



**UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y  
CONTABLES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE COMERCIO Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**



## **TESIS**

**PUESTA EN OPERACIÓN DEL SISTEMA DE TELECABINAS KUÉLAP  
PARA INCREMENTAR EL TURISMO RECEPTIVO EN EL CORREDOR  
TURÍSTICO CHACHAPOYAS - FORTALEZA DE KUÉLAP.**

Presentado para obtener el título profesional de Licenciados en Comercio y  
Negocios Internacionales

### **Tesistas:**

Bach.: Peláez Gómez, Anita

Bach.: Saavedra Rojas, José E.

### **Asesor:**

Econ. Abdel J. Flores Olivos

Lambayeque - Perú, enero de 2017

Puesta en operación del Sistema de Telecabinas Kuélap para incrementar el turismo receptivo en el corredor turístico Chachapoyas - Fortaleza de Kuélap.

Aprobado por:

---

Econ. Jonás Godoy Gonzales  
PRESIDENTE

---

Lic. Rosa Saavedra Obando  
SECRETARIA

---

Econ. Iván R. Variás Rodríguez  
VOCAL

Asesorado por:

---

Econ. Abdel J. Flores Olivos  
ASESOR

Presentado por:

---

Bach.: Anita Peláez Gómez  
AUTORA

---

Bach.: José E. Saavedra Rojas  
AUTOR

## DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mis padres José Saavedra y Andrea Rojas que siempre me apoyaron incondicionalmente en la parte moral y económica para poder llegar a ser un buen profesional.

A mis amigos y familia en general por el apoyo que me brindaron día a día en el transcurso de cada año de mi carrera universitaria.

*Bach.: José E. Saavedra Rojas*

Dedico de manera especial a mis padres, ya que ellos fueron el principal cimiento para la construcción de mi vida personal, sentaron en mí las bases de responsabilidad y deseos de superación, en ellos tengo el espejo en el cual me quiero reflejar, gracias a sus virtudes infinitas y su gran corazón me llevan a admirarlos cada día más.

*Bach.: Anita Peláez Gómez*

## **AGRADECIMIENTOS**

Primeramente, doy gracias a Dios por permitirme tener tan buena experiencia dentro de mi universidad permitiendo convertirme en ser un profesional y también a mi asesor por haberme brindado la oportunidad de recurrir a su capacidad y conocimiento, así como también haberme tenido la paciencia para guiarme durante el desarrollo de la tesis.

*Bach.: José E. Saavedra Rojas*

Agradezco a mi asesor, Econ. Abdel Flores Olivos por la orientación y ayuda que nos brindó para la realización de esta tesis, por su apoyo y amistad que permitieron aprender mucho más de lo estudiado.

*Bach.: Anita Peláez Gómez*

## ÍNDICE

<b>RESUMEN.....</b>	<b>1</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>3</b>
<b>CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>5</b>
1.1. DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA.....	5
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	8
1.2.1. <i>Problema general</i> .....	8
1.2.2. <i>Problemas específicos</i> .....	8
1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	9
1.3.1. <i>Objetivo general</i> .....	9
1.3.2. <i>Objetivos específicos</i> .....	9
1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....	9
1.5. LIMITACIONES DEL ESTUDIO .....	9
<b>CAPÍTULO II: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....</b>	<b>10</b>
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	10
2.1.1. <i>En el ámbito internacional</i> .....	10
2.1.2. <i>En el ámbito de América Latina</i> .....	11
2.1.3. <i>En el ámbito nacional</i> .....	12
2.1.4. <i>En el ámbito regional</i> .....	13
2.2. BASES TEÓRICAS.....	15
2.2.1. <i>Modelos teóricos para el análisis de la competitividad de los destinos turísticos</i> .....	15
2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES.....	30
2.3.1. <i>Términos del sector turismo</i> .....	30
2.3.2. <i>Turismo receptivo</i> .....	33
2.3.3. <i>Agencia de Viajes y Turismo</i> .....	33
2.3.4. <i>Operador de Turismo</i> .....	33
2.3.5. <i>Corredor turístico</i> .....	33
2.3.6. <i>Fortaleza de Kuélap</i> .....	33
2.3.7. <i>Sistema de Telecabinas</i> .....	34
2.4. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS .....	34
2.4.1. <i>Hipótesis General</i> .....	34
2.4.2. <i>Hipótesis específicas</i> .....	34
<b>CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....</b>	<b>35</b>
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	35
3.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN .....	35
3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA .....	35
3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES Y MATRIZ DE CONSISTENCIA .....	37
3.4.1. <i>Variables</i> .....	37
3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	40
3.5.1. <i>Base de datos</i> .....	40
3.6. TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN .....	40
<b>CAPITULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....</b>	<b>41</b>
4.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	41

4.1.1.	<i>Situación actual de la actividad turística en Kuélap</i> .....	41
4.1.2.	<i>Factores que inciden en la competitividad de los servicios turísticos en Kuélap</i> .....	55
4.1.3.	<i>Análisis de la capacidad operativa de las agencias de viaje y turismo en Chachapoyas</i> .....	64
4.2.	DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	70
4.2.1.	<i>Validez de resultados</i> .....	70
4.2.2.	<i>Limitaciones</i> .....	70
4.2.3.	<i>Aplicación en otras situaciones</i> .....	70
4.2.4.	<i>Contraste con las hipótesis</i> .....	71
<b>V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>		<b>73</b>
5.1.	CONCLUSIONES .....	73
5.2.	RECOMENDACIONES .....	76
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>		<b>78</b>
<b>ANEXOS.....</b>		<b>82</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: <i>Los indicadores de competitividad en el Monitor del WTTC.</i> .....	23
Tabla 2: <i>Ventajas e inconvenientes de los modelos de competitividad de los destinos turísticos más recientes estudiados en la literatura.</i> .....	29
Tabla 3: <i>Resumen de la población y muestra de estudio.</i> .....	37
Tabla 4: <i>Operacionalización de variables.</i> .....	38
Tabla 5: <i>Matriz de consistencia.</i> .....	39
Tabla 6: <i>Llegada de visitantes extranjeros a la Fortaleza de Kuélap, 2006 - 2016.</i> .....	46
Tabla 7: <i>Llegada de turistas (nacionales y extranjeros) a la Fortaleza de Kuélap, 2006 - 2016.</i> .....	47
Tabla 8: <i>Proyecciones de crecimiento de visitantes a la fortaleza de Kuélap, 2017 - 2026.</i> .....	47
Tabla 9: <i>¿Qué es lo que más le agradó de su visita a Kuélap?</i> .....	52
Tabla 10: <i>Niveles de calificación del circuito a Kuélap, en relación a su infraestructura y calidad de los servicios turísticos.</i> .....	53
Tabla 11: <i>Percepción de la calidad de servicios ofrecidos en el corredor turístico Chachapoyas - Kuélap.</i> .....	59
Tabla 12: <i>Recursos tecnológicos que estén disponibles al servicio del turista.</i> .....	62
Tabla 13: <i>Estrategias que aplican los operadores de turismo para captar a más turistas extranjeros.</i> ....	63
Tabla 14: <i>Cantidad de tours que realizan los operadores de turismo por día a Kuélap vs lo que proyectan realizar.</i> .....	65
Tabla 15: <i>Número de turistas que los operadores de turismo levantan por día a Kuélap vs lo que proyectan.</i> .....	66
Tabla 16: <i>Número de guías tours con que trabajan los operadores de turismo por día a Kuélap vs con lo que proyectan trabajar.</i> .....	67
Tabla 17: <i>Número de colaboradores con que trabajan los operadores de turismo en Chachapoyas vs con los que proyectan trabajar.</i> .....	67
Tabla 18: <i>Cantidad de unidades de tours transporte con las que trabajan los operadores de turismo en Chachapoyas vs con las que proyectan trabajar.</i> .....	68
Tabla 19: <i>Como operador de turismo, ¿Qué aspectos considera que aún le falta mejorar para ser más competitivo?</i> .....	69

## ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1: Modelo conceptual de la competitividad del destino de Crouch y Ritchie.....</i>	<i>20</i>
<i>Figura 2: Modelo Integrado de la competitividad de un destino turístico de Dwyer y Kim.....</i>	<i>22</i>
<i>Figura 3: Las formas y las categorías del turismo.....</i>	<i>32</i>
<i>Figura 4: Vista aérea de la Fortaleza de Kuélap.....</i>	<i>42</i>
<i>Figura 5: Construcciones circulares en Kuélap.....</i>	<i>42</i>
<i>Figura 6: Ubicación del proyecto Sistema de Telecabinas Kuélap .....</i>	<i>43</i>
<i>Figura 7: Telecabinas Kuélap en el andén de salida .....</i>	<i>45</i>
<i>Figura 8: País de procedencia de los turistas que visitaron Kuélap .....</i>	<i>48</i>
<i>Figura 9: Edad de los turistas extranjeros que visitaron Kuélap .....</i>	<i>49</i>
<i>Figura 10: Género de los turistas extranjeros que visitaron Kuélap .....</i>	<i>49</i>
<i>Figura 11: Gasto promedio de cada turista extranjero que visita Kuélap .....</i>	<i>50</i>
<i>Figura 12: Permanencia (días) del turista extranjero que visita Kuélap.....</i>	<i>50</i>
<i>Figura 13: Planificación de viaje de los turistas extranjeros que visitan Kuélap .....</i>	<i>51</i>
<i>Figura 14: Principales motivaciones de los turistas extranjeros para visitar Kuélap. ....</i>	<i>51</i>
<i>Figura 15: ¿Los servicios brindados por el operador de turismo que contrató para visitar Kuélap, se ajustaron a sus deseos y necesidades?.....</i>	<i>52</i>
<i>Figura 16: Nivel de satisfacción que los turistas extranjeros experimentan al visitar Kuélap .....</i>	<i>53</i>
<i>Figura 17: ¿Usted volvería a visitar la Fortaleza de Kuélap?.....</i>	<i>54</i>
<i>Figura 18: ¿Recomendaría a la Fortaleza de Kuélap como destino turístico? .....</i>	<i>54</i>
<i>Figura 19: ¿Considera que se está haciendo una adecuada preservación y conservación arqueológica de las áreas de uso turístico de Kuélap? .....</i>	<i>55</i>
<i>Figura 20: ¿Considera que la infraestructura turística de la Fortaleza de Kuélap tiene la capacidad para recibir a más de 100 mil turistas por año? .....</i>	<i>56</i>
<i>Figura 21: Para dinamizar la actividad turística en Kuélap y que el proyecto de las telecabinas sea sostenible ¿Cree que el corredor turístico Chachapoyas - Kuélap ya cuenta con adecuados servicios turísticos? .....</i>	<i>58</i>
<i>Figura 22: En su opinión, con la operación del sistema de transporte por telecabinas ¿Cree que la actividad turística en Kuélap tendrá un crecimiento ordenado? .....</i>	<i>59</i>
<i>Figura 23: ¿De estos servicios cuál o cuáles recomienda mejorar y por qué razón? .....</i>	<i>60</i>
<i>Figura 24: ¿Su empresa cuenta con los suficientes recursos humanos capacitados en servicios turísticos para atender el incremento de turistas que visitarán Kuélap? .....</i>	<i>61</i>
<i>Figura 25: Costo actual para turistas extranjeros por el tour a Kuélap. ....</i>	<i>61</i>
<i>Figura 26: Costo para turistas extranjeros por el tour a Kuélap con la operación de las telecabinas.....</i>	<i>62</i>
<i>Figura 27: Capacitaciones sobre buenas prácticas en calidad turística dadas por el MINCETUR. ....</i>	<i>63</i>
<i>Figura 28: ¿Para los turistas que visiten Kuélap a través del aeropuerto de Jaén, planea prestar servicios de tours transporte Jaén - Chachapoyas y viceversa? .....</i>	<i>64</i>
<i>Figura 29: Tiempo de operación como agencia de viajes y turismo .....</i>	<i>65</i>
<i>Figura 30: ¿Considera que su empresa está preparada y tiene la capacidad operativa para atender tal incremento de turistas con la operación del sistema de telecabinas de Kuélap?.....</i>	<i>69</i>

## RESUMEN

Tras la ejecución del proyecto Sistema de Telecabinas Kuélap, que consistió en la implementación de un sistema de transporte aéreo conducido por telecabinas entre el distrito de Tingo Nuevo y la Fortaleza de Kuélap en Amazonas, el cual está orientado a mejorar y optimizar las condiciones de accesibilidad a Kuélap. Y, por consiguiente, el Gobierno se ha trazado una meta de triplicar el número de visitantes que llegan al complejo arqueológico cada año. Es decir, pasar de 55 mil visitantes (2016) a cerca de 120 mil turistas (entre nacionales y extranjeros) a partir del 2017.

En tal sentido, la presente investigación pretende determinar si con la puesta en operación del Sistema de Telecabinas Kuélap, el turismo receptivo en Kuélap tendrá un incremento sostenido, como resultado de la operatividad de las telecabinas y la puesta en valor de la Fortaleza de Kuélap.

Para lo cual se utilizó una investigación de tipo *básica*, con un diseño *descriptivo* de tipo *simple*, ya que describe y analiza el nivel de calidad de los servicios turísticos en el corredor turístico Chachapoyas - Kuélap y el consiguiente grado de afluencia de turistas extranjeros a Kuélap.

Con los resultados obtenidos se evidencia que el corredor turístico Chachapoyas - Kuélap aún no cuenta con adecuados servicios turísticos, ya que el 85% de los operadores de turismo que prestan servicio de tours a la Fortaleza de Kuélap consideran que la autoridad que lo administra, no está realizando una adecuada preservación y conservación arqueológica de las áreas de uso turístico; por el hecho que hasta la actualidad no hay mejoras evidentes, ya que las murallas de contención están en peligro de colapsar, además no se cuenta con un estudio de capacidad de carga; es por estas razones que el 69% de los operadores de turismo consideran que la infraestructura turística de Kuélap actual no tiene la capacidad para recibir a más de 100 mil turistas por año, que el Gobierno ha proyectado para que el proyecto del Sistema de Telecabinas Kuélap sea rentable.

Se concluye que ante el inminente incremento de visitantes a la Fortaleza de Kuélap, más del 50% de operadores de turismo en Chachapoyas, con su capacidad operativa actual aún no están preparadas para afrontar de manera eficiente el incremento de la demanda receptiva, por adolecer esencialmente de recursos humanos preparados y capacitados para brindar un servicio adecuado.

**Palabras Claves:** Fortaleza de Kuélap, Corredor turístico, Operadores de turismo, Turismo receptivo, Sistema de Telecabinas.

## SUMMARY

After the execution of the project system of gondolas Kuelap, which consisted in the implementation of a system of air transport driven by cable cars between new Tingo district and the fortress of Kuelap in Amazonas, which is aimed at improving and optimizing conditions of accessibility to Kuelap. And, therefore, the Government has set a goal of tripling the number of visitors who come each year to the archaeological complex. I.e., move from 55 thousand visitors (2016) to about 120 thousand tourists (between national and foreign) from 2017.

In this sense, this research aims to determine if with the commissioning of the system of cable cars Kuelap, in Kuelap tourism will have a sustained increase, because of the operation of the cable cars and the enhancement of the fortress of Kuelap.

Which was an investigation of basic type, with a simple type descriptive design, since it describes and analyses the level of quality of the tourist services in the tourist corridor Chachapoyas - Kuelap and the consequent level of influx of foreign tourists to Kuelap.

With them results obtained is evidence that the runner tourist Chachapoyas-Kuelap still not has with appropriate services tourist, since the 85% of them operators of tourism that provide service of tours to the fortress of Kuelap considered that the authority that it manages, not is performing a proper preservation and conservation archaeological of them areas of use tourist; by the fact that until now there is no obvious improvements, since the containment walls are in danger of collapsing, in addition there is a carrying capacity study; It is for these reasons that 69% of the tour operators consider that the tourism infrastructure of Kuelap today lacks the capacity to receive more than 100 thousand tourists per year, that the Government has projected that the project of the system of cable cars Kuelap is profitable.

It is concluded that before the imminent increase in visitors to the fortress of Kuelap, more than 50% of tour operators in Chachapoyas, with its current operating capacity are not yet ready to cope with the increase in demand responsive, by essentially suffer from human resources prepared and trained to provide a suitable service efficiently.

**Key words:** Kuelap fortress, tourist corridor, operators of tourism, tourism, ski lifts.

## INTRODUCCIÓN

Kuélap, se encuentra ubicada en el distrito de Tingo, provincia de Luya; a 35 km al sur de Chachapoyas capital del departamento de Amazonas, este importante sitio arqueológico preinca se levanta en la cumbre de un promontorio rocoso a 3 000 m.s.n.m. y forma un conjunto arquitectónico de piedra de grandes dimensiones caracterizado por su condición monumental. Fue construido y poblado por los habitantes de la cultura Chachapoyas, cuya cultura floreció entre los años 800 y 1475; luego de los cuales fue conquistada por los incas y posteriormente por los españoles; y actualmente, Kuélap es uno de los más importantes atractivos turísticos del Perú.

Con el propósito de impulsar y dinamizar la actividad turística en el corredor turístico Chachapoyas - Kuélap, se ejecutó el proyecto “Sistema de telecabinas Kuélap” mediante la modalidad de Asociación Público Privada, cofinanciada por el Plan COPESCO Nacional y el Consorcio Telecabinas Kuélap S.A. La ejecución de este proyecto consistió en la implementación de un sistema de transporte aéreo conducido por telecabinas entre el distrito de Tingo Nuevo y la Fortaleza de Kuélap en la región Amazonas, así como la adecuación de servicios turísticos complementarios a favor del Complejo Arqueológico Fortaleza de Kuélap, el cual está orientado a mejorar y optimizar las condiciones de accesibilidad a la Fortaleza de Kuélap.

Sobre tal precedente, se sustenta la presente investigación, cuyo objetivo consistió en determinar en qué medida la puesta en operación del Sistema de Telecabinas Kuélap incrementará el turismo receptivo en el corredor turístico Chachapoyas - Kuélap.

Esta investigación está estructurada de la siguiente manera:

En el capítulo I, se hace la descripción de la realidad problemática, que comprende el planteamiento del problema referente al análisis del nivel de calidad de los servicios en el corredor turístico Chachapoyas - Kuélap, y de cual se brindará una información detallada acerca del turismo receptivo; se continúa formulando la interrogante de investigación, de la cual emanan el objetivo general y los objetivos específicos, para proceder luego a describir la justificación de la investigación de acuerdo a los distintos beneficios que de la misma se podrán generar.

En el capítulo II se plantea la fundamentación teórica, estableciendo los antecedentes del caso, las bases teóricas dentro de ellas los principales modelos teóricos para el análisis de la

competitividad de los destinos turísticos, y se culmina la sección con la definición de términos básicos y formulación de hipótesis.

En el capítulo III se desarrolla la metodología, en la cual se especifica el diseño de la investigación, se determinó la población y la muestra para la investigación, se realizó la operacionalización de las variables y matriz de consistencia objeto de estudio, se estableció las técnicas e instrumentos de recolección de datos y técnicas para el procesamiento de datos.

En el capítulo IV se reporta los resultados de la investigación (describir la situación actual de la actividad turística en Kuélap, identificación y analizar de los factores que inciden en la competitividad de los servicios turísticos en Kuélap y medición de la capacidad operativa de las agencias de viaje y turismo en Chachapoyas) y la discusión de los mismos, presentándolos en función a los objetivos establecidos previamente, buscando así dar respuesta a cada planteamiento. El contraste entre la hipótesis y los resultados obtenidos también forman parte de este capítulo.

En el capítulo IV, se abordan las conclusiones y recomendaciones del caso, que responden a las determinaciones del problema de investigación.

Finalmente, se ubican las referencias bibliográficas, que permiten corroborar los orígenes que validan la información encontrada en el presente estudio; esta investigación incluye anexos que soportan el detalle de las actividades relacionadas con el levantamiento y análisis de la información.

# **CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

## **1.1. Descripción de la realidad problemática**

Durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en él un número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico, a través de la creación de puestos de trabajo y de empresas, la generación de ingresos por medio de la exportación de servicios generados por el turismo y la ejecución de infraestructuras ligadas a este.

El sector turismo en la actualidad es uno de los más estables y de crecimiento sostenido en el mundo. Según el informe sobre el Panorama del Turismo Internacional de 2015, elaborado por la Organización Mundial del Turismo - OMT, el número de personas que viajaban por ocio se ha multiplicado considerablemente: en 1950 eran 25 millones de viajeros y en el 2015 llegaron a 1 184 millones. Es decir que el porcentaje de viajeros pasó del 1% al 16% de la población mundial, generando una dinamización en este importante sector económico a nivel global (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR], 2016).

Hoy en día, el volumen de negocio del turismo iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles. El turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional, y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países en desarrollo. Este crecimiento va de la mano del aumento de la diversificación y de la competencia entre los destinos (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2015).

En 2015 las llegadas de turistas internacionales aumentaron un 4,4% hasta alcanzar un total de 1.184 millones, según el último Barómetro OMT del Turismo Mundial. En comparación con 2014, el año pasado hubo alrededor de 50 millones más de turistas internacionales en todo el mundo (OMT, 2016).

Según puso de manifiesto el Secretario General de la OMT, Taleb Rifai “El turismo internacional alcanzó nuevas cuotas en 2015. El buen comportamiento del sector está

contribuyendo al crecimiento económico y a la creación de empleo en muchos lugares del mundo, por lo que resulta esencial que los países promuevan políticas para fomentar el continuo crecimiento del turismo, como son las políticas de facilitación de los viajes, de desarrollo de los recursos humanos y de sostenibilidad”

Los resultados de 2015 se vieron influidos por los tipos de cambio, los precios del petróleo y las crisis en muchos lugares del planeta. Como el contexto actual antepone de manera especial las cuestiones de seguridad, cabe recordar que el desarrollo del turismo depende en gran medida de nuestra capacidad colectiva de promover unos viajes seguros y fluidos. En este sentido, la OMT insta a los Gobiernos a que cuenten con las administraciones de turismo en sus planes, estructuras y procedimientos nacionales de seguridad, no solo para asegurarse de que se minimice la exposición del sector a las amenazas, sino también para garantizar que se aproveche al máximo la capacidad del sector de contribuir a la seguridad y a la facilitación, ya que ambos aspectos deberían ir de la mano.

La actividad turística ha protagonizado un crecimiento significativo (por encima del 6% anual en lo que respecta a las llegadas de turistas internacionales) a nivel mundial desde su aparición como fenómeno de masas, en la década de 1950. Según los últimos datos (World Travel and Tourism Council [WTTC], 2014), la contribución total del turismo al PIB mundial, en 2013, fue del 9.5%, generando US\$ 6.6 trillones y 260 millones de empleos (1 de cada 11 empleos son generados por la actividad turística). Incluso, a pesar de las dificultades económicas por las que ha atravesado la economía mundial en los últimos años, los resultados del turismo internacional estuvieron muy por encima de las expectativas siendo un importante motor para la recuperación económica de muchos países, creciendo los flujos turísticos un 5% en 2013, hasta alcanzar los 1.087 millones, lo que supone 52 millones de turistas internacionales más que en 2012 (Pulido & López, 2014).

De igual manera, el turismo en el Perú ha mantenido un crecimiento continuo en la llegada de turistas internacionales durante el periodo 2011-2015, registrando un crecimiento promedio anual de 7,4% convirtiéndose, entre otros, en un motor de desarrollo social y económico capaz de contribuir a la inclusión social, la reducción de la pobreza, entre otros, MINCETUR (2016).

En el 2011 se registró la llegada de 2,6 millones de turistas internacionales que generaron US\$ 2 814 millones de ingresos de divisas por turismo receptivo, y en el 2015 se alcanzó un total de 3,5 millones de turistas internacionales, lo que significa un crecimiento de 7,5% respecto al 2014 (858 mil turistas internacionales más que el 2011), MINCETUR (2016).

Dentro de las perspectivas a futuro, el MINCETUR (2016) estima que para el 2025 la llegada de turistas internacionales al Perú ascenderá a 7.6 millones de turistas, según el Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR) 2016-2025, hacia ese año el empleo por turismo generará US\$ 1,541 millones y el ingreso de divisas por turismo receptivo será de US\$ 8,841 millones

Bajo este contexto, el potencial de crecimiento del sector turismo es alto, tanto en turismo receptivo como interno. En turismo receptivo, el Perú tiene una tasa de crecimiento de arribos de turistas y viajeros internacionales (8.1%) que está por encima de la tasa promedio de la región (3.7% para Latinoamérica) y por encima de la media mundial (2.2%), OMT (2013).

Un aspecto que es crucial para el transporte aéreo son las condiciones en las que se encuentran la infraestructura de los aeropuertos del país. Actualmente el Perú cuenta con un total de 33 aeropuertos administrados por la Corporación Peruana de Aeropuertos Comerciales (CORPAC), de los cuales el 98% del tráfico internacional es absorbido por el aeropuerto de Lima. Aún en los aeropuertos ubicados en las principales ciudades turísticas (Lima, Cusco, Iquitos y Arequipa) se tienen grandes limitaciones como ausencia de facilidades para arribos nocturnos, que empeoran con el clima y el incremento del número de vuelos (Begazo, 2007).

La industria turística ha permitido el desarrollo económico y la modernización de varias regiones del país debido a su capacidad para generar empleo, ingresos y divisas y por su gran contribución a la descentralización. Estas regiones han encontrado en el turismo un importante soporte para su desarrollo. Además de ello, frente a las crisis que se presentan, el turismo ha mostrado una capacidad de resistencia: sus tasas de crecimiento son superiores al promedio de otras industrias. Ello se debe a que la recesión económica interna del país de destino no afecta al turismo receptivo, basado en la atención a turistas extranjeros que inyectan divisas y ponen en marcha, gracias a su consumo, el desarrollo de las distintas actividades económicas (Begazo, 2007).

Esta situación ha dado lugar a:

- La diversificación de la oferta turística por el desarrollo de actividades productivas de servicios o por la “puesta en valor” de nuevos atractivos turísticos y los ya existentes, con mejores vías de acceso.
- La ampliación progresiva de la demanda turística por el crecimiento masivo de los “flujos turísticos” a nivel mundial.
- El crecimiento agresivo de la competitividad, dentro de un mercado extremadamente dinámico.

