

**UNIVERSIDAD NACIONAL
TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS**



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO**

**TESIS PARA OBTENER
EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO**

**IMPACTO SOCIOECONÓMICO DE LA SEMANA
TURÍSTICA-RAYMILLAQTA DE LOS CHACHAPOYAS,
2023**

Autor: Bach. Manuel Isaias Sopla Sopla

Asesor: Dr. Adolfo Cacho Revilla

Registro: (.....)

CHACHAPOYAS - PERÚ

2024

Dedicatoria

Con todo mi corazón, dedico esta tesis a mi madre y a mi hermana. Sin ellas, no habría logrado este éxito. Su bendición diaria a lo largo de mi vida me ha protegido y guiado por el camino del bien. Les ofrezco este trabajo como agradecimiento por su paciencia, amor y comprensión en cada proceso y etapa.

Agradecimiento

En primer lugar, agradezco a Dios por permitirme tener una experiencia tan enriquecedora en mi universidad. Gracias a la universidad por brindarme la oportunidad de convertirme en un profesional en el campo que tanto me apasiona. Agradezco a los gerentes de hoteles y restaurantes que de forma amena fueron respondiendo a las interrogantes planteadas, y gracias a su valiosa colaboración se culminó con total efectividad la presente investigación. Además, un agradecimiento especial a los visitantes y participantes del evento, que gracias a ellos se pudo evidenciar como se percibe el evento y sus aportes fueron fundamentales para los resultados del estudio.

Finalmente, agradezco a quien lea este apartado y el contenido de la tesis por permitir que mis experiencias, investigaciones y conocimientos formen parte de su acervo intelectual.

**Autoridades de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de
Amazonas**

**Ph.D. JORGE LUIS MAICELO QUINTANA
RECTOR**

**Dr. OSCAR ANDRÉS GAMARRA TORRES
VICERRECTOR ACADÉMICO**

**Dra. MARÍA NELLY LUJÁN ESPINOZA
VICERRECTORA DE INVESTIGACIÓN**

**Mag. CIRILO LORENZO ROJAS MALLQUI
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

Visto Bueno del Asesor de la Tesis



UNTRM

REGLAMENTO GENERAL
PARA EL OTORGAMIENTO DEL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER, MAESTRO O DOCTOR Y DEL TÍTULO PROFESIONAL

ANEXO 3-L

VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

El que suscribe el presente, docente de la UNTRM (X)/Profesional externo (), hace constar que ha asesorado la realización de la Tesis titulada IMPACTO SOCIOECONÓMICO DE LA SEMANA TURÍSTICA - PAYMILLAQTA DE LOS CHACHAPOYAS 2023

del egresado Manuel Isaias Sopla Sopla
de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Escuela Profesional de Administración en Turismo
de esta Casa Superior de Estudios.

El suscrito da el Visto Bueno a la Tesis mencionada, dándole pase para que sea sometida a la revisión por el Jurado Evaluador, comprometiéndose a supervisar el levantamiento de observaciones que formulen en Acta en conjunto, y estar presente en la sustentación.



Chachapoyas, 8 de marzo de 2024

Firma y nombre completo del Asesor

Dr. Adolfo Cachó Revilla.

Jurado Evaluador de la Tesis



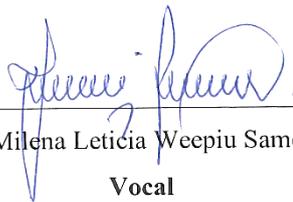
Dra. Maritza Revilla Bueloth

Presidente



Mag. Ester Roxana Muñoz Torres

Secretario



Dra. Milena Leticia Weepiu Samekash

Vocal

Constancia de Originalidad de la Tesis



ANEXO 3-Q

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

Los suscritos, miembros del Jurado Evaluador de la Tesis titulada:

IMPACTO SOCIOECONÓMICO DE LA SEMANA TURÍSTICA -
PAYMILLAGTA DE LOS CHACHAPOYAS, 2023

presentada por el estudiante ()/egresado (X) MANUEL ISAÍAS SOPLA SOPLA
de la Escuela Profesional de ADMINISTRACIÓN EN TURISMO
con correo electrónico institucional manuelsopla.05@gmail.com

después de revisar con el software Turnitin el contenido de la citada Tesis, acordamos:

- a) La citada Tesis tiene 19 % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es menor (X) / igual () al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM.
- b) La citada Tesis tiene _____ % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es mayor al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM, por lo que el aspirante debe revisar su Tesis para corregir la redacción de acuerdo al Informe Turnitin que se adjunta a la presente. Debe presentar al Presidente del Jurado Evaluador su Tesis corregida para nueva revisión con el software Turnitin.



Chachapoyas, 22 de mayo del 2024


SECRETARIO


PRESIDENTE


VOCAL

OBSERVACIONES:

.....
.....

Reporte Turnitin

IMPACTO SOCIOECONÓMICO DE LA SEMANA TURÍSTICA- RAYMILLAQTA DE LOS CHACHAPOYAS, 2023

INFORME DE ORIGINALIDAD

19%	18%	1%	1%
ÍNDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.untrm.edu.pe Fuente de Internet	7%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	4%
3	cdn.www.gob.pe Fuente de Internet	1%
4	angelfmillan.webparticular.com Fuente de Internet	<1%
5	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1%
6	issuu.com Fuente de Internet	<1%
7	repositorio.unj.edu.pe Fuente de Internet	<1%
8	www.revistaturismo.mx Fuente de Internet	<1%
9	tesis.ucsm.edu.pe Fuente de Internet	


Dra. Maizta Beorla Buelth

Acta de Sustentación de la Tesis



ANEXO 3-5

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

En la ciudad de Chachapoyas, el día 14 de junio del año 2024, siendo las 11:00 horas, el aspirante: Manvel Isaias Sopla Sopla, asesorado por Dr. Adolfo Carcho Revilla defiende en sesión pública presencial (X) / a distancia () la Tesis titulada: Impacto socioeconómico de la semana turística - Raymillagta de los Chachapoyas, 2023, para obtener el Título Profesional de licenciado en Administración en Turismo a ser otorgado por la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas; ante el Jurado Evaluador, constituido por:

Presidente: Dra. Maritza Revilla Bueloth

Secretario: Mtra. Ester Roxana Muñoz Torres

Vocal: Dra. Milena Leticia Weepiv Samekash

Procedió el aspirante a hacer la exposición de la Introducción, Material y métodos, Resultados, Discusión y Conclusiones, haciendo especial mención de sus aportaciones originales. Terminada la defensa de la Tesis presentada, los miembros del Jurado Evaluador pasaron a exponer su opinión sobre la misma, formulando cuantas cuestiones y objeciones consideraron oportunas, las cuales fueron contestadas por el aspirante.

Tras la intervención de los miembros del Jurado Evaluador y las oportunas respuestas del aspirante, el Presidente abre un turno de intervenciones para los presentes en el acto de sustentación, para que formulen las cuestiones u objeciones que consideren pertinentes.

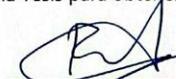
Seguidamente, a puerta cerrada, el Jurado Evaluador determinó la calificación global concedida a la sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional, en términos de:

Aprobado (X) por Unanimidad (X) / Mayoría ()

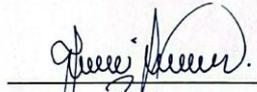
Desaprobado ()

Otorgada la calificación, el Secretario del Jurado Evaluador lee la presente Acta en esta misma sesión pública. A continuación se levanta la sesión.

Siendo las 12:05 horas del mismo día y fecha, el Jurado Evaluador concluye el acto de sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional.


SECRETARIO


PRESIDENTE


VOCAL

OBSERVACIONES:
.....

