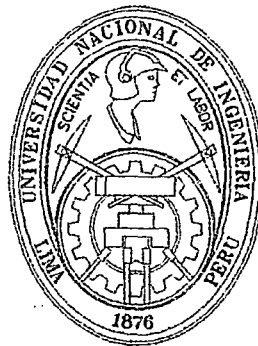


**UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERIA**

**FACULTAD DE INGENIERIA INDUSTRIAL Y DE  
SISTEMAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERIA  
INDUSTRIAL**



**DESARROLLO DE LA COMPETITIVIDAD INDUSTRIAL  
Y TURISTICA DE LA ZONA SUR DEL DEPARTAMENTO  
DE AMAZONAS : PROVINCIAS DE CHACHAPOYAS,  
LUYA, BONGARA Y RODRIGUEZ DE MENDOZA**

**TESIS PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE  
INGENIERO INDUSTRIAL**

**ROGELIO VARGAS MAS**

**PROMOCION 88 - II**

**LIMA - PERU**

**2001**

**Digitalizado por:**

**Consortio Digital del  
Conocimiento MebLatam,  
Hemisferio y Dalse**

### **A MI PADRE**

Don Antonino Vargas Pinedo, con profunda gratitud, que con sus consejos e invaluable apoyo hizo posible mi formación profesional.

### **A LA MEMORIA DE MI MADRE**

Señora Lidia E. Mas Goñas de Vargas, un eterno agradecimiento, por haberme inculcado un deseo de constante superación.

**A MIS HERMANOS.**

Feliciano, Antonino, Rosa Anita, Alejandro,  
Erasmus, Jovita, Clovelinda, Edgar y Doris,  
por su constante apoyo y animo para el  
desarrollo del presente trabajo.

## **AGRADECIMIENTO**

Al Ing. Silvio Quinteros Chávez, por su valiosa orientación y guía para el desarrollo de la presente tesis.

A los profesores de la Facultad de Ingeniería Industrial y de Sistemas, por haberme transmitido, conocimiento y sabiduría en las aulas Universitarias, que servirán de guía durante mi vida cotidiana.

De manera especial quiero agradecer a los Ingenieros: Raúl Gutiérrez Hidalgo, Ana León Suematsu y Yutaka León Suematsu, por su apoyo incondicional.



# INDICE

<b>CAPITULO 1</b>	<b>Objetivos</b>	
1.1	Objetivo General	01
1.2	Objetivo específico	01
<b>CAPITULO 2</b>	<b>Metodología y Marco conceptual</b>	
2.1	Metodología	03
2.2	Marco conceptual	04
<b>CAPITULO 3</b>	<b>Actividad Industrial</b>	
3.1	Situación actual	06
3.2	Identificación de problemas	08
3.2.1	Restricción del mercado de insumos y de productos terminados	08
3.2.2	Limitaciones de orden tecnológico y sistemas de información	09
3.2.3	Sistemas de financiamiento empresarial	09
3.2.4	Limitaciones en la Gestión Empresarial	10
3.2.5	Débil organización gremial	10
3.3	Infraestructura productiva	11
3.3.1.	Energía Eléctrica	11
3.3.2.	Agua potable	14
3.3.3.	Infraestructura vial y telecomunicaciones	15
3.4	Principales centros productivos de transformación	22
3.5	Principales actividades industriales	23
3.6	Análisis FODA	25
3.7	Estrategia de desarrollo competitivo	26

## **CAPITULO 4 Actividad Turística**

4.1	Situación actual	31
4.2	Análisis de las condiciones existentes	38
4.2.1	El turismo en la economía nacional	38
4.2.2	Mercado turístico	39
4.2.3	Infraestructura turística	41
4.2.4	Infraestructura vial	43
4.2.5	Conservación del ambiente y desarrollo social	44
4.2.6	Conservación de los recursos turísticos culturales e históricos	46
4.2.7	Administración turística	47
4.2.8	Promoción turística y facilidad para el visitante	48
4.3	Evaluación de los recursos turísticos	54
4.3.1	Recursos turísticos naturales	54
4.3.2	Recursos turísticos históricos	56
4.3.3	Recursos turísticos culturales	57
4.3.4	Recursos turísticos creados por el hombre	59
4.4	Centros turísticos principales	59
4.4.1	Categoría de los recursos turísticos	59
4.4.2	Descripción de los principales centros turísticos	60
4.5	Análisis FODA	79
4.6	Estrategia para el desarrollo competitivo	80
4.6.1	Papel del turismo en la política actual	80
4.6.2	Escenario de desarrollo	83
4.6.3	Orientación de la comercialización y desarrollo de productos.	84

4.6.4	Segmento de productos turísticos	86
4.6.5	Segmento de mercado geográfico	89
4.6.6	Estrategia para un desarrollo turístico de tipo masivo alternativo	89
4.7	Medidas para el desarrollo	90
4.7.1	Acciones a corto plazo	90
4.7.2	Acciones a mediano plazo	93
4.8	Formulación de circuitos turísticos	93
4.8.1	Circuito turístico Chachapoyas Levanto - Kuelap	94
4.8.2	Circuito turístico Chachapoyas - Vilaya sur	97
4.8.3	Circuito Turístico Chachapoyas - Lamud -Karajía - Luya	99
4.8.4	Circuito Turístico Chachapoyas - Colcamar - Vilaya Norte	101
4.8.5	Circuito Turístico oriental	103
4.8.6	Circuito Turístico Chachapoyas - Jalca Grande - R. de Mendoza	106
4.8.7	Circuito Turístico Chachapoyas - Leymebamba - Chuquibamba	109
4.9	Planes para el desarrollo a largo plazo	113
4.9.1	Planes de desarrollo regional	113
4.9.2	Planes y proyectos de desarrollo turístico	115
4.9.3	Proyecto de desarrollo de infraestructura	115
4.10	Competitividad Regional	118
4.11	Participación de las organizaciones	120

## **CAPITULO 5 Micro y Pequeña Empresa**

5.1	Entorno de la Pequeña empresa	148
5.1.1	Entorno socio económico	150

5.1.2	Entorno dinámico de la Micro y Pequeña Empresa en la región	151
5.1.3	Dinámica económica	157
5.2	Principales problemas	159
5.2.1	Organización gremial	160
5.2.2	Promoción, capacitación y organización gremial	160
5.3	Estrategias para la competitividad de la micro y pequeña empresa	170
5.3.1	Apoyo a la formación de conglomerados	171
5.3.2	Articulación productiva Intra e Intersectorial y Geográfica	173
5.3.3	Oferta de servicios empresariales de desarrollo a nivel nacional	174
<b>CAPITULO 6</b>	<b>Gestión para el desarrollo de la base económica</b>	
6.1	Como lograr una gestión eficaz	191
6.2	Compromisos de la inversión privada para el desarrollo	193
6.3	El Estado y el rol de promoción de inversión en la zona.	198
	<b>CONCLUSIONES</b>	201
	<b>RECOMENDACIONES</b>	208
	<b>BIBLIOGRAFIA</b>	211
	<b>ANEXOS</b>	

## **DESCRIPTORES TEMATICOS**

- DIAGNOSTICO INDUSTRIAL.
- FACILIDADES INDUSTRIALES.
- ACTIVIDAD INDUSTRIAL
- COMPETITIVIDAD INDUSTRIAL .
- TURISMO ACTUAL
- FACILIDADES TURISTICAS.
- PRODUCTOS TURÍSTICOS
- CIRCUITOS TURISTICOS
- DESARROLLO TURISTICO.
- ENTORNO DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA
- COMPETITIVIDAD DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA
- GESTION PARA EL DESARROLLO

## **SUMARIO**

- El autor en la presente Tesis, aborda el tema del Desarrollo de la Competitividad Industrial y Turística de la zona sur del Departamento de Amazonas, comprendido por las provincias de Chachapoyas, Luya, Bongará y Rodríguez de Mendoza.

- El tema, define los objetivos del que persigue el desarrollo Industrial y Turístico de la zona priorizando principalmente el mejoramiento del nivel socio económico de la población a través de alternativas de desarrollo.

- La metodología de investigación desarrollado es mediante la obtención de datos de las diferentes entidades afines al tema, así como recopilación de informes realizados para dichos sectores.

- De la misma manera en la actividad Industrial, se detalla su situación actual, identificando sus problemas tanto en gestión, tecnología e infraestructura, en este capítulo ponemos énfasis a lo que es la capacitación tanto en gestión como en tecnología además de la búsqueda de nuevos mercados y el apoyo gubernamental en cuanto a financiamiento.

- Así mismo en la actividad Turística, se expone su situación actual, se analiza las condiciones existentes, recursos turísticos y damos importancia al turismo alternativo, proponiendo acciones a corto plazo, como el programa de rutas Pre - Hispánicas, conservación de recursos turísticos, construcción de albergues, creación de una conciencia turística y la

implementaron de una buena publicidad. En el mediano plazo, damos importancia al embellecimiento de la ciudad, mejoramiento de infraestructura y la formulación de circuitos turísticos. Los planes a largo plazo prioriza la articulación de zonas fronterizas y de las regiones, además de planes de desarrollo urbano. Para poder llevar a cabo este objetivo, tienen que participar todas las organizaciones, así el gobierno central se encargara necesariamente de infraestructura y desempeñar su rol promotor. Las Municipalidades se encargaran de la conservación de los recursos turísticos , arreglo de caminos, construcción de albergues, promocionar el turismo a través del grupo de viajeros, etc. El ITINCI se debe dedicar a optimizar la información. Prom.- Perú a la promoción, nacional e internacional. La Empresa privada debe de invertir en su propia infraestructura, El INC, debe de proteger y conservar los recursos turísticos. El Ministerio de Educación tiene que encargarse de la concientización turística en coordinación con turismo. El Arzobispado debe de apoyar a las comunidades con alimentos y materiales para poder embellecer sus Iglesias. La Prefectura se encargara de la seguridad de los Turistas y finalmente las localidades deben de participar en la administración y las utilidades que proporciona el turismo.

- El otro tema abordado es el de la Micro y Pequeña Empresa, donde para solucionar sus problemas, buscamos que sean competitivas mediante la formación de CLUSTERS, ya que las organizaciones producen efectos internos orientados a la eficiencia colectiva, también proponemos capacitación y asistencia técnica, para que la Empresa sea una organización inteligente, además para el financiamiento proponemos el reforzamiento de las ONGS, o a su vez la creación de un Banco de primer piso, pero con intereses justos.

- Finalmente abordamos el tema de la Gestión, donde la búsqueda de los clientes es en base al valor del cliente, es decir distinguir los buenos y

malos clientes desde el punto de vista de su rentabilidad y la probabilidad de abandono, o sea el nivel de fidelidad, para poder ver hacia donde orientamos nuestros esfuerzos para retener a nuestros clientes. También es indispensable que los empresarios de la región tengan una capacitación tanto en gestión como en tecnología, para que puedan realizar sus inversiones en forma mas segura. Además el estado tiene que desempeñar su rol de promotor de la inversión, creando las condiciones necesarias para que el sector privado pueda incrementar su inversión y demanda de empleo, reduciendo los impuestos directos, aumentando el gasto social, direccionando las compras del estado hacia las PYMES, reforzando la lucha contra el contrabando, etc.



## **INTRODUCCION**

Los mayores problemas por los que ha venido y viene atravesando nuestro país y principalmente la zona sur del Departamento de Amazonas son de índole económico, social y laboral. En tal sentido, a fin de dar solución a dichos problemas, urge la necesidad de impulsar el Turismo, la Industria y la Micro y Pequeña Empresa.

La zona sur del Departamento de Amazonas, conformado por las provincias de Chachapoyas, Luya, Bongará y Rodríguez de Mendoza, posee ventajas competitivas. Por lo tanto conocedores de la realidad económica y previo análisis de cada uno de los sectores, en la presente Tesis se formulan los planeamientos estratégicos y las soluciones para un desarrollo sostenido de la Industria, Turismo y Micro y Pequeña Empresa, acorde con la globalización y el avance tecnológico del mundo de hoy, de tal manera que conlleven a la solución de los problemas económicos y sociales de la zona.

A través de la presente Tesis, estamos contribuyendo para que los responsables de la política económica del país, a través de los gobiernos locales, tengan como base uno de los soportes para la solución de los serios problemas económicos por los que atraviesa la zona sur del Departamento de Amazonas.

# **CAPITULO 1**

## **OBJETIVOS**

### **1.1 OBJETIVO GENERAL**

- Evaluar el grado de desarrollo de las actividades económicas poniendo énfasis en la actividad industrial y turística de la zona.
- Fomentar la conciencia turística de La población y la participación del sector público y privado.
- Mejorar el nivel socio económico de la población a través de alternativas de desarrollo industrial y turístico, que hagan uso de los abundantes recursos disponibles.

### **1.2 OBJETIVO ESPECIFICO**

- Medir y cuantificar el potencial actual de los recursos existentes.
- Conocer la problemática y el grado de desarrollo alcanzado por la actividad Industrial, artesanal y turístico.
- Conocer las ventajas comparativas existentes en la región con relación a otras regiones.
- Lograr la atención de instituciones y gobierno para propiciar el desarrollo de la zona en base a la utilización de los ingentes recursos disponibles.
- Conocer las posibles actividades industriales y turísticas que se puedan implementar de tal forma que sean competitivas y tengan un beneficio social y justificativo.

- Promover los lugares turísticos.
- Crear las condiciones necesarias para una mayor y mejor estadía de turistas.
- Difundir a nivel Departamental, Nacional e Internacional las potencialidades turísticas con que cuenta la zona.

## **CAPITULO 2**

### **METODOLOGIA Y MARCO CONCEPTUAL**

#### **2.1 METODOLOGIA**

Hay que tener en cuenta que la metodología que hay que seguir para desarrollar un plan estratégico esta muy condicionada por el mercado, clientes, competidores y tambien por los productos.

La posible diferenciación que pudiese haber, puede estar perfectamente en la busqueda y estudio del tipo de clientes.

El desarrollo Industrial de la región y las inversiones que se vayan a efectuar a corto plazo, se presentan como una incognita. Se pueden distinguir dos tipos de inversiones, los que fomenta el Estado y los que vayan a ser realizados por el sector privado.

Es en el sector privado, donde con mas frecuencia se pueden ofrecer las actividades de cualquier empresa. Dentro del enorme campo que se ofrecen se debe perfilar a acotar a los clientes potenciales y para alcanzar nuestros objetivos del desarrollo industrial y turístico de la zona sur del Departamento de Amazonas es necesario la obtención de datos de fuentes como:

- Ministerio de industria y Turismo
- PROM PERU
- El Instituto Nacional de Estadística
- IDEAS
- Cámara de Comercio
- Institutos Superiores
- CTAR AMAZONAS
- Consejo Provincial

Recopilar información de trabajos realizados para dichos sectores.

Acudir a conferencias

Toda esta información recopilada debe ser analizada y seleccionada para el estudio con la cual se procederá a la elaboración de la presente tesis.

Finalmente utilizaremos los conceptos de MICHAEL PORTER sobre Ventajas Competitivas así como también de otros autores de acuerdo como se presenten los casos y se requieran los conceptos.

## **2.2 MARCO CONCEPTUAL**

El Departamento de Amazonas se encuentra ubicado al Nor Este peruano, constituido por regiones de selva, ceja de selva y sierra, predominando las zonas de selva y ceja de selva en aproximadamente 72.93% que se extiende hacia el Norte hasta la frontera con el Ecuador en las cumbres de la cordillera del Cóndor. La zona de sierra se encuentra en sus provincias meridionales abarcando el 27.07% aproximado del total de la superficie departamental, limita por el Norte con la República del Ecuador, por

el Este con los Departamentos de San Martín y Loreto, por el oeste con el Departamento de Cajamarca y por el sur con el Departamento de la Libertad.

El estudio de la presente tesis esta dirigido para el desarrollo competitivo de la zona sur del Departamento de Amazonas es decir para las provincias de Chachapoyas, Luya, Rodriguez de Mendoza y Bongará y tiene por finalidad el de resaltar los diferentes recursos que posee en su interior, tanto históricos, culturales y naturales que durante siglos han sido marginados e ignorados , es con esta finalidad que empezamos a desarrollar el presente trabajo, para poder colaborar con el desarrollo industrial y turístico de la zona que recaerá en beneficio de la economía de la colectividad Amazonence generando de esta manera bienestar y trabajo.

## **CAPITULO 3**

### **ACTIVIDAD INDUSTRIAL**

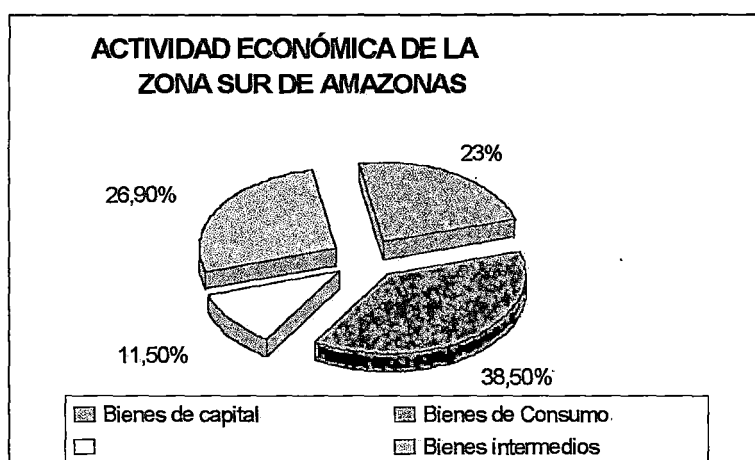
#### **3.1 SITUACION ACTUAL**

Abraham Lincoln dijo, si pudiésemos primero conocer donde estamos y hacia donde nos dirigimos, podríamos entonces juzgar mejor lo que hay que hacer y como hacerlo, desde entonces los dirigentes de cualquier organización y muy particularmente de empresas no han cesado de decir que para tener éxito es imprescindible saber en todo momento donde se esta y adonde se va.

La actividad industrial en la zona sur del Departamento de Amazonas es incipiente y se desarrolla a pequeña escala, especialmente en los centros urbanos de mayor población y concentración de servicios a la producción y localización de los insumos y materias primas, en orden de prioridad poblacional decimos que son las provincias de Chachapoyas, Rodriguez de Mendoza, Bongará y Luya , esto se debe a la insuficiente disponibilidad de infraestructura vial, energía Eléctrica, mercado local restringido y falta de apoyo financiero.

Como pequeñas empresas industriales su producción esta orientado a la fabricación de bienes de consumo en un 38.5 %, bienes intermedios en un 26.9% , bienes de capital 23 % y servicios 11.5 %.

Entre las actividades mas desarrolladas destacan la fabricación de derivados de panadería, productos lácteos ya que tenemos una zona potencialmente ganadera, bebidas espirituosas, fabricación de prendas de vestir, mueblería y metal mecánica.



Fuente. ICTA

Elaboración propia

Tecnológicamente podemos decir que la industria panadera va de lo tradicional a la tecnología avanzada, es decir de empresas que tienen hornos que funcionan con leña, hasta empresas que tienen maquinaria mas sofisticada que son muy pocos.

En líneas generales decimos que la actividad industrial básicamente ocupa mano de obra familiar con una tecnología simple, no permitiendo así la generación de nuevos puestos de trabajo.

La mayor cantidad de inversión de capitales se da en la provincia de Chachapoyas debido a su mayor población, en el resto de provincias es demasiado disperso.

En cuanto a la producción de bienes intermedios, destacan principalmente los aserraderos, debido a la potencialidad forestal de la zona, además los productos de madera acerrada son



comercializados tanto en el mercado local como en el mercado nacional, entre ellos tenemos Chiclayo, Piura, Trujillo y Lima, teniendo una tecnología de básico a intermedio.

Otra actividad intermedia que resalta es la industria del Ladrillo, con una calidad muy buena en su producción y con instalación en sus maquinarias de fabricación local.

En cuanto a la producción de bienes de capital destaca la industria de la Metal mecánica, que es una fuente de copia, creación e innovación de la tecnología local, se fabrican herramientas para la actividad agrícola, molinos para granos cocinas con briquetas de carbón, maquinaria de panadería, maquinarias para la agroindustria y turbinas para microcentrales eléctricas.

Las empresas de servicios en los últimos años han aumentado considerablemente debido al impulso que dio el gobierno anterior al programa de FONCODES.

## **3.2 IDENTIFICACION DE PROBLEMAS**

### **3.2.1 Restricción del mercado de insumos y de productos terminados**

Los insumos y/o materia prima para las diferentes industrias, no son suficientes y con la calidad requerida, el adquirir de otros mercados ocasionan costos de transporte elevados debido al mal estado de las vías de comunicación.

Los productos finales saturan fácilmente el mercado local y las posibilidades de colocar en otros mercados se reducen por el deficiente sistema de marketing, promociones y transporte.

El empresario de la zona no está preparado para desempeñarse competitivamente en otros espacios.

### **3.2.2 Limitaciones de orden tecnológico y sistemas de información**

La creatividad del empresario encuentra limitaciones a su ingenio e iniciativa propia, al no existir en la región un Centro Tecnológico donde le permita profundizar sus conocimientos y experiencia, viéndose por lo tanto frustrado de sus necesidades.

Los institutos Superiores tecnológicos existentes, no cuentan con equipo suficiente, tan poco con laboratorios con tecnología avanzada ni con personal especializado, por lo tanto hay limitaciones para la capacitación de la mano de obra local.

No existen sistemas de información para la eficiencia de mercado por lo que la investigación tecnológica básica para los recursos de la zona no existe.

### **3.2.3 Sistemas de financiamiento empresarial**

Las facilidades crediticias que se dan en otras zonas para el desarrollo empresarial en nuestro espacio es nulo.

No existen entidades financieras que presten para la capitalización o incremento de capital de trabajo, existe una sola agencia del Banco de Crédito para las cuatro provincias su accesibilidad es restringida, las posibilidades de COFIDE se cierran por que a esta entidad Bancaria no le interesa intermediar para que solamente ellos puedan realizar los prestamos.

#### **3.2.4 Limitaciones en la Gestión Empresarial**

Competir en el mercado y tener éxito en los negocios es referirnos a la gestión empresarial realizada, la que toma elementos internos de la empresa como la variación constante del mercado.

El empresario local avanza, por que la demanda de la zona le permite rentabilidad, o por que la inversión pública crea programas sociales y existe la lucha contra la extrema pobreza, pero decir que los empresarios conquistan nuevos mercados o hay aplicaciones de Marketing, ingresos con bajos precios y alta calidad es no mirar la realidad en la que se desarrollan las empresas y esto se debe a que no existe en la zona un centro superior capaz de asesorar a estos empresarios.

#### **3.2.5 Débil organización gremial**

La situación gremial de corte tradicional que existía, en la actualidad se encuentra desorganizada por lo que no les permite utilizar un marco legal para el desarrollo del sector, así como poder negociar con las instituciones publicas y los

gobiernos locales, como también el de poder participar en ferias que promueve el estado.

Su capacidad de propuesta para aprovechar oportunidades como el interés para las zonas de frontera es sumamente limitado, debido a situaciones particulares se vuelven conflictivas en vez de soluciones.

### **3.3 INFRAESTRUCTURA PRODUCTIVA**

Es el conjunto de factores que nos permiten desarrollar un proyecto, entre ellos tenemos: Energía Eléctrica, agua, vías de comunicación, articulación vial y servicios, los cuales coadyuvan en la toma de decisiones de la inversión y a su vez determinan el nivel de significación de los costos de transporte de distribución física para la realización mercantil, como también definir las posibilidades de demanda, constituyen pues un aporte importante dentro del sistema de la competitividad

#### **3.3.1 ENERGIA ELECTRICA**

La producción de Energía Eléctrica y el tipo de consumo nos permite observar el grado en que evoluciona el Desarrollo industrial de un espacio económico, constituyendo un insumo importante para la actividad de transformación,

El Ministerio de Energía y Minas ,a través de la dirección ejecutiva de proyectos ( DEP- MEN ) desde Agosto de 1993 ,asumió el compromiso de ampliar la frontera eléctrica a nivel nacional a travez de la construcción de obras eléctricas de generación, transmisión, Sub transmisión y distribución en

forma planificada y sostenida para el corto ,mediano y largo plazo, llevando a los pueblos del interior del país en forma prioritaria, el acceso a la Energía como un medio para acelerar su desarrollo y mejorar su calidad de vida.

Las obras ejecutadas en el marco del plan de electrificación Nacional en el Departamento de Amazonas, permitirá beneficiar a mas de 26,110 habitantes, con la dotación del suministro o el mejoramiento de las condiciones al servicio de Electricidad, Las obras demandaron una inversión de 2.6 millones de soles, recursos que fueron utilizados para tender 61 Km. de líneas y redes Eléctricas y para incrementar en 500KW la potencia instalada en sistemas aislados.

El P.S.E. Chachapoyas permitió la interconexión de la ciudad de Chachapoyas con la Central Hidroeléctrica de Caclic ,que tiene una capacidad de 4.2 MW , garantizando así el suministro Eléctrico a la capital del Departamento ,que fue un anhelo esperado por muchas décadas, esta Central también abastece a las localidades de Luya y Lamud, para los próximos meses se tiene proyectado ampliar esta red a todos los Distritos de las provincias, permitiendo de esta manera su desarrollo económico , hoy en día ha empezado el segundo plan de electrificación del Departamento con lo que no quedara ninguna capital de distrito de las provincias de Chachapoyas, Luya, Rodríguez de Mendoza y Bongara sin electrificación.

En la provincia de Bongará, en la central de Jumbilla se esta produciendo energía parcialmente, no siendo utilizada la mayor cantidad perjudicando de esta manera al desarrollo Industrial.

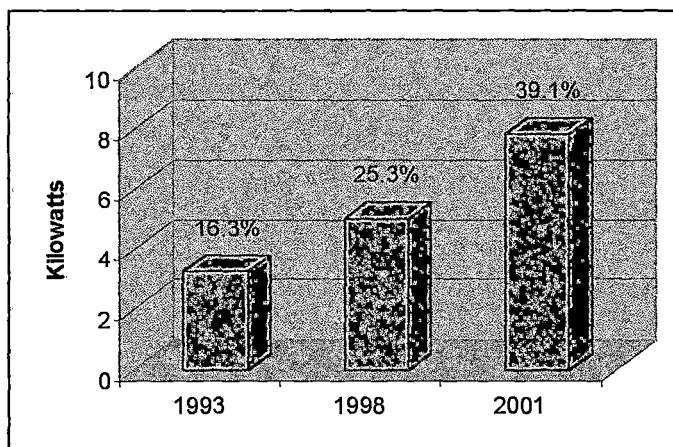
En la Provincia de Rodriguez de Mendoza, la central Hidroelectrica de San Antonio, tambien genera Energia en forma parcial, solo opera una turbina de 485 Kw teniendo 7450 Kwh por dia no utilizada que puede servir para la transformaci3n Industrial.

Estas dos provincias, a pesar de tener mercados locales reducidos y con peque1a concentraci3n poblacional, Jumbilla con 1451 habitantes( zona urbana) y San Nicol3s con 4137 habitantes ( zona urbana) ,poseen un gran potencial para la actividad Industrial, especialmente para la explotaci3n forestal.

Las obras indicadas asi como otras ejecutadas por el MEM y la Empresa concesionaria, permitieron elevar el coeficiente de electrificaci3n Departamental del 16.3% en 1993, al 25.3% en 1999 y con los proyectos que este a1o est3n ejecutando tanto el estado como de la Empresa privada se espera llegar al 39.1%.

A pesar de los avances significativos logrados en la zona en materia de electrificaci3n en los ultimos anos, todavia existen centros poblados en zonas aisladas que no cuentan con este servicio, comprometiendose a redoblar esfuerzo para alcanzar las metas fijadas en el Plan de Electrificaci3n Nacional 2000-2005.

### Evolución de la Electrificación Departamental



Fuente .MEN Chachapoyas

Elaboración propia

### 3.3.2 AGUA POTABLE

Este recurso constituye un factor importante para la localización y posterior desarrollo de las Micro y Pequeñas Industrias en el desarrollo Sub Regional.

Por limitaciones de estadística, no se cuenta con una base de datos de la producción del volumen de agua en los principales centros poblados como Luya, Lamud, Leymebamba, Molinopampa, San Nicolás, Pedro Ruiz, La Florida y Jumbilla.

Es por eso que tomaremos como referencia la ciudad de Chachapoyas por su concentración de población, actividad comercial, Industrial y servicio financiero.

En los últimos años el consumo de agua potable en la ciudad de Chachapoyas ha tenido un crecimiento constante a una velocidad de 13.39% anual, esta situación va a dar lugar a un aumento bruto de la producción que no está de acuerdo con el valor del consumo facturado.

Estos hechos nos indican problemas empresariales en la Administración del servicio de consumo de agua potable ya que frente a un menor número de facturación se está dando origen a la elevación de las tarifas, afectando así los costos de producción de las Industrias, cabe destacar que en los lugares donde no tenemos estadísticas de consumo tenemos un gran potencial hidráulico, que favorecen a la instalación de Empresas Industriales.

### **3.3.3 INFRAESTRUCTURA VIAL Y TELECOMUNICACIONES**

El sistema de infraestructura vial y Telecomunicaciones, constituye una actividad económica dirigida a la articulación espacial en la Sub - Región, uniendo principalmente los centros de producción de las diferentes localidades en el Mercado de consumo.

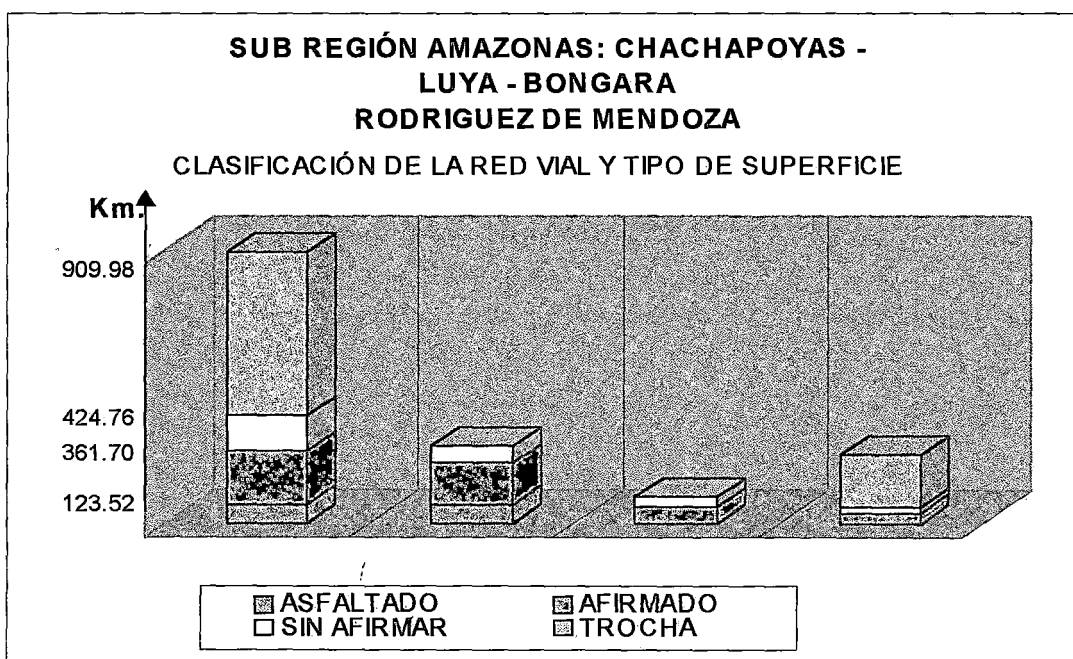
#### **A. Infraestructura Vial**

El estado de conservación y mantenimiento de la red vial (Terrestre y Aérea), permite un flujo dinámico y económico, que básicamente repercute en los costos de distribución, que favorecen tener precios competitivos, así también el avance tecnológico en el campo de la comunicación incidirá en la velocidad y eficiencia de los servicios para la producción.



La Sub Región tiene un total de 909.98 Km. de carretera, de los cuales 424.76 Km. (47%) pertenecen a la Red vial Nacional, 123.520 Km. (13.6%) comprende la Red Vial Departamental y 361.70 Km. (39.7%) integran la red vial local.

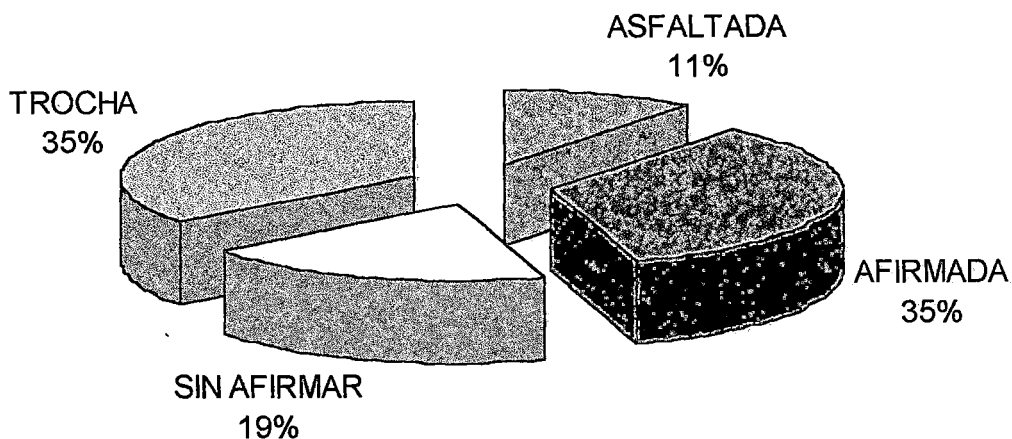
En lo referente del tipo de superficie de rodadura 98.67 Km. es asfaltada (10.84%) 314.37 Km. es afirmado (34.55%) 175.86 Km. (19.33%) sin afirmar y 321.08 Km. (35.28%) son trocha.



Fuente Dirección Sub Regional de Transportes , Vivienda y Construcción

Elaboración propia.

Gráfico en % del tipo carretera



Fuente Dirección Sub Regional de Transportes, Vivienda y Construcción

Elaboración propia

**Cuadro N° 1 .- SUB REGION CHACHAPOYAS : CLASIFICACION DE LA RED VIAL Y TIPO DE SUPERFICIE**

NOMBRE DE LA CARRETERA	Longitud total Km.	TIPO DE SUPERFICIE (Km)			
		ASFALTADO	AFIRMADO	NO AFIRMADO	TROCHA
<b>RED NACIONAL</b>					
Pte. Magunchal_Ingenio_Pomacochas	98.67	98.67	--	--	--
Achamaqui_Ingenio	38.6	--	38.6	--	--
Pte Chacanto_Leymebamba Chachapoyas	171.71	--	111.91	59.8	--
Chachapoyas R. de Mendoza_Omia	--	--	--	--	--
_Gebil_Pto. Carretera	115.78	--	85.18	30.6	--
<b>TOTAL RED NACIONAL</b>	<b>424.76</b>	<b>98.67</b>	<b>235.69</b>	<b>90.4</b>	<b>--</b>
<b>RED DEPARTAMENTAL</b>					
Balsapata_Jumbilla_Recta_Pta Carretera	40.46	--	28	12.46	--
Caclic_Lamud	18.1	--	18.1	--	--
Chachapoyas Aeropuerto	6.96	--	6.96	--	--
Balsas Longotea	58	--	--	58	--
<b>TOTAL RED DEPARTAMENTAL</b>	<b>123.52</b>	<b>--</b>	<b>53.08</b>	<b>70.46</b>	<b>--</b>
<b>SUB TOTAL RED NACIONAL Y DEPARTAMENTAL.</b>	<b>548.28</b>	<b>98.67</b>	<b>288.75</b>	<b>160.86</b>	<b>--</b>

Fuente Dirección Sub Región de Transporte, Vivienda y Construcción

Elaboración propia

**Cuadro N° 2 .- SUB REGION CHACHAPOYAS : CLASIFICACION DE LA RED VIAL LOCAL Y TIPO DE SUPERFICIE**

NOMBRE DE CARRETERA	Longitud Total Km.	Tipo de superficie (Km.)			
		Asfaltado	Afirmado	Sin Afirmar	Trocha
Sub tot.Red Nac.y Depart.	548.28	98.67	288.75	160.86	-
<b>RED VECINAL</b>					
Lamud_Olto_Paclas	25	-	-	-	25
Luya_Cohechan_Conila	13.5	-	-	-	13.5
Ingenio_Sipasbamba	7.89	-	-	-	7.89
Tincas_Lonya Chico	10	-	-	-	10
Aeropuerto_Huancas	5.79	-	-	-	5.79
Pte.San Antonio_Longar_Cochamal	11.3	-	-	-	11.3
Molinopampa_Rollo	2.18	-	-	-	2.18
Puente Olla_Cheto	7.12	-	-	-	7.12
Rodríguez de Mendoza_Huambo	11	-	11.02	-	-
Samanga_Montevideo_San Pedro	11.56	-	-	-	11.56
Tingo_Magdalena	1.9	-	-	-	1.9
Inguilpata	1.5	-	-	-	1.5
Limatambo_Duraznopamapa	3.33	-	-	-	3.33
La Colpa_Sonche	2.46	-	-	-	2.46
Santa Rosa_Totora_Limabamba	19.8	-	14.6	-	5.2
Pedro Ruiz_San Carlos	7.64	-	-	-	7.64
Chachapoyas_Levanto	22.1	-	-	-	22.1
Pte.Corontachaca_Chosgón	11.28	-	-	-	11.28
Totora_Milpuc	7	-	-	-	7
Yambrasbamba	7.5	-	-	-	7.5
Cohechan_Cruspata	6.63	-	-	-	6.63
Ubilón_Jalca Grande	17	-	-	-	17
Tingo_Kuelap	36.5	-	-	-	36.5
Soploco	12.5	-	-	-	12.5
Chontapampa_Vituya	3.7	-	-	-	3.7
Pte.Chacanto_Balsas_Cocabamba	4	-	-	-	4
San Vicente_Pusac_Chiquibamba	3.5	-	-	-	3.5
Magdalena_Mayno	13.5	-	-	-	13.5
Samango_Yeso	3	-	-	-	3
Huincunjo_Colcamar	13	-	-	-	13
Milpuc_Chontapampa	3.5	-	-	-	3.5
Milpuc_Chirimoto	5	-	-	-	5
Lamud_Trita_Luya Viejo	12	-	-	-	12
Valera	7.5	-	-	-	7.5
San Jerónimo	2.5	-	-	-	2.5
Quispes	13	-	-	-	13
Choctama I_Yumal	15	-	-	15	-
<b>TOTAL RED VECINAL</b>	<b>361.7</b>	<b>-</b>	<b>25.62</b>	<b>15</b>	<b>321.08</b>
<b>TOTAL SUB REG.CHACHAPOYAS</b>	<b>909.98</b>	<b>98.67</b>	<b>314.37</b>	<b>175.86</b>	<b>321.08</b>

Fuente Dir.Sub Reg. De Trans .Comunicaciones Vivienda y Construcción

Elaboración propia

La construcción de la carretera Omia Saposoa ( Región San Martín) es de vital importancia para la zona, así como la construcción de la carretera Jumbilla - Molinopampa que permitirá la integración de los pueblos de la zona del Alto Imasa quienes están vinculados a los mercados de Chachapoyas, Rioja, Moyobamba y Tarapoto, además poseen un gran potencial agrícola y ganadero.

Carretera Jumbilla - Molinopampa



Además en la provincia de Luya es de vital importancia la construcción de la carretera Choctamal - Pizuquia - Ocallí que actualmente están siguiendo los trabajos, esto posibilitara la articulación e integración Geo Económica de una amplia zona productora de café, maní, cacao y frutales hacia los mercados de Jaén, Utcubamba y Chiclayo.

## **B. Empresa de transportes**

Refiriéndose al transporte interdepartamental actualmente se cuenta con el servicio de las siguientes empresas de Transporte Terrestre de pasajeros y carga en el trayecto Chachapoyas - Chiclayo - Lima ellos son:

- Empresa de transportes CIVA
- Empresa de transportes PERLA DEL ALTO MAYO
- Empresa de transportes KUELAP
- Empresa de transporte TRANSCARSH
- Empresa de transporte ZELADA
- Empresa de transportes MOVIL TOURS.

También existe el servicio de pasajeros y carga entre las localidades de Bagua, Pedro Ruiz, Jumbilla, Moyobamba y Tarapoto.

A nivel de interlocalidades de la zona tenemos servicios a todos los distritos que cuentan con vía carrosable.

La Región cuenta con dos aeropuertos que se ubican en las ciudades de Chachapoyas y Rodríguez de Mendoza pero que no tienen un itinerario permanente debido a que llegan aviones alquilados de la FAP.

## **C. COMUNICACIONES Y TELECOMUNICACIONES**

La Sub Región actualmente a pesar de contar con los servicios de telefonía, telex, Correos, televisión, y radio ofrece un servicio con serias limitaciones en cuanto a

expansión , que dista mucho de otros lugares del país para ser un componente competitivo dentro de un contexto de economía de mercado, es decir solo se concentran en las ciudades especialmente en la capital de Departamento.

El servicio telefónico tiene su sede en la ciudad de Chachapoyas, atendido por la central telefónica de la ciudad de Chiclayo, esta integrado a larga distancia permitiendo una interconexión Nacional e Internacional, casi en todos los pueblos con mayor cantidad poblacional y acceso de carreteras existen teléfonos comunitarios, algunos distritos mas alejados cuentan con sistemas de radios de transmisión que se obtuvieron gracias a la creación de los Comités Locales de Administración de Salud y estos radios son propiedad de Salud pero sirven a la comunidad.

Las ciudades de Chachapoyas, Jumbilla Mendoza y Lamud cuentan con repetidoras y estaciones terrenas, gozan del servicio de retransmisión de programas de TV de las empresas de Frecuencia Latina, Global TV Panamericana y RTP solo en la ciudad de Chachapoyas se ha establecido el sistema TV cable (circuito cerrado) lo cual permite sintonizar programas producidos por TV extranjeras,

A nivel de la ciudad de Chachapoyas funciona cinco emisoras Radio Difusoras privadas, y son Reina de la Selva, Kuelap, G y M y Horizonte que es del clero y de la propiedad municipal Radio Nor Peruana.

En la localidad de Mendoza, funciona tres Radios Emisoras privadas PAX , San Nicolás y Radio Nor Oriental de propiedad municipal, en toda la Sub región se sintonizan otras emisoras de alcance nacional e internacional, también es frecuente escuchar la programación de emisoras ecuatorianas, Colombianas, Americanas y Europeas.

El rezago de las comunicaciones y telecomunicaciones es grande en comparación con las principales ciudades del país.

#### **3.4 PRINCIPALES CENTROS PRODUCTIVOS DE TRANSFORMACION**

Nuestra concepción de centros productivos de transformación de acuerdo a la realidad socio económica del espacio Sub Regional, ha considerado como aspectos importantes para su determinación, variables como el tamaño poblacional, nivel de infraestructura productiva, radio de acción e influencia de cada centro, como la aproximación a mercados mayores.

En un primer avance de análisis y conocimiento que se ha venido realizando en la temática y por nuestra experiencia, se ha determinado los principales centros productivos de transformación :

**Cuadro N° 3 .- CENTROS PRODUCTIVOS DE TRANSFORMACION**

PROVINCIA	LOCALIDAD	Población Distrito	INFRAESTRUCTURA		
			Agua Potable	Energía	Articulación Vial
CHACHAPOYAS	Chachapoyas	20.075	si	Térmica	si
	Leymebamba	4.282	si	Térmica _ Hidráulica	si
	Molinopampa	2.777	si	Hidráulica	si
BONGARA	Jazan	8.611	si	Hidráulica	si
	La Florida	4.562	si	Térmica	si
	Jumbilla	1.452	si	Hidráulica	si
LUYA	Luya	4.386	si	Hidráulica	si
	Camporredondo	5.337	no	no	si
R. DE MENDOZA	San Nicolás	4.137	si	Hidráulica	si

Elaboración propia

### **3.5 PRINCIPALES ACTIVIDADES INDUSTRIALES**

#### **3.5.1 SECTOR ALIMENTICIO**

- Industria del cultivo de hortalizas, legumbres, productos de vivero, todo ello en mínima escala.
- Elaboración de productos lácteos.
- Elaboración de conserva de frutas.
- Elaboración de productos de panadería y pastelería.
- Elaboración de chocolate y confitería en pequeña escala.

#### **3.5.2 SECTOR MADERERO**

- Extracción de madera.
- Aserradero y cepilladura de madera.
- Fabricación de muebles de madera.



### **3.5.3 SECTOR METAL MECANICO**

- Fabricación de productos metálicos para uso estructural.
- Fabricación de molinos , turbinas, etc.
- Tratamiento y revestimiento de metales.

### **3.5.4 SECTOR MINERO**

- Extracción de mineral no ferroso.
- Extracción de piedra, arena y arcilla.
- Fabricación de productos de arcilla y cerámica no refractario para uso estructural.

### **3.5.5 SECTOR MANUFACTURERO**

- Fabricación de calzados.
- Fabricación de prendas de vestir.
- Actividades de impresión.
- Destilación y mezcla de bebidas alcohólicas.
- Elaboración de bebidas gasificadas y fermentadas.

### **3.5.6 SECTOR AGROPECUARIO**

- Crianza de animales.
- Cultivo de productos agrícolas.

### **3.5.7 SECTOR ENERGIA**

- Generación, captación y distribución de Energía Eléctrica.
- Captación procesamiento y distribución de agua.

### **3.5.8 SECTOR CONSTRUCCION**

- Obras de Ingeniería civil.

## **3.6 ANALISIS FODA**

### **Fortalezas:**

- Los empresarios toman decisiones directas para el buen funcionamiento de la Empresa.
- Mano de obra calificada y barata.
- Productos de buena calidad.
- Insumos internos a bajo costo.
- Clima de la zona adecuado.

### **Debilidades:**

- Poca formalidad de las empresas.
- Financiamiento insuficiente.
- Falta de equipamiento de las empresas.
- Falta de conocimiento empresarial.
- Diseño de planta inadecuado.
- Tecnología tradicional.
- Falta de promoción.
- Información tecnológica deficiente.
- Falta de infraestructura.

**Amenazas:**

- Poca inversión del sector privado.
- Problemas financieros.
- Desorden Empresarial.
- Desactualización tecnológica.

**Oportunidades:**

- El impulso que da el gobierno actual al sector Industria y Turismo
- Vinculación con la cooperación técnica Internacional
- Motivación que ha generado el Turismo
- Asesoramiento y formalización de empresas industriales
- Capacitación permanente a empresarios industriales, artesanales y turísticos.
- Prestamos que actualmente da el gobierno a los trabajadores públicos.

**3.7 ESTRATEGIA DE DESARROLLO COMPETITIVO**

Las estrategias de desarrollo competitivo son alternativas de solución que nos proporcionamos y decidimos a desarrollar.

La misión futura de los empresarios es de ofrecer al cliente productos de buena calidad de tal manera que sean competitivos y que puedan satisfacer sus necesidades.

La Industria en la zona sur del Departamento de Amazonas no se encuentra desarrollada, por lo que es prioritario la capacitación del personal, tanto en gestión de la Empresa, como en la parte tecnológica y para ello necesitamos que las entidades tales como Cámara de Comercio, el Ministerio de Industria y el Colegio de Ingenieros, promuevan cursos de capacitación en las diferentes áreas de la Industria, aun que el Colegio de Ingenieros esta promoviendo pero cursos muy superficiales.

También se necesita la contratación de expertos en procesos Industriales de tal manera que vayan capacitando en la misma planta como mejorar sus productos de tal manera que sean competitivos, acorde con el mundo globalizado.

Otro de los puntos que se debe de tener en cuenta es, la búsqueda de nuevos mercados en la costa, ya que el mercado de la Región es demasiado restringido para pensar en un desarrollo Industrial y para ello necesitamos que las entidades tanto estatales como privadas promuevan y propagandicen la calidad de nuestros productos existentes, por que producimos productos de calidad.

También necesitamos que el Gobierno promueva el crédito en la zona sur ya que prácticamente es nula esta gestión y para ello se debe de gestionar para que a través del Banco de la Nación, COFFIDE abra una linera de crédito para los empresarios con un bajo interés, así también se debe de promover la creación de la Caja Municipal, Cajas Rurales y algunas ONGS para poder solucionar este problema que afecta a la industria de la zona.

Para poder ingresar a otros mercados mas competitivos, las empresas con la capacitación que se les brinde tienen que mejorar

sus productos tanto en acabado como en su presentación y distribución.

Otra de las alternativas estratégicas es el de mejorar las acciones administrativas relacionadas con el desarrollo Industrial ya que el dueño es Gerente, operario y vendedor al mismo tiempo.

Debemos de incrementar la formalidad de Empresas logrando la inscripción de Empresas de servicios turísticos, Industriales y comerciales.