En tal sentido, la aplicación de planes y proyectos que mejoren la calidad de los servicios turísticos, resultan instrumentos indispensables para incrementar la demanda turística potencial o efectiva, y de la oferta turística que no solo debe adecuarse a las exigencias propias de la demanda, sino que también debe ofrecer nuevas y diversas posibilidades de selección, ofreciendo a los turistas un servicio de calidad; apostando por el mejoramiento continuo con el fin de posicionarse como un destino reconocido por la calidad de su oferta turística.

Es así que, la presente investigación pretende determinar si con la puesta en operación del sistema de transporte aéreo por telecabinas Kuélap en la región Amazonas, el turismo receptivo tendrá un incremento sostenido; como resultado del proyecto “Mejoramiento de los servicios turísticos públicos Tingo Nuevo - Zona Arqueológica Monumental de Kuélap, distrito de Tingo, provincia de Luya, Amazonas” el cual entrará en operación en febrero del 2017.

## **1.2. Formulación del problema**

### **1.2.1. Problema general**

¿En qué medida la puesta en operación del Sistema de Telecabinas Kuélap incrementará el turismo receptivo en el corredor turístico Chachapoyas - Fortaleza de Kuélap?

### **1.2.2. Problemas específicos**

- a. ¿Cuál es la situación actual del turismo receptivo en Kuélap?
- b. ¿Cuáles son los factores que inciden en la competitividad de los servicios turísticos en Kuélap?

- c. ¿Cuál es la capacidad operativa de los operadores de turismo para hacer frente al incremento de la demanda receptiva con la operación del Sistema de Telecabinas Kuélap?

### **1.3. Objetivos de la investigación**

#### **1.3.1. Objetivo general**

Determinar en qué medida la puesta en operación del Sistema de Telecabinas Kuélap incrementará el turismo receptivo en el corredor turístico Chachapoyas - Fortaleza de Kuélap.

### **1.4. Justificación de la investigación**

*Científico:* Para las empresas de servicios constituirá un aporte, dado a que la información obtenida posibilita tomar mejores decisiones, y de esta manera ser más competitivas en el sector de turismo.

*Académica:* Es importante para los investigadores porque constituye un requisito indispensable para obtener el Título Profesional de Licenciado de Comercio y Negocios Internacionales en la UNPRG. Además, ayudará a otros investigadores como referencia en futuras investigaciones.

*Social:* Se realizará un análisis de la zona de influencia del Sistema de Telecabinas Kuélap y la repercusión en las exportaciones de servicios, del cual se brindará una información al detalle acerca del turismo receptivo, promoviendo su mejora continua con la finalidad de que sean más competitivos y brinden un mejor servicio.

#### **1.4.1. Objetivos específicos**

- a. Describir la situación actual del turismo receptivo en Kuélap.
- b. Identificar y analizar los factores que inciden en la competitividad de los servicios turísticos en Kuélap.
- c. Medir la capacidad operativa de los operadores turísticos para hacer frente al incremento de la demanda receptiva con la operación del Sistema de Telecabinas Kuélap.

### **1.5. Limitaciones del estudio**

*De información.* Insuficiente información bibliográfica de estudios realizados en el lugar, con respecto a la actividad turística en Kuélap.

## CAPÍTULO II: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

### 2.1. Antecedentes de la investigación

#### 2.1.1. En el ámbito internacional

En el *ámbito internacional* se hallaron publicaciones y reportes que hacen mención al sector turismo, haciendo hincapié en la competitividad turística; además se hace referencia a la operatividad de los *teleféricos* como instrumentos del turismo.

Bravo & Rincon (2013) en su tesis: *Estudio de competitividad en el sector turismo en Colombia*, concluyen que en su investigación se ha analizado la situación actual del turismo a nivel mundial y nacional para conocer el estado en el que se encuentra Colombia a nivel de competitividad turística; en la que se logró evidenciar las falencias que el sector presenta, tales como: Infraestructura, capacitación del talento humano y certificación e informalidad de los actores turísticos, entre otros. Sin embargo, a su vez, se logró identificar las ventajas competitivas que este sector ha venido adquiriendo con la aplicación de las políticas que el Gobierno Nacional ha impuesto.

Además, concluyen que la evolución que el sector ha tenido en los últimos años, demostrando que el turismo representa una actividad fuerte en potencia especialmente para Colombia ya que los destinos turísticos nacionales han adquirido gran importancia dentro de los destinos turísticos a nivel mundial.

*Teleféricos en el mundo al servicio del turismo.*

El Teleférico del Awana Skyway en Malasia se construyó en 1975 y se extiende por más de 2,8 km con cinco torres que conectan tres estaciones diferentes, cada cabina lleva un máximo de 40 pasajeros, es el más rápido del mundo, ya que alcanza una velocidad máxima de 21,6 km/h. Además, cuenta con una capacidad para transportar hasta 2 000 pasajeros por hora de Sri Layang al complejo Awana. El teleférico es eje del turismo integrado en Malasia, con la acogida de más de 5 millones de turista en el año 2013 (Skyway teleféricos, 2016).

El teleférico "Cabrío" en Suiza, inaugurado en junio de 2012, es el primer teleférico del mundo con una cubierta superior sin techo, de dos pisos, es de lo último en tecnología de teleférico. Tiene espacio para 60 personas, 30 en cada nivel. Los huéspedes pueden disfrutar

de vistas panorámicas de 360°, (Cabrio Worlds First, 2013). Además, es una novedad, en términos tecnológicos y de oferta turística. El plan de negocio apunta a que, por año se logre un crecimiento del 60% y la cifra de negocio crezca en torno a los \$ 2,5 millones, por año.

### **2.1.2. En el ámbito de América Latina**

En el ámbito de América Latina, existen investigaciones y estudios que hacen referencia a la construcción de teleféricos que están habilitados para el transporte de turistas y pasajeros como medio de transporte; se hace mención a las más relevantes:

El teleférico de Río llamado "Bondinho" fue creado en 1908 y desde su inauguración en 1912, se ha convertido en un icono del turismo en Río de Janeiro. Es capaz de transportar 75 pasajeros, en un recorrido de tres minutos, llevando 6000 personas por día y va desde la base hasta la montaña Urca a la montaña Pan de Azúcar, en una ruta impresionante de 1.4 km. Por otra parte, es un gran atractivo turístico (Joinrio, 2016). Además, ha transportado a más de 40 millones de pasajeros y en el año 2016 se tiene que el 53% de los pasajeros son brasileños y el 47% son turistas extranjeros.

En el año 2003 se inició la construcción del Teleférico de Quito, con más de 15 áreas recreativas. En mayo del 2005, se inauguró el proyecto turístico; dicho teleférico tiene 18 cabinas con capacidad de seis personas cada una. El viaje consta entre 8 a 10 minutos en 2.5 km lineales. Se hace constar que es uno de los atractivos más visitados de la ciudad, pese a las limitaciones operativas y de servicios turísticos de escasa calidad y planta turística deteriorada y abandonada; a lo que Gabriela Ibarra con su tesis: *Replanteamiento del teleférico de Quito*, consideró rehabilitar la infraestructura del complejo del Teleférico para mejorar su atractivo turístico (Ibarra, 2012).

El nuevo Teleférico de Mérida en Venezuela, está calificado como el más moderno del planeta, se combina con paradigmas sustentables para brindar calidad y exclusividad al turista de montaña, esta obra de infraestructura posee cinco estaciones, que da entrada a las más bellas montañas venezolanas, recorriendo seis unidades ecológicas que van desde los 1577 msnm hasta los 4765 msnm en un recorrido de 12,5 km, (Ventel, 2014). También, cuenta con ocho cabinas con capacidad para 60 personas cada una, con un recorrido de 12,5 kilómetros.

Además, este innovador atractivo turístico, preveo atender en su primer año de operaciones un mínimo de 450 mil turistas, o lo que es igual, el 70% de su capacidad neta, discriminando de este total, 30% de nuevos turistas; también proyecciones más detalladas indican que se atenderá un 3% de turistas especializados entre moradores locales, científicos y deportistas (Ministerio del Poder Popular para Relaciones Exteriores [MPPRE], 2015).

En Bolivia se cuenta con la mayor red de teleféricos urbanos a nivel del mundo, con tres líneas de longitud total aprox. 10 km con 11 estaciones y 443 cabinas. Conecta las urbes aglomeradas de La Paz y El Alto (Doppelmayer, 2014). En el año 2014 fueron inauguradas, desde esa fecha ya superaron todas las expectativas y gozan de una excelente aceptación por parte de la población, y ya han contabilizado más de ocho millones de viajes. Además, el viaje en teleférico tiene una duración máxima entre 10 y 17 minutos, mientras que el mismo recorrido en automóvil puede durar hasta una hora o más.

### **2.1.3. En el ámbito nacional**

Kuélap será el destino del primer teleférico del Perú. La ciudadela de Kuélap (ubicada en la región Amazonas) es considerada la "Machu Picchu del norte peruano", pero solo convocó al 2% de los turistas que visitan el Perú (36 385 mil visitantes, entre nacionales y extranjeros en el 2015). Desde el año 2017, contará con el primer teleférico del país y el viaje de casi dos horas desde Tingo Nuevo hasta el monumento arqueológico se realizará ahora en 20 minutos, lo cual permitirá gozar del sobrecogedor paisaje y los poblados vecinos (Ochoa, 2016).

El teleférico de Kuélap forma parte del primer sistema de telecabinas del Perú. En total, el Mincetur ha invertido, a través de su entidad ejecutora Plan COPESCO Nacional, US\$21 millones, bajo la modalidad de asociación público-privada (APP).

El consorcio Telecabinas Kuélap, integrado por una empresa francesa y otra peruana, invertirá unos US\$79 millones en instalar el moderno sistema de transporte. La concesión es de veinte años e incluye la operación y mantenimiento de la infraestructura.

La titular del sector, destacó el impacto social y económico que tendrá el teleférico en la región Amazonas. Asimismo, resaltó que se potenciará el turismo nacional y extranjero a través de “un sistema moderno de transporte que no solo será más efectivo en el tiempo, sino más seguro por los efectos que ocasionan las lluvias en la carretera” (El Comercio, 2016).

#### 2.1.4. En el ámbito regional

Amazonas posee una diversificada oferta turística gracias a su pasado histórico, culturas vivas, y diversidad biológica que lo ha convertido, en uno de los principales centros turísticos de la zona NorOriental del país.

El turismo en el departamento de Amazonas, constituye una actividad con gran potencial y se encuentra en crecimiento en los últimos años. Contando con gran diversidad de espacios y paisajes en sus diferentes pisos altitudinales, bosques naturales, restos arqueológicos y grupos culturales, que representan un alto potencial para el turismo científico, cultural, deportivo, de aventura, ecoturismo y de recreación. Además, se estiman en 200, los lugares de interés turístico, de los cuales aproximadamente 80 corresponden a sitios arqueológicos y otros a atractivos naturales y geográficos GRA (2003) citado por el Instituto de Investigaciones de la Amazonía Peruana (2006).

En el estudio realizado por (Rabanal, 2012), muestra la evolución de la llegada de turistas extranjeros del año 2006 al 2010 en Amazonas, donde afirma que ha variado el promedio los arribos por año, teniendo al año 2007 con mayor cantidad de arribo de turistas de 8 202, para el año 2009 hubo un decrecimiento por la crisis mundial y el “baguazo” (enfrentamiento entre indígenas y militares por la concesión de tierras de la región); así mismo el origen de los visitantes extranjeros con mayor número de pernoctaciones fueron de: Estados Unidos, Alemania, Francia, España, Inglaterra, Canadá, Inglaterra, Oceanía y Argentina.

En la investigación realizada por (Revilla, 2012) en la localidad de Magdalena en la región Amazonas; muestra que existen atractivos que se vinculan directamente con otras actividades potenciales tanto económicas y culturales, tal es el caso de Kuélap, Gocta, Karajía, Laguna de Los Cóndores, Revash y Olán, que atraen a turistas nacionales y extranjeros motivados por bellezas paisajísticas, naturales y culturales que estas poseen y que además contienen expectativas y motivaciones permisibles para el desarrollo sostenible en la región Amazonas.

En el estudio que hace (Rabanal, 2012) llamado *Diagnóstico de la realidad turística de los principales centros de soporte de la región Amazonas – Perú*. Al que lo denomina “Documento para impulsar iniciativas, atraer inversiones e implementar programas y proyectos de desarrollo Regional”. Concluye y recomienda lo siguiente:

**a. Existencia de condiciones básicas en los centros de soporte**

Para la planificación de un proyecto de turismo, previo al diseño en sí, se debe establecer un juego de criterios que permitan un marco general para el desarrollo del turismo. Se debe tener en cuenta que, debido a condiciones insuficientes en muchos lugares, el turismo no es un medio apropiado de apoyo para el desarrollo rural, el turismo es parte del desarrollo. Estas condiciones incluyen:

- ✓ Infraestructura apropiada (aeropuertos seguros, líneas aéreas, calidad de agua potable, hospitales bien equipados).
- ✓ Diversificar las conexiones de vuelo (rutas aéreas directas, que debería ser establecido entre Europa, Norteamérica y los países respectivos).
- ✓ Los consejeros de turismo locales capacitados y entrenados que puedan (ayudar) a facilitar y diseñar la puesta en práctica de los proyectos de turismo.

**b. Sistematización de ingresos de visitantes (Demanda)**

- ✓ La encuesta mensual de establecimientos de hospedaje del MINCETUR, es un marco referencial de los arribos de los turistas y/o visitantes nacionales y extranjeros que, por motivos de ocio, negocios u otros llegan a la ciudad de Chachapoyas. Estos arribos son la única fuente de información para conocer la procedencia de visitantes. Se debe crear una base de datos que concentre con mayor detalle las características de los visitantes.
- ✓ Los indicadores de la encuesta mensual de establecimientos de hospedaje elaborado por el MINCETUR muestran una gran diferencia versus las visitas nacionales al complejo arqueológico Kuélap. Datos más fidedignos deben ser ingresados para conocer las pernотaciones y arribos reales.
- ✓ Se debe definir una estrategia para recolectar información en los puntos estratégicos de ingreso de visitantes, para reconocer el perfil del turista, grado de satisfacción entre otros indicadores.

**c. Definición de la oferta según la demanda existente y potencial**

- ✓ Existe varios recursos turísticos arqueológicos en toda la región con particularidades excepcionales. El planteamiento previo a la puesta en valor, debe ser un estudio de la potencial demanda de turismo cultural.
- ✓ La promoción de la oferta debe estar basado de acorde a la demanda.

En el estudio de Pre Inversión a nivel de Perfil del proyecto “*Mejoramiento de los servicios turísticos públicos Tingo Nuevo - zona arqueológica monumental de Kuélap, distrito de Tingo, provincia de Luya, Amazonas*”, se menciona que los turistas extranjeros que visitaron Kuélap entre los años 2005 al 2012, registraron un máximo de 6,376 en el año 2011; en tanto que la menor afluencia se produjo el año 2005, con 2,250 arribos anuales.

Los meses de mayor afluencia de turistas extranjeros, corresponden al periodo julio a octubre con un máximo de 1,293 arribos en el mes de julio de 2008 y un mínimo de 89 arribos ocurrido en marzo del 2005. Lo cual evidencia una estacionalidad en los arribos debido a la temporada de lluvias; evidenciando que la mejor temporada de visita se encuentra entre los meses de Julio y octubre (Agencia de Promoción de la Inversión Privada - Perú [ProInversión], 2013).

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1. Modelos teóricos para el análisis de la competitividad de los destinos turísticos**

A partir de la década de los noventa se han propuesto diferentes modelos teóricos para el análisis de la competitividad de los destinos turísticos. En esta investigación exploramos los principales esquemas teóricos propuestos sobre factores determinantes de la competitividad de destinos turísticos, e incorporamos al análisis las más recientes variables vinculadas con la sostenibilidad. Con propósito de identificar y conceptualizar los principales factores presentes en cada modelo, así como detectar las virtudes y limitaciones de los diversos modelos (Diéguez, Gueimonde, Sinde, & Blanco, 2011).

#### **2.2.1.1. Definiciones de competitividad de los destinos turísticos**

Concretamente, (Valls, 1998, pág. 4) define el destino turístico como un:

*“Espacio geográfico determinado, con rasgos propios de clima, raíces, infraestructuras y servicios, y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación, que adquiere centralidad atrayendo a turistas mediante productos perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas, gracias a la puesta en valor y ordenación de los atractivos disponibles, dotado de una marca y que se comercializa teniendo en cuenta su carácter integral”.*

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), la expansión del fenómeno turístico en las últimas décadas continuará hasta convertirse en el sector comercial más relevante del mundo. A priori, esto conlleva un aumento de la “presión competitiva” (Mazaro & Varzin, 2008).

La mejora de la competitividad aparece, por tanto, como uno de los objetivos principales de la política turística actual de los destinos turísticos (Díaz, 2006). Conscientes de ello, diversos autores han tratado el tema de la competitividad turística y han aludido a la necesidad de adecuar el concepto a las características concretas del sector (Bravo M. , 2004).

Hassan (2000) entiende por competitividad de un destino turístico *“la capacidad del destino para crear e integrar productos con valor añadido que sostienen sus recursos, al tiempo que mantienen su posición en el mercado en relación a sus competidores”* pág. 239.

D’Hauteserre (2000), por su parte, define la competitividad del destino como *“la capacidad de un destino para mantener su posición en el mercado y compartir y/o mejorarla a través del tiempo”* pág. 23.

En este contexto, el interés por el conocimiento de los factores determinantes de competitividad de los destinos turísticos y, sobre todo, la inserción de la variable sostenibilidad como condicionante estratégico, ha dado lugar a la existencia de distintos modelos conceptuales (Mazaro & Varzin, 2008).

En este sentido, nuestra revisión teórica pretende contribuir a analizar los principales modelos de competitividad de los destinos turísticos profundizando tanto en sus limitaciones como en sus puntos fuertes. Teniendo en cuenta, tal y como exponen (Ritchie & Crouch, 2000, pág. 5), que la competitividad es *“ilusoria sin sostenibilidad”*.

#### **2.2.1.2. La sostenibilidad como factor estratégico**

En la literatura sobre competitividad y turismo, varios estudios han destacado que la competitividad del destino turístico puede incrementarse mediante una gestión basada en la calidad medioambiental y en el desarrollo de un turismo sostenible (Crouch & Ritchie,

1999; Dwyer & Kim, 2003; Hassan, 2000; Hu & Wall, 2005; Huybers & Bennett, 2003; Ritchie & Crouch, 2000, 2003; entre otros).

La competitividad es efímera sin sostenibilidad, y más en el largo plazo (Ritchie & Crouch, 2003). La creciente concienciación ambiental a nivel mundial pone de manifiesto un cambio en la actitud de los consumidores, que se decantan por productos respetuosos con el medioambiente (Holden, 2000; citado por Hu & Wall, 2005).

(Hassan, 2000) indicó que los destinos que consiguen unas tasas de crecimiento más elevadas son aquellos que establecen estrategias orientadas a la sostenibilidad medioambiental del turismo.

Pero los aspectos sociales y culturales también están contenidos en la definición más amplia de medioambiente (Inskeep, 1991). En consecuencia, aunque el entorno y los recursos naturales son elementos imprescindibles de la sostenibilidad, la sostenibilidad va más allá de la función natural (Hassan, 2000). Para que un destino turístico sea sostenible debe conseguir un equilibrio en cuanto a equidad social, eficiencia económica y conservación ambiental.

En este sentido, (Ritchie & Crouch, 2003) fundamentaron que un destino competitivo es aquel que promueve el máximo bienestar para sus habitantes de forma sostenible. Además, contemplan que el destino turístico debe ser sostenible no solo económicamente sino también ecológica, social, cultural y políticamente para ser verdaderamente competitivo.

Por su parte, (Valls, 2004, pág. 56) expone que *“para que un destino turístico sea competitivo debe generar a largo plazo beneficios superiores a la media de la competencia en tres ámbitos: beneficios económicos (para los negocios de la zona de modo que atraiga a los mejores inversores, empresarios, trabajadores, proveedores, expertos, etc.), beneficios sociales (en términos de calidad de vida, puestos de trabajo de calidad, innovación, etc.) y beneficios medioambientales (de manera que el uso turístico financie íntegramente la tasa de regeneración y no haya que recurrir a excepciones)”*.

Por consiguiente, “la competitividad global de un destino turístico implica lograr la sostenibilidad económica, sociocultural y ecológica, ya que si no se logra en algunas de estas áreas no será posible obtenerla a nivel global” (Sancho et al, 2001, pág. 34) .

### ***2.2.1.3. Principales modelos explicativos de la competitividad de los destinos turísticos***

#### ***2.2.1.3.1. Principales modelos conceptuales y propuestas de medición de la competitividad de los destinos turísticos***

##### ***2.2.1.3.1.1. El Modelo conceptual de la competitividad del destino de Crouch y Ritchie***

Los autores Crouch y Ritchie fueron pioneros en la elaboración de contribuciones conceptuales sobre la competitividad de los destinos turísticos, desarrollando el conocido modelo de la competitividad de Calgary (Garau, 2006).

Con el modelo de Calgary, sus autores ofrecen un marco de referencia con la finalidad de ayudar al destino a competir de un modo más eficaz. Además, matizan que un destino turístico competitivo debe contribuir a aumentar el bienestar de la población local (Crouch & Ritchie, 1999).

Establecen que para entender la competitividad de un destino en el largo plazo es apropiado considerar dos elementos (Crouch & Ritchie, 1999, pág. 142): la ventaja comparativa (recursos endógenos): recursos del destino (recursos humanos, recursos físicos, conocimiento de los recursos, disponibilidad de capital, infraestructura turística, recursos históricos y culturales y tamaño de la economía) y la ventaja competitiva (recursos desplegados): capacidad de utilizar esos recursos de manera eficaz a largo plazo (auditoría e inventario, mantenimiento, crecimiento y desarrollo y eficiencia y eficacia).

En este sentido, la Organización Mundial del Turismo matiza que el destino turístico debe fundamentarse en sus ventajas competitivas. Aunque reconoce que algunas ventajas comparativas se pueden utilizar estratégicamente y convertirse en ventajas competitivas (OMT, 2001).

Ritchie & Crouch (2003) consideran que el sistema turístico está condicionado constantemente por influencias y presiones que surgen fuera del propio sistema.

Identifican como macroentorno los factores económicos, tecnológicos, medioambientales, políticos, legales, socioculturales y demográficos.

Por otro lado, tienen en cuenta el entorno competitivo micro que incluye los elementos principales que definen el entorno inmediato de competencia, en que el que un destino debe adaptarse para poder competir: residentes, empleados, medios de comunicación, instituciones financieras, turistas, empresas turísticas, etc. (Crouch & Ritchie, 1999, pág. 146).

Ritchie & Crouch (2003) proponen un modelo cuya clave son los recursos, puesto que funcionan como factores de atracción. En el mismo, son los recursos naturales los que inicialmente atraen a los turistas al destino. La competitividad dependerá fundamentalmente de los recursos y atractivos básicos y de los factores y recursos de soporte, además de la existencia de una dirección del destino, elemento clave para mantener una ventaja competitiva sostenible (González & Mendieta, 2009).

Asimismo, contemplan la existencia de una política de planificación y desarrollo del destino, así como de factores determinantes limitadores y/o amplificadores que influyen en la competitividad. El modelo conceptual de Crouch y Ritchie (1999:146) no es un modelo “*predictivo ni causal*”, sino únicamente explicativo. Los elementos que conforman este modelo, además de los anteriormente explicados, aparecen recogidos en la siguiente (Ver Figura N° 01).

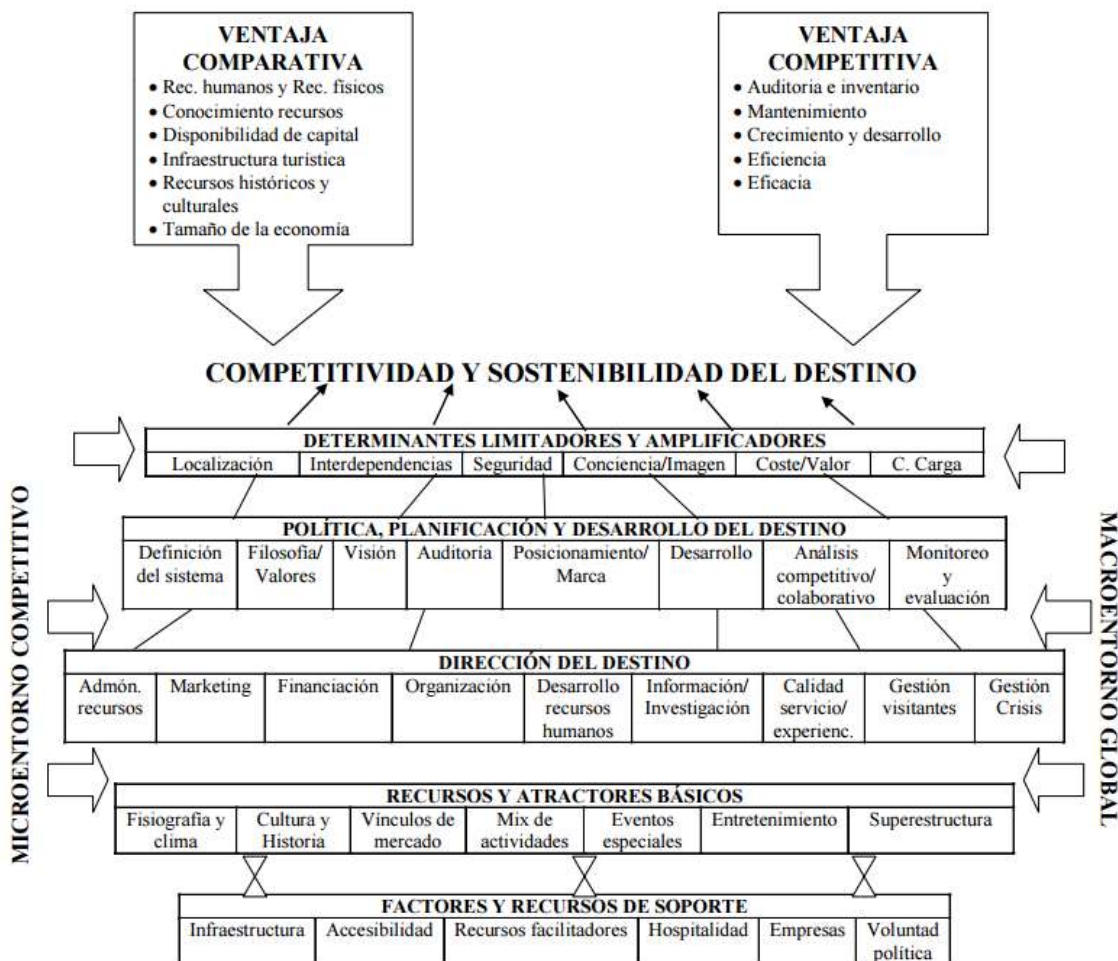


Figura 1. Modelo conceptual de la competitividad del destino de Crouch y Ritchie

Fuente: Ritchie & Crouch, 2000:3; Ritchie & Crouch, 2003:63.

