin telecabinas. Respecto a los hallazgos de este estudio se establece que el proyecto ha generado un aumento en el número de visitantes de alrededor del cien por ciento por lo que se verifica la hipótesis del estudio de un impacto positivo en la demanda.

Respecto a la literatura revisada se obtuvo información importante y a la vez se encontró vacíos en los que el presente estudio pueda profundizar o dar una nueva óptica. Si bien se realizó encuestas y entrevistas a fin de conocer la percepción de los negocios respecto al impacto económico como es en el caso de Araujo (2019) y Villegas (2019), éstas se realizan en el distrito de Tingo, donde se ubica físicamente las Telecabinas de Kuélap. El presente estudio realiza las entrevistas, principalmente, en el centro soporte de Chachapoyas, la que tradicionalmente ha representado el lugar donde se centra la actividad económica vinculada al sitio arqueológico de Kuélap; asimismo las entrevistas han sido enfocadas en hoteles, restaurantes, agencia de viaje y transporte terrestre; los cuales han sido segmentados por tamaños obteniéndose entrevistas para cada uno de ellos.

Por su parte Peláez y Saavedra (2017) realizan entrevistas a las agencias de turismo, así como a los turistas que visitan la zona, centrándose más en la demanda lo cual si bien brinda información importante; es un punto de vista diferente al planteado en el presente estudio, dado que aborda el tema desde la oferta; en tanto Neira, Choy y Mory (2017) realizan una revisión de la documentación previa al inicio de operaciones del proyecto, así como de la información secundaria vinculada al número de turistas y su gasto promedio.

En el enfoque cuantitativo Puscan, Sabrera y Lahura (2019) muestran un análisis minucioso del número de turistas (demanda) haciendo uso de la estadística se llega a la conclusión que el Sistema de Telecabinas de Kuélap impactó en el aumento del número de visitantes al complejo arqueológico (demanda turística). Al respecto la presente investigación analiza la variación en el número de hoteles, restaurantes, agencias de viaje y transporte terrestre (oferta) que se ha dado por la implementación del Sistema de Telecabinas de Kuélap.

A manera de síntesis luego de la revisión de la literatura en este punto se puede indicar que el concepto de dinamización económica se refiere a un proceso continuo de transformación de estructuras socioeconómicas que busca agilizar, activar y fortalecer el desarrollo económico de un territorio de manera sostenible, incluyente, equitativa y eficiente. Pueden utilizarse diversas estrategias a fin de lograr este objetivo, tales como la activación de recursos específicos, la conformación de canastas territoriales de bienes y servicios, el empoderamiento de los actores, la gobernanza territorial, el fomento de los bienes y servicios comunes, la diversificación de actividades mediante el turismo rural, los circuitos cortos de comercialización y la promoción de políticas públicas apropiadas.

En relación al turismo, las diversas investigaciones citadas en este estudio han destacado su importancia como generador de ingreso de divisas y estímulo a la actividad empresarial, lo que se traduce en nuevas fuentes de empleo y crecimiento económico. Asimismo, se ha señalado que el impacto del turismo en el crecimiento económico se canaliza a través de la generación de divisas, el estímulo a inversiones en los factores productivos (trabajo, capital físico, tecnología y recursos ambientales), la estimulación de otros sectores económicos mediante los efectos directos, indirectos e inducidos, la generación de empleo y el aprovechamiento de las economías de escala y la rápida expansión del PIB nacional.

Para el caso de Ecuador, se ha identificado al turismo como un camino viable para el desarrollo sostenible, ya que puede generar impactos positivos en diversos ámbitos, como el crecimiento

económico, la generación de empleo y la reducción de la tendencia a emigrar. Además, se ha destacado que el turismo es especialmente importante para las economías en vías de desarrollo, donde puede contribuir de manera significativa al crecimiento económico y al bienestar social de la población.

#### **4. Turismo y encadenamiento productivo**

El turismo se constituye mediante un conjunto de actividades económicas relacionadas, las cuales buscan satisfacer las necesidades del turista nacional e internacional (Delisle, 2016). Dado que el turismo comprende diversas actividades que los turistas llevan a cabo durante sus visitas y estancias, la oferta turística está compuesta por diversos actores que brindan distintos servicios y bienes a los turistas (Meneses Bucheli, Córdoba Montero, & Katherine Oleas, 2019).

Los ofertantes, con el objetivo de satisfacer las necesidades de los visitantes, originan necesariamente encadenamientos antes, durante y después de la prestación del servicio, puesto que deben comprar insumos a otros proveedores dentro y fuera de la región; quienes a su vez requieren comprar insumos a otras empresas (Brida, Pereyra, Such Devesa, & Zapata Aguirre, 2008). Esta situación provoca que diversos sectores desarrollen vínculos directos (agencias de viaje, alojamiento, alimentación, alquiler de coches, transportes, entre otros) y vínculos indirectos (telecomunicaciones, bancos, construcción y agricultura); en tanto, la correcta articulación entre las actividades que intervienen en el encadenamiento generan de manera directa la expansión de los servicios (hoteles, bares, restaurantes, comercio entre otros.) y de manera indirecta en la producción de bienes manufacturados y primarios (Delisle, 2016).

Carner (2001) concuerda en que las actividades que se desarrollan para atender los intereses de los turistas tienen un carácter multisectorial dinámico, ya que en la búsqueda de atender estas necesidades se originan encadenamientos, durante las distintas etapas, de la prestación de los servicios turísticos con el resto de la economía.

Los diversos autores en este punto señalan que la oferta turística está compuesta por diversos actores que brindan distintos servicios y bienes a los turistas. Estos ofertantes originan encadenamientos antes, durante y después de la prestación del servicio, comprando insumos a otros proveedores dentro y fuera de la zona. Esta situación provoca que diversos sectores desarrollen vínculos directos e indirectos, lo cual permite una correcta articulación entre las

actividades que intervienen en el encadenamiento que genera la expansión de los servicios, y de manera indirecta, en la producción de bienes manufacturados y primarios.

## **5. Turismo y actividad empresarial**

El turismo es un motor de la actividad empresarial dadas las conexiones con los demás sectores de la economía (Pinares Andagua & Tintaya Huaraca, 2018). Las diversas actividades que se desarrollan cuando se realiza turismo en un determinado lugar impulsa el crecimiento y demanda de diversos servicios y bienes, esta última promueve una mayor demanda de la producción industrial y agrícola; que a su vez tiene un efecto empuje en el sector comercial nacional e internacional (Estrella Egas & Frías Jiménez, 2017).

El carácter multisectorial del turismo origina efectos multiplicadores de mayor amplitud, en comparación a otras actividades, convirtiéndose en un relevante movilizador socioeconómico (Artesi, 2003).

Para la creación de un producto turísticos es necesario diversos bienes y servicios de diversos sectores. Carner (2001) señala lo siguiente:

Antes del desarrollo de un producto turístico, cuando se planea el desarrollo del turismo en una determinada zona, existe la necesidad de diversos servicios y bienes como estudios de consultoría de investigación de mercado, de diseño arquitectónico, paisajistas y de ingeniería. También se requiere de construcciones de infraestructura turística, urbana, vías de acceso y todo tipo de infraestructura específica tales como alojamiento. Otros productos o servicios requeridos son equipamiento pesado o ligeros, servicios de decoración de interiores, demanda de muebles para equipamiento de alojamientos, entre otros. Todas estas necesidades provocadas por el turismo que se planea realizar en la zona generan la aparición de diversos rubros de negocios y emprendimientos para atender dichas demandas de bienes y servicios. (pág. 15)

Durante toda la estadía del turista en la zona visitada, este requiere de diversos servicios y de bienes para satisfacer sus necesidades. Para satisfacer la necesidad de alimento de turistas, se generan relaciones con actividades de agricultura, ganadería, pesca, industria de alimentos y bebidas, y comercio. La demanda de un alojamiento, uno de los principales servicios requeridos, provoca la demanda de confecciones y textiles, servicios de guía turístico, entretenimiento,

transporte y otros productos o servicios, los cuales dependerán del nivel de sofisticación del turismo y la industria nacional en el lugar o país. Después de la visita del turista en la zona, también se demanda otros servicios tales como servicios de restauración, tratamiento de residuos, mantenimiento de infraestructura, entre otros.

Finalmente, respecto al turismo y la actividad empresarial, la literatura consultada concluye que el turismo es un impulsor de la actividad empresarial y económica al generar una demanda de diversos servicios y bienes durante todas las etapas de la prestación del servicio turístico, desde la planificación hasta después de la visita del turista, la demanda de servicios y bienes turísticos crea la necesidad de la aparición de nuevos rubros de negocios y emprendimientos para satisfacer dichas demandas. El carácter multisectorial del turismo lo convierte en un importante motor socioeconómico que origina efectos multiplicadores en diversos sectores de la economía.



## **Capítulo IV. Metodología**

### **1. Descripción**

La investigación se desarrolló mediante el análisis descriptivo de la información del número de ofertantes y licencias de funcionamiento de negocios, relacionados con el sector turismo, en los distritos de Chachapoyas y Cajamarca, entre los años 2010 y 2019, considerando periodos de años antes y después del inicio de operaciones del Proyecto (2017). También se realizó el análisis de percepción de los empresarios y especialistas de los rubros de interés del sector turismo, ubicados en el centro soporte (Chachapoyas) del proyecto Telecabinas en Kuélap.

Para llevar a cabo la presente investigación se generó un cuestionario para el recojo de información cualitativa y para el análisis cuantitativo se utilizó bases de datos con información estadística secundaria de entidades públicas.

### **2. Diseño de la investigación**

Esta investigación se desarrolló con un enfoque mixto; lo cual combina el enfoque cuantitativo y cualitativo. Respecto al enfoque cualitativo, la información proviene de fuentes primarias, que fueron recolectadas mediante entrevistas en profundidad semiestructuradas a especialistas en el tema y a ofertantes del centro soporte del Proyecto (ver anexo 2). Con relación al enfoque cuantitativo, la información secundaria provino de fuentes oficiales como el Instituto Nacional de Estadística e Informática (en adelante, INEI) y la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (en adelante, SUNAT).

La investigación de los datos cuantitativos se realizó mediante un estudio descriptivo, ya que este nos permite describir el número de ofertantes relacionados directamente con el sector turismo, entre el 2010 y 2019. Asimismo, se analizó la evolución del número de ofertantes y licencias de funcionamiento otorgados en el centro soporte, antes y después de inicio de la operación del Proyecto. Finalmente, se realizó un análisis comparativo entre los distritos de Chachapoyas y Cajamarca, acerca del número de ofertantes y del número de licencias de funcionamiento; cabe señalar, que estos distritos son los centros soporte de turismo de las regiones de Amazonas y Cajamarca, respectivamente.

Es preciso mencionar que se eligió el distrito de Cajamarca para comparar (el número de ofertantes que se ubicaron en dicho lugar) con el distrito de Chachapoyas debido a que según los resultados de un estudio realizado por Puscan, Sabrera y Lahura (2019), Cajamarca posee algunas características similares, en un sentido turístico (sitio arqueológico de Cumbemayo), al de Amazonas (Fortaleza de Kuélap)<sup>15</sup>.

Por otro lado, la presente investigación es de carácter no experimental, es decir según Salinas y Cárdenas (2009) la investigación de carácter no experimental, se da cuando las características o dinámicas que son objeto del estudio son tomadas en cuenta sin haber sido controladas, sino más bien se basaron en la observación de acontecimientos ya ocurridos. Esta definición se alinea, con la presente investigación, puesto que se basa en la observación de diversos acontecimientos ya ocurridos a raíz de la implementación de las Telecabinas de Kuélap.

En ese sentido, la presente investigación busca generar mayor información desde el punto de vista de la oferta, lo cual permite conocer el dinamismo económico generado en el centro soporte (Chachapoyas) producto de la inversión en infraestructura turística por la implementación Proyecto. A través del enfoque cualitativo se busca conocer la percepción de los ofertantes y especialistas del centro soporte de la puesta en operación del Proyecto.

### **3. Proceso de recolección de datos**

En el proceso de recojo de información que permitió responder a las preguntas de investigación del presente estudio se utilizaron los siguientes instrumentos:

- Cualitativos: aplicación de entrevistas en profundidad a ofertante y a especialistas.
- Cuantitativos: bases de datos del número de licencias de funcionamiento y número de ofertantes (personas naturales o jurídicas) de fuentes oficiales.

---

<sup>15</sup> En el estudio “el efecto de la inversión en la infraestructura sobre la demanda turística: Evidencia del Complejo Arqueológico Kuélap”, se investiga el efecto de la inversión en infraestructura sobre la demanda turística, para lo cual se analiza el efecto que generó el Sistema de Telecabinas en las visitas al complejo. La hipótesis de la investigación fue que la inversión en dicha infraestructura turística tuvo un efecto importante sobre la demanda. Para demostrar la validez de dicha hipótesis se aplicó un estudio de caso comparativo, que utiliza un “control sintético” que fue construido mediante información de diferentes sitios arqueológicos del Perú, para el periodo 2008 y 2018. En dicho estudio se identificó algunos lugares arqueológicos, siendo uno de ellos el sitio arqueológico de Cumbemayo, ubicado en Cajamarca, el cual guarda similitud con el complejo Kuélap debido a diversas características y porque se encuentra dentro del circuito turístico nor-oriental.

### 3.1. Metodología cualitativa

Se aplicó entrevistas en profundidad, haciendo uso de una guía de preguntas semiestructuradas, a una muestra conformada por dos tipos de stakeholders: i) especialistas relacionados con el sector turismo y la academia, ubicados en Chachapoyas; y ii) ofertantes de los rubros de negocios directamente relacionados con el sector turismo (hoteles, restaurantes, agencias de viajes y transporte terrestre); ubicados en el centro soporte del Proyecto. Para contar con información más amplia y acorde a la realidad se entrevistó a ofertantes de diversos tamaños, en los diferentes rubros de negocios de interés.

### 3.2. Metodología cuantitativa

Para la investigación cuantitativa se recopiló información secundaria de ofertantes que realizaron actividades económicas relacionadas con el sector turismo. Como fuente de información se utilizó bases de datos correspondientes a los ofertantes registrados en la SUNAT, quienes se encontraron organizados por esta entidad según CIU<sup>16</sup>, en versión 3. Considerando ello, se determinó que los rubros de negocios que se utilizarían serían los siguientes: hoteles, campamentos y otros<sup>17</sup> (en adelante hoteles); restaurantes, bares y cantinas<sup>18</sup> (en adelante, restaurantes); agencias de viajes y guías turísticos<sup>19</sup> (en adelante, agencias de viajes) y servicio de transporte terrestre<sup>20</sup> (en adelante, transporte terrestre); procedentes de los distritos de Chachapoyas y Cajamarca, entre el 2010 y 2019. También se incluyó información de la evolución del número de licencias de funcionamiento otorgados por las municipalidades de los distritos mencionados anteriormente, desde el 2010 hasta el 2019, del Sistema de Información Regional para la Toma de Decisiones del INEI (en adelante SIRTOD).

Para conocer los encadenamientos productivos que se podrían haber generado producto de la realización del Proyecto en la zona, se utilizó información secundaria de la SUNAT. Se eligieron los siguientes rubros de negocios<sup>21</sup>: actividades de arquitectura e ingeniería<sup>22</sup> (servicio de ingeniería); lavado, limpieza y teñido tela<sup>23</sup> (servicio de lavado y teñido de telas); Vta. minorista

---

<sup>16</sup> Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIU)

<sup>17</sup> Con CIU N° 5510

<sup>18</sup> Con CIU N° 5520

<sup>19</sup> Con CIU N° 6304

<sup>20</sup> Con CIU N° 6021, N° 6022 y N° 7111

<sup>21</sup> Para identificar encadenamientos productos, los rubros de negocio fueron seleccionados conforme a la información recabada en las entrevistas en profundidad realizadas a los ofertantes de los rubros de hoteles, restaurantes, agencia de viaje y servicio de transporte.

<sup>22</sup> Con CIU N° 7421

<sup>23</sup> Con CIU N° 9301

de alimentos, bebidas, tabaco<sup>24</sup> (en adelante comercio minorista de alimentos); Vta. Mayorista alimentos, bebidas y tabaco<sup>25</sup> (en adelante comercio mayorista de alimentos) y fabricación de muebles<sup>26</sup> (en adelante fabricación de muebles).

### **3.3. Características de la población a entrevistar**

Las características de la población entrevistada son:

- Ofertantes relacionadas con la atención de servicios turísticos,
- Especialistas académicos en sector turismo de la zona.
- Mayores de 18 años.
- Asentados en el centro soporte de Chachapoyas.

## **4. Selección de la muestra del estudio**

### **4.1. Cualitativo**

Para la presente investigación se consideró el distrito de Chachapoyas, por ser el centro de soporte turístico del Proyecto. Se entrevistó a ofertantes de los rubros de negocio hoteles, restaurantes, agencias de viajes y transporte terrestre, a fin de recoger con distintas opiniones y percepciones.

En cuanto a la técnica de muestreo, no se realizó un muestreo aleatorio; por el contrario, se seleccionó una muestra por conveniencia dentro de los ofertantes según rubro de negocio. La base de datos de los ofertantes ubicadas en Chachapoyas se construyó con la información pública virtual del Directorio de Empresas del Gobierno Regional de Amazonas y el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados del MINCETUR.

Para la selección de los representantes de los ofertantes y especialistas a entrevistar se tuvo en cuenta el tamaño y rubro de negocio:

- Hoteles: de tamaño pequeño (hostales y hoteles de 1 estrella), mediano (hoteles de 2 estrellas) y grande (hoteles de 3 estrellas a más).

---

<sup>24</sup> Con CIU N° 5120

<sup>25</sup> Con CIU N° 5122

<sup>26</sup> Con CIU N° 3610

- Restaurantes, la categorización se realizó por el número de mesas, la categoría pequeña lo conforman los restaurantes con menos de 10 mesas; la categoría mediana de 10 a 20 mesas y categoría grande más de 20 mesas. Estos rangos se crearon considerando la variación del número de mesas en el total de restaurantes de la base de datos.
- Agencia de viaje y empresas de transporte, no se aplicó ningún criterio de selección por falta de información.
- Especialistas: funcionarios que se encontraban laborando o participando en instituciones pública o privadas dedicada al sector turismo.

Considerando a los especialistas y a los ofertantes de los rubros de negocios de acuerdo a sus tamaños, se determinó a conveniencia entrevistar alrededor de cincuenta (50) ofertantes e instituciones en el centro soporte del Proyecto.

Cabe señalar, que la cantidad final de entrevistas que se aplicarían en campo estaba sujeto al punto de saturación<sup>27</sup> de la información recabada, luego de revisada esta se determinaría si era necesario continuar con la recolección (Blasco Hernández & Otero García, 2008).

En el proceso de aplicación de las entrevistas en campo, el equipo de entrevistadores identificó los siguientes inconvenientes:

1. No se encontró a las empresas en las direcciones indicadas en el directorio debido a que por pandemia muchos negocios no se encontraban funcionando.
2. El directorio utilizado para la selección de la muestra, incluyó información del 2017 del Gobierno Regional de Amazonas; lo cual dificultó la ubicación o existencia de los negocios considerados en la muestra.
3. Paro de transportistas y convulsión social en la zona, en el periodo de trabajo de campo.

Para superar las dificultades identificadas, se buscó reemplazar en campo a los ofertantes y especialistas a entrevistar utilizando los mismos criterios de tamaño o especificaciones indicadas anteriormente, lo cual permitió mantener el muestreo a conveniencia.

---

<sup>27</sup> La saturación en este contexto ocurre porque la información marginal que añade cada informante nuevo se reduce y tiende a ser nula una vez que se ha alcanzado un número suficiente de observaciones. A modo de ejemplo, el primer informante suele brindar un cúmulo grande de información. El segundo, en cambio, brindará en parte la misma información que el primer informante más alguna información adicional. El tercer informante brindará en parte la misma información de los primeros más alguna información adicional, pero más pequeña que la que brindaban los anteriores. En algún punto, a medida que se realicen las entrevistas, los nuevos informantes dejarán de brindar información nueva. En este punto se habrá alcanzado la saturación.

En total se aplicaron 33 entrevistas a ofertantes y especialistas; es preciso mencionar que dicho número cumple con los criterios del punto de saturación. En la tabla 6 se detalla el número de entrevistas según rubro de negocios y tamaño.

**Tabla 6. Número de entrevistas según rubro y tamaño de negocio**

<b>Tipo de entrevistado</b>	<b>Rubro de negocio</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Número de entrevistas</b>
Ofertantes	Agencia de turismo	-	5
	Restaurantes	Pequeño	3
		Mediano	5
		Grande	2
	Hoteles	Pequeño	4
		Mediano	4
		Grande	3
	Transporte terrestre	-	2
Instituciones	Diversos	-	5
<b>Total</b>			<b>33</b>

Nota. Elaboración propia

## 4.2. Cuantitativo

Se usó las bases de datos del número de ofertantes registrados por la SUNAT, según rubro de negocios y distritos de los años 2010 al 2019. También se utilizó las estadísticas del número de licencias de funcionamiento otorgadas por la municipalidad, registrados en el SIRTOD.

## 5. Plan de análisis de la información

### 5.1. Recolección de datos

El recojo de información primaria cualitativa (aplicación de entrevistas) se llevó a cabo en el centro soporte Chachapoyas, desde el 10 hasta el 24 de noviembre del 2021.

En el caso de la información cuantitativa secundaria, se descargó bases de datos de la SUNAT en el siguiente link <https://e-analitica.sunat.gob.pe/cl-at-itgestionriesgo3-tablero/index/>, que contenían estadística del número de empresas desde el año 2010 hasta el año 2019 de los rubros de interés.

También se recopiló información del número de licencias de funcionamiento otorgadas por las municipales a los negocios de los rubros de interés desde el año 2010 hasta el año 2019 del SIRTOD, en el siguiente link: <https://systems.inei.gob.pe/SIRTOD/app/consulta>.

## **5.2. Análisis**

### **5.2.1. Análisis cualitativo**

La información cualitativa recogida en campo fue sistematizada mediante la transcripción y análisis según las variables de estudio de las entrevistas que fueron aplicadas a los ofertantes y los especialistas ubicados en el centro soporte del Proyecto. Para el procesamiento y análisis de los datos cualitativos se utilizó un cuadro de doble entrada, que es instrumento metodológico que permitió la identificación e interpretación de los patrones de las opiniones y/o percepciones de los entrevistados, respecto a los temas de investigación del estudio, posterior a ello se utilizó la matriz comparativa, a fin de realizar un análisis comparativo entre grupos de entrevistados respecto a los indicadores de investigación del estudio, finalmente se realizó un cuadro resumen de puntos positivos y negativos por cada grupo de entrevistados.

### **5.2.2. Análisis cuantitativo**

Con la información cuantitativa se desarrolló un análisis descriptivo comparación de la evolución del número de licencias de funcionamiento otorgadas a negocios y de ofertantes, que se dedican al rubro de turismo (hoteles, restaurantes, agencias de viajes y empresas de transporte) en los distritos de Chachapoyas y Cajamarca, entre el 2010 y 2019, y considerando periodos antes y después del inicio de operaciones (2017) del Proyecto.

Para la sistematización y análisis de la información numérica se hizo uso del programa Microsoft Excel, que permitió medir los porcentajes de crecimientos relativos y absolutos del número de empresas y licencias del funcionamiento otorgados a negocios, en el periodo de estudio.

## **Capítulo V. Resultados**

En este capítulo se muestran los resultados obtenidos del análisis realizado a la información cualitativa recogida en campo (aplicación de las entrevistas semiestructurada) y de la información cuantitativa de fuente secundaria oficial, el mismo que se detalla en el anexo 3.

### **1. Análisis de resultados cualitativos**

Luego del procesamiento y análisis de la información recabada en las entrevistas realizadas en campo a representantes de los rubros de negocios de interés y especialistas relacionados con el sector turismo y la academia, en Amazonas, en el 2021, nos permitieron identificar hallazgos relevantes, los cuales fueron ordenados de acuerdo con el tipo de entrevistado, desde cuatro dimensiones: beneficios y problemas, oferta de servicios turísticos y encadenamiento productivo. Estos hallazgos fueron:

#### **1.1. Percepción de beneficios y problemas**

##### **1.1.1. Hoteles**

###### **a) Beneficios**

Los empresarios del sector hotelero igualmente reconocen la importancia del Proyecto calificando las mismas como novedosas que impulsaron el turismo. Estos indicaron que el proyecto permitió facilitar una mejor oferta de servicios turísticos. Respecto al aumento de flujo turístico generado por la intervención las apreciaciones de los entrevistados llegan incluso a un 90% más de turistas. Así el representante del hotel N°04 indica respecto a los beneficios del proyecto: “Mayor flujo de turistas mejoró el movimiento negocios y dio mayor importancia a las festividades e identidad”. Algunos entrevistados indicaron otros beneficios como el incremento de las ventas y la realización de inversiones para la mejora o ampliación de sus negocios; esto último fue indicado por el representante del hotel N°09: “Se invirtió en la ampliación del negocio, ya que antes era hostel y ahora es un hotel de 2 estrellas” y por el representante del hotel N°11: “Se realizaron inversiones, se construyó un auditorio y una sauna en el hotel” y “en el distrito de Tingo la población abrió más hoteles y restaurantes”. Otros beneficios mencionados, por los empresarios hoteleros fueron la generación de empleo y la aparición de nuevos negocios, según el representante del hotel N°01



dijo: “Hubo aumento de negocio en el rubro de restaurantes, hoteles; también se incrementó más oportunidad laboral”.