Para mejorar el nivel de Gestión empresarial y calidad de productos industriales hay que promover la Industria y la Artesanía tanto en nuestro medio como en otros mercados, para lo cual debemos de realizar ferias y cursos y también acudir a ferias de otras regiones.

A través de la capacitación de empresarios y trabajadores se lograra mejorar los niveles productivos y calidad de productos así como la de servicios.

La realización de eventos feriales lograra la promoción y mejora en la calidad de producción de la industria y artesanía.

Debemos de buscar el establecimiento de un banco de proyectos para el financiamiento del empresariado.

También mediante boletines y medios de comunicación social debemos asesorar y orientar en los aspectos de competencia sectorial.

Realizar estudios y formular proyectos de actividad industrial y Artesanal con la finalidad de mejorar la calidad de sus servicios y su producción.

De esta manera estaremos forjando al desarrollo industrial de la zona y por lo tanto creando fuentes de trabajo y mejorando la calidad de vida del poblador Amasonense.



Fuente. Gastañadul 1984

## **CAPITULO 4**

### **ACTIVIDAD TURISTICA**

#### **4.1 SITUACION ACTUAL**

El sector turismo, es una actividad que permite articular los diversos sectores de servicio , que buscan su complementaridad y será usado como fuente que permita captar recursos y como instrumento para promocionar los recursos naturales de la zona. Para ello es necesario realizar previamente el inventario, restauración y revaloración de los lugares arqueológicos, para luego poder explotar los recursos turísticos, estableciendo circuitos turísticos y creando las condiciones necesarias para su promoción.

El paisaje turístico de la zona sur del departamento de Amazonas, por estar geográficamente ubicada en una región de ceja de selva, de por si es impresionante por su belleza natural y por su variedad climatológica existente.

En la provincia de Chachapoyas y en general en el departamento de Amazonas, existen importantes restos Arqueológicos y lugares turísticos que no se encuentran en buen estado de conservación y en su mayoría son desconocidos, así mismo existen diversas



manifestaciones culturales, expresadas en su artesanía, folklore, gastronomía, etc. que es necesario publicitarlos y revalorarlos.

La ciudad de Chachapoyas en si es un atractivo que conserva aun sus amplias casonas, con techos de tejas y de grandes patios, rodeados de jardines y vistosos balcones, que es producto de la influencia Hispana, ya que es la sexta ciudad fundada en el Perú por los Españoles, la Plaza de Armas es un atractivo cuadrilátero con una hermosa pileta de bronce de procedencia colonial, donde destaca el monumento al Prócer de la Independencia don Toribio Rodríguez de Mendoza, la Plazuela de la Independencia con su Monumento conmemorativo a la Batalla de Higos Urco, las diversas Iglesias que destacan por sus imágenes coloniales, el Pozo de Yanayacu en el cerro de Luya Urco construido por Santo Toribio de Mogrobejo, la Gruta de Santa Lucia, las Pampas de Higos Urco donde se sello la Independencia de Chachapoyas el 6 de Junio de 1821.

Además existen otros motivos de interés fuera de la provincia de Chachapoyas que en conjunto pueden formar un circuito turístico, teniendo como eje de las visitas la capital del departamento, teniendo así mas de 250 grupos arqueológicos entre los que destacan el complejo de Kuelap, ubicado en la provincia de Luya, que es una fortaleza con numerosas construcciones circulares, torreones, puestos de observación, terrazas elevadas, etc.

La zona sur del departamento de Amazonas cuenta con una reducida infraestructura para atender los servicios turísticos. En la actualidad, la zona cuenta con 25 establecimientos de hospedaje, (uno de tres estrellas, uno de dos estrellas, siete de una estrella, una casa de hospedaje y quince sin categoría) con un total de 417 habitaciones y 659 camas así mismo posee 199 restaurantes, 15 discotecas y 4

Vídeo Pub, del total de establecimientos de hospedaje solo uno (Gran Hotel Vilaya) ,se encuentra en optimas condiciones para brindar alojamiento tanto a turistas nacionales como extranjeros.

**Cuadro N° 4 .- ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE EN LAS PROVINCIAS DE CHACHAPOYAS, LUYA, BONGARA Y RODRIGUEZ DE MENDOZA**

N°.	Nombre del Establecimiento	Dirección	Categoría	Provincia	Ciudad o Distrito	N° Habitac.	N° cama
1	Gran Hotel Vilaya	Jr. Ayacucho 755	3 Estrellas	Chachapoyas	Chachapoyas	15	28
2	Hotel Amazonas	Jr. Grau 565	1 Estrella	Chachapoyas	Chachapoyas	37	65
3	Hostal Kuelap	Jr. Amazonas 1057	1 Estrella	Chachapoyas	Chachapoyas	36	46
4	Hostal Johumaji	Jr. Ayacucho 701	S/C	Chachapoyas	Chachapoyas	33	43
5	Hostal Dorado	Jr. Ayacucho 1065	1 Estrella	Chachapoyas	Chachapoyas	15	27
6	Hostal Continental	Jr. Ortiz Arrieta 431	1 Estrella	Chachapoyas	Chachapoyas	35	35
7	Hostal Revash	Jr. Grau S/N	S/C	Chachapoyas	Chachapoyas	9	19
8	Hostal Danubio	Jr. 3 Esquinas 193	1 Estrella	Chachapoyas	Chachapoyas	13	27
9	Hostal El Tejado	Jr. Grau 585	1 Estrella	Chachapoyas	Chachapoyas	9	15
10	Casa Hospedaje Laguna de Cóndores	Jr. Salamanca S/N	Casa Hospedaje	Chachapoyas	Chachapoyas	14	22
11	Casa de Hospedaje Gutiérrez	Jr. Ortiz Arrieta S/N	S/C	Chachapoyas	Chachapoyas	8	9
12	Albergue Laguna del Cóndor	Leymebamba	S/C	Chachapoyas	Leymebamba	10	20
13	Didogre	Jr. 16 de Julio 324	S/C	Chachapoyas	Leymebamba	12	20
14	Altiplano	Jr. R. de Mendoza 310	S/C	R. de Mendoza	San Nicolas	14	35
15	Grandez	Pje Hilario López 110	S/C	R de Mendoza	San Nicolas	17	25
16	Kuelap	Jr. Garcilazo 452	S/C	Luya	Lamud	18	23
17	La Marginal	Av. Marginal 124	S/C	Bongara	Jazan	12	17
18	La Florida	Jr Independencia 525	S/C	Bongara	Florida	15	25
19	Amazonense	Av. Marginal 146	S/C	Bongara	Jazan	13	20
20	Davila	Pje Juan Sumarán 115	S/C	Bongara	Jazan	14	17
21	Cajamarquino	Av. Marginal 520	S/C	Bongara	Florida	8	8
22	Hotel Casablanca	Av. Marginal 122	2 Estrellas	Bongara	Bongara	24	54
23	Hostal 5 Esquinas	Soriano Margen 261	1 Estrella	Bongara	Bongara	15	24
24	Hostal el Paraíso	Jr. Independencia 668	S/C	Bongara	Florida	15	25
25	Hostal Oso Verde	Av. Marginal 502	S/C	Bongara	Florida	6	10
Total						417	659

Fuente MITINCI  
Elaboración propia

**Cuadro Nº 5 .- ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE, AGENCIAS DE VIAJE, RESTAURANTES Y DISCOTECAS EN LA SUB REGION**

AÑO	CATEGORIA	PROVINCIAS			
		CHACHAPOYAS	BONGARA	LUYA	R. DE MENDOZA
1995	Establecim. de hospedaje	6	5	1	2
	Agencia de Viaje	-	-	-	-
	Restaurantes	56	14	6	6
	Discotecas	9	3	-	-
	Snak Bar	2	-	-	-
	Vídeo Pub	1	-	-	-
1996	Establecim. de hospedaje	7	5	1	1
	Agencia de Viaje	-	-	-	-
	Restaurantes	80	28	7	6
	Discotecas	10	3	-	-
	Snak Bar	4	-	-	-
	Vídeo Pub	2	-	-	-
1997	Establecim. de hospedaje	8	5	1	2
	Agencia de Viaje	1	-	-	-
	Restaurantes	111	22	7	7
	Discotecas	10	3	-	-
	Snak Bar	4	-	-	1
	Vídeo Pub	2	-	-	-
1998	Establecim. de hospedaje	8	6	1	2
	Agencia de Viaje	1	-	-	-
	Restaurantes	115	24	7	9
	Discotecas	-	3	-	-
	Snak Bar	4	-	-	1
	Vídeo Pub.	7	-	-	-
1999	Establecim. de hospedaje	8	7	-	-
	Agencia de Viaje	-	-	-	-
	Restaurantes	128	33	7	13
	Discotecas	10	3	-	2
	Snak Bar	-	-	-	-
	Vídeo Pub	3	-	-	-
2000	Establecim. de hospedaje	9	20	1	1
	Agencia de Viaje	1	-	-	-
	Restaurantes	128	45	13	13
	Discotecas	9	6	-	-
	Snak Bar	-	-	-	-
	Vídeo Pub	4	2	-	-
2001	Establecim. de hospedaje	13	9	1	2
	Agencia de Viaje	1	-	-	-
	Restaurantes	128	45	13	13
	Discotecas	9	6	-	-
	Snak Bar	-	-	-	-
	Vídeo Pub	4	-	-	-

En 1995 el flujo de turista extranjeros a la ciudad de Chachapoyas fue 166 personas de los cuales 148 tuvieron como destino la Fortaleza de Kuelap.

En 1996 el numero de visitantes extranjeros a Kuelap fue de 208 mientras que los turistas nacionales llegaron a 2630 personas, la recaudación por ingresos a la Fortaleza de Kuelap fue de 12,054 Nuevos Soles.

El año 2000 el flujo de turistas extranjeros fue de 1134 y hasta Julio del 2001 es de 775 turistas.

**Cuadro N° 6.- FLUJO DE TURISTAS EN LA SUB REGION (PROVINCIAS CHACHAPOYAS, LUYA, BONGARA Y RODRIGUEZ DE MENDOZA)**

AÑO	NACIONAL	EXTRANJERO
89	70508	480
90	70216	36
91	64832	280
92	43790	200
93	53900	226
94	34007	211
95	34043	166
96	47577	208
97	59108	821
98	79001	634
99	57347	1442
2000	54352	1134
Jul. 2001	18686	775

Fuente MITINCI y Sub Región V Chachapoyas

Elaboración propia

El número de turistas extranjeros que arribaron a Chachapoyas en 1996 fue escasamente el 0.08% del total de turistas que arribaron al país en ese mismo año.

Desde 1990 a 1995, poco ha sido el interés del turista nacional y Extranjero de conocer esta región a pesar de los múltiples atractivos que presenta.

En Junio de 1995 se comenzó a realizar una promoción agresiva del Turismo con la edición de un SPOT - FOPTUR, donde hasta 1997 el turismo receptivo se ha incrementado en un 302% y el flujo turístico nacional en un 10%. En 1998 se tubo una ligera baja en los primeros meses de alta temporada debido a los desastres naturales ocasionados por el fenómeno del Niño.

En 1997 se descubrió seis mausoleos en la Laguna de los Cóndores de Leymebamba realizándose un reportaje por la DISCOVERY CHANNEL(1999) y el documental de Alejandro Guerrero(1999) denominado Reinos del Bosque a raíz de los reportajes y la visita del presidente a nuestro principal atractivo turístico, en Julio de 1999 el Flujo Turístico Nacional se ha incrementado notablemente, siendo un problema no esperado la capacidad instalada de los Establecimientos de hospedaje en nuestra localidad.

Decretos y leyes con el fin de incentivar el turismo : En 1985 se aprueba la ley N° 24027- Ley General de Turismo con su Reglamento aprobado por D.S.N° 039-85 -ICTI/TUR del que venia rigiendo toda la actividad turística. Desde ese entonces se aprobaron varios reglamentos en lo que se refiere a establecimientos de hospedaje, restaurantes, agencias de viaje, guías, etc., recibiendo estas algunas modificaciones en el transcurrir de los años.

En 1998 se aprueba la ley N° 26961 - Ley para el desarrollo de la actividad turística, con disposiciones ágiles donde involucra al

Estado, gobiernos locales, y otros organismos para lograr un desarrollo sostenido.

En 1999 el Gobierno Central denomina el AÑO DE LA ACTIVIDAD TURISTICA INTERNA, con D.S. N° 049-98 PCM, se declara feriado no laborables en la Administración Publica con el único objetivo de incentivar el turismo en el Perú.

## **4.2 ANALISIS DE LAS CONDICIONES EXISTENTES**

### **4.2.1 EL TURISMO EN LA ECONOMÍA NACIONAL**

El sector turístico genera el 4.5% del producto bruto interno del país y genera más de 350,000 puestos de trabajo directo.

Índice de Inflación y PBI.- A partir de 1993 el Perú ha venido obteniendo favorables condiciones económicas, es así que la tasa de inflación que en 1990 llegó a 7481.7% se redujo a 6.046% en el año de 1997, mientras que el PBI creció en 7.4%.

PBI del Sector Turismo.- En el periodo de 1980 a 1997 el PBI creció a razón de una tasa anual de 1.45% mientras que el PBI turística creció al 2.1%, la participación del PBI turístico dentro del PBI general se incrementó del 3,4% en 1980 al 3.8% en 1997 y a 4.5% en el 2000.

Ingresos por Turismo.- Las divisas extranjeras generadas por efecto del turismo comparadas con las exportaciones ha venido incrementándose de un 6.2% en 1985 al 11.9% en 1997. En el periodo de 1996 a 1997 el sector turismo fue el

tercero más importante generador de divisas extranjeras superado solo por el cobre y la pesca actualmente tenemos un ingreso de mas 1000'000,000.00 de Dólares en divisas.

Inversión Extranjera en Turismo.- La inversión extranjera directa en turismo en el año de 1997 fue de US\$ 3.64 millones representando el 0.13% del total de las inversiones extranjeras en nuestro país. Los principales inversionistas provinieron de Estados Unidos de Norte América y del Reino Unido, cuya inversión significo el 96% de la inversión total.

#### **4.2.2 MERCADO TURISTICO**

El pequeño número de visitantes que llegan a la zona sur del Departamento de Amazonas no satisface a las expectativas del potencial turístico que posee. En la actualidad el numero de visitantes que llega a nuestro Departamento es de 1150 extranjeros y 54,352 nacionales aproximadamente incluyendo viajeros por negocios y aquellos que visitan amigos y parientes. El número es bastante bajo considerando las posibilidades turísticas de la zona que han de ser tomadas en cuenta y comparadas con Cajamarca que es de 330,349 extranjeros y 232,070 nacionales.

Los sitios turísticos son limitados.- Especialmente para los visitantes internacionales que casi en un 100% solo visitan la fortaleza de Kuelap, por lo tanto es importante tomar medidas para distribuir a los visitantes a los diferentes destinos turísticos que aun no son publicitados.



Escasa diversificación de productos turísticos.- Los recursos turísticos en la zona sur de la Sub región Chachapoyas tienen una gran variedad, El establecimiento de una combinación adecuada entre cultura y ecología es indispensable para poder diversificar el turismo.

Deficiente Cooperación entre Departamentos Vecinos.- En consecuencia es necesario tener una estrecha colaboración con los Departamentos de Lambayeque y Cajamarca ya que son los lugares a donde vienen con más frecuencia los turistas extranjeros.

Lugar alejado de la Capital.- Por la distancia y calidad de servicios Amazonas no es considerado como destino turístico, además por la calidad de servicios y la facilidad que pueda encontrar el turista debido a que sus pobladores aprovechan de que son extranjeros para cobrarles lo que les parezca, también la insuficiente red vial y de transporte no hace factible el interés por visitarle.

Escasez de Hoteles de Calidad.- La actividad turística demanda de hoteles de clase media con buena calidad que sirva tanto a turistas nacionales como extranjeros y es lo que hace falta en la zona sur del departamento, además es conveniente la educación y entrenamiento turístico para mejorar la calidad de los servicios además necesitamos guías turísticos y es del que adolecemos.

### **4.2.3 INFRAESTRUCTURA TURISTICA**

En las provincias de Chachapoyas, Luya, Rodríguez de Mendoza y Bogara , contamos con un solo Hotel tres estrellas ubicado en la ciudad de Chachapoyas.

Se deben de establecer claramente categorías de alojamiento además observamos una carencia de inversión en cuanto a turismo, la inexistencia de Hoteles de 4 y 5 estrellas hace que restrinja el desarrollo turistico en la zona.

Las viviendas familiares convertidas en alojamiento no prestan las comodidades necesarias , por lo tanto es necesario la inspección de esas instalaciones particulares para poder mejorarlas.

**Cuadro N° 7 .- REQUISITO MINIMO DE LOS ALOJAMIENTOS POR CATEGORIA**

		CATEGORIA				
Características		5 Estrellas	4 Estrellas	3 Estrellas	2 Estrellas	1 Estrella
Hoteles	Número de cuartos	40	30	20	20	20
	Simple	13m2	12m2	11m2	9m2	8m2
	Doble	18m2	16m2	14m2	12m2	11m2
	Suites (Dormitorio Integrado)	28m2	26m2	24m2	-	
	Suites (Dormitorio Independ.)	32m2	28m2	26m2	-	
	Baños por cuarto	Una Tina Privada	Una tina Privada	Una ducha Privada	0.5 ducha común	0.25 ducha común
	Requisitos de Area	5.5m2	4.5m2	4.0m2	3.0m2	3.0m2
Apart Hotel	Número de cuartos	6	6	6		
	Un dormitorio Integrado con cocina para Huéspedes	28m2	26m2	24m2		
	Un dormitorio con sala común y cocina independiente	32m2	28m2	26m2		
	Dos dormitorios Integrales con cocina para huéspedes	46m2	42m2	38m2		
	Dos dormitorios con sala común y cocina independiente	50m2	44m2	40m2		
	Un dormitorio	Una tina privada	Una tina privada	Una ducha privada		
	Dos dormitorios	Una tina y lavatorio	Una tina y lavatorio	Una ducha y lavatorio		
Requisitos de area	5.5m2	4.5m2	4.0m2			
Hostels	Número de cuartos			6	6	6
	Simple			11m2	9m2	8
	Doble			14m2	12m2	11
	Baños por cuarto			Una ducha privada	0.5 ducha común	0.25 ducha común
	Requisitos de área			4m2	3.0m2	3.0m2

Fuente Reglamento de facilidades para acotamiento

La falta de Museos bien implementados a excepción del Centro Malqui creado en Leymebamba hace que baje el atractivo turístico en los diferentes lugares, ya que los museos tienen un gran potencial y atractivo para captar visitantes. Por lo tanto, es necesario establecer museos de sitio en los principales

lugares turísticos y arqueológicos como en Kuelap, Karagia y algunas capitales de distrito.

Las aguas termales y aguas azufradas no se aprovechan en nada, por lo tanto es conveniente tomar las medidas adecuadas.

Falta de instalaciones recreativas.- Es necesario promover el desarrollo de instalaciones que reflejen las características de cada sitio turístico, promocionar por ejemplo el canotaje en el río Utcubamba, río Molinopampa y además alas delta en el mismo lugar de la Fortaleza de Kuelap y la ciudad de Chachapoyas por no mencionar tantos otros lugares aptos para este deporte.

La deficiente organización para el transporte es otras de nuestras debilidades, no existen señalizaciones indicando distancia entre lugares, tan poco tenemos plataformas de observación y diversión a lo largo de las rutas mas importantes, en la ciudad no existe terminales terrestres formales por lo tanto es necesario mejorar estos sistemas para mejorar la estadía de los turistas.

#### **4.2.4 INFRAESTRUCTURA VIAL**

Deficiente Red Vial.- Las vías pavimentadas en la zona sur es mínima, lo único que se encuentra pavimentada es la Carretera Marginal 98.67 Km. que no favorece casi en nada al desarrollo de la zona sur del Departamento de Amazonas, debido a que el transporte en este tramo se realiza en forma directa de la costa a la selva, por lo tanto, para poder trabajar en estrecha

cooperación entre diferentes lugares turísticos, es importante desarrollar la red de carreteras, que muchos de los pueblos especialmente del lado este de la ciudad de Chachapoyas, no cuentan con este servicio.

Es importante también mejorar las instalaciones del aeropuerto ya que en la actualidad funciona en forma interrumpida que limitan el viaje de turistas.

Electricidad.- Se debe de esperar el desarrollo de la electrificación propuesto por el CTAR Amazonas a los diferentes distritos de tal manera que los turistas tengan las comodidades necesarias, esta obras ya empezaron a construir.

Otro de los temas a priorizar es el de expandir la red de líneas telefónicas haciendo uso del sector privado ya que la mayoría de los pueblos de esta zona carecen de este servicio.

#### **4.2.5 CONSERVACION DEL AMBIENTE Y DESARROLLO SOCIAL**

Falta de coordinación entre el sector turismo y el sector ambiental.- Las coordinaciones entre los gobiernos centrales, gobiernos locales, sectores privados, las comunidades en general es muy indispensable para poder tratar los temas ambientales, es decir, establecer un sistema por medio del cual las actividades turísticas financien la conservación de los lugares turísticos.

Conservación de áreas naturales.- Existen restricciones en cuanto a las instituciones como la experiencia, personal capacitado y recursos financieros para la conservación de las

áreas naturales que hoy en día se encuentra en una profunda depredación.

La falta de percepción del medio ambiente conduce a problemas como el de la deforestación y la caza indiscriminada de animales silvestres, que muchos de ellos se encuentran en proceso de extinción. No existe una institución que pueda promover incentivos económicos para preservar el medio ambiente, además el rol del ecoturismo en el manejo ambiental no está completamente reconocido.

La falta de conocimiento para impulsar e implementar el ecoturismo es otro de los problemas principales, no existen pautas adecuadas para el Ecoturismo incluyendo estándares de seguridad ni tampoco organización alguna que obligue a la industria turística el cumplimiento de las normas.

Limitada participación local en los negocios turísticos.- Es decir la participación local es limitada debido a la insuficiente educación y conocimiento turístico.

Dificultad para vender productos agrícolas al sector turismo.- Debido a que las comunidades campesinas no tienen éxito en ofrecer sus productos a las empresas turísticas que por ahora son muy pocas.

Deficientes canales de negociación para vender productos artesanales.- Es decir no existen canales de comercialización adecuados que a través de los cuales los productores de artesanía puedan vender sus productos. Los productores tienen pues una limitada capacidad de comercialización debido

a una débil organización empresarial y una falta de organización gremial.

#### **4.2.6 CONSERVACION DE LOS RECURSOS TURISTICOS CULTURALES E HISTORICOS**

Tanto el MTC, como el CTAR-AMAZONAS, las municipalidades y los gobiernos locales tienen responsabilidad en la conservación del patrimonio cultural, pero sin embargo los recursos presupuestales son escasos para cumplir con este objetivo.

Las municipalidades deben de participar en la conservación del patrimonio cultural y no solamente dejar al INC para esta actividad y también deben de apoyar en la promoción y desarrollo del turismo.

La participación del sector privado es de suma importancia en la preservación de los recursos turísticos sin embargo en esta zona es nula.

No existe cooperación entre el sector público y privado, que permitan el aprovechamiento turístico para poder generar recursos económicos para su conservación.

Participación Local.- Las comunidades colindantes con los sitios turísticos tienen que identificarse con ellos, esta actitud conduce a que no sea depredado, además la participación de la comunidad en la administración y beneficio del turismo es casi nula ya que son las provincias las que se benefician.

Al atraer el desarrollo turístico, con políticas y acciones para la participación de las comunidades locales adyacentes a los recursos turísticos, producen beneficio a la promoción turística aliviando de esta manera su economía

#### **4.2.7 ADMINISTRACION TURISTICA**

La administración del turismo en general en el Perú es dispersa, existen tres organizaciones que lo administran:

- El MITINCI, que se encarga de dar las políticas.
- El Ministerio de la Presidencia, que construye la infraestructura y otros proyectos presupuestales.
- PROM PERU, es el que promociona.

El sector turismo debe de tener una entidad que permita la coordinación de estas dependencias para un mejor desarrollo y administración del turismo.

El MITINCI es una oficina que depende del CTAR - AMAZONAS, por lo tanto no tiene suficiente autoridad para tomar decisiones relacionados con turismo debido principalmente a factores presupuestales.

Existe poco o casi nada de información en los lugares turísticos, los gobiernos regionales poseen información que no son aprovechados para impulsar el turismo.



No existe policías de turismo en la región.

No existe organización alguna que pueda agrupar a la industria turística para un mejor desarrollo.

#### **4.2.8 PROMOCION TURISTICA Y FACILIDADES PARA EL VISITANTE**

Deficiente información del mercado sobre Amazonas como destino turístico.- El Departamento de Amazonas como destino turístico es aun casi ignorado esto se debe a la insuficiente promoción turística.

Imagen negativa de la zona.- El Departamento de Amazonas es considerado como una zona de personas incultas y poco hospitalaria esto se debe a la falta de información real de la zona.

Falta de promoción.- A pesar de su gran potencial turístico la zona sur del Departamento de Amazonas no se ha establecido como destino turístico por falta de una promoción adecuada, tanto en el mercado nacional como Internacional.

El sector privado juega un papel importante en la promoción turística, pero como las empresas privadas existentes especialmente las de transporte terrestre de pasajeros son pequeñas, es muy poco lo que puedan aportar a la promoción.

Papel de las Municipalidades.- Las municipalidades deberían de actuar como coordinadores de la actividad turística entre el

MITINCI y las empresas turísticas locales, pero no se ven envueltas en la promoción turística.

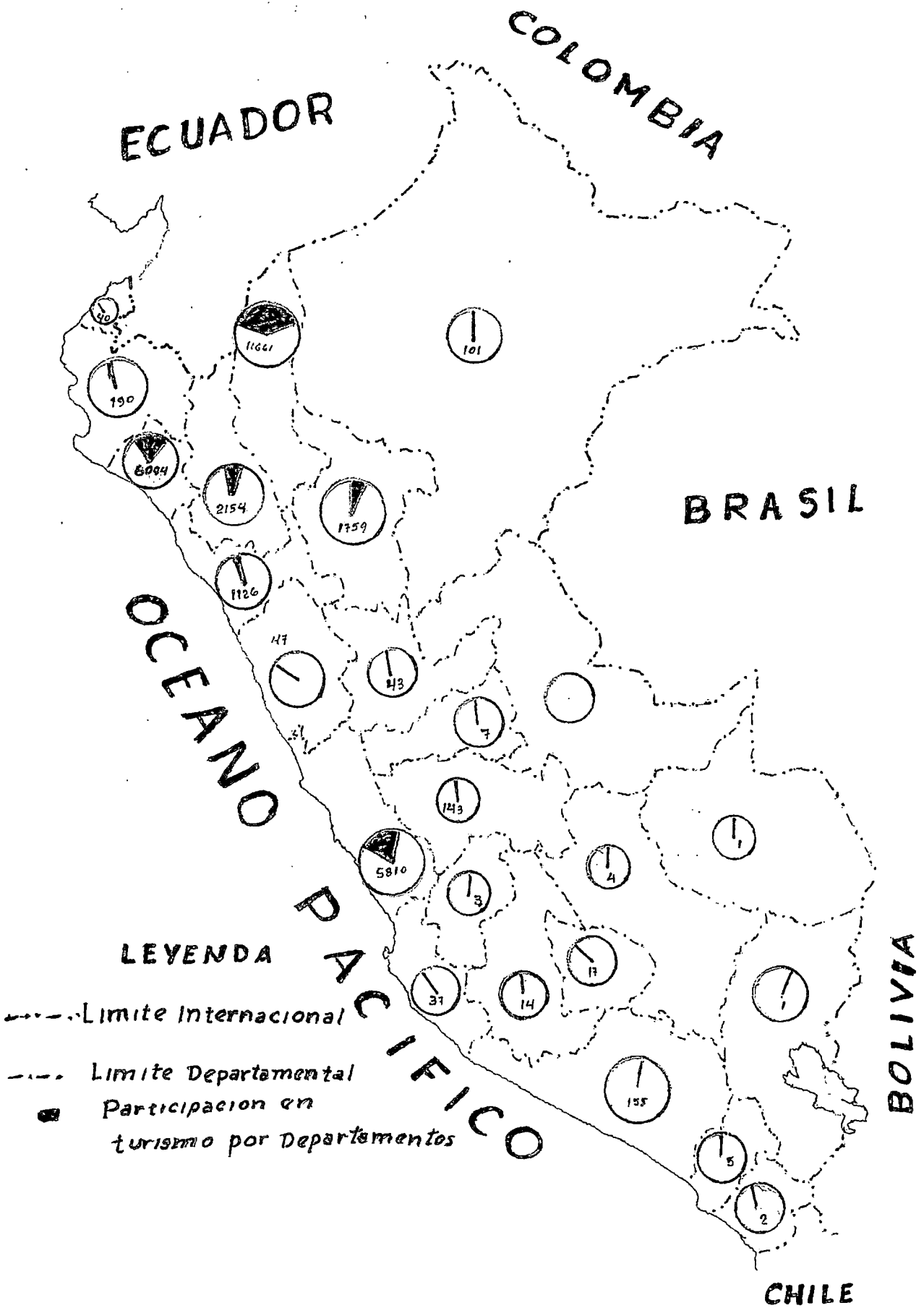
Identificación de mercados.- Aunque todavía no ha sido identificado el principal mercado para el turismo receptivo en base al cual se deberían enfocar las actividades promocionales, de acuerdo a las estadísticas de llegada, vemos que los turistas que se interesan visitar Amazonas son provenientes de E.E.U.U., Alemania, Holanda, Francia, Australia entre otros, y en cuanto a turistas nacionales provienen de Lima, Callao, Arequipa, La Libertad, Lambayeque, Piura y San Martín.

Existe pues la necesidad de realizar investigaciones de mercado para identificar con más detalle la procedencia de los visitantes.

Cuadro N° 8.- ARRIBOS DE TURISTAS NACIONALES SEGÚN SU PROCEDENCIA

DEPARTAMENTO	AÑO 1998	Participación en %
Lima y Callao	5810	19.8
Amazonas	11661	39.8
Ancash	47	0.16
Apurímac	17	0.05
Arequipa	155	0.52
Ayacucho	14	0.04
Cajamarca	2154	7.4
Cuzco	4	0.01
Huancabellca	3	0.01
Huanuco	43	0.14
Ica	37	0.12
Junín	14	0.04
La Libertad	1126	3.8
Lambayeque	6094	20.8
Loreto	101	0.34
Madre de Dios	1	0.003
Moquegua	5	0.02
Pasco	7	0.02
Piura	190	0.6
Puno	1	0.003
San Martín	1759	6
Tacna	2	0.006
Tumbes	40	0.13
Ucayali	-	-
TOTAL	29285	100

Fuente: ITINCI  
Elaboración propia



Cuadro Nº 9.- FLUJO DE TURISTAS EXTRANJEROS POR LUGAR DE PROCEDENCIA

PAISES	AÑO		
	1998	1999	2000
Alemania	47	165	155
Argentina	2	13	5
Australia	8	44	55
Austria	5	33	18
Bélgica	5	19	43
Brasil			1
Canadá	17	65	34
Colombia			6
Checoslovaquia	5	2	10
Chile	1	13	3
Danés	1	10	1
Dinamarca	4	7	8
Ecuador		1	2
E.E.U.U.	95	174	116
Escocia	1	25	6
España	21	37	44
Francia	39	51	88
Gran Bretaña		13	43
Holanda	16	72	123
Hungría	2	8	4
India			2
Inglaterra	100	111	157
Irlanda		9	10
Israel	11	33	21
Italia	15	25	19
Japón	3	6	4
Korea			1
México	3	1	9
Noruega		1	2
Polonia		6	8
Portugal		6	2
Sud Africa	6	2	3
Suecia	4	8	12
Suiza	31	51	71
Uganda	3	16	2
Uruguay			1
Venezuela			7
Yugoslavia			1
Zelandia	17	17	23
Zimbauer		2	

Fuente ITINCI

Elaboración propia.

Aprovechamiento de las festividades .- en la zona sur del Departamento de Amazonas existen una gran variedad de festividades y eventos durante todo el año, por lo tanto es necesario aprovechar estas actividades y promover los viajes a nuestra zona.

Los materiales promocionales no son eficientes, como los afiches que muchos de ellos no enfocan las partes mas sobresalientes de ciertos lugares, estos materiales son de suma importancia para promocionar tanto en el mercado nacional como internacional por lo tanto es necesario de manejarlo en forma mas efectiva.

Falta de información turística.- La zona sur del Departamento de Amazonas no cuenta con una adecuada infraestructura para sus oficinas de turismo ni en el aeropuerto así como tan poco en el centro de la ciudad además no existe transporte publico del aeropuerto a la ciudad.

Poca importancia a la llegada de turistas .- La impresión que se lleva un turista a su llegada a un determinado lugar es el de la promoción turística que influye mucho en la comunicación boca a boca, desafortunadamente a la llegada de un turista a nuestra zona se da impresiones desagradables debido a que los terminales terrestres no son adecuados, como muchos de ellos no tienen ni siquiera sala de espera, más aun algunos descargan en las calles.

## **4.3 EVALUACION DE LOS RECURSOS TURISTICOS**

### **4.3.1 RECURSOS TURISTICOS NATURALES**

La zona sur del Departamento de Amazonas, en su interior es poseedor de una extrema belleza paisajística por estar ubicado fundamentalmente en ceja de selva, como principal atractivo para los visitantes tenemos el valle del río Utcubamba, valle del Huayabamba, Sonche, Vituya, Vilaya y el valle del río Imaza con sus impresionantes lugares ecológicos en los límites con el Departamento de San Martín, además posee hermosas lagunas legendarias, como son Laguna de Pomacochas, Laguna de los Cóndores, Las Siete Lagunas, Laguna de Ochentas, Laguna de Mamacocha, etc., que contrastan con las cadenas de montaña que atraviesan su territorio como Pishco Huañuna, Puma Urco, Calla Calla y Llama Urco, cuyas alturas oscilan entre los 3200 a 3800 m.s.n.m. formando de esta manera inolvidables paisajes. También tenemos un extremo paisajístico formado por el abismal cañón del río Marañón, que a lo largo de sus playas se cultivan Coca y Cacao, se encuentra entre los 700 y 900 m.s.n.m., las ventajas del medio ambiente son abundantes y diversificadas con una Bio diversidad de Flora y Fauna por estar ubicado en ceja de selva, posee bellas playas en las orillas de los ríos Marañón, Utcubamba, Alto Imasa, Molinopampa y San Nicolás.



Tenemos abundantes recursos hidrobiológicos, en sus ríos y lagunas podemos insentivar el deporte acuático como el canotaje.

Posee una naturaleza montañosa valiosa incluyendo fuentes termales y de aguas azufradas.



#### **4.3.2 RECURSOS TURISTICOS HISTORICOS**

El Monumento Arqueológico de Kuelap con la cultura pre Inca como núcleo histórico de la ciudad de Chachapoyas.

El complejo Arqueológico de Yálape con una antigüedad de 1100 a 1300 años DC.

El conjunto Habitacional de Macro como núcleo cultural pre hispánico, etc. Pero sin embargo es necesario restaurarlos y protegerlos de las diversas amenazas de destrucción.

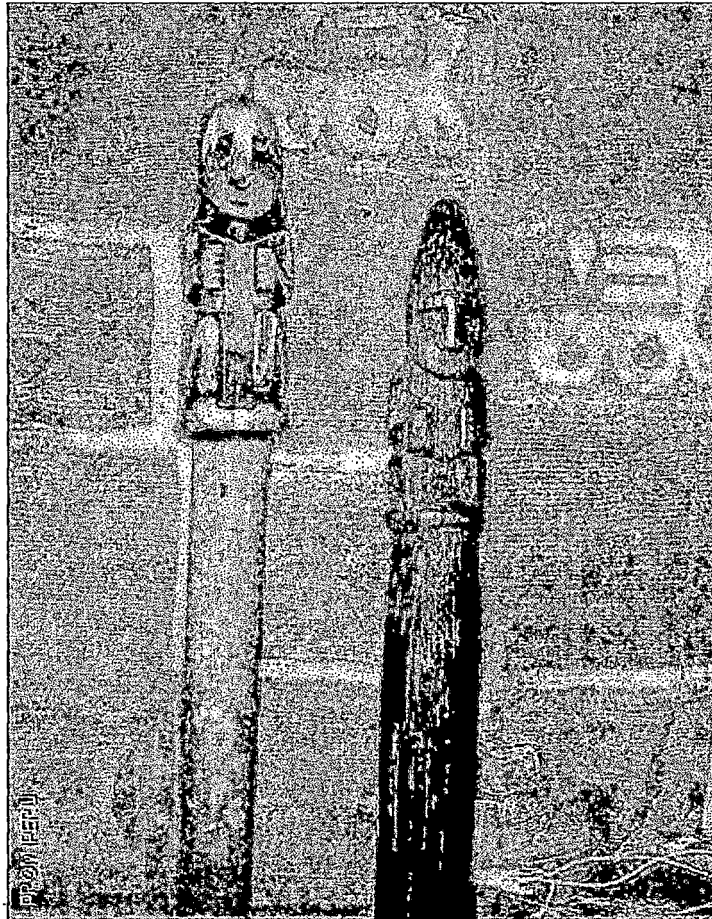
Poseemos pueblos históricos, como Levanto y la Jalca que sirvieron como centros militares, además incluyen Iglesia y casas legendarias como el de Pantoja.

Posee un gran patrimonio religioso como son las iglesias en las provincias y todo sus distritos con valiosas ornamentaciones y esculturas decoradas en el interior, que también son necesario restaurarles y protegerles, especialmente en los distritos donde se encuentran en completo abandono.

Posee lugares conmemorativos de la época moderna, tales como monumentos y lugares de la época de la guerra de la independencia como son las Pampas de Higos Urco donde se llevó a cabo la batalla del mismo nombre el 6 de Junio de 1821 entre peruanos y realistas.

### 4.3.3 RECURSOS TURÍSTICOS CULTURALES

Atractiva artesanía tradicional incluyendo tejidos, alfarería, y tallados en madera, sin embargo es necesario promocionarlo para una exhibición mas efectiva y atraer el mercado.



Danzas y música que pueden ser vistas casi durante todo el año en los diferentes distritos y con una diferencia de estilos como las danzas actuales del distrito de Levanto.

Festividades religiosas y rituales, que atraen no solo a la población local sino a todo aquel que visita la zona especialmente la festividad religiosa de la virgen de Asunta el

**Cuadro N° 10.- CATEGORIA DE LOS RECURSOS TURISTICOS**

CATEGORIA DE RECURSOS TURISTICOS	CARACTERISTICAS DEL RECURSO
1.- Recursos Turísticos Naturales	- Areas protegidas naturales
	- Ríos, lagunas y cascadas
	- Cordilleras, altiplano y valles
	- Baños termales, cuevas
	- Playas
	- Paisajes
2.- Recursos Turísticos Históricos	- Lugares y ruinas Pre Incaicas
	- Lugares y ruinas Incaicas
	- Iglesias, casas y pueblos
	- Monumentos Históricos
3.- Recursos Turísticos Culturales	- Artesanía (cerámica, tejidos, tallados en madera)
	- Danzas y música, ceremonias y festivales culturales y religiosos
4.- Estilos de vida	- Lugares con estilos de vida
	- Rituales tradicionales
5.- Recursos hechos por el hombre	- Atracción Industrial

Elaboración propia

15 de Agosto. en Chachapoyas, la fiesta del Señor de Gualamita que se celebra el 14 de Setiembre en Lamud y la fiesta de San Nicolás que se celebra el 8 de Setiembre en la ciudad de Rodríguez de Mendoza.

Actividades Metafísicos como el uso de la planta que cura y la planta que mata además de los hechiceros especialmente en Luya, Colcamar, Pueblo de María, El Cerezo, etc.

#### **4.3.4 RECURSOS TURISTICOS CREADOS POR EL HOMBRE**

Tenemos la Central Hidroeléctrica de Caclic, también tenemos instalaciones industriales tradicionales, como la destilación del aguardiente en el Valle del Utcubamba y la provincia de Rodríguez de Mendoza, además la fabricación de Quesos en forma casera.

### **4.4 CENTROS TURISTICOS PRINCIPALES**

#### **4.4.1 CATEGORIA DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS**

Los recursos turísticos están clasificados en cinco categorías considerando sus características y la clasificación anterior de MITINCI , que ha sido modificado. La ultima ha sido cambiada por el INT de seis categorías (sitios naturales, manifestaciones culturales, folklore, realizaciones técnicas, científicas, Artísticas, contemporáneas, acontecimientos programados, grupos étnicos) a dos categorías (sitios naturales, y manifestaciones culturales) tal como muestra el cuadro.

**Cuadro N° 11.- RECURSOS TURISTICOS DE LA ZONA SUR DEL DEPARTAMENTO DE AMAZONAS**

RECURSOS	PROVINCIAS				
	CHACHAPOYAS	LUYA	BONGARA	R. DE MENDOZA	
Natural	Playas del río Utcubamba		Laguna de Pomacochas	Valle de San Nicolas	
	Playas del río Imaza		Aguas azufradas	Laguna de Huaman Pata	
	Catarata entre Pedro Ruiz y Chachapoyas				Cavernas calcareas de San Antonio
	Laguna de los Cóndores				Playas del río Huayabamba
	Catarata del Chorro en la zona del Alto Imaza				Bosques naturales
	Aguas termales				
	Aguas azufradas				
	Bosque de Palmeras de Ocol				
	Laguna de Mamacocha				
	Las 7 Lagunas en la zona del Imaza				
Histórico	Resto arqueológico de macro	Fortaleza de Kuelap			
		Gran Vilaya			
	Resto Arqueológico de Ollape	Revash			
		Sarcófagos de Karagja			
	Resto arqueológico de San Pedro				
	Resto Arqueológico de la Congona				
	Resto Arqueológico de Yambashalca				

Elaboración propia

#### 4.4.2 DESCRIPCION DE LOS PRINCIPALES CENTROS TURISTICOS:

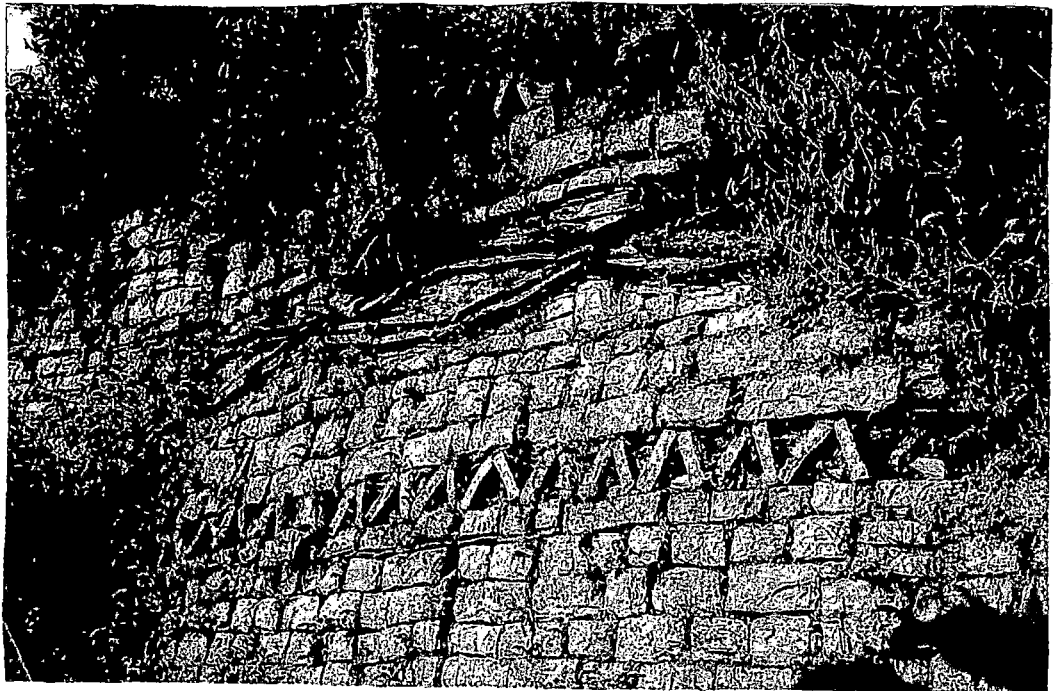
**EN LA PROVINCIA DE CHACHAPOYAS,** tenemos:

El resto ARQUEOLOGICO DE YALAPE, ubicado en el distrito Levanto a una distancia de 28 Km. de la ciudad, tiene una área

## CHACHAPOYAS



## FRISOS EN YALAPE ( Levanto )



de cuatro hectáreas aproximadamente con 400 casas. En la parte sur y sur este, existen todavía muros de contención con frisos en línea serpenteaba y en forma de cocos. Especialmente, el rasgo llamativo de estos frisos considera un interés para el turismo.

**EI RESTO ARQUEOLOGICO DE CONDECHACA**, también se encuentra en el distrito Levanto a una distancia de 15 Km. de la ciudad, esta compuesto por siete gradas, sostenidas por muros, cada una de estos escalones soporta unas casas redondas. Algunos muros están decorados con frisos romboides.

**COLLA CRUZ**, ubicado a 9 Km. de la ciudad, en el distrito Levanto y son andenerías pre hispánicas, con casas rectangulares de diferentes tamaños se ubican alrededor de la plaza central. Por las piedras rústicas usadas en este complejo, contrastando con alfarería fina de los andenes, se supone que se trata de un cuartel general.

**COMPLEJO ARQUEOLOGICO DE MACRO**, se encuentra ubicado a 56 Km. de la ciudad y en el distrito Magdalena, es un sitio arqueológico pre inca, Macro, a 50 m. de la margen derecha del río Utcubamba, esta asentado sobre la pendiente sudoeste de un espolón abrupto, en ella se encuentran cinco plataformas que soportan chozas, torreones, así como varias plataformas y cimientos de casas decoradas con frisos romboides. Por su valor artístico MACRO es el sitio más importante del distrito Magdalena.

SHIUAL se encuentra a 60 Km. de la ciudad en el distrito Magdalena, es una extensa caverna, quizá la más grande del Perú en la entrada se encuentran restos funerarios, siguiendo hacia la mano derecha se puede apreciar dos estalactitas grandes y a 200 m. se abre el coliseo, abismo en donde el visitante necesita una soga de 20 m. de largo. Entrando por la mano izquierda el visitante puede recorrer la caverna por un espacio de dos horas, no hace falta oxígeno. Una exploración mas allá significa una tarea para espeleólogos expertos.

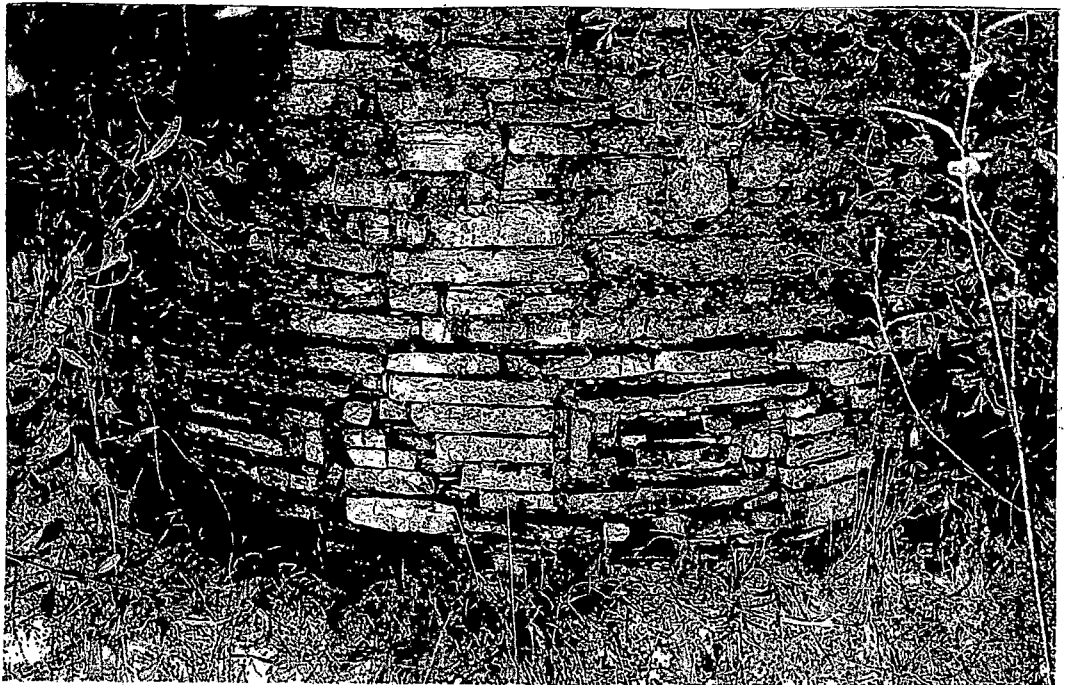
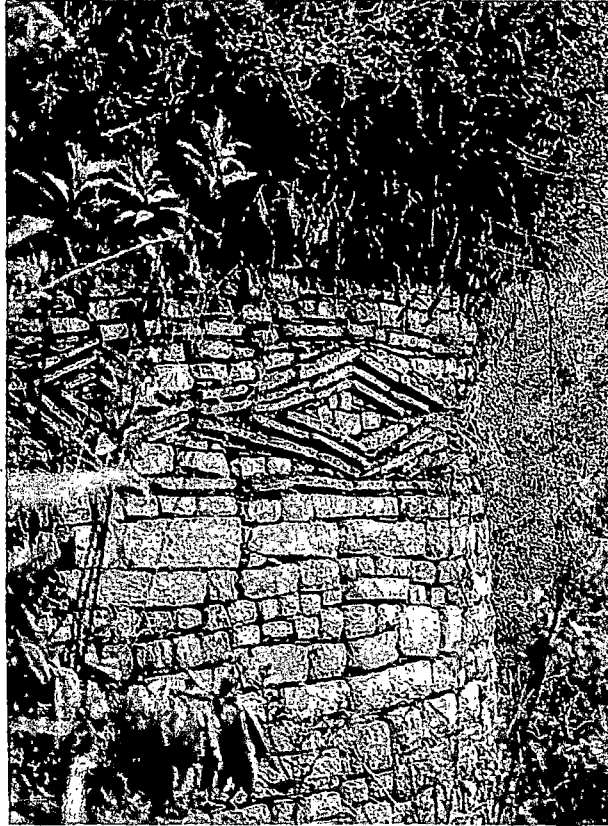
OLLAPE, se ubica en el distrito Jalca Grande a 76 Km. de Chachapoyas, es un centro poblado de construcciones circulares que perteneció al reino Sachapuyos, con ornamentación romboidal y hornacinas en las paredes, elaboradas con piedra y argamasa de barro, como todas las construcciones de la época del año 1150 al 1300.