A pesar de que el modelo de Calgary es una de las aportaciones más conocidas e importantes acerca de la competitividad de destinos turísticos, es relevante destacar que algunos autores identificaron varias debilidades de este modelo (Crouch y Ritchie, 1999:150). En primer lugar, es un modelo descriptivo y conceptual, en la práctica muchos destinos no poseen bases de datos ni indicadores para valorar todos los factores que se presentan en el modelo. Además, aunque inicialmente categorizan las variables según su relevancia, diferenciando los factores de soporte, esenciales, etc., sería necesario establecer un orden y ponderar el peso de cada uno de estos elementos, con el fin de jerarquizar la importancia de cada factor (Garau, 2006). También se plantean factores de competitividad abstractos o de difícil medición cuantitativa (es muy complicado medir algunos aspectos como por ejemplo la “filosofía”).

#### 2.2.1.3.1.2. El Modelo Integrado de la competitividad del destino turístico de Dwyer y Kim

Otro de los modelos considerado como uno de los más completos es el de los autores (Dwyer & Kim, 2003). Tomando como referencia el modelo de Crouch y Ritchie, propusieron un modelo de competitividad denominado “Modelo Integrado”.

(Dwyer & Kim, 2002) exponen en su modelo que los “recursos heredados”, los “recursos creados” y los “recursos de soporte”, conforman los principales determinantes del éxito del destino turístico y la base de la competitividad turística.

El modelo, además de por los recursos, está compuesto por las condiciones situacionales, la gestión del destino y la demanda. El conjunto de estos factores y su interrelación conducen a alcanzar la competitividad de los destinos turísticos, cuyo objetivo final es mejorar el nivel de vida y de bienestar de los residentes (Dwyer y Kim, 2002, 2003) (Ver Figura N° 02).

La principal limitación de este modelo es la problemática en su aplicación práctica, puesto que *“recoger a través de indicadores o encuestas la situación en cada destino de cada uno de los elementos sería de una gran utilidad, pero sería muy costoso y en algunas ocasiones imposible por la falta de datos disponibles comparables entre destinos”* (Garau, 2006, pág. 4).

Este modelo fue aplicado para analizar la competitividad de destinos como Corea y Australia. Cabe destacar que los autores establecen una serie de indicadores para cuantificar dicha competitividad, aunque reconocen que no son los únicos que podrían haber formado la base de la encuesta (Kim & Dwyer, 2003). Además, según Kim y Dwyer (2003:64) sería interesante ponderar los indicadores en función de su grado de importancia para el turismo, en Corea o Australia. Pero tal acción sería complicada, ya que sería necesario un examen muy desglosado de los motivos de viaje de los visitantes de cada destino y supervisión continua de los cambios en sus preferencias.

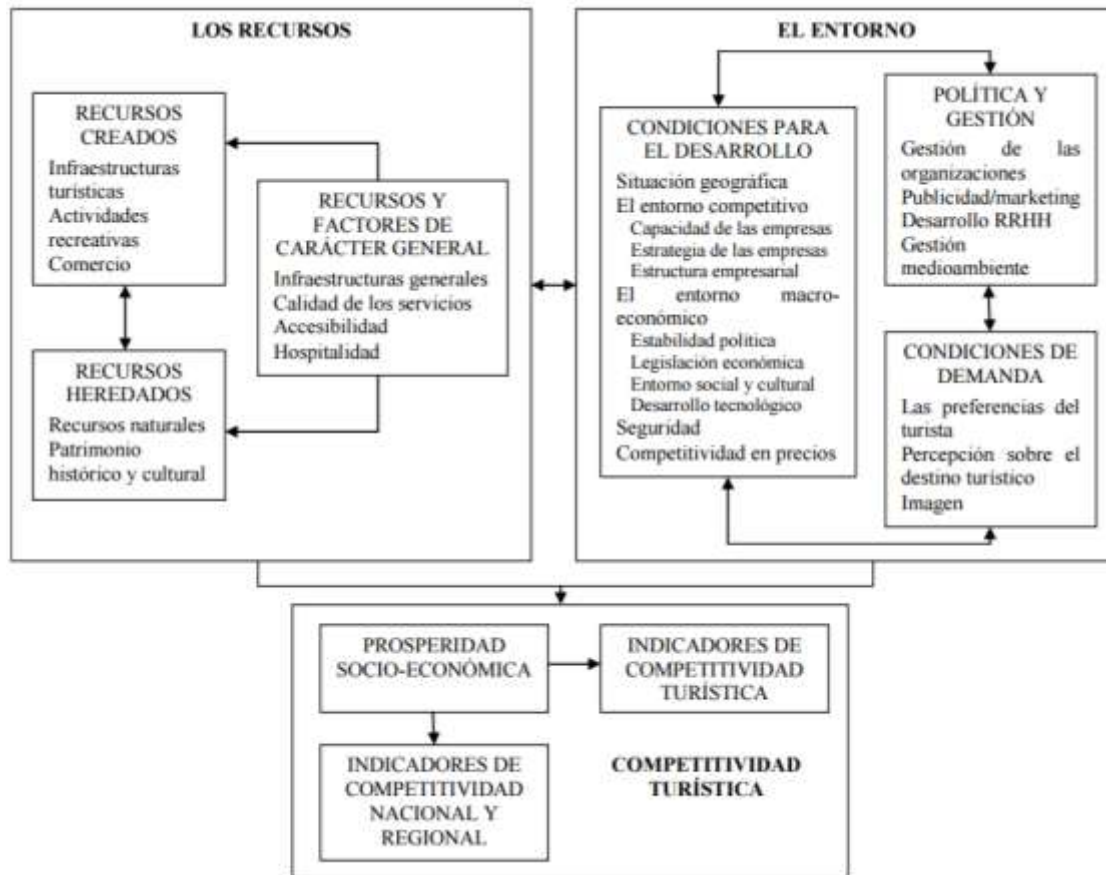


Figura 2. Modelo Integrado de la competitividad de un destino turístico de Dwyer y Kim

Fuente: Dwyer y Kim (2003), citado por Bravo, 2004 Pág. 5.

### 2.2.1.3.1.3. El Monitor de Competitividad del “World Travel and Tourism Council” y el “Índice de Competitividad Turística” de Gooroochurn y Sugiyarto

El World Travel and Tourism Council (WTTC) en colaboración con el Instituto Christel DeHaan Travel Research (TTRI) en la Universidad de Nottingham, han desarrollado el “Monitor de Competitividad (CM)” para turismo con la finalidad de elaborar indicadores de referencia entre países (Gooroochurn & Sugiyarto, 2005).

El Monitor de Competitividad (CM), creado para evaluar el grado de competitividad de más de 200 países, fue puesto en práctica en el 2001 a partir de 65 indicadores de competitividad turística que se resumen en ocho grandes grupos (Pulido & Sánchez, 2009) (Ver Tabla N° 01).

La metodología se puede sintetizar en dos etapas. Primero, se seleccionan 23 indicadores y se normalizan según la técnica adoptada por las Naciones Unidas. Después, “*se calcula un índice agregado para cada uno de los ocho grupos, que se obtiene como media aritmética de los índices normalizados*” (Bravo M. , 2004, pág. 16).

Tabla 1

*Los indicadores de competitividad en el Monitor del WTTC.*

Indicadores				
<b>Competitividad de precios</b>	Índice de Precios de hoteles	PPP (Índice Paridades de Poder de Compra)		
<b>Factor humano</b>	Índice de participación	Índice de impacto turístico		
<b>Desarrollo infraestructuras</b>	Índice de Carreteras	Instalaciones sanitarias	Instalaciones de agua potable	
<b>Medio ambiente</b>	Densidad de Población	Emisiones de CO2	Relaciones de Tratados Internacionales	
<b>Desarrollo tecnológico</b>	Terminales Internet	Líneas telefónicas y móviles	Exportaciones de alta tecnología	
<b>Recursos humanos</b>	Índice de Educación			
<b>Apertura turística</b>	Visados	Apertura turística	Apertura comercial	Tasas en comercio internacional
<b>Desarrollo social</b>	Índice de desarrollo humano	Periódicos	Ordenadores personales	Televisores

Fuente: Bravo (2004)

Posteriormente, a partir de la metodología del CM, Gooroochurn y Sugiyarto (2005) elaboran “*un indicador sintético de competitividad, obteniendo una media ponderada de cada uno de los ocho indicadores compuestos, donde los pesos se han obtenido utilizando técnicas de análisis factorial*” (Bravo M. , 2004, pág. 16).

Gooroochurn y Sugiyarto creen que no todos los factores repercuten igual en la competitividad del destino turístico (Flores & Barroso, 2009). Los pesos, de cero a uno, otorgados a cada uno de los ocho indicadores son los siguientes: Tecnología (0,220), Indicador social (0,217), Recursos humanos (0,153), Precio (0,147), Apertura (0,126), Infraestructura (0,101), Factor humano (0,033) y Medioambiente (0,003) (Gooroochurn y Sugiyarto, 2005:34).

Tras el cálculo del índice de competitividad, se realiza un ranking con la finalidad de jerarquizar el grado de competitividad turística de los respectivos países (Garau, 2006). Se concluye que los destinos turísticos más competitivos son: Estados Unidos, Suecia, Noruega, Finlandia y Australia. Como menos competitivos destacan: Burkina Faso, Chad, Benín, Etiopía y Camboya (Gooroochurn y Sugiyarto, 2005:25).

La aportación de Gooroochurn y Sugiyarto (2005), intenta solventar la ausencia de datos y permite comparar la competitividad de diferentes países (Garau, 2006:3). Sin embargo, tal y como menciona Garau (2006:3), la desventaja principal de este estudio se observa en los resultados. Estos revelan que, excepto Estados Unidos, ninguno de los otros países mencionados anteriormente como más competitivos aparecen en el ranking de países más visitados del mundo (según el ranking mundial de los principales destinos turísticos en el mundo, en millones de llegadas de turistas) como Francia, España, China e Italia.

Los indicadores presentados hacen referencia a los aspectos sociales, humanos, económicos y medioambientales. Sin embargo, no reparan en la estructura empresarial de los destinos turísticos, por lo que se desvía del enfoque estructural que considera a la empresa como una parte esencial de la competitividad de los destinos (Flores & Barroso, 2009).

#### **2.2.1.3.1.4. Composición de la competitividad del turismo según Hong**

(Hong, 2009, pág. 109) define la competitividad del turismo como “*la capacidad de un destino para crear, integrar y ofrecer experiencias turísticas incluidos los productos de valor añadido y servicios considerados importantes por los turistas*”. Según Hong (2009), estas experiencias turísticas sostienen los recursos de un destino y contribuyen a conservar una buena posición en el mercado con respecto a otros competidores.

Propone un modelo de análisis de la competitividad de un destino turístico que tiene en cuenta “*las ventajas comparativas de Ricardo, incluyendo las condiciones de los recursos naturales (ventajas comparativas exógenas) y el grado de cambio tecnológico (ventajas comparativas endógenas), las ventajas competitivas de Porter, que explican el aumento del comercio entre países con similares dotaciones de factores; la gestión del*

*turismo, ofreciendo una educación de calidad y formación para mejorar las ventajas comparativas y las competitivas; y, por último, las condiciones del entorno, tanto doméstico como global”.*

Este autor se refiere al modelo de Ritchie y Crouch (2003) como la obra más importante en el análisis de la competitividad del turismo. Sin embargo, expone que quedan ciertos aspectos por mejorar. Con su modelo pretende solventar algunas de las debilidades que encuentra en el modelo de Calgary. En primer lugar, el autor matiza que se debería tratar con mayor precisión el orden de los factores y categorías de variables según su importancia. En segundo lugar, afirma que el modelo de Calgary no analiza la interacción entre las ventajas comparativas y competitivas y la competitividad del turismo. Por último, indica que muchos de los factores presentes en el modelo de Ritchie y Crouch se examinan en términos cualitativos y no cuantitativos (Hong, 2009).

El modelo y la metodología propuestos permiten ponderar y jerarquizar la importancia de cada factor e indicador con respecto a la relevancia en su contribución a la competitividad del destino turístico (Hong, 2009).

Los resultados del estudio establecen que las ventajas comparativas exógenas son el factor más importante (49,18%) para mejorar la competitividad de un destino turístico y, más concretamente, los recursos culturales y naturales. Otros factores importantes son las ventajas competitivas (17,27%), la gestión del turismo (12,01%), las ventajas comparativas endógenas (10,62%) y las condiciones del entorno mundial (6,03%). El factor de menor relevancia son las condiciones del entorno doméstico (4,89%) (Hong, 2009:129).

#### ***2.2.1.3.2. Otros estudios conceptuales sobre la competitividad de los destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad***

Otros autores abordaron conceptualmente la competitividad de los destinos turísticos desde la óptica de la relación existente entre la competitividad y la gestión medioambiental y/o sostenible del turismo.

Bosch et al (2001) argumentan que, frente al modelo de desarrollo turístico tradicional, existe un modelo alternativo también conocido como extensivo-puntual. Este modelo tiene

como premisas prevenir la contaminación e interesarse por la salvaguarda de los espacios naturales. Los autores exponen que las características de un modelo turístico deben basarse en cuatro vértices: consumidores, tecnología, producción y gestión, siendo la flexibilidad, la segmentación y la preocupación medioambiental elementos condicionantes del desarrollo turístico del destino (Mazaro & Varzin, 2008).

Basados en la preocupación por el medioambiente, como condicionante del desarrollo turístico, los autores establecen como nuevas coordenadas en la gestión del turismo las siguientes (Bosch et al, 2001, pág. 88): “...*creciente sensibilidad ante la degradación paisajística y los costes medioambientales del crecimiento turístico; protección de espacios naturales, como franjas litorales, islas, ríos, montañas, flora, etc.; potenciación de los recursos naturales como oferta alternativa, que permite recuperar el territorio como atractivo esencial; senderos, caminos de ronda, antiguos trazados ferroviarios, etc.; incorporación de recursos culturales en la oferta turística: museos, parques arqueológicos, festivales de música o gastronómicos típicos, itinerarios monumentales o históricos...*”.

(Poon, 1993) sugiere cuatro claves principales que deberán seguir los destinos para ser competitivos: situar el medioambiente en primer lugar, hacer del turismo un sector líder, fortalecer los canales de distribución en el mercado y desarrollar un sector privado dinámico.

En este sentido, Hassan (2000) señaló que el compromiso medioambiental del destino es uno de los factores determinantes de competitividad en los mercados. Afirma que es fundamental para el futuro del turismo el desarrollo de planes que sean compatibles con el medioambiente para garantizar la competitividad. Además de la importancia en la competitividad del compromiso medioambiental, expone otros tres factores determinantes: la ventaja comparativa, la orientación de la demanda y la estructura de la industria.

Por último, (Mazaro, 2007) presenta un modelo denominado Comp&tenible Model. Este modelo pretende ayudar a conocer y evaluar que están haciendo los destinos turísticos en cuanto a la implantación de acciones competitivas, pero en consonancia con un desarrollo sostenible. Según la autora, el modelo Comp&tenible Model “permite una evaluación eficaz, segura y suficientemente amplia de la situación de un destino turístico desde el punto de vista de la sostenibilidad y de su capacidad competitiva, a la vez que permite la comparación entre

destinos turísticos que compiten en un mismo segmento de la demanda turística” (Mazaro, 2007, pág. 338). “Las pretensiones del modelo propuesto es enfatizar que turismo competitivo y sostenible no es un fin en sí mismo, tampoco un procedimiento único e independiente, sino un elenco de diferentes funciones inherentes a un largo y permanente proceso de desarrollo de los destinos” (Mazaro, 2007, pág. 337).

Como limitación de estas propuestas creemos que son en general descriptivas y conceptuales. Además, algunos de los factores pueden ser difíciles de aplicar porque son, en algunos casos, generalistas y por la ausencia de indicadores (Garau, 2006).

Lo que sí es destacable es que los conceptos de competitividad y sostenibilidad cada vez son entendidos por más autores como aspectos complementarios e interrelacionados que deben analizarse conjuntamente para asegurar un desarrollo competitivo y a largo plazo de los destinos turísticos.

#### ***2.2.1.4. Conclusiones acerca de los principales modelos explicativos de la competitividad de los destinos turísticos***

Tras la revisión de los presentes modelos explicativos de la competitividad de los destinos turísticos se concluye que, en la actualidad, ninguno de los modelos de competitividad de destinos turísticos es aplicado preferentemente para estudios relativos a esta temática (Flores y Barroso, 2009; Garau, 2006).

Las principales limitaciones de los modelos analizados son las siguientes:

- ✓ Los modelos conceptuales exponen un elevado número de factores determinantes de la competitividad, pero no se jerarquizan ni se ponderan en función de su relevancia, como en el caso de los modelos de Crouch & Ritchie y Dwyer & Kim (Garau, 2006).
- ✓ En algunos modelos teóricos no se citan indicadores que nos permitan medir las diferentes variables que se presentan en los mismos. Además, en la práctica muchos de los factores considerados como esenciales para la competitividad de los destinos no se pueden usar por ausencia de indicadores útiles y comparables entre los diferentes destinos, tal y como establecía Garau (2006:5). En ocasiones, los factores son abstractos o intangibles por lo que son de difícil medición cuantitativa.

- ✓ No existe unanimidad acerca de que indicadores deben emplearse para cuantificar la competitividad de los destinos turísticos y, adicionalmente, la medición de la competitividad turística está muy condicionada por los indicadores que se utilicen (Sánchez, 2006:10).
- ✓ Los resultados del monitor de competitividad turística de Gooroochurn y Sugiyarto no son acordes con la realidad de los destinos (Garau, 2006:5). Los resultados revelan que ninguno de los países señalados, según este índice, como más competitivos figuran en la lista de los países más visitados del mundo (excepto Estados Unidos). Por otra parte, el peso que se les da a los indicadores puede ser cuestionable puesto que el indicador con más peso es la Tecnología mientras que el factor medioambiental es considerado como el factor con menor importancia, al contrario de lo planteado por autores como Hassan (2000), Hu y Wall (2005) y Mihalič (2000).

Tal y como afirman (Flores & Barroso, 2009, pág. 135),

*“todos los factores propuestos en los modelos analizados se encuentran interrelacionados, de forma que la competitividad de los destinos va a venir dada por las sinergias que se establecen entre los mismos y no por la simple sumatoria de los valores que toman cada uno de los factores considerados, lo cual nos lleva a entender la competitividad como un concepto sistémico”.*

En definitiva, después de la revisión efectuada, coincidimos en que las diversas propuestas de medición de la competitividad de un destino turístico se perfilan como escasas e insatisfactorias en términos globales, de acuerdo con Garau (2006).

En la siguiente tabla recogemos las principales ventajas e inconvenientes de los modelos analizados (Ver Tabla N° 02).

Tabla 2

*Ventajas e inconvenientes de los modelos de competitividad de los destinos turísticos más recientes estudiados en la literatura.*

Modelo	Ventajas	Inconvenientes
<b>Crouch y Ritchie (1999)</b>	Propone una amplia variedad de indicadores y variables determinantes de competitividad.	Modelo conceptual, basado en conceptos cualitativos de competitividad y relaciones abstractas.
	Establece una categorización inicial de la importancia de los factores.	Se concede la misma ponderación a todos los indicadores.
		Problemática en su aplicación práctica, puesto que recopilar toda la información referente al destino con respecto a los factores propuestos sería muy útil, pero a la vez muy complicado. Además, en la mayoría de las ocasiones es inviable debido al escaso número de datos existentes y comparables entre destinos.
		Faltan variables e indicadores para medir el entorno y los recursos naturales de los destinos.
<b>Dwyer y Kim (2003)</b>	Diferencia entre la base de la competitividad y las condiciones locales del destino.	Se concede la misma ponderación a todos los indicadores.
	Propone indicadores cuantitativos (o fuertes) y cualitativos (o suaves) de competitividad turística.	Problemática en su aplicación práctica, puesto que recopilar toda la información referente al destino con respecto a los factores propuestos sería muy útil, pero a la vez muy complicado. Además, en la mayoría de las ocasiones es inviable debido al escaso número de datos existentes y comparables entre destinos.
<b>Gooroochurn y Sugiyarto (2005)</b>	Se concede diferente peso a cada uno de los indicadores.	Sus resultados no son acordes con la realidad de los destinos.
	Permite comparar la competitividad de diferentes destinos turísticos y elaborar un ranking según su grado de	El peso que se les otorga a los indicadores puede ser cuestionable.
<b>Hong (2009)</b>	Utiliza indicadores y variables propuestas por otros autores en sus modelos, lo que aporta fiabilidad.	Los cuestionarios fueron enviados a investigadores académicos con experiencia en la temática y a funcionarios del gobierno que trabajan en turismo. Por lo que sería interesante contrastar el estudio con todos los agentes implicados en el sector turístico para completar la perspectiva.
	Pondera y jerarquiza la importancia de cada factor e indicador con respecto a la relevancia en su contribución a la competitividad del destino turístico.	

Fuente: Elaboración propia a partir de Diéguez et al, 2011 y Garau, 2006.

## **2.3. Definiciones conceptuales**

### **2.3.1. Términos del sector turismo**

#### ***2.3.1.1. Definición de turismo***

Desde sus orígenes, el término “turismo” ha sido asociado a la acción de “viajar por placer”. Aún hoy, muchas personas lo entienden exclusivamente de esta forma sin tener en cuenta sus otras motivaciones y dimensiones.

Para la Organización Mundial del Turismo (OMT), *“el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su residencia habitual por menos de un año y con fines de ocio, negocios, estudio, entre otros”* (MINCETUR, 2009, pág. 1).

Según la Declaración de Manila sobre el turismo mundial firmada en 1980, reconoce que *“El turismo se entiende como una actividad esencial de la vida de las naciones, por sus consecuencias directas para los sectores sociales, culturales, educativos y económicos que las sociedades nacionales y para sus relaciones internacionales en todo el mundo”* (OMT, 1980, pág. 1).

Asimismo, se define al turismo como una alternativa real y potencial de desarrollo, por sus reconocidos beneficios en las áreas económica, ambiental y social. En el área económica genera un flujo positivo de ingresos económicos para las regiones visitadas; en el área ambiental contribuye al uso sostenible y conservación de los recursos naturales, al darle valor a los atractivos turísticos; y en el área social promueve la participación y mejora en la calidad de vida de la población local (Álvarez, Aparicio, Becerra, & Ruiz, 2006).

#### ***2.3.1.2. Definición de turismo sostenible***

Así como el turismo genera grandes beneficios, se le reconoce impactos negativos, entre los que destacan: (a) la generación de expectativas en la población, con la consiguiente migración hacia las áreas de destino turístico; (b) el cambio de valores de servicios en estas regiones con la afectación a la población local; (c) la distribución no equitativa de beneficios a favor de los intermediarios; (d) la sobre-explotación de recursos con la afectación del desarrollo de la actividad para perjuicio de otros operadores y de las poblaciones locales, y

con la consecuencia de mala reputación del área turística por las prácticas inadecuadas (Álvarez, Aparicio, Becerra, & Ruiz, 2006).

En este sentido, aparece el concepto de turismo sostenible. En el 2004, el Comité de Desarrollo Sostenible del Turismo de la OMT acordó revisar esta definición. El objeto de la revisión fue reflejar mejor las facetas de la sostenibilidad del turismo, a la luz de los resultados de la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible de Johannesburgo.

La nueva definición conceptual hace hincapié en el equilibrio entre los aspectos ambientales, sociales y económicos del turismo, subraya la necesidad de aplicar principios de sostenibilidad en todos los segmentos turísticos y hace referencia a los objetivos de desarrollo del milenio, especialmente al de mitigar la pobreza. El *turismo sostenible* puede ser definido como: “*El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas*” (Sustainable Development of Tourism, 2016).

Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible se aplican a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos ambientales, económicos y socioculturales del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo (Sustainable Development of Tourism, 2016).

Por lo tanto, el turismo sostenible debe lograr que se concreten las siguientes acciones:

- (a) dar un uso óptimo a los recursos ambientales que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, con el mantenimiento de los procesos ecológicos esenciales y la ayuda a la conservación de los recursos naturales y la diversidad biológica;
- (b) respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservando su patrimonio cultural, arquitectónico vivo y sus valores tradicionales para contribuir al entendimiento y la tolerancia interculturales;
- y (c) asegurar actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes beneficios socioculturales bien distribuidos, entre los que se incluya oportunidades de empleo estable, obtención de ingresos y servicios sociales para las

comunidades anfitrionas, y que en su conjunto contribuyan a la reducción de la pobreza (Sustainable Development of Tourism, 2016).