#### **b) Problemas**

Este rubro evidencia que existen comunidades que se han visto desplazadas del circuito turístico de Kuélap; además, de las ya mencionadas Choctama y María añaden a Longi, otras declaraciones que hacen referencia también al cambio de ruta como las hechas por el representante del hotel N°02: “Antes los paseos duraban más tiempo y había más consumo en la ruta, ahora se ha focalizado esto en 2 o 3 restaurantes, antes se diversificaba más porque se tenía la obligación de consumir más tiempo”. También las declaraciones realizadas por el representante del hotel N°06: “Ahora ya no se visitan los pueblitos que se visitaban antes por las carreteras”. Este rubro trae al frente un nuevo problema en sus declaraciones, de forma similar a la informalidad, indican que se generó desorden a raíz del considerable aumento de turistas lo cual se hizo evidente en Tingo; el representante del hotel N°09 indicó que “en el distrito del Tingo que es un lugar muy pequeño hay mucha acumulación de turistas y transportes, debería ampliarse el espacio”; otra problemática señalada por el representante del hotel N°07 es que se ha dado más importancia al turismo que a la agricultura, mediante lo siguiente: “Todos se han dedicado al turismo dejando de lado otras actividades que teníamos antes”.

### **1.1.2. Restaurantes**

#### **a) Beneficios**

Los ofertantes del rubro restaurantes también reconocen la importancia de las telecabinas al ser la primera telecabina en el Perú, y esto ha generado el incremento de entre un 20% a 80% de sus ventas; así como la ampliación de sus negocios tanto restaurantes como hoteles, artesanía, y todos los negocios en general.

También manifiestan que ha generado más puestos de trabajo, además de ello manifestó el representante del restaurante N°01: “Más activación económica, más dinamismo en el empresariado relacionado al turismo”; así mismo, el representante del restaurante N°08 menciona: “Hay un antes y un después de las telecabinas, hay una diferencia marcada del número de visitantes en la zona, luego de la puesta en marcha de las telecabinas”.

Según la percepción de los entrevistados de este rubro de negocios, otro beneficio que ha generado el Proyecto es que ha facilitado el tiempo de viaje de los turistas a las Fortaleza Kuélap.

#### **b) Problemas**

Los entrevistados manifiestan la generación de informalidad, según manifestó el representante del restaurante N°09: “Como se tiene una considerable demanda turística muchos negocios están abriendo, pero no con los requisitos que se solicitan para su funcionamiento”. De manera negativa se ha incrementado el precio de los productos. La mayoría de los representantes de este rubro evidencia que existen comunidades que se han visto desplazadas del circuito turístico Kuélap, aparte de las ya mencionadas Choctama y María añaden a Longi. Otras declaraciones que hacen referencia también al cambio de ruta son las hechas por el representante del restaurante N°04 “no se utiliza el camino anterior para llegar a Kuélap, ahora solo se utiliza las telecabinas”. También las declaraciones realizadas por el representante del restaurante N°07: “Los problemas son más para las localidades aledañas, ya que disminuyó el flujo de visitantes, esto generó la pérdida de algunos negocios”. Otra limitación sería el idioma. De acuerdo a lo señalado por el representante del restaurante N°08: “Existe menos dinamismo en la relación con los turistas extranjeros debido a la barrera de la comunicación”. El manejo de otros idiomas, según lo señalado por el representante del restaurante N°05: “Se relaciona con la calidad de los servicios que se brinda a los turistas”.

Este rubro también trae al frente un nuevo problema en sus declaraciones, de forma similar a la informalidad, indican que se generó desorden a raíz de la deficiente planificación de los paraderos, generando congestión y en ocasiones las cabinas del teleférico se malograban y esto generaba que los turistas no puedan realizar su visita, generando incomodidad.

### **1.1.3. Agencias de viaje**

#### **a) Beneficios**

En este rubro de negocios coinciden que el proyecto es un atractivo en sí mismo, que el número de turistas se ha incrementado y el cambio ha sido constante en los siguientes años (antes de la pandemia del COVID-19), respecto al flujo de turistas la agencia de viaje N°04 comentó: “Se incrementó el flujo de turistas al triple de lo que teníamos antes del proyecto” por su parte la agencia de viaje N°03 indicó: “No dejamos de trabajar en todo el año desde que se inauguró las

telecabinas; el cambio fue constante los siguientes años”, estos cambios vinieron acompañados de incremento en la demanda laboral, alguna más especializada que otra; por ejemplo, en el caso de agencia de viaje N°05 señaló: “También generó mayor demanda de guías oficiales y orientadores locales”.

Diversos entrevistados de este rubro mencionaron como beneficio que los turistas ya no tienen que viajar tanto para llegar a la Fortaleza de Kuélap, así la agencia de viaje N°03 comentó: “No solo los alrededores del teleférico, sino también los hoteles, restaurantes, las bodegas, las personas que siembran sus verduras; todos se benefician” por su parte la agencia de viaje N°04 hizo una apreciación respecto al rubro inmobiliario: “Las telecabinas ayudaron a que se duplique el flujo de visitantes y se incremente la valorización de las propiedades”.

Se podría resumir los beneficios según lo expresado por la agencia de viaje N°02: “Ha dinamizado la economía en la región, se han realizado más aperturas de restaurantes, hoteles, turismo, viajes, transportes, asimismo esto ha generado el incremento de proveedores”.

#### **b) Problemas**

Todas las agencias de viaje entrevistadas coinciden ampliamente en que luego de la implementación de las telecabinas debido al cambio de ruta para acceder a la Fortaleza de Kuélap algunos pueblos que antes formaban parte de la ruta y eran visitados por los turistas en la situación actual se han visto desplazados, para este caso la agencia de viaje N°03 declaró: “Como ya no viajan por carretera hay pueblos como Choctama y María que ya no reciben turistas, sus negocios ya no funcionan igual que antes”.

Otro punto mencionado por varios ofertantes del rubro es el cambio en las actividades económicas realizadas por la población, dado luego del Proyecto. La agencia de viaje N°04 lo planteó de la siguiente forma: “Las familias han modificado su vida cotidiana; antes su vida giraba en torno a la agricultura y ganadería, ahora giran en torno al turismo”, la agencia de viaje N°02 lo llamó: “Descuido de la agricultura”. Asimismo, si bien se describió un aumento en el valor de las propiedades a raíz de la intervención esto tiene un lado negativo que ha sido percibido por los entrevistados y es que el adquirir nuevas propiedades se ha hecho más costoso.

#### **1.1.4. Transportes**

**a) Beneficios**

Los empresarios del sector transporte reconocen los beneficios que ha traído la implementación del Proyecto, a saber: incremento del turismo lo cual ha traído como consecuencia la demanda de transporte y restaurantes. El representante del transporte N°02 mencionó: “La creación de las telecabinas facilitó a que vengan más turistas y que estos tengan más tiempo para que programen visitar otros lugares. El transporte público y restaurantes fueron beneficiados”. Como señala el entrevistado, la implementación del Proyecto generó un incremento de turistas, lo cual ha conllevado a la dinamización económica. Asimismo, los ofertantes de este rubro manifestaron que al igual que transporte terrestre, los demás rubros de negocios también han sido beneficiados. Mencionan que las ventas se incrementaron entre 25% a 30% a raíz de la puesta en marcha del Proyecto, teniendo los picos más altos en fiestas patrias y feriados largos. “Se duplicó el número de turistas cuando son fiestas patrias, feriados largos” (representante del transporte N°02).

**b) Problemas**

Los entrevistados de este sector mencionaron que el principal problema identificado es la escasa información acerca de los días de mantenimiento de las telecabinas al público visitante, el no cumplimiento de los horarios establecidos de las telecabinas generó malestar en los turistas. Así mismo, el representante del transporte N°01 respecto a los problemas que identifica menciona que “las telecabinas cortan el andén y las personas tienen que pagar otro vehículo para regresar a nuevo Tingo”.

Los problemas identificados por este sector están relacionados a las actividades de operación de las telecabinas en sí mismas.

**1.1.5. Especialistas****a) Beneficios**

Los representantes de las instituciones entrevistadas coinciden ampliamente en indicar que las Telecabinas han generado un aumento en el número de turistas visitantes a la zona, el representante de la entidad N°01 lo cuantificó de la siguiente manera: “La demanda ha crecido por la duplicación de la llegada de los visitantes”. De acuerdo a las declaraciones del entrevistado el Proyecto ha generado un incremento de nuevos negocios en diferentes rubros; en ese sentido,

el representante de la entidad N°03: “Se ha visto beneficiados los artesanos, restaurantes, hoteles y muchos más”.

A consecuencia de lo antes señalado el empleo se ha visto beneficiado lo que es ampliamente señalado por todas las instituciones entrevistadas, por ejemplo, el representante de la entidad N°01 indicó: “Generó mayor empleo por la demanda de la empresa e indirectamente por los restaurantes, hoteles y artesanos”; por su parte el representante de la entidad N°03 en el mismo sentido comentó: “Claro, ya que los trabajadores de las telecabinas son personas que viven en la localidad”.

Otro punto considerado beneficioso y señalado por algunos rubros de negocios antes indicados, en esta ocasión fue señalado por los representantes de las entidades N°02 y N°01 que corresponde “a la reducción del tiempo de viaje que facilita enormemente el acceso a la Fortaleza de Kuélap”.

#### **b) Problemas**

Los principales problemas que son percibidos por las instituciones a causa de las telecabinas son similares a los comentados por otros rubros y son de carácter socioeconómico. Por un lado, el cambio de ruta para acceder a la Fortaleza de Kuélap ha retirado el flujo turístico que circulaba por algunas localidades, en palabras del representante de la entidad N°01: “Creo que a Chachapoyas y el Tingo ninguno, pero pueblos aledaños tuvieron problemas, antes para llegar a Kuélap se iba por carretera pasando por algunas localidades, pero ahora están olvidados al no recibir ningún tipo de flujo de turistas”.

Por otro lado el boom turístico vivido luego del Proyecto hizo que se reoriente los recursos de la región, las inversiones y fuerza laboral fueron al sector turístico dejando de lado otros sectores como por ejemplo la agricultura como ya se ha mencionado en declaraciones de otros rubros, las instituciones entrevistadas también resaltan este punto, el representante de la entidad N°04 lo plantea así: “La dependencia de la actividad turística (problema), en la pandemia muchos negocios se vieron perjudicados, aumento de precios por el turismo perjudica a los pobladores como los agricultores”.

En las tablas 7 y 8, matriz de comparación se realiza un análisis comparativo entre los grupos de actores entrevistados de los diferentes rubros respecto a los beneficios y problemas que generó el Proyecto, de acuerdo al siguiente detalle:

**Tabla 7. Matriz de comparación de la percepción de beneficios**

Percepción		Hoteles	Restaurantes	Agencias de viaje	Transporte	Especialistas
<b>Beneficios</b>	Proyecto novedoso y el primero en el país.	x	x			
	Mejora en la oferta turística, a través de la inversión privada para el mejoramiento de la oferta de servicios turísticos existente.	x				
	Incremento del número de turistas.	x	x	x	x	x
	Generación de nuevas empresas privadas.	x		x	x	x
	Incremento de las ventas.	x	x			
	Generación de empleo.	x	x	x		x
	Reducción del tiempo de viaje a la Fortaleza de Kuélap.		x	x		x
	Mejora de los ingresos económicos de los otros rubros.			x	x	x
	Incremento en la valorización de las propiedades.		x			

Nota. Elaboración propia.

**Síntesis:**

La identificación de la percepción respecto a los beneficios, responde al objetivo específico de conocer la percepción de los ofertantes y especialistas del sector turismo respecto a los beneficios y problemas que generó la implementación del Proyecto. Respecto a ello, todos los entrevistados coincidieron que el principal beneficio fue el incremento del número de turistas, seguido de la generación de nuevas empresas privadas, la generación de empleo, la reducción del tiempo de viaje a la fortaleza, también la mejora de los ingresos económicos de otros rubros.

**Tabla 8. Matriz de comparación de la percepción de problemas**

Percepción		Hoteles	Restaurantes	Agencias de viaje	Transporte	Especialistas
<b>Problemas</b>	Comunidades desplazadas del circuito turístico.	x	x	x		x
	Incremento de informalidad y desorden.	x	x			
	Reemplazo de la agricultura y otros rubros por la actividad turística.	x		x		x
	Barrera en la comunicación (el uso del inglés).		x			
	Incremento en el precio de productos.		x			
	Disminución de ingresos de las comunidades desplazadas del circuito turísticos.			x		
	Incremento en la valorización de las			x		

<b>Percepción</b>		<b>Hoteles</b>	<b>Restaurantes</b>	<b>Agencias de viaje</b>	<b>Transporte</b>	<b>Especialistas</b>
	propiedades (adquisición).					
	escasa información acerca del programa de mantenimiento de las telecabinas hacia la población y a los visitantes.				x	

Nota. Elaboración propia.

### **Síntesis:**

La identificación de la percepción respecto a los problemas, responde al objetivo específico de conocer la percepción de los ofertantes y especialistas del sector turismo respecto a los beneficios y problemas que generó la implementación del Proyecto. Respecto a ello, todos los entrevistados coincidieron que el principal problema fue el desplazamiento del circuito turístico de varias comunidades, las cuales se vieron afectadas en su actividad económica y en la oportunidad de ser parte del paquete turístico. Otro problema que identificaron la mayoría de los entrevistados fue el Reemplazo de la agricultura y otros rubros por la actividad turística.

## **1.2.Oferta de servicio turístico**

### **1.2.1. Hoteles**

La mayoría de representantes del sector hotelero, mencionaron un incremento del número de turistas en la zona, y esto generó las condiciones para el incremento de oferta hotelera; además, también en este caso hay consenso en señalar que, el cambio en la economía y actividades cotidianas han sido constante, de hecho, algunos entrevistados manifiestan que este cambio hubiera continuado como es el caso del hotel N°02: “Se generó competencia en un 40%, el cambio fue constante, sin considerar a la pandemia el cambio hubiera seguido continuo”. Respecto a este aumento en la oferta de servicios turísticos se resalta que incluso con el aumento en fechas importantes la demanda supero el incremento de nuevas empresas que atiendan a los turistas; en tanto, el representante del hotel N°09 indicó: “En Tingo la población abrió más hoteles y restaurantes”.



### **1.2.2. Restaurantes**

Todos los entrevistados coinciden que se ha incrementado el número de restaurantes, seguido de hoteles y la creación de agencias de turismo.

### **1.2.3. Agencias de viaje**

Las agencias de viaje coinciden en su totalidad en indicar que luego de la intervención del Proyecto se ha incrementado el número de ofertantes (generación de nuevos ofertantes), si bien las percepciones del valor en cuanto han incrementado son diferentes van del 20% llegando incluso hasta un 100% como declaró la agencia de viaje N°04 “Generó más competencia, en un 100%. Estamos pensando en invertir en diversificar el tema turístico para brindar una mejor oferta”, por su parte la agencia de viaje N°03 manifestó: “Después de la inauguración del proyecto hemos invertido en vehículos, antes del teleférico no teníamos ninguno, ahora tenemos tres movilidades y también tenemos un hotel con piscina”.

Respecto a la generación de nuevas empresas, la agencia de viaje N°02 inició su negocio luego de la implementación del proyecto y declaró: “Otras personas que también han iniciado su negocio, esto ha generado más competencia en un porcentaje del 20%; así muchas empresas han iniciado luego del proyecto”; para ello el aumento de turistas por el Proyecto ha sido el incentivo para empezar su negocio.

### **1.2.4. Transportes**

La mayoría de los representantes del rubro de negocio transporte terrestre, al igual que los rubros anteriores comparten la idea del Proyecto ha generado el incremento de los turistas en la zona, y esto a su vez ha sido aprovechado para promocionar otros destinos turísticos que se sumen al circuito turístico de Telecabinas Kuélap. El representante del transporte N°02 mencionó: “La creación de las telecabinas facilitó a que vengan más turistas y que estos tengan más tiempo para que programen visitar otros lugares”.

### 1.2.5. Especialistas

Todos los representantes de las instituciones entrevistadas coinciden en afirmar que se ha incrementado la oferta de servicios turísticos, la competencia entre los ofertantes relacionados al sector se ha visto incrementada, el representante de la entidad N°02 respecto a la competencia afirmó: “Creo que en Chachapoyas aumento en 40%, en rubros de agencias de viajes, restaurantes, en Tingo y Nuevo Tingo se incrementó en 80%, también en el rubro de restaurante y hoteles”.

El representante de la entidad N°01 respecto al aumento de los ofertante, luego de la puesta en operación del Proyecto señaló: “Aumentó la oferta hotelera, restaurantes; en un porcentaje del 50%” por su parte el representante de la entidad N°04 tiene la percepción menor en cuanto al aumento: “En hoteles, restaurantes, bodegas, supermercados artesanos; creo que puede ser un 30% aproximadamente”.

Si bien son diversas las apreciaciones del porcentaje de crecimiento de la competencia, según rubros de negocio, todas coinciden en indicar un cambio positivo en el aumento de los servicios turísticos concentrando este crecimiento en los rubros de hoteles y restaurantes. En la tabla 9, matriz de comparación, se realiza un análisis comparativo entre los grupos de actores entrevistados de los diferentes rubros.

**Tabla 9. Matriz de comparación de la oferta turística**

<b>Oferta de servicio Turístico</b>	<b>Hoteles</b>	<b>Restaurantes</b>	<b>Agencias de viaje</b>	<b>Transporte</b>	<b>Especialistas</b>
Incremento del número de ofertantes de servicios turismo (generación de nuevas empresas).	X	X	X	X	X
Inversión privada para el mejoramiento de la oferta turística existente.			X		
Promoción de nuevos destinos turísticos.				X	

Nota. Elaboración propia.

**Síntesis:**

El análisis de la oferta de servicios turísticos, responde al objetivo específico de la presente investigación que corresponde con el análisis del crecimiento del número de ofertantes de servicios turísticos. Respecto a ello, todos los entrevistados de los diferentes rubros coinciden que con el Proyecto se generó un incremento en el número de ofertantes de servicios de turismo, es decir se presentó la generación de nuevos ofertantes dedicados a estos rubros de negocios.

Además, los representantes de agencias de viaje mencionaron que hubo mayor inversión privada para el mejoramiento de la oferta turística existente, es decir que hubo una inversión económica (dinero) para mejorar sus servicios. Finalmente, los representantes del rubro de transporte terrestre señalaron que se incorporaron nuevos destinos turísticos a los circuitos y/o paquetes turísticos existentes, así lograron diversificar y mejorar la oferta turística.

El Proyecto generó un incremento en el número de empresas dedicadas a este sector, por el cual los ofertantes ya existentes (que operaban antes de la puesta en operación de las telecabinas en Kuélap) realizaron mayores inversiones para mejorar sus servicios, y se incluyó a nuevas localidades en los paquetes turísticos a fin de brindar una mejor oferta turística.

**1.3. Encadenamiento Productivo****1.3.1. Hoteles**

La puesta en marcha del Proyecto en Kuélap generó, según la mayoría de los empresarios hoteleros entrevistados de Chachapoyas, mayor demanda de bienes y servicios de sus proveedores. Los productos y servicios más requeridos fueron: productos de limpieza y aseo personal, alimentos, servicios de jardinería, transporte, mantenimiento de vehículos, guías y orientadores. También demandaron productos textiles como son sábanas; asimismo, se han registrado cambios; el representante del hotel N°01 reveló: “Se implementó las habitaciones con veladores, se cambiaron sábanas y se mejoraron las habitaciones e iluminación”. La demanda de productos a los proveedores aumentó, según la mayoría de entrevistados.

En lo que corresponde a otros rubros de negocios beneficiados por el proyecto este sector menciona principalmente a bodegas, artesanos, transporte, restaurantes, cafetería, licorerías, farmacias, lavandería, transporte, construcción civil, diseñadores de interiores, servicios de electricidad. El representante del hotel N°04 mencionó algo importante respecto al consumo de

productos originarios de la zona “requerimos del servicio del internet y referente a productos como el café lo traemos de Rodríguez de Mendoza”.

### **1.3.2. Restaurantes**

La mayoría de los ofertantes del rubro restaurantes manifestaron que a raíz de la puesta en marcha de la telecabina se incrementó las visitas turísticas y con ello la demanda de restaurantes. En ese contexto, el rubro de restaurante generó encadenamientos productivos, entre sus principales proveedores están: el rubro alimentos (bodegas, carnicerías, mercados), artesanías, agricultores (insumos de comida, café, cacao), transportes, bares, rubro de saneamiento, abastecimiento de agua tratada, servicio de internet, software, guías y las comunidades pequeñas, siendo estos últimos algunas veces proveedores de alimentos agrícolas y otras veces brindan sus vivencias e instalaciones para el turismo vivencial. El representante del restaurante N°08 manifestó: “La puesta en marcha de la telecabina originó la aparición de negocios informales, que se dedican a la de venta de alimentos, pero no de comidas preparadas, como frutas, yogures, queso incluso café a granel”. Asimismo, el representante del restaurante N°05 mencionó que “los otros proveedores beneficiados por el proyecto fueron los artesanos, los hoteles y las comunidades pequeñas”.

### **1.3.3. Agencias de viaje**

Según lo declarado por los responsables de las agencias de viajes estos coinciden en reconocer a los hoteles, restaurantes y transportistas como sus principales proveedores para brindar los servicios turísticos, de igual forma indican en su mayoría que hubo un incremento en la demanda a sus proveedores debido al mayor flujo de turistas.

Respecto a otros rubros beneficiados por la implementación del proyecto consideraron a los proveedores de alimentos como es el caso de las piscigranjas y la agricultura; otros entrevistados como son los casos de la agencia de viaje N°01 y N°02 también mencionaron a las bodegas como otros beneficiados por la intervención.

Un punto llamativo es que los ofertantes manifiestan un cambio en sus necesidades de servicios, incorporando nuevos proveedores a raíz de la implementación del proyecto, así el representante de agencia de viaje N°03 manifestó: “Después del funcionamiento (de las telecabinas) el servicio que requerimos fue de transporte, marketing, publicidad” por su parte el representante de agencia de viaje N°04 indicó: “Principalmente la demanda de servicio que necesitamos es de personal altamente capacitado que brinde una buena calidad de servicio”.

### **1.3.4. Transportes**

Los representantes del rubro de negocios transporte terrestre mencionaron que con el Proyecto se incrementó la demanda de los servicios de transporte; lo que generó que estos demanden más servicios de mantenimiento de vehículos, combustibles y otros proveedores. El representante del transporte N° 01 manifestó: “La demanda de proveedores fue cambiar los asientos de mi vehículo, para que los turistas estén cómodos”, el encadenamiento productivo del sector transporte se fue evidenciando con los principales insumos que requiere una movilidad para brindar servicios.

### **1.3.5. Especialistas**

Para el caso de los especialistas, las percepciones respecto a encadenamientos productivos están alineados a la articulación sectorial. En ese sentido, los entrevistados coinciden en que es necesario el trabajo articulado de los diferentes sectores a fin de conseguir un mejor desempeño de la actividad turística, por ejemplo, el representante de la entidad N°01 rescata su importancia de esta forma: “Creo que el sector público y privado deberían trabajar en equipo, esto generaría un mejor trabajo en marketing y difusión”. Se ha evidenciado trabajos en conjunto, por ejemplo, el representante de la entidad N°02 señaló: “A mi parecer sería interesante trabajar articuladamente, nosotros hemos trabajado con MINCETUR, la municipalidad y asociaciones comunales de turismo”, por su parte el representante de la entidad N°04 comentó: “Usualmente se trabaja con las municipalidades, nosotros formamos parte del equipo técnico para los planes de desarrollo concertado y para los planes de desarrollo turismo en la provincia del Luya”.

El representante de la entidad N°02 es la entidad entrevistada que ha mostrado de acuerdo a sus funciones una mayor coordinación con los diferentes actores; sin embargo, por lo expuesto en el título problemas y en declaraciones de otros rubros se necesitaría una articulación más amplia no solo dentro del sector turismo. Otra limitación fue el número reducido de guías turísticos capacitados adecuados, según lo indicado por el representante de la entidad N°01: “Contamos con un número reducido de guías oficiales en Chachapoyas”

En la tabla 10, matriz de comparación, se identifica la percepción de los grupos de actores entrevistados del encadenamiento productivo que generó el Proyecto. A continuación, se detalla lo siguiente:

**Tabla 10. Matriz de comparación de los encadenamientos productivos**

<b>Encadenamientos</b>	<b>Hoteles</b>	<b>Restaurantes</b>	<b>Agencias de viaje</b>	<b>Transporte</b>	<b>Especialistas</b>
Incremento en la demanda de bienes y servicios a sus proveedores.	x	x	x	x	
Inversión privada para el mejoramiento de la oferta de servicios turísticos existente.	x				
Otros rubros beneficiados (alimentos, bodegas).	x	x	x		
Demanda de nuevos servicios (marketing, publicidad y transporte) y personal capacitado.			x	x	
Trabajo articulado entre el sector público y privado					x

Nota. Elaboración propia.