RESTO ARQUEOLOGICO DE COCHABAMBA, ubicado en el distrito Chuquibamba, se considera un centro político militar de la cultura Inca, sus construcciones constituyen pórticos de piedra labrada y viviendas ornamentales. Según los estudiosos son asientos posteriores a los grupos humanos del reino Sachapuyos cuya influencia se inicio con una extensión de tres Has. Data de los años 1350 a 1450 D.C., su ambiente circundante es un paisaje natural.

LA CONGONA, se encuentra ubicada en el distrito Leymebamba a 83 Km. de la ciudad, es un conjunto habitacional construido de piedra labrada y colocada en forma simétrica con argamasa de barro, se aprecia decoración



**FRISOS EN LA CONGONA  
( Leymebamba - San cristobal )**



externa y en el interior hay hornacinas de forma cuadrangular se remonta de 1000 a 1350 D.C.

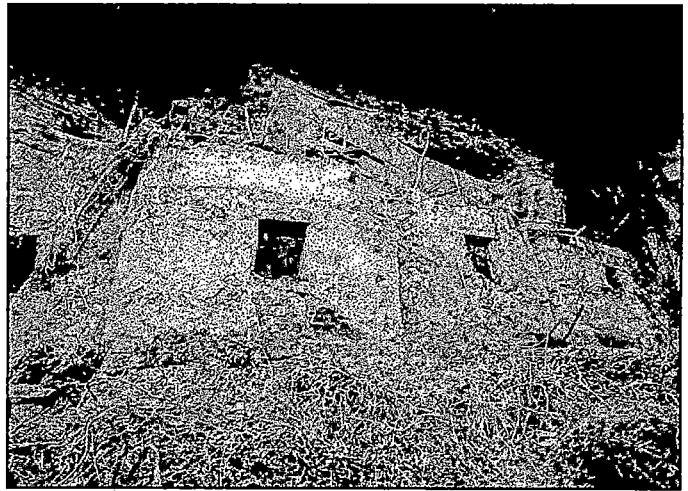
LA PITAYA, se encuentra ubicado en el distrito Huancas a 18 Km. de la ciudad, son petroglifos con representaciones de flora y fauna pre colombina, se aprecian 30 figuras, que representan varias clases de animales, así como escenas de caza, realizado en piedras y roca en un área de 100 m<sup>2</sup>, estas construcciones datan de los años 3000 A.C.

RESTO ARQUEOLOGICO DE OLAN, se encuentra ubicado a 70 Km. de la ciudad en el distrito Mariscal Castilla, es un centro poblado de 500 edificios circulares se caracteriza por la gran extensión de sus ruinas , en su interior presentan hornacinas cuadradas, triangulares y romboidales, es una de las ciudades más artísticas del reino de los sachapuyos.

RESTO ARQUEOLOGICO DE PURUNLLACTA, se encuentra ubicado en el distrito Cheto a 32 Km. de la ciudad, es un centro habitacional con características urbanas, esta construido de piedra y argamasa de barro teniendo una antigüedad de 1100 a 1300 años D.C.

LAGUNA DE LOS CONDORES, ubicado en el distrito Leymebamba a 93 km. es un complejo arqueológico compuesto por seis mausoleos incas, presenta características arquitectónicas de la cultura Chachapoyas y esta decorado con pinturas rupestres en la que fueron hallados cerca de un centenar de fardos funerarios, finos tejidos, cerámica, tallado en madera, mates decorados, quipus, coronas, y diversos objetos de gran valor.

Laguna de Los Cóndores



Chullpas en la Laguna de Los Cóndores



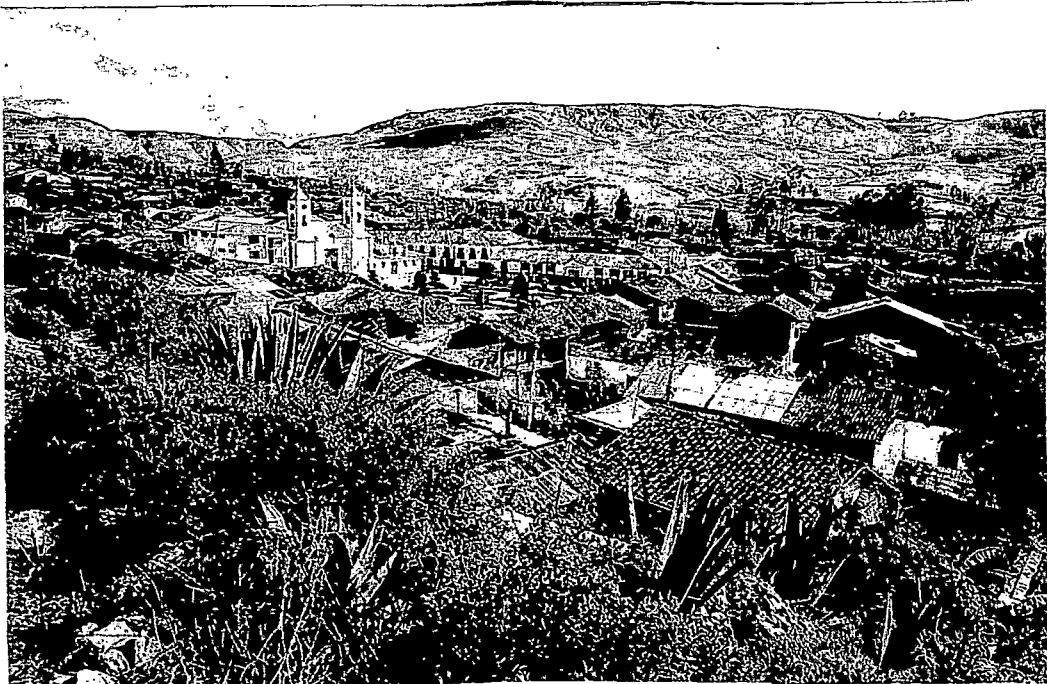
**EN LA PROVINCIA DE LUYA, tenemos:**

LA FORTALEZA DE KUELAP, se encuentra en el distrito Tingo a una distancia de 60 Km. de la ciudad, la maravillosa e imponente fortaleza pre-hispánica KUELAP, de aproximadamente 6 Has. de extensión y ubicada a más de 3,000 m.s.n.m., enclavada en un elevado risco de los andes nororientales de Amazonas y en la cuenca del río Utcubamba, es uno de los más extensos complejos arqueológicos del Perú y de América.

La Fortaleza es de forma alargada y tiene aproximadamente 6 Has., fue un centro político, religioso, militar de la cultura Sachapuyos, es uno de los complejos arqueológicos más importantes y mejor conservados de este grupo. En su construcción se utilizó piedra labrada con rellenos de piedra y barro. Las habitaciones son circulares con decoración romboidales, representaciones de ofidios y solamente un resto humano. Sus murallas de 20 m. de alto están casi integras.

Su antigüedad fluctúan entre 1100 y 1350 años D.C., los ingresos al interior de la Fortaleza constituyen estrechos callejones amurallados, semejando embudos en declive, constituidos como para obstaculizar el ingreso de invasores debido al progresivo estrechamiento de su desembocadura que apenas permitía el paso de una sola persona, detalle que además ayudaba la fácil eliminación de sus agresores. El ambiente circundante es de vegetación natural y del lugar se observa un impresionante paisaje.

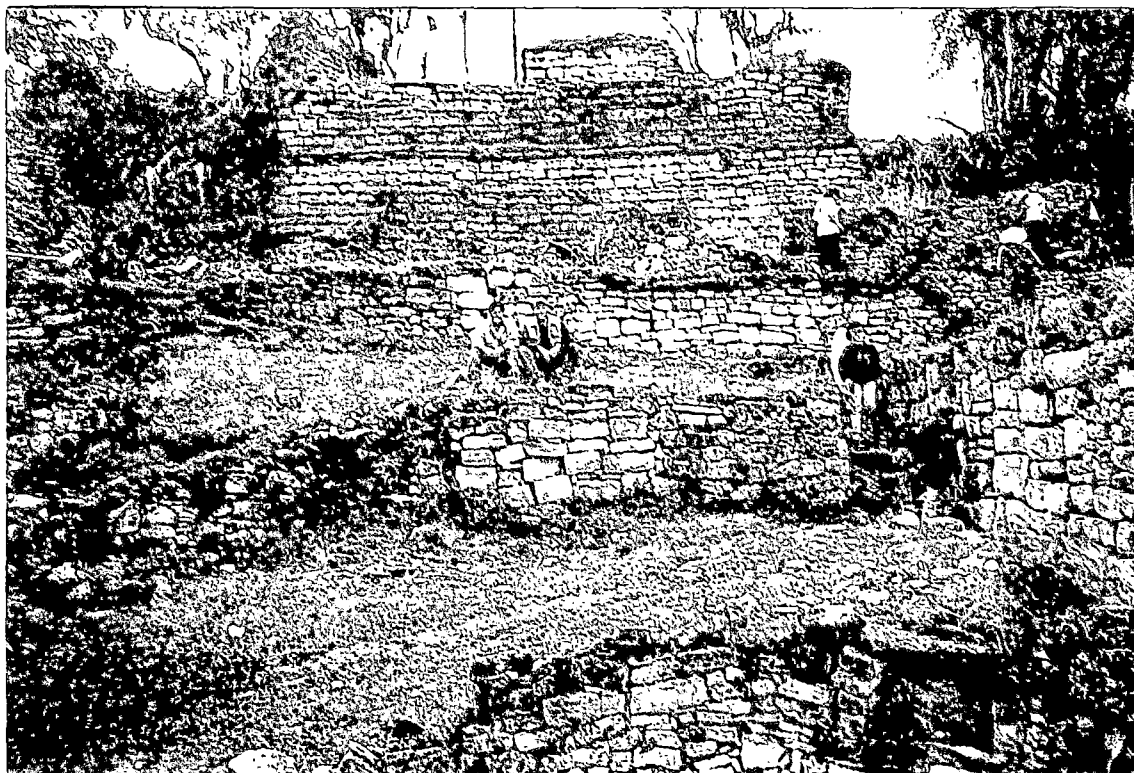
## LAMUD CAPITAL DE LA PROVINCIA DE LUYA



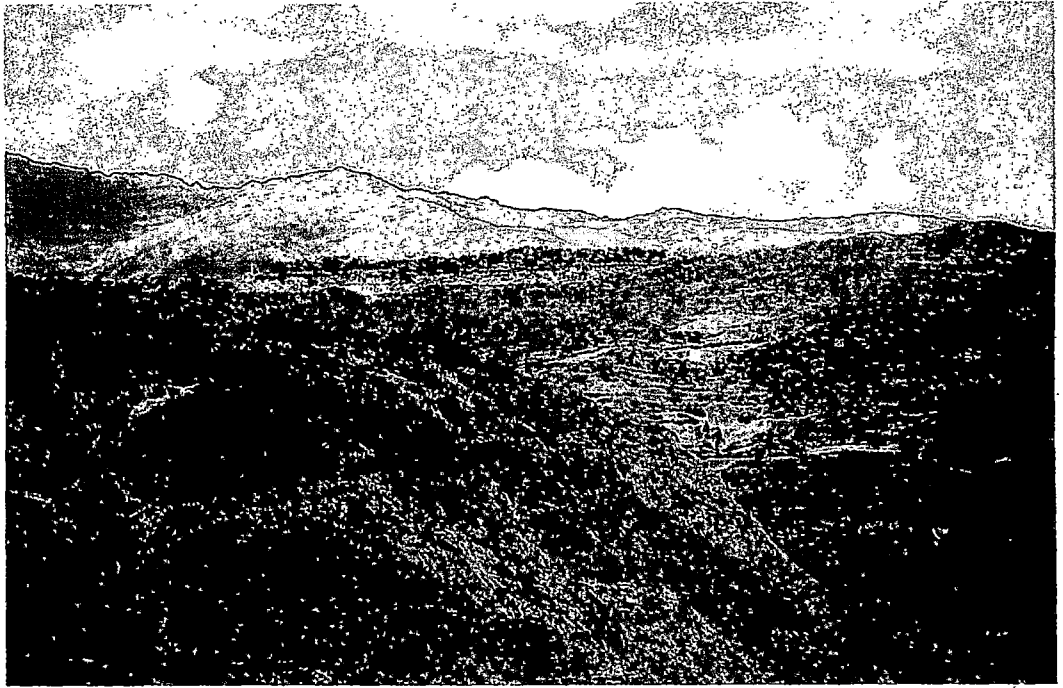
## FRISOS EN KUELAP



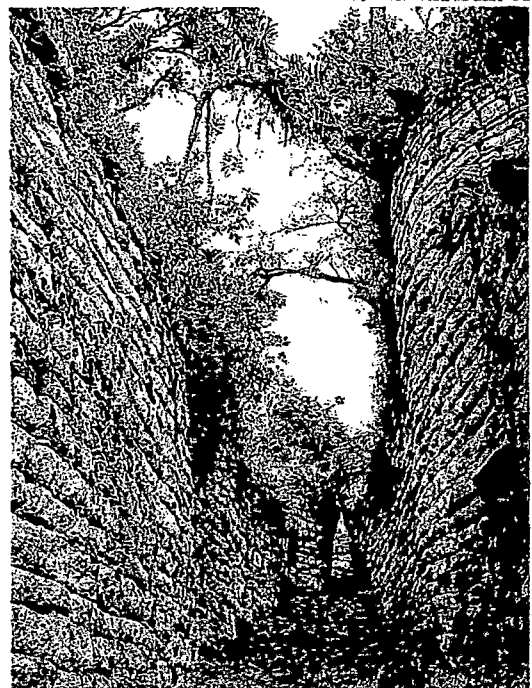
## FRISOS Y CONSTRUCCIONES EN KUELAP



**CIUDAD FORTIFICADA DE KUELAP**



**ENTRADA PRINCIPAL**



**CALLEJON QUE CONDUCE AL  
INTERIOR**



REVASH, se encuentra ubicado a 83 Km. de la ciudad de Chachapoyas y en el distrito Santo Tomas, son construcciones muy importantes de casas funerarias pintadas en las enormes faldas de las rocas, pinturas de animales de color rojo ocre, perteneciente a la cultura Chachapoyas, su antigüedad se remonta por los años 1100 y 1300 D.C. demuestra mejor acabado que sus similares de macro, su extensión es de 200 m<sup>2</sup>.

GRAN VILAYA, se encuentra ubicado en el distrito Piziquia a 105 km. de la ciudad de Chachapoyas y es un centro poblado de la época del reino de los Sachapuyos, su antigüedad se remonta por los años 1100 a 1350 D.C. se encuentra ubicado al oeste de la Fortaleza de Kuélap en una zona de existencia de muchos asentos arqueológicos que se relacionan entre si con una extensión de 6 Has.

Cuenta con construcciones de piedra circulares, ornamentadas con frizos romboidales, es uno de los recursos que requiere prioritaria atención, se sabe que por la zona que ocupa existe un camino incaico que conduce a las ruinas del Gran Pajatén.

Gran Vilaya





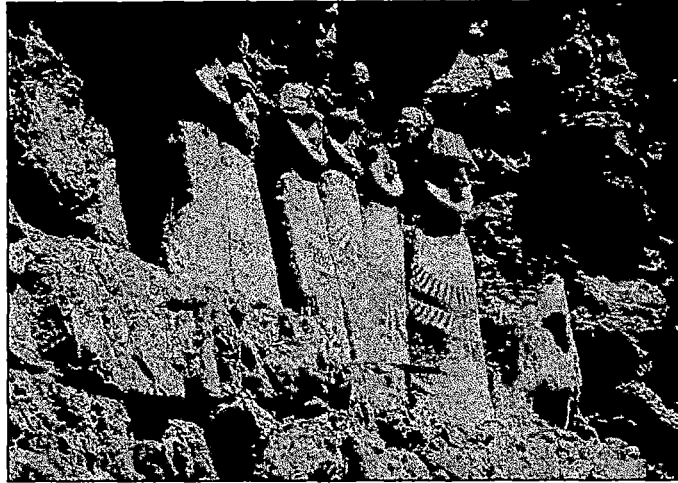
CHIPURIC, se encuentra ubicado en la provincia Luya a 48 km. de la ciudad de Chachapoyas, es un complejo habitacional de la cultura Sachapuyo, actualmente se observan vestigios de lo que constituyó una de las necrópolis más importantes de aquella época cuya antigüedad se estima entre el año 1100 y 1300 D.C. conocido por investigaciones realizadas, se encuentra casi totalmente deterioradas por las inclemencias de la naturaleza. Sus construcciones fueron hechas de barro, con impresionantes decoraciones en las paredes, sus fardos funerarios generalmente instalados en los riscos inaccesibles, conteniendo momias con su vestuario o indumentaria típica, admirablemente conservados.

KARAJIA, se encuentra ubicado en el distrito Cruz Pata a 33 km. de la ciudad de Chachapoyas, son Sarcófagos y aparecen en pequeños grupos formados de cuatro a ocho, van lateralmente unidos y reclinados de espaldas a la roca de la cueva. Es interesante remarcar que los Sarcófagos constan de dos partes cabeza y busto trabajadas en forma compacta y la cápsula funeraria que figura al contorno del cuerpo, la cabeza esta coronado por un tocado, estos Sarcófagos son también llamados PURUN MACHOS, datan entre los siglos XII y XV.

**PUEBLO DE LOS MUERTOS**



**MAUSOLEOS EN LUYA**



Sarcófagos de Karajia

**PUEBLO DE LOS MUERTOS**, se encuentra ubicado en el distrito Lamud a 36 km. de Chachapoyas, es un lugar dedicado al más allá, con un culto funerario a sus gobernantes, sus estatuas funerarias condecoradas y se asientan sobre una superficie de 1 Ha.

**EN LA PROVINCIA DE BONGARA**, tenemos:

**CATARATA DE CHINATA**, se ubica en el distrito San Carlos a una distancia de 50 Km. de la ciudad. Es una caída de agua de una altura aproximada de 580 m. de altura en tres tiempos, alrededor existe abundante vegetación típica de ceja de selva predominando las orquídeas y gran variedad de plantas.

**LAGUNA DE POMACOCHAS**, ubicado en el distrito Florida a 88 km. de la ciudad de Chachapoyas, esta situado en la margen oriental de la cordillera de los andes y al norte de Chachapoyas sus aguas son de color verde oscuro, en las partes más profundas turbio, emergen en mayor proporción de

**JUMBILLA CAPITAL DE LA PROVINCIA DE BONGARA**



**LAGUNA DE POMACOCHAS**



las precipitaciones y aguas de quebradas, tiene una profundidad de 80 m. esta laguna esta rodeada por cerros cubiertos de vegetación y arboles a las orillas abunda la totorilla y el carricillo.

**AGUAS TERMALES DE CHAQUIL - SUYUBAMBA - SIPASBAMBA**, se encuentra ubicado en el distrito Pedro Ruiz a 58 Km. de la ciudad. Son aguas azufradas y calientes, existen tres filtraciones de este tipo de aguas que van a desembocar en el río a una proporción global de 3 lt/min. con un perímetro de 500 m. rodeado de vegetación, formado por arbustos, arboles frutales y madereros.

**EN LA PROVINCIA DE RODRIGUEZ DE MENDOZA**, tenemos:

**AGUAS TERMALES DE LA COPLA**, se encuentra ubicado en el distrito Omia, son aguas azufradas calientes con grandes propiedades medicinales, existiendo dos grandes brotes u ojos de agua dentro de abundante vegetación típico de la zona alta, además en Mendoza tenemos hermosos paisajes con un clima tropical.

**PROVINCIA DE RODRIGUES DE MENDOZA**



**Cuadro N° 12.- PRINCIPALES RECURSOS TURISTICOS**

PROVINCIA	DISTRITO	RECURSO TURISTICO	CATEGORIA
CHACHAPOYAS	Chachapoyas	Pozo de Yanayacu	MA
	Chachapoyas	Pampas de Higos Urco	NA
	Concha	Laguna de Ochentas	NA
	Levanto	Yalape	HS
	Cheto	Monte Peruvia	HS
	Huancas	Cañón Huanca Urco	NA
	Huancas	La Pitaya	HS
	La Jalca	Laguna de Mamacocha	NA
	Levanto	San Pedro de Huashpa	HS
	Levanto	Collacruz	HS
	Magdalena	Machuriaca	HS
	Magdalena	Macro	HS
	Magdalena	Cuevas de Shihual	NA
	Leymebamba	Laguna de los Cóndores	HS
	Leymebamba	La Congona	HS
	Leymebamba	Diablo Huasi	HS
	Mariscal Castilla	Cerro Olan	HS
	Chuquibamba	Cochabamba	HS
	La Jalca	Ollape	HS
		Molinopampa	Bosques de Palmera
Granada		Las siete Lagunas	NA
BONGARA	Florida	Laguna de Pomacochas	NA
	Florida	Campana Urco	HS
	San Carlos	Catarata la Chinata	NA
	San Pablo	Catarata San Pablo	NA
	Chosgón	Catarata Corontachaca	NA
	Chosgón	Aguas Termales	NA
	Suyobamba	Aguas Termales	NA
LUYA	Tingo	Fortaleza de Kuelap	HS
	Cohechan	Karajía	HS
	Cohechan	Solmal	HS
	Luya	Wanglio	HS
	Luya	Chipuric	HS
	Luya	Gran Vilaya	HS
	Lamud	San Antonio	HS
	Lamud	Pueblo de los Muertos	HS
	Luya Viejo	Pinturas de Chanqui	HS
	Sto. Tomas	Revash	HS
	Sto. Tomas	Carangote	HS
	Pizuquia	Pueblo Alto	HS
	Rodríguez de Mendoza	El Cedro	HS
	Omía	Aguas Termales la Colpa	NA
	Omía	Plaza Pampa	HS
RODRIGUEZ DE MENDOZA	San Nicolas	Laguna de Huamanpata	NA
	Milpuc	Tragadero de Milpo	NA
	Longar	Aguas Termales de Michina	NA

Nomenclatura : NA : recursos naturales

MA : recursos creados por el hombre

Elaboración propia

HS recursos históricos

## **4.5 ANALISIS FODA**

Basándonos en el análisis de las condiciones existentes, las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas podemos clasificarlas de esta manera

### **FORTALEZAS**

La zona sur del Departamento de Amazonas constituidos por las provincias de Chachapoyas, Luya, Bongará y Rodríguez de Mendoza, cuenta con un gran potencial de recursos turísticos.

- Diversidad de recursos turísticos.
- Contamos con bastante información de los atractivos turísticos de la zona.
- Existe capacidad de liderar acciones a nivel de la zona.
- La recuperación de la democracia y la estabilidad económica.

### **OPORTUNIDADES**

- Vinculación con la Cooperación Técnica Internacional.
- Motivación que ha generado el Turismo.
- Desarrollo del plan Maestro de Turismo.
- Abundantes oportunidades para desarrollar productos turísticos basados en el concepto de turismo alternativo (aventura, ecoturismo, y místico).

### **DEBILIDADES**

- Dentro de los numerosos recursos turísticos existentes solamente Kuelap es conocido como destino turístico.



- Deficiente promoción turística debido al presupuesto.
- La cantidad y calidad de alojamientos es deficiente especialmente en las áreas rurales donde se ubican los recursos turísticos.
- La deficiente red de caminos ahuyenta el turismo.
- Deficiente capacidad administrativa y la falta de guías de turismo en zonas rurales.
- Falta de incentivos económicos entre los lugares turísticos y las comunidades colindantes.
- Falta de conciencia para la conservación de los recursos turísticos y culturales.
- Diversificación de la Administración Turística y no existe coordinación entre ellos para el buen manejo de los recursos.

## **AMENAZAS**

- Destrucción del gran potencial turístico de la zona.
- Poca inversión local en servicios.
- Mala prestación de servicios por falta de capacitación empresarial.
- La situación política internacional ahuyenta al turista.

## **4.6 ESTRATEGIA PARA EL DESARROLLO COMPETITIVO**

### **4.6.1 PAPEL DEL TURISMO EN LA POLITICA ACTUAL**

La única manera de salir de los problemas económicos en el Perú es a través del turismo, nosotros debemos prepararnos para que las personas que brindan servicio atiendan de la mejor manera a los turistas que visitan el país

Cuando un turista llega son muchos los aspectos de la economía que se movilizan, como restaurantes, hoteles, taxistas, guías, etc. debido a que el turista llega y gasta, por lo que urge que el personal que labora en la rama debe de estar preparado para brindar un buen servicio, los trabajadores son parte del producto por lo tanto, se les tiene que preparar en cursos como Mercadotecnia, Marketing, Hospitalidad, formación de calidad de servicios, etc. la finalidad es tenerlos preparados para contar con profesionales expertos en atención al turista.

La política del nuevo gobierno es el de erradicar la pobreza extrema y la generación de empleo. Se espera pues que al dar impulso al turismo éste pueda contribuir a solucionar estos problemas ya que es uno de los sectores económicos de mayor intensidad en el empleo de mano de obra, ya que tiene un importante efecto multiplicador en las economías locales, además podría generar empleo en zonas rurales donde la pobreza se acentúa en forma considerable. El Perú posee una ventaja comparativa en turismo ya que es uno de los países con un patrimonio cultural y natural más rico del mundo, además se considera que el Turismo es una Industria competitiva de exportación, para el mercado mundial.

También decimos que el Turismo es indispensable para crear conciencia en la gente para conservar sus recursos.

El incremento de las relaciones entre las personas de culturas diferentes estimulan la conciencia entre los peruanos de su propia identidad, que eventualmente traerá como

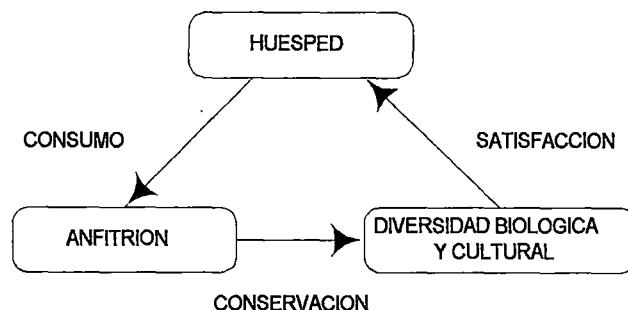
consecuencia el respeto por el patrimonio cultural y natural de nuestro país.

También el Turismo formara parte de una formación educativa para que la gente tuviera presente la conservación, a través de excursiones escolares y fomentar aun mas el Ecoturismo, que es una palabra nueva en la corriente turística, que se basa principalmente en los atractivos naturales, como es la observación de la vida silvestre y la comunicación con la naturaleza.

En este contexto admitiendo la necesidad del incremento en el número de llegadas bien sea a través del crecimiento de visitantes o a la ampliación de la estadía, en el futuro seria inevitable que el turismo juegue un papel importante en los fines que se persigue.

La planeación estratégica del Turismo podría servir como intermediario entre el desarrollo y la conservación como muestra la figura.

### Triángulo Turístico



Fuente : equipo de estudio JICA

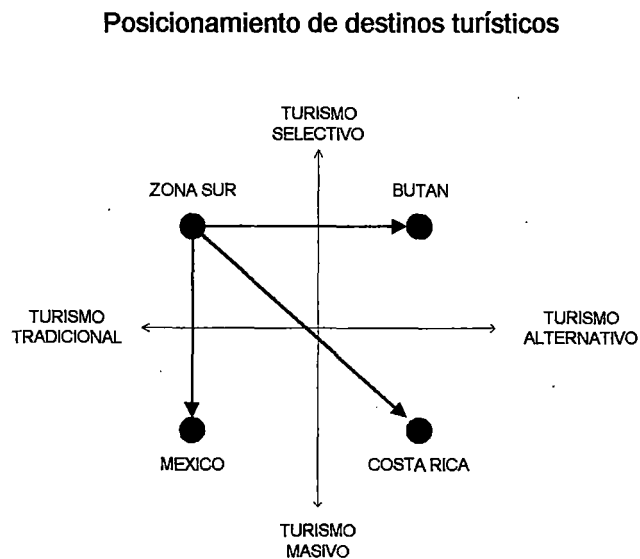
El papel del sector turismo en el contexto del desarrollo regional se resume en:

Al ser el Turismo una industria competitiva para la exportación contribuye al desarrollo económico de los pueblos.

- Al ser una actividad creadora de empleo que proporciona localmente oportunidades para pequeños empresarios, contribuye al desarrollo social.
- El turismo además contribuye a la conservación del patrimonio natural y cultural.

#### 4.6.2 ESCENARIO DE DESARROLLO

Se establecen y evalúan tres escenarios de desarrollo para identificar la orientación más adecuada para la zona. Estas tres direcciones se definen mediante dos ejes como se muestra en la figura:



Fuente : equipo de estudio JICA

El turismo convencional es definido como un tipo de turismo tradicional, tales como el turismo de playa y excursiones a lugares de renombre.

El turismo alternativo es un nuevo tipo de turismo que fijan su importancia en la comunidad local y sus tradiciones culturales, es el caso del ecoturismo, la aventura ligera y el turismo místico esotérico. El otro eje es el que representa el turismo masivo Vs el turismo selectivo.

Para el caso de la zona sur del Departamento de Amazonas diremos que esta posesionado en el sector de turismo convencional y selectivo lo cual significa que los productos turísticos actuales de la zona son del tipo tradicional recibiendo un mínimo número de turistas.

Lo que le conviene desarrollar a nuestra zona es el turismo alternativo debido a que posee atractivos turísticos Históricos, Culturales y Naturales es decir de manera especifica debemos de concentrar nuestros esfuerzos para atraer gente que este interesada en la Ecología.

#### **4.6.3 ORIENTACION DE LA COMERCIALIZACION Y DESARROLLO DE PRODUCTO**

##### **A. Tendencias futuras del mercado**

La orientación del turismo "Masivo Alternativo" es la más apropiada para la zona y debemos de desarrollar productos turísticos basados en el concepto de turismo alternativo, con la suficiente consideración de sus

instalaciones para los visitantes de tal forma que un rango mas amplio de gente pueda visitar nuestra zona y disfrutar de su estadía.

El numero de turistas a nuestra zona se esta incrementando, gracias a algunos spots publicitarios y también a la mejora de algunos servicios. En la medida que los consumidores se vuelvan turistas experimentados demandan una mas alta calidad de servicios turísticos y buscan cosas diferentes al de sus experiencias previas de viaje.

#### **B. Preferencia por el turismo alternativo**

Los consumidores en los países desarrollados, han utilizado más o menos las instalaciones modernas del desarrollo turístico de gran escala, que florecieron durante la década de 1960 y 1970, hoy en día gran parte de ellos buscan lo opuesto a la vida urbana moderna, la creciente conciencia de los temas ambientales avivó el interés en el ecoturismo durante la década pasada.

El concepto de turismo alternativo, apunta la importancia del desarrollo turístico de pequeña escala con respecto a las tradiciones culturales locales, materiales y conocimiento practico que incrementara su importancia en el futuro mercado turístico, para el que hay que prepararnos.

**Cuadro N° 13.- COMPARACION DEL TURISMO DE MASAS CONVENCIONAL CON EL TURISMO ALTERNATIVO**

	Turismo de masas convencional	Turismo Alternativo
<b>Alojamiento</b>		
Patrón espacial	Costero /alta densidad	Disperso / baja densidad
Escala	Grande / integrado	Pequeño / estilo hogareño
Propiedad	Extranjero / multinacional	Familia / negocio pequeño
<b>Mercado</b>		
Volumen	Grande	Pequeño
Origen	Un mercado dominante	Sin mercado dominante
Segmento	Psicocentrico - mesocentrico	Alocentrico - mesocentrico
Actividades	Playa / vida nocturna	Naturaleza / cultura
Temporalidad	Alta temporada de invierno	Sin temporada dominante
<b>Economía</b>		
Estatus	Sector dominante	Sector complementario
Impacto	Sector de alta importación / beneficios repatriados_	Sector de baja importación / beneficios retenidos

Fuente : equipo JICA

En este contexto un gran desarrollo vocacional con hoteles de alta densidad, aparentemente va contra el gusto de los consumidores actuales.

#### **4.6.4 SEGMENTOS DE PRODUCTOS TURISTICOS**

El turismo arqueológico juega un papel importante en el turismo peruano y la región. La siguiente sección comenta la posibilidad y la orientación preferible para el desarrollo de los principales tipos de productos turísticos.

##### **A. Turismo Arqueológico**

Es un turismo tradicional pero es el producto más competitivo en la región y debería de mantenerlo como una actividad central. El turismo arqueológico tiene un gran atractivo para el mercado de larga distancia y tiene una importancia especial para atraer turistas de Europa y Asia. La promoción de turismo arqueológico es necesario para que el mercado domestico participe en la conservación a través de la educación y motivación de la gente.

Los recursos turísticos de la zona no están adecuadamente administrados para captar el turismo, estos recursos inexplorados necesitan de desarrollo para poder distribuir las llegada de visitantes y así incrementar las visitas.

También es necesario de un esfuerzo para poder combinar atractivos arqueológicos con turismo de naturaleza o turismo cultural para poder convertir productos turísticos convencionales en productos turísticos alternativos.

## **B. Turismo de Naturaleza**

El turismo de naturaleza en nuestra zona es una gran oportunidad, se supone además que es el de mayor crecimiento, actualmente es el mercado Norteamericano el que más nos visita pero hay posibilidades de atraer a otros mercados. Amazonas debido a sus condiciones geográficas diversas se perfila como un mercado



potencial para esta clase de turismo, por lo tanto la combinación de turismo arqueológico y turismo de naturaleza sería un producto turístico competitivo.

### **C. Turismo Cultural**

Debido a su amplia población campesina, la zona sur del Departamento de Amazonas tiene muchas posibilidades para el turismo cultural que capitalice su patrimonio cultural pre-hispánico, de acuerdo a encuestas de PROMPERU el mercado europeo es el más interesado en turismo cultural.

El concepto de turismo cultural y ecoturismo debería de ser aplicado ampliamente para el desarrollo de productos turísticos que capitalicen los atractivos que puedan ofrecer la cultura de los pueblos.

### **D. Ecoturismo y Turismo de Aventura**

Este se intercala con otro segmento del mercado como el turismo arqueológico, turismo de naturaleza y turismo cultural y es uno de los segmentos de mercado que está creciendo más rápido en el mercado mundial, por lo tanto debemos de dar una alta prioridad al desarrollo de este segmento, se puede promocionar por ejemplo rutas para caminatas para gente que no esté capacitado para una excursión agotadora de montañismo, esto sería una estrategia para atraer a un mayor número de personas.

Ecología y turismo son comparables, pero la ecología y la sociedad están igualmente ligadas, no se puede desarrollar un turismo sano, tanto sea cultural como ecológico en medio de sociedades reales malsanas.

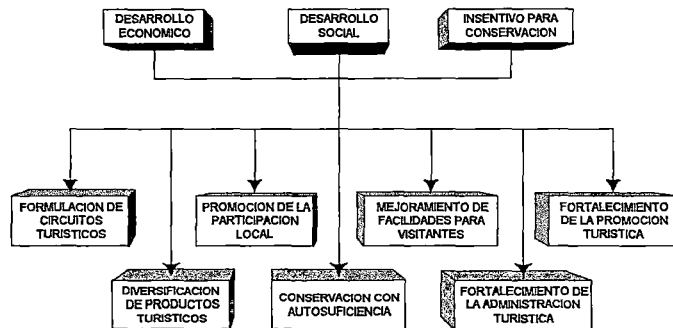
#### **4.6.5 SEGMENTOS DE MERCADO GEOGRAFICO**

La distancia juega un papel importante para determinar las características de los mercados turísticos geográficos, los visitantes de países lejanos permanecen un largo periodo y abarcan una amplia área, por el contrario los turistas que provienen de lugares cercanos permanecen un menor tiempo y ellos son mas que todo los turistas nacionales, los turistas que provienen de larga distancia viajan por curiosidad y se interesan en la cultura y el ecoturismo, mientras los visitantes nacionales ponen más interés en las diversiones y actividades de compra, se observa que los que tienen interés por visitar nuestra zona provienen de Canadá, EE.UU., Inglaterra y Alemania.

#### **4.6.6 ESTRATEGIA PARA UN DESARROLLO TURISTICO DE TIPO MASIVO ALTERNATIVO**

- Diversificación de los productos turísticos.
- Formulación de circuitos turísticos.
- Impulso de a participación local.
- Mejoramiento de las instalaciones para el visitante.
- Impulso a la administración turística.
- Fortalecimiento de la promoción turística.

## Roles del Turismo y la estrategia del desarrollo



Fuente : equipo de estudio JICA

### 4.7 MEDIDAS PARA EL DESARROLLO

Para poder desarrollar el turismo en nuestra zona lo primero que tenemos que hacer es el de convertirlo en producto y para ello es necesario realizar acciones para un desarrollo competitivo.

#### 4.7.1 ACCIONES A CORTO PLAZO

##### A. Programa de rutas Pre Hispánicas

En vista que nuestra zona no cuenta con suficientes caminos carreteros para poder impulsar el turismo, es necesario y de suma importancia la recuperación de las rutas pre-hispánicas que en la actualidad existen en toda el área de la zona, pero que la mayoría de ellos se encuentran en mal estado, con el mantenimiento de estos caminos se podría promover con mas eficacia tanto el turismo arqueológico como el ecoturismo.

Para poder restaurar estos caminos es de suma importancia la participación de las comunidades de cada sector, en el que juegan un papel importante sus autoridades y para ello tanto los Prefectos como autoridades locales deben de coordinar para poder realizar estas obras ya que en el pasado siempre se actuó de esta manera.

#### **B. Conservación de los recursos turísticos**

En vista que la ley orgánica de municipalidades N° 23853 señala la competencia de las municipalidades sobre el turismo y conservación de monumentos arqueológicos e históricos en coordinación con otras instituciones y en concordancia con las políticas nacionales impartidas a través del gobierno, además la ley N° 26961 para el desarrollo de la actividad turística, señala a las municipalidades tanto provinciales como distritales, dentro de su competencia, la facultad de promover los recursos turísticos de su localidad, ejecutando las acciones y programas en dicha materia, es necesario pues que las municipalidades pongan manos a la obra y traten de conservar sus recursos turísticos que en muchos lugares se encuentran desprotegidos y abandonados, debido a que la participación de ellas es modesta y en algunos lugares nula.

#### **C. Construcción de Albergues en lugares estratégicos**

Para ello es necesario también que la comunidad participe en forma directa en la construcción de estos

locales en donde la comunidad se encargaría de la mano de obra y las municipalidades en dotarles de recursos necesarios para llevar a cabo este trabajo.

**D. Crear una verdadera conciencia turística**

A través de cursos de capacitación y distribución de proyectos a profesores, autoridades y comunidades.

**E. Publicidad**

Impresión de afiches, guías turísticos, trípticos, spots y eventos turísticos (semana turística, fiesta patronal), se lograra promocionar con fuerza el potencial turístico.

**F. Realizar un inventario turístico de la zona**

**G. Brindar los mejores servicios y orientaciones necesarias para proteger al turista.**

- A través de la capacitación de empresarios y trabajadores se lograra mejorar los niveles productivos y calidad de productos así como de servicios.
- Realización de eventos feriales para la promoción y mejora en la calidad de producción en artesanía e industria.
- Inserción de una pagina Web en internet informando al empresario nacional e internacional, las posibilidades

de inversión en el Departamento así como el de brindar información turística.

#### **4.7.2 ACCIONES A MEDIANO PLAZO**

- A.** Embellecimiento de las ciudades y todos los lugares adyacentes a los lugares turísticos.
- B.** Construcción de un mirador turístico en la ciudad de Chachapoyas.
- C.** Adecuación de las diferentes aguas termales (Chaquil, Corontachaca, Molinopampa, La Colpa).
- D.** Construcción de un puente colgante peatonal en la zona de Magdalena sobre el río Utcubamba para tener un mejor acceso a los recursos históricos de macro.
- E.** Mejoramiento de la carretera a Kuelap y demás rutas como Chachapoyas, Mendoza y sus troncales.
- F.** Construcción de un centro de esparcimiento en el valle del río Utcubamba para fomentar el deporte de canotaje y equitación.

#### **4.8 FORMULACION DE CIRCUITOS TURISTICOS**

Para poder conocer en forma mas profunda la zona sur del Departamento de Amazonas es necesario dedicar más tiempo a esta zona viajando ya sea a pie, acémila o en vehículo, ya que algunos

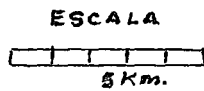
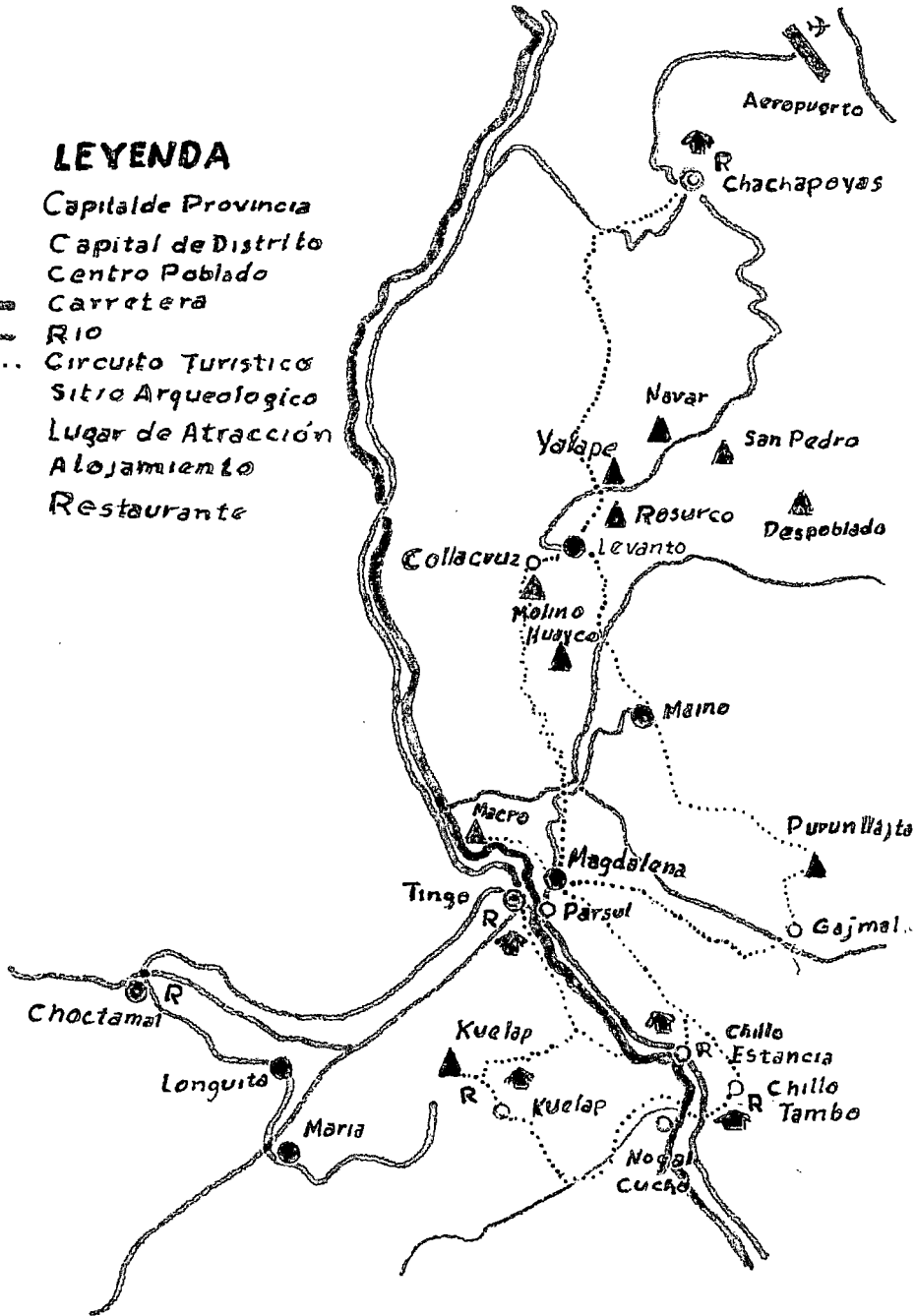
visitantes buscan playas para tomar el sol, otros deambulan por ciudades para curiosear y divertirse, otros admiran la naturaleza por que la aman y la respetan otros buscan la historia para reflexionar. Pensando en todos estos deseos nos proponemos a formular los circuitos turísticos de nuestra zona en los que trataremos de relacionar lugares históricos, culturales y naturales, además para la movilidad consideraremos en casi todos los circuitos la combinación entre transporte en acémila, caminatas y carro, para formular circuitos turísticos terrestres, es necesario satisfacer las necesidades de los turistas, en particular a aquellos que vienen de mercados de larga distancia que prefieren viajes itinerantes de una a dos semanas, además los circuitos turísticos distribuyen los beneficios turísticos hacia una área geográfica mas amplia, reducen los costos de viaje y facilitan la combinación de diferentes productos turísticos.

#### **4.8.1 CIRCUITO TURISTICO CHACHAPOYAS - LEVANTO - KUELAP**

En este circuito el visitante tiene la posibilidad de realizar su viaje utilizando automóvil, acémila o caminando y podría tener una duración entre tres a diez días dependiendo de los lugares que desee conocer y ver las costumbres de los pueblos, la ruta a seguir es Chachapoyas - Levanto (carro o caminando), tiempo en carro 1 hora, tiempo a pie 4 horas, en este lugar podemos observar los complejos arqueológicos de Rosurco, Yálape, Navar, San Pedro y Despoblado, además por medio de los complejos arqueológicos corre el canal de Aishpachaca construido por los Incas que tiene una longitud de más de 20 Km., también tenemos la obra hidráulica colonial de Molinohuayco.

# CIRCUITO TURISTICO CHACHAPOYAS LEVANTO KUELAP

- LEYENDA**
- ⊙ Capital de Provincia
  - Capital de Distrito
  - Centro Poblado
  - ▬ Carretera
  - ▬ RIO
  - ..... Circuito Turístico
  - ▲ Sitio Arqueológico
  - ⊖ Lugar de Atracción
  - 🏠 Alojamiento
  - R Restaurante





En el distrito Levanto es necesario la construcción de un albergue, que debe de ser iniciativa de la empresa privada, además es necesario adecuar la infraestructura de luz, agua y desagüe que debe de ser acciones del estado, además necesitamos la instalación de teléfono.

De Levanto se puede tomar dos rutas:

1ª Ruta : Levanto - Mayno - Purunllacta -Cijmal - Magdalena.

2ª Ruta : Levanto - Colla Cruz - Magdalena, donde podemos visitar el complejo arqueológico de MACRO.

De Magdalena seguimos a Tingo y de este lugar a KUELAP, utilizando ya sea acémila o en carro.

En Magdalena es necesario la construcción de un centro de esparcimiento como sería por ejemplo la practica de canotaje en el río Utcubamba, además se debe de proveerlos de luz y teléfono, así como de agua y desagüe.