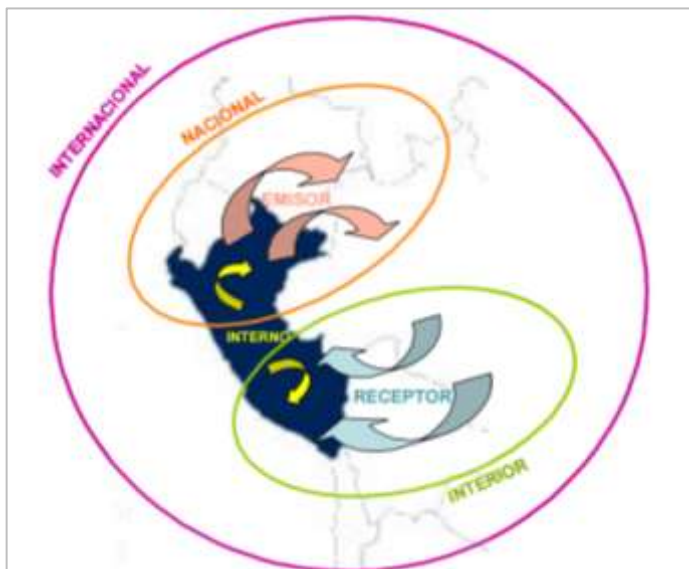
El desarrollo sostenible del turismo exige la participación informada de todos los agentes relevantes, así como un liderazgo político firme para lograr una colaboración amplia y establecer consenso. El logro de un turismo sostenible es un proceso continuado y requiere un seguimiento de los impactos para introducir las medidas preventivas o correctivas que resulten necesarias.

### **2.3.1.3. Formas y categorías del turismo**

Con relación a un país dado, la OMT distingue las siguientes formas de turismo: (a) turismo interno, el de los residentes del país dado que viajan únicamente dentro de este mismo país; (b) turismo receptor, el que realizan los no residentes que viajan dentro del país dado; y (c) turismo emisor, el de los residentes del país dado que viajan a otro país (MINCETUR, 2016).

Estas tres formas básicas de turismo pueden combinarse de diversas maneras y producir las siguientes categorías de turismo: (a) turismo interior, incluye el turismo interno y el turismo receptor; (b) turismo nacional, incluye el turismo interno y el turismo emisor; y (c) turismo internacional, se compone del turismo receptor y turismo emisor.

En la Figura N° 03 se ilustran de manera comparativa las formas y las categorías del turismo.



*Figura 3. Las formas y las categorías del turismo*

Fuente: MINCETUR

### **2.3.2. Turismo receptivo**

El turismo receptivo es el que realizan los extranjeros o no residentes, de un país determinado a otro denominado destino. Desde el punto de vista económico su desarrollo repercute directamente en la inversión, el empleo y la generación de divisas para el país receptor (MINCETUR, 2009).

### **2.3.3. Agencia de Viajes y Turismo**

Persona natural o jurídica que se dedica en forma exclusiva al ejercicio de actividades de coordinación, mediación, producción, promoción, consultoría, organización y venta de servicios turísticos, pudiendo utilizar medios propios o contratados para la prestación de los mismos (ElPeruano, 2016).

### **2.3.4. Operador de Turismo**

Aquél que proyecta, elabora, diseña, organiza y opera sus productos y servicios dentro del territorio nacional, para ser ofrecidos y vendidos a través de las Agencias de Viajes y Turismo Mayoristas y Agencias de Viajes y Turismo Minoristas, pudiendo también ofrecerlos y venderlos directamente al turista (ElPeruano, 2016).

### **2.3.5. Corredor turístico**

Vía de interconexión o ruta de viaje que une en forma natural dos o más centros turísticos dotados de infraestructura y otras facilidades que permitan su uso y desarrollo (MINCETUR, 2016).

### **2.3.6. Fortaleza de Kuélap**

La Fortaleza de Kuélap es un importante atractivo turístico de la región Amazonas, este monumento arqueológico preinca está ubicado en los Andes nororientales del Perú, en la Provincia de Luya, fue construido por la cultura arqueológica Chachapoyas. Forma un conjunto arquitectónico de piedra de grandes dimensiones caracterizado por su condición monumental, con una gran plataforma artificial, orientada de sur a norte, asentada a los 3 000 msnm. La plataforma se extiende a lo largo de casi 600 metros y tiene como perímetro una muralla que en algunos puntos alcanza 19 metros de altura (EnPerú, 2014).

### **2.3.7. Sistema de Telecabinas**

Sistema de transporte consistente en cabinas suspendidas de un cable de tracción, que se utiliza para salvar grandes diferencias de altitud. La capacidad de una telecabina puede variar, entre las 4 y las 16 personas por cabina. Además, sus ocupantes pueden ir tanto de pie como sentados (OxfordDictionaries, 2016).

## **2.4. Formulación de hipótesis**

### **2.4.1. Hipótesis General**

Con la puesta en operación del Sistema de Telecabinas Kuélap, el turismo receptivo tendrá un incremento sostenido, como resultado de la operatividad del sistema de transporte aéreo constituido por telecabinas y por la competitividad y la mejora continua de los servicios turísticos en el corredor turístico Chachapoyas - Fortaleza de Kuélap.

### **2.4.2. Hipótesis específicas**

- a.** Hasta el 2015 la llegada de turistas extranjeros a la Fortaleza de Kuélap ha tenido un lento crecimiento, a causa de la promoción insuficiente por parte del estado y por la carencia medios y vías de acceso en condiciones adecuadas para llegar al monumento arqueológico.
- b.** Los factores que inciden en la competitividad de Kuélap con la puesta en operación del sistema de telecabinas, son: Calidad en la prestación de servicios que brinden los operadores de turismo, operadores de turismo con personal capacitado, infraestructura turística adecuada, costos competitivos, recursos tecnológicos al servicio del turista, constante innovación y actualización de los operadores turísticos.
- c.** Los operadores turísticos que prestan servicios de tours en el corredor turístico Chachapoyas - Fortaleza de Kuélap no poseen la capacidad operativa suficiente para hacer frente al incremento de la demanda receptiva con la puesta en operación del Sistema de Telecabinas Kuélap.

## CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

### 3.1. Tipo de investigación

Según el tipo de investigación, el presente estudio es de tipo *aplicada* ya que recopila y analiza información de la realidad para enriquecer e incrementar el conocimiento científico; haciendo énfasis de la situación actual de los servicios turísticos en el corredor turístico Chachapoyas - Kuélap y el nivel de acceso que tiene al turismo receptivo, para contrastarlo con la repercusión que tendrá en el turismo receptivo con la puesta en operación del Sistema de Telecabinas de Kuélap.

### 3.2. Diseño de investigación

El estudio comprende un diseño *descriptivo* de tipo *simple*, dado que las variables son estáticas (cuantitativo); además de diseño geográfico (cualitativo), puesto que describe y analiza el nivel de calidad de los servicios turísticos en el corredor turístico Chachapoyas - Kuélap y el consiguiente grado de afluencia de turistas extranjeros a este complejo arqueológico.

### 3.3. Población y muestra

Se aplicó la técnica estadística de *muestreo no probabilístico*<sup>1</sup> a los operadores de turismo y *muestreo*<sup>2</sup> para encuestar a los turistas extranjeros.

☒ Unidades de análisis:

- La unidad sobre la que se recolectó datos fueron los operadores de turismo, para lo cual se encuestaron a un representante por cada agencia de viajes y turismo de Chachapoyas.
- Otra unidad sobre la que se recolectó los datos es el turista o visitante, para lo cual se encuestó a cada turista extranjero después de haber realizado su visita a la Fortaleza de Kuélap.

☒ Población:

- La población tomada para el análisis son los operadores de turismo de Chachapoyas (Agencias de viaje y turismo) que prestan servicios de tours a la Fortaleza de Kuélap.

---

<sup>1</sup> Población igual a muestra.

<sup>2</sup> Técnica para la selección de una muestra a partir de una población.

- La segunda población está comprendida por todos los turistas extranjeros que visitaron la Fortaleza de Kuélap. El año 2014 hubo una afluencia de 7 104 turistas extranjeros y en el 2015 Kuélap recibió la visita de 7 293 turistas extranjeros.

☒ Muestra:

- Para el estudio de los operadores de turismo: Se consideró a todos los operadores de turismo (que presten servicios de tours a la Fortaleza de Kuélap) como muestra para la evaluación de las variables, por ser un número reducido y por tener acceso a tales agencias de viaje que componen dicha población.

Bajo estos criterios, se han incluido a los siguientes operadores de turismo:

- Amazon Land Trek E.I.R.L.
  - Chachapoyas Tours S.A.C.
  - Chachapoyas TRIP Adventures
  - Cloudforest Expeditions S.R.L.
  - Eagle Tours S.R.L.
  - Empresa de Servicios Revash E.I.R.L.
  - Inversiones Santa María Travel &Tours S.R.L.
  - Lucas Tours
  - Ñuñurco Travellers Servicios Turísticos E.I.R.L
  - P & H International Service S.R.L.
  - Perú Nativo E.I.R.L
  - Turismo Explorer Perú
  - Yalape Adventure
- Para el estudio de visitantes extranjeros, se eligió una muestra no probabilística; teniendo como base el número de turistas extranjeros que visitaron la Fortaleza de Kuélap en el año 2015, y tales estadísticas están en la base de ‘Datos Turismo’ de la página web del MINCETUR.

Llegada de visitantes extranjeros a la Fortaleza de Kuélap en el 2015

- Por año: 7 293 (total)

- Por mes: 603 (setiembre, fue el mes que hizo el trabajo de campo)
- Por día: 26 (promedio)

Tabla 3

*Resumen de la población y muestra de estudio.*

Fuentes	Población	Muestra
Operadores de turismo en Chachapoyas	13 son los operadores de turismo que realizan el servicio de tours a la Fortaleza de Kuélap	13
Llegada de visitantes extranjeros a Kuélap en el 2015	Por año: 7 293 (total) Por mes: 603 (promedio) Por día: 26 (promedio)	26

Fuentes: MINCETUR y Ministerio de Cultura - Dirección Regional de Cultura – Amazonas

☒ Criterio de exclusión de encuesta a turistas extranjeros:

- Turistas o excursionistas menores de 15 años y personas extranjeras que están de tránsito sin motivaciones turísticas.

### 3.4. Operacionalización de variables y matriz de consistencia

#### 3.4.1. Variables

- ✓ *Variable independiente:* Puesta en operación del Sistema de Telecabinas Kuélap.
- ✓ *Variable dependiente:* Incremento del turismo receptivo en el corredor turístico Chachapoyas - Kuélap.

Tabla 4

Operacionalización de variables.

Variables	Subvariables	Definiciones operacionales	Dimensiones	Indicadores	Instrumentos
Puesta en operación del Sistema de Telecabinas Kuélap	Operatividad del sistema de telecabinas	Telecabinas <i>Kuélap</i> es un sistema de transporte aéreo constituido por telecabinas que transportarán a los turistas desde el andén de salida (Nuevo Tingo) hasta la estación de llegada, en el parador La Malca (Fortaleza de Kuélap) y viceversa, en un tiempo aproximado de 20 minutos; su operatividad y mantenimiento serán esenciales para dinamizar el turismo en Chachapoyas.	Capacidad del destino turístico	Desarrollo de infraestructura	Entrevista a directivos de la DRC - Amazonas
				Capacidad ofertada	Entrevista al encargado de la DRC - Amazonas
				Accesibilidad	Entrevista al encargado de la DRC - Amazonas
	Competitividad de los servicios turísticos en Kuélap	Un producto turístico de calidad es la combinación adecuada de atractivos, servicios y facilidades, capaz de motivar la decisión de viaje y de brindar una experiencia plenamente satisfactoria al visitante, un producto está definido esencialmente por su calidad y de esta manera ser competitivo en el mercado.	Organización y gestión turística	Organización de los operadores de turismo	Directorio de operadores de turismo en Chachapoyas
				Factor humano	Encuesta a turistas extranjeros y observación no participante
				Desarrollo tecnológico	Encuesta a operadores de turismo en Chachapoyas
				Apertura turística	Encuesta a operadores de turismo en Chachapoyas
Incremento del turismo receptivo en corredor turístico Chachapoyas - Kuélap	<i>Demanda turística</i>	El <i>turismo receptivo</i> en Kuélap se verá incrementada siempre y cuando las telecabinas se mantengan operativas, y también los operadores turísticos presten servicio de calidad y además tengan la capacidad operativa de abastecer tal incremento.	Demanda receptiva	Número de turistas	Datos estadísticos del MINCETUR
				Permanencia	Encuesta a turistas extranjeros
				Gasto medio	Encuesta a turistas extranjeros
				Nivel de satisfacción	Encuesta a turistas extranjeros

Fuente: Los tesistas

Tabla 5. *Matriz de consistencia.*

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Indicadores	Instrumentos	Metodología
<b>Problema general</b> ¿En qué medida la puesta en operación del Sistema de Telecabinas Kuélap incrementará el turismo receptivo en el corredor turístico Chachapoyas - Kuélap?	<b>Objetivo general</b> Determinar en qué medida la puesta en operación del Sistema de Telecabinas Kuélap incrementará el turismo receptivo en el corredor turístico Chachapoyas - Kuélap.	<b>Hipótesis general</b> Con la puesta en operación del Sistema de Telecabinas Kuélap, el turismo receptivo tendrá un incremento sostenido, como resultado de la operatividad de las telecabinas y por la competitividad y la mejora continua de los servicios turísticos en el corredor turístico Chachapoyas - Kuélap.	<b>Variable independiente:</b>  Puesta en operación del Sistema de Telecabinas Kuélap	Desarrollo de infraestructura	Entrevista a directivos de la DRC - Amazonas	<b>Tipo de investigación</b> El presente estudio es de tipo <i>básica</i> (diagnóstico)  <b>Diseño:</b> El estudio comprende un diseño <i>descriptivo</i> de tipo <i>simple</i>  <b>Población y muestra</b> Muestreo no probabilístico  Resumen: - Operadores de turismo que realizan el servicio de tours a la Fortaleza de Kuélap: 13 <i>Muestra = 13</i>  - Llegada de visitantes extranjeros a Kuélap en el 2015: - Año: 7 293 (Total) - Mes: 603 (Promedio) - Día: 26 (Promedio) <i>Muestra = 26</i>
<b>Problemas específicos</b> <b>a.</b> ¿Cuál es la situación actual del turismo receptivo en Kuélap?  <b>b.</b> ¿Cuáles son los factores que inciden en la competitividad de los servicios turísticos en Kuélap?  <b>c.</b> ¿Cuál es la capacidad operativa de los operadores turísticos para hacer frente al incremento de la demanda con la operación del Sistema de Telecabinas Kuélap?	<b>Objetivos específicos</b> <b>a.</b> Describir la situación actual del turismo receptivo en Kuélap.  <b>b.</b> Identificar y analizar los factores que inciden en la competitividad de los servicios turísticos en Kuélap.  <b>c.</b> Medir la capacidad operativa de los operadores turísticos para hacer frente al incremento de la demanda con la operación del Sistema de Telecabinas Kuélap.	<b>Hipótesis específicas</b> <b>a.</b> Hasta el 2015 la llegada de turistas extranjeros a la Fortaleza de Kuélap ha tenido un lento crecimiento, a causa de una promoción insuficiente por parte del estado y por la carencia medios y vías de acceso en condiciones adecuadas.  <b>b.</b> Los factores que inciden en la competitividad de Kuélap con la puesta en operación del sistema de telecabinas, son: calidad en la prestación de servicios que brinden los operadores turísticos, operadores turísticos con personal capacitado, Infraestructura turística adecuada, costos competitivos, recursos tecnológicos al servicio del turista, Constante innovación y actualización de los operadores turísticos, cultura regional al servicio del turista.  <b>c.</b> Los operadores turísticos de Chachapoyas no poseen la capacidad operativa suficiente para hacer frente al incremento de la demanda receptiva con la operación del Sistema de Telecabinas Kuélap.		Capacidad ofertada	Entrevista al encargado de la DRC - Amazonas	
				Accesibilidad a Kuélap	Entrevista al encargado de la DRC - Amazonas	
				Organización de los operadores de turismo	Directorio de operadores de turismo en Chachapoyas	
				Factor humano	Encuesta a turistas extranjeros y observación no participante	
				Desarrollo tecnológico	Encuesta a operadores de turismo en Chachapoyas	
			<b>Variable dependiente:</b>  Incremento del turismo receptivo en el corredor turístico Chachapoyas – Kuélap	Apertura turística	Encuesta a operadores de turismo en Chachapoyas	
				Número de visitantes extranjeros	Datos estadísticos del MINCETUR	
				Permanencia	Encuesta a turistas extranjeros	
				Gasto medio	Encuesta a turistas extranjeros	
				Nivel de satisfacción	Encuesta a turistas extranjeros	

Fuente: Los tesisas

### 3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas de recolección de datos utilizadas en la investigación son:

- ❖ **Observación de campo:** Visitas a la Fortaleza de Kuélap con el propósito de verificar el acceso a esta y las condiciones de infraestructura.
- ❖ **Técnica documental:** Se utilizaron libros, revistas especializadas en turismo, investigaciones (tesis), entre otros para aclarar conceptos, metodología, y construir el marco teórico que sustenta dicho análisis; para ello se visitaron bibliotecas virtuales de la UNMSM y de la PUCP, E-Ciencia - Madrid y sitios web de alto prestigio: MINCETUR, OMC, OMT, entre otras.
- ❖ **Entrevistas:** A los operadores turísticos de la zona de influencia a la Fortaleza de Kuélap.
- ❖ **Encuestas:** Se tiene como objetivo conocer la expectativa del turista extranjero, su motivación de elección del destino, así como, conocer las razones de su elección de conocer la Fortaleza de Kuélap.

#### 3.5.1. Base de datos

Otro instrumento de recolección de datos que se utilizará para el análisis de la información en la investigación son las distintas bases de datos de entidades como el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), Organización Mundial de Turismo (OMT) entre otras instituciones tanto nacionales e internacionales.

### 3.6. Técnicas para el procesamiento de información

Estadística descriptiva procesada en Microsoft Excel 2016 y SPSS Statistics versión 23.

## CAPITULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1. Presentación de resultados

Los resultados obtenidos en esta investigación, han sido recopilados a través de las encuestas realizadas a los operadores de turismo en la ciudad de Chachapoyas en Amazonas, también a los directivos de la Dirección Regional de Cultura (DIRECTUR Amazonas) por ser la entidad administradora de la zona arqueológica monumental Kuélap, y a los turistas extranjeros que visitaron la Fortaleza de Kuélap. Por otro lado, se realizó un reporte estadístico de la llegada de turistas a este recinto arqueológico, y además se ha hecho la revisión documentaria para la descripción de la situación actual de la actividad turística y puesta en valor de la Fortaleza de Kuélap; toda la información presentada a continuación está alineada a los objetivos planteados.

#### 4.1.1. Situación actual de la actividad turística en Kuélap

##### 4.1.1.1. Zona Arqueológica Monumental Kuélap

###### *Ubicación.*

La Fortaleza de Kuélap se ubica en la parte alta del valle del río Utcubamba, próximo al caserío de Kuélap, distrito de Tingo, provincia de Luya, en el departamento de Amazonas. Situándose sobre los 3000 m.s.n.m., como referencia se puede citar el estar distante a 35 kilómetros en dirección sur de la ciudad de Chachapoyas.

###### *Descripción.*

Kuélap está formada por dos gigantescas plataformas artificiales superpuestas, sobre las cuales se levantó una urbe que abarca una extensión aproximada de 450 has. En general, y vista desde el aire, su forma asemeja un ala de ave alargada con orientación norte - sur con medidas aproximadas de 584 m de largo por 120 m de ancho en promedio (EnPerú, 2014).

Dentro de sus “murallas”, Kuélap alberga 505 viviendas, la mayoría de ellas de planta circular. Fuera de la ciudad se construyeron al menos 198 viviendas más, sumando en total más de 700 edificaciones. A Kuélap se le puede considerar como una ciudad fortificada porque está construida sobre elevadas plataformas con altos muros de piedra y estrechos accesos. Su interior está dividido en dos grandes sectores, uno bajo y otro alto que

corresponden a las dos plataformas que la forman, en donde se ubican la mayoría de las viviendas las mismas que están organizadas alrededor de patios (EnPerú, 2014).



*Figura 4. Vista aérea de la Fortaleza de Kuélap*  
Fuente: Gobierno Regional de Amazonas



*Figura 5. Construcciones circulares en Kuélap*  
Fuente: Phima Voyages (Operador de turismo)

Una de las características más impresionantes del complejo son sus enormes dimensiones, 582 m de largo y 111 m de ancho, con una muralla de unos 20 m de altura que delimita los llamados "Pueblo Alto" y "Pueblo Bajo" (Gobierno Regional de Amazonas, 2014).

La gigantesca muralla que la protege, está compuesta por puestos de vigilancia, un torreón y tres estrechos ingresos, dos de ellos orientados hacia el este y el tercero hacia el oeste. Las entradas construidas tienen la forma de embudo, con un ancho de 3 metros en la parte exterior y 70 centímetros en el interior, permite el ingreso de sólo una persona a la vez.

#### *Particularidades.*

Kuélap, en el año 2007 fue declarada Zona Arqueológica Monumental, mediante RDN N°694-2007/INC. En el año 2008 fue declarado Maravilla del Perú por el Diario El Comercio (MINCETUR, 2013).

#### **4.1.1.2. Proyecto Sistema de Telecabinas Kuélap**

##### *Descripción del proyecto.*

El proyecto consiste en la implementación de un sistema de transporte por telecabinas entre la localidad de Tingo Nuevo y la Fortaleza de Kuélap - Amazonas, así como la adecuación de servicios turísticos complementarios a favor del Complejo Arqueológico Fortaleza de Kuélap. Está orientado a mejorar y optimizar las condiciones de accesibilidad a la Fortaleza

de Kuélap. El sistema tiene una longitud aproximada de 4 km para cubrir un desnivel entre estaciones de 1 000 metros aproximadamente (ProInversión, 2015).

*Ubicación:* Distrito de Tingo, provincia de Luya, departamento de Amazonas.

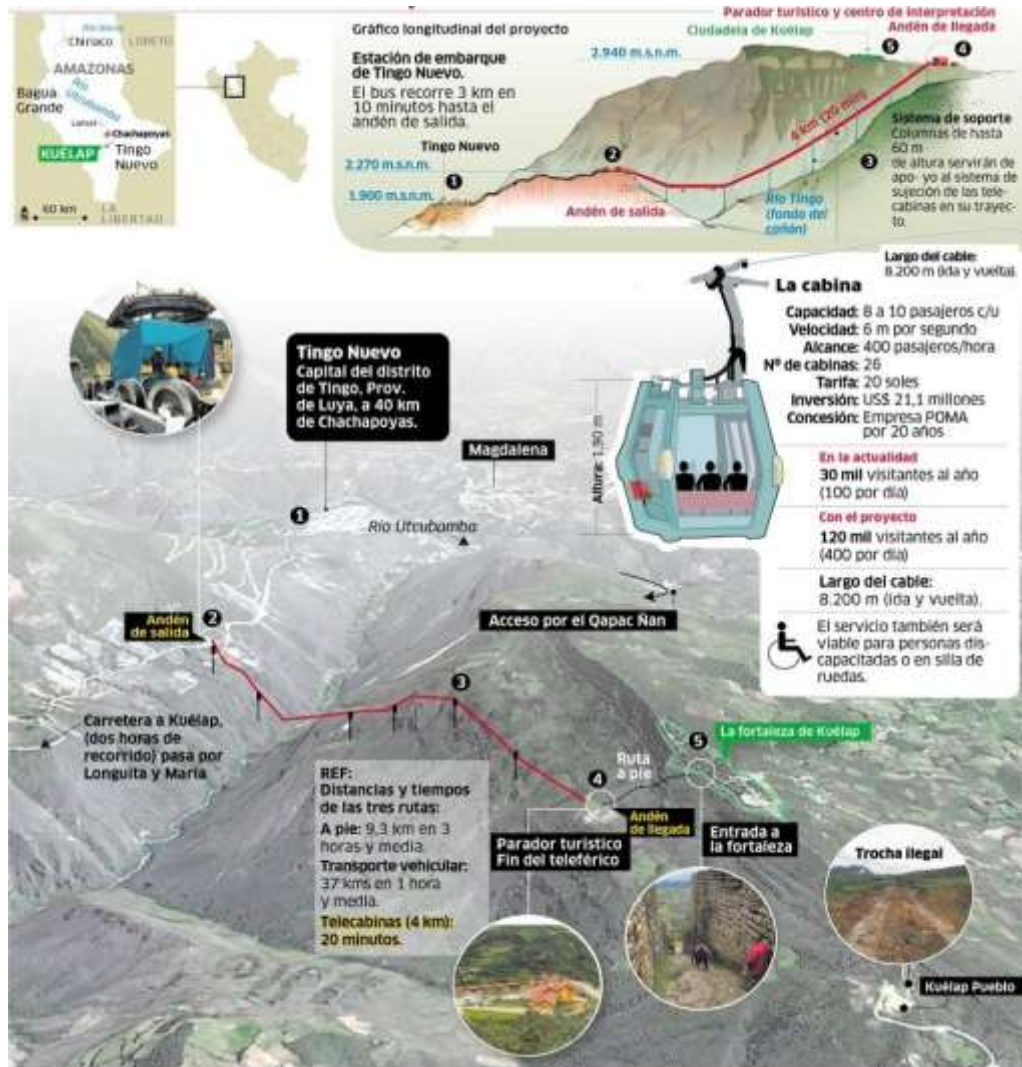


Figura 6. Ubicación del proyecto Sistema de Telecabinas Kuélap

Fuente: La República

*Elementos:*

- ✓ Estación de embarque
- ✓ Andén de salida
- ✓ Sistema de transporte por telecabina
- ✓ Andén de llegada

*Concesión del diseño, financiamiento, construcción, equipamiento y operación del Sistema de Telecabinas Kuélap.*

El proyecto “Mejoramiento de los servicios turísticos públicos Tingo Nuevo - Zona Arqueológica Monumental de Kuélap, distrito de Tingo, provincia de Luya, Amazonas” ha sido ejecutado mediante la modalidad de Asociación Público Privada cofinanciada por el Plan COPESCO Nacional y el Consorcio Telecabinas Kuélap S.A., integrado por la empresa francesa Pomagalski S.A.S y la peruana Ingenieros Civiles y Contratistas Generales S.A., la Buena Pro del proyecto Sistema de Telecabinas Kuélap fue adjudicada a través de ProInversión. El acto de cierre del concurso se realizó el día 15 de octubre de 2014 (ProInversión, 2015).