Índice

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Autoridades de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas.....	iv
Visto Bueno del Asesor de la Tesis	v
Jurado Evaluador de la Tesis	vi
Constancia de Originalidad de la Tesis.....	vii
Reporte Turnitin	viii
Acta de Sustentación de la Tesis	ix
Índice.....	x
Índice de Tablas	xi
Resumen.....	xii
Abstract.....	xiii
I. INTRODUCCIÓN.....	14
II. MATERIAL Y MÉTODOS.....	18
2.1. Población, muestra y muestreo	18
2.2. Variable de estudio	19
2.3. Métodos	19
2.4. Análisis de datos	24
III. RESULTADOS.....	25
IV. DISCUSIÓN.....	36
V. CONCLUSIONES.....	38
VI. RECOMENDACIONES	39
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	40
ANEXOS.....	42

Índice de Tablas

Tabla 1. Establecimientos de hospedaje y restaurantes de la ciudad de Chachapoyas	18
Tabla 2. Muestra del estudio.....	18
Tabla 3. Nivel de aprobación de la celebración de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas, 2023	25
Tabla 4. Nivel de aprobación de los servicios y equipamiento para la celebración de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas.....	26
Tabla 5. Nivel de aprobación de la accesibilidad para la celebración de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas	28
Tabla 6. Imagen del evento “Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas”.....	29
Tabla 7. Impacto social de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas.....	30
Tabla 8. Impacto económico de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas.....	32
Tabla 9. Impacto socioeconómico de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas, 2023	33

Resumen

Los eventos culturales de influencia turística juegan un papel preponderante en el desarrollo social y económico de las poblaciones de influencia. En ese contexto, el objetivo principal del estudio fue determinar el impacto socioeconómico de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas, 2023; caracterizándose como un estudio básico, cuantitativo y descriptivo transversal, aplicando un cuestionario a 124 responsables de hoteles y restaurantes, y 100 visitantes. A partir del análisis de información se encontró que la aprobación de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas es débil actualmente siendo sus principales características de desaprobación falta de planificación, servicios y equipamiento poco adecuados, deficiencias en la infraestructura para asistir al evento, y una imagen débil para la promoción y comercialización como producto turístico. El impacto social generado por la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas es incipiente, considerando que no se muestra mayores índices de influencia en el mejoramiento de los servicios públicos y privados en la ciudad. El impacto económico de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas es débil evidenciando que no genera gran aporte al desarrollo económico de las empresas que están involucradas directamente y, por tanto, no se muestra resultados satisfactorios para la población. En conclusión, se expone que el impacto socioeconómico de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas es regular a bajo, presentando algunas características como la débil injerencia en el desarrollo educativo, salud, seguridad y principalmente en su aporte al crecimiento económico de la ciudad.

Palabras clave: eventos culturales; impacto social; impacto económico

Abstract

The cultural events of tourist influence play a preponderant role in the social and economic development of the populations of influence. In this context, the main objective of the study was to determine the socioeconomic impact of the Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas, 2023; characterized as a basic, quantitative and descriptive cross-sectional study, applying a questionnaire to 124 hotel and restaurant managers and 100 visitors. From the information analysis, it was found that the approval of the Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas is currently weak, being its main characteristics of disapproval a lack of planning, inadequate services and equipment, deficiencies in the infrastructure to attend the event, and a weak image for promotion and marketing as a tourism product. The social impact generated by the Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas is incipient, considering that it does not have a major influence on improving public and private services in the city. The economic impact of the Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas is weak, evidencing that it does not generate a great contribution to the economic development of the companies that are directly involved and, therefore, it does not show satisfactory results for the population. In conclusion, the socioeconomic impact of the Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas is regular to low, presenting some characteristics such as weak interference in the development of education, health, security and mainly in its contribution to the economic growth of the city.

Keywords: cultural events; social impact; economic impact

I. INTRODUCCIÓN

La actividad turística desempeña un papel fundamental al generar ingresos monetarios significativos para gobiernos, empresarios y comunidades receptoras en diversas regiones del mundo. Los visitantes contribuyen al desarrollo económico al gastar dinero en alojamiento, alimentos, transporte y actividades locales, lo que impulsa la inversión y la creación de empleo. Los ingresos generados se traducen en beneficios tanto para las arcas gubernamentales, mediante impuestos y tarifas, como para los empresarios locales que ven aumentar sus oportunidades de negocio. Además, las comunidades receptoras se benefician directamente al recibir recursos para mejorar infraestructuras y servicios, promoviendo así un círculo virtuoso de desarrollo sostenible a través del turismo (Azcué et al., 2018).

Ante los desafíos de la estacionalidad, los gestores de destinos turísticos optan por la organización de eventos como estrategia clave. Estos eventos desencadenan un efecto multiplicador en la economía local al movilizar diversos sectores, incrementar los ingresos empresariales y generar impuestos. No solo ofrecen recreación a turistas y a la comunidad local, sino que también contribuyen a la creación de empleos, tanto fijos como temporales, al tiempo que reducen la ociosidad de equipamientos y servicios. La realización de eventos emerge como un factor crucial para la convergencia efectiva entre la oferta y la demanda turísticas, al mismo tiempo que realza la identidad distintiva del destino (Tomazzoni & Campillo, 2013)

Los eventos se presentan como estrategias efectivas para incrementar el grado de diversificación y atractivo de un destino turístico. Muchas localidades y regiones enfrentan una marcada dependencia de la estacionalidad, como es evidente en casos como Florianópolis (SC) y el Litoral Norte de Rio Grande do Sul. Un ejemplo ilustrativo de la transformación que puede lograr un evento es el caso de Gramado, donde inicialmente la temporada alta de turismo se concentraba en invierno. Sin embargo, la introducción del Natal Luz ha logrado desplazar este pico de actividad hacia el verano, resultando en una notable reducción de la estacionalidad. Este cambio no solo amplía la oferta turística a lo largo del año, sino que también contribuye a una distribución más equitativa de la demanda, beneficiando tanto a la

economía local como a la experiencia del visitante (Tomazzoni & Campillo Crosdales, 2013).

El Perú se ha convertido en uno de los destinos turísticos más influyentes gracias a su rica diversidad cultural y a sus impresionantes características naturales y arqueológicas. La mega diversidad de flora y fauna, así como los sitios arqueológicos destacados, han contribuido significativamente a atraer a visitantes de todo el mundo. En el año 2015, el turismo interno experimentó un notable crecimiento del 9%, lo que se tradujo en ingresos de 3,500 millones de dólares, según datos de la Cámara Nacional de Turismo del Perú (Canatur). Este incremento en el turismo interno sugiere un creciente interés de los propios residentes en explorar y disfrutar de las maravillas que su país tiene para ofrecer. La cifra de 41.3 millones de viajes refleja la magnitud del impacto positivo que el turismo ha tenido en la economía peruana. Este flujo constante de visitantes no solo beneficia a la industria turística, sino también a otros sectores relacionados, como la hostelería, la gastronomía y la artesanía local. Además, el turismo contribuye a la preservación y promoción de la herencia cultural y natural del país (Jochatoma, 2017).

Estudios previos que se desarrollaron en torno a los propósitos del estudio encontraron diversos comportamientos, como es el caso de Agorreta et al. (2020) en su estudio realizado en España, encontró que los visitantes que arriban para disfrutar de los eventos generaron un impacto positivo en la economía, sin embargo, en la prestación de los servicios de alimentación y alojamiento muestran debilidades negativas a pesar de ser el principal rubro que se benefician. También un estudio realizado por (Grillo & Lanzarini, 2019) en Brasil, afirmaron que existe un impacto positivo altamente demostrativo de los eventos turísticos desarrollados, considerando como principales aportadores a los visitantes a la comunidad, en donde se resaltó la identidad cultural de los eventos. Leonardi & Miraglia (2019) en su estudio que ejecutó en Argentina, encontró que la comuna de Cabo Blanco posee diversidad de características propias para desarrollar atractivamente el evento del running, y convertirse como una actividad potencialmente turística. Bazán (2022) en Trujillo realizó un estudio en donde sustentó que los eventos turísticos aportan a la economía e incrementan los empleos. Así mismo, Villegas (2021) en su investigación desarrollado entorno al carnaval en Cajamarca evidenció que es

una actividad tradicional que fortalece la identidad, sin embargo, explicó que existen algunos impactos negativos, principalmente la inseguridad ciudadana y el desorden social. Finalmente, en Lima existe una fiesta de gran impacto que refiere al Señor de los Milagros y según Lahura & León (2020) el evento causa impactos positivos, pero también genera algunos negativos como el vandalismo, tráfico vehicular y desorden social.