Río Utcubamba



En KUELAP es indispensable la creación de un Museo de sitio ya que es lo que atrae mas al turista además se debe de dotar de agua, luz, desagüe, además es indispensable la

construcción de un restaurante donde deberían de atender empleados con vestimenta típica del lugar, además es factible el funcionamiento de un lugar recreacional como sería la equitación.

Finalmente de KUELAP regresamos a Chachapoyas.

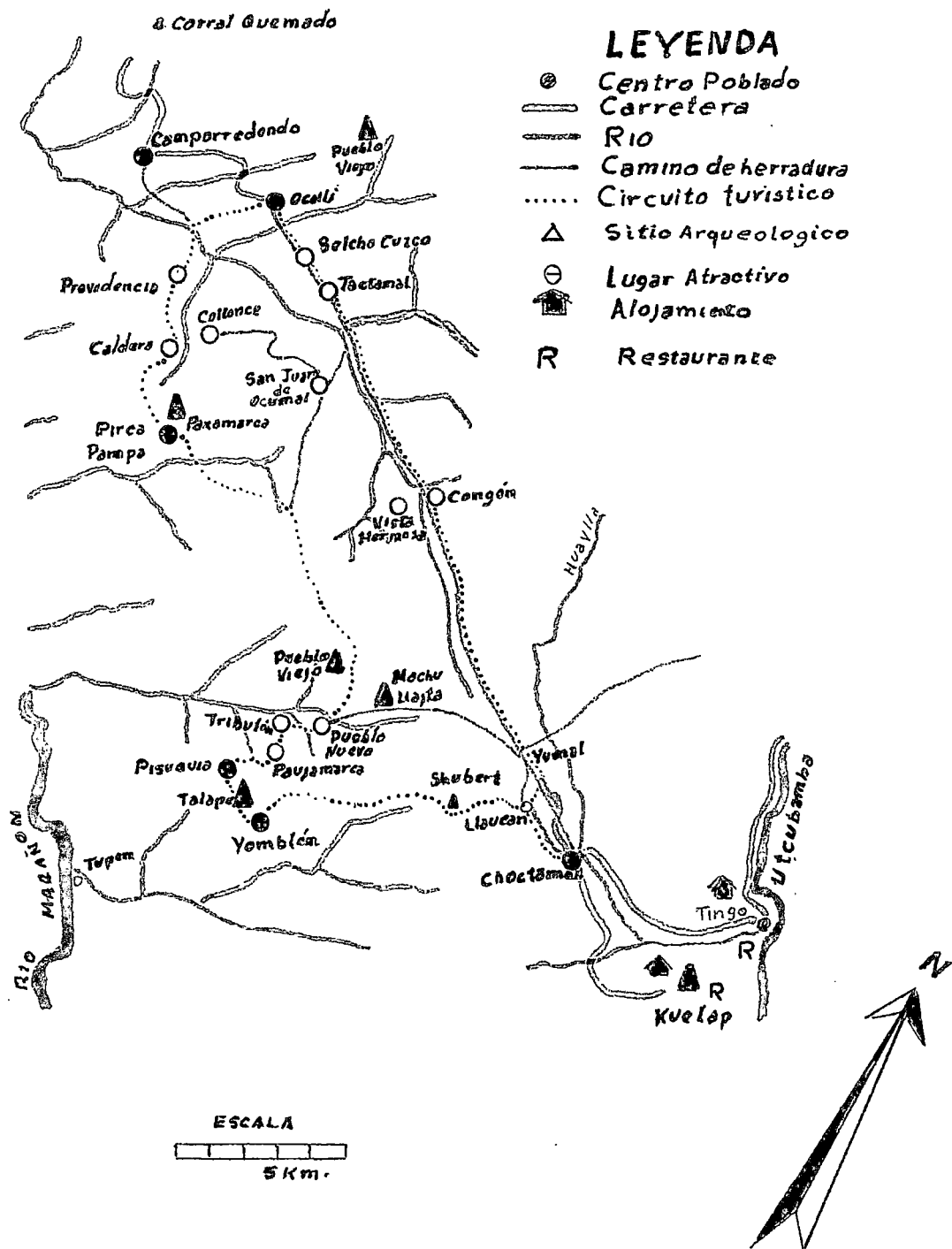
#### **4.8.2 CIRCUITO TURISTICO CHACHAPOYAS - VILAYA SUR**

Para recorrer este circuito necesitamos entre 8 a 10 días y el viaje lo realizamos en una combinación a carro y a pie, en este recorrido visitamos lugares arqueológicos durante el trayecto no encontramos hoteles ni restaurantes.

Partimos en carro hasta las alturas de Yumal y luego empezamos la caminata hasta el caserío de Llaucán donde en sus alturas podemos observar andenerías pre-hispánicas, además admiramos la naturaleza como las cumbres fortificadas de PALACIO, ASONADA Y TRES PICOS, luego llegamos al cerro sagrado de SHUBERT, que es una inmensa roca inaccesible, en la cumbre de ellas se ubican construcciones pre-hispánicas en Shubert es necesario la construcción de un albergue.

De Shubert continuamos la caminata hacia el pueblo de Yomblón que dista unas 7 horas, en el trayecto podemos disfrutar de la belleza de los bosques, luego nos dirigimos al distrito de Pisúquia y en el trayecto observamos las extensas ruinas de Tálape con cientos de edificios circulares, luego seguimos a Paujamarca, Tribulón y Pueblo Nuevo, en este lugar observamos algunos complejos arqueológicos que

# CIRCUITO TURISTICO CHACHAPOYAS VILAYA SUR



existen en sus alrededores, como Machu Llijta y Pueblo Alto, donde existe un edificio Incaico que impresiona.

De Pueblo Nuevo emrumbamos al distrito de Pircapampa que demora de 6 a 8 horas en este lugar podemos visitar el resto arqueológico de Paxamarca. De Pircapampa nos dirigimos hacia Caldera Providencia y finalmente Ocallí en donde visitamos el complejo arqueológico de Pueblo Viejo de Ocallí podemos regresar a pie por Selcho - Tactámal - Congón - Yumal - Chachapoyas, la otra ruta seria en automóvil vía Corral Quemado ya sea a Chachapoyas o Chiclayo.

#### **4.8.3 CIRCUITO TURISTICO CHACHAPOYAS -LAMUD - KARAJIA - LUYA**

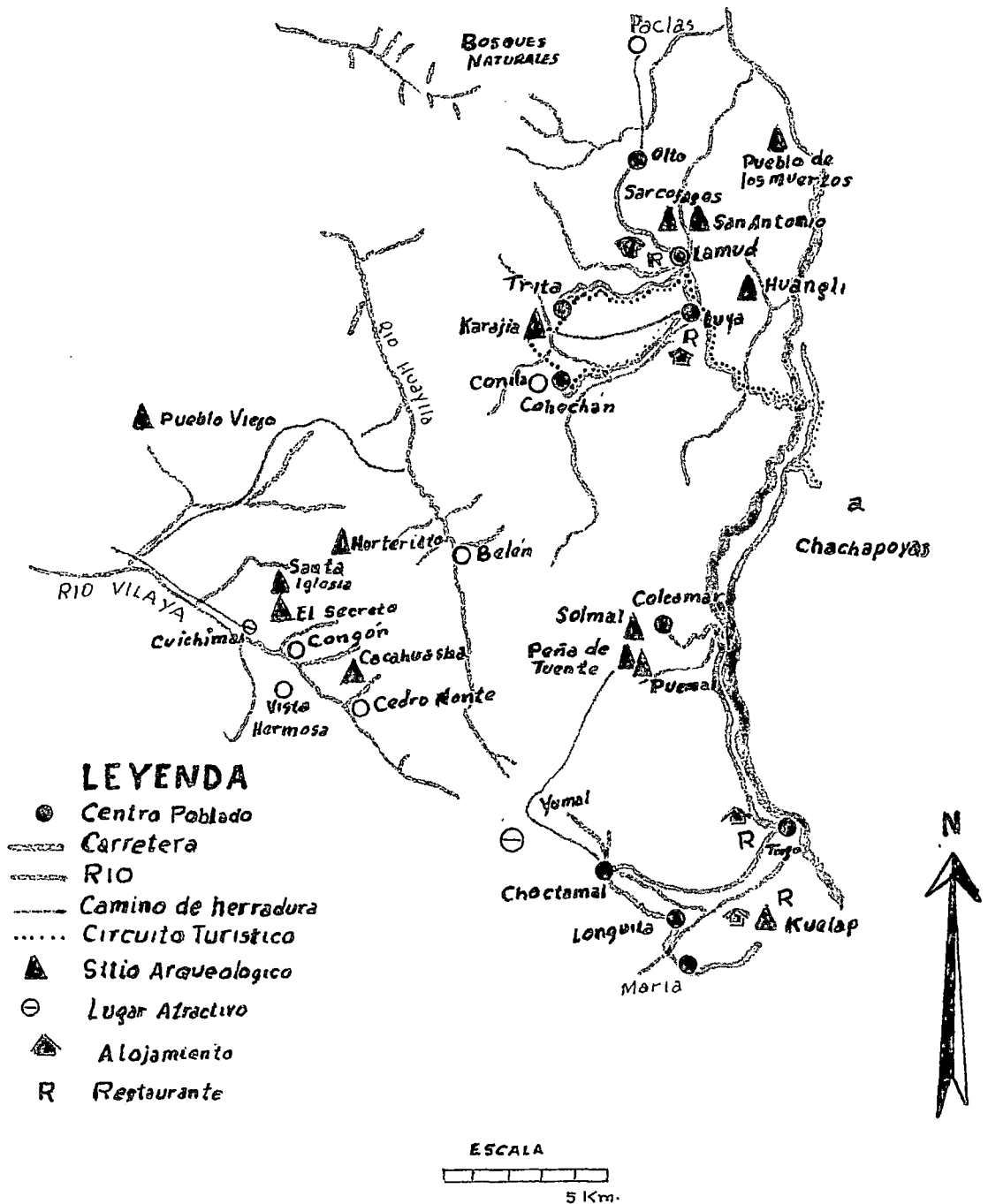
Este circuito también consiste en utilizar transporte terrestre y hacer caminata. Partimos en carro de la ciudad de Chachapoyas hasta la ciudad de Lamud capital de la provincia Luya, acá tenemos interesantes lugares como:

Los restos arqueológicos de San Antonio erigida sobre cinco terrazas superpuestas en cuyos peñascos se divisan algunos Sarcófagos.

Los restos funerarios de Hangli que son casas bajo roca.

Pueblo de los muertos que contienen Sarcófagos y casas funerarias que se encuentran en un peñasco elevado sobre el valle del río Utcubamba.

# CIRCUITO TURISTICO CHACHAPOYAS LAMUD KARAJIA



Además posee otros lugares donde existen Sarcófagos.

También tenemos extensos bosques naturales al Noroeste del distrito de Paclas que es interesante por su ecología que posee una valiosa fauna como es el oso de anteojos.

De la provincia de Lamud nos dirigimos al pueblo de Trita, utilizando automóvil en Trita ya podemos observar los Sarcófagos de Karajía, también podemos observar el puente pre-hispánico de Aishpachaca, que es una gigantesca piedra, luego continuamos al pueblo de Cohechan para regresar en carro a Luya y finalmente a Chachapoyas.

En la provincia de Lamud es necesario la construcción de un hotel de buena calidad además de un restaurante que es lo que adolece la ciudad.

#### **4.8.4 CIRCUITO TURISTICO CHACHAPOYAS - COLCAMAR - VILAYA NORTE**

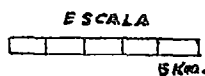
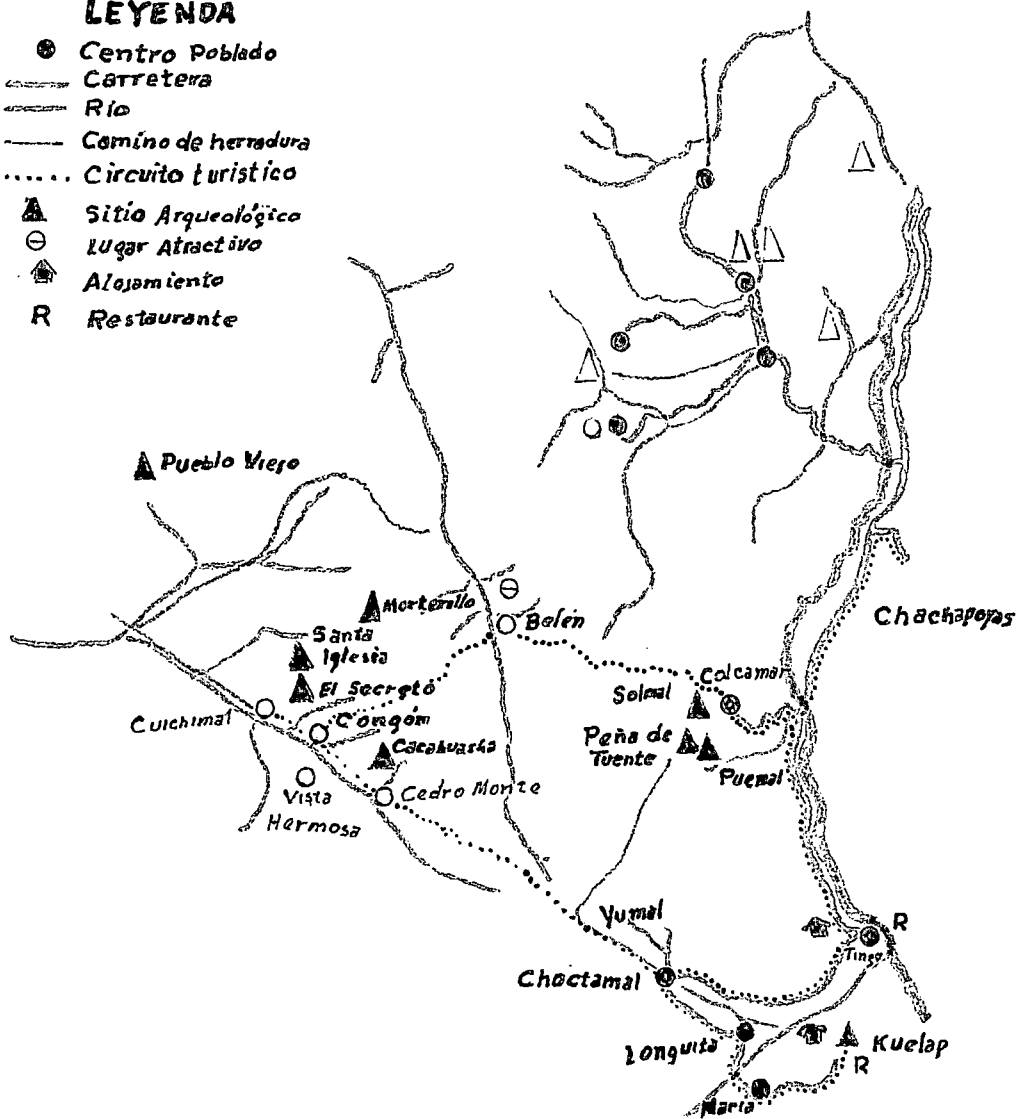
Este circuito se caracteriza porque la mayor parte del recorrido será de caminata y no encontraremos hoteles ni restaurantes.

Partimos en automóvil de Chachapoyas a Colcamar este es uno de los pueblos mas tradicionales de la zona y puedes disfrutar del turismo esotérico ya que es famoso por sus curanderos y brujos, además puedes visitar un gran número de Trapiches (fabricación de aguardiente).

# CIRCUITO TURISTICO CHACHAPOYAS COLCAMAR VILAYA NORTE

## LEYENDA

- Centro Poblado
- Carretera
- Rio
- Camino de herradura
- ..... Circuito turístico
- ▲ Sitio Arqueológico
- ⊖ Lugar Atractivo
- ▲ Alojamiento
- R Restaurante



En este lugar podemos observar el lugar arqueológico de Puemal que servía a los Chachapoyas de mirador o de refugio, también tenemos los restos arqueológicos de Solmal.

También podemos observar el mausoleo de Piña de Tunte con sus pinturas rupestres que queda al pie de Puemal en este lugar de Colcamar también es indispensable la construcción de un albergue para el uso de los viajeros.

De Colcamar nos dirigimos a Belén que dista unas 5 horas luego hacia Congón que dista 4 horas y está ubicado en el valle del río Vilaya, que en la densidad de los bosques de dicho valle se esconden todavía muchos sitios arqueológicos, en este lugar podemos observar los Sarcófagos de El Secreto que se encuentra a una hora del pueblo de Cuichimal, también podemos visitar los complejos arqueológicos de Morterillo y Santa Iglesia, existe también el centro poblacional semifortificado de Cacahuasha que impresiona por sus elevados muros.

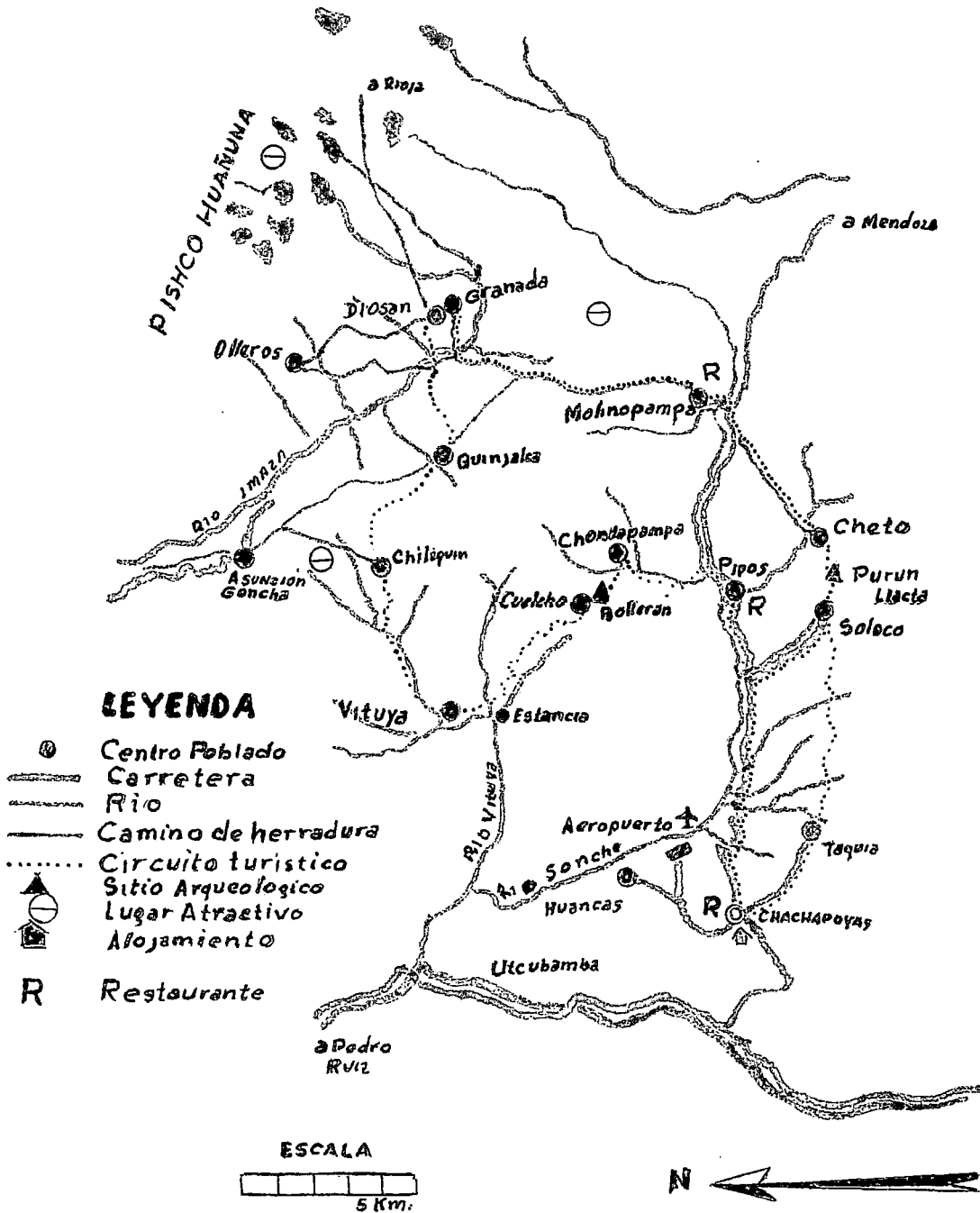
Finalmente regresamos hacia Yumal, Choctamal, si deseas visitas Kuelap o regresas a Chachapoyas.

#### **4.8.5 CIRCUITO TURISTICO ORIENTAL**

Este circuito abarca a casi todos los pueblos que se encuentran al este de la ciudad de Chachapoyas, como son los distritos de Soloco, Cheto, Molinopampa, Granada Olleros, Quinjalca, Chilibuén y Vituya.



# CIRCUITO TURISTICO ORIENTAL



De la ciudad de Chachapoyas partimos con dirección al Distrito de Soloco en microbús, en este lugar encontramos numerosos monumentos arqueológicos como Chetal, Tapia, Chacquia, Gomal, Liclic y Purunllacta, luego nos dirigimos a Chelo y allí a distrito de Molinopampa, en este lugar podemos observar la fuente de aguas termales de Colpar además de tener una convivencia de una experiencia de campo ya que es una zona ganadera.

De Molinopampa partimos hacia la zona del alto Imasa que demora 4 horas, en cuyo trayecto podemos observar el impresionante camino pre - inca que conduce a la zona además de observar sus hermosos bosques por el que atraviesa el camino, llegamos luego al distrito de Granada este recorrido lo hacemos a pie o acémila, en Granada observamos el hermoso paisaje del Alto Imasa con sus campos verdes y ganadería que se le bautizó como la suiza peruana, además en Granada tenemos muchos restos arqueológicos y paisajes naturales, como las ruinas de Yambashallca que era un centro poblacional, las ruinas de Pirca Pirca, además este distrito posee un potencial natural turístico excelente como el Cerro Campanario que es un pico elevado y se encuentra rodeado por 7 lagunas, la cordillera de Pishco Huañuna, considerado como el triángulo de las Bermudas del Nor Oriente peruano, debido a los aviones estrellados que se encuentran regados en toda la cordillera, además esta cordillera tiene un aporte Geológico impresionante ya que se puede observar sin ninguna dificultad el divortium acuarium entre la cuenca del río Marañón y el río Mayo.

Es indispensable en este distrito la construcción de un albergue, además de teléfono y restaurante, también es necesario la creación de centros de esparcimiento como podría desarrollarse por ejemplo el deporte de Ala Delta debido a la factibilidad de su geografía, además es necesario la instalación de un ambiente en el Consejo donde se pueda publicar sus costumbres, tradiciones y leyendas.

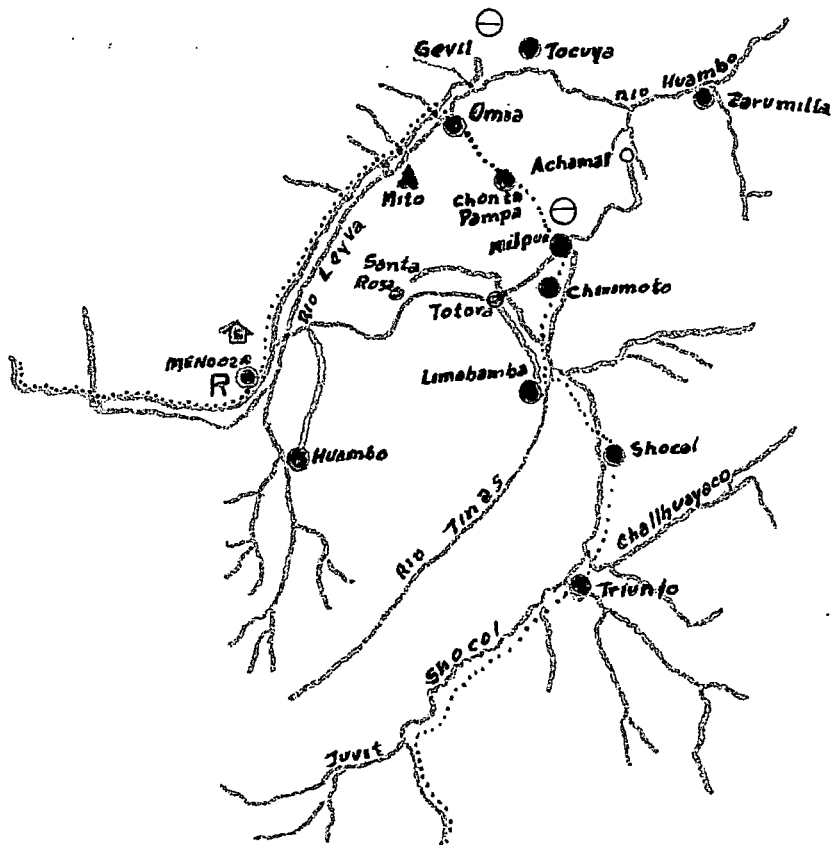
De Granada nos dirigimos al distrito Quinjalca donde podemos visitar las Momias de Ancashcaca, luego enrumbamos a Chiliquín, acá podemos visitar una de las Iglesias más antiguas de la zona, seguimos a Vituya y visitamos la casa de Pantoja que era un mítico cacique del lugar, seguidamente nos trasladamos al caserío de Cuelcho donde se puede visitar el complejo arqueológico de Bolleran, finalmente enrumbamos a Chontapampa, Pupos y finalmente Chachapoyas.

#### **4.8.6 CIRCUITO TURISTICO CHACHAPOYAS -JALCA GRANDE - RODRIGUEZ DE MENDOZA**

Este circuito se caracteriza más que todo por ser un turismo de carácter mas que todo ecológico.

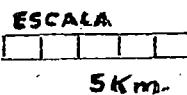
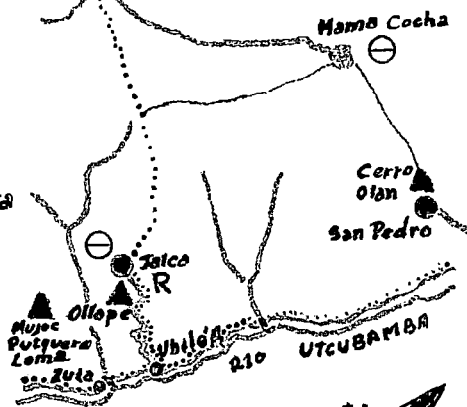
De Chachapoyas partimos en microbús hacia Jalca distante aproximadamente unas 3 horas, los orígenes de este pueblo data de la época pre - inca, al centro del poblado existen las paredes de las casas circulares, adornadas con frisos, allí se puede visitar la iglesia colonial del lugar y el antiguo cementerio cuya entrada se encuentra franqueada por representaciones de monos de piedra.

# CIRCUITO TURISTICO CHACHAPOYAS JALCA MENDOZA



## LEYENDA

- Centro Poblado
- Carretera
- ~ Rio
- Camino de herradura
- ..... Circuito turistico
- ▲ Sitio Arqueologico
- ⊖ Lugar de Atraccion
- 🏠 Alojamiento
- R Restaurante



Dentro del ámbito del distrito existen lugares de interés como:

El lugar arqueológico de Ollape, que son restos de un pueblo pre - incaico con más de cien estructuras circulares, algunos adornados con frisos.

También encontramos el centro poblado de Putquiro Loma, otro de los lugares turísticos es la Laguna de Mamacocha, que tiene un aspecto impresionante., en cuyos alrededores se encontraron fardos funerarios.

De Jalca Grande partimos rumbo al centro poblado del Triunfo durante el trayecto podemos observar el hermoso valle de Shocol y ya estamos en la provincia de Mendoza que dura aproximadamente unas 12 horas a pie ,la provincia de Mendoza es famosa porque sus habitantes racialmente pertenecen al tipo Nórdico europeo y son gente de tez blanca.

El paisaje en este valle es hermoso, se caracteriza por sus extensas llanuras interrumpidas por colinas, su producción consiste en caña de azúcar, café, piña, maní, yuca, etc. luego llegamos al distrito de Limabamba de allí hacia Chirimoto, Milpuc, acá podemos observar el hermoso tragadero del río Shocol, luego partimos rumbo a Chontapampa y Omia hasta llegar al río Gebil donde podemos observar un manantial de agua sulfurada de Omia nos dirigimos en automóvil rumbo a la ciudad de Mendoza en el camino a la distancia se puede observar los mausoleos de Mito, finalmente enrumbamos hacia Chachapoyas, en el trayecto podemos observar las cavernas de San Antonio y los Bosques de Palmeras de Ocol considerados los más altos del mundo.

#### **4.8.7 CIRCUITO TURISTICO CHACHAPOYAS - LEYMEBAMBA - CHUQUIBAMBA**

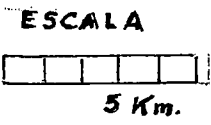
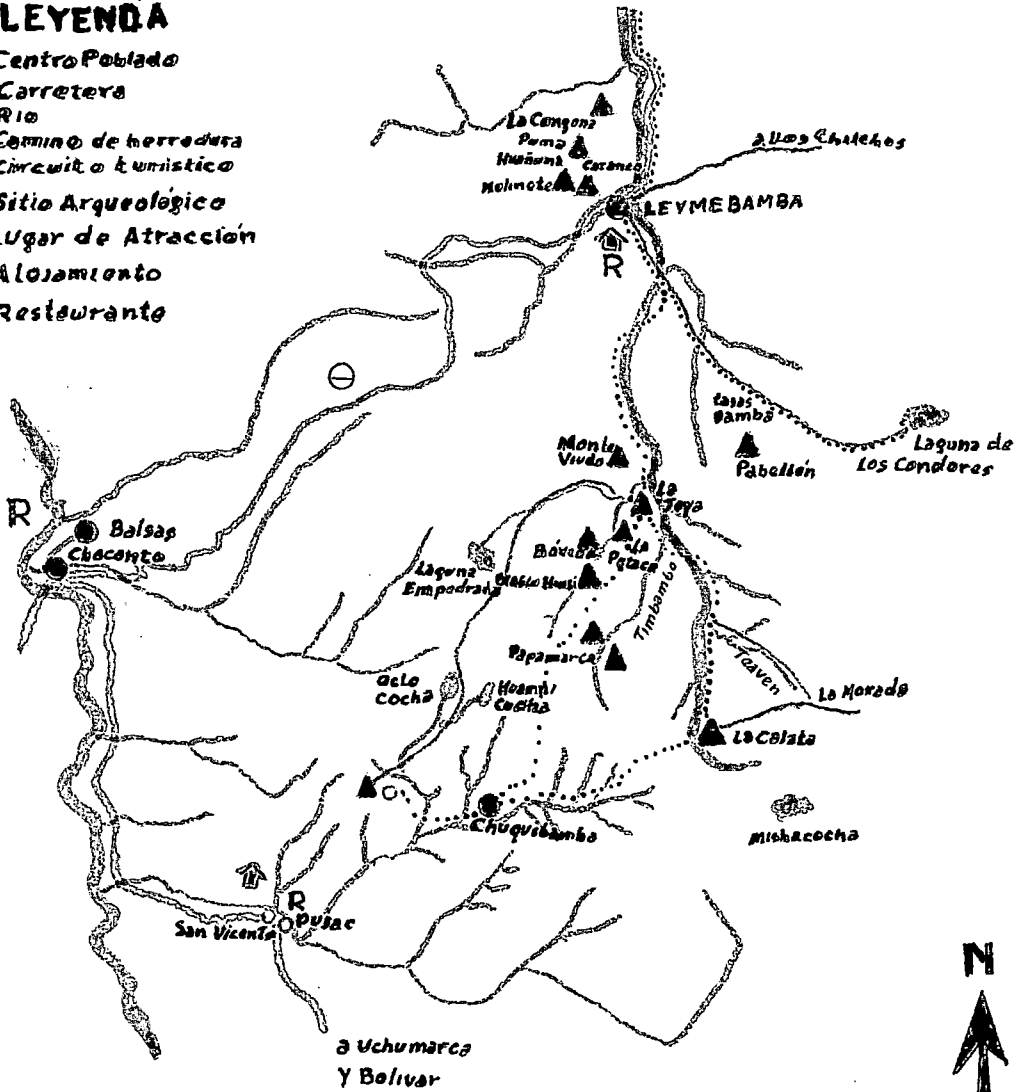
De Chachapoyas partimos en automóvil con dirección a Leymebamba, la zona entre Leymebamba y Chuquibamba es una de las zona más ricas en atractivos para el visitante.

En Leymebamba existe un extenso complejo arqueológico con una extensión de 2 a 3 Km., que se extiende sobre una cresta, al Noreste del pueblo actual se nota una división de 4 sectores como son: Molinete, Cataneo, Puma Huañuna y Congona, son impresionantes los muros del Puma Huañuna y la diversidad de frisos en la Congona, también es impresionante en esta ruta visitar la Laguna de los Cóndores y el Museo Comunal, que se ubica en el mismo distrito, en donde podremos observar los fardos encontrados en la laguna, el museo se encuentra formado por el museo mismo, el Centro Malqui, y la casa del guardián además de las 5 salas de exposición, este museo fue construido gracias al financiamiento del Gobierno de Austria, el edificio utiliza en su construcción tipos arquitectónicos y elementos constructivos propios de la arquitectura vernacular local, entre los que se puede mencionar la forma de los techos, de las salas, los patios cuadrados con pérgolas o el tapial y las mochetas de piedra de los muros.

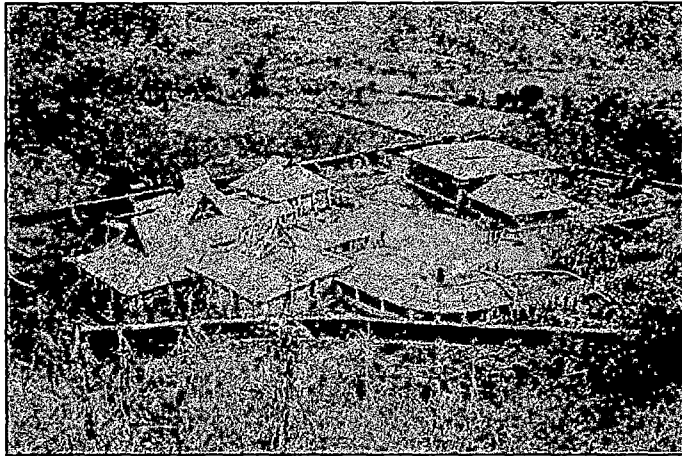
# CIRCUITO TURISTICO LEYMEBAMBA CHUQUIBAMBA

## LEYENDA

- ⊙ Centro Poblado
- Carretera
- Río
- Camino de herradura
- ⋯⋯⋯ Circuito turístico
- ▲ Sitio Arqueológico
- ⊖ Lugar de Atracción
- 🏠 Alojamiento
- R Restaurante



### Centro Mallquí



De Leymebamba nos dirigimos hacia el sur siguiendo el curso superior del río Utcubamba hasta llegar a la llanuras de tajopampa, donde se puede visitar los mausoleos de la Pitaya, ubicado en un peñasco inaccesible, también podemos observar los mausoleos de Diablo Huasi, son interesantes en La Joya los diferentes tipos de frisos y edificios con varios pisos.

De la llanura de Tambopata donde se ubica los mausoleos de la Pitaya nos dirigimos hacia el centro poblacional Chachapoya de La Joya o Timpui de este lugar podemos tomar dos rutas, caminar el mismo día hasta el pueblo de Chuquibamba o vía Atuen que demora 1 día más para llegar a Chuquibamba.

Ruta a : Tomando el camino directo a Chuquibamba, a 2 horas siguiendo el curso superior del río Timbambo, se localizan los restos del gran centro poblacional de "Papamarca" alrededor de 3600 a 3850 m.s.n.m., mencionado como uno de los pueblos principales de los Chachapoyas, Pampamarca esta dividido en 3 sectores y consta de aproximadamente 400 viviendas



circulares, en las laderas de los cerros se puede observar aterrazamientos, donde los antiguos Chachapoyas sembraban sus productos. Continuando el trayecto se llega a Chuquibamba.

Ruta b : De la Joya partimos por las orillas del Alto Utcubamba y luego de 4 a 5 horas llegamos al pueblo de Atuën (3550 m.s.n.m.) en este lugar podemos observar Los Baños del Inca, además podemos visitar en los alrededores la Peña del Sol y el centro poblacional Chachapoya de la Calata y una hora y media de distancia se ubica la impresionante Laguna de Mishacocha.

Del pueblo de Atuën nos dirigimos rumbo a Chuquibamba que se encuentra distante a unas 6 horas, de este lugar partimos con dirección a Cochabamba distante 2 horas, este lugar es de suma importancia por haber sido una de las sedes principales de los Incas y es uno de los pocos centros incaicos en el norte del Perú, que fue construido al estilo cusqueño, con la famosa mampostería fina, hecha de piedra arenisca colorada.

Cochabamba era sede del famoso curaca Guamán, principal aliado de los españoles.

De Cochabamba bajamos al pueblo de Pusac que dista 3 horas y de allí nos dirigimos en automóvil rumbo a Chacanto y finalmente rumbo a Chachapoyas o Celendín en Cajamarca.

Pusac es un lugar estratégico para realizar otras expediciones como a Uchumarca y el Gran Pajatèn

## **4.9 PLANES PARA EL DESARROLLO A LARGO PLAZO**

### **4.9.1 PLANES DE DESARROLLO REGIONAL**

Este plan cubre la zona de los departamentos de Lambayeque y Cajamarca tiene por objeto ofrecer directrices para el desarrollo económico regional incluyendo el sector turismo, los objetivos son los siguientes:

- Impulsar el sector agrícola y los servicios, especialmente las actividades conexas al turismo y la pequeña industria, con el propósito de generar oportunidades de empleo, la capitalización y la diversificación de las inversiones en cada uno de las ciudades y departamentos.
- Integrar y articular las zonas fronterizas de la región como son Condorcanqui y San Ignacio.
- Auxiliar a la integración de la región a través del apoyo de los mercados internos, a través de la red de carreteras y de comunicación de la Norte Bioceánica y su red transversal propuesto por el Plan Maestro de turismo.
- Formular planes de desarrollo urbano basándose en estudios de impacto ambiental y social que determinen la

zonificación a partir de la identificación de los riesgos ambientales.

- Establecer las prioridades para el desarrollo regional de infraestructura especialmente transporte, energía que gracias a dios ha empezado la obra para algunos pueblos y comunicaciones como la base económica del Departamento y con inversionistas del sector privado.
- Establecer un portafolio inicial con el perfil de los principales proyectos para programar la inversión urbana del sector publico a través de una coordinación integrada.
- Proponer elementos para la organización de un sistema de asistencia internacional para el desarrollo de la zona y dirigido a sus administradores locales.

Se formula la estrategia de la zona tomando en consideración la combinación de actividades de la industria turística y de agro industria de la manera siguiente:

- Desarrollar el área circundante de la ciudad con actividad agrícola y ganadera sirviendo Chachapoyas como centro local de turismo con el objeto de mejorar sus lugares alrededores.
- Formular el circuito turístico regional Chiclayo, Cajamarca, Chachapoyas, Bagua, Jaén, Chiclayo con el objeto de crear oportunidades para desarrollar el sector turístico entre Cajamarca y Chachapoyas.

#### **4.9.2 PLANES Y PROYECTOS DE DESARROLLO TURISTICO**

Al Tur 98 (Programa turístico Unión Europea - Prom Perú).

Los proyectos de Al Tur 98 que forman parte del programa integral de apoyo al desarrollo turístico en cooperación entre la Unión Europea y Prom Perú tiene por objeto el desarrollo de un gran proyecto diseñado para ampliar el atractivo de Perú como destino turístico. Enfocándose en actividades que refuerzan la identidad cultural, favorecen la protección ambiental y promueven la participación activa de la comunidad local.

Los proyectos piloto que se formulan son :

##### **RUTAS A KUELAP**

Con el objeto de formular el circuito Amazonas Noreste, se han desarrollado los circuitos con la inclusión de rutas de excursión y caminatas de Cajamarca (Baños termales) - Leymebamba (sitio arqueológico) - Laguna de los Cóndores - Chachapoyas - Kuelap - Tarapoto.

#### **4.9.3 PROYECTO DE DESARROLLO DE INFRAESTRUCTURA**

##### **A. Proyecto de mejoramiento carretero**

El MTC ha lanzado diversos proyectos de mejoramiento de carreteras troncales en cooperación con fondos

internacionales, el desarrollo y el programa de mejoramiento se basa en la lista de proyectos del MTC de Setiembre de 1998 y son las siguientes:

- Proyecto carretero Chachapoyas - Ingenio (Etapa de evaluación OECF).
- Proyecto Puente Mora (OECF).
- Chamaya - Pedro Ruiz Gallo - Rioja (Etapa de construcción BIRF).
  
- Uracuza - Santa María de Nieva - Sarameriza (Etapa de evaluación BIRF).
- Olmos - Chamaya (etapa de evaluación BIRF).
- Mejoramiento de la Carretera Cajamarca - Chachapoyas, cuyo objetivo es el de insentivar el turismo al establecer el anillo Chiclayo - Cajamarca - Chachapoyas (Kuelap) con una vía asfaltada a fin de generar puestos de trabajo en servicios como hoteles, transporte, restaurantes, tour a los diferentes atractivos turísticos.

#### **B. Proyecto de construcción de nuevas carreteras**

Actualmente se encuentra en construcción la carretera Choctamal - Pizuquia - Ocallí que conectara importantes lugares turísticos.

Es imprescindible que se termine de construir la carretera Jumbilla -Molinopampa y la carretera Mendoza - Saposoa que daría una mayor fluidez al turismo ecológico así como

a la actividad comercial, además el objetivo de esta carretera es el de implementar un programa de colonización a lo largo del valle del río Huayabamba en cuya cabecera se ubica la Provincia de Rodríguez de Mendoza, a fin de absorber los excedentes poblacionales desposeídos de tierras agrícolas y así reforzar física y económicamente la articulación de la unidad territorial del Norte, además la construcción de esta obra crearía la infraestructura de la base para el montaje de una colonización modelo, avanzando en forma planificada y organizada a medida que se van ganando tierra.

### **C. Acuerdos Departamentales**

Es indispensable convocar a las instituciones y profesionales en los respectivos departamentos de Loreto, San Martín, Amazonas, Cajamarca y Lambayeque en ese orden para presentar y debatir la propuesta de construcción de la unidad territorial del Norte y convertir a la propuesta en la constante por diez años que norme el desarrollo en bloque de los departamentos citados y además conformar una comisión interdepartamental encargada de publicitar la propuesta y con el objeto de unir la costa con la selva se debe de construir la carretera Olmos - Río Marañon que dista 500 Km. cuyo objetivo es unir la cuenca del Pacífico con la del Atlántico con una carretera asfaltada que partiendo de Olmos en Lambayeque llegue a un punto navegable en el Río Marañon como es Sarameriza u otro lugar acercando Loreto y Amazonas a los mercados de la costa norte. En general esta es una vía con buen trazo, los primeros 200

Km. entre Olmos y el Puente 24 de Julio es asfaltado, los siguientes 150 Km. es casi una trocha que por su mal estado debe de ser mejorado y teniendo luego que construir los 150 Km. para llegar a Sarmeriza.

#### **4.10 COMPETITIVIDAD REGIONAL**

El departamento de Amazonas tiene como competidores más cercanos a los departamentos del norte, especialmente Cajamarca, San Martín, Lambayeque y La Libertad. Cajamarca tiene una mejor infraestructura en cuanto a hoteles, restaurantes, carreteras, electricidad y además es más conocido, pero no tiene ni el número ni la espectacularidad de las ruinas arqueológicas que posee Amazonas.

Por otro lado, San Martín posee selva, pero no tantos restos arqueológicos como posee Amazonas, Lambayeque además de tener mucho mayor infraestructura respecto de Amazonas, ha ganado notoriedad turística después del descubrimiento del Señor de Sipán, Amazonas en cambio tiene atractivos turísticos no solo arqueológicos sino también naturales y culturales, además posee una gente muy hospitalaria que brindan facilidades a los turistas a veces en forma gratuita, además Amazonas se caracteriza por tener una diversidad de climas desde muy caluroso hasta demasiado frío y en tramos de muy corta distancia.

La Libertad cuya principal ruta de penetración es Cajamarca, tiene en la zona selvática ruinas como el Gran Pajatén, pero por ahora inaccesibles en cambio Amazonas tiene sus lugares arqueológicos con mucha accesibilidad.

En cuanto a recursos naturales, Amazonas difícilmente puede competir con otros departamentos que tienen también selva, grandes ríos, lagunas, pero como dijimos anteriormente ninguno de ellos tiene la cantidad de restos arqueológicos accesibles que tiene Amazonas y se encuentran distribuidos por toda la zona, ningún departamento tiene una fortaleza Pre - Inca que pueda competir con Machu Picchu por su espectacularidad, sus dimensiones, su estrategia, su origen, su paisaje y como símbolo de una nueva cultura Pre - Inca en el Perú, pero nosotros creemos que entre Kuelap y Macchu Picchu no hay términos de comparación, mientras que Macchu Picchu es una ciudadela civil Incaico, Kuelap es un reducto fortificado es decir una verdadera fortaleza.

Macchu Picchu es la máxima expresión de la arquitectura urbana Inca, Kuelap es un monumento pre - Incaico, que construyeron los bravos Chachapoyas para defenderse precisamente de la conquista incaica.

Los Incas fueron los maestros en el pulido y perfecto encaje de los monolíticos de piedras, los Chachapoyas demostraron en Kuelap su culto a lo monumental, a lo grandioso, movilizaron más de 10,000 toneladas métricas de piedra labrada para construir altísimas murallas en más de un kilómetro de periferia.

Macchu Picchu es una ciudad abierta, definida por pináculos rocosos que emergen del abismo, en cambio Kuelap es una ciudad amurallada con más de 400 edificios interiores, levantado en la cima de un importante roquedal del cerro de la Barreta.



Macchu Picchu hoy en día es una ciudad pétreas sin su original vegetación ecológica que muestra en todo su desnudes el temple invencible de los hijos del sol, Kuelap es en cambio un maravilloso parque natural de esbeltas murallas con cornisas ornamentales que van apareciendo detrás de las verdes y multicolores celosías de enormes arboles, cubiertos de huicundos y orquídeas.

Macchu Picchu es la gloria del Cuzco señorial ombligo del mundo antiguo y corazón del mas grande imperio americano pre - hispánico de América del Sur. Kuelap es el exponente de una raza que ha dejado en el oriente peruano, antisuyo selvático del norte más de 200 llactas pétreas algunos aun ocultos a los ojos de los profanos.

Macchu Picchu es el exponente del Tahuantinsuyo al que se han ocupado cientos de investigadores y Arqueólogos, en cambio Kuelap representa el enigma de un pueblo aun muy poco conocido que recién empieza a figurar en los libros de Historia y Arqueología, es por todo ello que Amazonas representa el destino turístico del futuro.

#### **4.11 PARTICIPACION DE LAS ORGANIZACIONES**

##### **A. EL ESTADO**

- El Gobierno central debe de participar necesariamente con infraestructura, como son, la construcción de carretera y electrificación a los distintos lugares que se encuentran programados para ser construidos ya que el departamento por si solo es incapaz de realizar estas obras tal es así que en el mes de Marzo del 2001 concurren a la capital las autoridades ediles tanto provinciales como distritales para

exigir al gobierno sobre la urgente necesidad de llevar a cabo estas obras, solo así podremos tener un buen servicio de transporte a nuestro departamento y poder ser competitivos.

- El gobierno debe de subsidiar con una cierta cantidad de dinero y por un tiempo corto a personas desempleadas que comiencen a trabajar en empresas del sector turismo, es decir para promover a las personas desocupadas y que tienen posibilidades de convertirse en microemprendedores o a pequeñas unidades de empresa con programas específicos.
- Debe de contar con una institución sólida con poder de decisión, presupuesto y profesionales del turismo altamente calificados.
- Apoyar una renovada política de promoción de inversiones basada en el plan nacional de turismo, con los mismos beneficios tributarios que cuentan otros sectores de la economía nacional, la CEPRI Turismo debe tomar nota de esta propuesta.
- La pronta promulgación del reglamento de agencias de viaje y turismo, según el mandato de la constitución política del estado, la ley de simplificación administrativa y la libre competencia en el mercado es indispensable.
- En coordinación con el sector privado, el estado debe ser protagonista y crear las condiciones para que dicho protagonismo se consolide y desarrolle, para que esto funcione se requiere un estado con credibilidad, con capacidad de

gestión y con eficacia de acción, es decir un estadio impulsor que esperemos lo tenga el nuevo presidente.