### **Síntesis:**

El análisis del encadenamiento productivo responde al objetivo específico de determinar los encadenamientos productivos generados por la inversión en infraestructura turística derivados del Proyecto, en el centro soporte. Respecto a ello, la mayoría de los entrevistados mencionaron que se incrementó en la demanda de bienes y servicios a sus proveedores, es decir se generó encadenamientos productivos con otros rubros de negocios que no están vinculados de manera directa con los rubros del sector turismo. Los ofertantes del sector turismo incrementaron sus demandas y estas fueron las principales: demanda de productos de limpieza y aseo personal, alimentos, transporte, guías y orientadores, productos textiles, muebles, alimentos (bodegas, carnicerías, mercados) y de otros proveedores. También se vieron beneficiados algunas comunidades pequeñas (proveedores de alimentos agrícolas y otras veces brindan sus vivencias e instalaciones para el turismo vivencial).

El incremento en la demanda de bienes y servicios generados por los ofertantes dedicados a brindar servicios turísticos, estaría relacionada con el inicio de operaciones del Proyecto; esto se

demuestra cuando los entrevistados mencionan que hubo un incremento en la demanda de productos que solían adquirir, y que a la vez también se generaron demandas de nuevos servicios y bienes, que permitieron mejorar la atención turística.

A continuación, a manera de resumen se presenta los resultados del análisis cualitativo, utilizando una matriz de doble entrada a fin de comparar las respuestas y determinar los principales hallazgos según tipo de entrevistado tales como representantes de hoteles, restaurantes, agencias de viajes y transporte terrestre.

En la tabla 11 se presenta los principales hallazgos por tipo de entrevistado:

**Tabla 11. Puntos positivos y negativos percibidos por tipo de entrevistado**

<b>Tipo de entrevistados</b>	<b>Puntos positivos</b>	<b>Puntos negativos</b>
Hoteles	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hubo un incremento en los clientes.</li> <li>- Se incrementó la demanda de bienes y servicios a los proveedores del sector hotelero.</li> <li>- Algunos empresarios del sector incrementaron sus servicios o remodelaron sus instalaciones.</li> <li>- Hubo un incremento en las ventas del sector, la mayoría coincide en afirmar que esta se ha dado entre un 20% y un 50%.</li> <li>- Hubo un incremento del número de empresas del sector, la mayoría coincide en afirmar que esta se ha dado entre un 40% y un 70%.</li> <li>- Se generó mayor empleo en la zona.</li> <li>- Se percibe a los hoteles, restaurantes y agencias de viaje como los rubros más beneficiados por la intervención.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Debido al mayor volumen de turistas se ha generado desorden, ya que la ciudad de Tingo y el complejo arqueológico de Kuélap no están preparados para este volumen de visitantes.</li> <li>- El recorrido hacia la fortaleza ha variado volviéndose más corto, hay menos consumo en la ruta y algunos pueblos como Choctama, Longi y María se han visto relegados.</li> </ul>



<b>Tipo de entrevistados</b>	<b>Puntos positivos</b>	<b>Puntos negativos</b>
Restaurantes	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El proyecto originó el aumento de turistas nacionales e internacionales en la zona.</li> <li>- Generó mayor afluencia de turistas en la zona debido a la atracción de viajar por primera vez en telecabinas.</li> <li>- Mayor accesibilidad del turista para llegar a la Fortaleza de Kuélap.</li> <li>- Mayores ventas para los restaurantes.</li> <li>- Algunos empresarios indicaron que realizaron inversiones para ampliar el negocio y contrataron personal adicional.</li> <li>- Generó el incremento del número de restaurantes, siendo este crecimiento como mínimo de 20% y originó mayor demanda de insumos para la preparación de platillos.</li> <li>- Otros beneficios fueron el encadenamiento productivo.</li> <li>- Los principales beneficiados fueron los bares, discotecas, el servicio de internet y software, tiendas comerciales, artesanías, transporte, hoteles, guías turísticos y las comunidades pequeñas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La mayoría de entrevistados indicó que el proyecto no generó problemas.</li> <li>- Algunos indicaron que los pueblos aledaños se perjudicaron porque ahora los turistas utilizan las telecabinas y dejaron de pasar por la carretera dejando de visitar los hoteles y restaurantes que se encontraban en esos pueblos.</li> <li>- Otros indicaron que la puesta en marcha del proyecto originó la aparición de negocios informales.</li> <li>- Otra limitación fue la falta de preparación para brindar una buena atención a los turistas por parte de las personas de los alrededores del pueblo.</li> <li>- La elevada llegada de turistas a la zona provocó desorden en la planificación de los paraderos, mucho congestionamiento y en ocasiones las cabinas se malograban y esto generaba que los turistas no puedan realizar su visita, ocasionando incomodidad.</li> <li>- Es limitado el manejo de otros idiomas para mejorar la calidad en la atención a los turistas.</li> </ul>

<b>Tipo de entrevistados</b>	<b>Puntos positivos</b>	<b>Puntos negativos</b>
Agencias de viajes	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incremento de flujo de turistas nacionales y extranjeros.</li> <li>- Incremento de la oferta de los hoteles, restaurantes, las bodegas, las personas que siembran verduras, transportes, proveedores. todos se benefician.</li> <li>- Se valorizaron las propiedades.</li> <li>- Disminución en el tiempo de viaje de Tingo a Kuélap (20 min).</li> <li>- Generó mayor demanda de guías oficiales y orientadores locales.</li> <li>- El Proyecto originó el incremento de ventas del 8%.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los pueblos de Choctama y María fueron afectados, ya que era la ruta antigua a Kuélap, con el proyecto se llega directo al complejo, disminución de visitas turísticas en esta ruta.</li> <li>- La vida cotidiana de las familias se modificó, antes del proyecto, su vida giraba en torno a la agricultura y ganadería.</li> <li>- Existe un descuido por la agricultura.</li> </ul>
Transporte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incremento de los turistas con el proyecto telecabinas Kuélap.</li> <li>- Mayor demanda de transporte, restaurantes y hospedaje.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los horarios de atención de Telecabinas Kuélap muestran deficiencias, ya que no regresan en el horario indicado.</li> <li>- Escasa información a los turistas acerca de los días de mantenimiento de las cabinas.</li> </ul>
Entidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aumento de la demanda de turistas debido a la llegada de más visitantes en la zona.</li> <li>- Generó mayor empleo.</li> <li>- Redujo el tiempo de llegada a la Fortaleza de Kuélap de los turistas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Limitado número de guías de turismo.</li> <li>- Los pueblos aledaños quedaron olvidados, ya que la puesta en operación de las Telecabinas a Kuélap, generó que no haya flujo de turistas en algunas localidades, como antes del Proyecto.</li> <li>- Incremento de los precios por el turismo, perjudicando a los pobladores de la zona.</li> </ul>

<b>Tipo de entrevistados</b>	<b>Puntos positivos</b>	<b>Puntos negativos</b>
	- Incremento de nuevos negocios a raíz de la inauguración de las telecabinas.	

Nota. Elaboración propia

## **2. Análisis de resultados cuantitativos**

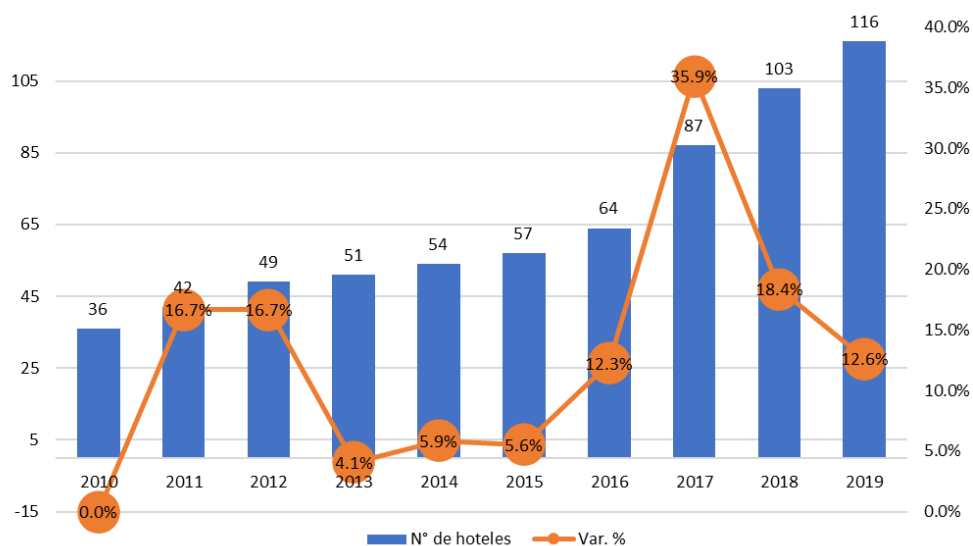
Para responder a la primera pregunta específica se analizó la evolución del número de ofertantes y del número de licencias de funcionamiento otorgadas, de los rubros de negocios de hoteles, restaurantes, agencias de viajes y transporte terrestre, comparando su desenvolvimiento en los distritos de Chachapoyas y Cajamarca (en metodología se indica porque se escogió dicho distrito), entre los años 2010 y 2019, considerando periodos antes y después de inicio de operaciones del Proyecto.

### **2.1 Análisis del número de ofertantes y de licencias de funcionamiento a rubros de negocios otorgadas por la municipalidad**

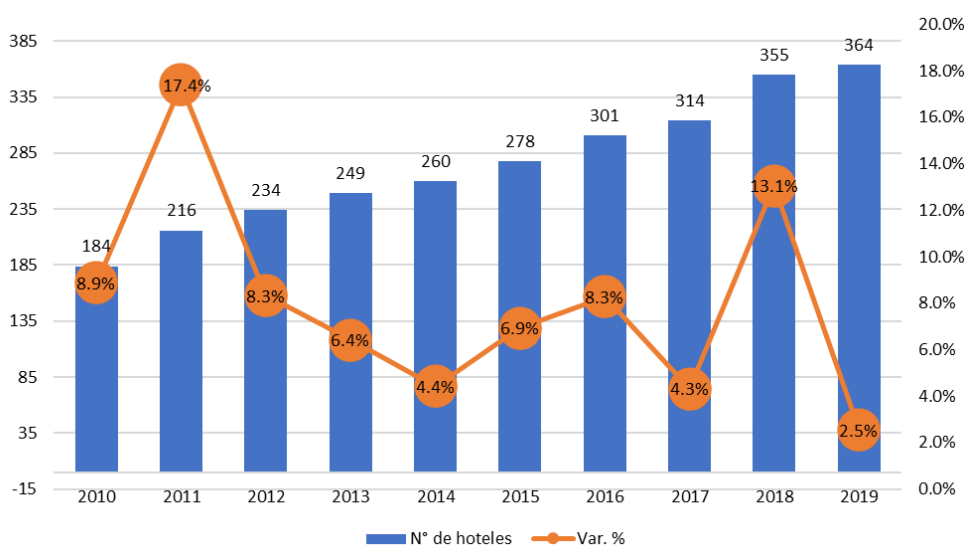
#### **2.1.1 Análisis del número de ofertantes de los rubros de negocios de interés**

Conforme a la información estadística de la SUNAT, en el gráfico 1, en el 2017, existieron 87 ofertantes del rubro de hoteles, lo cual representó un crecimiento de 35.9% respecto de las cifras del año anterior. Asimismo, se observa un crecimiento acumulado del 222.2% entre el año 2010 hasta el año 2019, equivalente a una tasa de crecimiento promedio anual de 13.9%. Además, se aprecia que la mayor tasa de crecimiento del número de hoteles operando en la zona fue en el 2017 (35.9%), que se podría explicar por la entrada en funcionamiento del Proyecto.

En el caso del distrito de Cajamarca, en el gráfico 2, en el 2019, existieron 364 ofertantes dedicadas al rubro de hoteles, que representó un crecimiento de 2.5% respecto de las cifras del año anterior. Entre los años 2010 y 2019 se aprecia un crecimiento acumulado del 97.8%, equivalente a una tasa de crecimiento promedio anual del 7.9%, inferior al 13.9% alcanzado en el distrito de Chachapoyas. También se aprecia que, en Cajamarca a diferencia de Chachapoyas, la mayor tasa de crecimiento de número de hoteles en la zona no fue en el 2017 sino en el 2011, que fue 17.4%, incluso esta tasa fue menor en comparación del 35.9% registrado en el 2017 (año de inicio de operación de las telecabinas) de Chachapoyas.

**Gráfico 1. Evolución del número de hoteles en el distrito de Chachapoyas**

Nota. Elaboración propia en base a la información de la SUNAT

**Gráfico 2. Evolución del número de hoteles en el distrito de Cajamarca**

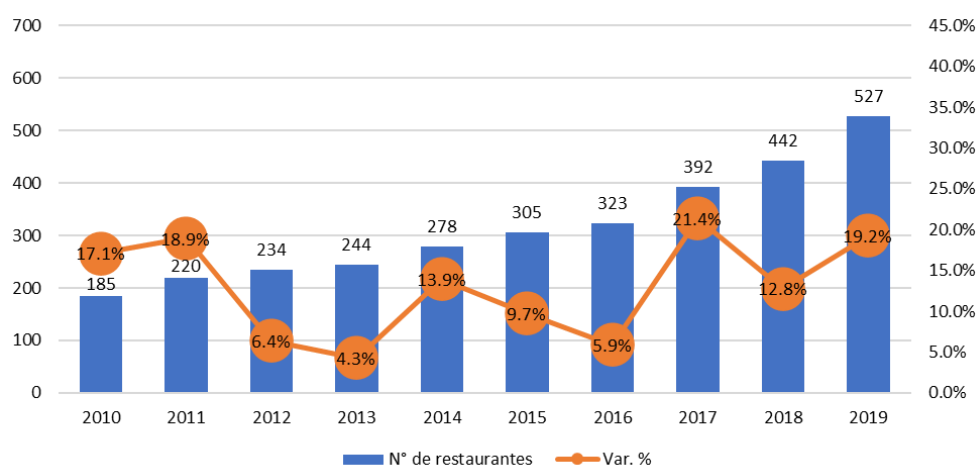
Nota. Elaboración propia en base a la información de la SUNAT

En el gráfico 3, se observa que, en el distrito de Chachapoyas, en el 2017, existieron 527 restaurantes, lo que significó un incremento del 19.2% respecto al año anterior. En tanto, entre el 2010 y 2019, se registró un crecimiento acumulado del 184.9% del número de restaurantes en la zona, equivalente a una tasa de crecimiento promedio anual de 12.3%. La mayor tasa de

crecimiento del número de restaurantes en la zona fue en el 2017 (21.4%), lo cual se podría explicar por la entrada en funcionamiento del Proyecto.

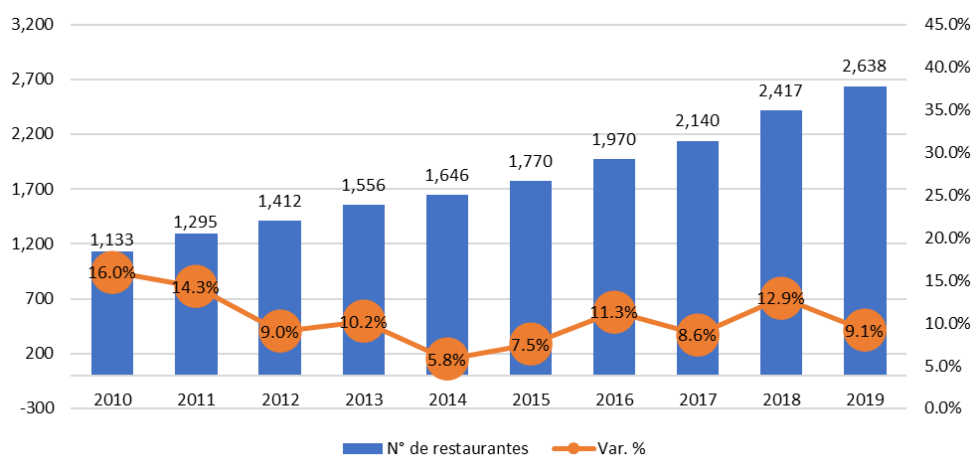
En el distrito de Cajamarca, de acuerdo al gráfico 4, en el 2019 existieron 2,638 restaurantes, representando un incremento del 9.1% respecto a las cifras del año anterior. Entre los años 2010 y 2019 se aprecia un crecimiento acumulado del 132.8%, equivalente a una tasa de crecimiento promedio anual de 9.8%. El crecimiento del número de restaurantes, en el 2017, fue mayor en Chachapoyas (21.4%) en comparación a Cajamarca (8.6%), así como fue superior a cualquier tasa de incremento, durante el periodo de análisis.

**Gráfico 3. Número de restaurantes en el distrito de Chachapoyas**



Nota. Elaboración propia en base a la información de la SUNAT

**Gráfico 4. Número de restaurantes en el distrito de Cajamarca**

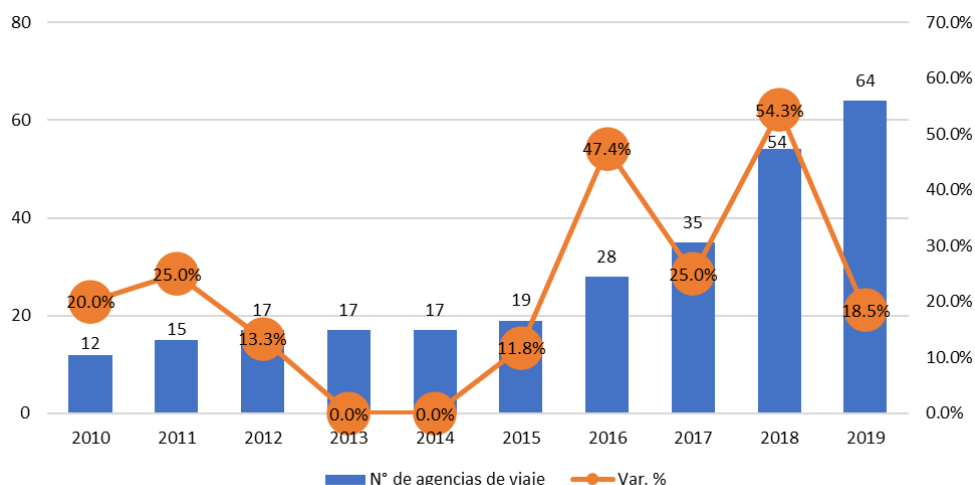


Nota. Elaboración propia en base a la información de la SUNAT

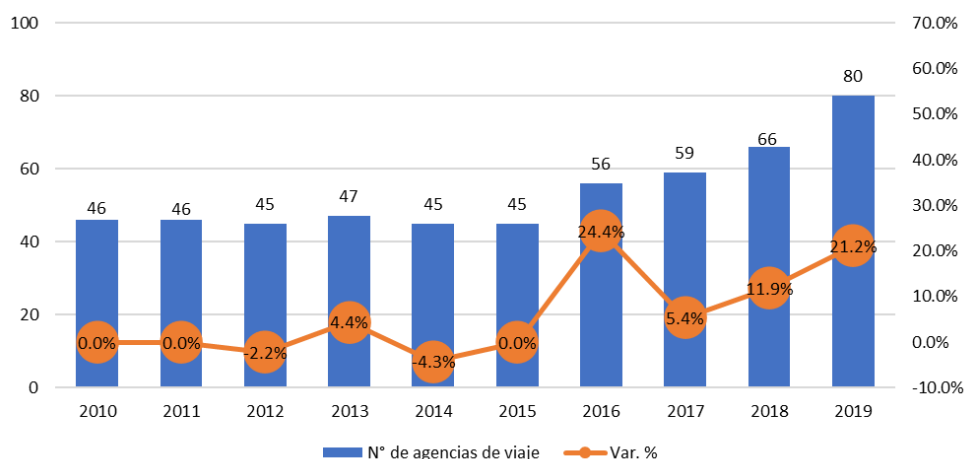
En el gráfico 5, se observa que, en el 2019, en el distrito de Chachapoya, se ubicaron 64 agencias de viaje, que representó un incremento del 18.5% respecto de las cifras del año anterior. Asimismo, en el periodo 2010 y 2019 se aprecia un crecimiento acumulado del 433.3%, equivalente a una tasa de crecimiento promedio anual de 20.4%. El periodo de mayor crecimiento del número de agencias de viajes se da a partir del 2016.

De acuerdo al gráfico 6 en el distrito de Cajamarca, en el 2019, existieron 80 empresas dedicadas al rubro agencias de viaje, lo que equivale a un incremento del 21.2% respecto de las cifras del año previo. Asimismo, entre los años 2010 y 2019 se da un crecimiento acumulado del 73.9%, significando un crecimiento promedio anual de 6.3%. La tasa de crecimiento del número de agencias de viaje en Chachapoyas fue en el 2018 (54.3%), superior en comparación al de Cajamarca (11.9%).

**Gráfico 5. Número de agencias de viajes en el distrito de Chachapoyas**



Nota. Elaboración propia en base a la información de la SUNAT

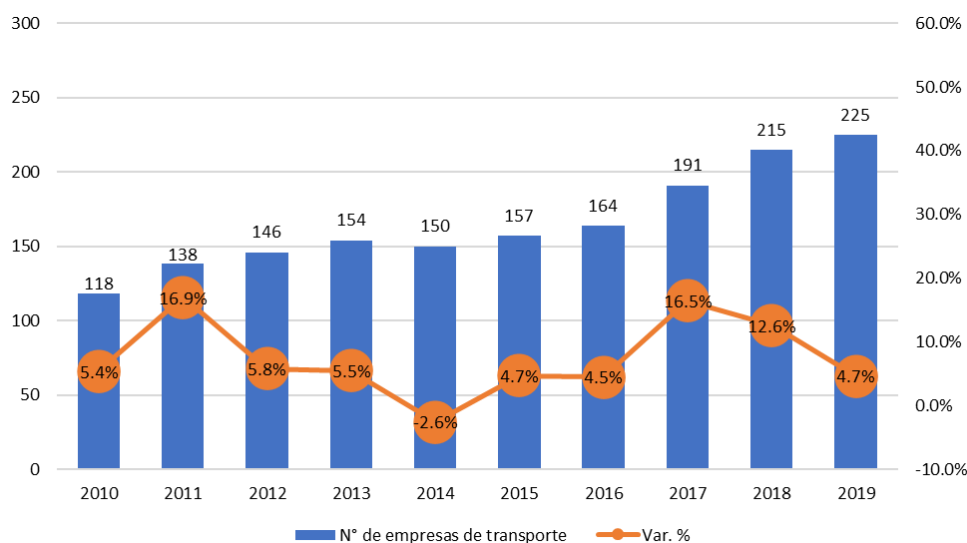
**Gráfico 6. Número de agencias de viajes en el distrito de Cajamarca**

Nota. Elaboración propia en base a la información de la SUNAT

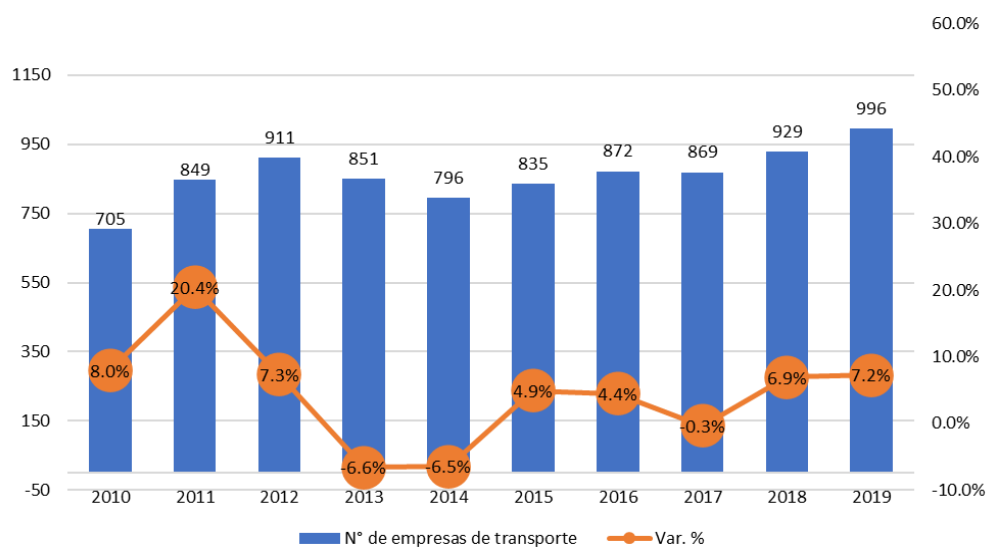
Respecto a los ofertantes de transporte terrestre en Chachapoyas, de acuerdo al gráfico 7, en el 2019, existieron 225 ofertantes dedicados a dicho rubro, alcanzando un incremento del 4.7% respecto a las cifras del año anterior. Durante el periodo 2010 y 2019 se aprecia un crecimiento acumulado del 90.7%, lo que se traduce en una tasa de crecimiento promedio anual del 7.4%. Asimismo, en el periodo de análisis se observa mayores tasas de crecimiento para este rubro a partir del 2017; año que como se indicó anteriormente inicio operaciones el Proyecto.

Para el distrito de Cajamarca, en el gráfico 8 se observa que, en el 2019, existieron 996 ofertantes dedicadas al transporte terrestre, lo que significó un incremento del 7.2% respecto a lo registrado el año anterior. Asimismo, en el periodo 2010 y 2019 se evidencia un crecimiento acumulado del 41.3%, equivalente a un crecimiento promedio anual del 3.9%, la cual fue menor a la registrada en el distrito Chachapoyas (7.4%), siendo uno de las posibles razones que explican esta diferencia el inicio de operaciones del Proyecto.