El estudio se justifica teóricamente porque mediante sus resultados aportará al fortalecimiento de las bases científicas en materia de eventos culturales bajo un enfoque turístico y mucho más teniendo en cuenta que en el contexto local no se encontraron evidencias de estudios basados en la evaluación o análisis de impactos sociales o económicos a partir de la ejecución de eventos turísticos, por lo que, la presente se configura como uno de los primeros estudios que servirá como antecedente para futuras investigaciones. Desde el punto de vista práctico los resultados de la investigación servirán a la Asociación Civil Raymillaqta de los Chachapoyas a la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, y otras organizaciones vinculadas a su planificación y desarrollo, para plantear estrategias que permitan fortalecer la ejecución del evento y posicionarse como un evento sostenible. Por su relevancia social se considera como un estudio preponderante para demostrar la realidad de la ejecución de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas, que se gesta como uno de los eventos con mayor representatividad, en donde se busca revalorar los usos y costumbres de los pueblos de Amazonas para fortalecer la identidad cultural como un mecanismo de desarrollo social integral.

El estudio formuló el problema principal que guió el desarrollo de la investigación consistente en: ¿Cuál es el impacto socioeconómico de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas, 2023? La hipótesis fue, que existe un nivel medio de impacto socioeconómico de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas, 2023. Y como objetivos específicos se planteó: a) Identificar el nivel de aceptación de la celebración de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas, 2023, b) Analizar el nivel de impacto social de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas, 2023 y c) Evaluar el nivel de impacto económico de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas, 2023. Los principales resultados expusieron que la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas

enfrenta varios desafíos y limitaciones en la actualidad. Estos incluyen una falta de aprobación generalizada debido a la percepción de falta de planificación, servicios inadecuados y falta de equipamiento adecuado. Además, se señala que la infraestructura para el evento es deficiente, lo que afecta la experiencia de quienes asisten. En cuanto al impacto social, se evidenció que es incipiente, lo que significa que aún no se observan grandes cambios o mejoras significativas en los servicios públicos y privados de la ciudad como resultado de esta semana turística. En términos económicos, el impacto también se considera débil, ya que no se percibe que genere un aporte significativo al desarrollo económico de las empresas involucradas ni proporciona resultados satisfactorios para la población en general. Finalmente, se llegó a la conclusión que el impacto socioeconómico de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas se ubica en un nivel regular a bajo. Esto se refleja en la falta de influencia significativa en áreas clave como el desarrollo educativo, la salud, y la seguridad, así como en su limitado aporte al crecimiento económico de la ciudad. Estos hallazgos indican que, si bien el evento turístico tiene cierta relevancia, no está generando un impacto sustancial en aspectos fundamentales para el desarrollo integral de la comunidad y la región.

II. MATERIAL Y MÉTODOS

2.1. Población, muestra y muestreo

Población

La población muestral estuvo compuesta por los responsables de los establecimientos de hospedaje y por responsables de los restaurantes de la ciudad de Chachapoyas, correspondiendo a:

Tabla 1

Establecimientos de hospedaje y restaurantes de la ciudad de Chachapoyas

N°	Tipo de establecimiento	Cantidad
1	Establecimientos de hospedaje	53
2	Restaurantes	132
Total		182

Nota. La información fue tomada de los registros de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Amazonas actualizados al 2022

Así mismo, en cuanto a los visitantes que asistieron al evento no se tiene un registro establecido por ninguna organización, por lo que se consideró oportuno tomar a 100 visitantes.

Muestra y muestreo

Para definir la muestra 1 del estudio se tuvo en cuenta un muestreo probabilístico según el muestreo aleatorio simple, como se muestra en la siguiente tabla, distribuyendo de forma equitativa según la cantidad total de colaboradores.

Tabla 2

Muestra del estudio

N°	Tipo de establecimiento	Población	%	Muestra
1	Establecimientos de hospedaje	53	29%	36
2	Restaurantes	132	71%	88
Total		182	100%	124

$$n_2 = \frac{Z_a^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + Z_a^2 * p * q}$$

N= población

Z= Nivel de confianza (95%)

P= Probabilidad de éxito (50%)

q= Probabilidad de fracaso (50%)

e= Margen de error (5%)

$$n_2 = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(182)}{(0.05)^2(182 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)} = 123.71 = 124$$

La muestra 2 se consideró importante caracterizar como una población muestral, que estuvo enmarcada dentro de un muestreo no probabilístico por conveniencia, debido a que los visitantes no cuentan con un registro establecido, fijando 100 visitantes al evento.

En resumen:

n1= la muestra 1 corresponden a 124 responsables de hoteles y restaurantes de la ciudad de Chachapoyas

n2= 100 visitantes al evento Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas

2.2.Variable de estudio

Variable 01:

- Impacto socioeconómico

Variable 02:

- Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas

2.3.Métodos

a) Tipo y nivel de estudio

Básico, debido a que los resultados del estudio refuerzan teorías y conceptos de la variable de investigación, este tipo de estudio toma en cuenta la curiosidad del investigador por comprender, dar respuesta y caracterizar los problemas identificados, como base para realizar futuras investigaciones aplicadas (Concytec, 2017).

De esta forma es necesario indicar que el presente estudio fue básico porque se fundamentó en conceptos teóricos ya existentes y solo busca fortalecerlas, teniendo en cuenta este tipo de ventos culturales en torno al desarrollo turístico.

Descriptiva; de acuerdo con el propósito del estudio, la población debe caracterizarse en función de las respuestas individuales, el mismo que permite describir argumentos teóricos válidos para el fundamento estructural de la investigación, desarrollando resultados y conclusiones en base a las evidencias mostradas en el análisis (Hernández et al., 2014).

Con su objetivo el estudio buscó, medir el impacto a través de la categorización de variables y en función a niveles bajo, regular y alto que permitieron comprobar de forma cuantificable la hipótesis; estos datos permitieron demostrar en que porcentaje ha impactado la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas en el factor socioeconómico de la población involucrada.

Cuantitativo, debido a que los datos cuantificables se recopilan e interpretan a través de la aplicación de las herramientas, las hipótesis planteadas en la investigación se pueden probar con base en mediciones numéricas y estadísticas. Todos están destinados a probar la teoría y/o establecer procedimientos específicos (Hernández et al., 2014).

Los datos recogidos fueron de nivel ordinal, el mismo que permitió categorizar las variables en base a los ítems planteados, tratando de exponer y dar respuesta al problema planteado mediante el análisis estadístico.

b) Métodos de investigación

Descriptivo

A través del cual se busca apoyar la descripción de las características observadas en la población de estudio y dar respuesta a las interrogantes que se encuentran en campo a través de la observación y evaluación objetiva de los sujetos de estudio (Rodríguez & Pérez, 2017).

El método descriptivo en el estudio se hizo uso en la descripción e interpretación de las respuestas emitidas por los empresarios y visitantes, caracterizando las variables estudiadas para cumplir con los objetivos propuestos.

Deductivo

Se caracteriza por desarrollar interpretaciones estratégicas a partir de conceptualizaciones generales de los problemas identificados. Por lo tanto, todos los conceptos, teorías, características, etc. se unen como un todo para explicar claramente la información recopilada (Rodríguez & Pérez, 2017).

Este método se utilizó para describir las realidades problemáticas de la investigación e intentar describir el problema utilizando conceptos globales, nacionales y locales. Esto nos permitió contextualizar las variables de investigación para que los resultados sean prácticos y realistas, enfocado al cumplimiento efectivo de lo que se proyecta encontrar.

Inductivo

Se basa en una descripción concreta de la realidad mostrada, considerando fundamental el esclarecimiento de las características de la población. Este relato parte de un análisis concreto de los elementos encontrados en la investigación, con el objetivo de brindar un argumento lógico en la exploración de la realidad objetiva (Rodríguez & Pérez, 2017).