## **B. LAS MUNICIPALIDADES**

- Los municipios tienen que participar en la ayuda de la conservación de sus recursos turísticos, tanto arqueológicos, culturales y naturales además tienen que promover la participación de la comunidad para el desarrollo sostenible en el alivio de la pobreza, ya que el sistema de ayuda mutua basada en la comunidad es una tradición de las comunidades locales, por lo tanto el desarrollo participativo es fácilmente aceptado por la población local, en consecuencia las comunidades deben de participar activamente en el arreglo y conservación de los caminos Pre - Inca, de esta manera tendríamos una mayor afluencia de turistas a los diferentes lugares y que definitivamente redundaría en los beneficios económicos que ellos dejarían al consumir y comprar ciertos productos.
- Las municipalidades deben de promover la construcción de albergues y centros de diversión para el turista, para alargar su estadía.
- Promover actividades folklóricas que en muchos lugares se esta perdiendo, esto podría realizarse en coordinación con los profesores para desarrollar programas folklóricos que podría escenificarse los días domingos y feriados.

- En coordinación con los Gobernadores deberían de implementar un sistema de seguridad para el caso del Eco / Etno turismo, podría ser por ejemplo la capacitación en turismo de las rondas campesinas, es decir la participación de las comunidades locales en turismo en áreas rurales que es una condición fundamental
- Las Municipalidades distritales en coordinación con la comunidad deben de organizarse para recibir a los visitantes, sin hipotecar en este intercambio su identidad ni sus costumbres, así el hospedaje se podría brindar en la misma casa de los pobladores, mientras que para alimentarse se debe formar restaurantes comunales, hasta que se pueda construir albergues con las comodidades necesarias y de esta manera estaríamos creando ciertas ventajas competitivas.
- Incentivar a los empresarios para invertir en centros de entretenimiento como tragamonedas, juegos de mesa, ruletas que actualmente en la ciudad no existen para ello debe de exonerarse de cobrar impuestos que muy bien se pueden recuperar con los ingresos que se obtenga de los juegos, además necesitamos instalación de casinos, es decir lugares de entretenimiento y de fantasía ya que el impacto económico del turismo y el juego es favorable, es posible pues implementar un gran atractivo turístico ya que hay lugares en el mundo como el Principado de Mónaco que es sumamente pequeño, no tiene tierras de cultivo, bosques ni río pero sin embargo es uno de los estados más ricos del mundo gracias a que vio en los casinos la oportunidad de obtener dinero, en esa comparación Amazonas tiene una diversidad de atractivos turísticos y hermosos paisajes naturales para poder despegar

económicamente y además mediante un servicio eficiente y amable.

- Debe de promover certámenes de belleza como podría ser Señorita Carnaval Ecológico, acompañada por danzas folklóricas, cuya ganadora del certamen previo auspicio de entidades tanto publicas como privadas, se encargaría de difundir todos los lugares ecológicos de la zona.
- Realizar concursos de baile típico de la ciudad como es la Chumaichada, esto podría realizarse ya sea durante el aniversario de la Ciudad (05 de Setiembre) o de la fiesta patronal (15 de Agosto).
- Durante la semana turística de Chachapoyas que se realiza del 1 al 7 de Junio se debe de organizar el festival del Morachado con el tonel mas grande de tal manera que todos los pobladores y visitantes puedan degustar de este exquisito licor. Que viene a ser un macerado de caña y mora natural, así mismo durante la fiesta patronal de Rodríguez de Mendoza que se realiza el 8 de Setiembre se debe de organizar el festival de la naranja ya que es un lugar donde abunda este producto, también en el mismo lugar se puede realizar el festival del café, para ofrecer junto con otros productos la mejor producción de este grano, el agroturismo podría convertirse en el principal propulsor de esta modalidad turística en todos los lugares de acuerdo a su producción, se puede invitar a los turistas no solo a conocer los atractivos del lugar sino también a participar de las costumbres de los pueblos incluso a participar de la cosecha de ciertos productos, la zona en

general cuenta con una gran diversidad de flora y fauna propia de la región y que bien pueden ayudar a reforzar el atractivo de los circuitos turísticos, es importante pues reconocer la necesidad de rescatar la cultura y la difusión de la historia de los pueblos.

- Organizar durante la feria agraria que se realiza en la ciudad de Chachapoyas el 24 de Junio un concurso de música folklórica a nivel nacional, además de la elección de la Reina de la feria, que muy bien podría promocionar los lugares turísticos de la región.
- Construcción de un museo con la colaboración de entidades extranjeras, como podría ser AMERICAN EXPRES, que colabore para el mantenimiento de una zona arqueológica u alguna otra entidad extranjera.
- Capacitar a los guías turísticos en mitos, leyendas y tradiciones de cada uno de los pueblos de la región, además debe de promocionar hoteles, restaurantes y agencias de viaje.
- Los campesinos de las zonas de atracción turística tienen que ser capacitados en talleres de trabajo para apoyar al turista y prestarle una buena atención.
- Con el fin de brindar un mejor servicio a los visitantes se debe de crear un comité de ética conformado por todos los que participan en turismo para sancionar a los que tratan mal al turista, así como seleccionar y premiar a las empresas que brinden calidad de servicio.

- Incentivar a refaccionar sus viviendas para brindar alojamiento al visitante en los circuitos turísticos y así evitar la demolición de casas y otras edificaciones que luego son sustituidos por construcciones de material noble que resta atractivo turístico a la zona, todo esto requiere la sensibilidad de las autoridades del INC y PROM PERU para comprometerse en una campaña que incluya a las facultades de turismo, Arquitectura y Arqueología de las Universidades peruanas.
- Incentivar a los grupos de viajeros como son AWKI TREK, DATE UN TIEMPO, VENTURA TREK, LLACTAPURI, AIRE PURO, MONTAÑISTAS, ECOTREK, entre otros, es decir promover un FAM TRIPS, otorgándoles pasajes y alimentación gratis a todos los dueños de estas organizaciones , mediante las donaciones de las municipalidades, agencias de viaje y colaboración de las comunidades para poderles atender.
- Se debe de conformar la oficina técnica del centro histórico para conservar la naturaleza del centro de la ciudad, para ello el Burgomaestre debe de tender lazos de cooperación con organismos internacionales y entidades financieras importantes como el BID, así como coordinar con el gobierno central a fin de negociar con los organismos internacionales para poder obtener las líneas de crédito.
- A la municipalidad le toca proteger, conservar y mejorar las condiciones en la que se encuentra el centro histórico monumental, pero además de ello urge que esta institución

publica se involucre en el manejo de la administración turística, a través de organismos que se creen para tal objetivo.

- Se debe de aprobar un reglamento de edificaciones y el de zonificación, para determinar un lugar específico que sea zona industrial, artesanal, terminal terrestre, etc. de tal manera que la ciudad funcione en forma ordenada.
- Deben de proteger los lugares turísticos ya que los propios moradores y las inclemencias del tiempo han ido destruyendo las construcciones, además que muchos moradores del lugar utilizan los bloques de piedra de los restos arqueológicos para hacer nuevas construcciones.
- La Municipalidad Provincial tiene que promover cursos de taller en forma gratuita para la formación de promotores de conciencia turística de la zona.
- Para que los turistas puedan visitar los lugares ecológicos se debe de proporcionar acémilas en coordinación con las autoridades y la comunidad.
- Lograr que alguno de los aspectos de la ley N° 27037 de promoción de la inversión en la amazonia peruana se adapten a las circunstancias y alienten el desarrollo de infraestructura turística, Industrial y comercial en consecuencia debería de asfaltarse la carretera Pedro Ruiz, Chachapoyas, Kuelap, culminar la construcción de las carreteras Jumbilla - Molinopampa, Omia - Saposoa y Choctamal - Ocalli que en total distan aproximadamente 270 km.



- Se debe de crear una oficina de asesoría y consultoría ambiental (OACA) que pueda determinar las potencialidades de cada distrito y especificar los lugares ecológicos y arqueológicos que existen a lo largo de los pueblos además el (OACA) debe de capacitar a los pobladores y organizar los lugares de atracción turística, planear casas de hospedaje tambos y restaurantes en lugares específicos especialmente en los pueblos de alta densidad poblacional, de esta manera se podrá ofrecer una mayor cantidad de paquetes turísticos y el turista sea bien atendido.
- Incentivar para adornar la ciudad con maceteros de flores que cuelguen de las ventanas y balcones, así como de los postes de alumbrado.
- Se debe de hacer un esfuerzo para poder conservar a la ciudad en buen estado y así poder darle el impulso turístico que todo visitante espera, solo así las agencias de viaje de todo el Perú comenzaran a tomarle en cuenta a nuestra zona.
- Promover un festival musical y gastronómico donde se escuche música folklórica del lugar y se sirvan platos típicos que podría realizarse durante la semana patronal.
- Los lugares turísticos se debe de adornar con jardines de puro plantas del lugar ya que no solo contar con lugares atractivos es suficiente sino hay que crearles valor.

- Debe de promover una rueda de negocios y encuentro de profesionales para permitir la afluencia de personas a la zona.
- El turismo abre a los amasonenses la posibilidad de un desarrollo económico y social y lo que es más trascendente, puede generar las fuentes de trabajo que se han cerrado en otros sectores y colocar al Departamento en el lugar que se merece.
- El turismo es hacer de Amazonas un polo de desarrollo, una plataforma de servicios en la que cada vez un mayor número de visitantes lleguen a nuestra ciudad, donde encontrarán gente hospitalaria siempre dispuestos a compartir gratos momentos con los visitantes. CHARLES DE MOTLEY, ingeniero dedicado al turismo de Orlando, Florida sobre la arqueología de Amazonas y su potencial turístico dice que está seguro que con una mínima inversión en infraestructura turística miles de turistas americanos vendrían a la zona, para muestra ha construido un hostel cerca de Kuelap.
- Construcción de un mirador turístico en la ciudad de Chachapoyas que permitirá contar con mayor infraestructura de servicios y a la vez de un lugar estratégico para poder observar no solo la belleza de la ciudad de Chachapoyas sino también divisar la Provincia de Luya y además observar la impresionante cordillera de Pishco Huañuna, el objetivo principal de la construcción de este mirador es el de incentivar el turismo local, regional y nacional a través de la implementación de espacios propicios para la percepción de la naturaleza, además es el de crear las condiciones necesarias

al turista para que desde una instalación perciba el paisaje natural y arquitectónico, este proyecto deberá ser ejecutado por la Oficina de Cooperación Técnica Internacional de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas y requerirá de una inversión de US\$ 120,700 de ese monto se solicitara a entidades de cooperación internacional US\$ 84,700 y la Municipalidad aportara US\$ 36,000.

### **C. EL ITINCI**

- Debe de promocionar mediante, folletos, paginas WEB , donde se deben de informar además de los lugares turísticos las actividades y ferias de turismo esta pagina WEB se debe de colocar por ejemplo en TRAVEL WORLD (travel world.com.pe) que se considera el primer portal de turismo del Perú y Latinoamérica.
- Debe de dar impulso al área de estadística turística, así como el de efectuar un inventario de los productos que brindan las provincias para poder mejorarlo.
- En coordinación con todas las entidades de la región se debería de crear el premio regional de turismo y reconocimiento al mérito turístico de esta manera se mejoraría el servicio a los turistas.
- Se debe de repartir una tarjeta de bienvenida a los visitantes en el que se le desee una feliz estadía.

- Se debe de instalar un servicio de protección al turista en todos los lugares de mayor concurrencia de los visitantes, la existencia de esta clase de servicio permite que ellos se sientan seguros y tengan donde reclamar sus derechos.
- Instalar módulos o casetas de información turística, seguridad y costos para evitar que se aprovechen de los visitantes, el objetivo de instalar módulos de sistemas de información turística (SIT) en los principales destinos turísticos, parte de la necesidad de proveer información al turista, contribuir a dar una imagen de destino turístico competitivo, facilitar la estadía del turista y promover el turismo y las inversiones en este sector, entre las metas de este proyecto se cuenta el de brindar un servicio integral de asistencia, información y protección a los turistas en todos los lugares que visite, también integrar el servicio bajo una misma imagen desarrollando una marca e incluir iniciativas de autoridades locales para la promoción de información turística.
- Se puede formular un nuevo circuito turístico denominado por la ruta del café ya que tenemos producción en Mendoza, Ocalli, Campo Redondo, Pirca Pampa, etc. Esta propuesta es factible ya que no es una novedad, además estaríamos uniendo en forma automática con la fortaleza de Kuelap y diversos sitios arqueológicos como el Gran Vilaya este circuito promovería las chacras y fundos de los pobladores, la cual podrá beneficiar directamente a la población, para formular este proyecto no solo se necesita el apoyo de los cafetaleros sino también de las autoridades turísticas y del pueblo en general ya que la mayoría de los lugares no cuentan con servicios básicos para atender a los visitantes.

- Se debe de conectar las zonas de mayor atracción turística con aquellas que no reciben casi ningún visitante, eso es posible a través de los circuitos propuestos que incluye lugares ecológicos y arqueológicos,
- Impulsar el circuito turístico histórico norte que comprende las ciudades de Trujillo, Chiclayo, Cajamarca y Chachapoyas, sin duda con ello estaríamos recibiendo una gran cantidad de visitantes.
- Es indispensable que la zona cuente con su propia cámara de turismo y planes turísticos anuales, así mismo que formen convenios con institutos e instituciones locales y realicen actividades culturales y religiosas para extender el calendario turístico.
- Promover el turismo vivencial y ecuestre con la finalidad de salir del viaje convencional e involucrar al turista con las múltiples actividades diarias del poblador amazonense.
- Formular circuitos turísticos artesanales, a fin de que se alterne o complemente la visita a determinados monumentos arqueológicos, históricos, con ferias artesanales insitu, los cuales ofrecen productos que elaboran los pobladores del lugar, además de dar un valor agregado a la visita, este proyecto permite asegurar a los turistas la calidad de los objetos artesanales, los circuitos no solo serian un punto de encuentro entre el turista y los comerciantes de artesanía sino también la posibilidad de compartir la experiencia con los

artesanos quienes podrían mostrar la técnica de su trabajo y la forma de producción del artículo donde se visitaría a los artesanos de Huancas, que trabajan con cerámica, los artesanos de Chachapoyas, de Magdalena donde confeccionan hermosas frazadas y alforjas, este circuito necesariamente incluirían los restos arqueológicos de MACRO y KUELAP.

- A diferencia de los simples mercados o ferias artesanales, los circuitos promovidos por la dirección regional de turismo deben de estar empadronados, formalizados y capacitados para atender a los turistas.
- De igual forma se debe de trabajar para concertar la producción artesanal por Departamentos, tal como ocurre en Europa, es decir que una ciudad según su tradición cultural y artística se caractericen por el tipo de artesanía que produce. Esta iniciativa no tiene solo una concepción turística sino también Industrial, que se podría homogeneizar el trabajo de los artesanos e incrementar su productividad.
- Debe haber una coordinación entre las unidades ligadas al turismo y al sector empresarial para poder competir y posicionarse tanto en el mercado nacional como en el Internacional, debemos de difundir nuestros lugares ecoturísticos a través de libros, diarios, revistas especializadas e Internet.
- Recolectar información sobre ecología y biodiversidad ya que no tenemos un acervo documentario de información ni censos.

- Desarrollo del sector rural y el trabajo con las poblaciones locales, el objetivo es transformar sus hábitos y costumbres para que el impacto de su presencia en el medio ambiente se reduzca al mínimo.
- Los operadores y guías turísticos deben de vestir típicamente o llevar uniforme con el distintivo del ITINCI y la bandera amazonense.
- Supervisar los centros artesanales, para evitar la posibilidad que los turistas sean estafados en cuanto a la calidad de la artesanía que adquiere tanto en los tejidos, cerámica, madera y metalurgia, ya que debido a los malos insumos que puedan utilizar, los defectos se detectan tiempos después cuando los turistas ya se encuentran en su país de origen sin la menor esperanza de presentar quejas, es por ello que este sector debe buscar dar el mayor impulso posible al proceso de producción de la artesanía.
- Se debe dar información Geográfica e Histórica sobre los lugares que visita ya que al llegar a un lugar, emocionado por el viaje el turista adquiere replicas de piezas arqueológicas y solo puede confiar en la palabra del vendedor.
- Realizar un trabajo de supervisión y verificación que garantice las cualidades o características de las replicas que comercializan, según la cultura o región a la que pertenecen ya que cuando un turista regresa a su ciudad y se da cuenta que han sido estafados optan por no recomendar que visiten el

lugar donde fueron victimados ahuyentando de esta manera la afluencia de turistas.

- Proveer el material turístico (trípticos, afiches, cartillas, videos, fotografías, revistas, etc.) de todos los recursos turísticos y atractivos del departamento para poder publicitarios.
- Lograr la participación de artesanos en exposiciones y ventas de líneas artesanales.
- Capacitar al recurso humano para la información turística.
- Gestionar la concurrencia de profesionales y técnicos a la zona para realizar cursos de capacitación a docentes.
- Difundir por los diferentes medios de comunicación programas de concientización, identificación cultural y turística.
- Apoyar con material de promoción turística, guías prácticos y otros para la práctica del turismo educativo.
- Organizaciones de charlas, forums, concursos, eventos culturales, folklóricas, costumbristas, turísticas y artesanales, con la participación de docentes, alumnos y comunidad en general.
- Realizar intercambios culturales con centros educativos de otros departamentos.



- Así como EEUU obliga a entregar el documento 1 - 20 al salir del país, debemos de fabricar un documento de arribo a nuestra zona que contenga dos partes y con numeración, es decir la primera parte se entrega al llegar y la segunda al salir, obviamente con un cuestionario fácil de llenar esto sería una suerte de prueba de concepto, intercambiaríamos esta base de datos con otros Departamentos y países que capten los mismos turistas, para poder mejorar nuestros servicios.

#### **D. PROM PERU**

- Prom Perú debe de encargarse de la promoción de los lugares turísticos del departamento de Amazonas en las ferias internacionales como son el ABAV que se realiza en el Brasil, TOP RESA se realiza en Francia, THE INCENTIVA TRAVEL, MEETING EXECUTIVES SHOW, se realiza en Chicago, WORLD TRAVEL MARKET se realiza en Londres y demás ferias internacionales, la presencia de publicidad en estas ferias es de suma importancia para poder atraer a los turistas a nuestras zona, en estas ferias podemos promover el turismo participativo que es un producto que llama mucho la atención, Prom Perú pues debe de afianzar la oferta turística hacia Amazonas en el extranjero.
- Prom. Perú tiene que realizar una campaña mas intensa a cerca de los destinos turísticos mediante radio y la televisión para promover el turismo ya que la facilidad de transito por la frontera e ingreso hacia el Ecuador ha desviado el interés de muchos compatriotas por conocer el norte de nuestro país es así como la camara de turismo de Cajamarca estima una reducción del 15% en el flujo de turistas nacionales a esa

ciudad, así mismo afecta al departamento de Amazonas, los estudiantes de los departamentos vecinos que son el principal mercado, por la atracción de visitar otro país y la diferencia de costos afectan el mercado, ya que comparativamente los precios de los productos en el Ecuador son más baratos a los de Perú, inicialmente con la facilidad del tránsito en la frontera se pensó que beneficiaría al turismo peruano, pero no fue así ya que los Ecuatorianos consideran al Perú un mercado muy caro, los pocos turistas que nos visitan suelen ser de un día a lo máximo dos.

- Lamentablemente por falta de información y el impacto negativo de los problemas sociales fue difícil vender programas de turismo hacia este país, actualmente en Estados Unidos existe un gran interés de las agencias de viaje por conocer la variedad de destinos que posee el Perú, para realizar un turismo especializado, pero por la falta de información es difícil de vender programas de turismo hacia el Perú, por lo que es un reto para Prom. Perú tratar de cambiar esta realidad.
- Si eliminamos nuestra debilidad como es la falta de información y estabilidad social y económica el número de visitantes procedentes tanto de EEUU. Como de otros países puede incrementarse substancialmente.
- La información en los medios internacionales es indispensable por que muchos se resisten a visitar nuestro departamento por que creen que no encontrarán la infraestructura y los servicios necesarios lo que en la práctica es un error.

- Se debe de difundir hoja de rutas turísticas, que contengan mapas con carreteras e información turística actualizada, señales de hoteles, restaurantes, tiempos estimados de recorridos y todo tipo de servicio para el viajero.
- Se debe distribuir casetes grabados con los atractivos turísticos de la zona a todas las empresas de transporte para que durante el viaje vayan promocionando y de esta manera se entere el viajero de que lugares conocer.
- Se necesita de un Prom. Perú con un marketing técnico e innovador, que vaya mas alla de los fríos números de la investigación de mercados y cree una marca como podría ser CHACHAPOYAS - PRE INCA, sintetiza el motivo principal del turismo hacia nuestra región, ese seria el "Brand" justo para ubicar a nuestro departamento en la mente de los turistas no solo nacionales sino también extranjeros, así como las pirámides son a Egipto o los Mayas a Mesoamerica, para eso esta la Fortaleza de Kuelap, el complejo Arqueológico de Macro, el Gran Vilaya, los Sarcófagos de Karagía, etc., nos parece mas que suficiente para atraer a todo aquel que se interesa en un tipo particular de turismo, para ello es necesario que los que trabajan en Prom. Perú salgan de sus oficinas para experimentar y conocer el Perú, ¿sino como es que pueden hacer promoción del turismo a nuestro país y nuestra zona desconociendo el bajo nivel de servicio que se da como norma al turista?. Todo esto es algo cualitativo pero debe realizarse un censo cuantitativo que identifique todos los lugares de visita y de posible reposo para el turista, es a partir

de ese censo que se requiere un plan de capacitación y concientización muy concreto para darle un mejor servicio al turista, pasando por los guías y toda la cadena de valor del turismo.

- Es responsabilidad de Prom. Perú provocar al estado para que cumpla su rol de promotor del turismo dando credibilidad con capacidad de gestión y con eficacia de acción que esperemos tenga con el nuevo Presidente elegido.
- Prom Perú debería funcionar como una bisagra, un catalizador entre el Estado y el sector privado.
- Desarrollar una promoción vía Internet de "Hand - raising" para todos los interesados tanto en turismo histórico como ecológico a través de enlaces en los Portales.
- Recordemos que dos de cada tres turistas vienen al Perú en forma independiente, sin operador ni agencias de viaje de por medio.
- El Website peruano debe ser no solo motivador sino de utilidad práctica (incorporar logística impecable de mapas, rutas, hoteles, etc.)

## **E. LA EMPRESA PRIVADA**

- La empresa privada debe de firmar convenios de cooperación con las Universidades para que puedan contribuir a generar inversiones en el sector turismo, tal convenio de cooperación contribuiría al mejoramiento de la calidad del producto turístico, desarrollando para tal fin eventos y actividades académicas que capaciten a los empresarios, como podría ser cursos y seminarios de capacitación en las diferentes actividades relacionadas con el turismo.
- La empresa privada con el apoyo del Gobierno y las instituciones deberían de formar empresas turísticas multiregionales para lo cual el Gobierno debería de crear algún tipo de incentivo para que se funden empresas de capital mixto.
- Tienen que promover la construcción de establecimientos de hospedaje, instalación de agencias de viaje y restaurantes, para ello necesitamos capacitar a los inversionistas ya que la falta de infraestructura para atender la demanda de los visitantes perjudica la imagen del destino turístico y en consecuencia el de la región.
- Tiene que aprovechar la promoción que hace el gobierno a cerca del turismo como principal fuente de captación de divisas, lo que ha creado interés tanto de autoridades como del publico en general. Pero para ello hay que prepararnos, ya que según el Ministerio de Industria y Turismo Amazonas es el

lugar que cuenta con menor número de alojamientos de hospedaje.

- Como parte de las actividades de afianzar la promoción de los lugares turísticos las empresas que conforman el sector junto con instituciones y autoridades deben de desarrollar Bolsas de Turismo cuyo fin principal es de acercar la oferta turística de los diversos puntos de la región que cuentan con infraestructura para recibir al turista, pues la Bolsa constituye una valiosa oportunidad para dinamizar el proceso de comercialización de nuestro producto turístico, en ello deben de participar todos los pueblos de la zona para poder ofrecer sus platos, danzas típicas y dar a conocer sus lugares turísticos ya que muchos de ellos son ignorados.
- Si bien la actividad turística es vista como una de las alternativas para generar desarrollo en el país, esto requiere el de adecuar sus servicios en favor del turista y eso es decisión y obra de la empresa privada.
- Se debe de ofrecer tipos de Tours, como simples en los que se realizan caminatas, Tours para exploradores que requieren mayores esfuerzos como caminar distancias medias y escalar terrenos y Tours para aventureros que prometen la excursión mas activa y deben ser diseñados para turistas con excelente estado físico en estos Tours el turista podrá escalar cerros pasear en Kayac en el río Utcubamaba, hacer circuitos en Bicicleta, disfrutar del deporte de la pesca tanto de río como en laguna.

- Según el perfil del turista extranjero realizado por Prom Perú el 84% de turistas que visitan nuestro país invierten unos \$ 89 en la compra de objetos artesanales ya sea como recuerdo de viaje, como objeto de decoración o para ofrecerlo como regalo, urge por lo tanto la formación de la producción artesanal y la mejora de la calidad de los productos finales.
- La iniciativa de complementar el turismo con la actividad artesanal en nuestra zona resulta sumamente efectiva para los intereses del sector turístico, así lo demuestran los análisis y encuestas sobre las tendencias y preferencias de los turistas peruanos y extranjeros para satisfacer el mercado, uno de los próximos objetivos es de afianzar la tradición artesanal tanto en la zona como a nivel nacional. De acuerdo a recientes estadísticas la salida al exterior de objetos artesanales a través de la compra que realizan los turistas es una modalidad que supera de forma considerable los volúmenes de exportaciones de estos productos, entonces debemos de aprovechar esta modalidad fabricando objetos artesanales de calidad y de uso múltiple.
- Coordinar con el ITINCI para que a través de la dirección regional de turismo junto con otras entidades desarrolle actividades para la capacitación y el progreso de la artesanía, así como apoyar para la formalización empresarial y calidad de los productos.
- La identificación de la artesanía como actividad económica y productiva mas que como un complemento al trabajo rural de la gente de la zona permitirá afianzar el camino del progreso.

- Las agencias de turismo deben den ofertar paquetes turísticos para aumentar la afluencias de turistas, ofrecer promociones de viajes, que incluyan pasajes, alojamiento con alimentación, traslados y excursiones por los distintos lugares para ello tendrá que coordinar con las autoridades locales y las comunidades para que les brinden las facilidades del caso.
- Los turistas deben de ser provistos de la mayor y mas amplia información para poder disfrutar de su visita, además los que prefieren realizar un recorrido individual sin la conducción de un guía deben de ser informados mediante un CD o revistas en diferentes idiomas, que les servirá como guía personal de tal manera que los visitantes puedan informarse sobre la diversidad de la flora, la fauna de la zona y la historia de los pueblos, además de poder conocer los lugares arqueológicos y poderlos visitar. La idea es que nosotros queremos brindar naturaleza y servicio, es decir que todos los atractivos se sumen a la naturaleza y no que compitan con ella.
- Las promociones de turismo que se realicen, deben de regir durante todo el año, a excepción de la semana turística que es el 6 de Junio y la fiesta Patronal del 15 de Agosto donde existe mucha afluencia de visitantes.
- Proporcionar información turística en detalle sobre el programa seleccionado y si aun no tiene un programa definido, aquí debe de encontrar mapas, precios e información en general que lo ayuden al turista a decidir una elección con garantía.



- Los guías y operadores deben de realizar actividades como :
  - ◆ Caminatas por trocha
  - ◆ Observaciones de aves
  - ◆ Canotaje
  - ◆ Ciclismo
  - ◆ Paseos en canoas por ríos y lagunas
  - ◆ Pesca
  - ◆ Contacto con las comunidades nativas
  
- Las visitas a las comunidades campesinas permite tomar contacto con la población local y ver el estilo de vida y arquitectónico de las viviendas.
  
- Visitar Amazonas, es como ingresar a un mundo, donde el pasado y el presente se juntan en una expresión mágica de tradición e historia, donde la leyenda y la fantasía, se confunden con la realidad y donde un pedazo vivo de la Historia Peruana, palpita como testigo de la grandeza de un pueblo que sobrevive a miles de años de Historia.

## **F. EL INC.**

- Los organismos responsables de la protección, conservación y explotación de los recursos turísticos es el INC y el INRENA.
  
- Debe de facilitar con un ambiente para el funcionamiento de la oficina de información turística y de exposiciones y venta de artesanías.

- Equipar la oficina de información turística con equipo audiovisual (TV y VHS) y muebles.
- Capacitar al personal para la atención a visitantes.
- Tanto al INC como el ITINCI deben de contar con personal capacitado para la oficina de información, además de inspeccionar, supervisar y evaluar en forma constante al personal asignado a dichas entidades.
- Capacitación a guías prácticos en turismo.

#### **G. MINISTERIO DE EDUCACION**

- En coordinación con en ITINCI debe de promover, organizar y ejecutar el programa de turismo, concientización e identidad cultural con la participación masiva de la comunidad educativa en todo el Departamento.
- Elaborar contenidos educativos relacionados con turismo para su inserción en la curricula de los diferentes niveles y modalidades del sistema educativo.
- Capacitar a los docentes de los diferentes niveles y modalidades en materia de turismo educativo.
- Desarrollar programas de motivación turística utilizando los medios de comunicación social.

- Propiciar la utilización de los locales del sector educativo a nivel departamental como infraestructura de hospedaje, recreación y deporte para albergar grupos turísticos de educandos y demás miembros de la comunidad educativa.
- Gestionar la inserción en la curricula de los diferentes niveles educativos el conocimiento de nuestra cultura, recursos arqueológicos, turísticos, e importancia del turismo para el desarrollo de nuestros pueblos, así como la conservación de nuestros recursos naturales.
- Designar coordinadores de turismo en cada centro educativo.
- Dictar normas y directivas necesarias para el cumplimiento de los objetivos y metas.
- Educación en coordinación con el ITINCI gestionaran de común acuerdo el apoyo y la colaboración económica y material de instituciones publicas y privadas.
- Para la ejecución de este proyecto ambas entidades deben destinar de su presupuesto anual un monto necesario para el desarrollo de las actividades, así como personal y equipo.

## **H. EL ARZOBISPADO**

- El Arzobispado de Chachapoyas y Caritas deben de hacer una campaña de promoción para hacer del turismo una actividad que genere empleo para los pobladores de la zona y que de

esa manera eleven su nivel de vida, como lo esta haciendo el Arzobispado de Ayacucho, deben pedir apoyo al Banco Interamericano de Desarrollo (BID) para promover el proyecto turístico de la zona que incluiría la difusión de los diversos atractivos turísticos que existen tanto culturales, históricos y ecológicos, así como también deberían de promover la restauración de las Iglesias de todos los distritos, apoyando a la Comunidad con material y alimentación, para que los mismos pobladores inicien las obras de reconstrucción de sus templos y también el mantenimiento de los caminos Pre - Incas.

- Al apoyar el arreglo de los caminos pre Incas estarían promoviendo el turismo de aventura y el Ecoturismo.

## **I. LA PREFECTURA**

- La Prefectura se debe de preocupar en la seguridad del turista tanto dentro de la ciudad como en el de los acceso a los lugares turísticos para ello tiene que coordinar con la Policía Nacional para desarrollar las estrategias.
- Ver la posibilidad de la creación de una policía privada, para la seguridad de los turistas, para ello podríamos capacitar a los policías municipales para proteger al turista dentro de la ciudad y también capacitar a los Gobernadores para proteger a los turistas cuando se dirigen a los lugares de atracción turística.

## **CAPITULO 5**

### **MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA**

#### **5.1 ENTORNO DE LA PEQUEÑA EMPRESA**

El problema central de la micro y pequeña empresa es que se encuentra aislado y no es que sea pequeña para la competitividad.

El proceso de globalización experimentado produce regionalización y localización, por lo tanto las empresas deben de orientarse a estándares internacionales para poder competir y sobrevivir.

Las políticas de apoyo que se de a las micro y pequeñas empresas debe de ser diferente para cada sector y región de acuerdo a sus realidades y necesidades debido que:

- A. La territorialidad conduce a relaciones de soporte, no pueden ser delineado desde una tecnología y conocimiento y las políticas de un ministerio lejano ya que no conocen la realidad y no tienen los conocimientos necesarios para poder enfrentar el problema, es indispensable y necesario aplicar políticas regionales sectoriales como se aplica en Chile, Colombia, México, etc.

- B. La competitividad en los sectores es débil por lo tanto urge la necesidad de crear un entorno institucional de soporte como institutos, Universidades, ONGS, laboratorios de control de calidad o lo que se llama crear la mesoeconomía para poder fortalecerlo.

El desarrollo de las instituciones tienen que estar en la región y especializadas de acuerdo a sus necesidades (panadería, carpintería, metalmeccanica, agroindustria, artesanía, etc.), por lo tanto la constitución de estas instituciones de soporte es indispensable para poder ser competitivo.

Debemos fomentar las aglomeraciones y profundizar sus especializaciones, fortalecer sus fortalezas ya que los productores no son trasladables debido a sus proveedores, trabajadores, etc.

Las municipalidades tienen que fomentar el desarrollo de las micro y pequeñas empresas ya que tienen relación directa con ellas, además tiene que existir múltiples políticas industriales.

Hay que fomentar la inteligencia en las regiones mediante una buena alimentación y educación.

Tener una política industrial, que definitivamente es una política educativa, tenemos que fomentar políticas de apoyo industrial, además los programas tienen que ser por ramas y grupos de empresa.

### 5.1.1 ENTORNO SOCIO ECONOMICO

A nivel nacional una característica central de las micro y pequeñas empresas es su heterogeneidad tecnológica, que deriva en la existencia de sectores con bases tecnológicas, racionalidad económica y grupos sociales diversos y con grados de articulación entre si diferentes. El proceso de industrialización en la Sub Región Chachapoyas, podemos señalarlo como un resultado de la incorporación de la economía mercantil de la sierra y ceja de selva(selva alta) hacia un espacio de mayor mercado como es la economía capitalista de la costa.

En la medida de la construcción de las vías de penetración terrestre a nuestra región como son Chiclayo - Olmos - Bagua - Pedro Ruiz - Chachapoyas, Chachapoyas - Leymebamba - Celendín - Cajamarca y Pedro Ruiz - La Florida - Jumbilla - Buenos Aires -Nuevo Cajamarca - Moyobamba - Tarapoto, integrándose de esta manera a mercados mayores (Chiclayo) en la costa, (Cajamarca) en la sierra y (Tarapoto) en la selva, con predominio del primero en vista de lo reducido que resulta el mercado local Sub Regional y aún el departamental.

Esta integración económica ha originado diferencias en el movimiento poblacional de las provincias conformantes de la Sub región como también en la dinámica de las tasas de crecimiento respectiva. Al lado de la dinámica poblacional se ha generado una economía de servicios (educación, salud, saneamiento básico, infraestructura eléctricas, etc.) incorporándose de esta manera hacia una lenta modernización

y urbanización, contando con el desarrollo de la actividad económica y financiera.

La débil descentralización industrial producida tubo mayor carácter de orden tributario que económico - productivo, no ha permitido el desarrollo regional a pesar de que sus principales estratos (micro, pequeña y mediana empresa ) tienen un mayor grado de descentralización geográfica que la gran empresa, mayor utilización de insumos nacionales, menor propensión al consumo de divisas, capacidad de innovación tecnológica , generan empleo, etc. resultando indispensable el fomento, la promoción y desarrollo de estos sectores dentro de un proceso de reestructuración productiva que vive el país.

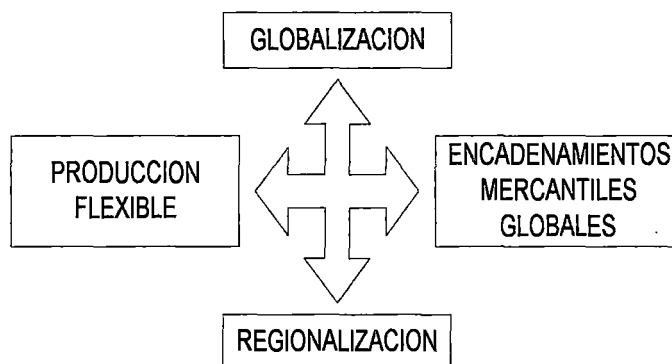
### **5.1.2 ENTORNO DINÁMICO DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS EN LA REGIÓN**

La experiencia internacional de intervención exitosa en las pequeñas empresas, el debate acerca de los clusters y las tendencias sobre procesos de industrialización regional enseñan que el problema principal de las micro y pequeñas empresas no radica fundamentalmente en su tamaño sino en su aislamiento. Es justamente lo que ocurre en nuestra zona. Las pequeñas y microempresas dependen en gran parte de su entorno., pero este espacio mesoeconomico, no se genera ni aún en los países desarrollados en forma espontanea, sino que requiere de la acción activa y colectiva de los actores locales en torno a sectores económicos específicos.

Los acelerados cambios en la estructura de la economía global y las profundas transformaciones tecnológicas, presionan de



una manera nunca antes experimentada sobre la pequeña y microempresa en países como el nuestro y más aún en nuestra región. El aumento de la competencia internacional es especialmente acentuada en aquellos países como el nuestro que luego de décadas salen del modelo de sustitución de importaciones, las pequeñas y microempresas de la zona tienen que orientarse rápidamente a estándares internacionales., para poder competir tanto en el mercado interno como para el externo. Las políticas e instrumentos de promoción se enfrentan por eso a grandes retos.



Fuente: Dusel Enrique. Reflexiones sobre conceptos y experiencias internacionales de industrialización regional.

En. Ruiz Duran - Dussel Peters. Dinámica Regional y Competitividad Industrial UNAM, México 1999, Pag. 62.

Como se observa en el cuadro anterior, tanto la producción flexible como los encadenamientos mercantiles globales generan, al mismo tiempo una serie de impactos regionales y locales.

Paralelamente aumenta la competencia entre regiones, localidades y sectores específicos. La discusión generalizante sobre la pequeña y microempresa tiene poca relevancia por

que se trata de fomentar capacidades en sectores y territorios específicos, generando conocimientos y propiciando un intercambio de información y comunicación que aumenten valor agregado. De este modo la sociedad puede desarrollar un enlace coordinativo a través de determinados patrones de comportamiento que aceleren la comunicación entre los actores y por tanto el aprendizaje, en un contexto territorial determinado. Michael Storper señala en *El Mundo de las Regiones* que son tres los factores substanciales que determinan el desarrollo de los espacios regionales: Tecnología, organización y territorio.

La tecnología resulta de procesos de aprendizaje complejos que se dan de una manera organizativa determinada, la cual responde no solamente a la organización interna de las empresas, sino a la forma organizativa contextual de la sociedad, de modo que esto es producto de la capacidad de interrelación de los actores a través de determinados códigos de conducta y formas de comportamiento que van más allá de lo meramente psicológico, cultural o ético, todo esto ocurre en un territorio delimitado, no políticamente sino por una red de relaciones. Esta es la causa por la cual los esfuerzos de imitación de modelos de desarrollo externos han fracasado, no se pueden copiar los códigos o patrones ya que responden a vasos comunicantes invisibles. Es el software del desarrollo. Algunos como Coleman y Francis Fukuyama, llaman a esto capital social definido como la capacidad de los actores sociales para fijarse objetivos e implementarlos en conjunto. Allí donde esta capacidad está ausente o se reduce exclusivamente al ámbito familiar (familitis) es sumamente complejo inducir procesos dinámicos, que vayan más allá del

voluntarismo fragmentado, competitivas son pues las sociedades que desarrollan estas capacidades. El bloqueo de esta red de comunicación impide emprender procesos conjuntos.

El aparentemente contradictorio aumento del peso de las regiones y localidades en el proceso de globalización responde a la imposibilidad de implementar políticas jerárquicas desde el centro y a los rápidos cambios en las estructuras empresariales que obligan a procesos flexibles y rápidos, algunos países latinoamericanos como Chile han desarrollado por eso un conjunto de instrumentos de promoción y otros como México y Colombia además una política regional activa. La capacidad de los sistemas de producción local de enfrentar y adaptarse a nuevos retos aunada a su flexibilidad y habilidad par generar empleos manufactureros de alto valor agregado, los han convertido en una alternativa de gran significado en un entorno económico sujeto a múltiples cambios.

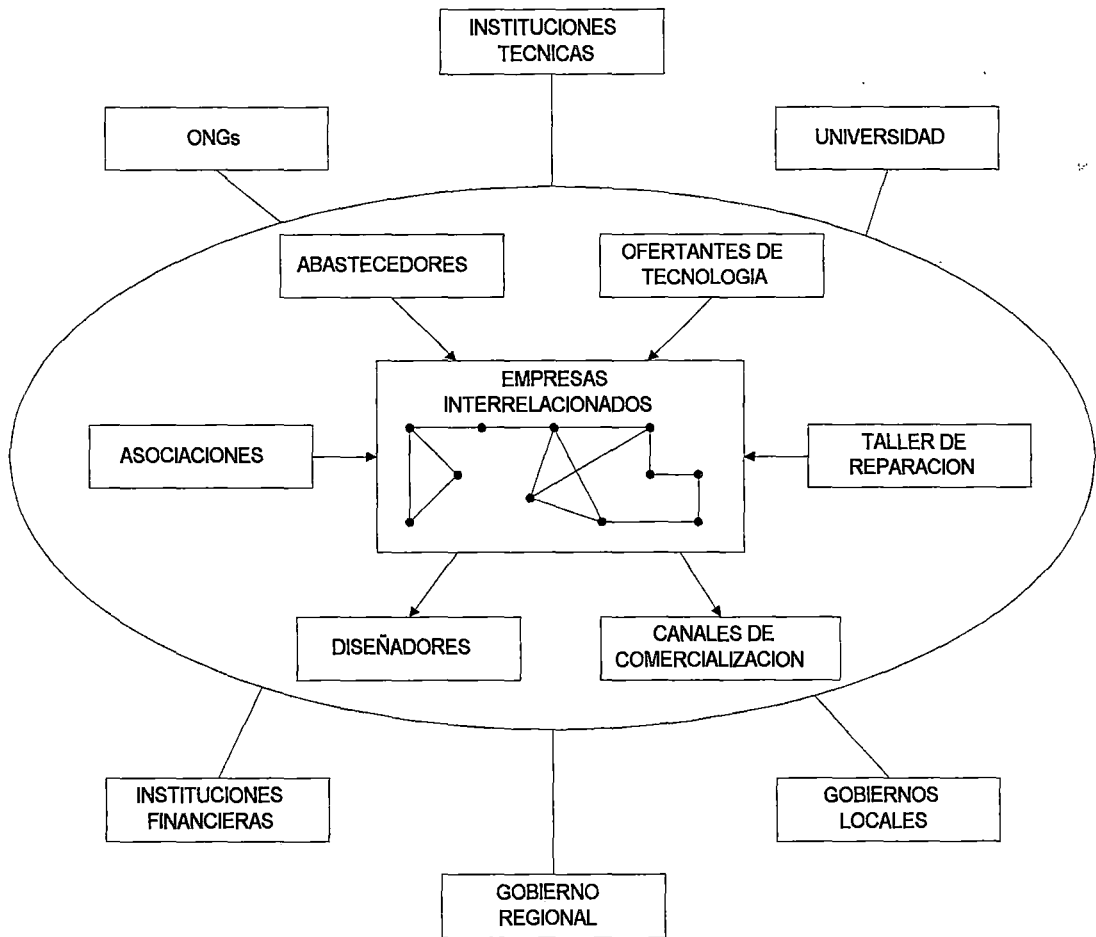
La capacidad de cooperación, enlace e interacción, se convierte cada vez mas en un elemento central de la competitividad.

Sin embargo la competitividad rara vez emerge en el vacío y se manifiesta cada vez mas en clusters. Un cluster se define como una red de pequeñas empresas sectorialmente especializadas ubicadas en un espacio territorial claramente delimitado, con intensas relaciones interempresariales e institucionales.

La proximidad geográfica genera una serie de ventajas vinculadas a aprendizajes colectivos e interacciones que se intensifican en territorios locales. Se origina pues una combinación de competencia y cooperación que define la capacidad competitiva de las pequeñas empresas aquí ubicadas. Estos clusters están altamente regionalizados y tienen necesidades diversas y a veces contrapuestas por lo que es contraindicado formular políticas nacionales al respecto. Por ello el tratamiento de la competitividad debe de ser regional.

Puesto que los clusters están formados por cadenas productivas, es necesario hacer un trabajo sectorial, enfocado a la búsqueda de incrementos en la productividad. La importancia de la cooperación y la especialización se convierten en factores esenciales de competitividad. El desarrollo de mecanismos de confianza tanto informales como formales constituye una parte central de las políticas de apoyo a las PYMES. Algunos de los casos mas exitosos de clusters en países en desarrollo muestran esto con claridad.

## PYMES EN CLUSTER



Una política de este tipo implica necesariamente un fortalecimiento de instituciones especializadas con capacidad de interacción en el medio que se pretende transformar, más aun estas instituciones y programas deben ser capaces de formar parte del mismo entorno. Su éxito no depende solo de la calidad de los servicios, sino de su incrustación en el mismo medio. Esto implica que los programas no pueden ser digitados desde lejanos centros, su concepción, formulación, implementación, control y evaluación recaen sobre la misma institución local. La capacidad de articulación institucional depende en gran medida de su especialización competente que genere confianza y posibilite en muchos casos,

intermediar entre actores. Esto es especialmente relevante allí donde las instituciones estatales han dejado de operar, se han desarticulado o su accionar es muy limitado, un caso común en la mayoría de países latinoamericanos es la era post - sustitución de importaciones.

Paralelamente el cada vez mayor entrelazamiento internacional presiona sobre estas organizaciones locales conminándolas a estar permanentemente informadas sobre las nuevas técnicas, los nuevos procesos organizativos y las tendencias en moda y diseño, a fin de integrar lo local con lo global, contribuyendo así al aceleramiento a procesos de aprendizaje y conocimientos. La aguda competencia internacional entre sectores específicos obliga a las instituciones de soporte especializadas, en caso ideal, a operar internacionalmente. Un enfoque de este tipo permite transferir experiencias en continuo cambio que en razón de su propia velocidad no se encuentran codificadas y que por tanto exigen un nexo directo con el espacio de generación de conocimientos. El desarrollo de las comunicaciones puede ser en estos casos aprovechados para vincularse activamente a redes de conocimientos especializados. Esto tiene lugar preferentemente a través de equipos multidisciplinarios altamente especializados.

### **5.1.3 DINAMICA ECONOMICA**

En el campo de la industria manufacturera en la zona sur del Departamento de Amazonas, podemos señalar la existencia de dos estratos empresariales microempresa (ME) y pequeña empresa (PE).

Según las estadísticas oficiales del Departamento, durante 1971 y 1986, la microempresa tuvo un crecimiento del 6.1% anual en cuanto al número de establecimientos, con un decrecimiento en la pequeña industria de 10.2% anual mientras que durante los años de 1994 a 1999 la microempresa tuvo un crecimiento promedio de 16.49% en cuanto al número de establecimientos y de 34% en promedio en cuanto a generación de empleo.

La pequeña empresa durante los años de 1993 a 1995 tuvo un crecimiento cero y de 1996 a 1999 en cuanto a número de establecimientos creció en un promedio de 4.4% y en cuanto a generación de empleo en un promedio de 18.2%.

**Cuadro N° 14.- ZONA SUR DEL DEPARTAMENTO DE AMAZONAS  
EVOLUCION INDUSTRIAL POR ESTRATOS  
EMPRESARIALES 1971 - 1999**

TAMAÑO	ESTABLECIMIENTOS									EMPLEOS								
	AÑOS									AÑOS								
	1971	1986	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	1971	1986	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
PE	5	1	--	--	--	3	--	5	5	147	54	--	--	--	39	--	70	78
ME	5	16	28	60	27	65	49	52	18	36	113	56	117	52	78	157	18	40
GE	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
TOTAL	10	17	28	60	27	68	49	57	23	183	167	56	117	52	117	157	88	118

PE. Pequeña Empresa

ME. Micro Empresa

GE. Gran Empresa

Fuente. Sunat - Elaboración propia

En el espacio económico de la Sub región Chachapoyas la estructura del estrato empresarial se desarrolla en el campo de la microempresa y la pequeña empresa industrial. Por serias limitaciones en la obtención de la información estadística, considerando las variables de número de establecimiento,

número de empleos generados y valor bruto de la producción o valor agregado nos centraremos en el análisis del principal centro urbano Sub - Regional constituido por la ciudad de Chachapoyas.

En la ciudad de Chachapoyas hasta 1999 se llevaron a cabo 26 actividades económicas industriales, donde el 23% están relacionadas a la producción de bienes de capital. El 26.9% a bienes intermedios y el 38.5% a bienes de consumo y 11.5% a servicios.