*Objetivo, fin y componentes del proyecto.*

*Objetivo central del proyecto.* “Los visitantes a la Fortaleza de Kuélap reciben adecuados servicios turísticos públicos” (ProInversión, 2014).

*Fin del proyecto.* “Incremento de los ingresos económicos de la población del corredor turístico Chachapoyas - Kuélap”.

*Componentes del proyecto:*

- ✓ Adecuadas facilidades turísticas para la visita de la Zona Arqueológica Monumental Kuélap.
- ✓ Mejoramiento de la presentación del recurso turístico.
- ✓ Eficiente gestión del recurso turístico.

*Siete claves del proyecto telecabinas Kuélap.*

1. Permitirá acceso de forma segura, cómoda y rápida a este monumento arqueológico.
2. Impulsará el turismo hacia la región Amazonas, consolidando el circuito Nororiental del Perú.
3. La ejecución del proyecto incrementará hasta cuatro veces el número de visitantes.
4. El Sistema de Telecabinas Kuélap es eco amigable.
5. Las telecabinas están diseñadas para transportar 8 personas.

6. El sistema operará con 26 telecabinas como mínimo, las cuales ascenderán en solo 20 minutos a la Fortaleza de Kuélap.
7. La empresa Franco - Peruana Telecabinas Kuélap S.A. es la encargada del proyecto y el plazo de la concesión es de 20 años.



Figura 7. Telecabinas Kuélap en el andén de salida

Fuente: MINCETUR

#### *Inicio de operatividad del Sistema de Telecabinas Kuélap.*

Kuélap, el monumento arqueológico de la región Amazonas, se prepara para tener el primer sistema de telecabinas del país. La inauguración simbólica de este medio de transporte se realizó el 19 de julio del año 2016; en febrero del 2017 el Sistema de Telecabinas Kuélap debe estar operativo para dar servicio a los turistas nacionales y extranjeros; no sin antes haber cumplido con la fase de pruebas (sin pasajeros) que se inició en agosto de 2016 y tuvo una duración de dos meses. Así lo explicó el coordinador Óscar Cárdenas, del Plan COPESCO nacional, en diálogo con La República (León, 2016).

#### 4.1.1.3. Grado de afluencia de turistas a la Fortaleza de Kuélap

##### *Llegada de visitantes extranjeros a la Fortaleza de Kuélap.*

La llegada de turistas extranjeros al Complejo Arqueológico Monumental Kuélap ha tenido un incremento de 3 959 visitantes entre el 2006 - 2015, pasando de los 3 334 visitantes extranjeros a 7 293 en el año 2015; este lento incremento de visitantes a este monumento arqueológico se ve reflejado en la baja tasa de crecimiento (9%) y en la variación promedio anual del 10% desde el año base 2006 hasta el último año de análisis 2015. Al margen de este bajo crecimiento la Fortaleza de Kuélap es visitada de manera continua por turistas extranjeros durante todos los meses del año, salvo un ligero incremento a partir de junio hasta agosto en los últimos 11 años.

Tabla 6

*Llegada de visitantes extranjeros a la Fortaleza de Kuélap, 2006 - 2016.*

Mes	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016*	Var % 15/14
Enero	169	182	339	421	357	479	398	572	528	649	526	23
Febrero	154	122	220	318	523	436	387	356	453	414	763	-9
Marzo	99	232	289	210	443	424	424	368	451	331	667	-27
Abril	176	198	149	314	448	460	552	460	520	405	587	-22
Mayo	227	302	474	350	401	420	506	537	491	557	733	13
Junio	309	309	331	325	458	404	445	612	537	737	848	37
Julio	476	912	1 293	822	965	889	774	736	882	837	1 997	-5
Agosto	607	722	756	678	735	810	583	824	788	968	1 176	23
Setiembre	397	419	361	352	593	660	527	526	672	603	724	-10
Octubre	353	338	546	489	471	464	550	521	668	755	1 009	13
Noviembre	206	397	310	423	372	497	525	416	561	582	827	4
Diciembre	161	108	325	404	389	433	384	372	553	455	-	-18
<b>Total</b>	<b>3 334</b>	<b>4 241</b>	<b>5 393</b>	<b>5 106</b>	<b>6 155</b>	<b>6 376</b>	<b>6 055</b>	<b>6 300</b>	<b>7 104</b>	<b>7 293</b>	<b>9 857</b>	<b>3</b>

Fuente: MINCETUR / Datos Turismo

\* Con información disponible a noviembre del 2016

En el sistema de información (Estadística de Turismo) del MINCETUR, reporta que la llegada de turistas (nacionales y extranjeros) que visitaron a la Fortaleza de Kuélap entre el 2006 - 2015 ha tenido un incremento consecutivo que se refleja en la tasa de crecimiento del 13% anual y a su vez la variación promedio anual ha sido del 14%, pasando de los 11 985 visitantes en el 2006 a 36 385 en el 2015.

El grado de afluencia a la Fortaleza de Kuélap, en promedio de cada 10 visitantes ocho son turistas nacionales (80%) y el 20% restante son extranjeros (2 de cada 10 visitantes).

Tabla 7

*Llegada de turistas (nacionales y extranjeros) a la Fortaleza de Kuélap, 2006 - 2016.*

Tipo de turistas	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016*	Par % 2015
Nacional	8 651	10 462	12 003	13 436	17 541	23 055	21 905	27 195	33 042	29 092	40 995	80
Extranjero	3 334	4 241	5 393	5 106	6 155	6 376	6 055	6 300	7 104	7 293	9 857	20
<b>Total</b>	<b>11 985</b>	<b>14 703</b>	<b>17 396</b>	<b>18 542</b>	<b>23 696</b>	<b>29 431</b>	<b>27 960</b>	<b>33 495</b>	<b>40 146</b>	<b>36 385</b>	<b>50 852</b>	<b>100</b>

Fuente: MINCETUR / Datos Turismo

\* Con información disponible a noviembre del 2016

#### 4.1.1.4. Estimación de la demanda turística a la Fortaleza de Kuélap

Las proyecciones de crecimiento de la demanda turística que tendrá la fortaleza de Kuélap con la puesta en operación del Sistema de Telecabinas, ha sido elaborado en base a estadísticas reportadas en la página web del MINCETUR (Datos Turismo)<sup>3</sup> de las llegadas de turistas (nacionales y extranjeros) que visitaron Kuélap en el 2016 y teniendo como referencia el grado de afluencia que tiene Kuélap, el cual es equivalente a que el 80% visitantes son nacionales y el 20% restante visitantes extranjeros; para ello se estimó un incremento del 26% anual para la demanda interna y 21% anual para la demanda receptiva. Resultando que para el primer año de operación del Sistema de Telecabinas de Kuélap, año 2017, se tendría 69 190 visitantes (55 795 nacionales y 13 395 extranjeros) y en el año 2026, el número ascendería a 521 086 visitantes anuales (446 610 nacionales y 74 476 extranjeros).

Tabla 8

*Proyecciones de crecimiento de visitantes a la fortaleza de Kuélap, 2017 - 2026.*

Tipo de turistas	2016*	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Nacional	44 282	55 795	70 301	88 580	111 611	140 629	177 193	223 263	281 312	354 453	446 610
Extranjero	11 070	13 395	16 208	19 612	23 730	28 714	34 744	42 040	50 868	61 551	74 476
<b>Total</b>	<b>55 352</b>	<b>69 190</b>	<b>86 510</b>	<b>108 192</b>	<b>135 341</b>	<b>169 343</b>	<b>211 937</b>	<b>265 303</b>	<b>332 180</b>	<b>416 003</b>	<b>521 086</b>

Fuente: Los autores

\* Año base tomado como referencia

<sup>3</sup> MINCETUR - Sistema de Información Estadística de Turismo: <http://datosturismo.mincetur.gob.pe/appdatosTurismo/Content2.html>

#### 4.1.1.5. Perfil del turista extranjero que visita la Fortaleza de Kuélap

Según resultados obtenidos en la encuesta<sup>4</sup> aplicada a turistas extranjeros que visitaron la Fortaleza de Kuélap, estos proceden en mayor proporción de España (38%), seguido por visitantes procedentes de Alemania (15%), también visitan Kuélap turistas procedentes de Francia, Suiza y Bélgica del continente europeo; además visitan Kuélap turistas procedentes de Canadá y Chile.

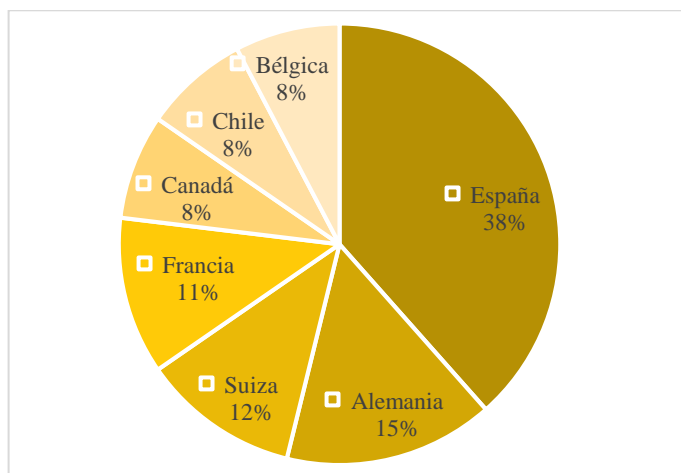
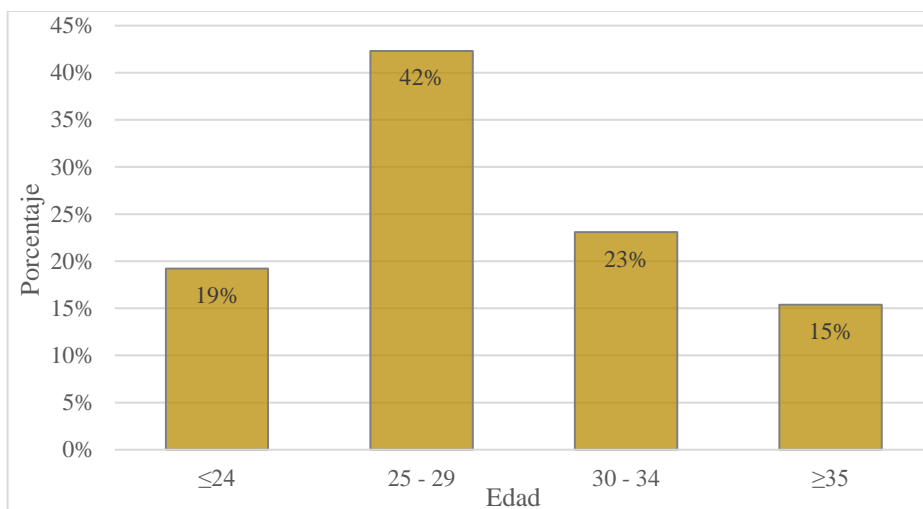


Figura 8. País de procedencia de los turistas que visitaron Kuélap

Elaboración: Los autores, en base a encuesta aplicada a turistas extranjeros en Chachapoyas.

El mayor número (42%) de turistas extranjeros que visitan la Fortaleza de Kuélap están entre 25 - 29 años de edad, seguido por los visitantes de entre 30 - 34 años y que representan el 23%, los visitantes extranjeros con edad menor o iguales a 24 años son el (19%) y los que tienen 35 o más años de edad representan el 15%. La edad promedio de los turistas extranjeros que llegaron a Kuélap están en los 29 años.

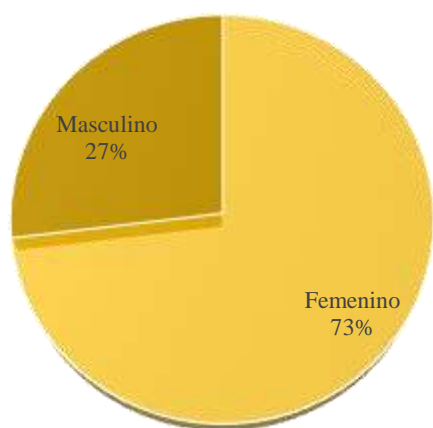
<sup>4</sup> El trabajo de campo se realizó del 22 al 24 de setiembre de 2016 en la ciudad de Chachapoyas; cabe precisar que por el tamaño de la muestra (26 encuestados), ésta se limitó a encuestar únicamente a los turistas que visitaron Kuélap en tales fechas.



*Figura 9.* Edad de los turistas extranjeros que visitaron Kuélap

Elaboración: Los autores, en base a encuesta aplicada a turistas extranjeros en Chachapoyas.

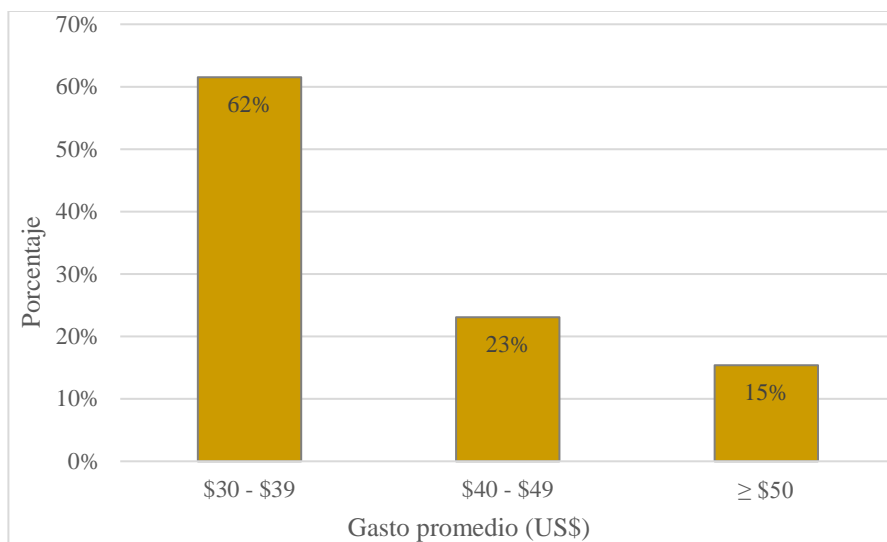
Al rededor dos tercios de los turistas extranjeros que visitan la Fortaleza de Kuélap son mujeres (73%) y algo más de ¼ de los visitantes a este monumento arqueológico son hombres (27%).



*Figura 10.* Género de los turistas extranjeros que visitaron Kuélap

Elaboración: Los autores, en base a encuesta aplicada a turistas extranjeros en Chachapoyas.

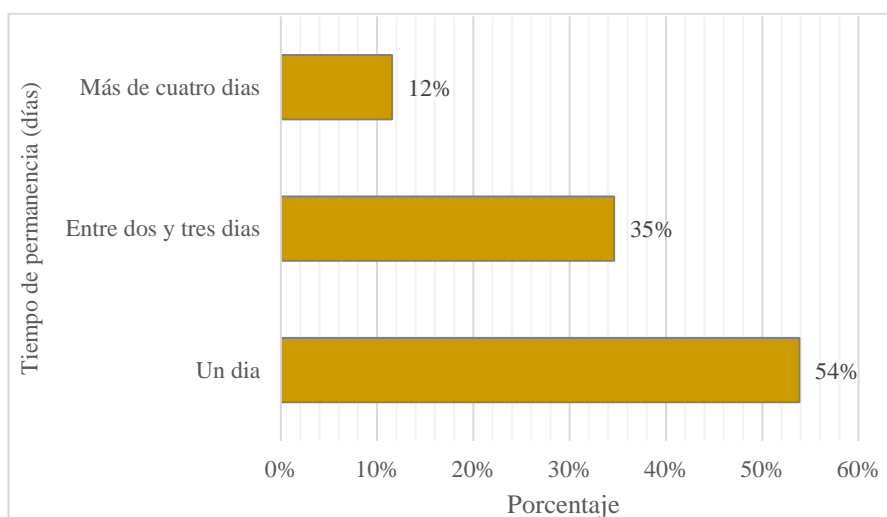
El 62% de los turistas extranjeros que visitan a Kuélap, gastan entre US\$ 30 - US\$ 39 por persona, el 23% gasta entre US\$ 40 - US\$ 49 y el 15% restante gasta US\$ 50 o más. El gasto promedio que realiza cada turista extranjero por conocer Kuélap es de US\$ 36; tales gastos incluyen: El boleto de entrada a la Fortaleza de Kuélap, transporte de Chachapoyas a Kuélap y viceversa y alimentación (almuerzo), durante el tour al monumento arqueológico, y alrededor del 85% de los turistas extranjeros visita Kuélap a través de una agencia de viajes.



*Figura 11.* Gasto promedio de cada turista extranjero que visita Kuélap

Elaboración: Los autores, en base a encuesta aplicada a turistas extranjeros en Chachapoyas.

En la Figura N° 12 se observa que la mayor cantidad (54%) de turistas extranjeros que visitó la Fortaleza de Kuélap manifestó que permanecerá un solo día en Chachapoyas (sólo con el propósito de conocer Kuélap), el 25% de los turista permanece entre dos y tres días en Chachapoyas (ciudad soporte para conocer distintos atractivos turísticos de la región Amazonas) y el 12% restante indicó que permanecerá más de cuatro días en Chachapoyas, y que los aprovechará para conocer Kuélap y otros atractivos turísticos de Amazonas.



*Figura 12.* Permanencia (días) del turista extranjero que visita Kuélap

Elaboración: Los autores, en base a encuesta aplicada a turistas extranjeros en Chachapoyas.

A los turistas extranjeros que visitaron Kuélap se les preguntó que, durante sus preparativos de viaje, ¿dónde buscó información de la Fortaleza de Kuélap?, ante esto, el 69% de los turistas extranjeros indicó que la principal fuente de consulta para que conocieran Kuélap fue el *internet*<sup>5</sup>, el 19% indicó que obtuvieron información sobre Kuélap *a través de amigos* y el 12% tuvo referencia y decidió visitar Kuélap porque lo vio en un *programa de televisión*.

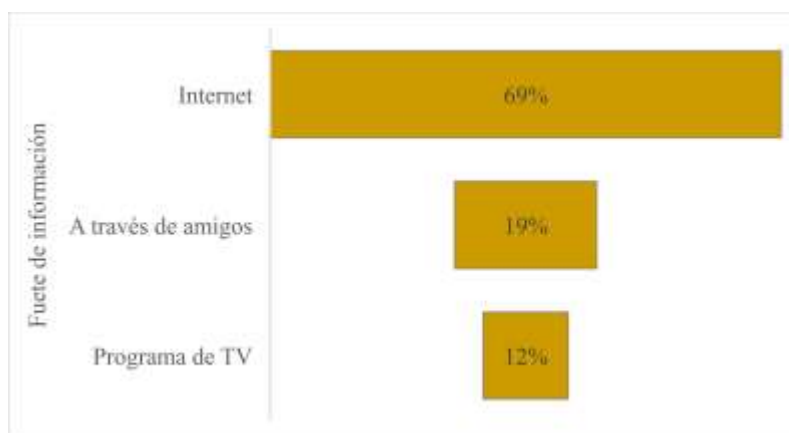


Figura 13. Planificación de viaje de los turistas extranjeros que visitan Kuélap

Elaboración: Los autores, en base a encuesta aplicada a turistas extranjeros en Chachapoyas.

Una de las principales motivaciones que tienen los turistas extranjeros que visitan Kuélap es porque les interesa *realizar turismo arqueológico* (50%), el segundo motivo por el cual los turistas extranjeros visitan Kuélap es el hecho que estaban interesados en *conocerlo* (46%) y en menor proporción (4%) lo hacen *por distracción*.

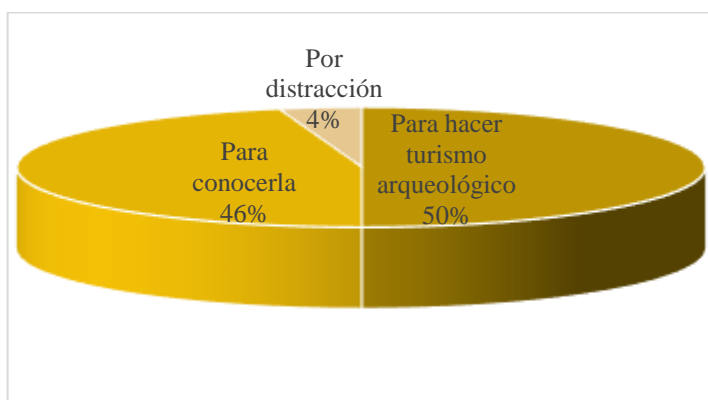


Figura 14. Principales motivaciones de los turistas extranjeros para visitar Kuélap.

Elaboración: Los autores, en base a encuesta aplicada a turistas extranjeros en Chachapoyas.

<sup>5</sup> En internet la principal fuente de búsqueda es TripAdvisor®; este sitio web es la mayor plataforma de viajes del mundo, donde los viajeros pueden planificar y reservar su viaje desde cualquier parte de la tierra: <https://www.tripadvisor.com>

#### 4.1.1.6. Nivel de calidad de los servicios brindados al turismo receptivo por los operadores turísticos en Kuélap

Del 85% de los turistas extranjeros que contrataron los servicios de una agencia de viajes para conocer Kuélap, el 50% de estos, mencionó que los servicios brindados por el operador de turismo contratado estuvieron acorde a sus deseos y necesidades y el 35% estuvo muy de acuerdo con el servicio recibido. Empero, el 15% de turistas que visitaron Kuélap van por sus propios medios.

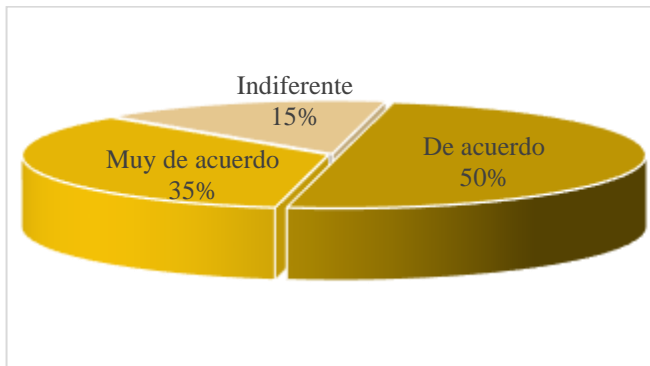


Figura 15. ¿Los servicios brindados por el operador de turismo que contrató para visitar Kuélap, se ajustaron a sus deseos y necesidades?

Elaboración: Los autores, en base a encuesta aplicada a turistas extranjeros en Chachapoyas.

El 92% los turistas extranjeros encuestados indicaron que el monumento arqueológico Kuélap como tal, es el aspecto que más les agradó al visitarla, el 62% de turistas indicó que los *paisajes* que rodean Kuélap y las *costumbres y tradiciones* de la población adyacente al recinto arqueológico es otro aspecto que asimismo les llamó la atención, para el 38% de los turistas extranjeros que visitan Kuélap consideran que hacer trekking es una de los aspectos que también les agradó, y a un tercio (31%) de turistas les atrajo el precio (lugar económico).

Tabla 9

¿Qué es lo que más le agradó de su visita a Kuélap?

Indicadores de medición	Respuestas	Porcentaje de casos
	Nº	
El monumento arqueológico de Kuélap	24	92%
Paisajes naturales	16	62%
Su gente (costumbres / tradiciones)	16	62%
Hacer trekking	10	38%
Lugar económico (precios cómodos)	8	31%

Elaboración: Los autores, en base a encuesta aplicada a turistas extranjeros en Chachapoyas.

El 54% de turistas extranjeros encuestados que visitó Kuélap considera que el *estado de conservación* del monumento arqueológico es *excelente*, mientras que el 35% de turistas considera a este aspecto como *bueno* y el 12% lo califica como *regular*, la limpieza la Fortaleza de Kuélap es considerada como *bueno* por el (54%) de visitantes extranjeros, además el 62% de turistas considera a las vías de acceso a Kuélap como *bueno*.

En cuanto al nivel de percepción de los servicios turísticos en Kuélap, el 77% de los turistas extranjeros encuestados califica como excelente al *trato del guía* y el 15% como *bueno*, el costo del tour a Kuélap es considerado como bueno por el 58% de visitantes extranjeros.

Tabla 10

*Niveles de calificación del circuito a Kuélap, en relación a su infraestructura y calidad de los servicios turísticos.*

Niveles de calificación	Excelente	Bueno	Regular	Indiferente
Estado de conservación de Kuélap	54%	35%	12%	-
Limpieza de Kuélap	38%	54%	8%	-
Vías de acceso a Kuélap	35%	62%	4%	-
Señalización de camino a Kuélap	31%	65%	4%	-
Servicios higiénicos en Kuélap	23%	38%	38%	-
Seguridad / Vigilancia	50%	50%	-	-
Trato del guía turístico	77%	15%	-	8%
Costo del tour a Kuélap	35%	58%	-	8%

Elaboración: Los autores, en base a encuesta aplicada a turistas extranjeros en Chachapoyas.

El 77% de los turistas extranjeros manifestó estar *muy satisfecho* al visitar la Fortaleza de Kuélap y el 23% restante de los encuestados también indicó quedar satisfecho luego de haber conocido este monumento arqueológico.

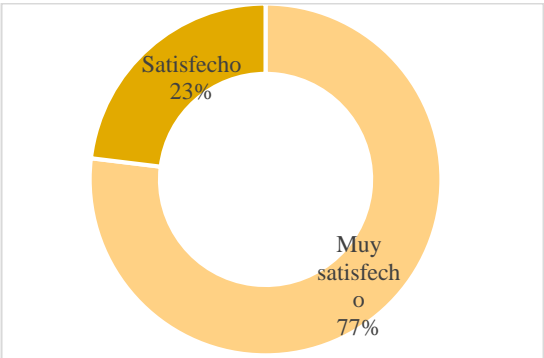


Figura 16. Nivel de satisfacción que los turistas extranjeros experimentan al visitar Kuélap

Elaboración: Los autores, en base a encuesta aplicada a turistas extranjeros en Chachapoyas.

Los turistas extranjeros al haber experimentado un alto nivel de satisfacción al visitar Kuélap, el 46% de estos indicó que, *de todas maneras*, volverá a visitar este monumento arqueológico en alguna otra oportunidad y el 54% señaló que *posiblemente* vuelva a visitar la Fortaleza de Kuélap.