A través de la inducción se formularon argumentos básicos para juzgar casos concretos, evaluar la estructura de los juicios críticos y formular y subdividir fundamentos teóricos, de tal manera que nos permitió justificar la información que recopilamos.

Sintético – analítico

Ambos se fundamentan en la determinación y descripción real de la información recolectada, la esquematización y análisis estructural del problema identificado, y el propósito general basado en la justificación de las respuestas a los puntos formulados, pretende lograrlo de manera efectiva (Rodríguez & Pérez, 2017).

Se utilizó especialmente en la elaboración de conclusiones y discusiones, lo que permitió resaltar y analizar estratégicamente la información contenida en los resultados.

c) Diseño de investigación

Este estudio es de carácter **no experimental**, toda vez que las variables se miden por observación directa de los investigadores en su entorno natural y se intenta recopilar información sin manipular ni alterar las mismas. De igual forma, los datos se recolectan utilizando equipos que no sufren alteraciones o modificaciones que puedan generar causalidad, como en los estudios experimentales (Hernández *et al.*, 2014).

Este estudio comparte estas características puesto que buscó medir las características de las variables a partir de la recopilación de información por medios que no modificaron las variables (cuestionario), y además permitió analizar el comportamiento de los empresarios y visitantes al evento, relacionados con variables, sin condiciones.

Transversal. Se caracteriza por la recopilación de información en un área o entorno claramente definido dentro del mismo período de tiempo. Debido al carácter uniforme del estudio, la presente se considera transaccional, ya que pretende analizar y explicar la realidad a través de la categorización de variables en función a respuestas recogidas, en un mismo tiempo y espacio (Hernández *et al.*, 2014). Además, es preciso indicar que los estudios se configuran como transversales porque intentan recopilar información con una sola aplicación del cuestionario en un espacio determinado dentro de las condiciones establecidas por el estudio. El diseño se evidencia a continuación:



Donde:

M: Muestra

O: Observación de la muestra

d) Técnicas e instrumentos de recolección de datos

- Técnicas

Campo

Usando esta técnica, los investigadores pueden explicar situaciones encontradas durante la ejecución del trabajo, al observar el comportamiento de las unidades de investigación. Estos datos son útiles cuando se compara la teoría y la práctica (Tamayo & Silva, 2016).

La técnica de campo se hizo uso en la investigación al momento de recolectar la información, ya que se tuvo contacto directo con los empresarios y visitantes que asistieron al evento, lo que permitió observar estratégicamente el comportamiento de los individuos y seleccionar la información confiable para el estudio.

Encuesta

Este tipo de técnicas se consideran cuando los investigadores necesitan información específica sobre un tema en particular y preparan preguntas para hacer con anticipación a las respuestas emitidas (Tamayo & Silva, 2016).

La encuesta fue aplicada a los empresarios y visitantes que asistieron al evento, considerando oportuno el desarrollo de interrogantes enfocados a recoger datos cuantitativos.

- Instrumentos

Ficha de registro de datos

Esta herramienta ha sido desarrollada con el objetivo de facilitar las observaciones estructurales dada una breve y concisa descripción de algunos aspectos considerados relevantes para la investigación y dados los motivos previos de observación (Tamayo & Silva, 2016).

Este instrumento se hizo uso durante el trabajo de campo, que permitió detallar o describir algunas características, comportamientos o situaciones reales originadas en los empresarios y visitantes que conforman la población de estudio.

Cuestionario

Considerando el uso adecuado del cuestionario es utilizado en niveles ordinales y construido a través de una serie de ítems de acuerdo a las dimensiones e indicadores propuestos para cada variable definida en el estudio (Tamayo & Silva, 2016).

El cuestionario permitió recoger datos cuantitativos para el estudio, teniendo en cuenta las dimensiones e indicadores propuestos por cada variable, hecho que facilitó la interpretación de la realidad identificada y con ello cumplir con los objetivos propuestos, además de dar respuesta al problema formulado.

2.4. Análisis de datos

Para realizar el procesamiento y análisis información se realizó mediante las herramientas Excel y SPSS 26. Las estadísticas descriptivas se utilizaron para recopilar e interpretar la información recopilada de cada empresa y visitante involucrado. En ese contexto, para medir el impacto a través de niveles se considera oportuno las siguientes categorías en el nivel bajo de 1 a 67, de nivel medio de 68 a 133 y de nivel alto de 134 a 200; es así que para categorizar se ha tenido en cuenta la cantidad de ítems por el valor que toma cada una de ellas.

III.RESULTADOS.

3.1. Nivel de aprobación de la celebración de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas, 2023

Tabla 3

Nivel de aprobación de la celebración de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas, 2023

Nivel	Escala	fi	Fi	hi%	Hi%
Bajo	5-12	35	35	35%	35%
Regular	13-18	46	81	46%	81%
Bueno	19-25	19	100	19%	100%
Total		100		100%	

La aprobación de la celebración de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas fue de regular a bajo con 46% y 35% respectivamente, evidenciando que la aceptación por la celebración del evento es aún incipiente considerando falta de planificación para convertirlo en producto turístico, una connotación poco efectiva para su contribución social, económica y ambiental, condicionando el desarrollo sostenible del evento. Esto indica que la celebración del evento aún está en sus primeras etapas de desarrollo, considerando la falta una planificación adecuada para transformarlo en un producto turístico efectivo, así como una percepción poco efectiva en términos de su contribución social, económica y ambiental. Estos factores están condicionando el desarrollo sostenible del evento y limitando su potencial impacto positivo en la comunidad y la región.

Si consideramos estos resultados es necesario indicar que para mejorar esta situación de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas, se pueden aplicar algunas acciones que estén enfocadas en la planificación, promoción y desarrollo sostenible del evento. En primer lugar, es esencial que se desarrolle un plan estratégico integral que incluya un análisis profundo de la situación actual del evento, identificando fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (análisis FODA), así como la definición de objetivos específicos, que sean medibles, alcanzables, relevantes y con un tiempo bien definido), e involucrar a la comunidad local en la planificación y organización para asegurar que sus intereses y necesidades sean considerados relevantes. También es importante incluir acciones de promoción y publicidad, por lo que en cuanto al marketing, es

fundamental que se desarrolle campañas de marketing integradas que utilicen medios digitales y tradicionales, establecer colaboraciones con las empresas locales de la ciudad y de las principales ciudades del departamento, organizaciones turísticas a nivel nacional y patrocinadores ya sean nacionales e internacionales que permitan aumentar los recursos disponibles, y posicionar la Semana Turística-Raymillaqta como una marca reconocida a nivel nacional e internacional, destacando sus aspectos únicos y atractivos respaldados por sus comunidades. También es crucial coordinar el mejoramiento de la infraestructura entorno a la región y además de los servicios de manera general, que involucren mejoras de alojamientos, transporte y servicios básicos, ofreciendo programas de capacitación para guías turísticos, operadores y otros actores clave en la actividad turística, y creando y promoviendo nuevos productos turísticos relacionados con el evento, como tours, actividades culturales y experiencias gastronómicas. Además, puede ser necesario convertir a este evento en un tema empresarial mediante el cual se busque implementar un enfoque de sostenibilidad mediante la adopción de prácticas sostenibles en la organización y desarrollo del evento, promover la educación y conciencia sobre la importancia de la sostenibilidad entre los participantes, turistas y la comunidad local, y establecer indicadores para medir el impacto social, económico y ambiental después de cada año que se realiza el evento, utilizando estos datos para mejorar la planificación futura. Finalmente, es vital realizar una evaluación y mejora continua mediante la recopilación de retroalimentación de los participantes, turistas y la comunidad después de cada edición del evento para identificar áreas de mejora, y realizar una revisión anual del plan estratégico y las acciones implementadas, ajustando las estrategias según sea necesario para asegurar el crecimiento y éxito continuo del evento.