**Gráfico 7. Número de empresas de transporte terrestre en el distrito de Chachapoyas**

Nota. Elaboración propia en base a la información de la SUNAT

**Gráfico 8. Número de empresas de transporte terrestre en el distrito de Cajamarca**

Nota. Elaboración propia en base a la información de la SUNAT

Finalmente, en el distrito de Chachapoyas las tasas de crecimiento del número de ofertantes en todos los rubros analizados son mayores a los del distrito de Cajamarca, lo cual podría ser explicado por el dinamismo económico a raíz del aumento de turistas en el centro soporte del Proyecto, luego del inicio de operaciones del primer Sistema de Telecabinas en el Perú.

Asimismo, considerando periodos antes (primer periodo del 2014 al 2016) y después (segundo periodo del 2017 al 2019) de la entrada en operación del Proyecto, para el distrito de Chachapoyas, se puede apreciar en la tabla 12 que en el segundo existió una aceleración del ritmo de crecimiento para los 4 rubros de negocios, tales como hoteles que creció entre el primer y segundo periodo en 14.8 p.p. (incremento de 18.5% entre el 2014-2016 a 33.5% entre el 2017-2019), restaurantes aumento en 18.3 p.p. (incremento de 16.2% entre el 2014-2016 a 34.4% entre el 2017-2019), agencia de viajes creció en 18.2 p.p. (incremento de 64.7% entre el 2014-2016 a 82.9% entre el 2017-2019) y transporte terrestre aumento en 8.5 p.p. (incremento de 9.3% entre el 2014-2016 a 17.8% entre el 2017-2019).

Situación contraria sucedió en el distrito de Cajamarca, en donde se observa que el número de ofertantes de los periodos antes y después de la puesta en marcha del Proyecto no se aprecian diferencias sustanciales entre uno y otro periodo en el ritmo de crecimiento en el número de ofertantes según rubros de negocios. En el caso de hoteles solo creció 0.2 p.p. (crecimiento de 15.8% entre el 2014-2016 a 15.9% entre el 2017-2019), restaurantes aumento en 3.6 p.p. (crecimiento de 19.7% entre el 2014-2016 a 23.3% entre el 2017-2019), transporte terrestre que creció en 5.1 p.p. (crecimiento de 9.5% entre el 2014-2016 a 14.6% entre el 2017-2019). Solo en el rubro de negocio de agencias de viaje en Cajamarca se aprecia un mayor ritmo de crecimiento, que entre uno y otro periodo creció en 11.1 p.p. (crecimiento de 24.4% entre el 2014-2016 a 35.6% entre el 2017-2019).

Adicionalmente, considerando el número total de ofertantes de los 4 rubros de negocios, se aprecia que, entre el 2017 y 2019, el crecimiento del número de ofertantes en Chachapoyas fue de 32.2%, mayor en comparación a lo ocurrido en Cajamarca, que fue de 20.6%.

**Tabla 12. Crecimiento del número de ofertantes según rubros de negocio de interés en Chachapoyas**

Rubros de negocios	Años										Var. %	Var. %
	2,010	2,011	2,012	2,013	2,014	2,015	2,016	2,017	2,018	2,019	2014-2016	2017-2019
Hoteles	36	42	49	51	54	57	64	87	103	116	18.5%	33.3%
Restaurantes	185	220	234	244	278	305	323	392	442	527	16.2%	34.4%
Agencias de viajes	12	15	17	17	17	19	28	35	54	64	64.7%	82.9%
Transporte terrestre	118	138	146	154	150	157	164	191	215	225	9.3%	17.8%
<b>Total</b>	<b>351</b>	<b>415</b>	<b>446</b>	<b>466</b>	<b>499</b>	<b>538</b>	<b>579</b>	<b>705</b>	<b>814</b>	<b>932</b>	<b>16.0%</b>	<b>32.2%</b>

Nota. Elaboración propia en base a la información de la SUNAT

**Tabla 13. Crecimiento del número de ofertantes según rubros de negocio de interés en Cajamarca**

Rubros de negocios	Años										Var. %	Var. %
	2,010	2,011	2,012	2,013	2,014	2,015	2,016	2,017	2,018	2,019	2014-2016	2017-2019
Hoteles	184	216	234	249	260	278	301	314	355	364	15.8%	15.9%
Restaurantes	1,133	1,295	1,412	1,556	1,646	1,770	1,970	2,140	2,417	2,638	19.7%	23.3%
Agencias de viajes	46	46	45	47	45	45	56	59	66	80	24.4%	35.6%
Transporte terrestre	705	849	911	851	796	835	872	869	929	996	9.5%	14.6%
<b>Total</b>	<b>2,068</b>	<b>2,406</b>	<b>2,602</b>	<b>2,703</b>	<b>2,747</b>	<b>2,928</b>	<b>3,199</b>	<b>3,382</b>	<b>3,767</b>	<b>4,078</b>	<b>16.5%</b>	<b>20.6%</b>

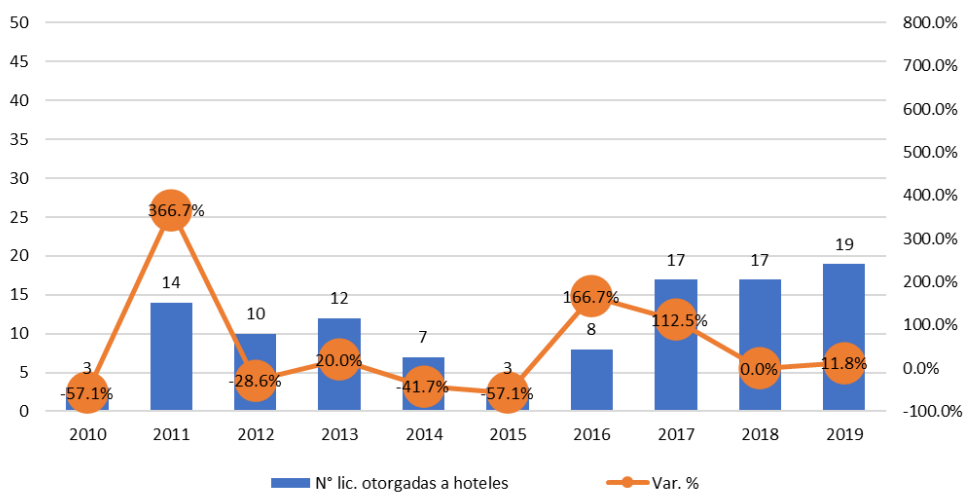
Nota. Elaboración propia en base a la información de la SUN

### 2.1.2 Análisis del número de licencias de funcionamiento de negocios otorgados por la municipalidad

De acuerdo al gráfico 9, en el 2017, se otorgó licencias de funcionamiento a 17 hoteles, que representó un crecimiento del 12.5% respecto del año previo. En el periodo 2010-2019, se observa que los mayores números de licencias otorgadas a hoteles, en el distrito de Chachapoyas, fueron en los años 2017 (17), 2018 (17) y 2019 (19); mientras que, en el distrito de Cajamarca, en el gráfico 10, se observa que, en el 2019, se otorgó el mayor número de licencias de funcionamiento, que representó un crecimiento del 58.3% respecto al año anterior.

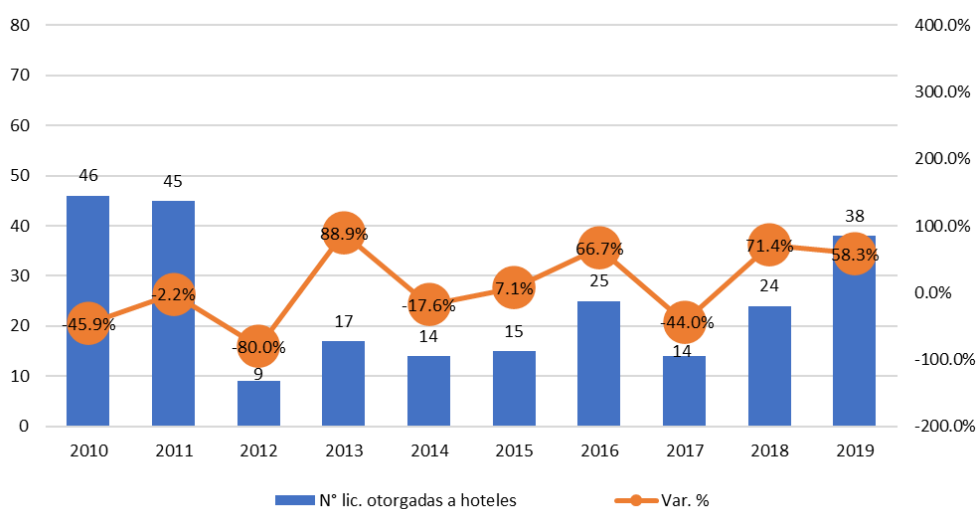
Asimismo, en el periodo 2010 – 2019, se aprecia un crecimiento acumulado del 533.3% del número de licencias de funcionamiento otorgados en Chachapoyas, ya que la municipalidad paso de otorgar 3 licencias en el 2010 a 19 licencias en el 2019, lo que representó una tasa de crecimiento promedio anual del 22.8%; caso contrario se observa en Cajamarca, que tuvo una tasa de decrecimiento promedio anual del número de licencias otorgadas de 2.1%, ya que la municipalidad paso de otorgar 46 licencias a hoteles en el 2010 a 38 licencias en el 2019.

**Gráfico 9. Número de licencia de funcionamiento para hoteles, hostales y otros otorgadas en el distrito de Chachapoyas**



Nota. Elaboración propia en base a la información del SIRTOD

**Gráfico 10. Número de licencia de funcionamiento para hoteles, hostales y otros otorgadas en el distrito de Cajamarca**

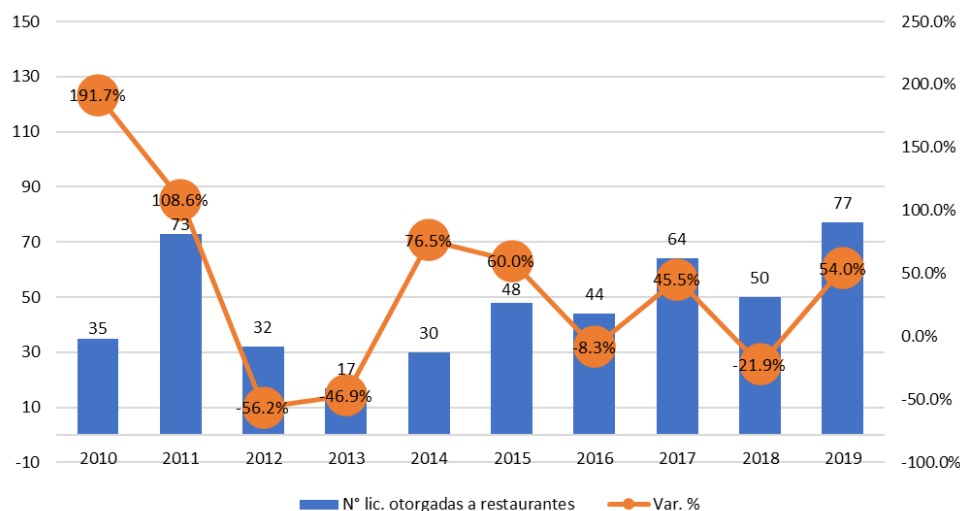


Nota. Elaboración propia en base a la información del SIRTOD

En el caso de las licencias de funcionamiento a restaurantes, en el gráfico 11 se aprecia que en el 2017 se otorgó 64 licencias de funcionamiento a restaurantes en Chachapoyas, que representó un crecimiento del 45.5%, respecto al año previo; caso contrario se observa en Cajamarca en donde en el 2017 se otorgó 135 licencias, representando una reducción del 18.7% respecto de las cifras del año anterior.

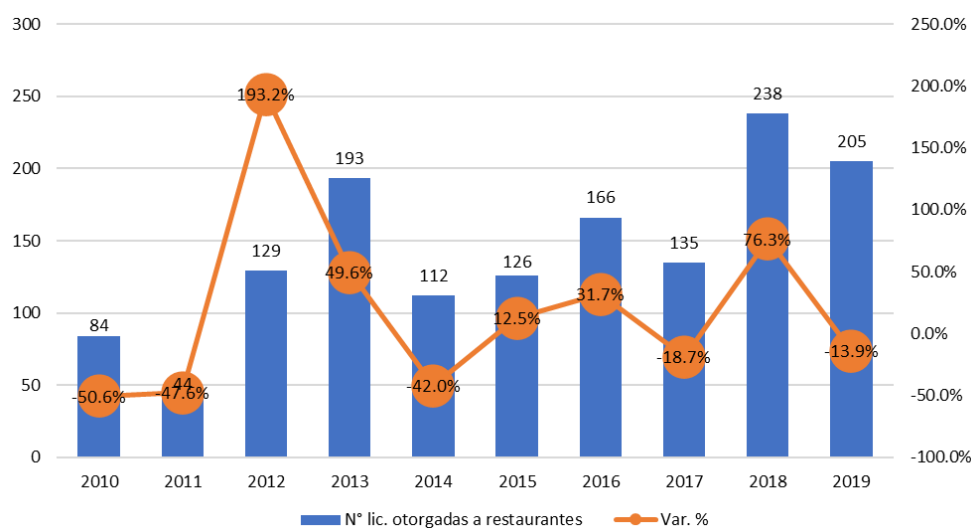
En tanto, en el periodo 2010 – 2019, se aprecia un crecimiento acumulado del 120.0% del número de licencias de funcionamiento de restaurantes otorgados en Chachapoyas, dado que la municipalidad paso de otorgar 35 licencias en el 2010 a 77 licencias en el 2019, significando una tasa de crecimiento promedio anual del 9.2%; mientras que, en Cajamarca (gráfico 12) el número de licencias creció a una tasa promedio anual del 10.4%, significando que fue mayor en términos relativos, el crecimiento del número de licencias otorgadas a restaurantes en Cajamarca en comparación a lo ocurrido en Chachapoyas.

**Gráfico 11. Número de licencias de funcionamiento para restaurantes otorgados en el distrito de Chachapoyas**



Nota. Elaboración propia en base a la información del SIRTOD

**Gráfico 12. Número de licencias de funcionamiento para restaurantes otorgados en el distrito de Cajamarca**

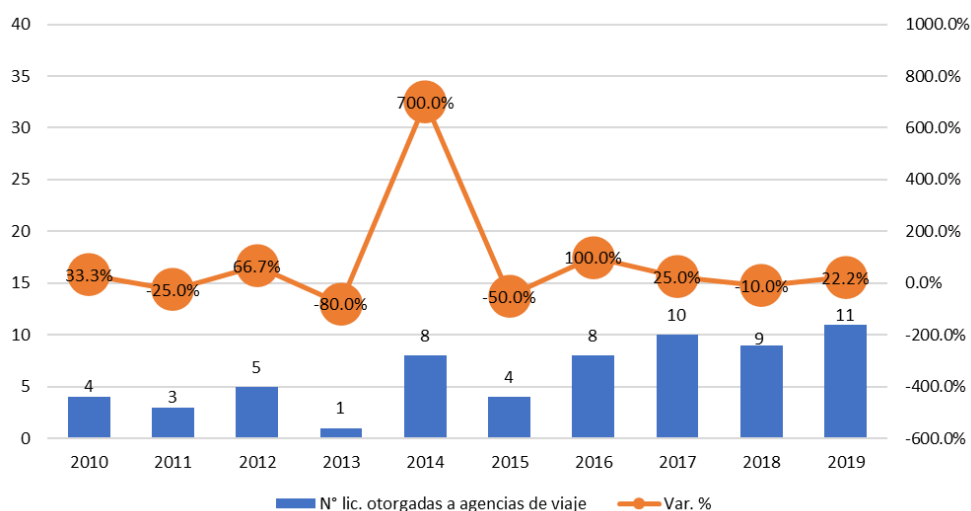


Nota. Elaboración propia en base a la información del SIRTOD

Respecto al número de licencias otorgadas a agencias de viaje en Chachapoyas, conforme al gráfico 13, se observa que, en el 2017, se otorgó 10 licencias a agencias de viaje, que representó un incremento del 25.0% respecto del año previo. En el caso de Cajamarca, en el 2017, se aprecia un mayor crecimiento del número de licencias, que fue de 1.250.0% (135 licencias) respecto del

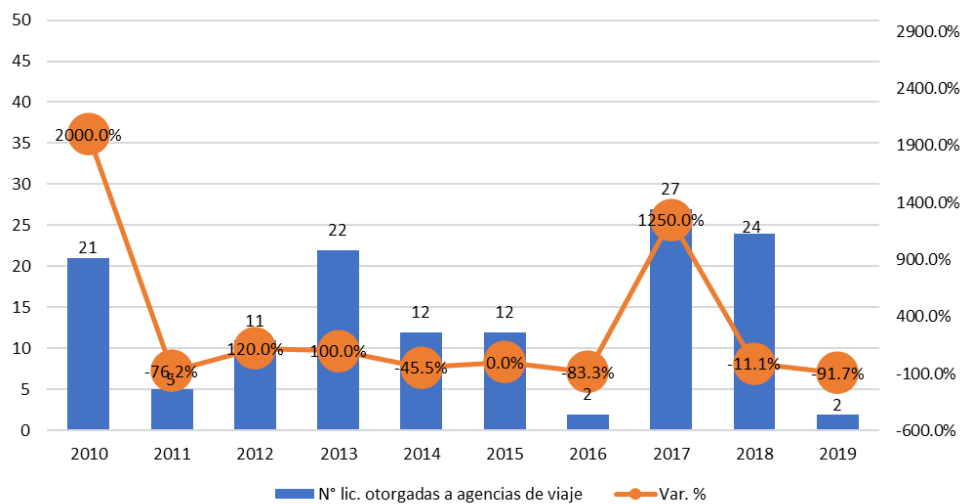
año previo, cifra mayor en comparación a lo sucedido en Chachapoyas. En tanto, en el periodo 2010-2019, se aprecia un crecimiento acumulado del 175.0% del número de licencias de funcionamiento a agencias de viaje otorgadas en el distrito de Chachapoyas, dado que la municipalidad paso de otorgar 4 licencias en el 2010 a 11 licencias en el 2019 y que representó una tasa de crecimiento promedio anual del 11.9%; caso contrario se observa en Cajamarca, que tuvo una tasa de decrecimiento promedio anual del número de licencias otorgadas de 23.0%, ya que la municipalidad paso de otorgar 21 licencias a agencias de viajes en el 2010 a solo 2 licencias en el 2019.

**Gráfico 13. Número de licencias de funcionamiento a agencias de viaje otorgados en el distrito de Chachapoyas**



Nota. Elaboración propia en base a la información del SIRTOD

**Gráfico 14. Número de licencias de funcionamiento a agencias de viaje otorgados en el distrito de Cajamarca**



Nota. Elaboración propia en base a la información del SIRTOD



**Tabla 14. Crecimiento del número de licencias de funcionamiento otorgados a los rubros de negocio de interés en Chachapoyas**

Rubros de negocios <sup>28</sup>	Años										Var. %	Var. %
	2,010	2,011	2,012	2,013	2,014	2,015	2,016	2,017	2,018	2,019	2014-2016	2017-2019
Hoteles	3	14	10	12	7	3	8	17	17	19	14.3%	11.8%
Restaurantes	35	73	32	17	30	48	44	64	50	77	46.7%	20.3%
Agencias de viajes	4	3	5	1	8	4	8	10	9	11	0.0%	10.0%
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>90</b>	<b>47</b>	<b>30</b>	<b>45</b>	<b>55</b>	<b>60</b>	<b>91</b>	<b>76</b>	<b>107</b>	<b>33.3%</b>	<b>17.6%</b>

Nota. Elaboración propia en base a la información de la SIRDOT

**Tabla 15. Crecimiento del número de licencias de funcionamiento otorgados a los rubros de negocio de interés en Cajamarca**

Rubros de negocios	Años										Var. %	Var. %
	2,010	2,011	2,012	2,013	2,014	2,015	2,016	2,017	2,018	2,019	2014-2016	2017-2019
Hoteles	46	45	9	17	14	15	25	14	24	38	78.6%	171.4%
Restaurantes	84	44	129	193	112	126	166	135	238	205	48.2%	51.9%
Agencias de viajes	21	5	11	22	12	12	2	27	24	2	-83.3%	-92.6%
<b>Total</b>	<b>151</b>	<b>94</b>	<b>149</b>	<b>232</b>	<b>138</b>	<b>153</b>	<b>193</b>	<b>176</b>	<b>286</b>	<b>245</b>	<b>39.9%</b>	<b>39.2%</b>

Nota. Elaboración propia en base a la información de la SIRDOT

Los resultados obtenidos del análisis comparativo de la evolución del número de ofertantes y del número de licencias de funcionamiento de los rubros de negocios de interés, en los periodos antes y después del inicio de operaciones del Proyecto, señalan que fueron mayores las tasas de crecimiento (en términos relativos) del número de ofertantes en Chachapoyas (crecimiento 32.2% entre el 2017 al 2019) en comparación a Cajamarca (crecimiento 20.6% entre el 2017 al 2019). Este mayor ritmo de crecimiento de ofertantes habría generado dinamismo económico en el centro soporte del Proyecto, lo cual se debería a la construcción del Sistema de Telecabinas de Kuélap.

<sup>28</sup> No se incluye el análisis de licencias de funcionamiento otorgado a ofertantes de transporte debido a que no se cuenta con información en todos los años de análisis en Chachapoyas.

## 2.2 Análisis de los encadenamientos productivos

Para responder a la segunda pregunta específica relacionada con la generación de encadenamientos productivos en el centro soporte, se analizó la evolución del número de ofertantes de servicios de ingeniería, servicio de lavado y teñido de telas, fabricación de muebles, venta minoristas de alimentos y venta mayorista de alimentos (la determinación de los rubros de negocios considerados para el análisis del encadenamiento productivo fue indicado en la metodología), para los distritos de Chachapoyas y Cajamarca y considerando periodos antes y después del inicio de operaciones del Proyecto.

Conforme a la información de la SUNAT, en la tabla 16, se aprecia que en el distrito de Chachapoyas hubo un crecimiento de alrededor 4 veces (39.6%) del número de ofertantes que brindan servicios de ingeniería, en el periodo del 2017 al 2019, en comparación al periodo del 2014 al 2016 (10.2%). En el rubro de venta minorista de alimentos, se observa que se triplicó la tasa de crecimiento de ofertantes alcanzando el 18.1% para el periodo 2017 al 2019, mayor a la tasa del periodo 2014 al 2016, que fue de solo 6.3%.

Asimismo, si comparamos el ritmo de crecimiento de los 5 rubros de negocios de interés, en el periodo 2017-2019 y de los dos distritos de análisis, se aprecia un mayor ritmo de crecimiento del número de ofertantes del rubro fabricación mueble en el distrito de Chachapoyas, que fue de 45.2%, mayor en comparación al 11.2% de Cajamarca; en los servicios de ingeniería, fue de 39.6% en Chachapoyas, mayor en comparación al 13.2% de Cajamarca; mientras que, en el venta minorista de alimentos, fue de 18.1% en Chachapoyas, mayor al 7.0% en Cajamarca.

Adicionalmente, considerando el número total de ofertantes de los 5 rubros, se aprecia un incremento del 33.1% entre el 2017 y 2019 del número de ofertantes en Chachapoyas, mayor en alrededor de 3 veces más a Cajamarca, que fue de 11.4%

El ritmo de crecimiento (en términos relativos) del número de ofertantes de los 5 rubros de negocios en el periodo 2017-2019 en Chachapoyas es mayor en comparación a Cajamarca. También se aprecia que en Chachapoyas el ritmo de crecimiento del número de ofertantes de todos los rubros, en el periodo 2017-2019, es mayor en comparación al periodo 2014-2016.

**Tabla 16. Crecimiento del número de ofertantes, según rubro de negocios en Chachapoyas**

Rubros de negocios	Años										Var. %	Var. %
	2,010	2,011	2,012	2,013	2,014	2,015	2,016	2,017	2,018	2,019	2014-2016	2017-2019
Servicios de ingeniería	228	248	292	291	284	298	313	316	351	441	10.2%	39.6%
Servicio de lavado y teñido de telas	18	15	15	13	11	11	13	15	15	18	18.2%	20.0%
Fabricación de muebles	35	36	32	41	45	45	44	42	47	61	-2.2%	45.2%
Venta minorista de alimentos	165	169	173	176	176	177	187	199	218	235	6.3%	18.1%
Venta mayorista de alimentos	25	24	25	23	21	24	30	35	46	53	42.9%	51.4%
<b>Total</b>	<b>471</b>	<b>492</b>	<b>537</b>	<b>544</b>	<b>537</b>	<b>555</b>	<b>587</b>	<b>607</b>	<b>677</b>	<b>808</b>	<b>9.3%</b>	<b>33.1%</b>

Nota. Elaboración propia en base a la información de la SUNAT

**Tabla 17. Crecimiento del número de ofertantes, según rubro de negocios en Cajamarca**

Rubros de negocios	Años										Var. %	Var. %
	2,010	2,011	2,012	2,013	2,014	2,015	2,016	2,017	2,018	2,019	2014-2016	2017-2019
Servicios de ingeniería	1677	1729	1736	1757	1741	1746	1734	1768	1863	2001	-0.4%	13.2%
Servicio de lavado y teñido de telas	64	69	73	70	63	1746	69	73	78	81	9.5%	11.0%
Fabricación de muebles	117	122	119	151	149	1746	156	176	203	204	4.7%	15.9%
Venta minorista de alimentos	1,654	1,732	1,808	1,877	1,908	1,746	1,926	1,984	2,052	2,122	0.9%	7.0%
Venta mayorista de alimentos	118	137	167	192	223	1746	307	329	382	414	37.7%	25.8%
<b>Total</b>	<b>3,630</b>	<b>3,789</b>	<b>3,903</b>	<b>4,047</b>	<b>4,084</b>	<b>8,730</b>	<b>4,192</b>	<b>4,330</b>	<b>4,578</b>	<b>4,822</b>	<b>2.6%</b>	<b>11.4%</b>

Nota. Elaboración propia en base a la información de la SUNAT

En ese marco, se podría señalar que el inicio de operaciones del Proyecto habría generado encadenamientos productivos en el distrito de Chachapoyas, dado que los rubros de negocios relacionados con el sector de turismo tuvieron un ritmo de crecimiento mayor en comparación al distrito de Cajamarca.