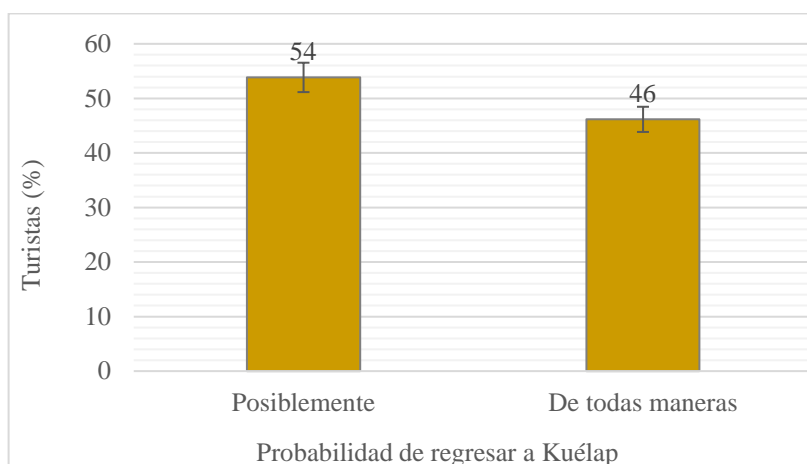


Figura 17. ¿Usted volvería a visitar la Fortaleza de Kuélap?

Elaboración: Los autores, en base a encuesta aplicada a turistas extranjeros en Chachapoyas.

Kuélap, como destino turístico tiene las mejores apreciaciones por los turistas extranjeros, es así alrededor de dos tercios (69%) de los visitantes afirmó que lo recomendaría sin ninguna duda u objeción y el 31% restante indicó que también lo recomendaría, pero haciendo algunas sugerencias.

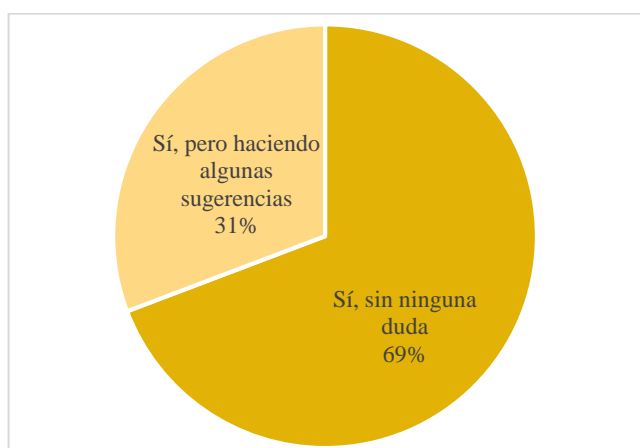


Figura 18. ¿Recomendaría a la Fortaleza de Kuélap como destino turístico?

Elaboración: Los autores, en base a encuesta aplicada a turistas extranjeros en Chachapoyas.

#### 4.1.2. Factores que inciden en la competitividad de los servicios turísticos en Kuélap

##### 4.1.2.1. Infraestructura turística de la Fortaleza de Kuélap

El 15% de los operadores de turismo encuestados y que prestan servicio de tours a la Fortaleza de Kuélap consideran que si se está haciendo una adecuada preservación y conservación arqueológica de las áreas de uso turístico de Kuélap. Sin embargo, el 85% señaló lo contrario, argumentando las siguientes razones:

- Hasta la actualidad no hay mejoras evidentes del monumento arqueológico, ya que las murallas están en peligro de colapsar.
- Se requiere mejorar su conservación y realizar mantenimiento constante.
- Poca intervención en investigaciones arqueológicas.
- Requiere mayor difusión turística y puesta en valor.

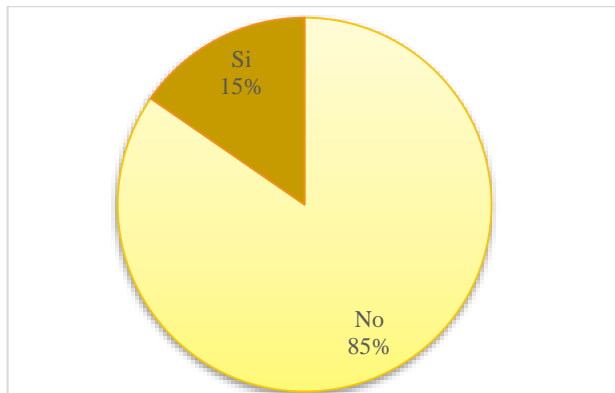


Figura 19. ¿Considera que se está haciendo una adecuada preservación y conservación arqueológica de las áreas de uso turístico de Kuélap?

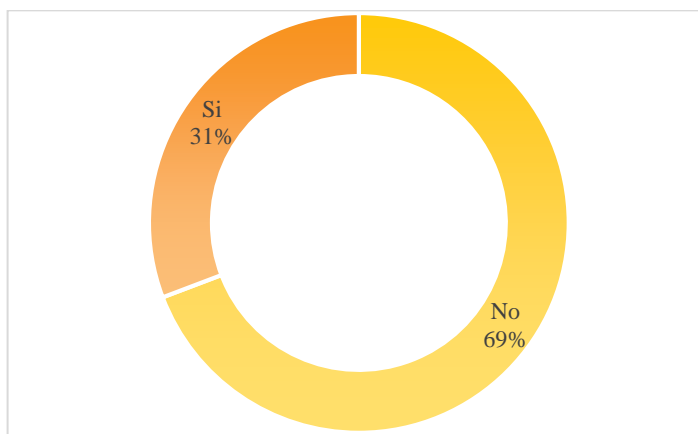
Elaboración: Los autores, en base a encuesta aplicada a operadores de turismo en Chachapoyas.

Según criterio de los operadores de turismo encuestados, el 31% de estos considera que la infraestructura turística de la Fortaleza de Kuélap si tiene la capacidad para recibir a más de 100 mil turistas por año. Sin embargo, el 69% estima que la infraestructura turística de este monumento arqueológico no tiene la capacidad para recibir a más de 100 mil turistas por año como mínimo, para que el proyecto del Sistema de Telecabinas Kuélap sea rentable y sostenible en el tiempo, por las siguientes razones:

- ❖ Kuélap, tiene más de seis años mal administrado, además no se cuenta con un estudio de capacidad de carga, plan de manejo, ni monitoreo.
- ❖ Falta de conservación y mantenimiento en las superficies de las murallas de contención para el soporte del primer nivel de la Fortaleza de Kuélap.
- ❖ Falta de mantenimiento y poco cuidado por la entidad que lo administra.

Para cambiar esta realidad proponen mejorar los siguientes aspectos:

- ✓ Se necesita más restauración para mejorar la articulación del Complejo Arqueológico Monumental Kuélap.
- ✓ Incrementar la infraestructura hotelera y mejorar los servicios básicos.
- ✓ Capacitar al personal de guiado en el dominio de otros idiomas y atención al turista.
- ✓ Que las autoridades hagan su trabajo, capaciten e inviertan.
- ✓ El Estado tiene que incentivar a la inversión privada.



*Figura 20. ¿Considera que la infraestructura turística de la Fortaleza de Kuélap tiene la capacidad para recibir a más de 100 mil turistas por año?*

Elaboración: Los autores, en base a encuesta aplicada a operadores de turismo en Chachapoyas.

*Entrevista al encargado del área de Patrimonio Arqueológico de la Dirección Regional de Cultura de Amazonas.*

Para contrastar la información vertida en la encuesta aplicada a los representantes de las Agencias de Viaje y Turismo en Chachapoyas, se llevó a cabo una entrevista al Sr. Manuel Malaver Pizarro, encargado del área de Patrimonio Arqueológico de la Dirección Regional de Cultura de Amazonas (DRC - Amazonas); el sustento de sus respuestas se muestra a continuación.

1. La DRC - Amazonas, ¿realiza labores de mejoramiento de la presentación y conservación de la Zona Arqueológica Monumental Kuélap? ¿Con qué frecuencia?

Rpta. El entrevistado refirió que, si realizan tales labores durante todos los días del año.

2. Con la ejecución del proyecto Sistema de Telecabinas Kuélap ¿Se ha realizado trabajos de investigación, conservación y acondicionamiento turístico de la Fortaleza de Kuélap?

Rpta. El entrevistado mencionó que con la ejecución del proyecto del Sistema de Telecabinas Kuélap no se han realizado tales trabajos.

3. Con la ejecución del proyecto Sistema de Telecabinas Kuélap ¿El Ministerio de Cultura de qué manera brinda el soporte necesario para promover, conservar y mantener el recurso turístico Fortaleza de Kuélap?

Rpta. El Ministerio de Cultura a través de la DRC - Amazonas tiene personal permanente para el mantenimiento que se realiza a diario.

4. ¿Considera que la Fortaleza de Kuélap está en condiciones de recibir a más de 100 mil turistas anuales que proyecta el gobierno para rentabilizar el proyecto de las telecabinas?

Rpta. El entrevistado mencionó que desconoce, ya que aún no se ha hecho el estudio de carga máxima permitida.

5. La DRC - Amazonas como ente administrador de la zona arqueológica monumental Kuélap ¿De qué manera está interviniendo para que el incremento de visitantes a Kuélap no afecten su infraestructura y sostenibilidad?

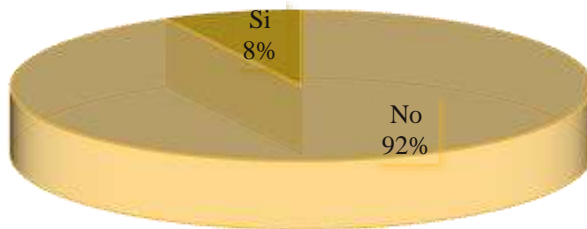
Rpta. La DRC - Amazonas realiza trabajos de conservación preventiva, monitoreo, apuntalar todas las estructuras en mal estado y lleva a cabo trabajos de conservación (Malaver, 2016).

#### ***4.1.2.2. Sostenibilidad de la actividad turística en Kuélap***

Según criterio de los operadores de turismo encuestados, solamente el 8% de estos considera que el corredor turístico Chachapoyas - Kuélap cuenta con adecuados servicios turísticos; mientras que el 92% opina lo contrario, y que a su vez recomiendan mejorar y/o emprender los siguientes servicios:

- ✓ Las autoridades competentes tienen que realizar un adecuado ordenamiento territorial para que Tingo Nuevo no tenga el desorden como el distrito de Aguas Calientes (Machu Picchu).

- ✓ Profesionalizar recursos humanos (guías y mandos medios).
- ✓ Implementar los servicios de *Planta Turística*, empresas que facilitan al turista la permanencia en el lugar de destino (alojamiento, restauración, esparcimiento, desplazamiento, etc.).
- ✓ Empezar servicios de restaurantes en Tingo Nuevo.
- ✓ Mejorar las vías de conectividad.
- ✓ Mejorar e incrementar los servicios de alojamiento y restaurantes.



*Figura 21.* Para dinamizar la actividad turística en Kuélap y que el proyecto de las telecabinas sea sostenible ¿Cree que el corredor turístico Chachapoyas - Kuélap ya cuenta con adecuados servicios turísticos?

Elaboración: Los autores, en base a encuesta aplicada a operadores de turismo en Chachapoyas.

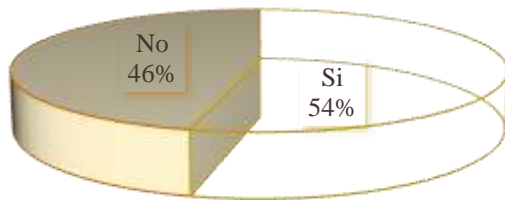
El 54% de los operadores de turismo encuestados cree que con la operación del sistema de telecabinas la actividad turística en Kuélap si tendrá un crecimiento ordenado, por las siguientes razones:

- Por la accesibilidad que van a tener los turistas al viajar en un medio de transporte más rápido (telecabinas).
- Se realizará alianzas estratégicas
- Ya que al existir el sistema de telecabinas habrá un mejor control del flujo de turistas.
- Se está trabajando en la conservación y presentación del monumento arqueológico.
- Porque como agencias de viaje, sus clientes (turistas) son orientados con un tour conducto especializado.

Sin embargo, el 46% de los operadores de turismo encuestados manifestaron estar en desacuerdo por los siguientes motivos:

- No se está trabajando en ordenamiento territorial, normatividad, supervisión y sanción de prestadores de servicios turísticos.
- Porque no se cuenta con todos los servicios adecuados.

- No hay un plan, ni capacitaciones por parte de las autoridades competentes con el proyecto.
- Porque el incremento de turistas que visitarán Kuélap no está planificado.



*Figura 22.* En su opinión, con la operación del sistema de transporte por telecabinas ¿Cree que la actividad turística en Kuélap tendrá un crecimiento ordenado?

Elaboración: Los autores, en base a encuesta aplicada a operadores de turismo en Chachapoyas.

#### **4.1.2.3. Calidad en la prestación de servicios que brindan los operadores de turismo**

Tal como se muestra en la Tabla N° 11, ante la pregunta, su opinión ¿Considera que la calidad de los servicios ofrecidos en el corredor turístico Chachapoyas - Kuélap cumplen con las expectativas de los turistas extranjeros? Siete (54%) de los trece operadores de turismo encuestados manifestaron que la calidad de los servicios ofrecidos en el corredor turístico Chachapoyas - Kuélap sí cumplen las expectativas de los turistas extranjeros en lo referente a la *infraestructura hotelera y servicio de los tours transporte*; en contraste, el 46% de los operadores de turismo que prestan servicio de tours a Kuélap manifestó que la calidad de la *infraestructura hotelera* y los servicios de *tours transporte* no cumplen con las expectativas de los turistas extranjeros.

En lo referente a la calidad del servicio de guiado y servicios de restaurant solamente el 23% de los operadores de turismo considera que sí cumplen con las expectativas de los turistas extranjeros. Sin embargo, el 77% de estos manifestó que tales servicios no cumplen con las expectativas de los turistas extranjeros.

Tabla 11

*Percepción de la calidad de servicios ofrecidos en el corredor turístico Chachapoyas - Kuélap.*

Servicios turísticos	De acuerdo		En desacuerdo	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Infraestructura hotelera	7	54%	6	46%
Guías tours	3	23%	10	77%
Tours transporte	7	54%	6	46%
Servicios de restaurants	3	23%	10	77%

Elaboración: Los autores, en base a encuesta aplicada a operadores de turismo en Chachapoyas.

Los operadores de turismo consideran que para mejorar la calidad de los servicios ofrecidos en el corredor turístico Chachapoyas - Kuélap, se debe mejorar los cuatro aspectos mencionados en la pregunta anterior (Tabla N° 11), unos en mayor medida que otros, por las siguientes razones:

- ✓ Los cuatro servicios deben ser mejorados por la deficiencia y para evitar el desorden.
- ✓ De adolece de Guías / orientadores que dominen inglés u otro idioma extranjero.
- ✓ El servicio que prestan los restaurantes es pésimo por la infraestructura inadecuada de sus ambientes, malos hábitos de higiene e inadecuada atención al cliente.
- ✓ Los servicios de guiado actualmente están en manos de empíricos en la mayoría de operadores de turismo.

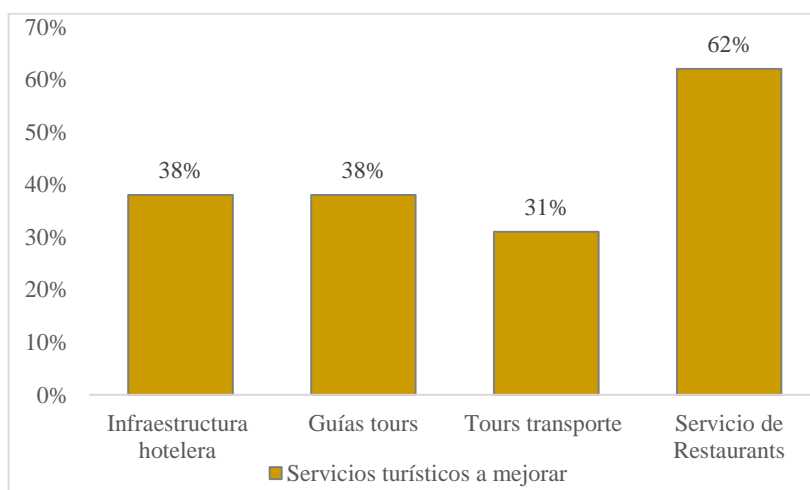


Figura 23. ¿De estos servicios cuál o cuáles recomienda mejorar y por qué razón?

Elaboración: Los autores, en base a encuesta aplicada a operadores de turismo en Chachapoyas.

#### 4.1.2.4. Operadores de turismo con personal capacitado

El 77% de los operadores de turismo encuestados manifestó que si cuentan con los suficientes recursos humanos capacitados en servicios turísticos para atender el incremento de turistas que visitarán Kuélap con la puesta en operación del sistema de telecabinas. Sin embargo, el 23% de los operadores que presta servicio de tours a Kuélap manifestó adolecer de tales recursos humanos capacitados en servicios turísticos para atender el incremento de más de 100 turistas al año que visitaran Kuélap, ante esta realidad son conscientes que deben capacitar a todos sus trabajadores y contar con guías que dominen más de dos idiomas, pero también sugieren que el Estado debe invertir más en capacitaciones.

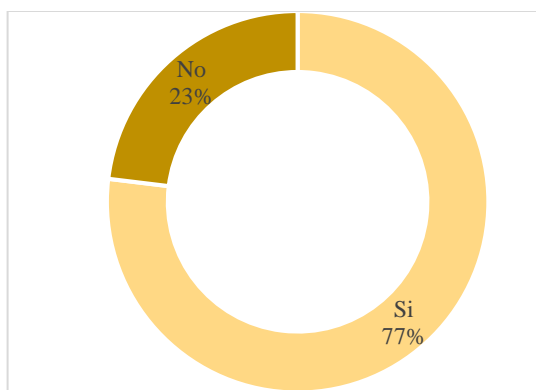


Figura 24. ¿Su empresa cuenta con los suficientes recursos humanos capacitados en servicios turísticos para atender el incremento de turistas que visitarán Kuélap?

Elaboración: Los autores, en base a encuesta aplicada a operadores de turismo en Chachapoyas.

#### 4.1.2.5. Costos competitivos de los operadores de turismo

El precio del tour (actual)<sup>6</sup> que vienen cobrando los operadores de turismo a los turistas extranjeros que visitan Kuélap, está entre S/. 60 y S/. 100 por persona (incluyendo servicio de guiado, boleto de entrada a Kuélap y tours transporte), tales costos del tour varían en función al operador turístico, la mayoría de estos y en promedio cobra S/. 80 por el servicio de tours a la Fortaleza de Kuélap.

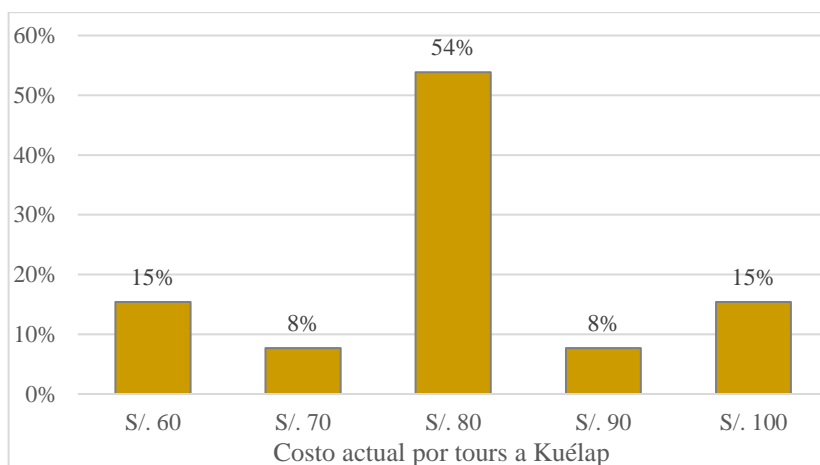


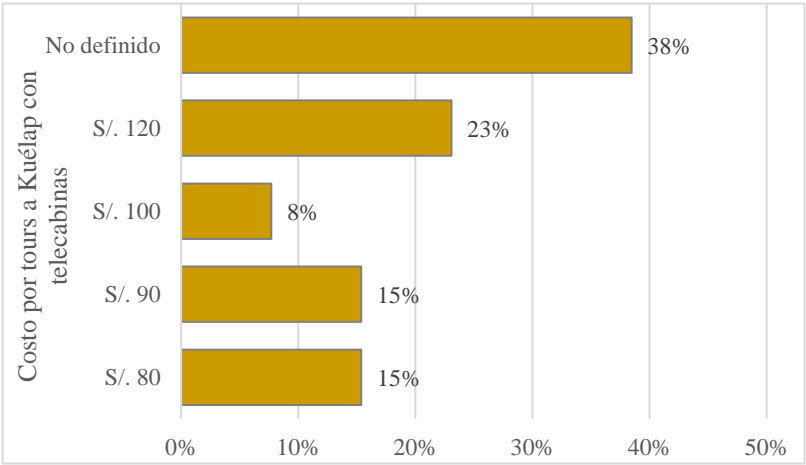
Figura 25. Costo actual para turistas extranjeros por el tour a Kuélap.

Elaboración: Los autores, en base a encuesta aplicada a operadores de turismo en Chachapoyas.

Con la puesta en operación del Sistema de Telecabinas Kuélap, el 62% de los operadores de turismo que realizan servicio de tours a la Fortaleza de Kuélap, ya han definido cuál será el

<sup>6</sup> Hasta antes de la puesta en operación el Sistema de Telecabinas Kuélap, y que iniciará en febrero del 2017.

precio para turistas extranjeros por el tour a Kuélap, y que estará entre S/. 80 y S/. 120 por persona (incluyendo servicio de guiado, boleto de entrada a Kuélap y tours transporte). Sin embargo, el 38% aún no definen cual será el precio del tour a Kuélap.



*Figura 26. Costo para turistas extranjeros por el tour a Kuélap con la operación de las telecabinas.*  
Elaboración: Los autores, en base a encuesta aplicada a operadores de turismo en Chachapoyas.

**4.1.2.6. Recursos tecnológicos al servicio del turista**

El 92% de los operadores de turismo en Chachapoyas indicaron que disponen de internet Wi-Fi al servicio del turista. El 23% han desarrollado aplicativos móviles que les sirva de guía y medio de contacto a los turistas con el operador de turismo que contraten; en cambio, el 77% no cuenta con algún aplicativo móvil.

Tabla 12  
*Recursos tecnológicos que estén disponibles al servicio del turista.*

Recursos tecnológicos	Si dispone		No dispone	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Internet Wi-Fi	12	92%	1	8%
GPS	2	15%	11	85%
Aplicativo móvil	3	23%	10	77%

Elaboración: Los autores, en base a encuesta aplicada a operadores de turismo en Chachapoyas.

**4.1.2.7. Constante innovación y actualización de los operadores turísticos**

Con la ejecución del proyecto del Sistema de Telecabinas Kuélap, a los operadores de turismo en Chachapoyas se les preguntó, si ¿El MINCETUR ha realizado capacitaciones y/o

instrucciones sobre buenas prácticas en calidad turística? A lo que el 69% de estos, mencionó que el estado a través del MINCETUR no ha realizado tales capacitaciones y/o instrucciones; *salvo en convenio con CENFOTUR ha capacitado sólo a la población del entorno rural a la Fortaleza de Kuélap: Tingo. María y Kuélap*. Sin embargo, el 31% indicó que, si han recibido tales capacitaciones por parte del MINCETUR, que han sido realizadas por CENFOTUR y que consistieron en:

- Orientación en recepción de turistas a hoteles
- Capacitación en atención a agencias de viaje.
- Manipulación de alimentos, atención al cliente y técnicas de cocina a restaurantes.

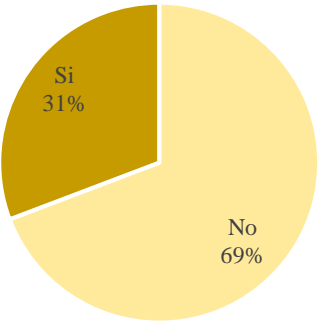


Figura 27. Capacitaciones sobre buenas prácticas en calidad turística dadas por el MINCETUR.

Elaboración: Los autores, en base a encuesta aplicada a operadores de turismo en Chachapoyas.

La estrategia que más aplican los operadores de turismo en Chachapoyas para captar a turistas extranjeros a que visiten Kuélap, son las *promociones que lanzan vía web y redes sociales* (100%), luego utilizan la *Publicidad visual* (62%) como medio para captar clientes, y en menor medida hacen su participación en ferias y eventos internacionales de turismo para captar a turistas extranjeros. El 62% de los operadores de turismo indicó que los mismos turistas que tomaron los servicios de tours son quienes los recomiendan.

Tabla 13  
*Estrategias que aplican los operadores de turismo para captar a más turistas extranjeros.*

Estrategias	Respuestas	Porcentaje de casos
	Nº	
Promociones vía web y redes sociales	13	100%
Los mismos turistas nos recomiendan	8	62%
Publicidad visual	3	23%
Participación en ferias y eventos	1	8%
Folletos	1	8%

Elaboración: Los autores, en base a encuesta aplicada a operadores de turismo en Chachapoyas.

A raíz de la apertura del Aeropuerto de Jaén<sup>7</sup> con vuelos comerciales directos desde el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez (Lima) - Aeropuerto de Chumba (Jaén), más de dos tercios (77%) de los operadores de turismo encuestados, planean y/o algunos ya vienen prestando servicios de tours transporte Jaén - Chachapoyas y viceversa para los turistas que visitan Kuélap a través del aeropuerto de Jaén; mientras que el 23% restante no tiene planeado realizar este nuevo servicio de tours transporte Jaén - Chachapoyas y viceversa.