**Cuadro N° 15.- ZONA SUR DEL DEPARTAMENTO DE AMAZONAS, ACTIVIDADES ECONOMICAS INDUSTRIALES 1999**

PRODUCCION DE BIENES	ACTIVIDADES ECONOMICAS	
	Nº	%
Bienes de capital	6	23
Bienes intermedios	7	26.9
Bienes de consumo	10	38.5
Servicios	3	11.5
Total	26	100

Fuente. ICTA Chachapoyas

Elaboración. Propia

## **5.2 PRINCIPALES PROBLEMAS**

La población de micro y pequeñas empresas agrupa a los verdaderos emprendedores y son los que tienen el liderazgo empresarial en nuestra región donde no existe gran empresa privada ni pública, le dan valor agregado a la producción agrícola y pecuaria local actuando de eje articulador entre lo urbano y lo rural y dinamisan el escaso mercado interno.



La micro y pequeña empresa en nuestra sub región tiene sus propios problemas, al lado de la conformación estructural propia de la economía peruana. La problemática de este sector empresarial lo podemos enfocar desde el punto e vista de su organización gremial, gestión tecnológica gestión empresarial y financiamiento.

### **5.2.1 ORGANIZACION GREMIAL**

Los niveles de organización gremial existente en el sector empresarial de la sub región son muy débiles, por lo tanto dificulta sus acciones de negociación y representatividad. Si bien el esfuerzo organizativo esta muy golpeado por la crudeza del ajuste estructural del país, se esta sobrellevando la situación y se intenta mantener la vigencia de la organización en una perspectiva empresarial.

### **5.2.2 PROMOCION, CAPACITACION Y ORGANIZACION GREMIAL**

La inexistencia de instituciones de promoción (ONGS) y el poco apoyo del sector publico (Dirección Sub Regional de Industria, comercio, turismo y Artesanía ICTA) empeora este panorama organizativo.

Actualmente el desafío de la competitividad a despertado interés en los gremios de requerir urgentemente capacitación en gestión empresarial, que les permita acceder a los circuitos modernos de mercado, productividad, organización, disciplina, fuentes de financiamiento, mejora de sus sistemas de comercialización, asesoría en el campo de la producción así

como capacitarse en áreas críticas de tecnología, costos, liderazgo empresarial, etc.

La área crítica de capacitación y asistencia tecnológica hace que los gremios enfrenten dificultades en la formulación de proyectos de inversión de factibilidad tecno económica, carecen de experiencia en la organización de ferias, encuentros microempresariales, congresos, cursos talleres, rueda de negocios, etc.

Las instituciones privadas (ONGS), como públicas (Gobierno Regional) deben considerar al desarrollo gremial como un valor estratégico para lograr potenciar la promoción de la micro y pequeña empresa

Los problemas que actualmente aquejan a la micro y pequeña empresas en nuestra región pueden ser solucionados mediante un fortalecimiento en la organización del gremio comprometidos con la necesidad de su sector empresarial.

Para poder despertar una motivación en el empresario se puede lograr a través de un efecto de demostración de los programas de promoción integral al sector, con la participación activa de sus organizaciones gremiales.

Cabe anotar con singular importancia, la ausencia en el conocimiento sobre el comportamiento, actitudes y valores de las capas empresariales unidas a la producción en pequeña escala. Sería muy necesario auscultar técnicamente cual es la percepción de este sector con respecto al país, la modernización, los cambios tecnológicos y la inserción en el

mercado mundial, de tal manera que nos apartemos de una visión microeconómica de la promoción y poder ingresar a una concepción de desarrollo estratégico de este importante sector de la economía.

Los niveles organizativos del sector de la micro, pequeña empresa y artesanía en la sub región se manifiestan a través de dos instituciones gremiales como son la Asociación de Pequeños y Medianos Industriales y Artesanos de Chachapoyas (APEMIPE CHACHAPOYAS ) y la Cámara de Comercio, Industria y Agricultura de Chachapoyas.

#### **A. APEMIPE CHACHAPOYAS**

El nivel de organización de este gremio abarcaba mayormente la localidad de Chachapoyas, principal mercado sub regional, quedando por incorporar a las demás provincias, al 31.12.93 este gremio agrupaba a 82 afiliados, distribuidos en 72 que realizan actividades productivas, 9 en servicios y 1 en comercialización.

Del total de las empresas afiliadas el 83% de ellas eran manejadas por hombres y el 17% restantes por mujeres.

Las PYMES en CHACHAPOYAS actualmente, están constituidas por 287 actividades económicas industriales, en las que destacan fabricación de muebles de madera (27.5%), fabricación de productos de panadería (19.2%), fabricación de confecciones (3.13%) y metal mecánica (7.7%) en los servicios destacan la reparación automotriz (6%).

Al 31.10.01. APEMIPE CHACHAPOYAS se encuentra desactivada por lo que no podemos obtener información actualizada, están tratando de reorganizarse con este nuevo gobierno.

**Cuadro N° 16.- PYMES EN LA ZONA SUR DEL DEPARTAMENTO DE AMAZONAS POR ACTIVIDAD ECONOMICA AL 31.12.99**

ACTIVIDAD ECONOMICA	EMPRESAS	
	Nº	%
Fabricación de muebles de madera	79	27.5
Fabricación de productos de panadería	55	19.2
Fabric. de confecciones	9	3.13
Metal mecánica	22	7.7
Otras	35	12.2
Sub total productivas	200	69.7
Sub total servicios y comercio	87	30.3
<b>TOTAL</b>	<b>287</b>	<b>100</b>

Fuente : ICTA

Elaboración Propia

El APEMIPE CHACHAPOYAS tenía relación con la Federación Nacional de Pequeños Industriales (FENAPI) y relaciones de coordinación y cooperación con el Centro para la Investigación y Desarrollo Económico y Social de Amazonas CIDESAM con sede en la ciudad de Chachapoyas.

Existía una crisis de orden dirigencial, por la baja participación de sus miembros y de sus afiliados que se demostraba por su inasistencia a las reuniones regulares

estipuladas en los estatutos y acuerdos institucionales, como también por el nivel de cumplimiento de pago de sus aportaciones, en términos generales podríamos señalar que solo el 18% de los afiliados participaban activamente y se mostraban interesados por el desarrollo de la asociación.

Otro argumento que sustenta esta debilidad organizativa dirigencial, es la falta de una visión gerencial en la toma de decisiones, gestión tecnológica de asistencia y capacitación e idoneidad para participar en un nuevo tipo de relaciones comerciales, bolsas de sub contratación, ferias, exposiciones, rueda de negocios, talleres para lograr ampliar sus mercados en forma competitiva, calidad y oportunidad en función a mercados segmentados y dinámicos.

La crisis de gestión se muestra a través de sus trece años de gestión institucional (creada el 03.03.88) en los cuales no ha consolidado fuentes de financiamiento para nuevas inversiones, al margen de sus asociados que individualmente lograron ser acreedores del Banco Industrial del Perú (oficina en Chiclayo), Banco Amazónico y Banco Popular en Chachapoyas, instituciones financieras hoy en día desaparecidas.

**APEMIPE CHACHAPOYAS** como organización del sector de la micro y pequeña empresa de transformación sub regional muestra debilidades en aspectos relacionados al crédito, administración, mercado, capacitación y gestión de tecnologías, que le permitan como gremio conseguir nuevos

mercados, generación de nuevos productos y ampliación de servicios a la producción en forma efectiva.

En términos promedio en la ciudad de Chachapoyas se concentran el 48% del número de establecimientos a nivel de la sub región.

Si consideramos la variable número de trabajadores por estrato empresarial, tenemos que a nivel de la microempresa, cuyo tamaño es de 1 a 4 trabajadores, vamos a tener un universo de 274 establecimientos, los cuales van a representar el 95.5% del total.

A nivel de pequeña empresa, cuyo tamaño es de 5 a 19 trabajadores, tenemos 13 establecimientos los cuales van a representar el 4.5% del total.

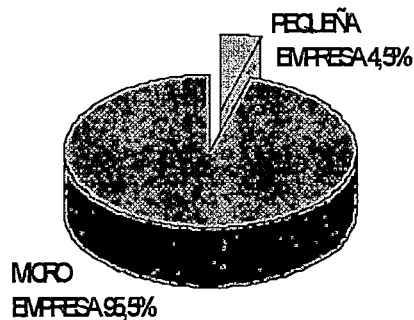
**Cuadro N° 17.- ZONA SUR DEL DEPARTAMENTO DE AMAZONAS, ESTRATOS EMPRESARIALES INDUSTRIALES 1999**

ESTRATO	NUMERO DE TRABAJADORES	EMPRESAS	
		N°	%
Micro empresa	1 a 4	274	95.5
Pequeña empresa	5 a 19	13	4.5
<b>TOTAL</b>		<b>287</b>	<b>100</b>

Fuente. ICTA Chachapoyas

Elaboracion propia

## ESTRATOS EMPRESARIALES INDUSTRIALES EN LA SUBREGIÓN



Fuente. Industria , Comercio, Turismo y Artesanía  
Elaboración propia

Las principales concentraciones es en el estrato empresarial de La Microempresa (a nivel de 4 dígitos de la clasificación CIU) esta el grupo 3610 (fabricación de muebles y accesorios, excepto los metálicos) con 79 establecimientos (27.5%) y 108 personas empleadas (19%). Luego tenemos la 1541 (fabricación de productos de panadería) con 55 establecimientos (19.16%) y 103 personas ocupadas(17%). En tercer lugar tenemos a la división 4520 (construcción civil y obras de Ingeniería) con 26 establecimientos (9.05%) y 111 personas ocupadas (18.2%), quedando otras divisiones importantes como la 2811 (fabricación de productos de arcilla para construcción) y la 7123 (impresión, editoriales e industrias conexas).

**Cuadro N° 18.- LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA POR  
NUMERO DE TRABAJADORES (EN LA ZONA SUR)**

No.	CIU	ACTIVIDAD ECONOMICA	ESTABLECIM.		TRABAJAD. OCUPADOS		MICRO EMPRESA				PEQUEÑA EMPRESA			
							ESTABLECIM.		TRAB. OCUPA.		ESTABLECIM.		TRAB. OCUP.	
			Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
1	1511	Matanza de ganado. Preparación y conservación de carne	1	0.35	1	0.16	1	0.33	1	0.20				
2	1520	Fabricación de productos lácteos	7	2.44	14	2.30	7	2.50	14	3.30				
3	1513	Envasado, conserva de frutas y legumbres	4	1.39	10	1.60	4	1.50	10	2.30				
4	1541	Fabricación de productos de panadería	55	19.16	103	17.00	54	20.00	93	21.60	1	8.00	10	5.30
5	1549	Elaboración de productos alimenticios diversos	2	0.70	2	0.32	2	0.70	2	0.50				
6	1551	Destilación, rectificación y mezcla de bebidas espirituosas	9	3.14	16	2.60	9	3.30	16	3.70				
7	1554	Industria de bebidas no alcohólicas y gaseosas	2	0.70	7	1.15	2	0.70	7	1.60				
8	1730	Fabricación de tejidos de punto	5	1.70	8	1.13	5	1.90	8	1.90				
9	1729	Fabricación de textiles no específicos	1	0.30	2	0.32	1	0.37	2	0.50				
10	1810	Fabricación de prendas de vestir excepto calzados	9	3.13	17	2.60	9	3.30	17	4.00				
11	1920	Fabricación de calzado de cuero excepto caucho o plástico	5	1.70	9	1.50	5	1.80	9	2.90				
12	200	Aserraderos, talleres de cepilladura y otros	5	1.70	8	1.30	5	1.80	8	1.90				
13	3610	Fabricación de muebles y accesorios excepto los metálicos	79	27.50	108	11.00	79	29.00	108	25.10				
14	7123	Imprentas, editoriales o industrias conexas	16	5.60	18	3.00	16	6.00	18	4.20				
15	2424	Fabricación de jabones preparados de limpieza, perfumes, cosméticos	1	0.35	1	0.16	1	0.37	1	0.20				
16	2693	Fabricación de productos de arcilla para construcción	19	6.60	55	9.00	17	6.20	26	6.00	2	15.40	29	15.50
17	2699	Fabricación de productos minerales, no metálicos, no especificados	3	1.04	18	3.00	2	0.70	2	0.50	1	8.00	16	8.50
18	2893	Fabricación de cuchillería, herramientas manuales y artículos de ferretería.	1	0.35	1	0.16	1	0.37	1	0.20				
19	2811	Fabricación de productos metálicos	22	7.70	52	9.00	20	7.30	32	7.40	2	15.40	20	10.70
20		Fabricación de productos metálicos no especificados excepto maquinaria y equipo	1	0.35	2	0.32	1	0.37	2	0.50				
21	2919	Construcción de maquinaria y equipo para agricultura	2	0.70	8	1.30	1	0.37	2	0.50	1	8.00	16	8.50
22	3110	Construcción de maquinaria y aparatos industriales eléctricos	5	1.70	8	1.30	5	1.80	8	1.90				
23	4550	Alquiler de maquinaria y equipo	2	0.70	2	0.32	2	0.70	2	0.50				
24	130	Cultivo de productos agrícolas	4	1.40	25	4.11	3	1.10	7	1.60	1	8.00	18	9.60
25	2429	Fabricación de juegos artificiales	1	0.35	1	0.16	1	0.37	1	0.20				
26	4520	Obras de ingeniería	26	9.05	111	18.20	21	7.70	33	7.70	5	38.50	78	41.70
		TOTALES	287	100.00	607	100.00	274	100.00	430	100.00	13	100.00	187	100.00

Fuente. Dirección Sub Regional de Industria, Comercio, Turismo y Artesanía  
Elaboración propia

En relación a las pequeñas empresas señalaremos que su ubicación en este estrato obedece no solo al número de personas ocupadas sino que son empresas que han realizado mejoras en su disposición de planta y adquisición de maquinaria y equipo que les permite una mayor

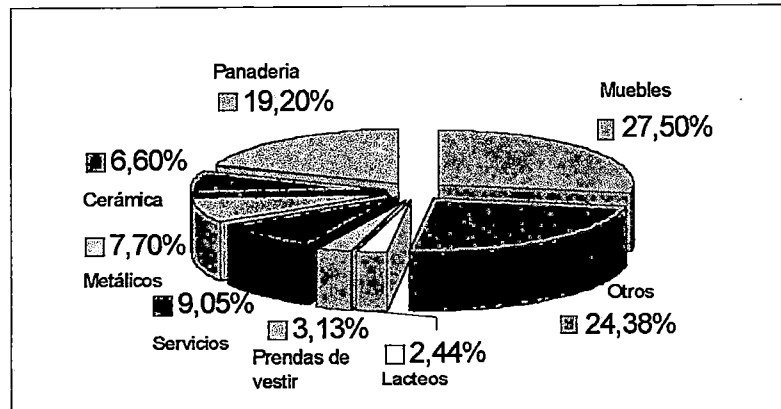


productividad así como en su aspecto organizativo empresarial.

El estrato empresarial de la pequeña empresa en la ciudad de Chachapoyas, esta representado por las siguientes actividades económicas comprendidas a nivel de cuatro dígitos de la clasificación CIU.

La 4520 (construcción civil) con 5 establecimientos (38.5%) del total y con 78 trabajadores (41.7%) del total, la 2693 (fabricación de productos de arcilla para la construcción) con dos establecimientos (15.4% del total) y con 29 personas ocupadas (15.5% del total), la 1541 (fabricación de productos de panadería) con un establecimiento (8% del total) y con 10 trabajadores ocupados (5.3% del total y la 3813 ( fabricación de productos metálicos estructurales) con dos establecimientos (15.4% del total) y con 20 personas ocupadas (10.7% del total), etc.

### Principales actividades en % de micro y pequeña empresa



Fuente ICTA Chachapoyas  
Elaboración propia

## B. CAMARA DE COMERCIO INDUSTRIA Y AGRICULTURA DE CHACHAPOYAS

Otras de las importantes instituciones gremiales en la Sub región lo constituye la Cámara de Comercio, Industria y Agricultura de Chachapoyas, fundada en 1964, pero con mayor presencia institucional a partir del año de 1987.

En la actualidad cuenta con 120 Asociados de los cuales solo participan activamente cerca del 50% del total el 95% de las empresas inscritas están dirigidas por hombres y el resto por mujeres.

Las principales actividades de sus afiliados se agrupan en tres grandes rubros: producción (20%), comercialización (70%) y servicios (10%).

Al interior cabe hacer una diferenciación, en cuanto se refiere a la línea de producción sus principales afiliados realizan actividades de carpintería metálica y carpintería de

madera. En la línea de comercialización destacan la línea de abarrotes, bares y cantinas, prendas de vestir, etc. En servicios destacan los hoteles y las imprentas.

El nivel de organización podríamos considerarlo de intermedio con debilidades en cuanto a la participación de sus afiliados.

Las relaciones externas están relativamente consolidadas a través de su afiliación a la Federación de Cámaras de Comercio de la Región Nor Oriental del Maraón, como de su integración en la Confederación Nacional de Cámaras de Comercio lo que demuestra un interés de fortalecimiento en su organización institucional y ampliación de sus relaciones en red para la consecución de sus objetivos.

### **5.3 ESTRATEGIAS PARA LA COMPETITIVIDAD DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA**

El reto mas grande generado por el programa de ajuste estructural y la liberalización de mercados en la década pasada es el de la **COMPETITIVIDAD DEL APARATO PRODUCTIVO NACIONAL** y de las empresas de los diferentes estratos (grandes, medianas, pequeñas y micro).

Las empresas tanto nacionales como regionales tienen hoy que competir ante el mundo y especialmente ante los productos importados que invaden el mercado nacional. La falta de competitividad no les permite tener mercado, al no tener ventas significativas no tienen ingresos suficientes para reinvertir,

modernizarse y contratar personal y difícilmente pueden asignarse salarios adecuados.

El eje de las políticas de empleo debe ser el de la consolidación, desarrollo y competitividad de las pequeñas y microempresas, para ello se propone las siguientes acciones:

### **5.3.1 APOYO A LA FORMACION DE CONGLOMERADOS Y CONSORCIOS DE EMPRESAS**

El problema de las micro y pequeñas empresas no es el de ser pequeñas sino estar solas y desarticuladas.

Las estrategias de desarrollo de conglomerados o distritos industriales permiten agrupaciones de muy pequeñas empresas que promocionan la cooperación entre ellas a nivel del proceso de transformación con insumos y productos y la especialización vertical con la subcontratación entre empresas, se establecen y actualizan vínculos transterritoriales con servicios de información, investigación, capacitación, intermediarios, financieros e instituciones de gobiernos vinculadas al desarrollo empresarial. Asimismo se pueden llegar a establecer vínculos internacionales con empresas o negocios grandes de manera que se logre aumentar la subcontratación nacional e internacional en condiciones dignas.

Las agrupaciones producen diversos tipos de efectos internos orientados a la eficiencia colectiva, permiten difundir un modelo mental y aptitudinal protagonizado por la mejor practica empresarial. Las pequeñas empresas exitosas se convierten

rápidamente en las líderes el conglomerado y ejercen una suerte de paradigma a ser alcanzado por los demás que facilita el aprendizaje y la inserción de métodos y técnicas competitivas en la práctica. Promueven la difusión de la competencia en proceso y facilita las operaciones comerciales y cooperativas en el marco de redes laterales y multilaterales nacionales e internacionales.

Logrando la organización localizada de las micro y pequeñas empresas y la concentración geográfica de las mismas, se facilita la tarea de brindar servicios y de dinamizar a las empresa líderes del conglomerado o consorcio que pueden impulsar a todo el consorcio.

La condición para el éxito de formación de conglomerados están dados por :

- Un medio socio cultural propio (un sistema de valores comunes u homogéneos, se sostiene en la confianza mutua y la reciprocidad entre los actores).
- Una participación activa de los empresarios, especialmente comerciantes como agentes de cambio.
- Una sólida iniciativa gubernamental a nivel local.

### **5.3.2 ARTICULACION PRODUCTIVA INTRA E INTERSECTORIAL Y GEOGRAFICA**

- Organización de ruedas de negocios sectoriales entre grandes, medianas, pequeñas y microempresas a nivel no solamente de cada región sino nacional e internacional.
- Estimular a través de premios o concursos (como podría ser Premio a la competitividad sectorial de "Turismo", de "Artesanía", etc.).
- Formación de alianzas estratégicas y de **CONSORCIOS PRODUCTIVOS** entre empresas de diferentes tamaños de un mismo sector de producción o complementarias.
- En coordinación con los municipios estimular la concentración geográfica de las empresas y negocios en zonas físicas determinadas a través de la creación de localizaciones de áreas destinadas a la producción y el comercio como pueden ser parques industriales, calles o alamedas, o centros comerciales, etc. En un espacio geográfico común se va a generar casi naturalmente la relación y articulación.
- Estimular la formación de asociaciones y gremios de artesanos, productores, comerciantes, como interlocutores validos que permita desarrollar programas masivos que disminuyan los costos de promoción y transacción.

### **5.3.3 OFERTA DE SERVICIOS EMPRESARIALES DE DESARROLLO A NIVEL NACIONAL**

- El gran sector de micro y pequeñas empresas tiene necesidades productivas y empresariales que no han sido percibidas como un mercado de demanda de servicios, por lo tanto no es tomada en cuenta en la escasa oferta de servicios empresariales que existe a nivel nacional y especialmente en las regiones como lo es la zona sur del Departamento de Amazonas.
- Las necesidades particulares de este sector requieren de una oferta especializada, adecuada y cercana (localizada), que responda al perfil del nivel educativo y cultural de su origen migratorio, de la forma en que se insertan en el mercado.
- La necesidad de competir frente a la producción importada exige grandes esfuerzos de capacitación, asistencia técnica, detección de nuevos mercados, calidad en los procesos de producción, planeamiento organización y disciplina empresarial y laboral, es decir de modernización y de integración a los circuitos dinámicos de la economía regional, nacional e internacional.

#### **A. SERVICIOS DE INFORMACION DE MERCADOS**

La mayoría de micro y pequeñas empresas se han orientado al mercado local popular poco exigente en diseño, moda, calidad el que se encuentra totalmente

golpeado por la recesión. Producen con patrones y tecnología obsoleta, maquinaria " hechiza" y no tiene información sobre tipo de productos, diseños, modas, calidades, nuevas tecnologías, etc. Las micro y pequeñas empresas han perdido a sus clientes tradicionales, sectores de menores ingresos y no están preparados para reorientarse hacia otros segmentos de mercados mas exigentes pero con mayor nivel adquisitivo y capacidad de consumo. El sector de la PYMES en la mayoría de los casos produce con patrones y tecnología obsoleta, maquinaria "hechiza" y no tiene información sobre tipo de productos, diseños, modas, calidades, nuevas tecnologías, etc.

Por lo tanto es necesario acceder a la información que permita adecuar la oferta productiva de bienes y servicios de la micro y pequeñas empresas a la demanda de mercados dinámicos. Para ello se requiere:

Elaboración de base de datos de proveedores de insumos, maquinaria y equipo y de consumidores por cada línea de actividad y región, de especialistas en asistencia técnica y consultores.

Acceso a la informática : facilidades para venta de computadoras a gremios y conglomerados de productores, comerciantes, artesanos. Capacitación en el uso de Internet y herramientas informatizadas de utilidad empresarial como software contables, financieros, administrativos (Planillas).



## **B. CAPACITACION Y ASISTENCIA TECNICA**

La formación y calificación de los recursos humanos es la base del éxito de las empresas del futuro, el factor humano, el conocimiento y la capacidad organizacional administrativa (trabajo en equipo, especialización flexible) es lo que convierte a las empresas en ORGANIZACIONES INTELIGENTES y las prepara para ganar en ese mundo de competencia. Es la inteligencia humana y las relaciones humanas dinámicas y armoniosas al interior de una empresa las que determinan el mejor uso de los diferentes factores productivos en ella para vencer a la competencia.

Los métodos de trabajo y de gestión empíricos, propios de las micro y pequeñas empresas llegaron a su límite en el ambiente de competencia.

Para el desarrollo de la inteligencia humana es necesario una adecuada educación y formación de base (buenas políticas e instituciones educativas) con adecuadas condiciones de salud (políticas y acciones de salud y nutrición). Sobre una sólida base educativa, nutricional y de salud del capital humano, la apertura al conocimiento y la información y a la actualización constante se convierten en los elementos claves.

Pero es necesario también realizar acciones específicas de capacitación y asistencia técnica.

- Capacitación de carácter técnico productivo

En diseños, es fundamental articular a los micro y pequeños empresarios con las escuelas de diseño industrial y de producto a nivel nacional e internacional. No tienen acceso a la innovación en diseños. La estrecha articulación de los estudiantes egresados de las escuelas de diseño y la realización de sus practicas en micro y pequeñas empresas generaría una retroalimentación muy importante.

En mejoramiento de la productividad y calidad en el proceso de producción, esto va ha permitir superar serias limitaciones de volumen de producción, uniformización de la misma acabados y calidades.

- Gestión Empresarial : planeamiento, organización, administración, mercadeo.

El Estado debe estimular la creación de un mercado de oferta local de servicios empresariales a las PYMES.

Los recursos que el estado podría disponer no los debe ejecutar directamente creando infraestructuras y equipos humanos que generarían altos costos administrativos y de preparación del personal para otorgar servicios cuya eficiencia no esta garantizada, los recursos se podrían multiplicar si es que se convierten en capital semilla estimulo para que

instituciones de desarrollo pequeñas empresas privadas locales se dediquen a otorgar estos servicios con eficiencia y calidad (estilo BONO PYME).

Los diagnósticos empresariales son una herramienta indispensable para la mayoría de micro y pequeñas empresas que se encuentran con problemas pero que no saben exactamente cual es la causa. Gran parte de ellos considera que su principal problema es la falta de acceso al crédito, aunque esa no es la verdadera causa de sus problemas.

La detección de sus problemas les permite luego la elaboración de planes de negocio concretos y tomar los servicios empresariales necesarios para superarlos.

El estado supervisaría el buen uso de los recursos, la calidad y eficiencia del servicio a través de sistemas de evaluación periódicos y auditorias anuales. Se generaría un premio al mejor ejecutor de programas locales induciendo la sana competencia local. Estos servicios se puede ejecutar de mejor manera a través de orientarse a los conglomerados de negocios.

### **C. ACCESO A MAQUINARIA Y EQUIPO**

Las micro y pequeñas empresas requieren maquinaria y equipo que les permita elevar la productividad del trabajo, adecuada a la escala pequeña y mediana, para

ello es necesario conocer que tipo de tecnología esta disponible por líneas de actividad mantenimiento y repuesto, precios.

El acceso a base de datos especializadas en internet es necesaria.

Asesoría especializada de expertos para la adquisición de maquinaria adecuada a las necesidades del empresario.

Organización de ferias regionales de maquinarias y equipos.

#### **D. MECANISMOS DE COMERCIALIZACION**

- Crear puntos de venta en concentraciones de potenciales compradores:
  - ◆ Proyectos especiales Artesanía.
  - ◆ Museos
  - ◆ Aeropuertos
  - ◆ Hoteles
  - ◆ Casa del artesano (Una suerte de artesanías del Perú modernizados)
  
- Articulación al interior y al exterior de conglomerados y consorcios productivos, relacionándose con empresa comercializadoras de dentro y de fuera del consorcio promocionándose la llegada de compradores externos.

- Propiciar ferias de productos y ruedas de negocios intra e ínter sectoriales para generar procesos de comercialización en los eslabonamientos de las cadenas de producción.

Para el caso de los Proyectos Especiales Sectoriales se pueden crear centros de servicios múltiples. Ejemplo: Artesanía.

Revivir “Artesanías del Perú” o crear la “Casa del Artesano”, igualmente puede ser la “Vitrina del Agricultor o Ganadero”

## **E. OFERTA DE FINANCIAMIENTO**

Para tratar este punto empezaremos haciendo un paralelo sobre competitividad entre PORTER Y FAJNZYLBER. El tema puede analizarse mejor desagregándolo en dos preguntas ¿qué estrategias? y ¿para que competitividad? Las respuestas pueden elaborarse desde distintos enfoques, dos parecen especialmente útiles para trazar coordenadas, el difundido diamante de la competitividad de Porter y los aportes de Fernando Fajnzylber sobre competitividad autentica.

- El horizonte de Porter

El diamante de la competitividad de Porter identifica cuatro elementos:

- ◆ Las condiciones de los factores.
- ◆ Las condiciones de la demanda.
- ◆ Los proveedores y las industrias relacionadas y de apoyo.
- ◆ Las estrategias, estructuras y rivalidad de las empresas.

En relación a las PYMES las instituciones financieras se ubican como proveedores. La cuestión es ¿qué medida las instituciones y programas de financiamiento están contribuyendo a proveer productos que favorecen la competitividad de las PYMES? Esta contribución sería significativa en la medida que los productos financieros exhiban las siguientes características :

Plazos acorde al ciclo del negocio.

Plazos largo para favorecer inversión en equipamiento.

Tasas que permiten la rentabilidad.

Endeudamiento en la moneda en la que el empresario vende sus productos.

Oportunidad.

Bajos costos de transacción. Para ello se requiere contar con instituciones solventes, con bajos costos operativos y orientación hacia el cliente.

De las características antes mencionadas, la tasa de interés resulta ser el objeto del mayor numero de quejas de parte de los empresarios, lo que es consecuencia de costos operativos aun altos , de la falta de aprovechamiento de las economías de escala existentes o de la ausencia de las

mismas, del nivel de riesgo existente a causa de la morosidad y del riesgo país.

COPEME busca influir en estos aspectos a través del benchmarking (reportes trimestrales sobre desempeño instituciones de microfinanzas en el Perú) y promoviendo el acceso a información de riesgo (mediante convenio con las empresas INFOCORP) la que viene contribuyendo a reducir la morosidad en las instituciones usuarias.

- El horizonte de Fajnzylber

Este autor realizó un análisis comparativo de los patrones de industrialización de países como Estados Unidos, Japón, de varios países de Europa Occidental y de América Latina, señaló que la solidez de la participación en el mercado internacional estaba estrechamente vinculada con la capacidad de los países de agregar valor intelectual a su dotación natural de recursos. A su vez, la incorporación del progreso técnico y la elevación de la productividad requeriría de ciertas condiciones, de tal manera que su visión se resume en otro diamante cuyas puntas son equidad, austeridad, crecimiento y competitividad, que se relacionan en forma directamente proporcional a mayor equidad en la sociedad a mayor difusión de un patrón de consumo austero (asociado a una cultura de ahorro y no de despilfarro o consumismo) mayores posibilidades de crecimiento y competitividad. Descarta totalmente la idea de que el crecimiento naturalmente desembocaría en una incorporación paulatina de los excluidos.

En esta visión la punta mas relevante para las microfinanzas es la de la equidad y la pregunta clave es ¿como contribuimos mediante los instrumentos de las, microfinanzas al logro de una mayor equidad? Este es el espacio para temas como ampliación del acceso y profundización del mercado y la contribución de instituciones como las asociadas a COPEME y de COPEME mismo se da en varias dimensiones.

- ◆ Equidad de genero (en particular, promoviendo el acceso para las mujeres).
- ◆ Desconcentración de regiones (vs la concentración del sistema tradicional financiero en Lima).
- ◆ Atención especial a los pobres con negocios (créditos antipobreza).
- ◆ Ampliación de las fronteras en el ámbito rural (convenio COPEME CEPES).

Desde esta perspectiva, igualmente se requiere de instituciones solventes, con bajos costos operativos y orientación hacia el cliente. Resulta contrario a este enfoque(que podríamos llamar pro -equidad) el dispositivo que eleva varias veces el capital mínimo para constituir una entidad financiera, sin ningún estudio de por medio, afectando justamente el establecimiento de instituciones tipo Cajas o EDPYMES que son parte de este conjunto de entidades que prestan servicios financieros en forma descentralizada en el país pero que



lamentablemente en la ciudad de Chachapoyas no existe ninguna.

Estos dos enfoques nos llevan a plantear expectativas distintas para las microfinanzas, las que se encuentran en algunos puntos, uno de ellos es la relación entre demanda y equidad.

La demanda de crédito se deriva de la demanda en el mercado de bienes y productos, como se aprecia negativamente en esta larga coyuntura de recesión que afecta los planes de expansión de algunas entidades financieras, lo mismo que sucede en forma permanente en el sector agrario donde la falta de crédito es una consecuencia de las dificultades para desarrollar cultivos rentables y sostener esa rentabilidad en el largo plazo, estas limitaciones por el lado de la demanda son una manifestación de que el crecimiento en el país no ha sido pro -pobre ni pro - desarrollo de las regiones .

En conclusión la expansión de los servicios financieros tiene un cuello de botella en el grado de exclusión de los mercados (del mercado de trabajo, del mercado para las empresas y emprendimientos económicos) que afecta a muy amplios sectores de la población.

En esta medida, resulta relevante evaluar la contribución actual y deseable a futuro de las entidades y programas financieros a las estrategias más reconocidas de promoción del empleo, mediante el

siguiente cuadro intentamos relacionar estas estrategias. Ver cuadro N° 19.

Cuadro No. 19

ESTRATEGIA	REQUERIMIENTOS / PROPUESTAS
Articulación productiva. Complemento: promoción de exportación.	Garantías: ampliación del FOGAPI. Líneas de financiamiento a exportación.
Nueva inversión empleadora, creativa, de valor agregado en sectores con potencial de desarrollo.	Una "Banca de emprendimientos". Fondo para capital de riesgo. Fondo para innovación de tecnológica.
Incremento de productividad y competitividad para mejorar el empleo existente.	Ampliar cobertura y bajar costos en MF. Fusiones, atraer capital privado. Mayor transparencia en la información. Fortalecer el sistema de cajas municipales. Eliminar el IGV a las ONG. Capitales mínimos basados en el estudio.

El servicio financiero es fundamental para el desarrollo de la micro y pequeña empresa, siempre y cuando sea bien invertido y exista capacidad y voluntad de pago de las empresas.

### EL CREDITO DEBERIA SER EL COLORARIO DE LOS SERVICIOS EMPRESARIALES.

Se debe de tomar el crédito cada vez que se tenga los problemas y las soluciones de la empresa con la seguridad de que el crédito va en la línea de las soluciones y que lo ayudara a crecer y consolidarse.

Un crédito para capital de trabajo debe permitir ampliar las ventas o adquirir la maquinaria que permita abastecer un mercado ya comprometido, o para mejorar la infraestructura de producción o de venta, pero de

ninguna manera se debe tomar si es que no hay un mercado preciso y comprometido para el producto.

La oferta crediticia a Micro y Pequeñas empresas ha evolucionado mucho la última década, pero no por tener apoyo sino al contrario para poder subsistir han tenido que profesionalizarse y manejarse de manera muy empresarial de la mayoría de las instituciones de desarrollo que empezaron a dar créditos a las Microempresas antes de la década pasada.

En la actualidad a nivel nacional existen 37 instituciones regulada especializadas en crédito a micro y pequeñas empresas rurales y urbanas pero que lamentablemente en nuestra región (zona sur del Departamento de Amazonas) no existe ninguna.

Están las Entidades de desarrollo de las Pequeñas y Microempresas (EDPYMES) creadas con esta finalidad, existen 10 y son las únicas entidades financieras impedidas de captar ahorros del público, solo pueden otorgar créditos, la mayoría son muy pequeñas y con escasos recursos para atender la gran demanda. El monto de colocaciones que manejan es de 31 millones de dólares.

Existen las cajas rurales que son 12, la mayoría de ellos se encuentran en delicada situación económica por falta de experiencia y se han reorientado hacia las zonas urbanas, muy poco de su cartera están orientado al

sector rural, sus colocaciones son del orden de lo 62 millones.

Existen las cajas municipales que son entidades con casi 20 años de experiencia y una asesoría por más de 10 años de las cajas municipales alemanas, una gran parte de sus carteras están orientadas a Micro y Pequeñas Empresas, estas cajas municipales cumplen un papel de financiamiento regional muy importante, pero sin embargo las más eficientes quieren entrar al mercado de Lima dejando su vocación de apoyo regional.

Finalmente se creo Mi Banco, con colocaciones a Noviembre del 2000 que asciende a 33.7 Millones de Dólares.

Podemos decir pues que la solución al crédito de las Pequeñas y Microempresas no esta en crear un Banco sino en dotar de capacidades y facilidades a esta red de instituciones ya existentes para que puedan ampliar su radio de acción, se perfeccionen y accedan a los recursos financieros necesarios y adecuados en tasas, plazos, monedas, para extender sus carteras a niveles significativos de cobertura de la demanda existente.

El estado debería dotar de líneas de crédito especiales, a través de COFIDE, o el Banco Central, conseguidas en el mercado internacional a tasas preferenciales trasladándose estos beneficios a los intermediarios financieros especializados, para que a su vez los

trasladen al cliente final que son los Microempresarios. Estos recursos se debe de licitar en cada región con condiciones de orientarse a determinados segmentos con metas de impacto específicas y seleccionar al mejor postor que garantice el cumplimiento de las líneas.

Los problemas de financiamiento de las Micro y Pequeñas Empresas en la zona sur del Departamento de Amazonas son característicos y pueden ser cruciales para su desarrollo. Por razones estructurales, este sector tiene un menor acceso al financiamiento y capital de riesgo, al tiempo que soportan un mayor costo financiero y períodos de amortización más cortos, también carecen de capacidad suficiente para ofrecer garantías y negociar ante el sistema financiero local.

A nadie debería sorprender que los Microempresarios tengan problemas para conseguir créditos de los bancos comerciales. Desde el punto de vista del Banquero, prestar dinero para una operación pequeña con bajos márgenes de ganancia y pocos activos podría significar un riesgo crediticio. Pero con la experiencia de entidades financieras que trabajan en este sector (ONGS) y haciendo un seguimiento más de cerca que incluya asistencia técnica y asesoramiento puede mejorar el sistema de pagos.

La política económica implementada a partir del 1990 hizo que muchas entidades financieras que operaban en la región cerraran sus puertas, tales como el Banco Popular del Perú, Banco Amazónico (Grupo Continental)

y el Banco Agrario quedando actualmente la única Banca privada comercial representada a través del Banco de Crédito y por parte del Estado el Banco de la Nación.

Podemos decir que a nivel Sub Regional existe un bajo nivel de ahorro (Chachapoyas ) y que a su vez este no se revierte en la zona, sino que se traslada a las oficinas centrales de los bancos (especialmente Lima) para tener realización en otros espacios de mayor cobertura de mercados y oportunidades de inversión.

**Cuadro Nº 20.- COLOCADORES Y DEPOSITOS DE LA BANCA COMERCIAL Y DE AHORROS EN LA ZONA SUR DEL DEPARTAMENTO DE AMAZONAS AL 31.12.00**

Año	Colocaciones			Depósito a la Vista			Depósito a Plazo			Depósito de Ahorros			Total			Col / depos.
	MN	ME	TOTAL	MN	ME	TOTAL	MN	ME	TOTAL	MN	ME	TOTAL	MN	ME	TOTAL	%
87			20												128	15.60
88			50												909	5.50
89			3,880												35,889	10.80
90			338,913												1320,558	25.60
91	587	190	787										2,649	544	3,193	24.00
92	169	154	323										1,237	905	2,142	15.00
93	83	221	304										1,025	2,208	3,233	9.40
94	245	449	694	647	147	894				1,671	2,896	4,766	2,562	3,042	5,650	12.20
95	1,285	768	2,054	838	281	919	10	508	518	2,110	3,757	5,867	2,758	4,548	7,304	28.10
96	4,285	1,485	5,150	1,065	194	1,259	19	1,148	1,167	3,751	5,438	9,189	4,385	6,780	11,615	49.50
97	2,785	1,291	4,056	1,053	152	1,205	41	1,421	1,462	5,998	5,880	11,878	7,052	7,453	14,545	27.90
98	1,205	1,158	2,363	1,626	382	2,008	65	1,434	1,499	5,145	8,000	13,145	5,896	9,815	16,652	14.20
99	300	213	513	1,848	732	2,580	62	1,845	1,907	4,612	9,169	13,781	6,522	11,746	18,268	2.80
2000		160	244	1,110	118	1,228	145	1,676	1,821	3,068	9,437	12,501	4,323	11,231	15,654	1.50

➤ Hasta el año 1990 en Millones de Intis.

➤ A partir del año 1991 en Miles de Soles.

Fuente : SBS

Elaboración propia

El acceso de las micro y pequeñas empresas a formas de financiamiento en la banca comercial actualmente es limitada (por no decir inexistente) debido a la serie de requisitos que exigen, trámites engorrosos, demoras de atención, garantías que se exigen y por el monopolio de las captaciones y colocaciones por parte de una sola institución financiera (Banco de Crédito).

A nivel de los gremios (APEMIPE, CAMARA DE COMERCIO, INDUSTRIA Y AGRICULTURA) no hay experiencias de consecución de financiamiento para proyectos de inversión, lo que no deja de lado el logro de sus asociados en forma particular que allá por los años 90 y 91 obtuvieron créditos en forma particular del Banco Industrial y de Cofide pero por intermedio de las oficinas de dichas instituciones ubicadas en Chiclayo.

En conclusión el financiamiento para la micro y pequeña empresa Industrial de la Sub Región Chachapoyas es casi nula y no ha existido en forma continua y en la única entidad financiera existente el acceso al crédito es muy difícil. Al no existir otras instituciones con especialización en créditos a este importante (como COFIDE, ONGS) , se desconocen línea de crédito y modalidad de financiamiento, la cooperación técnica internacional no ha tenido mecanismos de actuación ni institución que le representen su requerimiento en forma técnica y seria.

## **CAPITULO 6**

### **GESTION PARA EL DESARROLLO DE LA BASE ECONOMICA**

#### **6.1 COMO LOGRAR UNA GESTION EFICAZ**

Tradicionalmente se ha entendido como una buena gestión empresarial, a la capacidad de aumentar año a año, los volúmenes del negocio, el número de clientes, la calidad de colocaciones, el saldo disponible y el margen de contribución, es decir se ha enfatizado al ataque sobre la contención.

Pero antecedentes recientes nos demuestran lo errado de esta estrategia, la atracción de un nuevo cliente es "extremadamente cara", Philip Kotler señala que la apertura de un producto a un cliente nuevo es cinco veces mas cara que la renovación a un cliente existente. En el Perú esta diferencia es substancialmente mayor.

Para mayor abundamiento, cualquier estudio de costos de la banca y de las instituciones de seguros de salud, demuestra que entre el 35 y el 40% de todos los costos de operación y administración están relacionados directa o indirectamente con el esfuerzo comercial inicial de colocar un nuevo producto o atraer a un nuevo cliente.



Por lo tanto se debe de diseñar un modelo que permita evitar los costos asociados al ingreso de un nuevo cliente o, expresado dualmente, se debe reducir la tasa de fuga de los clientes actuales.

En vista de lo anterior, el nuevo paradigma es contar con herramientas de segmentación de cartera y alerta temprana que permitan focalizar la estrategia de marketing y el esfuerzo comercial básicamente a través de dos grandes variables.

Valor del cliente: valor presente de los flujos futuros que genere, de esta forma se pretende distinguir a los buenos y malos clientes desde el punto de vista de su rentabilidad futura. Por cierto una buena estimación del flujo futuro es la rentabilidad actual.

Probabilidad de abandono: es la posibilidad que tiene cada cliente de abandonar la empresa cerrando el o los productos que posee, así se pretende dos cosas identificar la calidad de la relación (nivel de fidelidad) que el cliente tiene con la empresa y detectar tempranamente el potencial de abandono de un cliente, de modo de generar acciones productivas tendientes a retenerlo.

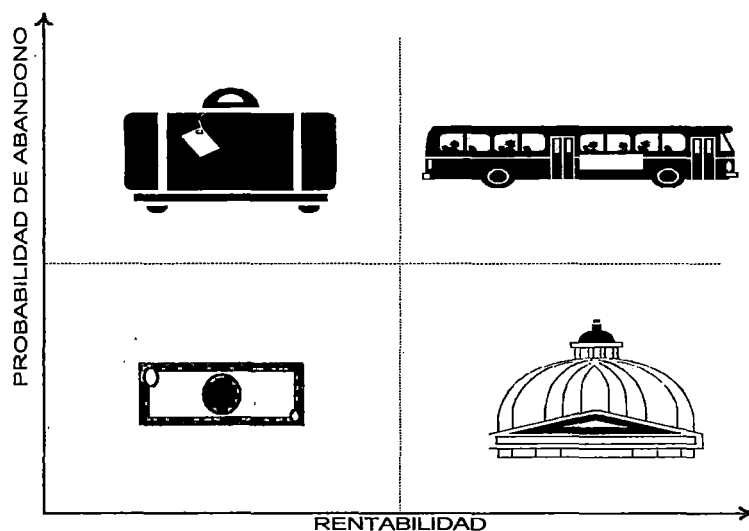
El cruce de ambas variables generara una matriz  $n \times n$  o simplemente una matriz de dos por dos que permitirá identificar cuatro grandes categorías de clientes sobre las cuales se deben orientar segmentadamente los esfuerzos.

Por ejemplo los clientes que pertenecen al cuadrante de alto potencial de abandono y alta rentabilidad( superior derecho), se debe acometer un tratamiento de shock, pues sabemos que reemplazarlo es caro y requiere tiempo.

Para clientes con alto potencial de abandono y baja rentabilidad (cuadrante superior izquierdo), se sugiere invitarlos a abandonar la institución ver tratamientos especiales que permitan desplazarlos a un mejor cuadrante.

En clientes con bajo potencial de abandono (los fieles), pero baja rentabilidad (cuadrante inferior izquierdo), hay que aplicar mecanismos de tarifas transaccionales, rediseñar sus productos y aumentar sus volúmenes.

Finalmente los clientes estrella de bajo potencial de abandono y alta rentabilidad (cuadrante inferior derecho) deben ser tratados con especial dedicación.



Elaboración propia

## 6.2 COMPROMISO DE LA INVERSIÓN PRIVADA PARA EL DESARROLLO

La inversión privada es la única fuente de crecimiento y empleo, pero para ello es imprescindible un sistema nacional de innovación tecnológica y de calidad que apoye a las empresas a la generación

de valor y empleo en toda la cadena productiva, introduciendo tecnología.

En un sistema cada vez con mayor velocidad en el cambio tecnológico, como son la microelectrónica, informática y el modelo organizativo empresarial, las que tendrá que ser tomada en cuenta para un cambio acelerado de tecnologías dinámicas, nuevos mercados y rentabilidad determinada por la empresa misma.

La capacidad de respuesta del empresario esta ligada al salto que logre dar en la productividad, calidad y oportunidad de satisfacer el mercado en forma eficiente.

La micro empresa ha demostrado que con escasos recursos tiene capacidad de resolución de problemas productivos, donde se aprecia la innovación y creación de alternativas tecnológicas.

A nivel de la Sub Región Chachapoyas, hay que aprovechar al máximo el escaso recurso profesional existente y la capacidad de los egresados de los institutos superiores tecnológicos: Perú Japón (Chachapoyas), Gustavo La Nata Lujan (Leymebamba) y Rodríguez de Mendoza (Mendoza), esto implica el nivel de formación del recurso humano (docentes, alumnos), infraestructura, contenido curricular - en función a los recursos y necesidades productivas regionales, nuestra zona carece de un sistema de información tecnológico ordenado, oportuna y de fácil acceso, tanto en el nivel publico como en el privado.

Los sistemas de trabajo y de tecnología de los procesos productivos en las diferentes actividades económicas no se encuentran sistematizadas, muchas de ellas obedecen a un tratamiento

tradicional de producción y es conocimiento de solamente el dueño de la empresa, la aplicación de un control de calidad se desconoce.

Las micro y pequeñas empresas carecen de una distribución de planta adecuado para un flujo óptimo de los procesos, la seguridad industrial es casi desconocida poniendo en peligro al operario.

Pero a pesar de todas estas limitaciones no es un problema para obtener productos de buena calidad como muebles de madera, que ocurre gracias a la maestría y habilidad de la mano de obra, pero que en la mayoría de los casos no tienen formación universitaria superior.

Refiriéndose a los niveles de desarrollo de la microempresa que ha sido elaborado por PREALC y otras instituciones latinoamericanas que trabajan en este sector y relacionándoles con la situación de las micro y pequeñas empresas de la Sub - Región Chachapoyas se aplican perfectamente a nuestra realidad lo siguiente :

Un primer nivel o nivel mínimo: son unidades productivas de subsistencia o refugio de desempleo, que se caracterizan por tener un capital mínimo, desde el punto de vista laboral son empresas generalmente unipersonales o con dos o tres trabajadores del entorno familiar no remunerados, el grado de calificación es bajo así como los ingresos, pero sin embargo salvo el rubro de artesanos artísticos, en los otros giros el nivel mínimo de desarrollo tecnológico no es artesanal debido a que utilizan maquinas generalmente de segunda mano, domesticas o fabricadas por ellos mismos.