Tabla 4

Nivel de aprobación de los servicios y equipamiento para la celebración de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas

Nivel	Escala	fi	Fi	hi%	Hi%
Bajo	5-12	31	31	31%	31%
Regular	13-18	53	84	53%	84%
Bueno	19-25	16	100	16%	100%
	Total	100		100%	

Respecto a los servicios y equipamiento para la celebración de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas, se expone un nivel de aprobación regular a bajo según el 53% y 31% proporcionalmente, teniendo en cuenta que los servicios de alojamiento y alimentación, así como de agencias de viaje y turismo están poco comprometidos con el desarrollo del evento y además las actividades ejecutadas no tienen trascendencia nacional y mucho menos internacional. De este modo, se confirma que los empresarios en los sectores de alojamiento, alimentación, agencias de viaje y turismo muestran poco compromiso con el desarrollo del evento, limitando una planificación conjunta y una adecuada integración social, lo que repercute en el poco valor significativo dentro del contexto nacional y mucho menos en el internacional, limitando su posicionamiento.

Desde esta perspectiva para mejorar la realidad de los servicios y equipamiento para la celebración de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas, sería necesario realizar algunas acciones que estén enfocados en fortalecer la colaboración y el compromiso de los empresarios de la ciudad, en los sectores de alojamiento, alimentación, agencias de viaje y turismo, así como en elevar la trascendencia del evento a nivel nacional e internacional. En primer lugar, es fundamental fomentar una planificación conjunta entre la Sociedad Civil Raymillaqta de los Chachapoyas, la Dirección regional de Comercio Exterior y Turismo de Amazonas, demás organizaciones involucradas y los empresarios locales de manera general, promoviendo mesas de trabajo y reuniones periódicas para alinear objetivos y estrategias para el desarrollo del evento a programarse de un año para otro. Se debe incentivar la inversión en la mejora de los servicios de alojamiento y alimentación, ofreciendo programas de capacitación y asesoramiento para que los negocios locales puedan elevar sus estándares de calidad y servicio. Asimismo, es crucial desarrollar campañas de marketing dirigidas tanto a nivel nacional como internacional, destacando los atractivos del destino Amazonas, así como las características auténticas del evento y promoviendo paquetes turísticos que incluyan transporte, alojamiento y actividades durante la Semana Turística. Establecer alianzas estratégicas con grandes operadores turísticos y plataformas de reservas a nivel nacional que puedan aumentar la visibilidad y atraer a un mayor número de visitantes. Además,

se debe trabajar en la creación de actividades de alto impacto y relevancia cultural que resalten la identidad de los Chachapoyas, captando la atención de medios de comunicación y turistas de diversas partes.

Tabla 5

Nivel de aprobación de la accesibilidad para la celebración de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas

Nivel	Escala	fi	Fi	hi%	Hi%
Bajo	5-12	40	40	40%	40%
Regular	13-18	54	94	54%	94%
Bueno	19-25	6	100	6%	100%
Total		100		100%	

En relación a la accesibilidad para asistir a la celebración de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas se muestra un nivel de aceptación regular a bajo fundamentado por un 54% y 40% consecutivamente, demostrando que existen deficiencias en la infraestructura principalmente terrestre si hablamos de un timos interno o departamental y del aéreo si consideramos la visita de turistas nacionales e internacionales condicionando conjuntamente con la presentación del transporte una visita y estadía amena de los turistas. En ese sentido, las deficiencias en la infraestructura terrestre y aérea pueden tener un impacto significativo en la competitividad y el desarrollo turístico del destino Amazonas, así como en la experiencia general de los turistas que asisten a presenciar el desarrollo de este evento. Por todo ello, es importante que las organizaciones involucradas aborden estas deficiencias para mejorar la calidad y la atracción del evento para convertirlo en un producto que diversifique el destino turístico Amazonas.

Con el propósito de mejorar la accesibilidad y la infraestructura para asistir a la celebración de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas, es necesario que se implemente algunas estrategias que influyan en la minimización de las deficiencias en los sistemas de transporte terrestre y aéreo, así como en la infraestructura en general. Es crucial unir esfuerzos entre las diferentes partes e instituciones locales para gestionar y presionar la mejora y mantenimiento de las vías terrestres que conectan a Chachapoyas con otras ciudades y regiones, asegurando que las carreteras sean seguras y de fácil tránsito. Además, de presionar para la ampliación y modernización del aeropuerto local para facilitar el

acceso de vuelos nacionales e internacionales, incrementando así la conectividad aérea. Establecer alianzas con empresas de transporte terrestre y aéreo que puede ser una estrategia relevante para la creación de paquetes turísticos accesibles que incluyan transporte, alojamiento y actividades, haciendo la visita más conveniente para los turistas. También es esencial coordinar con las autoridades locales y regionales para asegurar la inversión en infraestructura turística, como estaciones de transporte bien equipadas y señalización adecuada para llegar al evento sin mayores inconvenientes. La promoción de programas de transporte público regional y nacional eficientes y la mejora de los servicios de taxi y transporte privado dentro de la ciudad también pueden contribuir significativamente a una experiencia más agradable y cómoda para los visitantes.

Tabla 6

Imagen del evento “Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas”

Nivel	Escala	fi	Fi	hi%	Hi%
Deficiente	5-12	32	32	32%	32%
Regularmente Aceptable	13-18	57	89	57%	89%
Aceptable	19-25	11	100	11%	100%
	Total	100		100%	

En cuanto a la imagen del evento tiene un nivel de aprobación regularmente aceptable 57% a una imagen deficiente 32%, exponiendo que el modelo de desarrollo del evento Semana Turística- Raymillaqta de los Chachapoyas no es el adecuado, existe una inestabilidad económica y social del país que dificulta su posicionamiento, carece de servicios turísticos adecuados y principalmente tiene dificultades para recibir adecuadamente a los visitantes. Si hacemos un análisis general de este componente se puede precisar que el modelo actual de desarrollo de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas enfrenta desafíos importantes, a esto se suma los aspectos relacionados con la inestabilidad económica y social, la falta de servicios turísticos adecuados y las dificultades para recibir y atender a los visitantes, condicionando su sostenibilidad en el tiempo y que pelagra su desaparición. Es así que, estos aspectos deben abordarse de manera integral por parte de las organizaciones públicas y privadas para mejorar la calidad y el impacto positivo del evento en la región, al norte del país y en su contexto general entorno a nivel nacional.

Con el propósito de mejorar la imagen del evento Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas, es esencial implementar acciones que permitan abordar de fondo los desafíos actuales, incluyendo la inestabilidad económica y social, la falta de servicios turísticos adecuados y las dificultades para recibir y atender a los visitantes. En primer lugar, se debe planificar, revisar y actualizar el modelo de desarrollo del evento, adoptando un enfoque estratégico que involucre a todas las partes interesadas, tanto públicas como privadas, para asegurar una planificación y ejecución efectivas. Es crucial mejorar los servicios turísticos, invirtiendo en infraestructura y capacitación para ofrecer una experiencia de alta calidad a los visitantes. La promoción del evento debe intensificarse mediante campañas de marketing que resalten sus aspectos únicos y atractivos, tanto a nivel nacional e internacional, utilizando plataformas digitales y medios tradicionales. Además, se deben establecer alianzas con empresas y organizaciones que puedan proporcionar recursos y apoyo financiero, mitigando así los efectos de la inestabilidad económica. Para asegurar la sostenibilidad del evento, es necesario crear un plan de contingencia que aborde posibles riesgos y desafíos, garantizando la continuidad del evento a pesar de las adversidades. Por último, se debe precisar algo muy importante como la retroalimentación de los visitantes el mismo que debe ser constantemente recogida y analizada para identificar áreas de mejora y ajustar las estrategias en consecuencia.