En el anexo 4 se presenta el listado de los ofertantes, según rubro de negocios, y especialistas entrevistados.

Finalmente, como se mencionó líneas arriba el incremento de turistas promueve la mayor presencia de ofertantes, y con estas nacen algunas problemáticas que han sido identificados en el presente capítulo para ser abordadas en la mejora institucional, contribuyendo en la mejora de la elaboración de los proyectos de infraestructura turística.

## **Capítulo VI. Mejora institucional**

En el presente capítulo se incluyen las principales recomendaciones que contribuyen a la solución de los problemas identificados por un mayor número de representantes de los rubros de negocios de interés y especialistas del sector turismo, identificados en el capítulo anterior, durante el proceso de la ejecución y operación del proyecto Sistema de Telecabinas de Kuélap. Cabe resaltar, que estas recomendaciones responden a las opiniones y percepciones que se recogió de los entrevistados (ofertantes y especialistas), quienes se dedican a realizar actividades vinculadas al sector turismo y están ubicadas, principalmente, en el centro soporte de Chachapoyas.

Los resultados del análisis cualitativo de la presente investigación permitieron identificar tres aspectos relevantes, que guardan relación con los principales problemas identificados por los entrevistados, siendo los siguientes: 1) informalidad empresarial, 2) inadecuadas capacidades para la atención a los turistas y 3) Comunidades desplazadas. A continuación, se detalla las mejoras para estos tres principales problemas:

### **1. Brindar facilidades para la formalización de las empresas y emprendedores para combatir la informalidad empresarial**

El mayor flujo de turistas llegaron a Chachapoyas, en el 2017, para trasladarse en el primer Sistema de Telecabinas de Kuélap del Perú, para visitar el Complejo Arqueológico de Kuélap y los otros lugares que incluye el circuito turístico; el incremento del número de turistas originó una mayor presencia de ofertantes para atender las necesidades y demandas de estos turistas; del análisis realizado, el incremento de ofertantes se dio de manera desordenada y en condiciones de informalidad, principalmente, lo cual fue percibido por los entrevistados como uno de los principales problemas. Por ejemplo, el entrevistado del restaurante N°09 señaló: “Como se tiene una considerable demanda turística muchos negocios están abriendo, pero no con los requisitos que se solicitan para su funcionamiento”.

Para abordar esta problemática se propone que las instituciones públicas brinden facilidades a los empresarios y emprendedores en el proceso de apertura sus negocios, a fin de que sea en condiciones formales, para ello se debe implementar las siguientes medidas:

1. Se propone que la municipalidad del distrito de Chachapoyas, centro soporte del Proyecto, articule con el Gobierno Regional de Amazonas y el Ministerio de la

Producción para iniciar un Centro de “Tu Empresa” en la Municipalidad de Chachapoyas. “Tu Empresa”, es un programa nacional del Ministerio de la Producción, creada en el 2017 mediante Decreto Supremo N°012-2017- PRODUCE. Entre sus funciones se encuentra la formalización de las Mypes. Este programa cuenta con convenios con la SUNAT y SUNARP, para que los pasos y requisitos para constituir una empresa formalmente se pueda realizar en el Centro “Tu Empresa”, lo cual permite que dicho trámite se realice con mayor agilidad y facilidad en beneficios de los emprendedores.

Esta medida debería también ser considerada en futuros proyectos de infraestructura turística, donde MINCETUR articule con el PRODUCE, para que la mayor demanda de bienes y servicios sea atendida por ofertantes que cuenten con negocios formales.

2. Además, las municipalidades distritales de los centros soportes de los futuros proyecto que incentivan el desarrollo del turismo en la zona, deberían promover la simplificación de trámites para el otorgamiento de licencias de funcionamiento de negocios, mediante la reducción de los tiempos de espera del trámite para los ofertantes; y la disminución de los costos económicos (tasas por derecho y costos de transacción) explícitos e implícitos para los empresarios y emprendedores. Este tipo de trámite, es necesario para realizar actividades económicas en el mercado formalmente; cabe indicar, que este tipo de tramites suelen ser muy engorros, largos y sin reglas claras, generando en los microempresarios mayores dificultades en comparación a las grandes empresas (Castillo, Gutiérrez, & Stumpo, 2007).

Estas dos medidas permitirán que los emprendedores y ofertantes que se quieran beneficiarse del mayor flujo de turistas en los lugares turísticos puedan desarrollarse en un entorno más favorable para iniciar nuevos negocios o formalizar la actividad económica del sector turismo en donde se desenvuelve y tener acceso a préstamos financieros.

## **2. Fortalecimiento de capacidades a los operadores turísticos para una mejor atención al turista**

Como se ha descrito en el capítulo de resultados de la presente investigación, el Proyecto ha generado una dinámica económica en centro soporte de Chachapoyas. Esta dinámica ha iniciado de manera abrupta en el 2017, ocasionando no solamente un incremento en el número de turistas

sino también en un incremento en el número de ofertantes: cabe señalar, que muchos de los ofertantes no cuentan con la suficiente experiencia en el rubro, considerando las declaraciones de los entrevistados. Además, manifiestan los entrevistados que el rubro de la agricultura ha sido descuidado por los pobladores, debido a que han visto más atraídos por el crecimiento del sector turismo.

A fin de poder brindarle y cubrir con las expectativas de calidad en atención y servicios del turista nacional e internacional es necesario fortalecer las capacidades del operador turístico, esto no solo mejora la experiencia del visitante, sino que le da ofertante mayores oportunidades en un mercado cada vez se torna más competitivo.

De acuerdo a las declaraciones de los entrevistados se han realizado talleres en el tema: “trato al turista”, sin embargo, estos talleres no han incluido una evaluación de lo aprendido a mediano y largo plazo. Asimismo, según lo manifestado por los entrevistados, la mayoría de ofertantes se capacitó, y a su vez capacitaron a sus empleados bajo sus propios criterios y recursos, frente a esto se propone lo siguiente:

1. El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de acuerdo a la Ley N°27790 " Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo" en su artículo 5 numerales 5 y 8, respectivamente tiene las siguientes funciones: “Promover e incentivar la capacitación técnica y profesional en el ámbito del turismo” y “Promover la capacitación, acceso a sistemas de información, asistencia técnica y asesoría del sector artesanal”

Además, de acuerdo a la web del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo la Dirección de Facilitación Turística y Cultura Turística del Mincetur está encargada de: “promover acciones y estrategias orientadas a mejorar la experiencia del turista durante su ingreso, permanencia y salida del país. De esta manera, fortalece la facilitación turística, seguridad, cultura, así como la prevención de explotación sexual de niñas, niños y adolescentes” El área de Cultura Turística, dentro de esta Dirección, es la encargada del fortalecimiento de capacidades a prestadores de servicios turísticos.

Este marco normativo y de funciones del MINCETUR, faculta a esta entidad para desarrollar programas y proyectos de capacitación, en ese sentido se propone incluir en el componente de capacitaciones la evaluación de aprendizaje a mediano y largo plazo, así como también el seguimiento de la praxis de lo aprendido.

2. Las capacitaciones propuestas para los operadores turísticos deberán estar vinculadas principalmente a su interacción con el turista, los entrevistados perciben como principal problema la comunicación y trato con el turista, para superar este problema se plantea capacitaciones en los siguientes temas: atención al cliente y manejo del idioma inglés.

### **Capacitación Atención al Cliente**

Uno de los puntos tocados por los entrevistados fue que las capacitaciones brindadas fueron corta duración y se dieron a modo de talleres, en ese sentido se propone que se desarrolle un plan de capacitaciones, la cual incluya una sumilla del curso o programa, y tengan una duración entre 30 y 40 horas lectivas, con una frecuencia 4 horas semanales de forma presencial considerando la disponibilidad de tiempo de los ofertantes, además debe abarcar como mínimo los siguientes temas:

- ¿Qué es calidad? Aspectos básicos de calidad, clasificación de la calidad
- Cliente. Tipos de cliente
- Fidelización del cliente. ¿Por qué son fieles los clientes? Expectativa del cliente. Cómo fidelizar al cliente.
- Atención al turista o cliente. Conciencia turística
- Servicios de calidad. 10 códigos de servicios de calidad. 7 reglas en prestación del servicio.
- La comunicación. Comunicación Verbal. Comunicación Corporal. (Parra Ortiz & Mendieta Velasco, 2016, pág. 62):

Teniendo en consideración el número de horas propuestas para la capacitación y el costo de mercado de capacitaciones similares ofertadas por centros como ESAN y Zegel IPAE se estima un presupuesto de entre S/. 300 y S/. 600 por operador turístico.

### **Capacitación Idioma Inglés**

A diferencia de la capacitación anterior no existen en el mercado mayores referencias respecto a un curso específico o programa presencial que este dedicado a la actividad turística, la mayoría de cursos o programas de aprendizaje del idioma inglés se desarrollan de manera general en diferentes niveles como son Básico, Intermedio y Avanzado.



No obstante lo indicado en el párrafo anterior, la Asociación Cultural Peruano Británica (Británico) dentro de sus actividades de responsabilidad social lanzo en el 2021 en el contexto de la caída del sector turismo por la pandemia del COVID -19 la iniciativa “Desarrollo de capacidades para un turismo sostenible”, esta iniciativa plantea enseñar inglés a diversos operadores del sector turismo en las ciudades de Cusco y Puno con la finalidad de lograr una comunicaciones más fluida con el turista extranjero, las clases impartidas tuvieron una duración de seis meses (Asociación Cultural Peruano Británica, 2021).

Se propone, tomando como referencia una duración de seis meses como el mínimo para obtener unas competencias básicas de comunicación en el idioma inglés, que los cursos de inglés enfocado en el sector turismo, deben tener una duración mínima de seis meses. En ese sentido, se ha tomado el costo del Centros de Idiomas de la Asociación Cultural Peruano Británica, dicho costo por un periodo de seis meses se estima en S/. 1,500 por operador turístico.

Cabe indicar, que tanto para la capacitación en atención al cliente y el aprendizaje en el idioma inglés es necesario plantear evaluaciones a corto y mediano plazo, a fin de realizar un seguimiento de lo aprendido posterior a los conocimientos adquiridos.

Respecto a la viabilidad de las intervenciones planteadas, consideramos que en proyectos como las Telecabinas de Kuélap que generan un crecimiento considerable en el nivel de visitantes, se requiere implementar dentro de la inversión las capacitaciones necesarias que incluyan las presentes recomendaciones para mejorar la calidad de atención y servicios de los ofertantes de servicios turísticos.

### **3. Inclusión de las localidades que formaron parte de la antigua ruta a la Fortaleza de Kuélap**

En el capítulo de V. Resultados - Análisis de resultados cualitativos, del presente trabajo de investigación, se ha identificado como uno de los principales problemas el desplazamiento del circuito turístico a las localidades: Choctamal, Maria, Longuita y Quizanga que fueron parte de la antigua ruta turística terrestre para llegar a la Fortaleza de Kuélap.

Con la implementación del Proyecto, la nueva ruta turística para acceder a la Fortaleza de Kuélap, se da a través de las Telecabinas, ocasionando un descenso en el uso de la ruta terrestre, y esto

trae como consecuencia el corte de la dinámica económica de las localidades por la cual era la ruta inicial para llegar a la Fortaleza de Kuélap.

A fin de poder, revertir el desplazamiento de estas localidades e incluir y ampliar la oferta turística se propone implementar el desarrollo del turismo rural comunitario que agrupe a estas localidades desplazadas, y sea una alternativa más que diversifique la oferta de Turismo que se le brinda al turista nacional e internacional, frente a esto se propone lo siguiente:

Impulsar el desarrollo del turismo rural comunitario, para lo cual el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo emite la R.M. N°402-2019- MINCETUR/DM, la cual incluye los Lineamientos para el desarrollo del Turismo Comunitario en el Perú, cuyo objetivo principal es:

Contribuir al desarrollo de un turismo sostenible desde las comunidades con vocación turística ubicadas en medios rurales en los principales destinos turísticos del país, a través de productos competitivos e innovadores diseñados para un mercado objetivo que genera un dinamismo socioeconómico y una mejora de la calidad de vida de sus poblaciones. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2019, pág. 11)

Asimismo, Ayuda en Acción (2017) afirma “los beneficios del turismo rural comunitario permiten mejorar las condiciones de vida de las comunidades más vulnerables, reducir la pobreza, proteger el medio ambiente y mejorar las relaciones interculturales, convirtiéndose así en un catalizador de progreso y crecimiento” (pág. 1)

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, bajo la Dirección de Innovación de la Oferta Turística que está encargada de: “Promover y desarrollar productos turísticos a través de iniciativas, estrategias y programas innovadores, diversificando así, la oferta turística, de acuerdo a las tendencias actuales del mercado y las políticas del sector turismo.”

Esta Dirección, se encuentra la coordinación de la Estrategia de Turismo comunitario que es la encargada de acompañar a las comunidades en diferentes procesos que involucran el fortalecimiento de la gestión de sus organizaciones, la consolidación y el posicionamiento de sus productos, impulsando la calidad y seguridad, así como el trabajo articulado entre los diferentes actores del territorio para un desarrollo sostenible del turismo.

Para ellos implementas las siguientes líneas de acción:

- Fortalecimiento de la gestión Organizacional.

- Consolidación de producto.
- Posicionamiento en el mercado.
- Fortalecimiento de la Gobernanza.

Estas líneas de acción se encuentran establecidas en los lineamientos para el turismo comunitario, cabe indicar que el MINCETUR cuentan con un presupuesto global, no se identificado un presupuesto por cada región.

## Capítulo VII. Conclusiones y Recomendaciones

### 1. Conclusiones

- Los resultados obtenidos en el presente estudio de investigación evidencian que la implementación del Proyecto Sistema de Telecabinas de Kuélap contribuyó en la dinamización económica del centro soporte (Chachapoyas) entre los años 2017 – 2019, lo cual se evidencia a través del incremento del número de ofertantes del sector turismo, principalmente de los rubros: Hoteles, restaurantes, agencias de viajes y servicio de transporte terrestre.
- De acuerdo a los resultados del trabajo de campo, los ofertantes del centro de soporte Chachapoyas perciben mayores beneficios que problemas, a razón del inicio de la etapa de operaciones del Proyecto. Siendo los principales beneficios el incremento del número de turistas, generación de nuevas empresas privadas, generación de empleo, mejora de los ingresos económicas de otros rubros económicos, entre otras. Además, los entrevistados mencionan como principal problema que generó el Proyecto durante su etapa de la implementación el desplazamiento de comunidades (Choctamal, María, Longuita y Quizanga) del circuito turístico.
- El trabajo de investigación permitió identificar que, a nivel cuantitativo, en el centro soporte de Chachapoyas se incrementó el número de ofertantes, cuyo registro de crecimiento en el periodo 2017 y 2019 fue de 32.2%, siendo el doble del crecimiento registrado entre los años 2014 y 2016 (16.0%). Además, en el comparativo con el centro soporte de Cajamarca, la cual no tuvo una inversión de la magnitud del Proyecto, el crecimiento de ofertantes para el periodo 2017 y 2019 fue de 20.6%, cuyo crecimiento fue 4.1 p.p más respecto al crecimiento registrado entre los años 2014 y 2016. Dejando en claro una mayor dinamización económica de parte de los ofertantes en Chachapoyas producto de la implementación del proyecto.
- La puesta en operación del proyecto generó encadenamientos productivos en la zona, puesto que rubros de negocios no impactados directamente con las actividades turísticas se beneficiaron con la dinamización económica que generó la mayor demanda de bienes y servicios por parte de los ofertantes de servicios turísticos. Esta situación se aprecia en el incremento del número de empresas de rubros de negocios como: Actividades de servicios de ingeniería, servicio de lavado y teñido de telas, fabricación de muebles, venta minorista y

mayorista de alimentos, que en conjunto entre el 2017 y 2019 se incrementaron en 33.1%, que resulta aproximadamente más del triple del crecimiento de estas empresas entre el 2014 y 2016 (9.3%).

- Los resultados obtenidos en la presente investigación se complementan y dan otra óptica a la literatura revisada, como se ha detallado en el Capítulo III, los principales trabajos abordan el caso del Proyecto Telecabinas de Kuélap desde la óptica de la Demanda, Peláez y Saavedra (2017) realizan entrevistas a turistas que visitan la zona, por su parte Lahura y Sabrera (2020) determinando mediante un contrafactual el impacto del proyecto sobre el aumento de turistas, por otra parte Araujo (2019) y Villegas (2019) realizan encuestas y entrevistas para conocer la percepción de los emprendedores en el distrito de Tingo, finalmente Neira, Choy y Mory (2017) realizan una revisión de la documentación previa al inicio de operaciones del Proyecto.

Los hallazgos del presente documento presentan la visión de la oferta a raíz de la implementación del Proyecto todo esto en la ciudad soporte Chachapoyas, caracterizando la evolución del número de empresas y su percepción respecto a la implementación de las Telecabinas, como se ha indicado en el párrafo anterior esto se complementa con los estudios ya realizados que tocan principalmente el lado de la Demanda, por ejemplo el incremento en el número de empresas en el año de inicio de operaciones del proyecto descrito en este documento brinda otra óptica a lo planteado por Lahura y Sabrera (2020), asimismo las percepciones, en su mayoría positivas, de los empresarios presentadas en el Capítulo V aportan nuevas ideas a las entrevistas a los turistas realizadas por Peláez y Saavedra (2017).

## 2. Recomendaciones

- Se recomienda que en la Etapa de Formulación de este tipo de Proyectos se realice un análisis de riesgo socioeconómico de las localidades aledañas al Proyecto, a fin de identificar de manera temprana el posible desplazamiento de localidades que forman parte de la ruta turística y tener sobre el radar el impacto que podría causar. En este contexto, se podría gestionar de manera anticipada actividades como procesos de articulación sectorial, partidas presupuestales, desarrollo de proyectos complementarios, que permitan mitigar o reducir los impactos identificados.
- Se recomienda que cuando se busca potenciar el sector turismo se desarrollé con un enfoque transversal a los demás sectores, dado que no se puede tener un desarrollo sostenible del sector turismo si es que no se ha logrado aún el cierre o por lo menos la reducción de brechas de indicadores socioeconómicos de otros sectores relacionados, que limitan la calidad de atención y respuesta a las exigencias de turistas nacionales e internacionales.
- Se recomienda realizar coordinaciones intersectoriales, para desarrollar actividades o medidas que permitan generar programas de formalización empresarial. Esto permitirá tener mayor precisión en la medición dinamismo económico visto desde los ofertantes.
- Se recomienda realizar capacitaciones integrales de fortalecimiento de capacidades (idioma de inglés, servicio de atención de calidad al cliente, entre otros), que incluya evaluaciones a mediano y largo plazo.

## Referencias bibliográficas

- Araujo Aguirre, W. E. (29 de Noviembre de 2019). *Análisis del impacto económico del sistema de telecabinas Kuélap en el turismo de la región de Amazonas, periodo 2017 - 2018*.  
Obtenido de sitio web de la escuela de postgrado Neumann:  
[https://repositorio.epneumann.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/EPNEUMANN/120/TRABAJO\\_DE\\_INV\\_MAN\\_ARAUJO\\_ERICK.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.epneumann.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/EPNEUMANN/120/TRABAJO_DE_INV_MAN_ARAUJO_ERICK.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Arroyo Magester, A. (Setiembre de 2020). *Los Guerreros de las Nubes. Una aproximación a los Chachapoya de Kuélap*. Obtenido de Universitat de Girona: [https://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/18861/ArroyoMagesterArnau\\_Treball.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/18861/ArroyoMagesterArnau_Treball.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Artesi, L. (Marzo de 2003). *Estudios y perspectivas*. Obtenido de sitio web del repositorio de la CEPAL:  
[https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/4837/S033155\\_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/4837/S033155_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Asociación Cultural Peruano Británica. (2021). *Desarrollo de Capacidades: Turismo sostenible*. Obtenido de sitio web de la Asociación Cultural Peruano Británica:  
<https://site.britanico.edu.pe/rse-turismo-ingles-voluntariado/>
- Ayuda en Acción. (Junio de 2017). *Turismo comunitario, sinónimo de progreso y crecimiento*. Obtenido de sitio web de Ayuda en Acción:  
<https://ayudaenaccion.org/blog/sostenibilidad/turismo-comunitario-sinonimo-progreso-crecimiento/#:~:text=El%20turismo%20comunitario%20tiene%20un,catalizador%20de%20progreso%20y%20crec>
- Blasco Hernández, T., & Otero García, L. (Junio de 2008). *Técnicas cualitativas para la recogida de datos en investigación cualitativa: La entrevista (II)*. Obtenido de sitio web de Scholar Google:  
[https://scholar.google.com.pe/scholar\\_url?url=https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7763135.pdf&hl=es&sa=X&ei=4aD-Yb2MNqWTy9YPrsua4AE&scisig=AAGBfm0bf-kOiWw8isk-cc6EHvfWUyB3Zg&oi=scholar](https://scholar.google.com.pe/scholar_url?url=https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7763135.pdf&hl=es&sa=X&ei=4aD-Yb2MNqWTy9YPrsua4AE&scisig=AAGBfm0bf-kOiWw8isk-cc6EHvfWUyB3Zg&oi=scholar)
- Boucher, F., Dávila Topete, A., Riveros Cañas, A., & Salas, I. (2019). *Red SIAL México Diez años de contribución a los estudios de los Sistemas Agroalimentarios Localizados*. Obtenido de sitio web del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura:  
<https://core.ac.uk/download/pdf/328827094.pdf>

- Brida, J. G., Pereyra, J. S., Such Devesa, M. J., & Zapata Aguirre, S. (Diciembre de 2008). *La contribución del turismo al crecimiento económico*. Obtenido de sitio web del Sistema de Información Científica: <https://www.redalyc.org/pdf/398/39811554002.pdf>
- Cámara de Comercio de Lima. (1 de Julio de 2019). *Cartera de Inversión 2019-2024 superara los US\$ 115 mil millones*. Obtenido de sitio web de la Cámara de Comercio de Lima: <https://www.camaralima.org.pe/wp-content/uploads/2020/09/190701.pdf>
- Carner, F. (Octubre de 2001). *Encadenamiento generado por el sector turismo*. Obtenido de sitio web del repositorio de la CEPAL: [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/24140/LCMEXR815sSEM1294\\_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/24140/LCMEXR815sSEM1294_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Castaño Molina, V., & Valencia Arias, A. (1 de Febrero de 2016). *El papel del transporte en el desarrollo de la actividad turística: un análisis bibliométrico*. Obtenido de sitio web del Sistema de Información Científica Redalyc: <https://www.redalyc.org/journal/3477/347750606007/html/>
- Castillo, G., Gutiérrez, I., & Stumpo, G. (2007). *Simplificación de trámites para la creación de empresas: la experiencia de Fundes*. Obtenido de [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/3571/1/S2007312\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/3571/1/S2007312_es.pdf)
- Chérrez Bahamonde, R. C., López Paredes, C. R., & Logroño Naranjo, S. I. (25 de Enero de 2021). *El turismo como recurso generador de crecimiento y desarrollo económico mediante indicadores estadísticos*. Obtenido de sitio web de la revista científica FIPCAEC: <https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/download/361/647>
- ComexPerú. (6 de Setiembre de 2019). *Construcción sorprende en el mes de junio*. Obtenido de sitio web de ComexPerú: <https://www.comexperu.org.pe/en/articulo/construccion-sorprende-en-el-mes-de-junio>
- ComexPerú. (21 de Junio de 2019). *Una mirada al Sector Comercio*. Obtenido de sitio web de ComexPerú: <https://www.comexperu.org.pe/articulo/una-mirada-al-sector-comercio>
- ComexPerú. (23 de Agosto de 2019). *Una mirada al Sector Manufactura*. Obtenido de sitio web de ComexPerú: <https://www.comexperu.org.pe/articulo/una-mirada-al-sector-manufactura>
- ComexPerú. (16 de Octubre de 2020). *Comexturismo: La mejora de la competitividad turística del país debe ser impulsada focalizando e identificando las necesidades particulares de cada región*. Obtenido de sitio web de ComexPerú: <https://www.comexperu.org.pe/en/articulo/comexturismo-la-mejora-de-la-competitividad-turistica-del-pais-debe-ser-impulsada-focalizando-e-identificando-las-necesidades-particulares-de-cada-region>