Un segundo nivel, intermedio o promovible: este nivel económico incluye unidades productivas con una mayor distribución de responsabilidades, dado que suelen tener de tres a cinco

trabajadores por lo general a destajo, pero que alcanzan mejores ingresos, disponen de maquinarias con mejores rendimientos.

Se hace pues imprescindible profundizar la oferta tecnológica para las microempresas en la sub región, para de esta manera poder ser competitivos, potenciarlos y que permita evaluar su real capacidad para poder enfrentar los retos que nos plantea el mundo moderno.

La micro y pequeña empresa de la sub región tiene que tomar conciencia de la importancia que tiene la actualización tecnológica y que la utilización o aplicación adecuada de la misma, le permitirá una existencia continuada y un crecimiento sostenido, un rápido análisis de la micro y pequeña empresa, muestra que muchas de ellas han desaparecido o reducido su importancia debido a su poca habilidad para anticiparse y aprovechar el cambio tecnológico, mientras que sus competidores tomaron la oportunidad para el crecimiento y desarrollo que estas nuevas tecnologías les ofrecían, pero el reto no solamente es actualizarse tecnológicamente sino también tener una correcta gestión de la misma para poder obtener utilidades, sin embargo sería imposible pretender establecer reglas de decisión o técnicas que aseguren éxito en la gestión tecnológica, no se pueden dar reglas absolutas para el manejo de dicha gestión, sin embargo se pueden desarrollar ciertas habilidades para tomar mejores decisiones en este campo.

Solo en la medida en que la gestión tecnológica tenga una percepción común en el sector empresarial Sub Regional, estará viabilizando su existencia en el largo plazo y enfrentando con éxito el futuro, por lo tanto la capacitación empresarial y tecnológica para este importante sector será su capitalización de mayor valor.

Otro de los puntos importantes que tiene que tener en cuenta el empresariado de la sub región Chachapoyas es el de la gestión empresarial competitiva, conceptualmente el camino para la elevación de la competitividad, es la mejora continua de la calidad del producto, del proceso de producción y del equipamiento, la empresa es un sistema abierto y se comporta como el núcleo dinámico de varias redes de interrelaciones, con usuarios, proveedores y socios, implica el desmantelamiento de la pirámide jerárquica y la conformación en red como estructura interna de la empresa, en síntesis una organización dinámica.

En la Sub Región Chachapoyas la capacidad de gestión es muy débil, con continuos problemas de orden administrativo, contables, financieros tributarios y productivos debido a la falta de capacitación del empresario, que en el mejor de los casos se han formado en institutos superiores tecnológicos capitalinos o han tenido formación de docentes en los antiguos colegios industriales, o en limitados casos han tenido formación universitaria pero en general no han logrado una capacitación de carácter gerencial, lo que actualmente se agudiza al no existir entidades públicas o privadas que puedan realizar estas actividades.

Uno de los problemas fundamentales que encuentra la micro y pequeña empresa , es el reducido mercado Sub Regional, concentrado en la ciudad de Chachapoyas, encontrando dificultades para conseguir nuevos mercados, por el desconocimiento de nuevas formas de comercialización o de una elección óptima de los canales de distribución, configura como parte del problema un inexistente sistema de información en cuanto precios, calidad, diseños, presentación o innovación del producto.

En la actualidad la forma de organización gremial no existe, por lo tanto no pueden participar en rueda de negocios, ferias, bolsas de sub contratación, etc., es necesario pues que se reorganice la organización gremial que existía en el pasado.

En conclusión es indispensable pues que los empresarios de la región tengan una capacitación tanto en la gestión empresarial como tecnológica de tal manera que al realizar sus inversiones se sientan seguros de la actividad en el que se van a desarrollar.

### **6.3 EL ESTADO Y EL ROL DE PROMOCION DE INVERSION EN LA ZONA**

EL Estado tiene que crear las condiciones necesarias, para que el sector privado pueda incrementar su inversión y demanda de empleo, para ello tiene que reducir los impuestos indirectos y generar un incremento en la oferta de productos.

El Estado debe de duplicar el gasto social para incrementar la capacidad de demanda de los pobladores.

Debe de buscar una mayor direccionalidad en cuanto a las compras del Estado hacia la manufactura local.

El Estado debe de reforzar la lucha contra el contrabando para promover la mejor competencia de los productos locales.

Se debe de implementar una política de integración económica que promueva la exportación de productos de mejor calidad y con valor agregado.

Promover la articulación de las actividades productivas de la PYMES con empresas mayores.

Mediante el fortalecimiento de PROMPYME y el otorgamiento de créditos con recursos internacionales se debe de incentivar la creación de micro y pequeñas empresas.

Se debe de impulsar el mercado de servicios de desarrollo empresarial y de innovación tecnológica.



## MODELO DE COMPETITIVIDAD ACTUAL Y PROPUESTO

	ACTUAL	PROPUESTO
I N D U S T R I A	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Tecnología tradicional</li> <li>◆ Materia prima barata pero insuficiente</li> <li>◆ Mano de obra barata</li> <li>◆ Productos de buena calidad</li> <li>◆ Creatividad del empresariado</li> <li>◆ Débil organización gremial</li> <li>◆ Facilidades crediticias insuficientes</li> <li>Escasa infraestructura vial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Capacitación para mejorar la tecnología y obtener productos competitivos tanto en calidad como en precio</li> <li>◆ Capacitación del personal en la misma planta para mejorar el flujo productivo, maximizar la mano de obra y aprovechar la creatividad del empresariado</li> <li>◆ Búsqueda de nuevos mercados para permitir el mayor ingreso económico</li> <li>◆ Incentivar la organización gremial para una mejor gestión en los contratos con el estado</li> <li>◆ Promover el crédito en la zona ya sea mediante COFFIDE o las ONGS.</li> <li>◆ Mejorar la infraestructura vial</li> </ul>
T U R I S M O	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Existencia de importantes restos arqueológicas y lugares turísticos en mal estado de conservación.</li> <li>◆ Reducida infraestructura turística</li> <li>◆ Poca inversión en turismo.</li> <li>◆ Escasa diversificación de productos turísticos</li> <li>◆ Falta de instalaciones recreativas.</li> <li>◆ Deficiente organización del transporte.</li> <li>◆ Poca importancia al ecoturismo</li> <li>◆ Deficiente información sobre el mercado turístico de Amazonas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Capacitación de una conciencia turística para la conservación de los recursos turísticos, de tal manera que participe la comunidad.</li> <li>◆ Promover la construcción de hoteles de calidad. Informando a los empresarios del potencial turístico.</li> <li>◆ Formulación de circuitos turísticos, combinado Arqueología, cultura y ecología para diversificar los lugares turísticos.</li> <li>◆ Incentivos y exoneraciones de impuestos para invertir en actividades recreativas.</li> <li>◆ Mejoramiento de terminales y señalizaciones en carreteras.</li> <li>◆ Mejoramiento de caminos de herradura, construcción de albergues y lugares de esparcimiento a orilla de los ríos.</li> <li>◆ Fortalecimiento de la promoción sobre el turismo en Amazonas (Prom.- Perú, ITINCI), dando importancia al turismo alternativo.</li> </ul>
P Y M E S	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Mercado local restringido</li> <li>◆ Tecnología tradicional y obsoleta</li> <li>◆ Falta de promoción de los productos</li> <li>◆ Falta de enlace de interacción</li> <li>◆ Débil organización gremial</li> <li>◆ Falta de capacitación</li> <li>◆ Falta de financiamiento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Búsqueda de nuevos mercados, tanto local, Regional, Nacional e Internacional</li> <li>◆ Capacitación permanente en cuanto a moda, diseño, calidad</li> <li>◆ Promocionar los productos en ferias, e informar sobre tipo de productos, organizar rueda de negocios</li> <li>◆ Formación de CLUSTERS para la mejor competitividad de las empresas.</li> <li>◆ Fortalecimiento de la organización Gremial, mediante la demostración de los programas de promoción.</li> <li>◆ Capacitación en gestión y tecnología</li> <li>◆ Crear fuentes de financiamiento.</li> </ul>

## CONCLUSIONES

1. La actividad Industrial en la zona sur del Departamento de Amazonas se desarrolla solamente en los centros urbanos de mayor población.
2. El mercado de la zona es pequeño y se concentra específicamente en la ciudad de Chachapoyas, pero con muy escaso poder de compra, por lo tanto el sector Industrial es incipiente, debido a que los productos saturan fácilmente el mercado.
3. Los insumos y/o materia prima locales son insuficientes y de baja calidad.
4. En la zona no existe un centro tecnológico, menos aun Universidad que pueda capacitar e insentivar la creatividad del empresario, por lo tanto es de suma importancia el inmediato funcionamiento de la Universidad, que es el sueño de todos los Amazonenses.
5. Las facilidades crediticias en la zona es muy escasa ya que solo existe una sola entidad financiera que es el Banco de Crédito por lo que es necesario que el estado se preocupe en crear una fuente de financiamiento ya sea con la formación de un Banco o mediante Cofide o alguna ONG.
6. El sector privado empresarial, debe de promover la capacitación del personal en el trabajo, contribuir a integración productiva entre diferentes empresas locales y realizar inversiones para elevar su nivel tecnológico.

7. Se debe de desarrollar creativamente negocios dirigidos a satisfacer las necesidades de los segmentos mas pobres de la sociedad y no solo de los segmentos de mayor poder adquisitivo, además de continuar en la búsqueda persistente y con frecuencia frustrante de nuevos mercados regionales, nacionales y por que no decirlos internacionales, para nuestros productos de creciente calidad.
8. La región Turística de la zona sur del Departamento de Amazonas constituidos por la Provincia de Chachapoyas, Luya, Bongará y Rodríguez de Mendoza, cuenta con un basto potencial Turístico que abarca tanto zonas arqueológicas e Históricas así como numerosos recursos paisajísticos y escénicos. Debido al número de estos recursos Turísticos, esta zona podría recibir diversos tipos de turismo.. Cultural, Histórico de Aventura de Descanso, recreacional y ecológico.
9. La zona tiene una actividad de desarrollo muy lenta por razones de deficientes condiciones que van desde infraestructura vial y hotelera, pasando por la falta e adecuadas estrategias promocionales de los atractivos turísticos, hasta las condiciones de inseguridad.
10. Para desarrollar una buena actividad turística hay que establecer en forma fehaciente la capacidad de cada área destinada tanto económica como turística.
11. El desarrollo turístico no puede ser alcanzado solo con el esfuerzo del sector privado, es necesario el respaldo del sector público mediante la provisión de infraestructura adecuada y el mantenimiento de la seguridad y el orden público.
12. El gobierno tiene que interesarse por el turismo pues el mismo no puede existir aislado del resto de la economía, las acciones

gubernamentales son de suma importancia para el crecimiento coherente del sector.

13. El Gobierno en la actualidad, no realiza mayores esfuerzos en la zona tendientes a propiciar el turismo y las necesidades en cuanto a infraestructura solo pueden ser cubiertos por los gobiernos, ya que un proyecto turístico implica la participación de diferentes organizaciones, tanto gubernamentales como privadas, por lo tanto quien tiene a su cargo la dirección del sector a nivel oficial debe ser capaz de posicionar al turismo como una de las prioridades para ello necesitamos el fortalecimiento de la administración turística.
14. Necesitamos descentralizar el turismo ya que se encuentra demasiado concentrado en el circuito sur tradicional, principalmente en Cuzco y Machu Picchu.
15. Hay que diversificar los circuitos mostrándole al mundo que el Perú tiene muchos Machu Picchus, como Chavín de Huantar, Kuelap, Túcume, Chan Chan, Sipán etc., de esta manera los turistas estarían alargando su estadía o que en una siguiente visita puedan visitar el norte, así como nuestra zona.
16. El turismo es uno de los negocios mas grandes del mundo de hoy, por algo se le llama "La Industria sin chimenea", al punto que se considera el marketing turístico como el mas voluminoso y sofisticado entre los que existe.
17. Hay que promover la competitividad de los productos turísticos de la zona fomentado el desarrollo de infraestructura y la calidad de los servicios para la satisfacción de los visitantes.

18. Debemos de conservar el patrimonio cultural de la zona, el entorno material, la forma de vida, costumbres, identidad, entre otros de las comunidades en las que se encuentren los atractivos turísticos.
19. Tenemos que estimular el desarrollo de la actividad turística, como un medio para contribuir al crecimiento económico y el desarrollo social de la zona, generando condiciones favorables para la inversión privada.
20. Para ubicar a nuestra zona en la mente de los turistas hay que crear una marca como el de Chachapoyas - Pre Inca que sintetizaría el motivo principal del turismo hacia nuestra región y sería como Machu Picchu es al Cuzco y el Huascarán es a Ancash.
21. Necesitamos de un Prom. Perú con marketing técnico e innovador, que vaya mas allá de los fríos números de la investigación de mercados.
22. Se necesita un plan de capacitación y concientización turística muy concreto para darle un mejor servicio al turista, pasando por los guías y toda la cadena de valor del turismo.
23. En coordinación con el sector privado realizar una campaña de programa de conciencia turística de la zona, es decir el de la actitud de todo los pobladores en relación al turista y al turismo. Realmente saber reconocer la importancia que tiene el turismo no solo para nuestro país, sino para cada uno de nosotros, hay que saber entender que el turismo puede beneficiar a cada uno de nosotros de manera directa si es que tenemos un poco de imaginación, un poco de creatividad y si es que sabemos identificar las oportunidades. Al turista no hay que verlo

como alguien al que hay que explotarlo, sino hay que cuidarlo, protegerlo y darle un servicio profesional.

24. La estructura del estrato empresarial en la zona sur del Departamento de Amazonas se desarrolla en el campo de la Micro y Pequeña empresa, llevándose a cabo 26 actividades económicas.
25. Consideramos a la micro empresa a aquella cuyo tamaño es de 1 a 4 trabajadores y la pequeña empresa de 5 a 19 trabajadores.
26. La principal concentración es el estrato empresarial de la microempresa.
27. Los niveles de organización gremial del sector empresarial en la sub\_Región son muy débiles a tal punto que en la actualidad se encuentra desorganizada , por lo que, necesita de un fortalecimiento para su reorganización.
28. La problemática de la micro y pequeña empresa de la Sub - Región Chachapoyas, tiene similitud a la situación de este sector en otras partes del país diferenciándose por su agudización que es generado por falta de apoyo estatal y privado, el cual si lo encontramos en el resto del país.
29. La estructura productiva de la zona sur del. Departamento de Amazonas muestra heterogeneidad tecnológica con la presencia de estratos de Artesanía micro y pequeña empresa. La perspectiva que debe ofrecer como imagen - objetivo es de un estrato moderno, eficiente y competitivo, esto solo será posible en la medida que pueda generar tecnología endógena, logrando incorporar la adaptación y

aprendizaje de tecnología externa, además buscando la satisfacción de las necesidades de la población.

30. Debido al sub desarrollo de la zona, de incipiente industrialización y de pobreza, la gestión empresarial en el sector comparado con las exigencias moderna del mercado es débil ya que existe poca capacidad de gestión con continuos problemas de orden administrativo, tecnológico, financiero, etc. esta situación se torna compleja por la falta de capacitación del empresariado, debido a la falta de organizaciones tanto estatales como privadas que desarrollen esta función.
31. El nivel de ahorro financiero de la zona es bajo y lo poco que se realiza no se invierte en la zona, sino que se trasladan a los espacios financieros de la costa, especialmente Lima, esta situación se demuestra as través del coeficiente de colocaciones/depósitos que en el mejor de los casos llego en, 1996 al 49.5 %, y en el año 2000 solamente llegamos al 1.5%, que es la cifra mas baja durante los últimos quince años.
32. El efecto del monopolio Bancario es bastante fuerte al existir una sola oficina de la Banca comercial a nivel de la zona sur (Banco de Crédito) y de falta de una política de reinvertir los recursos financieros captados en la propia zona, para el beneficio de los agentes económicos.
33. Se debe de promover la formación de Clusters para una mejor participación en la economía.
34. Que el estado participe mas en la compra de los productos de las PYMES.

35. La búsqueda de mercados a través de ferias comerciales, locales, regionales y nacionales.
36. Necesitamos un sistema de información adecuado, a través de centros especializados, para poder incrementar espacialmente nuestras ofertas comerciales mediante coordinaciones ínter institucionales.
37. La realidad de las PYMES - Amazonas, en la actualidad no tiene un sustento para relacionarse con el cuadro que muestra las PYMES en CLUSTER, puesto que cada una de ellas producen de forma independiente y sin interrelacionarse, además no se encuentran especializadas en una actividad específica, que si requieren y es una característica de las PYMES en CLUSTER, lo que buscamos es que justamente que las PYMES de la zona tengan estas características



## RECOMENDACIONES

- ◆ Capacitar en forma permanente, tanto a industria como a Turismo referente a gestión, control de costos, desarrollo de producto, manejo de mercado, comercialización y la parte técnico productivo, tanto en capacitación como en asistencia técnica, con el objetivo de ser competitivos.
- ◆ Se recomienda a las entidades de cada sector encargados de llevar los datos estadísticos homogenisen sus resultados, pues en cada oficina encontramos datos diferentes referidos a un mismo tema..
- ◆ El MITINCI tiene que identificar al verdadero turista que llega a nuestra zona, ya que en sus datos estadísticos considera como turista a todo viajero que llega a la región sur del Departamento de Amazonas, lo cual no es verdad, para ello nosotros proponemos la cartilla de entrada y salida.
- ◆ Desarrollar una promoción vía internet de “Hand Raising” para que los interesados en turismo, ya sea histórico, cultural o natural a través de enlaces en los Portales puedan enterarse.
- ◆ El Website peruano debe ser no solo motivador, sino de utilidad practica que incorpore logística impecable, de mapas ,rutas, hoteles, etc.
- ◆ El Estado tiene que solucionar el problema de la externalidad.

- ◆ Hay que buscar un crecimiento sostenido pero estable, ya que un crecimiento extraordinario podría hacer que dejemos una mala imagen por falta de infraestructura.
- ◆ Cada Amazonense debe de ser un embajador de su tierra en cuanto a turismo y por donde va debe de ir promoviendo la grandeza turística que posee en su territorio, para que así sea conocido y pueda ser visitado la región.
- ◆ El Estado debe de cumplir el verdadero rol de promoción de las PYMES a través de los diversos sectores y niveles e gobierno, insentivando la inversión privada, la producción, el acceso a los mercados internos y externos.
- ◆ Los institutos superiores y tecnológicos deben de cumplir su rol de capacitación para las PYMES ya que la ley los faculta, pero para ello a estas instituciones hay que modernizarlos tecnológicamente.
- ◆ Debido al fenómeno de globalización y los procesos de apertura de mercados, las pequeñas empresas deben de desarrollarse articulándose con empresas líderes nacionales o internacionales, o de manera horizontal, con otras pequeñas o medianas empresas a partir de los Clusters o Conglomerados.
- ◆ La microempresa es un estrato al cual debemos darle un tratamiento especial, en la medida que si bien cubre un amplio espectro de las PYMES, son en su mayoría empresas de sobrevivencia y en menor medida con capacidad de acumulación y por tanto con potencial de crecimiento y desarrollo empresarial.

- ◆ Dada la importancia social que este estrato tiene en la generación de ingreso y auto empleo, vale la pena ubicar la atención de las microempresas de sobrevivencia dentro de las políticas sociales, con una atención al desarrollo de sus recursos humanos para mejorar la calidad de los puestos de trabajo y empleo generado.
  
- ◆ Hay que mirar el ejemplo de ciudades del Perú, que habiendo estado en iguales o peores condiciones que nosotros, a través de proyectos, han conseguido apoyo internacional y hoy se han convertido en exportadores de productos y servicios, como es el caso de Huancavelica. El ejemplo sobre todo a nivel internacional de los países asiáticos que, con apoyo político interno, inversiones externas, capacitación del factor humano y promoción de sus factores culturales han logrado ponerse como candidato del primer orden para ser los líderes del mercado mundial en el nuevo milenio.

## **BIBLIOGRAFIA**

1. Estudio Sistémico de la realidad científica y tecnológica en el sur de la Región Amazonas, Provincias de Chachapoyas, Luya, Bongará y Rodríguez de Mendoza.- Octubre 1998.
2. Plan operativo 1988-1990, Sector Industria : Dirección Sub Regional de Industria, Comercio, Turismo y Artesanía.
3. Patrón Industrial : Dirección Sub Regional de Industria Turismo y Artesanía.
4. Sistema de Planes de desarrollo de mediano plazo 1992- 95: Dirección Sub Regional de Planificación, Presupuesto y Hacienda, Sub Región V.
5. Estrategias Competitivas : Técnicas para el análisis de los sectores. Industriales y de la competencia : Michael Porter - vigésimo cuarta edición -1977.
6. Ventajas Competitivas : Creación y sostenimiento de un desempeño superior : Michael Poter - Editorial Continentals, S.A DEC.V. México 1996.
7. CD del diario el Peruano: Gerencia Empresarial: Como elaborar un plan estratégico.
8. La Empresa y la Competitividad - Charola Pérez - Venezuela 1991.
9. INTERNET: Copias de Industria.

10. Estrategia de desarrollo productivo - Síntesis - Carmen López.
11. Plan Maestro de Desarrollo Turístico Nacional en la República del Perú (Fase - 1) - Informe final 1- Pacific Consultants International - Marzo 1999.
12. Plan Maestro de Desarrollo Turístico Nacional en la República del Perú (Fase -1) - Informe final 2 - Pacific Consultants International - Marzo 1999.
13. Plan Maestro de Desarrollo Turístico Nacional en la República del Perú (Fase -1) - Informe final 3 - Pacific Consultants International- Marzo 1999.
14. La Historia Inédita de los Chachapoyas - Carlos Gatez Chavez -1997.
15. Chachapoyas guía del viajero - Peter Lerche - Editorial Integráfica primera edición 1996.
16. Marketing Turístico - Altes Machin Carmen - Universidad San Martín de Porres.
17. Turismo y Desarrollo - Aguilar Víctor Hinojosa - Universidad San Martín de Porres.
18. Promoción Turística - Acerenza Miguel - Universidad San Martín de Porres.
19. Registro Arqueológico de la Provincia de Chachapoyas - Distrito de Montevideo - Angela Chuquizuta - Normal Chachapoyas - 1998

20. Registro Arqueológico de la Provincia de Chachapoyas - Distrito de Magdalena - Escobedo Jave Yolanda - Normal Chachapoyas 1998.
21. Registro Arqueológico de la Provincia de Chachapoyas - Distrito de Leymebamba - Díaz Ruiz Eliana - Normal Chachapoyas - 1998.
22. Registro Arqueológico de la Provincia de Chachapoyas - Distrito de Jalca Grande - García Valdés Dalila Normal Chachapoyas - 1998.
23. Descripción y definición de los restos arqueológicos de Paxamarca - Alva Salazar Absalón.
24. Congreso de Marketing Turístico : PROM PERU - Julio del 2000.
25. Seminario de Marketing Turístico : Municipalidad de Lima - Abril 2001.
26. Turismo - Diario el Comercio - 4, 11 y 25 de Diciembre 2000 - 1, 8, 15, 22, 29 de Enero 2001 - 25, 26 de Febrero 2001 - 5 y 19 de Marzo 2001 - 16 y 23 de Abril 2001 - 7 y 14 de Mayo de 2001 - 2, 4, 11, 17 y 18 de Junio 2001.
27. Departamento de Amazonas : Sector Turismo - ficha de proyectos : Dirección Departamental de Industria Turismo e Integración de Amazonas.
28. Revista Andares : Diario La República N°s 5, 155, 171, 178, 183, 185, 188 y 195.

29. Revista Uniendo : Aerocontinente.
30. Revista Ahora : Asociación Peruana de Hoteles.
31. Diagnostico de las potencialidades productivas de la Sub Región Chachapoyas..
32. La Micro y Pequeña Empresa : Susana Pinilla
33. Situación de la Pequeña y Mediana Empresa en la Sub Región Chachapoyas : Oficina Sub - Regional de Desarrollo - Dirección Sub Regional de Presupuesto y Hacienda - Abril 1993.
34. Seminario como realizar una empresa exitosa : Municipalidad de San Martín de Porres.
35. Seminario La Micro y Pequeña Empresa: Red IDESI.
36. BUSINESS : El mayor encuentro de Ejecutivos - Noviembre de 2000.
37. BUSINESS : El nuevo consumidor - Enero 2001
38. BUSINESS : Las Propuestas ¿Que dicen los planes de Gobierno? - Marzo 2001.
39. BUSINESS : La era del conocimiento - Setiembre 2001.
40. ¿Crean empleo las PYMES? : Xavier Greffe - Ministerio de Trabajo y Promoción Social.

## ANEXOS



## Amazonas - Chachapoyas

---

### UBICACIÓN, EXTENSIÓN Y POBLACIÓN

El departamento de Amazonas se encuentra ubicado en el nororiente del país, en la ceja de selva. Por el norte limita con el Ecuador, por el sur con San Martín y La Libertad, por el este con Loreto y por el oeste con Cajamarca. Si bien está situado en un área donde el calor predomina (puede llegar a los 40°C) hay zonas en que la temperatura alcanza los 02°C (zona de cordillera en el sur).

Tiene una extensión de 39 249 13 km<sup>2</sup> y su población supera los 345 000 habitantes.

Su capital es Chachapoyas, una ciudad de amplias casonas, con techos de tejas, grandes patios, rodeado de huertos, jardines y vistosos balcones, debido a su influencia hispana.

### VÍAS DE ACCESO

Terrestre.- Vía Chiclayo, 10 horas aprox. Vía Celendín (Cajamarca), 30 horas aprox.

Aérea.- No hay vuelos regulares, pero desde Chiclayo se puede conseguir este servicio para grupos.

### BREVE RESEÑA HISTÓRICA

El departamento de Amazonas fue sede de la cultura Kuélap, llamada también Sachapuyos o Chachapoyas. Tuvo su desarrollo durante el Imperio Incaico, a partir de 1475 con el Inca Túpac Amaru y su influencia se mantuvo hasta que se inició la colonización española.

El capitán español Alonso de Alvarado, considerando la importancia estratégica de su ubicación, funda la ciudad de Chachapoyas el 5 de setiembre de 1538, convirtiéndola desde entonces en la capital del oriente peruano. Su influencia abarcaba desde la margen derecha del río Marañón hasta los límites con los países fronterizos.

Una ley aprobada por el Congreso la convierte en departamento el 21 de noviembre de 1832.

Con el transcurrir de los años, parte de su territorio se toma como base para la formación de los departamentos de Loreto y San Martín; sin embargo, Chachapoyas se mantuvo como centro de operaciones para la conquista de la selva.

### PRINCIPALES ATRACTIVOS DE CHACHAPOYAS

Plaza de Armas, levantada sobre un cuadrilátero perfecto con una hermosa pileta de bronce al estilo colonial, donde destacan el monumento al prócer de la independencia Toribio Rodríguez de Mendoza, la casa donde nació, la Catedral, el obispado y la municipalidad provincial.

Iglesias del Señor de Burgos y Santa Ana (la primera de su género construida por los españoles), guarda en su interior hermosas imágenes coloniales.

Pozo de Yanayacu, construido por Santo Toribio de Mogrovejo, este lugar se ha convertido en lugar de leyenda y fuente de amor.


Pampas de Higos Urco, lugar histórico donde se libró la batalla del mismo nombre, antes que San Martín proclamara la Independencia. También hay una hermosa plazuela levantada en conmemoración.

Grutas de Santa Lucía, hermosa extensión cercana al aeropuerto local y donde se encuentra un hermoso vivero de orquídeas.

Túneles de San Antonio, ubicados en la carretera Chachapoyas-Rodríguez de Mendoza, con hermosas formaciones de rocas, a manera de puentes naturales, sobre el río San Antonio. También se puede visitar el bosque de palmeras de Ocol.

## PRINCIPALES ATRACTIVOS

## DEL DEPARTAMENTO

Fortaleza de Kuélap.- Formada por construcciones circulares de piedra. Presenta frisos romboidales con hornacinas en las paredes y el enigmático tintero conocido así por su forma de cono invertido. Para ingresar al interior de la fortaleza, hay que avanzar por estrechos callejones amurallados, que parecen embudos en declive, los que fueron  construidos así para obstaculizar el ingreso de los invasores.

Túneles de San Antonio.- Son formaciones rocosas sobre el río del mismo nombre, a manera de puentes naturales. Se encuentra en la carretera Chachapoyas-Rodríguez de Mendoza, en el distrito de San Nicolás.

Bosques de palmeras de Ocol.- En la misma vía y distrito de Molinopampa.

### Provincia de Chachapoyas

Poblado de Huancas.- Los principales atractivos de Huancas son la alfarería, los lugares pintorescos, las pinturas rupestres de la Pitaya, la zona arqueológica de Yálape, San Pedro de Huashpa, el puente natural de Ashpachaca, las cuevas de Coltin y el canal de Wertmen en el distrito de Levanto.

Complejo arqueológico de Yálape.- Con construcciones de piedras mezcladas con barro; centro urbano perteneciente a la cultura de los Chachapoyas levantado en el año 1100 de nuestra era, con una extensión de 4 hectáreas. Cerca hay otro complejo denominado San Pedro de Huallpa, con el cual se relacionaban directamente. Se encuentra en la misma provincia de Chachapoyas.

Conjunto habitacional Macro.- Situado en la margen derecha del río Utcubamba. Data del siglo XII y se utilizó en su construcción piedras y barro así como ornamentación y hornacinas en las paredes. Cercano a la capital.

### Provincia de Luya

Luya.- Provincia que fue sede de la monumental fortaleza de Kuélap así como de otros importantes vestigios arqueológicos como Revach, Chipuric, San Antonio, Karajía, Pueblo de los Muertos y Gran Vilaya, conocido mundialmente por sus famosos fardos funerarios.

Lamud.- Capital de la provincia. Destacan su artística Plaza de Armas, el río Jucusbamba, el río Gache, la Cruz de Lámud y los molinos de piedra.

Provincia de Bongará.- De aquí son oriundas las más hermosas y originales orquídeas del mundo; también es centro de atracción turística por su laguna Pomacochas, fuentes termomedicinales de Corontachaca y Chaquil así como por ser hábitat del mono choro de cola amarilla, único de su género en el mundo y en peligro de extinción.

Rodríguez de Mendoza.- Provincia ubicada en la selva alta con grandes atractivos naturales, diversas fiestas populares y variados potajes y bebidas típicas como el aguardiente "amor peruano".

Bagua, Condorcanqui y Utcubamba.- Lugares donde habitan las famosas tribus de Aguarunas y Huambisas. Atractivas por su inmensa cantidad de recursos naturales y posibilidades para practicar el turismo de aventura.

### PLATOS Y BEBIDAS TÍPICOS

La gastronomía de Amazonas es variada y succulenta, y entre sus platos destaca el Boto, un banquete consistente en vistosas figuras preparadas con aves aderezadas, las cuales se presentan en una gran mesa acompañadas de pan, cuyes, calabazas, yucas, caña de azúcar, animales vivos y licores como aguardiente y huarapo.

Otros sabrosos platos típicos son el shirumbe, purtumute, shipasmute, picante de cuy, cuy con maní y papas, juanes de yuca, cecina de res y cerdo, tamales, humitas y loco.

Para beber, además del mencionado aguardiente "amor peruano", la chicha de jora, chicha de pata, huarapo, chuchuhuasi, licor de leche, mistela y abejadito gozan de mucha aceptación.

### CALENDARIO TURÍSTICO

Febrero y marzo. (movible) En cada uno de los pueblos se celebran los carnavales, muy a la usanza selvática, con juegos de agua, bailes y licor.

Abril. Semana Santa. En cada una de las iglesias de Chachapoyas se preparan bellos escenarios y se guarda un espíritu de meditación. Procesiones y actos religiosos en todo el departamento.

3 de mayo. Tradicional Fiesta de las Cruces, con festejos en cada uno de las ciudades principales y pueblos.

6 de junio. Aniversario de la Batalla de Higos Urco, que recuerda la independencia de Chachapoyas en 1821. Semana turística.

29 de julio. Fiesta patronal de la Virgen del Carmen en el distrito de Leimebamba, provincia de Chachapoyas.

15 de agosto. Fiestas patronales de la Virgen de Asunta con la participación de todo el pueblo. Temporada turística con actividades religiosas, culturales, recreativas y sociales.

5 de setiembre. Aniversario de Chachapoyas. También se celebra la fiesta patronal de San Nicolás, en Rodríguez de Mendoza y la fiesta patronal del Señor de Gualamita, en Lamud.

#### INFORMACIÓN TURÍSTICA

Dirección Subregional de Industria y Turismo

Calle Chincha Alta 445, Chachapoyas

Tlf. (074)758355

SPT - Servicio de Protección al Turista

1)2247888

mail:postmaster@indecopi.gob.pe

Atención las 24 horas (51-

llame gratis al 0-800-4-2579 e-

---

Chachapoyas, arquitectura del asombro

# NORMAS LEGALES

Director: Manuel Jesús Orbegozo

<http://www.editoraperu.com.pe>

AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA VIOLENCIA FAMILIAR

Lima, sábado 27 de mayo de 2000

AÑO XVIII - N° 2728

Pág. 187043

## CONGRESO DE LA REPÚBLICA

### LEY N° 27268

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

POR CUANTO:

El Congreso de la República

ha dado la Ley siguiente:

EL CONGRESO DE LA REPÚBLICA:

Ha dado la Ley siguiente:

### LEY GENERAL DE LA PEQUEÑA Y MICROEMPRESA

#### TÍTULO I

#### DISPOSICIONES GENERALES

#### CAPÍTULO I

#### DEL OBJETO, DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS

##### Artículo 1°.- Objeto.

La presente Ley tiene por objeto establecer el marco legal para la promoción y el desarrollo de las Pequeñas y Microempresas, normando políticas de alcance general y la creación de instrumentos de promoción, formalización y para la consolidación de los ya existentes, dentro de una economía social de mercado.

##### Artículo 2°.- Definición.

2.1 Entiéndase por Pequeña y Microempresa a aquella unidad económica que opera una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que desarrolla actividades de extracción, transformación, producción y comercialización de bienes o prestación de servicios, dentro de los parámetros establecidos en el Reglamento de la presente Ley.

2.2 Cuando en esta Ley se hace mención a las siglas "PYME", están referidas a la Pequeña y Microempresa, las cuales tienen igual tratamiento en la presente Ley.

##### Artículo 3°.- Características.

La Pequeña y Microempresa reúne adicionalmente las siguientes características:

- El número total de trabajadores de la Microempresa no excede de 10 (diez) personas y para la Pequeña Empresa no excede de 40 (cuarenta) personas.

- El Reglamento de la presente Ley define otras características de las PYMES, considerando los criterios que para ellas se aplican en los diversos sectores económicos y productivos, así como en el Sistema de Estadística Nacional de las PYMES.

#### CAPÍTULO II

#### DE LA POLÍTICA SECTORIAL

##### Artículo 4°.- Rol promotor del Estado.

4.1 El Estado promueve el desarrollo de las PYMES a través de los diversos sectores y niveles de gobierno, incentivando la inversión privada, la producción, el acceso a los mercados internos y externos y otras políticas que permitan la organización empresarial y el crecimiento sostenido de estas unidades económico-productivas.

4.2 El Reglamento de la presente Ley define las acciones de los diversos sectores y niveles de gobierno involucrados.

#### TÍTULO II

#### INSTRUMENTOS DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO

##### Artículo 5°.- De la Promoción y Desarrollo.

Son instrumentos de promoción y desarrollo para las PYMES: la capacitación, la asistencia técnica, la investigación e innovación tecnológica, el financiamiento, la comercialización, la información y otros.

#### CAPÍTULO I

#### DE LA CAPACITACIÓN

##### Artículo 6°.- Acciones de Capacitación.

El Estado, a través de los organismos e instituciones que lo conforman, desarrolla acciones de capacitación para las PYMES en materia de constitución, organización, producción, comercialización y otras, con la finalidad de incrementar la producción y darle mayor competitividad en el mercado. Paralelamente, incentiva la iniciativa privada que ejecuta acciones de capacitación en estos rubros.

Sin perjuicio de lo dispuesto en el párrafo anterior, el Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales-Internacionales (MITINCI) implementa progresivamente a escala nacional un programa de capacitación orientado a los empresarios de las PYMES.

##### Artículo 7°.- Órgano de Coordinación.

Con la finalidad de coordinar las acciones de capacitación en los diversos sectores, crease una Comisión Especial conformada por un representante:

- Del Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales, quien la preside;
- Del Ministerio de Educación;
- Del Ministerio de Trabajo y Promoción Social;
- Del Ministerio de Promoción de la Mujer y del Desarrollo Humano;

##### Artículo 8°.- Participación de las Universidades, Institutos Superiores y otros.

- Del Ministerio de la Presidencia;
- De la Asamblea Nacional de Rectores; y,
- De las Pequeñas y Microempresas, a escala nacional.

Esta Comisión coordina, diseña y recomienda acciones de capacitación empresarial a las entidades y órganos del sector público competentes y, en lo que es pertinente, al sector privado.

El Secretario Ejecutivo de esta Comisión es designado por la Comisión de Promoción de la Pequeña y Microempresa (PROMPYME), y es el encargado de ejecutar los acuerdos que adopta la misma.

##### Artículo 8°.- Participación de las Universidades, Institutos Superiores y otros.

8.1 Las Universidades, Institutos Superiores Tecnológicos y otras organizaciones, dentro del marco legal que las regulan, desarrollan Programas de Capacitación para las PYMES, de acuerdo a las necesidades del ámbito de su competencia, en los que se brindan, además, servicios de investigación, asesoría, consultoría y otros.

8.2 Los recursos que generan estos servicios constituyen ingresos directamente recaudados por estos Centros Superiores.

##### Artículo 9°.- Programas Especiales de Capacitación.

Las Universidades, Institutos Superiores y demás instituciones del Sistema Educativo Estatal impulsan Programas Especiales de Capacitación en PYMES, de acuerdo a su disponibilidad de recursos, para:

- Zonas de frontera y selva;
- Comunidades campesinas y nativas;
- Organizaciones sociales de base; y,
- Personas discapacitadas.

##### Artículo 10°.- Acceso voluntario al SENATI.

Las PYMES que pertenecen al sector industrial manufacturero o que realicen servicios de instalación, reparación y mantenimiento

y que no están obligadas al pago de la contribución al SENATI quedan comprendidas, a su solicitud, en los alcances de la Ley N° 26272, Ley del SENATI, siempre y cuando contribuyan con el pago y de acuerdo a la escala establecida por su Consejo Nacional.

## CAPÍTULO II

### DE LA ASISTENCIA TÉCNICA

#### Artículo 11°.- Asistencia Técnica.

El Estado, a través de los organismos e instituciones involucradas brinda servicios de asistencia técnica a las PYMES. Asimismo, promueve la participación de organismos especializados de la actividad privada.

Sin perjuicio de lo dispuesto en el párrafo anterior, la Comisión de Promoción de la Pequeña y Microempresa (PROMPYME) brinda, a escala nacional, servicios de asistencia técnica a las PYMES en las diversas etapas del proceso económico-productivo.

## CAPÍTULO III

### DE LA INVESTIGACIÓN, INNOVACIÓN Y SERVICIOS TECNOLÓGICOS.

#### Artículo 12°.- Modernización y Servicios Tecnológicos.

El Estado impulsa la modernización tecnológica de las PYMES y el desarrollo del mercado de servicios tecnológicos que permitan la innovación continua, a fin de incrementar la competitividad de este estrato empresarial, en cada uno de los sectores de la producción de bienes y servicios.

#### Artículo 13°.- Inversión en Investigación e Innovación Tecnológica.

El Estado promueve la investigación e innovación tecnológica, orientadas a contribuir con el mejoramiento de la productividad, la ampliación de mercados, la asociatividad entre empresas, la integración de la cadena productiva y la generación de empleos, así como a su nivel innovativo. De igual manera, propicia la participación del sector privado.

#### Artículo 14°.- Oferta de servicios tecnológicos.

14.1 El Estado promueve la oferta de servicios tecnológicos orientada a la demanda de las PYMES, que incluye la capacitación, la asistencia técnica, la investigación, la información, la asesoría, la consultoría, los servicios de laboratorio y pruebas piloto.

14.2 El Estado propicia la iniciativa privada que desarrolla la oferta de servicios tecnológicos, permitiendo así el libre desenvolvimiento del mercado.

## CAPÍTULO IV

### DEL FINANCIAMIENTO

#### Artículo 15°.- Ampliación de acceso al financiamiento.

El Estado fomenta acciones crediticias e incentiva la conformación y ampliación de los Fondos de Garantía y Seguros de créditos y otros, con participación del sector público y privado, a fin de ampliar la cobertura de apoyo a las PYMES.

## CAPÍTULO V

### DE LA COMERCIALIZACIÓN

#### Artículo 16°.- Mecanismos de comercialización.

El Estado incentiva la comercialización de bienes y servicios de las PYMES mediante: la aplicación de sistemas de subcontratación, las compras estatales, la conformación de consorcios, la promoción de ferias y otros mecanismos que permitan una mayor apertura del mercado.

La coordinación y seguimiento está a cargo de PROMPYME.

#### Artículo 17°.- Subcontratación.

El Estado fomenta la ampliación y difusión, en forma permanente, de programas de subcontratación, con el fin de optimizar la vinculación e integración entre las pequeñas y microempresas proveedoras, con las medianas y grandes empresas.

#### Artículo 18°.- Compras estatales.

Las PYMES participan en las contrataciones y adquisiciones del Estado, de acuerdo a la normatividad vigente.

En las contrataciones y adquisiciones de bienes y servicios, las entidades del Estado prefieren, en condiciones de similar precio, calidad y capacidad de suministro, aquellos producidos o prestados por la pequeña y microempresa nacional.

#### Artículo 19°.- De los Consorcios.

19.1 Las PYMES, sin perjuicio de las formas societarias previstas en las leyes sobre la materia, pueden agruparse en consorcios y otros, para tener un mayor acceso a las compras estatales.

19.2 A efectos de garantizar la participación de las PYMES en las compras estatales, PROMPYME organiza y lleva a cabo un Registro de Consorcios de los diversos sectores productivos.

#### Artículo 20°.- Promoción de Ferias.

20.1 Los organismos e instituciones competentes del Gobierno Central, Regional o Local fomentan coordinadamente:

• La organización de ferias locales y nacionales, en períodos anuales;

• La conformación de Centros de exhibición e información permanentes; y,

• Otras actividades similares que logren la dinamización de los mercados, en beneficio de las PYMES.

20.2 La organización de los eventos internacionales está a cargo de la Comisión para la Promoción de Exportaciones - PROMPEX.

#### Artículo 21°.- Apoyo a la exportación.

21.1 El Estado, a través de PROMPEX, implementa un programa anual de visitas al exterior de empresarios de las PYMES, con la finalidad de fomentar la exportación de los productos elaborados por estas unidades productivas.

21.2 Asimismo, desarrolla un programa permanente de capacitación para que los empresarios de las PYMES puedan adecuar su producción a los estándares de calidad y competitividad que exige el mercado internacional.

## CAPÍTULO VI

### DE LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN

#### Artículo 22°.- De la información

Los organismos especializados en el manejo de sistemas de información para las PYMES se encargan de difundir, en forma coordinada y descentralizada, información sectorial relacionada a la oferta y demanda de: capacitación, asistencia técnica, tecnología y financiamiento, tanto de bienes como de servicios, a fin de difundir una información integral.

## CAPÍTULO VII

### DE LOS OTROS INSTRUMENTOS DE PROMOCIÓN

#### Artículo 23°.- Plan Estratégico de Parques Industriales.

El Estado promueve la creación de Parques Industriales. La Comisión de Promoción de la Pequeña y Microempresa (PROMPYME), en coordinación con los gobiernos regionales y locales, formula y desarrolla un Plan Estratégico para la creación de Parques Industriales a escala nacional.

#### Artículo 24°.- Participación de los Gobiernos Locales en la promoción de Parques Industriales.

24.1 Los Gobiernos Locales, en coordinación con los órganos competentes del Gobierno Central y organizaciones representativas de las PYMES, promueven proyectos para la conformación de Parques Industriales de las PYMES, en el ámbito de su competencia.

Para este fin se conforma un Comité integrado por el Alcalde Provincial o Distrital, quien lo preside, un representante del MITINCI, un representante del Gobierno Regional y dos representantes de las PYMES. Este Comité se encarga de la constitución, organización y gestión del proyecto.

24.2 Los gastos que origina la creación, constitución y la elaboración del mencionado proyecto serán asumidos por las PYMES.

#### Artículo 25°.- Maquicentros.

25.1 El Estado fomenta la creación e implementación de Centros de Capacitación Técnica y Productiva -maquicentros-, con la finalidad de contribuir a la formación técnico-productiva de los pequeños y microempresarios.

25.2 Los maquicentros se instalan a escala nacional, de acuerdo a las necesidades y a la actividad predominante de la zona, con la finalidad de optimizar los recursos existentes en beneficio de las PYMES.

## TÍTULO III

### DE LOS INSTRUMENTOS DE FORMALIZACIÓN

## CAPÍTULO I

### DEL RÉGIMEN TRIBUTARIO, SEGURIDAD SOCIAL Y CONTABLE

#### Artículo 26°.- Régimen Tributario.

26.1 Las PYMES, de acuerdo a su naturaleza, están sujetas al régimen tributario correspondiente establecido en la normatividad vigente.

26.2 El Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales (MITINCI), en coordinación, con la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), disponen la capacitación de las PYMES en esta materia. Para dicho fin, pueden realizar convenios con personas naturales y jurídicas, públicas y privadas, nacionales y extranjeras.

#### Artículo 27°.- Seguridad Social.

Los trabajadores de las pequeñas y microempresas y las personas naturales propietarias de negocios unipersonales son

asegurados regulares o potestativos, siempre que cumplan con los requisitos establecidos en la ley vigente sobre la materia.

**Artículo 28°.- Registros y Libros Contables.**

Las PYMES llevan los registros y libros contables de conformidad con lo establecido en el Régimen Tributario al cual se encuentren sujetas.

Sin perjuicio de lo anteriormente dispuesto, las PYMES pueden optar por llevar contabilidad completa.

**CAPÍTULO II**

**DE LAS ENTIDADES DESCENTRALIZADAS**

**Artículo 29°.- Rol formalizador de las entidades descentralizadas.**

Los Gobiernos Regionales y los Gobiernos Locales, a través de sus órganos competentes, orientan a los pequeños y microempresarios en los actos de formalización, constitución y organización.

**CAPÍTULO III**

**DE LA LICENCIA MUNICIPAL DE FUNCIONAMIENTO**

**Artículo 30°.- Zonificación y Compatibilidad de Uso.**

El Certificado de Zonificación y Compatibilidad de Uso lo emite la Municipalidad respectiva en un máximo de 7 (siete) días útiles, a partir de la presentación de la solicitud, salvo excepciones que señala el Reglamento.

En caso de incumplimiento del plazo por la Municipalidad, el certificado no será exigible para otorgar la Licencia provisional. Para este fin la Municipalidad exhibe el plano donde consta la zonificación vigente.

**Artículo 31°.- Licencia de Funcionamiento Provisional.**

31.1 Las PYMES presentan ante la Municipalidad Distrital o Provincial, según corresponda, una solicitud de Licencia Municipal de Funcionamiento Provisional. En ésta se incluye el Registro Único de Contribuyente, el Certificado Favorable de Zonificación y Uso, así como los requisitos establecidos en el Reglamento de la presente Ley.

31.2 La Licencia se considera otorgada a partir de la fecha de presentación de la solicitud y tiene una validez de 12 (doce) meses.

31.3 Durante este período se efectúan las evaluaciones correspondientes para darle carácter definitivo, de ser el caso.

**Artículo 32°.- Licencia Municipal de Funcionamiento Definitiva.**

Vencido el plazo referido en el artículo anterior, la Municipalidad respectiva, que no ha detectado ninguna irregularidad o que habiéndola detectado, ha sido subsanada, emite la Licencia Municipal de Funcionamiento Definitiva, de acuerdo a lo dispuesto en el Artículo 34° de la presente Ley.

Una vez otorgada esta Licencia, los Gobiernos Locales no podrán cobrar tasas por concepto de renovación, fiscalización o control y actualización de datos de la misma, ni otros referidos a este trámite, con excepción de los casos de cambio de uso o zonificación, de acuerdo a lo que establece el Decreto Legislativo N° 776, Ley de Tributación Municipal y sus modificatorias.

**Artículo 33°.- Cambio de giro comercial, domicilio y apertura o ampliación de local comercial.**

El beneficio de simplificación del otorgamiento de la Licencia Municipal de Funcionamiento Provisional a que están sujetas las PYMES rige también para los casos de cambio o ampliación de giro comercial, domicilio y apertura de nuevos locales o sucursales, siempre que se efectúe dentro de una misma jurisdicción municipal.