3.2. Nivel de impacto social de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas, 2023

Tabla 7

Nivel de impacto social de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas

Nivel	Impacto social		Hospedaje		Restaurante	
	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%
Bajo	46	37%	16	44%	30	34%
Regular	72	58%	17	47%	55	63%
Bueno	6	5%	3	8%	3	3%
	124	100%	36	100%	88	100%

El impacto social por la celebración de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas es de regular 58% a bajo 37% de manera general, mientras que solo

para los establecimientos de hospedaje comparte la evaluación de regular a bajo con un porcentaje representativo del 47% a 44% y de la misma forma para los restaurantes con 63% y 34% proporcionalmente al índice general. Estos resultados indican que la semana turística genera poca o nula influencia en el mejoramiento de los servicios públicos en la ciudad. Estos resultados confirman que la Semana Turística tiene un impacto limitado en la mejora de los servicios públicos en la ciudad, lo que sugiere la necesidad de una mayor atención y coordinación entre los responsables del evento y las autoridades locales para abordar esta cuestión de manera efectiva.

Es importante volver a recalcar que para mejorar el impacto social de la celebración de la Semana Turística-Raymillaqta, es necesario que exista una coordinación y colaboración firme entre los diversos organizadores del evento y las autoridades locales, así como el sector privado. De este modo, en primer lugar, se deben establecer mesas de trabajo y comités conjuntos que incluyan a representantes del gobierno local, empresarios y la comunidad para desarrollar planes integrales que aseguren que el evento no solo atraiga turistas, sino que también mejore los servicios públicos. Es crucial invertir en la mejora de la infraestructura pública, como el mantenimiento y embellecimiento de las calles, la mejora de la señalización turística y el incremento de la seguridad durante el evento. Además, se debe promover programas de capacitación para las empresas involucradas en el turismo, asegurando que puedan ofrecer servicios de alta calidad que satisfagan las expectativas de los visitantes. La promoción de prácticas sostenibles y responsables en la gestión de residuos y la conservación del entorno también es vital para aumentar la aceptación del evento entre la población que viene a participar del evento ya sea de forma directa o indirecta. Estas acciones no solo permitirían mejorar la imagen del evento, sino que también influiría en una mejor calidad de vida de la población que habita en la ciudad y sus alrededores.

3.3. Nivel de impacto económico de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas, 2023

Tabla 8

Nivel de impacto económico de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas

Nivel	Impacto económico		Hospedaje		Restaurante	
	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%
Bajo	55	44%	10	28%	45	51%
Regular	63	51%	24	67%	39	44%
Bueno	6	5%	2	6%	4	5%
	124	100%	36	100%	88	100%

En cuanto al impacto económico de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas se logró demostrar un impacto regular a bajo exponiendo porcentajes representativos generales de 51% y 44% proporcionalmente. Del mismo modo, los establecimientos de hospedaje comparten dichas características con un 67% en el grado regular y 28% bajo; mientras que, según los restaurantes el impacto económico generado en la ciudad es bajo 51% a regular 44%. Datos que exponen que las inversiones realizadas para la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas es poco efectivo considerando una débil contribución a la economía de la población Chachapoyasna. De estos resultados se puede precisar que las inversiones realizadas para la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas son poco efectivas en términos de su contribución a la economía local, lo que sugiere la necesidad de revisar y ajustar las estrategias de inversión para lograr un impacto económico más significativo y sostenible

Si nos centramos en el tema económico es esencial implementar estrategias que optimicen las inversiones y maximicen su contribución a la economía local. En primer lugar, es necesario revisar y ajustar las estrategias de inversión realizada por el gobierno regional, enfocándose en proyectos que generen un retorno económico tangible y sostenible para la comunidad y que no solo sirva para como espectáculo. Se debe fomentar la colaboración entre la sociedad civil, el gobierno local y los empresarios para identificar áreas de inversión clave, como la mejora

de la infraestructura turística, el desarrollo de actividades y experiencias atractivas para los visitantes, y la promoción de productos locales. Además, se pueden establecer incentivos y programas de apoyo para los establecimientos de hospedaje y restaurantes, ayudándolos a mejorar sus servicios y atraer a más turistas. La promoción del evento también es un recurso clave por lo que debe intensificarse mediante campañas de marketing dirigidas tanto a nivel nacional como internacional, utilizando medios digitales y tradicionales para atraer a un mayor número de visitantes. También es preponderante implementar programas de capacitación para los empresarios locales y promover alianzas estratégicas con operadores turísticos a nivel nacional para aumentar la visibilidad y accesibilidad del evento. Finalmente, es sumamente importante después de cada evento evaluar el impacto económico mediante encuestas y análisis de datos que permitirá ajustar las estrategias de manera efectiva, asegurando un crecimiento sostenible y significativo en la economía local.

3.4. Impacto socioeconómico de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas, 2023

Tabla 9

Impacto socioeconómico de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas, 2023

Nivel	Impacto socioeconómico		Hospedaje		Restaurante	
	fi	hi%	fi	hi%	fi	hi%
Bajo	48	39%	11	31%	37	42%
Regular	68	55%	21	58%	47	53%
Bueno	8	6%	4	11%	4	5%
	124	100%	36	100%	88	100%

De manera general el impacto socioeconómico de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas resultó en un nivel regular a bajo con 55% y 39% correspondientemente, siendo en los hospedajes más productivo que en los restaurantes demostrando un grado porcentual de 58% a 31% de regular a bajo, en comparación con los restaurantes que expone un 53% a 42%. Estos resultados justifican que el evento no tiene mayor injerencia en el mejoramiento de los servicios básicos de la ciudad, de los servicios públicos en general, de la educación básica de la población, de la asistencia de calidad en salud y consecutivamente al

bienestar social de la población. Así mismo, respecto al impacto económico se muestra una débil influencia en el incremento de la oferta laboral, en la estabilidad laboral, estabilidad en la cadena de pagos y generalmente en las inversiones públicas y privadas.

Haciendo un análisis general de los resultados se evidenció que la Semana Turística tiene un impacto limitado o prácticamente nulo en la mejora de los servicios públicos en la ciudad como parte de los factores sociales y una débil incidencia en el factor económico. Esto puede interpretarse como falta de inversión o enfoque en servicios públicos, por tanto, es posible que las autoridades locales no estén priorizando la calidad en servicios públicos como parte integral del desarrollo de la Semana Turística, principalmente se puede asumir las limitaciones presupuestarias, falta de planificación o falta de conciencia sobre la importancia de estos servicios para la experiencia de los turistas y la calidad de vida de los residentes. Así mismo, podría tener impactos significativos las limitaciones de capacidad, porque incluso si se realizan esfuerzos para mejorar los servicios públicos, puede haber limitaciones en la capacidad de la ciudad para satisfacer la demanda durante la Semana Turística. Por ejemplo, si en uno de los años de desarrollo del evento existe un aumento repentino en la cantidad de visitantes puede sobrecargar los sistemas de transporte, las instalaciones sanitarias y otros servicios públicos, lo que dificultaría su mejora efectiva durante el evento. Finalmente, se evidenció la falta de integración, pues la Semana Turística puede estar operando de manera independiente o aislada de los esfuerzos más amplios de desarrollo urbano y mejora de servicios en la ciudad tanto públicos como privados. Esto puede resultar en una falta de sinergia y coordinación entre los diferentes actores involucrados en el desarrollo de la ciudad y la organización del evento turístico.