- Del Cid, A., & Girón, E. (Marzo de 2014). *Dinamización de la economía local a partir de la exportación de productos agrícolas no tradicionales por parte de ADIPROVA Santa María de Jesús, Sacatepéquez, Guatemala C.A.* Obtenido de sitio web de ConectaDEL: <http://www.conectadel.org/wp-content/uploads/downloads/2015/01/Caso-ADIPROVA.pdf>
- Delisle, D. (junio de 2016). Impactos territoriales de los encadenamientos productivos generados por la actividad turística en el proyecto "Santo Ángel por dentro", en el municipio de La Habana Vieja. (CEDEM, Ed.) *Revista Novedades en Población*, 12(23), 13-23. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1817-40782016000100002](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1817-40782016000100002)
- Dominguez Yauri, L. C., & Flores Salazar, J. P. (19 de Octubre de 2018). *El turismo y su incidencia en la generación de empleos en la ciudad de Huaraz, 2016.* Obtenido de sitio web de la Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo: [http://repositorio.unasam.edu.pe/bitstream/handle/UNASAM/2868/T033\\_70459139\\_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unasam.edu.pe/bitstream/handle/UNASAM/2868/T033_70459139_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Estrella Egas, M., & Frías Jiménez, R. (Diciembre de 2017). Impacto del Turismo en el Alivio de la Pobreza. Caso Ecuador. *Revista ECA Sinergia*, 8(2). Obtenido de <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia/article/view/989/1019>
- Imikan, A., & Ekpo, K. (2012). Infraestructura y desarrollo turístico en Nigeria: El estudio de caso del estado de Rivers. *Revista Internacional de Investigación e Inversión en Desarrollo Económico*, 53-60.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2008). *Sistema de Consultas de Resultados Censales.* Obtenido de sitio web del INEI: <http://censos.inei.gob.pe/cpv2007/tabulados/#>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (Octubre de 2018). *Departamento de Amazonas: Resultados Definitivos 2017.* Obtenido de sitio web del INEI: [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1567/](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1567/)
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2019). *PBI de los Departamentos, según actividades económicas Amazonas 2007-2020.* Obtenido de sitio web del INEI: <https://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/economia/>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2020). *Población Economicamente activa ocupada, según ámbito geográfico.* Obtenido de sitio web del INEI: <https://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/ocupacion-y-vivienda/>
- Koschmieder, K. (2017). *La Organización Sociopolítica de los Chachapoyas: Implicancias de la evidencia arqueológica de la provincia de Luya (departamento de Amazonas).*

- Obtenido de Boletín de Arqueología PUCP:  
<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/boletindearqueologia/article/view/20207/20168>
- Lahura, E., & Sabrera, R. (Julio de 2020). *Inversión en infraestructura y demanda turística: una aplicación del enfoque de control sintético para el caso de Kuélap, Perú*. Obtenido de sitio web de la Pontificia Universidad Católica del Perú:  
<https://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/176232/DDD491.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Lizardo, T. V. (2008). *Kuélap*. Obtenido de sitio web de arqueología del Perú :  
<https://www.arqueologiadelperu.com.ar/kuelap.htm>
- Mandić, A., Mrnjavac, Ž., & Kordić, L. (2018). *Tourism Infrastructure, Recreational Facilities and Tourism Development*. Obtenido de sitio web del ResearchGate:  
[https://www.researchgate.net/publication/325158801\\_Tourism\\_Infrastructure\\_Recreational\\_Facilities\\_And\\_Tourism\\_Development](https://www.researchgate.net/publication/325158801_Tourism_Infrastructure_Recreational_Facilities_And_Tourism_Development)
- Meneses Bucheli, K., Córdova Montero, G., & Katherine Oleas, N. (2019). *Informe Estado de la Nación en Desarrollo Humano Sostenible 2019*. Obtenido de sitio web de Handle:  
<https://hdl.handle.net/20.500.12337/7809>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo . (Julio de 2019). *Gobierno peruano promueve potencial turístico y cultural del sitio arqueológico El Gran Pajatén*. Obtenido de sitio web del MINCETUR: <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/45952-gobierno-peruano-promueve-potencial-turistico-y-cultural-del-sitio-arqueologico-el-gran-pajaten>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo . (2020). *Plan Estratégico Regional de Turismo de Amazonas 2020-2029*. Obtenido de sitio web de CDN:  
<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1242794/PERTUR-Amazonas.pdf>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo . (2021). *Sistema de Información Estadística de Turismo*. Obtenido de sitio web del MINCETUR:  
<http://datosturismo.mincetur.gob.pe/appdatosTurismo/Content1.html>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (17 de Setiembre de 2009). *La Ley N° 29408 - Ley General de Turismo*. Obtenido de sitio web del MINCETUR:  
[https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/funciones\\_y\\_normatividad/normatividad/marco\\_general/LEY\\_GENERAL\\_DE\\_TURISMO\\_LEY29408.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/funciones_y_normatividad/normatividad/marco_general/LEY_GENERAL_DE_TURISMO_LEY29408.pdf)
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (11 de Junio de 2016). *Decreto Supremo N° 004 - 2016-MINCETUR - Reglamento de Agencias de Viajes y turismo*. Obtenido de sitio web

- de El Peruano: <https://busquedas.elperuano.pe/download/url/aprueban-el-reglamento-de-agencias-de-viajes-y-turismo-decreto-supremo-n-004-2016-mincetur-1391743-1>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (Julio de 2016). *PENTUR, Plan Estratégico Nacional de Turismo 2025*. Obtenido de sitio web del MINCETUR: [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/documentos/PENTUR/PENTUR\\_Final\\_JULIO2016.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/documentos/PENTUR/PENTUR_Final_JULIO2016.pdf)
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (Enero de 2017). *Choquequirao permitirá impulso turístico*. Obtenido de sitio web del MINCETUR: <https://www.mincetur.gob.pe/10324-2/#:~:text=El%20potencial%20Choquequirao%20es%20muy,Apur%C3%ADmac%20y%20Cusco%E2%80%9D%2C%20sostuvo.>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2 de Marzo de 2017). *Gobierno Peruano Inauguró el Sistema de Telecabinas de Kuélap*. Obtenido de sitio web del MINCETUR: <https://www.mincetur.gob.pe/gobierno-peruano-inauguro-el-sistema-de-telecabinas-de-kuelap-2/>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (Diciembre de 2018). *Reporte Mensual de Turismo*. Obtenido de sitio web del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo: [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/estadisticas/ReporteTurismoMensual/RMT\\_Diciembre\\_2018.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/estadisticas/ReporteTurismoMensual/RMT_Diciembre_2018.pdf)
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (Noviembre de 2019). *Lineamientos para el desarrollo del Turismo Comunitario en el Perú*. Obtenido de sitio web del MINCETUR: <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/363231-lineamientos-para-el-desarrollo-del-turismo-comunitario-en-el-peru>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2021). *Llegada de visitantes a sitios turísticos, museos y áreas naturales protegidas por el Estado*. Obtenido de sitio web de DatosTurismo: <http://datosturismo.mincetur.gob.pe/appdatosTurismo/Content2.html>
- Ministerio de Economía y Finanzas. (Setiembre de 2011). *Guía Metodológica para la Identificación, Formulación y Evaluación Social de Proyectos de Inversión Pública del Sector Turismo, a Nivel de Perfil*. Obtenido de sitio web del MINCETUR: [http://mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/proyectos\\_inversion\\_publica/instrumentos\\_metodologicos/Guia\\_Turismo\\_capitulo1.pdf](http://mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/proyectos_inversion_publica/instrumentos_metodologicos/Guia_Turismo_capitulo1.pdf)

- Ministerio de Economía y Finanzas. (11 de Marzo de 2014). *Ficha de registro, Banco de Proyectos*. Obtenido de sitio web del Ministerio de Economía y Finanzas:  
<https://ofi5.mef.gob.pe/invierte/formato/verFichaSNIP/268002/0/0>
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2019). *Seguimiento de la Ejecución Presupuestal*. Obtenido de sitio web del MEF:  
<https://apps5.mineco.gob.pe/transparencia/Navegador/default.aspx>
- Ministerio de Economía y Finanzas. (Junio de 2021). *Consulta Amigable, Consulta de Ejecución de Gasto*. Obtenido de sitio web del Ministerio de Economía y Finanzas:  
<https://apps5.mineco.gob.pe/transparencia/Navegador/default.aspx>
- Ministerio de Transportes y Comunicaciones. (4 de Setiembre de 2019). *Plataforma digital única del Estado Peruano*. Obtenido de sitio web del MTC:  
<https://www.gob.pe/institucion/mtc/noticias/50441-plan-maestro-del-nuevo-aeropuerto-de-chachapoyas-estara-listo-en-octubre-de-2019>
- MTC. (4 de Setiembre de 2019). *Plataforma digital única del Estado Peruano*. Obtenido de <https://www.gob.pe/institucion/mtc/noticias/50441-plan-maestro-del-nuevo-aeropuerto-de-chachapoyas-estara-listo-en-octubre-de-2019>
- Narváez, A., & Toyne, J. M. (2004). *Un análisis bioarqueológico de los entierros de Kuélap, un acercamiento a los patrones de morfología y vida*. Obtenido de Boletín de Arqueología PUCP:  
<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/boletindearqueologia/article/view/20209/20170>
- Neira Córdova, O. L., Choy Chea, J. M., & Mory Olivares, C. E. (7 de Diciembre de 2017). *Impacto de la implementación de la telecabina de Kuélap en el turismo de la región Amazonas*. Obtenido de sitio web de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas:  
<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/623781>
- Observatorio Turístico del Perú. (2021). *Banco de Datos Turísticos del Perú: Información Económica Nacional*. Obtenido de sitio web del Observatorio Turístico del Perú:  
<http://www.observatorioturisticodelperu.com/badatur/informacion-economica-nacional>
- Organización Mundial de Turismo. (2019). *Panorama del Turismo Internacional 2019*. Obtenido de sitio web de la Organización Mundial de Turismo: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421237>
- Orlandini Gonzales, I. (Abril de 2019). *Crecimiento Económico y la Industria Hotelera, Un análisis en dos ciudades patrimoniales del sur de Bolivia*. Obtenido de sitio web de Scientific Electronic Library Online:  
[http://www.scielo.org.bo/pdf/riyn/v12n19/v12n19\\_a05.pdf](http://www.scielo.org.bo/pdf/riyn/v12n19/v12n19_a05.pdf)

- Padrón Fumero, N., Díaz Fariña, E., & Castellanos Nieves, D. (s.f.). *Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT)*. Obtenido de <https://www.aecit.org/files/congress/19/papers/257.pdf>
- Parra Ortiz, S., & Mendieta Velasco, J. (2016). *Capacitación a Servidores Turísticos y Gestión de Política Pública: Caso Nabón*. Obtenido de sitio web de la Universidad de Azuay: <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/5528/1/11857.pdf>
- Peláez Gómez, A., & Saavedra Rojas, J. (Enero de 2017). *Puesta en operación del sistema de telecabinas kuélap para incrementar el turismo receptivo en el corredor turístico Chachapoyas - Fortaleza de Kuélap*. Obtenido de sitio web de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo: <https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/975/BC-TES-5752.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pinares Andagua, I., & Tintaya Huaraca, M. (2018). *Análisis de enfoque en la ampliación del sistema de transporte turístico como alternativa de mejora de accesibilidad al santuario de Machu Picchu y su impacto en el turismo receptivo – Cusco 2018*. doi:10.19083/tesis/625413
- Proinversión. (30 de Mayo de 2014). *Consortio Franco-Peruano ganó la buena pro del proyecto Telecabinas Kuélap*. Obtenido de sitio web de Proinversión: [https://www.investinperu.pe/es/pi/detalle-noticia/consorcio\\_franco\\_-\\_peruano\\_gan%C3%B3\\_la\\_buena\\_pro\\_del\\_](https://www.investinperu.pe/es/pi/detalle-noticia/consorcio_franco_-_peruano_gan%C3%B3_la_buena_pro_del_)
- Puscan, L., Sabrera, R., & Lahura, E. (Diciembre de 2019). *El efecto de la inversión en infraestructura sobre la demanda turística: Evidencia del complejo arqueológico Kuélap*. Obtenido de sitio web del BCRP: <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Documentos-de-Trabajo/2019/documento-de-trabajo-015-2019.pdf>
- Rodríguez, M., Ricart, J., & Fageda, X. (Marzo de 2018). *Caso de Estudio PPP for Cities, Telecabinas Kuélap (Perú)*. Obtenido de sitio web del Instituto de Estudios Superiores de la Empresa de la Universidad de Navarra: <https://www.iese.edu/wp-content/uploads/2019/03/ST-0469.pdf>
- Ruiz Yenque, D. A. (2015). *La actividad turística y la generación de empleo en hoteles y restaurantes en los distritos de Piura, Catacaos, Cólán y Máncora en el periodo 2005 - 2013*. Obtenido de sitio web de la Universidad San Martín de Porres: [https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/2479/RUIZ\\_YD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/2479/RUIZ_YD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Salinas Meruane, P., & Cárdenas Castro, M. (2009). *Métodos de investigación social*. Obtenido de sitio web de FlacsoAndes: <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/55363.pdf>
- Silva Araujo, T. E., & Huaman Barrera, S. B. (2019). Obtenido de <https://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14077/1944/Huaman%20Barrera%20Sadit%20Baneza%20-%20Silva%20Araujo%20Tatiana%20Elizabeth.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sociedad de Comercio Exterior del Perú. (2019). *COMEXPERU*. Obtenido de COMEXPERU: <https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-turismo-001.pdf>
- Tan, P. Y., & Ismail, H. N. (4 de Marzo de 2020). *Reviews on interrelationship between transportation and tourism: Perspective on sustainability of urban tourism development*. Obtenido de Sitio web de ResearchGate: [https://www.researchgate.net/publication/339695939\\_Reviews\\_on\\_interrelationship\\_between\\_transportation\\_and\\_tourism\\_Perspective\\_on\\_sustainability\\_of\\_urban\\_tourism\\_development](https://www.researchgate.net/publication/339695939_Reviews_on_interrelationship_between_transportation_and_tourism_Perspective_on_sustainability_of_urban_tourism_development)
- Villegas Mori, C. (2019). *Impacto socioeconómico del turismo en el pueblo de Nuevo Tingo, provincia de Luya, región Amazonas - 2019*. Obtenido de sitio web de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas: <https://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14077/1976/Villegas%20Mori%20C%20-%20Luya.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Viloria Cedeño, N. E. (11 de Junio de 2012). *Desarrollo turístico y su relación con el transporte*. Obtenido de sitio web de la Universidad Austral de Chile: <http://revistas.uach.cl/pdf/gestur/n17/art02.pdf>
- World Economic Forum. (2019). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019*. Obtenido de sitio web del World Economic Forum: [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2019.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf)
- World Travel Awards. (2018). *World Winners 2018*. Obtenido de sitio web del World Travel Awards: <https://www.worldtravelawards.com/winners/2018/world>

## Anexos

### Anexo 1. Evolución de la llegada de visitantes a diferentes lugares turísticos

Lugares de visitas	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Llegada de visitantes al Parque Arqueológico de Choquequirao	4,868	4,937	5,883	8,023	7,019	9,497
Llegada de visitantes al Monumento Arqueológico Cumbemayo	62,961	61,837	66,611	78,316	64,879	70,642
Llegada de visitantes al Monumento Arqueológico Chavín de Huántar	72,455	80,058	92,703	79,286	96,642	97,978
Llegada de visitantes al Complejo Arqueológico Kotosh	50,742	54,256	60,363	65,649	70,854	71,423
Llegada de visitantes al Complejo Arqueológico de Kuélap	40,146	36,385	56,010	102,905	110,068	104,074

Nota. Elaboración propia en base a los datos del MINCETUR

## Anexo 2. Formatos de entrevistas en profundidad

### A. Entrevista aplicada a empresarios de diversos rubros de negocios relacionados con el turismo de Chachapoyas y Tingo

#### Datos de entrevistado:

Nombre:	
Cargo:	
Contacto (teléfono, correo electrónico):	
Fecha de aplicación:	
Rubro de negocios:	
Localidad:	

1. ¿Cuál cree usted que son los principales recursos turísticos en Amazonas? (de mayor importancia a menor)
2. ¿Conoce el proyecto Telecabinas Kuélap? ¿Qué opina del proyecto?
3. ¿Su negocio inicio antes o después del funcionamiento del proyecto Telecabinas Kuélap? ¿La implementación del Proyecto fue una de las razones iniciar su negocio?
4. ¿Qué beneficios considera ha traído el funcionamiento de las Telecabinas de Kuélap a su localidad? (económicos y sociales)
5. ¿Qué problemas considera ha traído el funcionamiento de las Telecabinas de Kuélap a su localidad?
6. ¿Cree Usted que el proyecto Telecabinas de Kuélap generó un mayor número de turistas en la zona? ¿Cuáles fueron las principales condiciones que facilitaron o limitaron una mayor oferta de servicios turísticos (negocios) en la zona?
7. ¿Considera que el Proyecto ha generado mayor competencia para su negocio? ¿En qué porcentaje? ¿Este cambio ha sido constante en los dos siguientes años al proyecto?
8. ¿Considera que el Proyecto ha generado mayor número de ventas para su negocio? ¿En qué porcentaje? ¿Este cambio ha sido constante en los dos siguientes años al proyecto?
9. ¿Ha raíz del proyecto Usted ha invertido para mejorar ampliar su negocio? ¿Invirtió de manera constante los dos siguientes años al proyecto?
10. ¿Ha raíz del proyecto Usted ha contratado más personal? ¿Contrató personal de manera constante los dos siguientes años al proyecto?
11. ¿A qué negocios pertenecen sus principales proveedores? ¿Qué otros productos o servicios requirieron su negocio para su correcto funcionamiento luego de la puesta en marcha del proyecto Telecabinas de Kuélap? ¿La demanda de servicios o productos que realizó a sus proveedores, aumento los siguientes dos años de inicio de operaciones del proyecto?



12. ¿De acuerdo a su apreciación qué otros rubros de negocios (no relacionados con la actividad que realiza) se han visto favorecidos por la mayor presencia de turistas en la zona luego de la puesta en marcha del proyecto?
13. ¿Cree que hay oportunidad para mejorar la calidad del servicio que usted brinda a los turistas? ¿Cuáles serían esas mejoras?
14. ¿Usted o sus empleados han recibido capacitación para la mejora en la atención al turista? ¿De alguna entidad pública o mediante inversión propia de la empresa?
15. ¿Qué mejoras considera deberían realizar las entidades públicas (municipalidades, gobierno regional, etc.) para mejorar el turismo en la zona?
16. ¿Qué condiciones o acciones se podrían realizar para que el turismo genere un mayor dinamismo económico en la zona desde el sector privado?
17. ¿Cuál es su visión a futuro respecto al desarrollo del turismo en la zona en los próximos 5 años (post pandemia)?
18. ¿Desde su punto de vista qué recomendaciones o sugerencias brindaría al proyecto Telecabinas Kuélap y a intervenciones similares en el sector turismo  
Si el proyecto Sistema Telecabinas Kuélap no se hubiese ejecutado, ¿Cómo cree usted que hubiese estado su localidad y negocio?

**B. Entrevista aplicada a autoridad públicas de Chachapoyas y representantes de entidades relacionados con el sector turismo en la zona**

**Datos de entrevistado:**

Nombre	
Cargo	
Edad	
Contacto (teléfono, correo electrónico)	
Fecha de aplicación	
Entidad a la que representa	

1. ¿Cuál cree usted que es el principal recurso turístico en Amazonas? ¿Por qué?
2. ¿Conoce el proyecto Telecabinas Kuélap? ¿Participó de alguna forma en su implementación?
3. ¿Qué vínculo tiene la entidad que Usted representa con el proyecto?
4. ¿Qué beneficios trajo el funcionamiento de las Telecabinas de Kuélap a la localidad?
5. ¿Qué problemas o inconvenientes trajo el funcionamiento de las Telecabinas de Kuélap a la localidad?
6. Después de la ejecución del proyecto, según su percepción, ¿ha aumentado el número de negocios en la zona? ¿De qué rubros? ¿En qué porcentaje se incrementó?

7. Según su percepción, ¿Considera que la ejecución del proyecto generó mayor empleo en la zona?
8. ¿La entidad a la que representa realizó alguna inversión en servicios en el sector turismo y relacionados, luego de la implementación de las Telecabinas? (infraestructura, seguridad, transporte, servicios públicos, etc.).
9. ¿La entidad desarrollo acciones o estrategias para que los negocios puedan atender la mayor presencia de turistas en la zona debido al proyecto de telecabinas de Kuélap en la zona?
10. ¿Qué mejoras considera podría realizar la entidad que usted representa u otras entidades públicas ubicadas en la localidad para incrementar el turismo en la zona?
11. ¿Es necesaria la articulación con otras entidades para realizar estas mejoras? ¿Con que entidades principalmente necesitaría articularse? ¿Qué tipo de trabajos en conjunto se podrían realizar?
12. ¿Desde su punto de vista qué recomendaciones o sugerencias brindaría al proyecto Telecabinas Kuélap y a intervenciones similares en el sector turismo para promover un dinamismo empresarial?
13. ¿Cuál es su visión a futuro respecto al desarrollo del turismo en la zona en los próximos 5 años (post pandemia)?
14. Si el proyecto Sistema Telecabinas Kuélap no se hubiese ejecutado, ¿Cómo cree usted que hubiese estado su localidad?