**Artículo 34°.- Costo de la Licencia Provisional y Definitiva.**

34.1 El costo de los trámites relacionados con la Solicitud Simplificada de Licencia Municipal de Funcionamiento Provisional y Definitiva para las PYMES está en función del costo administrativo del servicio que prestan las municipalidades.

34.2 La Comisión de Acceso al Mercado del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) es la encargada de velar por el cumplimiento de estas normas, debiendo actuar de oficio o a pedido de parte.

**Artículo 35°.- Eliminación de barreras burocráticas y reducción de costos.**

La Comisión de Acceso al Mercado del INDECOPI es la encargada de informar semestralmente al Congreso de la República sobre las acciones efectuadas tendientes a la eliminación de barreras burocráticas y sobre costos que impidan u obstaculicen legal o irracionalmente el acceso o permanencia de las PYMES en el mercado, sin perjuicio de lo que establece el Artículo 50° del Decreto Legislativo N° 807.

**DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS**

**DISPOSICIONES TRANSITORIAS, DEROGATORIA Y FINAL**

**Primera.- Reglamentación de la Ley.**

El Poder Ejecutivo, mediante decreto supremo refrendado por el Ministro de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones

Comerciales Internacionales, expedirá la norma reglamentaria que se requiere para la aplicación de la presente Ley, dentro de los 60 (sesenta) días siguientes a su publicación en el Diario Oficial El Peruano.

**Segunda.- Convocatoria de la Comisión Especial.**

La convocatoria para la instalación de la Comisión Especial, a la que se hace referencia en el Artículo 7°, la efectúa el presidente designado, dentro de los 30' (treinta) días siguientes al de la vigencia del Reglamento de la presente Ley.

**Tercera.- Plazo de regularización para municipalidades.**

Otórgase un plazo de 4 (cuatro) meses a las municipalidades del país para que cumplan con regularizar las Licencias de Funcionamiento Provisional y las Definitivas para las PYMES actualmente en trámite, a fin de adecuarlas a las disposiciones de la presente Ley.

**Cuarta.- Derogatoria del Decreto Legislativo N° 705.**

Derógase el Decreto Legislativo N° 705, Ley de Promoción de Microempresas y Pequeñas Empresas, y sus modificatorias, así como la Ley N° 26935, Ley sobre Simplificación de Procedimientos para Obtener los Registros Administrativos y las Autorizaciones Sectoriales para el Inicio de Actividades de las Empresas y reglamentarias en su parte pertinente, y toda norma que se oponga a la presente Ley.

**Quinta.- Vigencia de la Ley.**

La presente Ley entra en vigencia al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial El Peruano.

Comuníquese al señor Presidente de la República para su promulgación.

En Lima, a los dieciséis días del mes de mayo del dos mil.

MARTHA HILDEBRANDT PÉREZ TREVIÑO  
Presidenta del Congreso de la República

RICARDO MARCENARO FRERS  
Primer Vicepresidente del Congreso de la República

AL SEÑOR PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPÚBLICA

POR TANTO:

Mando se publique y cumpla.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los veintiséis días del mes de mayo del año dos mil.

ALBERTO FUJIMORI FUJIMORI  
Presidente Constitucional de la República

ALBERTO BUSTAMANTE BELAUNDE  
Presidente del Consejo de Ministros

JUAN CARLOS HURTADO MILLER  
Ministro de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales

5962

**AGRICULTURA**

**Modifican resolución que creó la Secretaría Técnica de Coordinación con el Grupo Consultivo sobre Investigación Agrícola Internacional**

RESOLUCION SUPREMA  
N° 047-2000-AG

Lima, 26 de mayo del 2000

CONSIDERANDO:

Que, mediante Resolución Suprema N° 001-98-AG se creó la Secretaría Técnica de Coordinación con el Grupo Consultivo sobre Investigación Agrícola Internacional - CGIAR;

Que, el Artículo 2° de la Resolución Suprema antes citada dispuso la conformación de la referida Secretaría Técnica integrada por funcionarios del Sector Agricultura y representantes del Sector Privado;

Que, siendo necesario efectuar una nueva conformación de los Funcionarios y representantes de la Secretaría Técnica, es preciso modificar la conformación de la Secretaría con el CGIAR;

De conformidad con el Decreto Legislativo N° 560 - Ley del Poder Ejecutivo;

Estando a lo acordado;

SE RESUELVE:

Artículo 1°.- Modifícase el Artículo 2° de la Resolución Suprema N° 001-98-AG en lo siguiente:

# NORMAS LEGALES

Director: Enrique Sánchez Hernani

Lima, miércoles 3 de junio de 1988

AÑO XVI - N° 6552

Pág. 160391

## CONGRESO DE LA REPUBLICA

### LEY N° 26961

EL PRESIDENTE DE LA REPUBLICA

POR CUANTO:

El Congreso de la República  
ha dado la Ley siguiente.

EL CONGRESO DE LA REPUBLICA:

Ha dado la Ley siguiente:

## LEY PARA EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURISTICA

### TITULO PRELIMINAR

#### Artículo 1°.- Ambito de aplicación

La presente Ley constituye el marco legal para el desarrollo y la regulación de la actividad turística.

#### Artículo 2°.- Principios

Son principios básicos de la actividad turística:

- a) Estimular el desarrollo de la actividad turística, como un medio para contribuir al crecimiento económico y el desarrollo social del país, generando las condiciones más favorables para el desarrollo de la iniciativa privada.
- b) Contribuir al proceso de identidad e integración nacional con participación y beneficio de la comunidad.
- c) Establecer el uso turístico racional y sostenible del Patrimonio Cultural y Natural de la Nación.
- d) Promover la competitividad de los productos turísticos nacionales, fomentando el desarrollo de infraestructura, la calidad de los servicios para la adecuada satisfacción de los usuarios.
- e) Conservar el Patrimonio Cultural de la Nación, el entorno natural, las formas de vida, costumbres, identidad, entre otros, de las comunidades en las que se encuentren los atractivos turísticos.

#### Artículo 3°.- Definiciones básicas

Para efectos de la presente Ley se entiende por:

1. **TURISTA:** Toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual, que permanece una noche por lo menos y no más de un año, en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado y cuya finalidad principal del viaje no es la de ejercer una actividad que se remunere en dicho lugar.
2. **ACTIVIDADES TURISTICAS:** Son aquellas derivadas de las interrelaciones entre los turistas, los prestadores de servicios turísticos y el Estado.
3. **PRESTADORES DE SERVICIOS TURISTICOS:** Son aquellas personas naturales o jurídicas cuyo objeto es brindar algún servicio turístico.
4. **RECURSOS TURISTICOS:** Son aquellos bienes que por sus características naturales, culturales o recreativas constituyen un atractivo capaz de motivar desplazamientos turísticos.
5. **PRODUCTOS TURISTICOS:** Son aquellos recursos turísticos que cuentan con infraestructura y servicios que permiten el desarrollo de actividades turísticas.
6. **SERVICIOS TURISTICOS:** Son aquellos servicios que satisfacen las necesidades de los turistas.
7. **TURISMO INTERNO:** Es el realizado dentro del territorio nacional por turistas domiciliados en el país.
8. **TURISMO RECEPTIVO:** Es el realizado dentro del territorio nacional por turistas domiciliados en el exterior.

9. **ZONAS DE RESERVA TURISTICA:** Son aquellas de comprobado potencial turístico cuyas características excepcionales ameritan protección especial por parte del Estado.

10. **ZONAS DE DESARROLLO TURISTICO PRIORITARIO:** Son aquellas que por sus características constituyen un atractivo para el turismo y requieren de acciones de promoción e inversión coordinadas entre el sector público y privado.

11. **FACILITACION TURISTICA:** Acción o medida destinada a simplificar, agilizar y viabilizar todo trámite relacionado con la actividad turística.

#### Artículo 4°.- Objetivos de la política estatal

Son objetivos de la política del Estado en materia turística:

- a) Establecer las condiciones necesarias para el desarrollo sostenible del turismo a través del mantenimiento de un producto turístico competitivo.
- b) Contribuir al proceso de descentralización.
- c) Proteger al turista.
- d) Dotar de infraestructura básica para el desarrollo de los recursos turísticos, en concordancia con las disposiciones específicas de la materia.
- e) Garantizar la libre iniciativa privada para el desarrollo de infraestructura complementaria y para la prestación de servicios turísticos.
- f) Propiciar la investigación, formación y capacitación técnica y profesional.
- g) Fomentar la conciencia turística.

### TITULO I

#### DEL ENTE RECTOR DE LA ACTIVIDAD TURISTICA

#### Artículo 5°.- Atribuciones del Ente Rector

5.1 El Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales, es el ente rector a nivel nacional competente en materia turística.

5.2 Tiene como atribuciones básicas la formulación, establecimiento y ejecución de la política y estrategia nacional de turismo, así como la elaboración normativa, fiscalización, gestión y administración de toda la actividad turística, realizando las coordinaciones que para su aplicación resulten necesarias con otras entidades públicas y privadas.

#### Artículo 6°.- Funciones del Ente Rector

El Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales, en el ámbito de su competencia ejerce las siguientes funciones:

- a) Norma, fiscaliza y sanciona toda la actividad turística.
- b) Promueve la coordinación entre las entidades y dependencias públicas que poseen competencias relacionadas con la actividad turística.
- c) Orienta y coordina los planes y programas de proyectos de desarrollo y en la identificación de nuevos recursos y áreas turísticas que realicen las entidades regionales y gobiernos locales.
- d) Identifica, orienta, contribuye y coordina con los organismos correspondientes en materia de infraestructura y servicios turísticos que posibiliten un adecuado desarrollo de la actividad turística.
- e) Coordina y concerta con los organismos y entidades competentes a fin de que se resguarde la salud, seguridad y derechos que asisten al turista; así como la simplificación de los procedimientos administrativos relacionados con la actividad turística.
- f) Propone, coordina y ejecuta a nivel nacional los programas y acciones destinados a la creación de la conciencia ciudadana acerca de la importancia económica y social del turismo para el desarrollo del país, así como de la calidad de los servicios que debe brindarse al turista.
- g) Promueve e incentiva el incremento del nivel técnico y profesional en el campo del turismo.
- h) Incentiva la conversión de recursos turísticos en productos turísticos, estableciendo las condiciones que impulsen y cautelen su adecuada explotación, proponiendo la declaración de Zonas de Reserva Turística Nacional y las Zonas de Desarrollo Turístico Prioritario, en coordinación con los organismos competentes y dentro del ámbito de sus respectivas atribuciones.



- i) Emite opinión previa sobre los dispositivos legales propuestos por otras instancias que tengan incidencia en la actividad turística, así como de la adopción de medidas o procedimientos administrativos que establezcan la creación, autorización, concesión o cualquier mecanismo que tenga relación con su actividad a nivel nacional, bajo sanción de nulidad.
- j) Nombra a los titulares de sus Organos Desconcentrados.
- k) Otras que se encuentren estrechamente relacionadas con la actividad turística.

## TITULO II

### COMPETENCIAS DE OTROS ORGANISMOS

#### Artículo 7°.- Municipalidades

Las municipalidades provinciales y distritales son órganos de gobierno local que tienen dentro de su competencia la facultad de promover los recursos turísticos de su localidad, ejecutando las acciones y programas en dicha materia, acorde con los principios básicos del Estado y con los objetivos y estrategias que formule el Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales.

#### Artículo 8°.- Plazo para aprobación de proyectos turísticos

El Instituto Nacional de Cultura (INC), el Instituto Nacional de Recursos Naturales (INRENA), los gobiernos locales y cualquier autoridad que intervenga en asuntos que involucre el desarrollo de proyectos turísticos y solicitudes vinculados a la actividad turística tendrán como plazo máximo treinta (30) días calendario, bajo responsabilidad del funcionario encargado, para autorizarlas o rechazarlas, con fundamentos técnicos y legales. Transcurrido dicho plazo sin que se hubiere emitido la resolución respectiva, las solicitudes se entenderán como aprobadas.

## TITULO III

### DEL COMITE CONSULTIVO DE TURISMO

#### Artículo 9°.- Creación del Comité Consultivo de Turismo

Créase el Comité Consultivo de Turismo del Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales, como órgano de coordinación con el sector privado.

#### Artículo 10°.- Composición del Comité Consultivo de Turismo

##### 10.1 El Comité Consultivo de Turismo estará integrado por:

- Dos (2) representantes del Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales, uno de los cuales será el Viceministro de Turismo, quien lo presidirá.
- Un (1) representante de la Cámara Nacional de Turismo (CANATUR).
- Un (1) representante del Gremio de Agencias de Viajes y Turismo a nivel nacional.
- Un (1) representante del Gremio de Hoteles y Restaurantes a nivel nacional.
- Un (1) representante del Gremio de Operadores de Turismo Receptivo e Interno.
- Un (1) representante del Gremio de Transportistas Aéreos.
- Un (1) representante del Gremio de Transportistas Terrestres.
- Un (1) representante de la Comisión de Promoción del Perú (PROMPERU).

10.2 Si el tema lo amerita, se podrá invitar a otros representantes del sector público o privado.

10.3 En un plazo de sesenta (60) días calendario contados a partir de su instalación, elaborará su Reglamento Interno, el que será aprobado por Resolución Ministerial del Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales.

#### Artículo 11°.- Funciones del Comité Consultivo de Turismo

El Comité Consultivo de Turismo, formulará recomendaciones sobre acciones, lineamientos de política y normas relacionadas con la actividad turística, las mismas que serán presentadas al Ministro de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales.

#### Artículo 12°.- Propuesta y nombramiento de representantes

12.1 Los organismos y entidades que integran el Comité Consultivo de Turismo deberán proponer sus representantes dentro de los quince (15) días calendario, contados a partir de la fecha de publicación de la presente Ley.

12.2 Mediante Resolución Ministerial, el Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales, nombrará a los representantes propuestos para el Comité Consultivo de Turismo.

## TITULO IV DE LOS RECURSOS TURISTICOS

**Artículo 13°.- Coordinación de la operación turística**  
Los organismos o instituciones correspondientes deberán coordinar con el Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales, la operación turística en los lugares declarados como Patrimonio Cultural y Natural de la Nación.

**Artículo 14°.- Declaración de zonas de reserva turística**  
Las declaraciones de Zonas de Reserva Turística se formularán en áreas de comprobado potencial turístico que ameriten protección por parte del Estado, a fin de salvaguardar el recurso de acciones que generen deprecación o alteración. Su declaratoria será a través de Resolución Suprema.

**Artículo 15°.- Declaración de zonas de desarrollo turístico**  
Las declaraciones de Zonas de Desarrollo Turístico Prioritario se aprobarán mediante Decreto Supremo con el voto aprobatorio del Consejo de Ministros, a propuesta del Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales.

**Artículo 16°.- Restricciones a la explotación de un recurso**  
Cuando la sobreexplotación de un recurso turístico ponga en riesgo su conservación, el Estado podrá imponer restricciones a su uso, mediante Decreto Supremo, con el voto aprobatorio del Consejo de Ministros, a propuesta del Ministro de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales.

## TITULO V DE LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURISTICOS

#### Artículo 17°.- Determinación de prestadores de servicios turísticos

Son Prestadores de Servicios Turísticos, las personas naturales o jurídicas que operan en cualquiera de las siguientes actividades:

- a) Agencias de viajes y turismo.
  - b) Empresas operadoras de turismo receptivo.
  - c) Establecimientos de hospedaje en todas sus formas.
  - d) Establecimientos de servicios turísticos extra-hoteleros.
  - e) Restaurantes y afines.
  - f) Casinos de juego y similares.
  - g) Empresas de transporte turístico.
  - h) Uso turístico de fuentes de agua minero-medicinales.
  - i) Uso y explotación de máquinas tragamonedas.
  - j) Arrendamiento de vehículos.
  - k) Guías de turismo, en sus diferentes especialidades.
  - l) Empresas organizadoras de congresos y ferias internacionales.
- l) Otras que establezca el Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales, mediante Resolución Ministerial.

#### Artículo 18°.- Regulación de las actividades de los prestadores de servicios turísticos

18.1 El Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales, reglamentará en cada caso, los requisitos, obligaciones y responsabilidades que deberán cumplir los Prestadores de Servicios Turísticos.

18.2 Los reglamentos referidos a los Prestadores de Servicios Turísticos continuarán vigentes hasta que el Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales disponga lo contrario para su adecuación o modificación en concordancia con la presente Ley.

## TITULO VI DE LA FACILITACION TURISTICA

#### Artículo 19°.- Igualdad de derechos y condiciones de los turistas

Toda persona, sea nacional o extranjera, que en calidad de turista permanezca o se desplace dentro del territorio nacional gozará de las mismas condiciones e igualdad de derechos en los cobros por concepto de visita o ingreso a los lugares públicos tales como monumentos, parques, reservas, santuarios, bosques y otros, bajo responsabilidad de los funcionarios que dispongan o permitan el incumplimiento de la presente norma.

**Artículo 20°.- Fomento del turismo social**  
Sin perjuicio de lo mencionado en el artículo anterior, se podrán establecer tarifas preferenciales para estudiantes, docentes, jubilados y otros, previa autorización de la autoridad respectiva.

#### Artículo 21°.- Facilidades a personas con discapacidad y personas de la tercera edad

21.1 Los prestadores de servicios turísticos a que se refiere el Artículo 17° de la presente Ley, deberán brindar las facilita-

des necesarias a las personas con discapacidad y a las personas de la tercera edad en condiciones que se garantice su seguridad y comodidad.

21.2 Las facilidades a que se refiere el párrafo anterior deberán garantizar la libre accesibilidad y desplazamiento, instalaciones higiénico sanitarias apropiadas, disposiciones preferenciales que aseguren su libre evacuación en caso de emergencia y otras que se establezcan en el Reglamento.

**Artículo 22.- Simplificación de los procedimientos y trámites administrativos**

Las entidades, organismos e instituciones del sector público, deberán simplificar los procedimientos y trámites administrativos de sus Textos Unicos de Procedimientos Administrativos (TUPA) a fin de agilizar y viabilizar los permisos y autorizaciones vinculados con la actividad turística dentro de su normalidad respectiva.

**Artículo 23.- Autoridad competente en materia de facilitación turística**

23.1 El Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales, es la máxima autoridad para establecer los mecanismos y procedimientos de facilitación turística.

23.2 Todas las entidades u organismos estatales y regionales que tengan funciones en relación con actividades turísticas, deberán cumplir con las disposiciones establecidas por el referido Ministerio.

**Artículo 24.- Facilitación en materia penal**

La Fiscalía Provincial de Turismo podrá abrir investigación sobre la base de denuncias interpuestas por turistas extranjeros, ya sea que estas se hayan presentado en forma escrita, verbal, vía fax, correo electrónico o por cualquier otro medio técnico.

**Artículo 25.- Facilitación en materia administrativa**

25.1 El INDECOPI, a través de la Comisión de Protección al Consumidor, conocerá las denuncias que sean formuladas por los turistas nacionales y extranjeros, las mismas que podrán ser presentadas en forma escrita, verbal, vía fax, correo electrónico o por cualquier otro medio técnico de comunicación.

25.2 La Secretaría Técnica de la Comisión de Protección al Consumidor, o los funcionarios que el INDECOPI designe, podrán representar al turista, para todos los efectos, en las acciones conducentes a la solución de las denuncias interpuestas, pudiendo ejercer dicha representación en la vía administrativa o jurisdiccional, requiriéndose para ello de carta poder simple conforme a lo establecido por el Artículo 61° del Decreto Legislativo N° 716, Ley de Protección al Consumidor.

**DISPOSICION TRANSITORIA**

**Única.- Normas reglamentarias y complementarias**

Mediante Decreto Supremo referendado por el Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales, se dictarán las normas reglamentarias y complementarias para la mejor aplicación de la presente Ley, dentro del plazo de sesenta (60) días calendario, contados a partir de la publicación de la misma.

**DISPOSICIONES FINALES**

**Primera.- Competencia de PROMPERU y el Ministerio de la Presidencia**

La Comisión de Promoción del Perú (PROMPERU) es responsable de la promoción del turismo receptivo a interno nacional. Asimismo, por convenio con el Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales, PROMPERU podrá realizar otras actividades necesarias para el desarrollo de la actividad turística.

El desarrollo de infraestructura turística básica corresponde al Ministerio de la Presidencia.

**Segunda.- Mecanismo para conservar y mantener el patrimonio cultural y natural**

El Instituto Nacional de Cultura (INC), el Instituto Nacional de Recursos Naturales (INRENA) y demás entidades públicas y privadas que protejan o administren el Patrimonio Cultural y Natural de la Nación, invertirán en forma directa, bajo responsabilidad, un porcentaje no menor del 70% de los recursos de ingreso a museos, monumentos, parques, reservas, santuarios, bosques, zonas reservadas, entre otros, en el mantenimiento, conservación, recuperación y seguridad del Patrimonio Cultural y Natural de la Nación, según sea el caso. Los titulares de los pliegos prompuentales correspondientes son responsables del cumplimiento y supervisión de la presente disposición.

**Tercera.- Creación del Viceministerio de Turismo**

Modifícase el Artículo 6° del Decreto Ley N° 26831, Ley Orgánica del Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales, en los siguientes términos:

"Artículo 6°.- El Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales cuenta con la siguiente estructura:

**a) Alta Dirección:**

- Despacho Ministerial.
- Viceministerio de Industria.
- Viceministerio de Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales.
- Secretaría General.

**b) Organos Consultivos:**

- Comisión Consultiva.

**c) Organos de Control:**

- Oficina General de Inspección Interna

**d) Organos de Asesoramiento:**

- Oficina de Asesoría General.
- Oficina de Cooperación Técnica Internacional.

**e) Organos de Apoyo:**

- Oficina General de Administración de Recursos.
- Oficina General de Informática, Estadísticas y Racionalización.
- Oficina General de Defensa Nacional y Seguridad.

**f) Organos Técnicos Normativos de Línea:**

- Dirección Nacional de Industrias.
- Dirección Nacional de Turismo.
- Dirección Nacional de Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales.

**g) Proyecto Especial de Registro Unificado.**

**Cuarta.- Norma soleratoria**

Entiéndase toda mención establecida en la legislación vigente en materia de turismo, sobre el Viceministerio de Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales, como referida al Viceministerio de Turismo.

**Quinta.- Derogatoria de las normas en materia de turismo**

Derógame la Ley N° 24027, Ley General de Turismo y dejarse sin efecto el Decreto Supremo N° 039-85-ICT/UR, Reglamento de la Ley General de Turismo.

Comuníquese al señor Presidente de la República para su promulgación.

En Lima, a los dieciocho días del mes de mayo de mil novecientos noventa y ocho.

CARLOS TORRES Y TORRES LARA :  
Presidente del Congreso de la República

EDITI MELLADO CESPEDES  
Primera Vicepresidenta del  
Congreso de la República

AL SEÑOR PRESIDENTE CONSTITUCIONAL  
DE LA REPUBLICA

POR TANTO:

Mando se publique y cumpla.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los veintinueve días del mes de mayo de mil novecientos noventa y ocho.

ALBERTO FUJIMORI FUJIMORI  
Presidente Constitucional de la República

ALBERTO PANDOLFI ARBULO  
Presidente del Consejo de Ministros

GUSTAVO CAILLAUX ZAZZALI  
Ministro de Industria, Turismo, Integración  
y Negociaciones Comerciales Internacionales

6069

**LEY N° 26962**

EL PRESIDENTE DE LA REPUBLICA

POR CUANTO:

El Congreso de la República  
ha dado la Ley siguiente.

EL CONGRESO DE LA REPUBLICA;

Ha dado la Ley siguiente:

## LEY SOBRE MODIFICACIONES DE DISPOSICIONES TRIBUTARIAS PARA EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURISTICA

**Artículo 1°.-** Ampliación del plazo de vigencia de los beneficios tributarios para el Sector Turismo.

Incluyase como segundo párrafo del literal a) del Artículo 73° del Decreto Legislativo N° 821 -Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo- el siguiente texto:

"Asimismo, los servicios de hospedaje y alimentación prestados por establecimientos de hospedaje a favor de operadores turísticos domiciliados en el país, que transfieran dichos servicios a favor de operadores turísticos del exterior para ser utilizados por personas no domiciliadas en el país, con vigencia hasta el 31 de diciembre del año 2003".

**Artículo 2°.-** De la ampliación del plazo de inicio o ampliación de operaciones.

Modifíquese el Artículo 1° del Decreto Legislativo N° 820 en los términos siguientes.

"Artículo 1°.- Las empresas de servicio de establecimiento de hospedaje que intencionalmente amplien sus operaciones antes del 31 de diciembre del 2003, estarán exoneradas del Impuesto Proxial y del Impuesto Extraordinario a los Activos Netos. Asimismo, podrán depreciar, para efecto del Impuesto a la Renta, a razón del 10% anual las inmuebles de su propiedad afectadas a la producción de rentas gravadas.

Mediante Decreto Supremo refrendado por el Ministro de Economía y Finanzas y el Ministro de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales, se definirán las características de lo que se entiende por ampliación para los fines del presente artículo."

### DISPOSICION FINAL.

**Única.-** Disposición derogatoria.

Dejase sin efecto el Artículo 1° del Decreto Supremo N° 063-96-EP y demás disposiciones que se opongan a la presente Ley.

Comuníquese al señor Presidente de la República para su promulgación.

En Lima, a los dieciocho días del mes de mayo de mil novecientos noventa y ocho.

CARLOS TORRES Y TORRES LARA  
Presidente del Congreso de la República

EDITH MELLADO CESPEDES  
Primera Vicepresidenta del  
Congreso de la República

AL SEÑOR PRESIDENTE CONSTITUCIONAL  
DE LA REPUBLICA

POR TANTO:

Mando se publique y cumpla.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los dos días del mes de junio de mil novecientos noventa y ocho.

ALBERTO FUJIMORI FUJIMORI  
Presidente Constitucional de la República

GUSTAVO CAJALLAUX ZAZZALI  
Ministro de Industria, Turismo, Integración  
y Negociaciones Comerciales Internacionales  
5004

## LEY N° 26963

EL PRESIDENTE DE LA REPUBLICA

POR CUANTO:

El Congreso de la República  
ha dado la Ley siguiente.

EL CONGRESO DE LA REPUBLICA;

Ha dado la ley siguiente:

## LEY COMPLEMENTARIA DEL BANCO DE MATERIALES

**Artículo 1°.-** Objeto de la Ley.

1.1. El Banco de Materiales, es una Sociedad Anónima cerrada que se rige por la Ley N° 24948 -Ley de la Actividad

Empresarial del Estado, sus modificatorias y Reglamento; así como por la Ley N° 26887 -Ley General de Sociedades.

1.2. Su Directorio está conformado por seis (6) miembros, designados por Resolución Suprema.

**Artículo 2°.-** Sustituye artículos de la Ley N° 23220, modificada por la Ley N° 28903.

Sustitúyanse los Artículos 2° y 3° de la Ley N° 23220, modificada por la Ley N° 28903 en los términos siguientes:

"Artículo 2°.- El Banco de Materiales es una empresa de servicios que tiene como finalidad colaborar al desarrollo integral de la comunidad urbana y rural, realizando actividades de promoción, ejecución y/o aprovisionamiento de recursos, bienes y servicios para la edificación y mejoramiento de la vivienda básica mínima, de las habilitaciones urbanas, de la infraestructura urbana y rural, de la infraestructura productiva y de servicios, así como del equipamiento de la microempresa de todos los sectores productivos.

Para el cumplimiento de lo señalado en el párrafo anterior el Banco de Materiales podrá:

- Proveer los insumos, materias primas, materiales, maquinarias, equipos y demás componentes necesarios para el cumplimiento de sus fines.
- Ofrecer diagnóstico, asistencia técnica, apoyo y servicios tecnológicos.
- Efectuar por cuenta de otras sociedades o personas toda clase de cobros o pagos o cualquier otra operación de su competencia.
- Celebrar programas de administración de fondos para el desarrollo de programas sociales, los que se regirán por las normas y/o convenios que se establezcan.
- Otras operaciones y contratos establecidos en su Estatuto.

Los contratos operativos del Banco de Materiales se rigen por las normas que regulan los contratos de compra corriente mercantil.

**Artículo 3°.-** Constituyen recursos del Banco de Materiales los siguientes:

- Aportes del Estado.
- Transferencias de capital que le asigne el Gobierno Central.
- La capitalización de la rentabilidad y los resultados de la gestión.
- Las cobranzas o recuperaciones de sus propias operaciones.
- Aportes no dinerarios.
- Los créditos internos y externos, cuyo reembolso sea a cargo del Estado.
- Los bienes que le sean donados o legados previa aceptación del Sector.
- Cualquier otro recurso que se le asigne mediante Ley.
- Cualquier otro recurso propio no contemplado en los incisos precedentes."

**Artículo 3°.-** Estatuto del Banco de Materiales.

Mediante Decreto Supremo refrendado por el Presidente del Consejo de Ministros y el Ministro de la Presidencia en un plazo no mayor de sesenta (60) días, se expedirá el Estatuto del Banco de Materiales.

**Artículo 4°.-** Norma derogatoria.

Derogamos o dejamos sin efecto, según corresponda, las disposiciones que se opongan a la presente Ley.

Comuníquese al señor Presidente de la República para su promulgación.

En Lima, a los dieciocho días del mes de mayo de mil novecientos noventa y ocho.

CARLOS TORRES Y TORRES LARA  
Presidente del Congreso  
de la República

EDITH MELLADO CESPEDES  
Primera Vicepresidenta del Congreso  
de la República

AL SEÑOR PRESIDENTE CONSTITUCIONAL  
DE LA REPUBLICA

POR TANTO:

Mando se publique y cumpla.

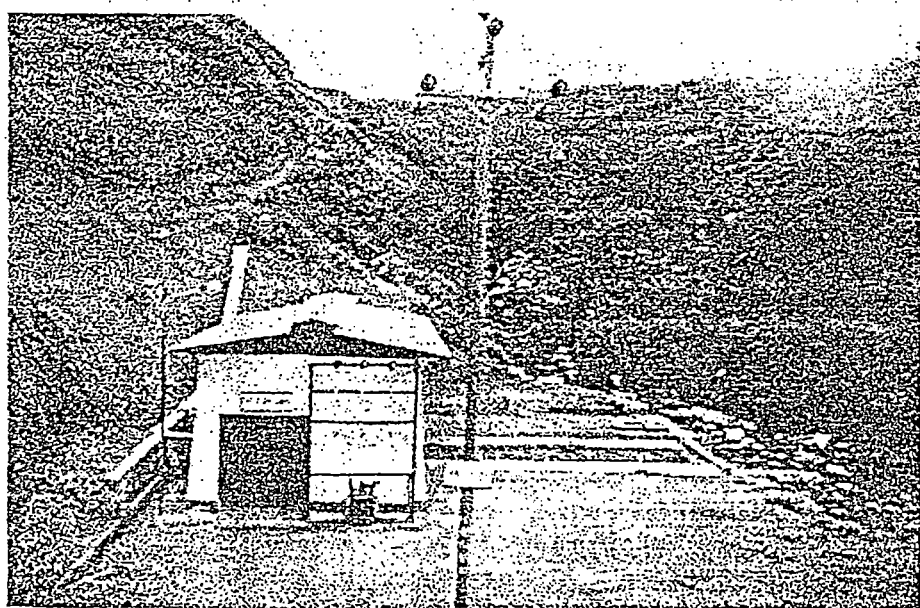
Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los dos días del mes de junio de mil novecientos noventa y ocho

# COMUNIDAD



PROYECTO DE LA COMUNIDAD  
DE LA ZONA DEL

DE LA ZONA DEL



MINISTERIO DE ENERGIA Y MINAS  
DIRECCION ECUATORIANA DE PROYECTOS

## **PRESENTACION**

El Ministerio de Energía y Minas, a través de la Dirección Ejecutiva de Proyectos (DEP-MEM), desde Agosto de 1993, asumió el compromiso de ampliar la frontera eléctrica a nivel nacional, a través de la construcción de obras eléctricas de generación, transmisión sub-transmisión y distribución en forma planificada y sostenida para el corto, mediano y largo plazo, llevando a los pueblos del interior del país, en forma prioritaria, el acceso a la energía como un medio para acelerar su desarrollo y mejorar su calidad de vida.

En ese marco, la DEP-MEM desarrolla todo un proceso para la implementación de los proyectos de electrificación, iniciándose con: (i) la elaboración del perfil del proyecto, (ii) el desarrollo de los estudios de factibilidad/definitivo, (iii) la licitación y ejecución de las obras y (iv) la liquidación y transferencia de los mismos a la entidad del Estado correspondiente.

El cumplimiento de los objetivos y metas propuestos por la DEP-MEM, conlleva la formulación de estrategias y su aplicación, resaltando entre otras: (i) la aplicación de las Normas Técnicas de la DEP-MEM para el Diseño de los Proyectos y la Ejecución de las Obras, tendientes a la optimización de los recursos del Estado; (ii) coordinar con las entidades económicas e instituciones del Estado, para lograr su participación en el financiamiento de los proyectos, como es el caso de las coordinaciones que se vienen efectuando con el FONCODES para el financiamiento de las Redes Secundarias; (iii) desarrollando proyectos pilotos de aplicación de nuevas tecnologías de recursos energéticos renovables no convencionales, como es el caso de la implementación de dos centrales eólicas y la instalación de paneles solares en el país.

A pesar, de los avances significativos logrados en el país en materia de electrificación, en los últimos años, todavía existen centros poblados ubicados en zonas aisladas y rurales del país que no cuentan con servicio, comprometiéndonos a redoblar esfuerzos para su electrificación y alcanzar las metas fijadas en nuestro Plan de Electrificación Nacional 2000 – 2005.

## INFORMACION GENERAL

### Avances 1993-1999

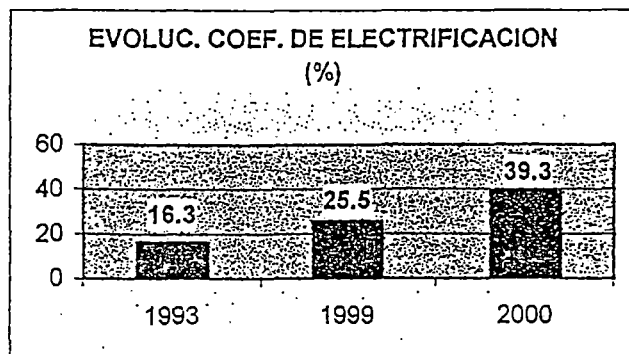
En el período indicado, las obras ejecutadas en el marco del Plan de Electrificación Nacional en el departamento de Amazonas permitieron beneficiar a más de 26,110 habitantes con la dotación del suministro o el mejoramiento de las condiciones del servicio de electricidad. Las obras demandaron una inversión de 2,6 millones de soles, recursos que fueron utilizados para tender 61 kilómetros de líneas y redes eléctricas y para incrementar en 500 kW la potencia instalada en Sistemas Aislados.

Entre las principales obras ejecutadas destacan:

- **PSE CHACHAPOYAS**, que permitió la interconexión de la Ciudad de Chachapoyas con la Central Hidroeléctrica de Caclic, garantizando el suministro eléctrico a la capital del departamento de Amazonas.
- **PSE MUYO**, esta obra ha permitido dotar de un suministro eléctrico confiable y de calidad a más de 10,400 habitantes de la zona fronteriza del departamento de Amazonas, a través de Líneas Primarias en 22.9 kV desde la Central Hidroeléctrica del Muyo.

### Coefficiente de Electrificación

Las obras indicadas, así como otras ejecutadas por el Ministerio de Energía y Minas y la empresa concesionaria permitieron elevar el coeficiente de electrificación departamental del 16,3% (1993) al 25,5% (1999). Con los proyectos a ejecutarse en el año 2000 tanto del estado como por parte de la empresa privada, se espera incrementar el coeficiente de electrificación hasta el 39,3%.



## **Programa año 2000**

En el año 2000, se tiene programada para el presente año la ejecución de los Pequeños Sistemas Eléctricos de Bagua I Etapa y Chachapoyas II Etapa que beneficiarán a un total de 56,138 habitantes. Dichos proyectos, cuyos suministros se encuentran en proceso de fabricación, están incluidos en el Programa de Ampliación de la Frontera Eléctrica I Etapa, financiado por el Gobierno Japonés.

Asimismo, se vienen ejecutando 4 proyectos, estos son : CH Nuevo Seasmé y PSE Asociado, CH Lonya Grande, PSE Lonya Grande I Etapa y RS del PSE Lonya Grande, que beneficiarán a un total de 19 692 habitantes

## **Proyecciones a partir del año 2001**

La infraestructura básica de la que se dispone, luego de la construcción de diversas líneas de transmisión y centrales hidroeléctricas, permitirá desarrollar en los próximos años varios sistemas eléctricos entre los que destacan :

- PSE Muyo – Kuzu I Etapa
- PSE Bagua II y III Etapa
- PSE Chachapoyas III Etapa
- PSE Lonya Grande II Etapa

Estos proyectos y otros PP.SS.EE. programados para los próximos años permitirán dotar de suministro eléctrico permanente y confiable a un total de 49,672 habitantes.

Asimismo se tiene prevista la implementación de la CT El Valor (10 MW), con una inversión de 9.943 millones de US \$, en el marco del Programa de Ampliación de la Frontera Eléctrica I Etapa, financiado por el Gobierno Japonés, cabe indicar que esta Central permitirá garantizar la oferta de energía del Sistema Eléctrico Bagua – Jaén.

Lima, Mayo del 2000





## PROYECTOS EN EJECUCION AÑO 2 000

PROYECTOS	DEPART.	META		TOTAL INVERSIONES (NUEVOS SOLES)	POBLACION BENEFICIADA
		UNIDAD	CANTIDAD		
<b>GENERACION</b>					
CH LONYA GRANDE *	AMAZONAS	KW	360.00	2 083 730.00	
CH NUEVO SEASME *	AMAZONAS	KW	210.00	3 350 382.00	
GT 50 CIRO ALEGRIA	AMAZONAS	KW	50.00	71 685.00	
GT 50 GALILEA	AMAZONAS	KW	50.00	71 685.00	
<b>DISTRIBUCION</b>					
ELECTRIFICACION CELCHO - CUZCO	AMAZONAS	KM	3.00	188 957.00	320
PSE BAGUA I ETAPA	AMAZONAS	KM	146.00	10 016 126.00	21 188
PSE CHACHAPOYAS II ETAPA	AMAZONAS	KM	233.00	15 938 294.00	14 186
PSE LONYA GRANDE	AMAZONAS	KM	114.40	3 885 337.00	15 279
PSE Y RS ASOC CH NUEVO SEASME	AMAZONAS	KM	22.90	1 306 694.00	5 165
RS PSE LONYA GRANDE	AMAZONAS	KM	68.00	1 306 694.00	
<b>SUB-TOTAL</b>	<b>GENERACION</b>	kW/Inv./Pob.	670.00	5 577 482.00	-
	<b>LLTT</b>	km/Inv./Pob.	-	-	-
	<b>PSE's</b>	km/Inv./Pob.	587.30	32 642 102.00	56 138

\* : No Incluye el costo de la maquinaria

## PLAN DE ELECTRIFICACION NACIONAL PERIODO 2001 - 2005

PROYECTOS	DEPART.	PROVINCIA	ESTADO ACTUAL	META		TOTAL INVERSIONES (NUEVOS SOLES)	POBLACION BENEFICIADA	
				UNIDAD	CANTIDAD			
<b>GENERACION</b>								
C.T. EL VALOR	AMAZONAS	BAGUA	LICITACION	KW	10 000.00	34 803 055.00		
<b>DISTRIBUCION</b>								
P.S.E. MUYO - KUZU I ETAPA	AMAZONAS	BAGUA	E. DEFINITIVO	KM	66.00	3 496 928.62	4 083	
P.S.E. BAGUA II ETAPA	AMAZONAS	BAGUA	PERFIL	KM	54.70	3 987 410.00	6 743	
P.S.E. BAGUA III ETAPA	AMAZONAS	BAGUA	PERFIL	KM	82.90	7 006 475.00	13 621	
P.S.E. RODRIGUEZ DE MENDOZA I ETAPA	AMAZONAS	R.MENDOZA	PERFIL	KM	22.60	3 398 850.00	6 125	
P.S.E. ASOCIADO A CH PIZUQUIA	AMAZONAS	CONDORCANQUI	PERFIL	KM	15.00	866 250.00	1 200	
P.S.E. ASOCIADO A CH VALLE SESUYA	AMAZONAS	CONDORCANQUI	PERFIL	KM	21.00	992 250.00	1 050	
P.S.E. MUYO - KUZU II ETAPA	AMAZONAS	BAGUA	PERFIL	KM	10.00	1 462 842.50	3 330	
P.S.E. CHACHAPOYAS III ETAPA	AMAZONAS	CHACHAPOYAS	PERFIL	KM	149.60	8 207 500.00	11 271	
P.S.E. LONYA GRANDE II ETAPA	AMAZONAS	CHACHAPOYAS	PERFIL	KM	35.00	1 828 750.00	2 250	
<b>TRANSMISION</b>								
L.T. 138 kV EL REPOSO (CT EL VALOR)-CACLIC-MOYOBAMBA	AMAZONAS	VARIOS	I. BASICA	KM	224.00	56 210 000.00		
L.T. 138 kV CAJAMARCA NUEVA-CACLIC	AMAZONAS	VARIOS	I. BASICA	KM	138.00	31 395 000.00		
<b>SUB-TOTAL</b>			GENERACION		kW/Inv/Pob.	10 000.00	34 803 055.00	-
			LLTT		km/Inv/Pob.	362.00	87 605 000.00	-
			PSE's		km/Inv/Pob.	456.80	31 247 256.12	49 672

## FICHA TÉCNICA

1. Nombre	P.S.E. CHACHAPOYAS II ETAPA
-----------	-----------------------------

2. Ubicación	Departamento : Amazonas
	Provincia : Chachapoyas, Bongará y Luya
	Distrito : Varios

3. Entidad Responsable	Dirección de Generación y Distribución Norte
------------------------	--

4. Objetivo
-------------

Ejecutar el tendido, de la Líneas Primarias, Redes Primarias, redes secundarias y acometidas domiciliarias de distribución, para suministrar energía eléctrica en forma confiable y permanente a las localidades de Jalca Grande, San Juan de Lopecancha, Santo Tomás, Tingo, Suyubamba, Tingo Nuevo, Levanto, Mayno, Cheto, Molinopampa, Pipus, Taquia, Maripata, Opelel, Chiquín, Vituya, Mito, Sengache, Olto, Paclas, Colcamar, San Francisco del Yeso, Churuja, Jazan, Florida, Duraznopampa, Yerbabuena, Montevideo, Leymebamba, Palmira, Magdalena, San José de Sonche, Chontapampa, Granada, Quinjalca, Olleros, Asunción Goncha, Soloco, Lolto y Salicas, para beneficiar a 35 906 habitantes, este proyecto será alimentado desde la C.H. Caclic de 4.8 MW.

5. Descripción
----------------

El área del proyecto está ubicado en la Región Nor Oriental del Marañón  
El acceso al proyecto es El acceso al proyecto es por la Panamericana Norte Lima – Chiclayo, luego en carretera asfaltada Chiclayo – Chachapoyas – Localidades del proyecto

Eje Norte Caclic – Pomacochas:

- LíneaPrimaria 3Ø 22,9 kV Lamud – Pedro Ruiz: conductor AAAC 3-1 x 70mm<sup>2</sup>, con una longitud de 24,67 Km
- LíneaPrimaria 3Ø 22,9 kV Pedro Ruiz – La Florida: conductor AAAC 3-1 x 50mm<sup>2</sup>, con una longitud de 13,91 Km
- LíneaPrimaria 3Ø 22,9 kV Derivación a Pedro Ruiz: conductor AAAC 3-1 x 70mm<sup>2</sup>, con una longitud de 0,20 Km
- LíneaPrimaria 1Ø 22,9 kV Derivación a Churuja: conductor AAAC 2-1 x 25mm<sup>2</sup>, con una longitud de 0,38 Km
- LíneaPrimaria 1Ø 22,9 kV Derivación a Soyobamba: conductor AAAC 2-1 x 25mm<sup>2</sup>, con una longitud de 0,48 Km

Eje Sur Caclic – Leymebamba:

- LíneaPrimaria 3Ø 22,9 kV CH Caclic – punto derivación a Tingo: conductor AAAC 3-1 x 95mm<sup>2</sup>, con una longitud de 26,59 Km
- LíneaPrimaria 3Ø 22,9 kV Tingo - Palmira: conductor AAAC 3-1 x 70mm<sup>2</sup>, con una longitud de 42,81 Km
- LíneaPrimaria 3Ø 22,9 kV Palmira - Leymebamba: conductor AAAC 3-1 x 25mm<sup>2</sup>, con una longitud de 0,33 Km
- LíneaPrimaria-1Ø 22,9 kV Derivación a Colcamar: conductor AAAC 2-1 x 95mm<sup>2</sup>, con una longitud de 4,47 Km
- LíneaPrimaria 1Ø 22,9 kV Derivación a San Juan de Levanto : conductor AAAC 2-

1 x 25mm<sup>2</sup>, con una longitud de 9,85 Km

- Línea Primaria 1Ø 22,9 kV Derivación a Lopecancho: conductor AAAC 2-1 x 25mm<sup>2</sup>, con una longitud de 1,73 Km
- Línea Primaria 1Ø 22,9 kV Derivación a Jalca Grande: conductor AAAC 2-1 x 25mm<sup>2</sup>, con una longitud de 4,04 Km
- Línea Primaria 1Ø 22,9 kV Derivación a Santo Tomas : conductor AAAC 2-1 x 25mm<sup>2</sup>, con una longitud de 6,85 Km
- Línea Primaria 1Ø 22,9 kV Derivación a San Francisco de Yeso : conductor AAAC 2-1 x 25mm<sup>2</sup>, con una longitud de 7,38 Km

Eje Oriental Caclic – Vituya:

- Línea Primaria 3Ø 22,9 kV Chachapoyas – Lolto – Molinopampa: conductor AAAC 3-1 x 95mm<sup>2</sup>, con una longitud de 31,08 Km
- Línea Primaria 3Ø 22,9 kV Derivación a Molinopampa: conductor AAAC 3-1 x 35mm<sup>2</sup>, con una longitud de 0,31 Km
- Línea Primaria 3Ø 22,9 kV Lolto - Quinjalca: conductor AAAC 3-1 x 25mm<sup>2</sup>, con una longitud de 19,86 Km
- Línea Primaria 1Ø 22,9 kV Chiliquin - Sengache: conductor AAAC 2-1 x 25mm<sup>2</sup>, con una longitud de 9,49 Km
- Línea Primaria 1Ø 22,9 kV Cashac – Asunción Goncha: conductor AAAC 2-1 x 25mm<sup>2</sup>, con una longitud de 7,08 Km
- Línea Primaria 1Ø 22,9 kV Quillacuna - Chiliquin: conductor AAAC 2-1 x 25mm<sup>2</sup>, con una longitud de 6,43 Km
- Línea Primaria 1Ø 22,9 kV Quinjalca - Olleros: conductor AAAC 2-1 x 25mm<sup>2</sup>, con una longitud de 4,83 Km
- Línea Primaria 1Ø 22,9 kV Derivación a Granada: conductor AAAC 2-1 x 25mm<sup>2</sup>, con una longitud de 6,29 Km
- Línea Primaria 1Ø 22,9 kV San José de Sonche: conductor AAAC 2-1 x 25mm<sup>2</sup>, con una longitud de 3,45 Km

## 6. Situación Actual

En proceso la Adquisición de materiales a través de la UNOPS

## 7. Inversión

<i>Presupuesto de Obra</i>	<i>US \$</i>	
Línea Primaria	863 506,19	
Redes Primarias	276 447,39	
Redes Secundarias y Acometidas Domiciliarias	<u>851 169,68</u>	1 991 123,27
<i>Suministro de Materiales entregados por el MEM</i>		
Línea Primaria	1 002 453,22	
Redes Primarias	446 117,67	
Redes Secundarias y Acometidas Domiciliarias	<u>852 123,64</u>	2 300 694,55
<b>COSTO TOTAL DEL PROYECTO</b>		<b>US \$ 4 291 817,82</b>

## 8. Fuente de Financiamiento

OVERSEAS ECONOMIC COOPERATION FUND  
RECURSOS ORDINARIOS

## 9. Observaciones

Reporte al : 19/05/2000

UBICACION EN EL PERU



ECUADOR

LORETO

CONDORCANQUI

Santa María de Nieva

BAGUA

Bagua Grande

UTCUBAMBA

Jumbilla

SAN MARTIN

CAJAMARCA

Lamudó

LUYA

ICHACHAPOVAS

RODRIGUEZ DE MENDOZA

Mendoza

### AMAZONAS

+++ Limite Internacional

-.-.- Limite Departamental

--- Limite Provincial

● Capital de Departamento

○ Capital de Provincia

Zona de Estudio

LA LIBERTAD