Entonces asumiendo las principales acciones que se debería aplicar para mejorar el evento, se debe tener en cuenta las siguientes:

- Desarrollar un plan estratégico integral que incluya un análisis FODA y defina objetivos a corto, mediano y largo plazo

- Planificar y ejecutar campañas de marketing integradas utilizando medios digitales y tradicionales
- Establecer colaboraciones con empresas nacionales y patrocinadores, y posicionar el evento a nivel nacional e internacional.
- Gestionar el mejoramiento de la infraestructura turística, incluyendo alojamiento, transporte y servicios básicos,
- Implementar programas de capacitación para guías y operadores turísticos, para promover nuevos productos turísticos integradores
- Capacitar y sensibilizar sobre prácticas sostenibles en torno a la educación sobre sostenibilidad
- Desarrollar planes y proyectos integrales que busquen la sostenibilidad y el posicionamiento del evento a nivel internacional
- Evaluación y mejora continua mediante la recopilación de retroalimentación y la revisión anual del plan estratégico garantizarán el crecimiento y éxito del evento

IV. DISCUSIÓN

El estudio analizó el impacto socioeconómico de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas en 2023, encontrando un impacto regular a bajo tanto en aspectos sociales como económicos, que se refleja en la falta de mejoras significativas en salud, educación y en la contribución económica a la población. Estos resultados contrastan con estudios anteriores como el de Agorreta et al. (2020) sobre el impacto positivo significativo de eventos deportivos en el Valle del Jerte en España, por lo que se confirma que una planificación integral de eventos conlleva a un impacto positivo en el desarrollo económico, mientras que la improvisación debilita la imagen y la aceptación del evento. Los hallazgos también difieren de la investigación de Grillo & Lazzarini (2019) sobre eventos turísticos en Brasil, que mostraron un impacto positivo significativo en la ciudad, estas diferencias están claramente definidas si tenemos en cuenta que en el caso de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas, la aceptación del visitante es regular a bajo, lo que ha debilitado la imagen del evento y su posicionamiento. En ese contexto, es necesario resaltar que una adecuada planificación de un determinado evento turístico no solo impulsa la economía local y promueve el destino, sino que también contribuye al desarrollo sostenible de la comunidad y mejora la experiencia de los visitantes.

En cuanto a la aceptación de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas, se encontró una respuesta regular a baja, destacando problemas en la presentación de servicios clave como alojamiento y alimentación. Esto se relaciona con hallazgos de Agorreta et al. (2020) sobre debilidades similares en el Valle del Jerte en España. Así mismo, en el presente estudio se encontró que la infraestructura para el evento también fue criticada, lo que se asemeja a los resultados presentados en el estudio de Grillo & Lazzarini (2019) que enfatizan la importancia del mejoramiento de la accesibilidad para la atracción de visitantes. Aunque la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas destaca por la muestra de identidad cultural, su presentación efectiva necesita mejoras, coincidentemente como se reflejó en los resultados de Hidalgo (2019) en Bahía Blanca, Argentina, quien indicó la existencia de un potencial importante para el desarrollo de eventos turísticos como el running. Si existe algo que resaltar es la identidad cultural por considerarse parte fundamental para posicionar un evento

turístico, ya que puede atraer a visitantes interesados en experiencias auténticas y únicas. Sin embargo, no es suficiente por sí sola para garantizar el éxito y posicionamiento del evento, se requiere de un enfoque integral que abarque aspectos como la infraestructura, los servicios, la accesibilidad, la promoción y la experiencia del visitante; teniendo en cuenta que, en el sector turístico, la competencia es intensa y otros destinos y eventos ofrecen también experiencias culturales auténticas. Por lo tanto, es necesario destacar y diferenciarse de manera efectiva.

Respecto al análisis del impacto social y económico de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas revela una influencia regular a baja en el mejoramiento de servicios básicos y en el desarrollo económico de la ciudad. Aunque fortalece la identidad cultural, no presenta mayores impactos en el desarrollo socioeconómico de la población, como si lo demuestra la ejecución de algunos eventos tradicionales como el carnaval en Cajamarca en donde se destaca la contribución social y económica gracias al desarrollo del evento, sustentado en el estudio de Villegas (2021) y también como la fiesta del Señor de los Milagros en Lima, que logra cada vez una mayor participación y generación de impactos positivos a nivel social y cultural, contribuyendo significativamente al desarrollo turístico (Lahura & León, 2020). Siguiendo el análisis comparativo, en términos económicos, la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas presenta un bajo retorno de la inversión, a diferencia de eventos como la Muchik Feria Internacional de Turismo, que se ha logrado posicionar como una estrategia comercial exitosa para el desarrollo económico a través del turismo en la región La Libertad (Bazán, 2022). En ese orden de ideas algunos eventos turísticos destacan por tener un impacto social y económico significativo, por varios aspectos clave, como el fortalecimiento de la cultura local, la participación comunitaria que permite fortalecer la identidad del evento y genera compromiso, lo que contribuye a su éxito, además de la calidad en la organización, que incluye servicios de alta calidad y seguridad, y la innovación y creatividad en la oferta de experiencias que atraen a un público más amplio y aumentan el gasto turístico; factores que aún se encuentran en proceso de integración para el desarrollo la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas.

V. CONCLUSIONES

- La aprobación de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas es regular 46% a bajo 35% siendo sus principales características de desaprobación falta de planificación, servicios y equipamiento regular 53% a bajo 31%, deficiencias en la infraestructura para asistir al evento 54% regular a 40% bajo, y una imagen débil para la promoción y comercialización como producto turístico regularmente aceptable 57% a deficiente 32%.
- El impacto social generado por la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas es regular 58%, según hospedajes 47% y restaurantes 63% considerando que no se muestran mayores índices de influencia en el mejoramiento de los servicios públicos y privados en la ciudad.
- El impacto económico de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas es débil, alcanzando el nivel regular 51% a bajo 44%, encontrando menos rentabilidad los restaurantes con 51% en el nivel bajo y hoteles 67% regular, evidenciando que no genera gran aporte al desarrollo económico de las empresas que están involucradas directamente y, por tanto, no se muestra resultados satisfactorios para la población.
- El impacto socioeconómico de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas es regular a bajo con 55% y 39% respectivamente, indicando de manera general algunas características como la débil injerencia en el desarrollo educativo, salud, seguridad y principalmente en su aporte al crecimiento económico de la ciudad.

VI. RECOMENDACIONES

- A la Asociación de la Sociedad Civil Raymillaqta de los Chachapoyas elaborar un plan de desarrollo integrador para la ejecución del evento, que integre las organizaciones públicas y privadas de la ciudad y del departamento.
- A la Asociación de la Sociedad Civil Raymillaqta de los Chachapoyas descentralizar la función para la gestión del evento, formando comités en todas las provincias del departamento que fortalezcan la imagen.
- A la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo formular y desarrollar un plan de fortalecimiento de la identidad cultural en las comunidades autóctonas del departamento.
- A la Asociación de la Sociedad Civil Raymillaqta de los Chachapoyas y Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo articular esfuerzos para privatizar el desarrollo del evento mediante la consolidación dentro del desarrollo empresarial, con el objetivo de mejorar la eficiencia en la contribución económica a la población involucrada.
- A las instituciones e investigadores académicos principalmente a la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, tomar los resultados para la realización de estudios aplicados entorno al mejoramiento de sensibilización social, económica y ambiental en la población involucrada. También, es importante el desarrollo de un estudio que involucre una propuesta concreta desde la concepción del turismo sostenible.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agorreta, J., Madruga, M., Cerro, D., & Prieto, J. (2020). Impacto socioeconómico del turismo activo de eventos deportivos. *ROTUR. Revista de Ocio y Turismo*, 14(2), 88–104. <https://doi.org/10.17979/rotur.2020.14.2.6436>
- Azcué, I., Cruz, G., & Varisco, C. (2018). Impactos económicos del turismo. *Nulan - Portal de Promoción y Difusión Pública Del Conocimiento Académico y Científico Soporta*, 1(1), 1–23. <https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/3068/>
- Bazán, M. S. (2022). *Impactos generados por Muchik Feria Internacional de Turismo 2018, en el desarrollo del turismo de reuniones y eventos, en Trujillo* [Tesis de titulación, Universidad Nacional de Trujillo]. <https://dspace.unitru.edu.pe/items/04f1b861-105c-4528-9dc3-604bfa32929c>
- Concytec. (2017). *Guía práctica para la formulación y ejecución de proyectos de investigación y desarrollo experimental*. CONCYTEC. https://portal.concytec.gob.pe/images/renacyt/reglamento_renacyt_version_final.pdf
- Gobierno Regional Amazonas. (2017). *Reglamento de Organización y Funciones (ROF) del “Raymillacta*. Consejo Regional de Amazona. <https://www.gob.pe/institucion/regionamazonas/normas-legales/1947716-172-2007-gra-cr>
- Grillo, C. K., & Lanzarini, R. (2019). Turismo de eventos en la ciudad de São Paulo - Brasil. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 28, 1146–1162. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322019000400015
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. del P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6th ed.). McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. <https://eduvirtual.cuc.edu.co/moodle/mod/url/view.php?id=424372>