**Anexo 3. Matriz de resultados del trabajo de campo**

Tipo de entrevistado	Entrevistado	Dimensión	Detalle de los resultados
Agencias de viajes	Agencia de viaje N° 01	Encadenamiento productivo/ articulación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ha generado mayor afluencia de turistas lo cual ha beneficiado al sector hospedaje, restaurantes y agencias de viaje.</li> <li>• Las bodegas también se vieron beneficiadas.</li> </ul>
		Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atracción por ser un medio de transporte único en el Perú.</li> <li>• El proyecto originó el incremento de ventas del 8%.</li> </ul>
		Problemas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los pueblitos que se visitaban en la antigua ruta a Kuélap, son poco visitados, debido a la nueva ruta de menos tiempo de las telecabinas.</li> </ul>
		Oferta de servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El proyecto generó mayor competencia.</li> </ul>
		Mejoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hay oportunidades para mejorar mediante mayor número de capacitaciones para poder brindar mejor información al turista.</li> <li>• Las entidades públicas deberían realizar mejoras de las vías de acceso como las carreteras y caminos.</li> <li>• Para generar mayor dinamismo del turismo es necesario mejorar la infraestructura y planta turística.</li> <li>• Las recomendaciones al proyecto es que mejoren sus servicios.</li> </ul>

Tipo de entrevistado	Entrevistado	Dimensión	Detalle de los resultados
		Encadenamiento productivo/ articulación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pertenecen a transportistas, guías y restaurantes. hubo incremento en la demanda de proveedores.</li> <li>• Los rubros a los que ha favorecido son a la agricultura, restaurantes, artesanía, bodegas y comerciantes.</li> </ul>
		Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gracias al proyecto se incrementó de turistas nacionales y extranjeros.</li> <li>• Ha dinamizado la economía en la región, se han realizado más aperturas de restaurantes, hoteles, turismo, viajes, transportes, asimismo esto ha generado el incremento de proveedores.</li> <li>• El teleférico facilito en tiempo y accesibilidad de visita a Kuélap, ya que antes se demoraban 2 horas para llegar desde Tingo a Kuélap, ahora ese tramo se realiza en 20 minutos.</li> <li>• Gracias al proyecto pudimos iniciar nuestro negocio.</li> </ul>
		Problemas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Descuido de la agricultura.</li> </ul>
		Oferta de servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Otras personas que también han iniciado su negocio, esto ha generado más competencia en un porcentaje del 20%; sí, muchas empresas han iniciado luego del proyecto.</li> <li>• Realizamos inversiones, actualmente tenemos un hotel y también tenemos un restaurante.</li> <li>• Contratamos personal para la agencia y también a guías que se contratan en temporadas altas para brindar un mayor servicio.</li> </ul>

Tipo de entrevistado	Entrevistado	Dimensión	Detalle de los resultados
Agencias de viajes	Agencia de viaje N° 02	Mejoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pienso que sí, podríamos contra con guías estables y movilidades propias.</li> <li>• Deberían realizar capacitaciones y promociones de los lugares turísticos de la región como un destino turístico.</li> <li>• Pienso que deberían generar más actividades en la región, que genere puntos de atracción para que los turistas se queden más tiempo en la región.</li> <li>• El turismo debería ser más segmentado y que busque más calidad de servicio.</li> <li>• Mi sugerencia sería que cuando se realice una intervención de inversión se considere a la población local.</li> </ul>
Agencias de viajes	Agencia de viaje N° 03	Encadenamiento productivo/ articulación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Son restaurantes, transportistas, hospedajes; después del funcionamiento el servicio que requerimos fue de transporte, marketing, publicidad... (principales proveedores) sí aumento (consumo a proveedores).</li> <li>• La agricultura, artesanía, la pesca, las piscigranjas (otros rubros beneficiados).</li> </ul>
		Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A través de las telecabinas el turismo se incrementó...no dejamos de trabajar en todo el año que se inauguró las telecabinas; el cambio fue constante los siguientes años.</li> <li>• El turista no viaja tanto para llegar a Kuélap.</li> <li>• Siendo un atractivo turístico ya que es el único en Perú.</li> <li>• No solo los alrededores del teleférico sino también los hoteles, restaurantes, las bodegas, las personas que siembran sus verduras todos se benefician.</li> </ul>
		Problemas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Como ya no viajan por carretera hay pueblos como Choctama y María que ya no reciben turistas, sus negocios ya no funcionan igual que antes.</li> </ul>
		Oferta de servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hay más competencia en un 100%; el cambio fue constante.</li> <li>• Después de la inauguración del proyecto hemos invertido en vehículos, antes del teleférico no teníamos ninguno, ahora tenemos tres movilidades y también tenemos un hotel con piscina.</li> </ul>

Tipo de entrevistado	Entrevistado	Dimensión	Detalle de los resultados
		Mejoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Más capacitaciones en calidad de servicio.</li> <li>• Mejorar las carreteras para poder acceder a los lugares turísticos.</li> <li>• Fortalecer nuestras asociaciones y trabajar en conjunto para que se puedan hacer gestiones con el sector público.</li> <li>• Con las vacunas los turistas pueden viajar y lo vemos a futuro con un buen negocio.</li> </ul>
		Encadenamiento productivo/ articulación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mis principales proveedores son guías, restaurantes, hoteles, transporte; principalmente la demanda de servicio que necesitamos es de personal altamente capacitado que brinde una buena calidad de servicio.</li> <li>• Los rubros directos son los hoteles, restaurantes, agencias de viajes, luego están los complementarios como los proveedores de alimentos, piscigranjas, talleres de mecánica (otros rubros beneficiados).</li> </ul>
		Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se incrementó el flujo de turistas al triple de lo que teníamos antes del proyecto.</li> <li>• En ciertas épocas contratamos personal adicional para hacer proyectos de mejora e innovación.</li> <li>• En caso del Tingo no hubiese tenido ese aumento económico que ahora tiene, ya que ellos antes se dedicaban a la ganadería y agricultura, las telecabinas ayudo a que se duplique el flujo de visitantes y se incremente la valorización de las propiedades.</li> </ul>
		Problemas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las familias han modificado su vida cotidiana antes su vida giraba en torno a la agricultura y ganadería, ahora giran en torno al turismo.</li> <li>• Se incrementó los precios de los terrenos.</li> <li>• Otro problema que presentan algunas comunidades es que a raíz del proyecto de telecabinas quedaron relegadas como en el caso de María, Choctama por no ser visitadas.</li> <li>• Pero la tecnología como la inteligencia artificial, respuestas automáticas de páginas web nos ayuda a optimizar recursos por lo cual nos hizo reducir los servicios del personal.</li> </ul>

Tipo de entrevistado	Entrevistado	Dimensión	Detalle de los resultados
Agencias de viajes	Agencia de viaje N° 04	Oferta de servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Al inicio fue duro porque había mucha demanda y no teníamos la oferta necesaria, no había muchos hoteles donde los turistas se puedan quedarse, luego los empresarios invirtieron en remodelaciones y nuevas empresas nacieron.</li> <li>• Generó más competencia, en un 100%... Estamos pensando en invertir en diversificar el tema turístico para brindar una mejor oferta.</li> </ul>
		Mejoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta mejorar en el tema de programación ya que telecabinas programa mantenimiento en fechas festivas.</li> <li>• Mayor oferta en hoteles, restaurantes u otros destinos no tradiciones, por ejemplo, llámese turismo de aventura.</li> <li>• Mincetur programaba capacitaciones solo que eran temporales, no hay un seguimiento de los resultados de esta capacitación.</li> <li>• Mejoramiento de acceso, servicios básicos (agua, desagüe, alumbramiento público), tema medio ambiental.</li> <li>• Mi recomendación sería que hagan una lectura de la problemática social, para que sepan manejar los problemas o conflictos que puedan presentarse y no ser solo un proyecto autónomo.</li> </ul>
Agencias de viajes	Agencia de viaje N° 05	Encadenamiento productivo/ articulación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La empresa demandó los servicios de restaurantes, hoteles y transporte.</li> </ul>
		Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• También generó mayor demanda de guías oficiales y orientadores locales.</li> </ul>
		Problemas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se dejó de lado algunas comunidades.</li> <li>• No existe diferencia en el cobro de tarifas por el servicio de telecabinas para niños y adultos mayores.</li> <li>• Si no se hubiera ejecutado el proyecto de telecabinas, igual hubieran llegado turísticas por los atractivos turísticos que existen en la zona.</li> </ul>

Tipo de entrevistado	Entrevistado	Dimensión	Detalle de los resultados
		Oferta de servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El proyecto generó mayor competencia, se incrementó en más del 50%. Este incremento fue constante antes de la pandemia.</li> </ul>
		Mejoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejoras desde el sector público. Las empresas que brindan las capacitaciones deberían estar mejor preparadas. Además, debería capacitarse a los restaurantes para que brinde un mejor servicio.</li> <li>• Desde el sector privado, se debe trabajar de manera articulada con la comunidad, que debe involucrarse más en la actividad turística.</li> </ul>
Restaurantes	Restaurante N° 01	Encadenamiento productivo/ articulación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tenemos proveedores de alimentos.</li> <li>• Los bares y transportes.</li> </ul>
		Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Más activación económica, más dinamismo en el empresariado relacionado al turismo.</li> <li>• Hay diferentes restaurantes; el negocio se incrementa según las temporadas.</li> </ul>
		Problemas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hay desorden en la planificación de los paraderos, mucho congestionamiento y en ocasiones las cabinas se malograban y esto generaba que los turistas no puedan realizar su visita, generando incomodidad.</li> <li>• Los alrededores el pueblo no estaba preparado para brindar una buena atención a los turistas.</li> </ul>
		Oferta de servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No podría dar una cifra exacta, pero si hubo nuevos negocios en el rubro de restaurantes.</li> </ul>



Tipo de entrevistado	Entrevistado	Dimensión	Detalle de los resultados
		Mejoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Deberían estar pendientes del impacto que está generando el turismo en cada negocio o rubro, apoyar creando más expectativa, capacitar brindando sugerencias para sensibilizar al empresariado.</li> <li>• Brindar calidad y eficiencia al turista de alto nivel.</li> <li>• Promocionar Amazonas, Chachapoyas al mundo, siendo un buen punto turístico.</li> <li>• Que sea un proyecto integral, que involucre a toda la población.</li> </ul>
Restaurantes	Restaurante N° 02	Encadenamiento productivo/ articulación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los proveedores demandados son los vendedores de carnes.</li> </ul>
		Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento del número de turistas nacionales e internacionales.</li> <li>• Así también, se incrementaron las ventas en 70% a raíz del proyecto; además, se realizaron inversiones para ampliar el negocio. No obstante, no se contrató a más personal para atender la mayor demanda turística.</li> <li>• A futuro el dueño del restaurante tiene planes para poner una sucursal de su negocio.</li> </ul>
		Problemas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No generó problemas el proyecto.</li> </ul>
		Oferta de servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La puesta en operación de la telecabina incremento de 50% del número de restaurantes en la zona.</li> </ul>
		Mejoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las mejorar que debe realizar el sector público en la zona es la mejora del terminal. Se debe poner más orientadores para el turismo.</li> <li>• Otra mejora es promocionar los productos, lugares turísticos y artesanía de la zona.</li> </ul>

Tipo de entrevistado	Entrevistado	Dimensión	Detalle de los resultados
Restaurantes	Restaurante N° 03	Encadenamiento productivo/ articulación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proveedores de alimentos; la demanda de servicios se incrementó después del proyecto (principales proveedores).</li> <li>• Minimarkets, artesanía; en realidad a todos los que emprenden un nuevo negocio les va bien (otros rubros beneficiados).</li> </ul>
		Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El beneficio que nos ha traído es poder ampliar los negocios como restaurantes, hoteles, artesanía y todo el comercio.</li> <li>• Aumento un 80% (ventas).</li> </ul>
		Problemas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No encuentro un problema.</li> </ul>
		Oferta de servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facilitó una mayor oferta en la creación de más agencias de turismo.</li> <li>• Generó un 70% de competencia a raíz de la implementación del proyecto.</li> </ul>
		Mejoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creo que podríamos tener guías, contratar personal más capacitado.</li> <li>• Las autoridades de la comunidad deberían facilitar todos los documentos para seguir avanzando.</li> <li>• Se debe invertir creando casas de artesanos para que el turista tenga mejor visión de las artesanías.</li> </ul>
		Encadenamiento productivo/ articulación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los restaurantes.</li> <li>• Diferentes bodegas</li> </ul>
		Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La telecabina, es la primera en el Perú y es un punto de atracción para el turismo.</li> <li>• La llegada del turista, esto permite dar a conocer los recursos de la región.</li> <li>• Una mayor concurrencia nacional e internacional.</li> <li>• El incremento de turistas a este negocio es considerable.</li> </ul>

Tipo de entrevistado	Entrevistado	Dimensión	Detalle de los resultados
Restaurantes	Restaurante N° 04	Problemas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No se utiliza el camino anterior para llegar a Kuélap, ahora solo se utiliza las telecabinas.</li> </ul>
		Oferta de servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento en un 20% de competencia.</li> <li>• Remodelación del local y la producción ha aumentado.</li> </ul>
		Mejoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brindar servicio de calidad.</li> <li>• Realizar más publicidad dando a conocer el potencial turístico que tiene la región.</li> <li>• Mejor el flujo de turistas nacionales como internacionales</li> </ul>
Restaurantes	Restaurante N° 05	Encadenamiento productivo/ articulación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Este negocio compra sus suministros, principalmente de los mercados, los fines de semana.</li> <li>• Se incrementaron un poco la demanda de suministros.</li> <li>• Los otros proveedores beneficiados por el proyecto fueron los artesanos, los hoteles y las comunidades pequeñas.</li> </ul>
		Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generó el aumento de turistas en la zona y mayor venta para los restaurantes.</li> <li>• Facilitó el tiempo de viaje de los turistas.</li> <li>• Además, generó el incrementó en 20% de las ventas, la cual fue constante en los siguientes años de la puesta en marcha las telecabinas.</li> <li>• De no existir el proyecto, no llegarían los fines de semana el número de turistas que visitan la zona.</li> </ul>
		Problemas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Afectó a pueblos aledaños porque ahora los turistas utilizan las telecabinas y dejaron de pasar por la carretera, dejando de visitar los hoteles y restaurantes que se encontraban en esos pueblos.</li> </ul>

Tipo de entrevistado	Entrevistado	Dimensión	Detalle de los resultados
		Oferta de servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generó mayor competencia, la cual fue constante.</li> </ul>
		Mejoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existe oportunidades de mejora en la calidad de los servicios que se brinda a los turistas. Por ejemplo, en idiomas.</li> <li>• Las mejoras que deben implementar las municipalidades es arreglar las calles para que se vean más ordenados.</li> <li>• Para generar mayor dinamismo los restaurantes deben ampliar la carta de platos típicos.</li> </ul>
		Encadenamiento productivo/ articulación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agricultores (principales proveedores).</li> <li>• Pienso que todos, transportes, las bodegas (otros rubros beneficiados).</li> </ul>
		Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es un proyecto muy interesante que ha dado mucho trabajo, es la única telecabina que existe en el Perú.</li> <li>• En lo económico hay mucha influencia, en lo social ha beneficiado a los negocios de restaurantes, bodegas y hoteles...genero un aumento de turistas.</li> <li>• Incremento, creo que aumentó un 20%. (ventas).</li> <li>• El restaurante siempre está en mejora desde los platos que servimos hasta la infraestructura...hemos contratado más personal ya que la cocina tiene nuevas áreas...trajimos chefs con experiencia para capacitar a nuestros trabajadores.</li> </ul>
		Problemas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No encuentro un problema</li> </ul>

Tipo de entrevistado	Entrevistado	Dimensión	Detalle de los resultados
Restaurantes	Restaurante N° 06	Oferta de servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hay más oferta gastronómica, hotelera, turística; hay variedad.</li> </ul>
		Mejoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limita el tema aeronáutico, sería ideal que todos los días ingresen los vuelos.</li> <li>• Tiene que haber un aeropuerto más grande y más aerolíneas.</li> <li>• Inversión en marketing digital.</li> <li>• Mejor coordinación de las telecabinas con Kuélap, porque en ocasiones no abren las telecabinas y Kuélap sí, le doy un ejemplo, en un feriado largo Kuélap abre los lunes y las telecabinas no, porque es el día que realizan su mantenimiento; ellos deberían coordinar con mucha anticipación para que no se perjudique el turista.</li> </ul>
Restaurantes	Restaurante N° 07	Encadenamiento productivo/ articulación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productores de insumos para comida, bebidas, productores de café y cacao.</li> <li>• Rubros de saneamiento, abastecimiento de agua tratada.</li> </ul>
		Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impulso a la llegada de turistas nacionales.</li> <li>• Aumento el turismo en un porcentaje de 7%.</li> <li>• Temporada alta aumenta un 5% más la venta.</li> <li>• Inversión frecuente para mejorar la infraestructura de mi cafetería.</li> <li>• Hubiésemos crecido, pero no a la magnitud que se dio cuando apareció las telecabinas.</li> </ul>
		Problemas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los problemas son más para las localidades aledañas ya que disminuye el flujo de visitantes, esto generó la pérdida de algunos negocios.</li> </ul>

Tipo de entrevistado	Entrevistado	Dimensión	Detalle de los resultados
		Oferta de servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El proyecto ha generado nuevos negocios aparezcan; el cambio fue constante.</li> </ul>
		Mejoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las mejoras serían principalmente en el servicio y producción.</li> <li>• Capacitaciones en atención al público, primeros auxilios, manipulación de alimentos.</li> <li>• Pienso que el gobierno regional y gobierno local deberían hacer una política del turismo para que haya más inversiones.</li> <li>• Necesitamos una vía aérea que nos brinde vuelos directos a Chachapoyas</li> </ul>
		Encadenamiento productivo/ articulación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La empresa compra a proveedores directos materia prima que son de Lima.</li> <li>• Demandaron productos de panadería, particularmente el azúcar, harina y mantequilla.</li> <li>• Se incorporó la preparación de desayunos regionales.</li> <li>• Se tercerizó la compra de tamales y juanes.</li> <li>• La demanda de estos productos se duplicó en los 2 siguientes años.</li> <li>• La puesta en marcha de las telecabinas originó la aparición de negocios informales, que se dedican a la de venta de alimentos, pero no de comidas preparadas, como frutas, yogures, queso incluso café a granel.</li> </ul>
		Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generó mayor accesibilidad del turista para llegar a Kuélap y mayor atracción de visitantes a la zona.</li> <li>• Hay un antes de y un después de las telecabinas, hay aún diferencia de mercado del número de visitantes en la zona, luego de la puesta en marcha de las telecabinas.</li> <li>• También generó un incremento en las ventas del 8% y se realizaron inversiones para la ampliación del negocio. Además, triplicó el número de personal contratado.</li> </ul>

Tipo de entrevistado	Entrevistado	Dimensión	Detalle de los resultados
Restaurantes	Restaurante N° 08	Problemas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El proyecto no generó ningún problema.</li> <li>• Si el proyecto no se hubiera ejecutado en la zona, el desarrollo de la localidad y el negocio sería limitado.</li> </ul>
		Oferta de servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El proyecto originó el incremento en 40% del número de restaurantes, la cual fue creciente en los 2 años siguientes de puesta en operación del proyecto.</li> </ul>
		Mejoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los condicionantes que limitan mayor dinamismo de la oferta turística son el clima y el estado de las carreteras.</li> <li>• Existen oportunidades de mejora para el negocio, como mejorar las páginas virtuales para que vean el servicio que se brinda tanto al turista nacional como extranjero.</li> <li>• Las entidades públicas deberían difundir todos los lugares turísticos no solo los principales o más conocidos.</li> <li>• Para lograr mayor dinamismo se debe mejorar el tema de publicidad y el romper la barrera de comunicación con el turista extranjero, mediante las capacitaciones del personal en cursos de idiomas.</li> <li>• Incluir la línea vegana en la carta de platillos. 8 de cada 10 turistas extranjeros son veganos.</li> <li>• Se debe mejorar el funcionamiento de las telecabinas, existen días en que no funcionan, lo cual genera malestar en el turista que viene desde tan lejos.</li> <li>• Mejorar el servicio de transporte, la tercerización de dicho servicio provocó que estos no sean de buena calidad.</li> </ul>
		Encadenamiento productivo/ articulación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Venta de abarrotes, carnes y verduras, como había más demanda se requirió más compras. (principales proveedores).</li> <li>• Transportes, mercado y municipalidad (otros rubros beneficiados).</li> </ul>

Tipo de entrevistado	Entrevistado	Dimensión	Detalle de los resultados
Restaurantes	Restaurante N° 09	Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las telecabinas son las únicas que existen en el Perú esto ha generado que la demanda turística crezca considerablemente.</li> <li>• Aumento un 20% en las ventas.</li> <li>• Por el proyecto vimos el aumento de clientes y decidimos contratar más personal para una mejor atención.</li> </ul>
		Problemas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Como se tiene una considerable demanda turística muchos negocios están abriendo, pero no con los requisitos que se solicitan para su funcionamiento.</li> <li>• De manera negativa se ha incrementado el precio de los productos.</li> </ul>
		Oferta de servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generó un 20% en el aumento de competencia; sí el cambio fue constante antes de la pandemia.</li> </ul>
		Mejoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar la infraestructura.</li> <li>• Que la población ante la inquietud de un turista pueda brindar información verídica y no se distorsione la información al turista.</li> <li>• No solo se deben promocionar dos principales destinos turísticos en Amazonas sino se deben incrementar otros lugares.</li> <li>• Las telecabinas deberían brindar una tarifa preferencial para la población de Amazonas, de tal modo que puedan conocer y realizar turismo local.</li> </ul>
		Encadenamiento productivo/ articulación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los proveedores con los que me asocio más son de licores y los señores de abarrotes.</li> <li>• Servicio de internet, software.</li> <li>• Las tiendas comerciales, los restaurantes, hoteles y guías.</li> </ul>



Tipo de entrevistado	Entrevistado	Dimensión	Detalle de los resultados
Restaurantes	Restaurante N° 10	Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trajo más movimiento turístico.</li> <li>• Aumento de negocios, como restaurantes, bares, karaokes, discotecas.</li> <li>• Relativamente hubo un cambio en un porcentaje de un 30%.</li> <li>• Hubo aumento del personal.</li> <li>• Hubo un aumento de servicios y productos.</li> </ul>
		Problemas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No ha traído ningún problema.</li> </ul>
		Oferta de servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generó mayor competencia en un 50%, no fue constante.</li> </ul>
		Mejoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tenemos que contratar personas más capacitadas.</li> <li>• Hicimos inversión para las capacitaciones de barman.</li> </ul>
Hoteles	Hotel N° 01	Encadenamiento productivo/ articulación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proveedores de artículos de limpieza, de aseo personal, productos textiles como sábanas y edredones (principales proveedores).</li> <li>• Se implementó las habitaciones con veladores, se cambiaron sábanas y se mejoraron las habitaciones e iluminación.</li> <li>• La demanda de productos a los proveedores aumento.</li> <li>• Bodegas, artesanos ellos son los que se beneficiaron más (otros rubros beneficiados).</li> </ul>
		Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le dio un plus a Chachapoyas para mejorar el turismo.</li> <li>• Hubo aumento de negocio en el rubro de restaurantes, hoteles; también se incrementó más oportunidad laboral.</li> <li>• Se generó un 50% en el aumento en ventas, si fue contante el cambio.</li> <li>• Se duplicó el contrato del personal de 2 a 4 personas.</li> </ul>

Tipo de entrevistado	Entrevistado	Dimensión	Detalle de los resultados
		Problemas	<ul style="list-style-type: none"> <li>No he notado ningún problema.</li> </ul>
		Oferta de servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Generó más incremento de turistas, las condiciones que facilitaron la oferta fueron que se abrieron más locales.</li> <li>Sí, se crearon nuevos negocios y genero un 70% de competencia; los cambios si fueron constantes.</li> </ul>
		Mejoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mejorar el deterioro de las calles.</li> <li>Tendíamos que mejorar las habitaciones, implementar artefactos tecnológicos.</li> <li>Aprender más idiomas para poder brindar un mejor servicio a los turistas extranjeros.</li> <li>Que se brinde más información con respecto a costos y las fechas en que se realiza el mantenimiento para que las personas que nos visitan no se perjudiquen no encontrando en funcionamiento loas telecabinas.</li> </ul>
		Encadenamiento productivo/ articulación	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proveedores de menaje, conductores de transporte, mantenimiento de los carros, publicidad, artículos de limpieza, servicios de jardinería (principales proveedores).</li> <li>Bodegas, farmacias, cafeterías, artesanos, licorerías; creo que a ellos los favorecieron por el proyecto (otros rubros beneficiados).</li> </ul>
		Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> <li>El proyecto ayudó a dar un impulso al turismo, es un proyecto novedoso.</li> <li>A nivel del turismo un 40%, en hotelería un 25%. (ventas).</li> <li>Se invirtió en la contratación de más personal.</li> </ul>

Tipo de entrevistado	Entrevistado	Dimensión	Detalle de los resultados
Hoteles	Hotel N° 02	Problemas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Antes los paseos duraban más tiempo y había más consumo en la ruta, ahora se ha focalizado esto en 2 o 3 restaurantes, antes se diversificaba más porque se tenía la obligación de consumir más tiempo.</li> <li>• Las telecabinas hicieron que el turismo se vuelva más masivo, esto generó que se aleje el turista extranjero, pero atrajo a los turistas nacionales de bajos recursos, el servicio ha decaído.</li> </ul>
		Oferta de servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se generó competencia en un 40%, el cambio fue contante, sin considerar a la pandemia el cambio hubiera seguido continuo.</li> </ul>
		Mejoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Necesitamos más habitaciones, seguir mejorando la calidad de servicio.</li> <li>• Se realizaron capacitaciones por entidades públicas, pero se quedaron en el nivel uno que es el básico, deberían de capacitar en otros niveles más avanzados que nos ayudarían a crecer en servicio.</li> <li>• Los funcionarios públicos no entienden y no apoyan a los empresarios.</li> <li>• Nuestra ciudad va a seguir creciendo exponencialmente y va a seguir siendo una ciudad bella y tranquila. Pero debemos buscar otros pueblos para poder invertir y crear nuevos lugares de visita.</li> <li>• Algo también que se debe mejorar es que las telecabinas pueden trasladar un buen grupo de visitantes, pero el acceso y el camino adentro de la ciudadela no está preparado, no hay mucha información.</li> <li>• Las telecabinas deberían dar la opción a los visitantes de poder utilizar la telecabina de ida o de vuelta, esto generaría que los visitantes puedan regresar por la carretera si desean.</li> </ul>

Tipo de entrevistado	Entrevistado	Dimensión	Detalle de los resultados
Hoteles	Hotel N° 03	Encadenamiento productivo/ articulación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proveedores del sector textil, artículos de limpieza; me gustaría tener una cafetería y lavandería. (principales proveedores) ...Si hubo más demanda a raíz del aumento de clientela (con proveedores).</li> <li>• Pienso que puedes ser las bodegas, lavanderías y transportes se benefician indirectamente. (otros rubros beneficiados).</li> </ul>
		Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ha traído beneficios para algunas localidades...si comparamos años 2017 con el año 2018 que se inauguró Kuélap vemos un aumento del 80% de visitantes comparado con el año anterior.</li> <li>• Lo que facilitó la inauguración del teleférico fue el aumento proporcional de restaurantes, agencias de viaje, hoteles.</li> <li>• Si generó aumento de ventas en un 50%, no fue constante ya que los turistas en algunas fechas no llegaban a visitar Kuélap.</li> <li>• Se está invirtiendo constantemente para estar a la competencia.</li> <li>• El negocio es familiar, pero si se contrató a 2 trabajadores que están fijos.</li> </ul>
		Problemas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No se tuvo en cuenta a algunos pueblos que quedaron aislados como en el caso de Choctama, Longi, María, estos son pueblos que invirtieron mucho por el sector turismo, pero quedaron olvidados por la construcción de las telecabinas.</li> </ul>
		Oferta de servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hubo un aumento del 50% de competencia y a la vez aumentaban los turistas, en fechas importantes hubo más demanda que oferta. Sí, el cambio ha sido constante.</li> </ul>