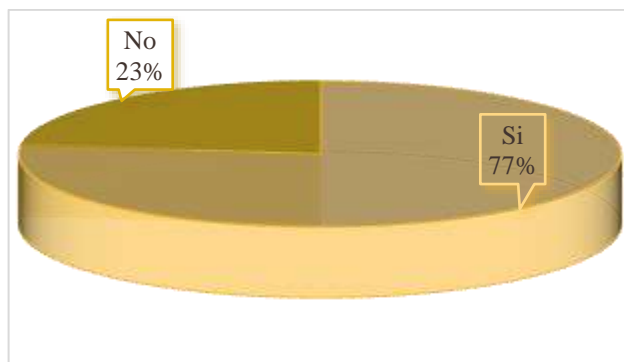


Figura 28. ¿Para los turistas que visiten Kuélap a través del aeropuerto de Jaén, planea prestar servicios de tours transporte Jaén - Chachapoyas y viceversa?

Elaboración: Los autores, en base a encuesta aplicada a operadores de turismo en Chachapoyas.

### 4.1.3. Análisis de la capacidad operativa de las agencias de viaje y turismo en Chachapoyas

#### 4.1.3.1. Experiencia en el sector turismo

De las 13 agencias de viajes y turismo encuestadas que operan en Chachapoyas, el 31% de estas tienen entre uno o menos de un año de operación, en cambio el 69% de los operadores de turismo cuentan con dos y hasta 25 años de experiencia; el promedio de los operadores de turismo tiene siete años de operación, brindando servicios de tours en Chachapoyas.

<sup>7</sup> El Aeropuerto de Chumba - en la provincia de Jaén, viene teniendo vuelos comerciales Lima - Jaén y viceversa desde el pasado 30/09/2016, a través de la aerolínea LATAM: [https://www.latam.com/es\\_pe/](https://www.latam.com/es_pe/)

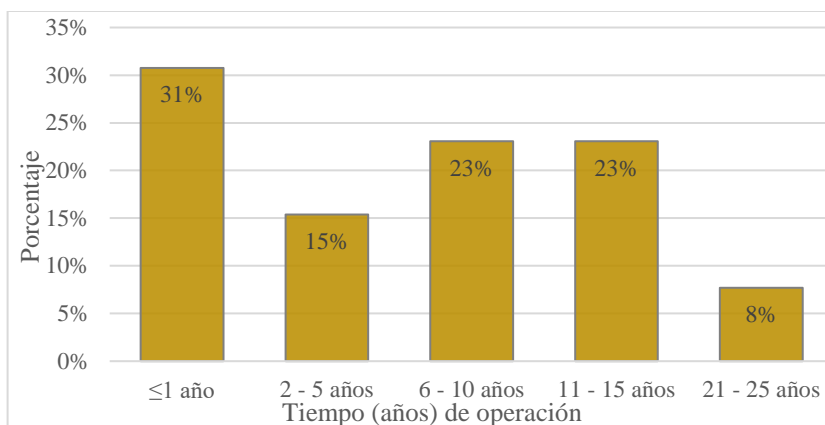


Figura 29. Tiempo de operación como agencia de viajes y turismo

Elaboración: Los autores, en base a encuesta aplicada a operadores de turismo en Chachapoyas.

#### 4.1.3.2. Capacidad operativa actual y proyectada

Los operadores de turismo en Chachapoyas realizan entre uno hasta tres tours por día a Kuélap, de estos el 69% lleva solamente un tour por día y a su vez tienen proyectado<sup>8</sup> llevar de dos (31%) a tres (8%) tours por día. Sin embargo, el 15% de estos no ha planeado incrementar la cantidad de tours y el otro 15% aún no ha definido cuantos tours hará por día a Kuélap. En tanto el 23% de los operadores de turismo que llevan dos tours por día, tiene proyectado llevar cinco (8%) y diez (8%) tours respectivamente por día a Kuélap, empero el 8% restante aún no ha definido. El 8% de los operadores de turismo que llevan tres tours por día en promedio a Kuélap, tienen proyectado llevar hasta quince (8%) tours por día.

Tabla 14

Cantidad de tours que realizan las agencias de viaje por día a Kuélap vs lo que proyectan realizar.

Capacidad operativa actual y proyectada		¿Cuántos tours por día proyecta llevar a Kuélap?							Total, Actual
		Uno	Dos	Tres	Cinco	Diez	Quince	Sin definir	
¿Cuántos tours por día lleva a Kuélap?	Uno	2 15%	4 31%	1 8%	- -	- -	- -	2 15%	9 69%
	Dos	- -	- -	- -	1 8%	1 8%	- -	1 8%	3 23%
	Tres	- -	- -	- -	- -	- -	1 8%	- -	1 8%
Total, Proyectada		2 15%	4 31%	1 8%	1 8%	1 8%	1 8%	3 23%	13 100%

Elaboración: Los autores, en base a encuesta aplicada a operadores de turismo en Chachapoyas.

<sup>8</sup> Con el incremento de turistas (nacionales y extranjeros) que visiten Kuélap, como efecto de la operatividad del sistema de telecabinas; la mayoría de las agencias de viaje y turismo en Chachapoyas tienen proyectado ampliar su capacidad operativa.

Con la información proporcionada en la encuesta aplicada a los representantes de los operadores de turismo en Chachapoyas, estos llevan desde cinco hasta 50 turistas por día a Kuélap, dependiendo de su capacidad operativa y temporada de visitas; el promedio de estos operadores lleva 15 turistas a visitar Kuélap por día. Con la puesta en operación del Sistema de Telecabinas Kuélap y consiguiente efecto en el aumento de visitantes (nacionales y extranjeros) a la Fortaleza de Kuélap, todos los operadores de turismo en Chachapoyas tienen proyecciones de aumentar el número de turistas que llevarán a Kuélap, desde 10 hasta 250 turistas por día en proporción a su capacidad operativa, y el promedio de estas agencias proyecta llevar 67 turistas por día. Sin embargo, el 23% de las agencias de viaje en Chachapoyas aún no ha definido la cantidad de turistas que proyectan llevar a visitar Kuélap.

Tabla 15

*Número de turistas que los operadores de turismo llevan por día a Kuélap vs lo que proyectan.*

Capacidad operativa actual y proyectada		¿Cuántos turistas promedio llevará por día a Kuélap?						Total, Actual
		10 - 50	51 - 100	101 - 150	151 - 200	201 - 250	Sin definir	
¿Cuántos turistas promedio lleva por día a Kuélap?	≤ 5	3 23%	-	-	-	-	1 8%	4 31%
	6 - 10	3 23%	1 8%	-	-	-	-	4 31%
	11 - 15	-	-	-	-	-	2 15%	2 15%
	16 - 20	-	-	-	1 8%	-	-	1 8%
	≥ 21	-	-	1 8%	-	1 8%	-	2 15%
Total, Proyectado		6 46%	1 8%	1 8%	1 8%	1 8%	3 23%	13 100%

Elaboración: Los autores, en base a encuesta aplicada a operadores de turismo en Chachapoyas.

Según información reportada por la encuesta aplicada a las agencias de viaje y turismo en Chachapoyas, estas tienen entre uno hasta cinco guías para realizar el servicio de guiado a la Fortaleza de Kuélap, la mayoría de los operadores de turismo trabaja con un solo guía y el promedio dispone de dos guías por día para Kuélap. Como efecto del impulso que tendrá la operatividad del sistema de telecabinas en el incremento de turistas que visitarán Kuélap, el 62% de las agencias de viaje y turismo encuestadas tienen proyecciones de contratar a más guías para poder atender el incremento de la demanda de visitantes a Kuélap, empero el 15% va seguir trabajando únicamente con un guía a Kuélap y el 23% aún no ha definido el número de guías con los que seguirá trabajando a Kuélap.

Tabla 16

*Número de guías tours con que trabajan los operadores de turismo por día a Kuélap vs con lo que proyectan trabajar.*

Capacidad operativa actual y proyectada		¿Con cuántos guías por día proyecta trabajar a Kuélap?								Total, Actual
		Uno	Dos	Tres	Cuatro	Cinco	Seis	Diez	Sin definir	
¿Con cuántos guías por día trabaja a Kuélap?	Uno	2 15%	1 8%	1 8%	- -	- -	1 8%	- -	2 15%	7 54%
	Dos	- -	- -	- -	1 8%	1 8%	- -	- -	1 8%	3 23%
	Tres	- -	- -	- -	- -	1 8%	- -	- -	- -	1 8%
	Cuatro	- -	- -	- -	- -	- -	1 8%	- -	- -	1 8%
	Cinco	- -	- -	- -	- -	- -	- -	1 8%	- -	1 8%
Total, Proyectado		2 15%	1 8%	1 8%	1 8%	2 15%	2 15%	1 8%	3 23%	13 100%

Elaboración: Los autores, en base a encuesta aplicada a operadores de turismo en Chachapoyas.

Las agencias de viaje y turismo en Chachapoyas trabajan como mínimo, con dos colaboradores y otras hasta con 12 colaboradores (entre personal administrativo y guías tours), el promedio de las agencias trabaja con cuatro colaboradores. Ante el inminente incremento de la llegada de visitantes (turistas nacionales y extranjeros) a Kuélap, la mayoría (61%) de estas agencias ha planeado incrementar el número de sus colaboradores (desde tres hasta 16 cols). Sin embargo, el 15% va seguir operando con dos colaboradores y el otro 23% aún está sin definir la cantidad de colaboradores a contratar.

Tabla 17

*Número de colaboradores con que trabajan los operadores de turismo en Chachapoyas vs con los que proyectan trabajar.*

Capacidad operativa actual y proyectada		¿Con cuántos colaboradores proyecta trabajar?						Total, Actual
		Dos	Tres	Seis	Diez	Dieciséis	Sin definir	
¿Cuántos colaboradores trabajan en su empresa?	Dos	2 15%	1 8%	- -	- -	- -	1 8%	4 31%
	Tres	- -	1 8%	1 8%	- -	- -	1 8%	3 23%
	Cuatro	- -	- -	1 8%	3 23%	- -	1 8%	5 38%
	Doce	- -	- -	- -	- -	1 8%	- -	1 8%
Total, Proyectado		2 15%	2 15%	2 15%	3 23%	1 8%	3 23%	13 100%

Elaboración: Los autores, en base a encuesta aplicada a operadores de turismo en Chachapoyas.

Las agencias de viaje y turismo en Chachapoyas disponen de una hasta cuatro unidades<sup>9</sup> de transporte para prestar servicio de tours a Kuélap, la mayoría (54%) de estas agencias opera con una unidad de transporte por día a Kuélap y el promedio de las agencias trabajan con dos unidades para el servicio de tours transporte a Kuélap. El 69% de las agencias de viaje y turismo tiene proyecciones de adquirir y/o alquilar desde dos hasta veinte unidades para poder atender tal incremento de turistas que vitarán Kuélap tras la puesta en operación del sistema de transporte por telecabina. Sin embargo, el 8% no tiene planeado adquirir más unidades de transporte y el otro 23% aún no ha definido si incrementa el número de sus unidades para el servicio de tours transporte a Kuélap.

Tabla 18

*Cantidad de unidades de tours transporte con las que trabajan los operadores de turismo en Chachapoyas vs con las que proyectan trabajar.*

Capacidad operativa actual y proyectada		¿Con cuántas unidades de tours transporte proyecta trabajar?								Total, Actual
		Una	Dos	Tres	Cinco	Seis	Diez	Veinte	Sin definir	
¿Con cuántas unidades de transporte trabaja para el servicio de tours?	Una	1 8%	3 23%	1 8%	- -	- -	- -	- -	2 15%	7 54%
	Dos	- -	1 8%	- -	1 8%	- -	1 8%	- -	- -	3 23%
	Tres	- -	- -	- -	- -	1 8%	- -	- -	1 8%	2 15%
	Cuatro	- -	- -	- -	- -	- -	- -	1 8%	- -	1 8%
Total, Proyectado		1 8%	4 31%	1 8%	1 8%	1 8%	1 8%	1 8%	3 23%	13 100%

Elaboración: Los autores, en base a encuesta aplicada a operadores de turismo en Chachapoyas.

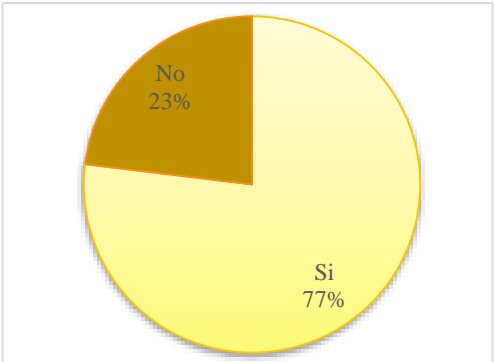
#### 4.1.3.3. *Feedback de los operadores de turismo en Chachapoyas*

Más de dos tercios (77%) de operadores de turismo que prestan servicio de tours a la Fortaleza de Kuélap consideran estar preparados y tener la capacidad operativa para atender el incremento<sup>10</sup> de la demanda turística como efecto de la puesta en operación del sistema de transporte por telecabinas. Sin embargo, el 23% de los operadores de turismo en

<sup>9</sup> La mayoría de agencias de viaje y turismo en Chachapoyas que presta servicios de tours transporte a Kuélap, trabaja con unidades propias y otras con unidades propias y/o alquiladas a la vez.

<sup>10</sup> Para que el proyecto del Sistema de Telecabinas Kuélap sea rentable y sostenible, se ha proyectado triplicar el número de turistas (nacionales y extranjeros) que visiten la Fortaleza de Kuélap y como mínimo la llegada de 100 mil turistas en el primer año de operación (2017), y así se irá incrementando el número de visitantes a este monumento arqueológico de manera progresiva hasta llegar a los 500 mil turistas en el 2026.

Chachapoyas manifestaron no estar preparados, ni tener la capacidad operativa como empresa para atender tal incremento de visitantes a Kuélap.



*Figura 30. ¿Considera que su empresa está preparada y tiene la capacidad operativa para atender tal incremento de turistas con la operación del Sistema de Telecabinas Kuélap?*

Elaboración: Los autores, en base a encuesta aplicada a operadores de turismo en Chachapoyas.

El 62% de las agencias de viaje y turismo en Chachapoyas consideran que disponer “capital de trabajo” para la adquisición de bienes y activos es el recurso que aún les falta para ser más competitivos, el 31% considera que adolece de capital humano que tenga la preparación y esté en capacidad para brindar un buen servicio a los turistas, y el 8% restante considera que tiene que hacer mejoras en los aspectos de organización y gestión de su empresa para que esta, sea más competitiva en el mercado de servicios turísticos.

Tabla 19

*Como operador de turismo, ¿Qué aspectos considera que aún le falta mejorar para ser más competitivo?*

Aspectos a mejorar para ser más competitivo	Respuestas N°	Porcentaje de casos
Disponer de capital de trabajo (bienes y activos)	8	62%
Se adolece de capital humano preparado y/o capacitado	4	31%
Organización y gestión de la empresa	1	8%

Elaboración: Los autores, en base a encuesta aplicada a operadores de turismo en Chachapoyas.

## **4.2. Discusión de resultados**

Habiendo analizado toda la información recopilada a través de los instrumentos aplicados (encuestas, revisión documental, data estadística y observación no participante), estos cumplen con su función de instrumentos fiables y válidos para la obtención y análisis de la información obtenida.

### **4.2.1. Validez de resultados**

En base al tipo de investigación que fue *aplicada* y de diseño *descriptivo* de tipo simple, se utilizó para la presente investigación el instrumento de la encuesta con preguntas de tipo abiertas y cerradas, en la cual se encuestó a los representantes de 13 operadores de turismo en Chachapoyas, también se encuestó a los turistas extranjeros después de haber visitado Kuélap.

Para el caso de la revisión documental incluye las investigaciones realizadas por instituciones, universidades, especialistas, trabajos de investigación, etc. También se hizo la revisión del estudio a nivel de perfil del proyecto Sistema de Telecabinas Kuélap, para que sirva como base de información para la elaboración de las encuestas.

### **4.2.2. Limitaciones**

Dentro de las limitaciones que se tuvo para realizar la presente investigación, la principal limitación fue la disponibilidad de tiempo de los gerentes de las agencias de viaje y turismo en Chachapoyas, al momento de aplicar la encuesta en sus respectivas oficinas, alguno de ellos no se encontraba, en ese caso se encuestó a otro personal administrativo de la empresa; otra de las limitaciones presentadas fue el no poder encuestar a turistas de todas las nacionalidades, ya que por limitado dominio de más de dos idiomas (Español e Inglés) de los encuestadores, no fue posible realizar encuestas a turistas que no hablaran inglés y/o español.

### **4.2.3. Aplicación en otras situaciones**

Tanto los instrumentos como la metodología empleada en la investigación pueden ser útiles y aplicables a otras investigaciones similares, ya que cumplen la función de indagar al detalle y recopilar la información necesaria sobre la situación actual de la actividad turística en Kuélap y a la vez sirve para analizar y conocer el nivel de calidad de los servicios turísticos que se brindan en el corredor turístico Chachapoyas - Kuélap.

A través de esta investigación se puede determinar sobre qué aspectos actuar al momento de aplicar un plan de acción para intervención en la mejora de la calidad de los servicios turísticos y puesta en valor del recurso Fortaleza de Kuélap en pro de la sostenibilidad de su infraestructura.

#### **4.2.4. Contraste con las hipótesis**

La principal hipótesis de la investigación muestra que con la puesta en operación del Sistema de Telecabinas Kuélap, el turismo receptivo tendrá un incremento sostenido, como resultado de la operatividad del sistema de transporte aéreo constituido por telecabinas y por la competitividad y la mejora continua de los servicios turísticos en el corredor turístico Chachapoyas - Kuélap.

Esta hipótesis se ha validado al demostrar que como efecto de la puesta en operación del Sistema de Telecabinas Kuélap, el turismo receptivo e interno tendrán un crecimiento consecutivo, como resultado de la operatividad del sistema de transporte por telecabinas. Sin embargo, tal incremento será sostenido siempre y cuando los operadores de turismo que prestan servicios en el corredor turístico Chachapoyas - Kuélap realicen una mejora continua en la calidad de los servicios turísticos, y además las autoridades competentes y la concesionaria Telecabinas Kuélap S.A. realicen adecuados planes de acción para promover y conservar este recurso turístico.

Respecto a las hipótesis específicas, en la primera, se planteó que hasta el 2015 la llegada de turistas extranjeros a la Fortaleza de Kuélap ha tenido un lento crecimiento, a causa de la promoción insuficiente por parte del estado y por la carencia medios y vías de acceso en condiciones adecuadas para llegar al monumento arqueológico.

Esta hipótesis fue confirmada a través del reporte estadístico de la llegada de turistas a la Fortaleza de Kuélap que proporciona el sistema de información del MINCETUR, en la que se constata el lento incremento de visitantes a este monumento arqueológico que se ve reflejado en la baja tasa de crecimiento (9%) y en la variación promedio anual del 10% desde el año base analizado 2006 hasta el 2015.

En la segunda hipótesis específica, se identificó que los factores que inciden en la competitividad de Kuélap con la puesta en operación del sistema de telecabinas, son: Calidad en la prestación de servicios que brinden los operadores de turismo, operadores de turismo con personal capacitado, infraestructura turística adecuada, costos competitivos, recursos tecnológicos al servicio del turista, constante innovación y actualización de los operadores turísticos.

Esta hipótesis es validada por el estudio de campo (encuestas a operadores de turismo y observación no participante) en donde se ha identificado y analizado a cada uno de estos factores.

Finalmente, en la tercera hipótesis planteada se aseveró que los operadores turísticos que prestan servicios de tours en el corredor turístico Chachapoyas - Kuélap no poseen la capacidad operativa suficiente para hacer frente al incremento de la demanda receptiva con la puesta en operación del Sistema de Telecabinas Kuélap.

La investigación confirma esta hipótesis al reflejar que la mayoría de los operadores de turismo en Chachapoyas actualmente trabajan con un guía y el promedio dispone de 2 guías por día para Kuélap, y más aún alguno de estos guías no tienen la preparación adecuada en el dominio de más de dos idiomas (factor crítico); esta realidad demuestra que con el incremento de visitantes que tendrá Kuélap como efecto de la puesta en operación del sistema de telecabinas, estos operadores no tendrán la suficiente capacidad de abastecer y atender de manera eficiente el incremento de la demanda receptiva.

## **V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **5.1. Conclusiones**

De acuerdo a los resultados de la investigación y analizando la información obtenida, se puede concluir que:

1. Los resultados demuestran que el grado de afluencia del turismo receptivo en la Fortaleza de Kuélap es aún bajo (20%) en comparación del turismo interno (80%); ya que en promedio por cada 10 turistas que visitan Kuélap, dos son extranjeros y ocho son nacionales, de estos (cinco son turistas nacionales, dos son regionales y uno es local), además la llegada de turistas extranjeros a Kuélap en el 2015 tuvo una variación de 4% frente al 2014, este lento incremento se ve reflejado la baja tasa de crecimiento (9%) en los últimos diez años y en la variación promedio anual del 10% desde el año base 2006 al 2015. Sin embargo, Kuélap captó el 90 % del total de turistas extranjeros que visitaron la región Amazonas en el 2015 y en comparación al flujo de turistas internacionales (3.5 millones) que llegaron al Perú en el 2015, Kuélap captó únicamente el 0.21% de los visitantes extranjeros (21 por cada mil turistas).
2. Según el perfil del turista extranjero que visitó la Fortaleza de Kuélap, estos proceden principalmente de: España (38%), Alemania (15%), Suiza (12%), Francia (11%) y Canadá (8%). El 73% de los turistas extranjeros que visitan Kuélap son mujeres y el 27% son hombres, y la edad promedio de estos visitantes está en 29 años.
3. Los resultados muestran que alrededor del 85% de los turistas extranjeros que visita Kuélap lo hace a través de una agencia de viajes, y el gasto promedio que estos realizan por conocer Kuélap es de US\$ 36 por persona.
4. Con los resultados obtenidos se evidencia que el 85% de los operadores de turismo que prestan servicio de tours a la Fortaleza de Kuélap consideran que no se está haciendo una adecuada preservación y conservación arqueológica de las áreas de uso turístico de la ciudadela fortificada; por el hecho que hasta la actualidad no hay mejoras evidentes del monumento arqueológico, ya que las murallas de contención están en peligro de colapsar, también porque Kuélap, tiene más de seis años que está siendo mal administrado, además

no se cuenta con un estudio de capacidad de carga, tampoco plan de manejo y ni monitoreo constante; es por estas razones que el 69% de los operadores de turismo consideran que la infraestructura turística de la Fortaleza de Kuélap no tiene la capacidad para recibir a más de 100 mil turistas por año, que el gobierno ha proyectado para que el proyecto del Sistema de Telecabinas Kuélap sea rentable.

5. Según criterio de los operadores de turismo que prestan servicio de tours a Kuélap, el 92% de estos considera que el corredor turístico Chachapoyas - Kuélap no cuenta con adecuados servicios turísticos y para mejorar esta realidad recomiendan mejorar y/o emprender los siguientes servicios: Implementar los servicios de *Planta Turística*, empresas que facilitan al turista la permanencia en el lugar de destino (alojamiento, restauración, esparcimiento, desplazamiento, etc.), también se tiene que profesionalizar al recurso humano (guías y personal administrativo).
6. Los resultados demuestran que más de dos tercios (77%) de los operadores de turismo encuestados manifestó contar con los suficientes recursos humanos capacitados en servicios turísticos para atender el incremento de turistas que visitarán la Fortaleza de Kuélap con la puesta en operación del Sistema de Telecabinas Kuélap. Sin embargo, al preguntarles si ¿Consideran que la calidad de los servicios de guiado en el corredor turístico Chachapoyas - Kuélap cumplen con las expectativas de los turistas extranjeros? Ante esto, el 77% considera que tales servicios no cumplen con la expectativa de los turistas extranjeros que visitan Kuélap, por el hecho que la mayoría de guías no cuenta con la preparación profesional adecuada para tal fin.
7. Los resultados demuestran que la estrategia que más aplican los operadores de turismo para captar clientes (turistas extranjeros) a que visiten Kuélap, son las *promociones* que lanzan *vía web y redes sociales* (100%), luego utilizan la *publicidad visual* (62%), y en menor medida hacen su *participación en ferias y eventos internacionales de turismo* como estrategia para captar a turistas extranjeros. En tanto el 62% de los operadores de turismo indicaron que los turistas que contrataron sus servicios de tours son quienes los recomiendan; y esto se evidencia con la información vertida por los turistas extranjeros al manifestar que obtuvieron información sobre Kuélap a través de amigos (19%).

8. Con los resultados obtenidos se evidencia que las agencias de viaje y turismo en Chachapoyas, llevan desde cinco hasta 50 turistas por día a Kuélap, dependiendo de su capacidad operativa, temporada de visitas y cantidad de turistas que consigan; el promedio de las agencias de viaje lleva 15 turistas a visitar Kuélap por día. Con la puesta en operación del Sistema de Telecabinas Kuélap y consiguiente efecto en el aumento de visitantes (nacionales y extranjeros) a la Fortaleza de Kuélap, el 77% los operadores de turismo en Chachapoyas tienen proyecciones de aumentar el número de turistas que llevarán a Kuélap, desde 10 hasta 250 turistas por día en proporción a su capacidad operativa, y el promedio de estas agencias proyecta llevar 67 turistas por día.
9. Los resultados demuestran que las agencias de viaje y turismo en Chachapoyas, tienen entre un guía hasta cinco guías para realizar el servicio de guiado a Kuélap, la mayoría de los operadores de turismo trabaja con un solo guía y el promedio dispone de dos guías por día para Kuélap. Como efecto del impulso que tendrá la operatividad del sistema de telecabinas en el incremento de turistas que visitarán Kuélap, el 62% de las agencias de viaje y turismo tienen proyecciones de contratar a más guías para poder atender el incremento de visitantes a Kuélap. Sin embargo, el 15% va seguir trabajando únicamente con un guía a Kuélap y el 23% aún no ha definido el número de guías con los que seguirá trabajando a Kuélap.
10. Las agencias de viaje y turismo en Chachapoyas trabajan como mínimo, con dos colaboradores y otras hasta con 12 colaboradores (entre personal administrativo y guías tours), el promedio de las agencias trabaja con cuatro colaboradores. Ante el inminente incremento de la llegada de visitantes (turistas nacionales y extranjeros) a Kuélap, la mayoría (61%) de estas agencias ha planeado incrementar el número de sus colaboradores (desde tres hasta 16 colaboradores). Sin embargo, el 15% va seguir operando con dos colaboradores y el otro 23% aún está sin definir la cantidad de colaboradores a contratar.
11. Los resultados muestran que el 62% de las agencias de viaje y turismo en Chachapoyas consideran que disponer de *capital de trabajo* para la adquisición de bienes y activos es el recurso que aún les falta para ser más competitivos, en cambio el 31% considera que *adolece de capital humano* que tenga la preparación y esté en capacidad para brindar un buen servicio a los turistas.

## 5.2. Recomendaciones

Las siguientes recomendaciones constituyen una recopilación producto de la información comprendida en esta investigación, por lo que se debe tener en cuenta una serie de aspectos a mejorar en el ámbito servicios e infraestructura en el corredor turístico Chachapoyas - Kuélap.

*Para los operadores de turismo en Chachapoyas:*

1. Las agencias de viaje y turismo como empresas prestadoras de servicios de tours a la Fortaleza de Kuélap, se les recomienda estar mejor preparados y aumentar su capacidad operativa para afrontar de manera eficiente el incremento de la demanda receptiva e interna que tendrá Kuélap a partir del año 2017 como efecto de la puesta en operación del Sistema de Telecabinas Kuélap.

*Para la Dirección Regional de Cultura de Amazonas:*

2. A la DRC - Amazonas como ente administrador de la Zona Arqueológica Monumental Kuélap, se le recomienda brindar el soporte necesario y mejorar su eficiencia para promover, conservar y mantener este recurso turístico; además realizar el estudio de carga máxima permitida y de esta manera el incremento de visitantes a Kuélap no afecten su infraestructura y sostenibilidad.
3. Para las entidades e instituciones involucradas en este contexto es imprescindible que apoyen y lleven a cabo los esfuerzos necesarios para que se cumplan las metas planteadas en el proyecto Sistema de Telecabinas Kuélap, de modo que se logre efectuar el fin (Incremento de los ingresos económicos de la población del corredor turístico Chachapoyas - Kuélap) propuesto en este proyecto.

*Para la Sociedad concesionaria Telecabinas Kuélap S.A.:*

4. La empresa Franco - Peruana Telecabinas Kuélap S.A. como entidad ejecutora y encargada de la operación y mantenimiento del proyecto (Sistema de Telecabinas Kuélap) y teniendo un plazo de concesión por 20 años, tiene que realizar su función de manera eficiente y llevar una adecuada coordinación y comunicación con las entidades de los sectores tanto público como privado para coadyuvar en la consecución de las metas propuestas en el proyecto.

*Para los investigadores:*

5. La presente investigación es de carácter *descriptivo*, no precisa una medición correlacional de sus variables, y además el proyecto (Sistema de Telecabinas Kuélap), está por iniciar su fase de operación, por tal motivo se sugiere realizar otra investigación de tipo *explicativa* cuando este proyecto al menos tenga dos años de operación para así poder medir el cumplimiento de los objetivos planteados en este, y contrastarlos con el nivel de calidad de los servicios turísticos en el corredor turístico Chachapoyas - Kuélap y el consiguiente grado de afluencia de turistas extranjeros a este complejo arqueológico.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agencia de Promoción de la Inversión Privada - Perú [ProInversión]. (noviembre de 2013). *Estudio a Nivel de Perfil del Proyecto: "Mejoramiento de los servicios turísticos públicos Zona Arqueológica Monumental Kuélap, Distrito de Tingo, Provincia de Luya, Amazonas"*. Obtenido de <http://bit.ly/2f4I1ZY>
- Álvarez, M., Aparicio, M., Becerra, S., & Ruiz, J. (2006). *Plan estratégico para el desarrollo del turismo de aventura en Lunahuaná 2006-2011 (Tesis de Maestría)*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Begazo, J. (2007). Competitividad y percepción del servicio turístico peruano estudio de investigación 2005. *Gestión en el Tercer Milenio*, 10(19), 45-52.
- Bosch et al. (2001). *Turismo y Medio Ambiente*. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces.
- Bravo, A., & Rincon, D. (2013). *Estudio de competitividad en el sector turismo en Colombia (Tesis de Grado)*. Bogotá: Universidad Del Rosario.
- Bravo, M. (2004). "La competitividad del sector turístico". Boletín Económico. *Banco de España*, 9, 1-18.
- CabrioWorldsFirst. (2013). *Estreno mundial en el monte Stanserhorn*. Recuperado el 30 de marzo de 2016, de [www.cabrio.ch](http://www.cabrio.ch)
- Crouch, G., & Ritchie, J. (1999). "Tourism, competitiveness and societal prosperity". *Journal of Business Research*, 44, 137-152.
- D'Hautesserre, A. (2000). "Lessons in managed destination competitiveness: the case of Foxwoods Casino Resort". *Tourism Management*, 21, 23-32.
- Díaz, F. (2006). *Política turística: La competitividad y sostenibilidad de los destinos turísticos*. Valencia: Tirant Lo Blanch.
- Diéguez, I., Gueimonde, A., Sinde, A., & Blanco, L. (2011). Análisis de los principales modelos explicativos de la competitividad de los destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad. *Cultur*, 5(2), 1-24.
- Doppelmayr. (2014). *Bolivia: Está en marcha la mayor red de teleféricos urbana*. Recuperado el 02 de abril de 2016, de <http://bit.ly/1qnOHTH>
- Dwyer, L., & Kim, C. (2002). "Destination Competitiveness: A Model and Determinants". *Turismo Net*, 1-12.
- Dwyer, L., & Kim, C. (2003). "Destination Competitiveness: Determinants and indicators". *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369-414.

- El Comercio. (12 de marzo de 2016). Inician instalación de 26 telecabinas del teleférico de Kuélap. *El Comercio*, págs. 1-2. Recuperado el 06 de abril de 2016, de <http://bit.ly/1XhjE6L>
- ElPeruano. (junio de 2016). *Decreto Supremo N° 004 -2016-MINCETUR: Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo*. Obtenido de Normas Legales: <http://bit.ly/1UKeP5y>
- EnPerú. (2014). *Kuélap*. Recuperado el 11 de octubre de 2016, de <http://www.enperu.org/amazonas/kuelap-amazonas-departamentos-turistico-peru/>
- Flores, D., & Barroso, M. (2009). *Análisis de la competencia en la actividad turística*. Oviedo: Septem ediciones.
- Garau, J. (03 de mayo de 2006). "Propuesta de dos índices para la mediación de la competitividad de los destinos de sol y playa del Mediterráneo: avance de resultados desde el punto de vista de la demanda". (E.-F. Barcelona, Ed.) *XV Simposio Internacional de turismo y ocio*, págs. 1-7.
- Gobierno Regional de Amazonas. (2014). *Fortaleza de Kuelap*. Obtenido de Centros Turísticos: [http://www.regionamazonas.gob.pe/sede/detalle\\_directorio.php?id=7&tipo](http://www.regionamazonas.gob.pe/sede/detalle_directorio.php?id=7&tipo)
- González, R., & Mendieta, M. (2009). "Reflexiones sobre la conceptualización de la competitividad de destinos turísticos". *Cuadernos de Turismo*, 23, 111-128.
- Gooroochurn, N., & Sugiyarto, G. (2005). "Competitiveness indicators in the travel and tourism industry". *Tourism Economics*, 11(1), 25-43.
- Hassan, S. (2000). "Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry". *Journal of Travel Research*, 38, 239-245.
- Hong, W. (2009). "Global competitiveness measurement for the tourism sector". *Current Issues in Tourism*, 12(2), 105-132.
- Ibarra, G. (2012). *Replanteamiento del Teleférico de Quito (Tesis de Grado)*. Quito: Universidad San Francisco de Quito. Recuperado el 22 de marzo de 2016, de <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/1889/1/104914.pdf>
- Inskeep, E. (1991). *Tourism planning: An integrated and sustainable development approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Joinrio. (2016). *Teleférico Río de Janeiro*. Recuperado el 23 de marzo de 2016, de <http://www.joinrio.com/ES/rio-es/atracciones/teleferico>
- Kim, C., & Dwyer, L. (2003). "Destination Competitiveness and Bilateral Tourism Flows Between Australia and Korea". *The Journal of Tourism Studies*, 14(2), 55-67.
- León, J. (20 de junio de 2016). El teleférico Kuélap estará abierto al público recién en noviembre. *LaRepublica.pe*, págs. 3-4. Obtenido de <http://bit.ly/2ekILZ9>
- Malaver, M. (24 de Setiembre de 2016). Entrevista al encargado del área de Patrimonio Arqueológico de la Dirección Desconcentrada de Cultura de Amazonas. (A. Peláez, Entrevistador)

- Mazaro, R. (2007). "A sustentável leveza do visitar: modelo de avaliação de competitividade e sustentabilidade estratégica dos destinos turísticos". *Turismo-Visão e Ação*, 9(3), 325-339.
- Mazaro, R., & Varzin, G. (2008). "*Competitiveness Models for Tourist Destinations into the Sustainability Context*". Curitiba: RAC.
- Mazaro, R., & Varzin, G. (2008). "Competitiveness Models for Tourist Destinations into the Sustainability Context". *RAC*, 12(3), 789-809.
- MINCETUR. (2009). *Conceptos Fundamentales del Turismo*. Recuperado el 30 de marzo de 2016, de [http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/Producto\\_turistico/Fit/fit/Guias/Amazonas.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/Producto_turistico/Fit/fit/Guias/Amazonas.pdf)
- MINCETUR. (02 de julio de 2013). *Zona Arqueológica Monumental Kuélap*. Obtenido de <http://bit.ly/2eBrmMi>
- MINCETUR. (2016). *Conceptos claves: Corredor turístico*. Obtenido de Turismo: <http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Default.aspx?tabid=3243>
- MINCETUR. (2016). *Terminología para las estadísticas de turismo*. Recuperado el 30 de marzo de 2016, de <http://www.mincetur.gob.pe/turismo/ESTADISTICA/terminologia.htm>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR]. (julio de 2016). *Plan Estratégico Nacional de Turismo 2025*. Obtenido de <http://bit.ly/2eko7qN>
- Ministerio del Poder Popular para Relaciones Exteriores [MPPRE]. (2015). *Alta tecnología y turismo sustentable se combinan en la experiencia teleférico Mukumbarí de Mérida*. Recuperado el 30 de marzo de 2016, de <http://bit.ly/1MU24zZ>
- Ochoa, R. (11 de marzo de 2016). Kuélap será el destino del primer teleférico del Perú. *La República*, págs. 1-3.
- OMT. (1980). *Declaración de Manila sobre el turismo mundial*. Manila: UNWTO. Obtenido de <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtodeclarations.1980.6.6.1>
- OMT. (2001). *Cooperación entre los sectores público y privado*. Madrid: OMT.
- OMT. (2016). *Las llegadas de turistas internacionales suben en 2015 un 4% hasta el récord de 1.200 millones*. Recuperado el 01 de abril de 2016, de <http://bit.ly/1n97sZi>
- Organización Mundial del Turismo (UNWTO). (2013). *Notas metodológicas de la base de datos estadísticos de turismo*. Obtenido de <http://www2.unwto.org/sites/all/files/docpdf/2013methonotessp.pdf>
- Organización Mundial del Turismo [OMT]. (2015). *¿Por qué el Turismo?* Recuperado el 01 de abril de 2016, de Datos y cifras del turismo: <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>
- OxfordDictionaries. (2016). *Telecabina*. Obtenido de <http://bit.ly/2eCVXGj>
- Poon, A. (1993). *Tourism, technology and competitive strategies*. Wallingford: CAB International.

- ProInversión. (2015). *Telecabinas Kuelap*. Recuperado el 12 de octubre de 2016, de <http://www.proyectosapp.pe/modulos/JER/PlantillaProyecto.aspx?ARE=0&PFL=2&JER=5464>
- ProInversión. (2014). *Estudio de Preinversión a nivel de Factibilidad: "Mejoramiento de los servicios turísticos públicos Tingo Nuevo - Zona Arqueológica Monumental de Kuélap, distrito de Tingo, provincia de Luya, Amazonas"*. Obtenido de <http://bit.ly/2eBo5wh>
- Pulido, J., & López, Y. (2014). Turismo y cambio climático. Propuesta de un marco estratégico de acción. *Revista de Economía Mundial* 36, 257-283.
- Pulido, J., & Sánchez, M. (2009). "Measuring tourism sustainability: proposal for a composite index". *Tourism Economics*, 15(2), 277-296.
- Rabanal, S. (febrero de 2012). *Diagnostico de la realidad turistica de la Región Amazonas*. Lima.
- Ravanal, S. (2012). *Diagnóstico de la realidad turistica de la region amazonas - Perú*. Recuperado el 04 de abril de 2016, de Trochas y Carreteras: <http://bit.ly/2eklGEG>
- Revilla, M. (2012). Evaluación de los recursos turísticos del distrito de Magdalena, Chachapoyas, Región Amazonas, Perú. *Ciencia y Tecnología*, 8(22), 236-237. Obtenido de <http://revistas.unitru.edu.pe/index.php/PGM/article/view/204>
- Ritchie, J., & Crouch, G. (2000). "The Competitive Destination. A Sustainable perspective". *Tourism Management*, 21, 1-7.
- Ritchie, J., & Crouch, G. (2003). *The Competitive Destination. A Sustainable tourism perspective*. UK: CABI Publishing.
- Ritchie, J., & Crouch, G. (2003). *The Competitive Destination. A Sustainable tourism perspective*. UK: CABI Publishing.
- Sancho et al. (2001). *Auditoría de sostenibilidad en los destinos turísticos*. Valencia: MININ.
- Skyway teleféricos. (2016). *Sistema de teleférico del Awana Skyway Malasia*. Recuperado el 23 de marzo de 2016
- Sustainable Development of Tourism. (2016). *Definición*. Recuperado el 30 de marzo de 2016, de <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>
- Valls, J. (1998). "Cambio de concepto en la gestión turística del municipio". *Estudios de Gestión Turística*.
- Valls, J. (2004). *Gestión de destinos turísticos sostenibles*. Barcelona: Ediciones Global 2000.
- Ventel. (2014). *Teleférico Mukumbarí*. Recuperado el 30 de marzo de 2016, de <http://www.mintur.gob.ve/mintur/ventel/teleferico-de-merida-mukumbari/>
- World Travel and Tourism Council [WTTC]. (2014). *Economic Impact of Travel & Tourism 2014*. London.

## ANEXOS

### Anexo 1: Encuesta a operadores de turismo que prestan servicio de tours a la Fortaleza de Kuélap



**Universidad Nacional Pedro Ruíz Gallo**  
**Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables**  
**Escuela Profesional de Comercio y Negocios Internacionales**



**Tesis:** Puesta en operación del Sistema de Telecabinas Kuélap para incrementar el turismo receptivo en el corredor turístico Chachapoyas - Fortaleza de Kuélap.

#### Objetivos:

- ✓ Identificar los factores que inciden en la competitividad de los servicios turísticos en Kuélap.
- ✓ Medir la capacidad operativa de los operadores de turismo para hacer frente al incremento de la demanda receptiva con la operación del Sistema de Telecabinas Kuélap.

**Instrucciones:** Responda las alternativas de respuesta según corresponda. Escriba o marque con una “X” la alternativa de respuesta que crea conveniente.

1. Con la ejecución del proyecto del Sistema de Telecabinas Kuélap ¿El MINCETUR ha realizado capacitaciones y/o instrucciones sobre buenas prácticas en calidad turística?

- a) Si
- a) No

Si su respuesta fue SI ¿En qué consistieron dichas capacitaciones que realizó el MINCETUR?

.....

2. ¿Considera que la infraestructura turística de la Fortaleza de Kuélap tiene la capacidad para recibir a más de 100 mil turistas por año?

b) Si

a) No ¿Por qué? .....  
y ¿qué propone mejorar?.....

3. En su opinión, con la operación del sistema de transporte por telecabinas ¿Cree que la actividad turística en Kuélap tendrá un crecimiento ordenado?

- a) Si ¿Por qué? .....
- b) No ¿Por qué? .....

4. ¿Considera que la calidad de los servicios ofrecidos en el corredor turístico Chachapoyas - Kuélap cumplen las expectativas de los turistas extranjeros?

- Infraestructura hotelera (Si) (No)
- Guías tours (Si) (No)
- Tours transporte (Si) (No)
- Servicios de restaurants (Si) (No)

¿De estos servicios cuál o cuáles recomienda mejorar y por qué razón?

.....

5. ¿Considera que se está haciendo una adecuada preservación y conservación arqueológica de las áreas de uso turístico de Kuélap?

- a) Si
- b) No ¿Por qué? .....

6. Para dinamizar la actividad turística en Kuélap y que el proyecto Sistema de Telecabinas Kuélap sea sostenible ¿Cree que el corredor turístico Chachapoyas - Kuélap cuenta con adecuados servicios turísticos?

- a) Si
  - b) No
- Si considera que aún falta mejorar algunos servicios ¿Qué recomienda mejorar o emprender?  
.....

7. ¿Cuál es la capacidad operativa actual de su empresa?

Capacidad operativa actual	Cantidad	Observaciones
Cuántos tours al día lleva a Kuélap		
Nº de turistas que lleva por día a Kuélap		
Cuántos guías por día trabajan a Kuélap		
Cuántos colaboradores trabajan en esta empresa		
Con cuántas unidades de transporte opera a Kuélap		

8. ¿Cuál será su capacidad operativa con la operación del sistema de transporte por telecabinas Kuélap?

Capacidad operativa proyectada	Cantidad	Observaciones
Cuántos tours por día proyecta llevar a Kuélap		
Nº de turistas que llevará por día a Kuélap		
Con cuántos guías por día trabajará a Kuélap		
Con cuántos colaboradores trabajará para hacer frente al incremento de turistas.		
Con cuántas unidades de transporte proyecta trabajar a Kuélap		

9. Para captar más turistas extranjeros a que visiten Kuélap ¿Qué estrategias aplica su empresa?

- a) Promociones vía web y redes sociales
- b) Publicidad visual
- c) Los mismos turistas nos recomiendan
- d) Otras (mencione) .....
- e) Ninguna

10. ¿Su empresa cuenta con los suficientes recursos humanos capacitados en servicios turísticos para atender el incremento de turistas que visitarán Kuélap?

- a) Si
  - b) No
- Si considera que carece de tal recurso ¿Que recomienda que se debe fomentar?  
.....

11.¿Cuenta con recursos tecnológicos que estén disponibles al servicio del turista?

- Internet Wi-Fi (Si) (No)
- GPS (Si) (No)
- Aplicativo móvil (Si) (No)

12.¿Cuál es el costo actual para turistas extranjeros por el tour a Kuélap? (incluyendo servicio de guiado, entradas y transporte)

S/. .....

13.Con la operación del sistema de transporte por telecabinas Kuélap ¿Cuál será el costo para turistas extranjeros por el tour a Kuélap? (incluyendo servicio de guiado, entradas y transporte)

S/. .....

14.¿Para los turistas que visiten Kuélap a través del aeropuerto de Jaén, planea prestar servicios de tours transporte Jaén – Chachapoyas y viceversa?

- a) Si
- b) No

15.¿Considera que su empresa está preparada y tiene la capacidad operativa para atender tal incremento de turistas con la operación del sistema de transporte por telecabinas Kuélap?

- a) Si
- b) No ¿Por qué? .....

16.Como operador turístico ¿Qué aspectos considera que aún le falta mejorar para ser más competitivo?

- a) Disponer de capital de trabajo (bienes y activos)
- b) Se adolece de capital humano preparado y/o capacitado
- c) Organización y gestión de la empresa
- d) Otros (mencione) .....

*Información del operador turístico:*

Nombre de la empresa: \_\_\_\_\_

Representante: \_\_\_\_\_

Tiempo de operación: \_\_\_\_ años

¡Muchas gracias por su amable colaboración!

## Anexo 2: Encuesta a turistas extranjeros que visitaron la Fortaleza de Kuélap



**Universidad Nacional “Pedro Ruíz Gallo” - Perú**  
**Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables**  
**Escuela Profesional de Comercio y Negocios Internacionales**



**Tesis:** Puesta en operación del Sistema de Telecabinas Kuélap para incrementar el turismo receptivo en el corredor turístico Chachapoyas - Fortaleza de Kuélap.

Gracias por tomarse unos minutos de su tiempo para llenar esta encuesta.

**Instrucciones:** Responda las alternativas de respuesta según corresponda. Escriba o marque con una “X” las opciones de respuesta que se considere conveniente.

1. ¿Durante sus preparativos de viaje ¿Dónde buscó información sobre la Fortaleza de Kuélap?
  - a) Internet
  - b) Programa de televisión
  - c) A través de amigos
  - d) Agencias de viaje
  - e) Otro (especificar) .....
2. ¿Cuáles fueron sus motivaciones de visitar la Fortaleza de Kuélap?
  - a) Para conocerla a la Fortaleza de Kuélap
  - b) Por hacer turismo arqueológico
  - c) Por diversión y/o distracción
  - d) Otro (especificar).....
3. ¿La organización del tour a la Fortaleza de Kuélap fue por ...?
  - a) Por su cuenta / independiente
  - b) Por Agencia de viaje (especificar nombre) .....
4. ¿Los servicios brindados por el operador de turismo que contrató para visitar la Fortaleza de Kuélap, se ajustaron a sus deseos y necesidades?
  - a) Muy de acuerdo
  - b) De acuerdo
  - c) En desacuerdo
  - d) Indiferente
5. ¿Cuánto gastará en promedio y por persona por conocer la Fortaleza de Kuélap? (incluyendo entradas, alojamiento, alimentación, transporte, etc.)  
US\$.....
6. ¿Cuánto tiempo permanecerá en Chachapoyas?
  - a) Un día
  - b) Entre dos días y tres días
  - c) Más de cuatro días

7. ¿Cuántas veces ha visitado la Fortaleza de Kuélap?

- a) Primera vez
- b) Más de una vez

8. ¿Qué es lo que más le agradó de su visita a la Fortaleza de Kuélap? Puede marcar más de una opción.

- El monumento arqueológico de Kuélap ( )
- Hacer trekking ( )
- Paisajes naturales ( )
- Su gente (costumbres / tradiciones/ estilos de vida) ( )
- Lugar económico / precios cómodos ( )
- Otros ( ) (especificar).....

9. ¿Cómo considera el circuito a la Fortaleza de Kuélap, en cuanto a...?

<b>Circuito a la Fortaleza de Kuélap</b>	<b>Excelente</b>	<b>Bueno</b>	<b>Regular</b>	<b>Malo</b>	<b>Pésimo</b>
Trato del guía turístico					
Limpieza de la Fortaleza de Kuélap					
Seguridad / Vigilancia					
Servicios higiénicos					
Costo del tour a la Fortaleza de Kuélap					
Señalización de camino a Fortaleza de Kuélap					
Conservación de la Fortaleza de Kuélap					
Rutas de acceso a la Fortaleza de Kuélap					

10. ¿Cuál es el grado de satisfacción al visitar la Fortaleza de Kuélap?

- a) Muy satisfecho
- b) Satisfecho
- c) Insatisfecho

11. ¿Usted volvería a visitar la Fortaleza de Kuélap?

- a) De todas maneras
- b) Posiblemente
- c) No lo creo
- d) De ninguna manera

12. ¿Recomendaría a la Fortaleza de Kuélap como destino turístico?

- a) Sí, sin ninguna duda
- b) Lo recomendaría, pero haciendo algunas sugerencias
- c) No lo recomendaría (Especifique por qué) .....

*Información Personal:*

Su edad: \_\_\_\_ años.      Sexo: ☐ Masculino    ☐ Femenino

Lugar de procedencia: País: \_\_\_\_\_

¡Muchas gracias por su amable colaboración!

**Anexo 3:** Entrevista al encargado del área de Patrimonio Arqueológico de la Dirección Regional de Cultura de Amazonas



**Universidad Nacional “Pedro Ruíz Gallo” - Perú**  
**Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables**  
**Escuela Profesional de Comercio y Negocios Internacionales**



**Tesis:** Puesta en operación del Sistema de Telecabinas Kuélap para incrementar el turismo receptivo en el corredor turístico Chachapoyas - Fortaleza de Kuélap.

**Objetivo:** Identificar los factores que inciden en la competitividad de los servicios turísticos en Kuélap.

Gracias por brindarnos unos minutos de su tiempo para responder las siguientes preguntas:

1. La DRC - Amazonas, ¿realiza labores de mejoramiento de la presentación y conservación de la Zona Arqueológica Monumental Kuélap?
    - a) Si
    - b) No

¿Con qué frecuencia?

    - c) Diario
    - d) Semanal
    - e) Mensual
    - f) Cuando sea necesario
  2. Con la ejecución del proyecto del Sistema de Telecabinas Kuélap ¿Se ha realizado trabajos de investigación, conservación y acondicionamiento turístico de la Fortaleza de Kuélap?
    - c) Si
    - d) No

Si su respuesta es afirmativa ¿En qué consisten tales trabajos de arqueología y de conservación?

.....
  3. Con la ejecución del proyecto Sistema de Telecabinas Kuélap ¿El Ministerio de Cultura de qué manera brinda el soporte necesario para promover, conservar y mantener este recurso turístico?

.....
  4. ¿Considera que la Fortaleza de Kuélap está en condiciones de recibir a más de 100 mil turistas anuales que proyecta el gobierno para rentabilizar el proyecto del Sistema de Telecabinas Kuélap?
    - a) Si
    - b) No ¿Por qué? .....
  5. La DRC - Amazonas como ente administrador de la zona arqueológica monumental Kuélap ¿De qué manera está interviniendo para que el incremento de visitantes a Kuélap no afecten su infraestructura y sostenibilidad?
- .....

*Información personal:*

Nombre: \_\_\_\_\_

Cargo: \_\_\_\_\_

**Anexo 4:** Trabajo de campo (visita a las agencias de viaje y turismo en Chachapoyas y DRC - Amazonas) para el levantamiento de información, septiembre de 2016.



**Imagen 1:** Tesistas y directivos de operadores de turismo en Chachapoyas.



**Imagen 2:** Tesistas y directivos de agencias de viaje y turismo en Chachapoyas.



**Imagen 3:** Tesistas en el Andén de salida y llegada del Sistema de Telecabinas de Kuélap.