Tipo de entrevistado	Entrevistado	Dimensión	Detalle de los resultados
		Mejoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Siempre se tiene que mejorar, el próximo año vamos a cambiar los pisos, colocar un solo color de ropas a las camas, implementar más muebles, de esta forma poder brindar un mejor servicio.</li> <li>• Pienso que en Amazonas le hace falta un aeropuerto ya que facilitaría la llegada de los turistas, porque en la actualidad hay que viajar desde Jaén y eso les toma entre 4 horas.</li> <li>• La municipalidad debe analizar mejor los proyectos que pone en marcha ya que esto perjudica a la ciudad, se construyó un ciclo vía cuando las calles son demasiado angostas esta perjudica el tránsito.</li> <li>• Deberían darnos la libertad de poder promocionar nuestros negocios.</li> <li>• Crear un plan de contingencia cuando se vaya la luz.</li> </ul>
Hoteles	Hotel N° 04	Encadenamiento productivo/ articulación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sector de agencias de viaje, empresas relacionadas con el turismo, hotelería y bufet...Requerimos del servicio del internet y referente a productos como café lo traemos de Rodríguez de Mendoza... (principales proveedores) Se incrementó (consumo a proveedores).</li> <li>• El rubro de ropa y farmacias (otros rubros beneficiados).</li> </ul>
		Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayor flujo de turistas, mejoró el movimiento negocios y dio mayor importancia a las festividades e identidad... Sí, un 90% más de turistas; considero que el transporte facilito la oferta (aumento de turistas).</li> <li>• Nosotros hemos invertido en el hotel los dos años siguientes después del proyecto... de 3 a 4 personas (personal contratado).</li> </ul>
		Problemas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No se les brinda apoyo a los pobladores, ellos deberían poder utilizar las cabinas gratuitamente.</li> <li>• Al haber más afluencia a Kuélap por las telecabinas, genera que se ocasione un desorden ya que no están preparados para tanta afluencia de visitantes.</li> </ul>

Tipo de entrevistado	Entrevistado	Dimensión	Detalle de los resultados
		Oferta de servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En un 80%; sí el cambio fue constante (aumento competencia).</li> </ul>
		Mejoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las mejoras serian poner una bodega o restaurante para que el cliente no salga del hospedaje.</li> <li>• Mejorar el orden del transporte y mejorar en las vías públicas.</li> <li>• Se debería brindar el servicio gratuito a los pobladores.</li> </ul>
Hoteles	Hotel N° 05	Encadenamiento productivo/ articulación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mi principal proveedor son las agencias de turismo.</li> </ul>
		Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Me parece bueno e interesante ya que ha traído más turismo.</li> <li>• Trajo beneficio económico, hay más trabajo e ingresos.</li> </ul>
		Problemas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Por el momento no hay ningún problema.</li> </ul>
		Oferta de servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En un incremento de 8% por ciento y el cambio ha sido constante en los siguientes años.</li> <li>• Los restaurantes y artesanía.</li> </ul>
		Mejoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar, poner algunos servicios adicionales con una cafetería dentro del hostel, mejorar las habitaciones con más ventilación.</li> <li>• Mejorar la calidad de servicio.</li> <li>• Realicen operativos o seguimiento para ver si se está cumpliendo con las mejoras en los servicios que se brinda.</li> <li>• Ampliar más habitaciones en el negocio de hostel.</li> </ul>

Tipo de entrevistado	Entrevistado	Dimensión	Detalle de los resultados
Hoteles	Hotel N° 06	Encadenamiento productivo/ articulación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agencias de viajes fundamentalmente.</li> <li>• Requerimos de productos para limpieza, sábanas, frazadas, tecnología como televisores Led.</li> </ul>
		Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es un proyecto que le ha brindado bastante impulso al turismo de la zona.</li> <li>• El aumento del flujo de turistas por el atractivo de la telecabina.</li> <li>• Desarrollo de las empresas dedicadas a turismo, como hoteles, restaurantes, transporte, agencias de viaje.</li> <li>• Si se incrementó la rentabilidad en el negocio en un 40% a comparación de años anteriores.</li> </ul>
		Problemas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El problema es que ahora ya no se visitan los pueblitos que se visitaban antes por las carreteras.</li> <li>• Una limitación es el impacto al medio ambiente que ha sido algo mínimo.</li> <li>• Por la pandemia todo estaba cerrado, recién el año pasado promedio de noviembre volvimos abrir nuestras puertas.</li> </ul>
		Oferta de servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No he tenido mucha competencia porque mi negocio está dirigido al segmento de visitantes que vienen de Lima o de otras latitudes, los precios que yo manejo son un poco más altos que los que tienen los hostales normales.</li> <li>• Aumento del negocio de restaurantes, transporte, artesanía.</li> </ul>

Tipo de entrevistado	Entrevistado	Dimensión	Detalle de los resultados
		Mejoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se está haciendo un proyecto que busca incorporar a estas localidades al sistema de turismo.</li> <li>• Si se sigue reactivando el turismo voy mejorar el hotel, cumplir con todas las normas para que el hotel llegue a ser de tres estrellas.</li> <li>• Una entidad pública, la capacitación fue como mejorar la atención al turista y medidas de prevención referente al COVID-19.</li> <li>• Seguir con la difusión de nuestros lugares turísticos y dar facilidades de préstamos a menores tazas para las empresas turísticas.</li> <li>• Más posicionado con mejoras en mi hospedaje incrementado mis habitaciones de 9 a 12.</li> <li>• Mantenimiento más exigente que genere seguridad a sus pasajeros.</li> </ul>
Hoteles	Hotel N° 07	Encadenamiento productivo/ articulación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los proveedores principales son de limpieza, lavandería.</li> <li>• De artesanía, transportistas y guías.</li> </ul>
		Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El proyecto ha sido muy bueno para el turismo ya que se duplico el flujo de visitantes en los últimos años.</li> <li>• Hay más trabajos e inversiones.</li> <li>• Si, se incrementó en un del 30%, el cambio también fue constante.</li> <li>• Sí, se contrató a más personal los siguientes años.</li> </ul>
		Problemas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Todos se han dedicado al turismo dejando de lado otras actividades que teníamos antes.</li> </ul>
		Oferta de servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> <li>• Sí, genero competencia de un 5% y el cambio ha sido constante en los siguientes años.</li> </ul>



Tipo de entrevistado	Entrevistado	Dimensión	Detalle de los resultados
		Mejoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Una de las principales es que facilitaron la accesibilidad al lugar de visita.</li> <li>• Deberíamos mejorar en las habitaciones con mejoras de tecnología como un bar, televisores, también mejorar las camas.</li> <li>• Si, en entidades como Dircetur, Iperú.</li> <li>• Debería haber publicidad y marketing.</li> <li>• Realizar más actividades en la zona.</li> </ul>
Hoteles	Hotel N° 08	Encadenamiento productivo/ articulación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se demandó servicios de transporte. La demanda de los servicios de los proveedores aumento en 10%.</li> <li>• Los servicios de transportes y restaurantes han sido los que más se han beneficiado con la puesta en marcha del proyecto.</li> </ul>
		Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Influyó bastante en el turismo en Chachapoyas. Ha generado un movimiento económico de transporte, hoteles y restaurantes.</li> <li>• Influyó bastante en el aumento del flujo de los turistas en el lugar.</li> <li>• El proyecto originó el incremento de las ventas en 10%, las cuales no han sido constantes.</li> <li>• Hay personas que solo suben al teleférico y no bajan a visitar Kuélap.</li> </ul>
		Problemas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Considera que el proyecto no ha traído algún problema.</li> <li>• Existen más ventajas que desventajas.</li> </ul>
		Oferta de servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No brindaron información</li> </ul>

Tipo de entrevistado	Entrevistado	Dimensión	Detalle de los resultados
		Mejoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El no funcionamiento al 100% del aeropuerto, perjudica la llegada de turistas porque les toma mucho tiempo el viaje y cuentan con menos días para visitar la zona.</li> <li>• Las autoridades deberían realizar mejoras en los accesos a mejorar los accesos, principalmente a Chachapoyas, que es una ciudad accidentada y no cuenta con una infraestructura adecuada para el uso de vehículos.</li> <li>• Mejoras en el aeropuerto.</li> <li>• El estado debe apoyar invirtiendo en infraestructura para que se incremente el turista de clase A, lo cual originaría que el sector privado también invierta en infraestructura.</li> <li>• Es necesario implementar acciones que permitan realizar el mantenimiento de las telecabinas sin perjudicar a los visitantes, porque no todos los días brindan el servicio.</li> </ul>
Hoteles	Hotel N° 09	Encadenamiento productivo/ articulación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El hotel demandó todo lo que está relacionado con hotelería; también se requirió mejorar los vehículos; y se mantuvo la demanda de los servicios.</li> <li>• Los otros rubros de negocios beneficiados por el proyecto fueron los restaurantes, transporte y bodegas.</li> </ul>
		Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejoró el aspecto turístico del lugar debido a la atracción por ser la primera telecabina que existen en el Perú.</li> <li>• También generó un mayor número de turistas, lo cual generó que la mayoría de negocios se benefició como los restaurantes.</li> <li>• En Tingo la población abrió más hoteles y restaurantes.</li> <li>• Las ventas se incrementaron en 7%, siendo estas constantes. También se invirtió en la ampliación del negocio, ya que antes era hostel y ahora es un hotel de 2 estrellas.</li> <li>• Además, se contrató a más personal, pero producto de la pandemia solo trabajan en familia.</li> </ul>

Tipo de entrevistado	Entrevistado	Dimensión	Detalle de los resultados
		Problemas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Respecto de los problemas generados por el proyecto, existe mucha acumulación de turistas y transporte en el distrito de Tingo.</li> <li>• Existen lugares que han quedado abandonados por el uso de telecabinas.</li> </ul>
		Oferta de servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El proyecto no les generó mayor competencia.</li> </ul>
		Mejoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Deberían ampliarse los espacios en donde llegan los turistas y vehículos para subir a las telecabinas.</li> <li>• Las mejorar a realizar es mantener una buena limpieza en los lugares turístico y señalización vehicular.</li> <li>• Se necesita buenas carreteras para llegar a los lugares turísticos. Se debería incentivar más el turismo en la zona.</li> <li>• En relación a la sugerencia para el proyecto, este debería colaborar con el distrito de Tingo pagando un impuesto al Estado.</li> </ul>
Hoteles	Hotel N° 10	Encadenamiento productivo/ articulación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se incrementó la demanda de bienes de proveedores de alimentos y de servicios de lavandería, transporte, servicios de guías y restaurantes.</li> <li>• Otros rubros de negocios beneficiados fueron construcción civil, diseñadores de interiores, servicios de electricidad, los cuales incrementaron su demanda.</li> </ul>
		Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El primer año de la puesta en marcha de las telecabinas las ventas se incrementaron en 20%, pero los siguientes años disminuyeron.</li> <li>• También se contrató personal debido al crecimiento del hotel, pero en la pandemia tuvieron que cerrar.</li> </ul>
		Problemas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El proyecto no ha generado problemas en la zona</li> </ul>

Tipo de entrevistado	Entrevistado	Dimensión	Detalle de los resultados
		Oferta de servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se generó mayor competencia para el negocio, este crecimiento fue de entre 10% y 15%.</li> </ul>
		Mejoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar la infraestructura, el servicio de atención al cliente y el perfeccionamiento del diseño de interior.</li> <li>• Las mejoras que deben realizar las entidades públicas es reducir los tiempos para realizar las inversiones públicas, ya que las telecabinas demoraron 15 años en hacerse realidad. El sector público es muy lento e ineficiente debido a las trabas gubernamentales.</li> <li>• Respecto a las recomendaciones o sugerencias al proyecto, es seguir manteniendo las telecabinas en adecuadas condiciones y trabajando de la mano con el sector privado.</li> </ul>
Hoteles	Hotel N° 11	Encadenamiento productivo/ articulación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se implementaron más servicios dependiendo del aumento de la demanda de dichos servicios.</li> </ul>
		Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Este negocio inicio a la par con el proyecto.</li> <li>• Vimos que los turistas necesitaban donde quedarse y es por eso que se decidió emprender el negocio de un hotel.</li> <li>• Antes los turistas tenían que viajar en buses y bajaban en Malca, pero con las telecabinas el paradero principal está en el Nuevo Tingo, lo cual generó más ingresos.</li> <li>• Las telecabinas facilitaron una mejor oferta de servicio turísticos.</li> <li>• Este generó un aumento en las ventas del 80%, la cual fue constante y también se realizaron inversiones, se construyó un auditorio y una sauna en el hotel.</li> </ul>
		Problemas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Por el momento no encuentro ningún problema</li> </ul>

Tipo de entrevistado	Entrevistado	Dimensión	Detalle de los resultados
		Oferta de servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pienso que no se generó mayor competencia, cada empresa tiene su público de acuerdo a los servicios que cada uno brinda.</li> </ul>
		Mejoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El hotel viene implementando una agencia de viajes para un servicio completo.</li> <li>• El Mincetur, a través de la Dircetur viene realizando capacitaciones, pero deberían mejorar e incentivar con los temas más atractivos en la capacitación. Las entidades públicas deben brindar abastecimiento permanente de agua potable y invertir en marketing.</li> <li>• Los factores que podrían dinamizar el turismo en la zona (Nuevo Tingo) es tener más publicidad, no solo promocionar a Kuélap sino también a Nuevo Tingo.</li> <li>• Las recomendaciones para el proyecto es apoyar en el marketing y publicidad a Nuevo Tingo.</li> </ul>
Transportes		Encadenamiento productivo/ articulación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grifos y hoteles.</li> <li>• La demanda de proveedores fue cambiar los asientos de mi vehículo, para que los turistas estén cómodos.</li> </ul>
		Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generó más turismo y esto beneficio a los transportistas, la gente del pueblo, restaurantes, hospedajes.</li> <li>• Sí, hay un aumento del 30 a 40%, con las telecabinas hubo un aumento.</li> </ul>
		Problemas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crea un problema para el turista cuando no llega en el horario indicado a la telecabina y esta tiene que regresar.</li> <li>• Las telecabinas cortan el andén y las personas tienen que pagar otro vehículo para regresar a nuevo Tingo.</li> </ul>

Tipo de entrevistado	Entrevistado	Dimensión	Detalle de los resultados
	Transporte N° 01	Oferta de servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empezamos antes, en el 2015.</li> </ul>
		Mejoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El proyecto me parece bueno porque los turistas ya no dan muchas vueltas en la carretera.</li> <li>• Se debería mejorar las vías.</li> <li>• Antes de la pandemia la municipalidad si nos brindó capacitación.</li> <li>• Se debe mejorar la atención, asimismo los tramites de documentación no deberían demorar tanto.</li> </ul>
Transportes	Transporte N° 02	Encadenamiento productivo/ articulación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sus proveedores fueron los servicios de mantenimiento del vehículo.</li> <li>• Aumento la demanda de dichos servicios, pero con la pandemia esta redujo.</li> <li>• El transporte público y restaurantes fueron beneficiados.</li> </ul>
		Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Todos los negocios se están beneficiando.</li> <li>• Se duplicó el número de turistas cuando son fiestas patrias, feriados largos.</li> <li>• La creación de las telecabinas facilito a que vengan más turistas y que estos tengan más tiempo para que programen visitar otros lugares.</li> <li>• Aumento la venta entre 25% a 30% a raíz de la puesta en marcha del proyecto. También se invirtió para mejorar la calidad de los servicios.</li> </ul>
		Problemas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La gente se frustra un poco porque a veces no informan del mantenimiento de las telecabinas; que son los lunes.</li> </ul>

Tipo de entrevistado	Entrevistado	Dimensión	Detalle de los resultados
		Oferta de servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>No, porque todos nos beneficiamos con las telecabinas</li> </ul>
		Mejoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>Siempre existe la oportunidad de mejorar, la cual depende de las necesidades del cliente para mejorar la comodidad de todo el turismo.</li> <li>La municipalidad debe dar facilidad en el embarque y desembarque de los turistas, debería haber un lugar adecuado en la plaza de armas para realizar esta acción y no genere sanciones para los transportistas.</li> <li>Se deben realizar inversiones para oferta de servicios de turistas que pagan en dólares y también para los que buscan lo más económico.</li> <li>Se debería buscar una atención adecuada para todos los turistas dependiendo de su situación económica.</li> </ul>
Instituciones	Institución N° 01	Encadenamiento productivo/ articulación	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pienso que deberían articularse todos los involucrados, tanto como públicos y privados, entidades privadas como Agotur, Ahora, Adotur, asociación de artesanos, Koactua, Karetur (cabeza de todos los gremios) instituciones públicas como Dircetur, si trabajamos de la mano creo que el tema turístico se trabajaría mejor.</li> <li>Creo que el sector público y privado deberían trabajar en equipo, esto generaría un mejor trabajo en marketing y difusión.</li> </ul>

Tipo de entrevistado	Entrevistado	Dimensión	Detalle de los resultados
		Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La demanda de turistas ha crecido por la duplicación de la llegada de los visitantes.</li> <li>• Trajo facilidades para el turista acortando el tiempo de llegada a la fortaleza de Kuélap.</li> <li>• Generó mayor empleo por la demanda de la empresa e indirectamente por los restaurantes, hoteles y artesanos.</li> <li>• Antes de la inauguración del proyecto el turismo se iba incrementando poco a poco, pero las telecabinas han abierto las puertas al turismo creando expectativas para la visita a Chachapoyas y todos los recursos de la zona.</li> </ul>
		Problemas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No trajo problemas el proyecto</li> <li>• Solo contamos con 7 guías oficiales en Chachapoyas y ese es un gran error desde mi punto de vista como Agotur.</li> </ul>
		Oferta de servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento la oferta hotelera, restaurantes; en un porcentaje del 50%.</li> </ul>
		Mejoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creo que el sector público y privado deberían trabajar en equipo, esto generaría un mejor trabajo en marketing y difusión.</li> <li>• Deberían articularse todos los involucrados, gremios e intuiciones públicas como Dircetur, si trabajamos de la mano creo que el tema turístico se trabajaría mejor.</li> <li>• Se podría realizar capacitaciones de primeros auxilios, especializaciones de observación de aves, cabalgata, rafting, ciclismo.</li> <li>• Recomendaría que no se realice un cobro a personas que tengan una discapacidad y se aplique una diferenciación de precios entre niños y personas adultas por el servicio.</li> </ul>



Tipo de entrevistado	Entrevistado	Dimensión	Detalle de los resultados
Instituciones	Institución N° 02	Encadenamiento productivo/ articulación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A mi parecer sería interesante trabajar articuladamente, bueno nosotros hemos trabajado con Mincetur, la municipalidad y asociaciones comunales de turismo.</li> </ul>
		Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las facilidades de acceso a Kuélap, al haber más demanda de los turistas se incrementaron nuevos servicios.</li> <li>• Se incrementó el contrato de personal en la zona para diversos negocios.</li> </ul>
		Problemas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creo que a Chachapoyas y el Tingo ninguno, pero a pueblos aledaños si les trajo problemas, antes para llegar a Kuélap el camino era terrestre y pasaban por algunas localidades, pero ahora están olvidados al no recibir ningún tipo de flujo de turistas.</li> </ul>
		Oferta de servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creo que en Chachapoyas aumento un 40%, en rubros de agencias de viajes, restaurantes, en Tingo y Nuevo Tingo se abra incrementado en un 80%, también en el rubro de restaurante y hoteles (aumento de negocios).</li> </ul>
		Mejoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En muchas ocasiones los turistas se impacientan por la demora en la atención de los restaurantes, creo que las entidades pertinentes o relacionados podrían ver la manera de concientizar a los prestadores del servicio.</li> <li>• Promoción, cultura turística, concientización entre entidades que tienen la capacidad de gasto y dentro de sus funciones poder ejecutar presupuesto para financiar diferentes atractivos turísticos, esto motivara al turista para que no solo nos visite por las telecabinas.</li> </ul>
Instituciones	Institución N° 03	Encadenamiento productivo/ articulación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es clave el trabajo articulado, nosotros trabajamos conjuntamente con Agotur, siempre estamos en comunicación con Dircetur, también trabajamos con Ahora, Coatua (asociación de turismo de aventura).</li> <li>• El instituto Perú – Japón deberían abrir la carrera de guía oficial de turismo.</li> </ul>

Tipo de entrevistado	Entrevistado	Dimensión	Detalle de los resultados
		Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayor dinamismo económico.</li> <li>• Incremento de nuevos negocios a raíz de la inauguración de las telecabinas.</li> <li>• Claro, ya que los trabajadores de las telecabinas son personas que viven en la localidad.</li> <li>• Se ha visto beneficiados los artesanos, restaurantes, hoteles y muchos más.</li> </ul>
		Problemas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A otros pueblitos que fueron aislados por el uso de las telecabinas como Chotacma, Longi, De María tuvieron que cerrar o trasladarse a Nuevo Tingo.</li> </ul>
		Oferta de servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si aumento, el rubro de restaurantes, luego los hospedajes; estos se incrementaron en un 50% o 70% aproximadamente.</li> </ul>
		Mejoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se realizó inversión para brindar más capacitaciones.</li> <li>• Estamos realizando diferentes capacitaciones para nuestros asociados (los guías) puedan estar capacitados en manejo de grupo, primeros auxilios.</li> <li>• Mejorar el profesionalismo en el área de turismo (saber diferentes idiomas).</li> <li>• Fiscalizaciones en el sector guiado y en el sector transporte ya que en algunos casos contratan a moviidades no adecuadas para turismo, restaurantes y hoteles para que cumplan con los estándares correspondientes.</li> <li>• Recuperar el flujo de visitantes que teníamos antes de la pandemia.</li> </ul>
Instituciones	Institución N° 04	Encadenamiento productivo/ articulación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hemos trabajado en la parte académica viendo los temas de servicios, impacto, investigación.</li> <li>• Tenemos un programa que capacita a prestadores de servicios turísticos en calidad, inocuidad y atención al cliente.</li> <li>• Usualmente se trabaja con las municipalidades, nosotros formamos parte del equipo técnico para los planes de desarrollo concertado y para los planes de desarrollo turismo en la provincia del Luya.</li> </ul>
		Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El incremento de turistas en Kuélap, también trajo más ofertas laborales.</li> </ul>

Tipo de entrevistado	Entrevistado	Dimensión	Detalle de los resultados
		Problemas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La dependencia de la actividad turística, en la pandemia muchos negocios se vieron perjudicados, aumento de precios por el turismo perjudica a los pobladores como los agricultores.</li> </ul>
		Oferta de servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En hoteles, restaurantes, bodegas, supermercados artesanos; creo que puede ser un 30% aproximadamente (aumento negocios).</li> </ul>
		Mejoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Convenios y marcos institucionales con las municipalidades donde nosotros ponemos la parte técnica y ellos la parte logística.</li> <li>• Como el proyecto es novedoso aumento el flujo de visitantes, sin embargo, el proyecto solo está preocupado en la parte de su operación, pero no está enfocado en la calidad del servicio turístico, no deberían ser solo un medio de transporte, debería ser un proyecto que se preocupe por la proyección social.</li> </ul>
Instituciones	Institución N° 05	Encadenamiento productivo/ articulación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dio la oportunidad a las comunidades de poder vender sus productos para abastecer a los mercados.</li> </ul>
		Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se generó más ingresos económicos a la comunidad, esto ayudo a que se realicen mejoras en sus negocios y viviendas.</li> <li>• Incremento lo visita de turistas.</li> </ul>

Tipo de entrevistado	Entrevistado	Dimensión	Detalle de los resultados
		Problemas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La empresa de telecabinas no hace que la comunidad participe directamente. No mejoran las condiciones de identidad con el recurso.</li> <li>• Muchas personas que viven en la comunidad no han podido subir a las telecabinas.</li> <li>• Lo que nos limita es el aeropuerto, porque no tenemos muchos vuelos como los tiene por ejemplo el Cuzco, nuestro aeropuerto debería trabajar con otras empresas para que entren más vuelos.</li> </ul>
		Oferta de servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No brindo información</li> </ul>
		Mejoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sí, por Cenfortur, Ministerio de Turismo, las municipalidades, gobierno regional.</li> <li>• Traer profesionales que sepan de música, arte e idiomas para puedan enseñar a los niños y tengan un mejor desenvolvimiento en la comunidad.</li> <li>• La mejora de las áreas verdes y otros recursos que se pueden explotar.</li> <li>• Que realicen charlas donde nos informe la cantidad de turistas que ingresan, asimismo nos brinde información del estado de las telecabinas.</li> </ul>

Nota Elaboración propia en base a las entrevistas en profundidad realizada en camp

**Anexo 4. Lista de empresas e instituciones entrevistadas en el trabajo de campo**

<b>Tipo de entrevistado</b>	<b>Nombre de las empresas e instituciones</b>
<b>Agencia de viajes</b>	Chachapoyas Travel
	Chachapoyas Trip Adventures
	Turismo Explorer
	Chachapoyas Expedition
	Kuélap Biketours
<b>Restaurantes</b>	El tejado
	Restaurante Nuevo Tingo
	Mixtura Kuélap
	Panadería Lourdes
	Restaurant Matalache
	El Batan del Tayta
	Café restobar Amazonas 632
	Café Punto y Pastel
	Sabor y Tradición
	Bar café 505
<b>Hoteles</b>	Hotel Puma Urco
	Hotel Karajía
	Hostal Casa Kuélap
	Hotel Ñuñurco
	Hotel las Orquídeas
	Hostal Amazonas
	Hotel la Posada del Arriero
	Hostal Shubet
	Hotel Alpa Kasa
	Hotel Jerly
	Hospedaje la Casa de los Balcones
<b>Transporte</b>	Transporte Alin SRL
	Empresa de Transporte San Roque
<b>Instituciones</b>	Iperú Amazonas
	Asociación de Guías Oficiales y Orientadores de Turismo en Amazonas - AGOTAMA
	Asociación de Guías Oficiales de Turismo - AGOTUR
	Universidad de Amazonas
	Asociación de artesanos

Nota. Elaboración propia