- Jochatoma, C. A. (2017). *Impacto socioeconómico del turismo sobre el centro poblado de Caral* [Tesis de maestría, Universidad Privada Juan Pablo II]. <https://core.ac.uk/download/pdf/270312659.pdf>
- Lahura, J. D., & León, J. R. (2020). *Impactos socioculturales generados por la Festividad del Señor de los Milagros en Lima Metropolitana, en el año 2019* [Tesis de titulación de la Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/57689>
- Lechuga, M. R. (2020). *Modelo de emprendimiento universitario e impacto socioeconómico. Análisis de emprendedores egresados de Durango* [Tesis Posgrado, Universidad Juárez del Estado de Durango]. <http://repositorio.ujed.mx/jspui/handle/123456789/109>
- Leonardi, V. S., & Miraglia, D. A. (2019). Los eventos running en la localidad de Bahía Blanca (Argentina). Una aproximación a su impacto turístico y económico. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 15(2), 113–129. <https://doi.org/10.4067/S0718-235X2019000200113>
- Rodríguez, A., & Pérez, A. O. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 82, 175–195. <https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647>
- Tamayo, C. L., & Silva Siesquén, I. (2016). *Técnicas e instrumentos de recolección de datos*. <https://www.postgradoune.edu.pe/pdf/documentos-academicos/ciencias-de-la-educacion/23.pdf>
- Tomazzoni, E. L., & Campillo, L. D. C. (2013). Ciclo virtuoso de satisfacción de los turistas del evento Natal Luz en la ciudad de Gramado (Serra Gaúcha, Brasil). *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 22, 630–660. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5205717>
- Villegas, L. A. (2021). *Fiesta tradicional carnaval de Cajamarca, 2020* [Tesis para obtener el título profesional de licenciada en administración en turismo y hotelería, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/80051>

ANEXOS

Anexo 1

Operacionalización de Variables

Variable	Definición teórica	Dimensión	Indicadores	Instrumento	
Impacto socioeconómico de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas	El impacto socioeconómico es el reflejo de los efectos sociales y económicos como mediciones tanto en el corto y largo plazo, ajustados en función de los efectos logrados por otras partes, por los efectos producidos a causa de un determinado evento evidenciado previamente (Lechuga, 2020). Así mismo la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas, constituye una manifestación de las tradiciones, danzas, usos y costumbres propias que desarrollan nuestras comunidades en sus diferentes calendarios festivos, que es necesario institucionalizar a nivel regional, a fin de revalorar, fortalecer e incentivar su continuidad y permanencia a través de los tiempos, tanto en sus espacios geográficos respectivos, como su representación durante el calendario de desarrollo de la Semana Turística de Chachapoyas (Gobierno Regional Amazonas, 2017).	Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas	Nivel de aceptación	Cuestionario	
			Desarrollo sostenible		
			Organización		
		Servicios y equipamiento	Servicio de alojamiento y alimentación		
			Servicio de agencias de viaje y turismo		
			Actividades recreativas		
		Accesibilidad	Infraestructura		
			Tipo de transporte		
		Imagen del evento	Factores internos		
			Factores externos		
			Comunidad receptora		
		Impacto social	Seguridad		Cuestionario
			Servicios básicos		
			Educación		
Salud					
Impacto económico	Generación de empleos	Cuestionario			
	Cadena de pagos				
	Generación de oportunidades				
	Crecimiento económico				

Anexo 2

Formato de encuesta

CUESTIONARIO PARA EVALUAR EL IMPACTO SOCIOECONÓMICO DE LA SEMANA TURÍSTICA-RAYMILLAQTA

Estimado gerente o administrador el presente instrumento tiene por finalidad recabar información sobre el impacto socioeconómico de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas, 2023; por lo que debe ser llenado con las consideraciones del caso. Además, es importante precisar que la información será utilizada únicamente con fines de investigación.

Criterio de evaluación:

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Indeciso
4. Totalmente de acuerdo
5. De acuerdo

Agradecemos leer cada uno de los ítems y marcar con (X), la alternativa que considere.

N°	Ítem	5	4	3	2	1
	Dimensión 1: Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas	5	4	3	2	1
1	Considera que la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas tiene gran aceptación por parte de los visitantes					
2	Es atractivo para usted la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas como producto turístico					
3	La Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas se proyecta como un evento turístico sostenible					
4	La Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas tienen una connotación importante con el factor económico, social y ambiental del departamento					
5	La organización del Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas contribuye al desarrollo turístico en el destino Amazonas					
	Dimensión 2: Servicios y equipamiento	5	4	3	2	1
6	Consideras que el servicio de alojamiento es suficiente y adecuado para el desarrollo del Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas					
7	Consideras que el servicio de alimentación es suficiente y adecuado para el desarrollo del Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas					
8	Las agencias de de viaje y turismo contribuyen al posicionamiento del Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas como producto turístico					
9	La mayor parte de actividades enmarcadas dentro de la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas es atractiva para usted					

10	Los servicios turísticos existentes en la ciudad son apropiados para el desarrollo sostenible del Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas					
	Dimensión 3: accesibilidad	5	4	3	2	1
11	Las vías de acceso es una limitante para participar en la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas					
12	El tipo de transporte utilizado para participar en la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas es adecuado para usted					
13	Existe señales orientativas e interpretativas adecuadas para llegar oportunamente al Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas					
14	Los transportistas están preparados para trasladar a la población durante el desarrollo del Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas					
15	Existe suficiente nivel de transporte para participar en la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas					
	Dimensión 4: Imagen del evento	5	4	3	2	1
16	Considera que el modelo de desarrollo del evento Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas es el adecuado					
17	La gestión del Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas para su promoción y publicidad es el adecuado					
18	La inestabilidad económica y social del país dificulta el posicionamiento del Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas					
19	Chachapoyas cuenta con servicios turísticos adecuados para recibir de manera adecuada a las comunidades que participan en el Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas					
20	Chachapoyas es un buen anfitrión para los visitantes que vengán a participar del Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas					
	Dimensión 5: Impacto social	5	4	3	2	1
21	Durante la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas se ha evidenciado una adecuada seguridad ciudadana					
22	Durante la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas, se ha evidenciado un tráfico ordenado, logrando una estabilidad en el transporte urbano					
23	Los servicios básicos han mejorado gracias a la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas					
24	Los servicios públicos han mejorado gracias a la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas					
25	Considera que la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas contribuye a la educación de la población					
26	Considera que la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas contribuye al mejoramiento de la identidad a través de una educación cultural					

27	La Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas ha contribuido a una mejor asistencia médica en la ciudad					
28	La Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas ha permitido incrementar los servicios de salud en la ciudad					
29	De manera general considera que la Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas mejora el involucramiento de la población en los temas sociales					
30	La Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas aporta significativamente al bienestar social de la población					
Dimensión 6: Impacto económico		5	4	3	2	1
31	La Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas ha contribuido al incremento de la oferta laboral en la ciudad					
32	La Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas genera oportunidades de trabajo mejor pagadas para personas con inestabilidad laboral					
33	La Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas contribuye a la estabilidad en la cadena de pagos de los proveedores					
34	Los proveedores tienen mejores beneficios en sus pagos, gracias al Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas					
35	La Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas genera mejores oportunidades de inversión privada					
36	La Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas genera mejores oportunidades de inversión pública					
37	La Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas genera importantes ingresos económico-financieros directos e indirectos para las empresas					
38	Los pobladores de Chachapoyas tienen mejores ingresos gracias al Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas					
39	La Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas genera importantes ingresos por impuestos a la región					
40	La Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas ha contribuido a la recuperación del sistema financiero de las empresas					

¡Gracias por su cooperación ¡

Anexo 3*Registro de establecimiento de hospedaje y restaurantes de la ciudad de Chachapoyas***Establecimientos de alojamiento (hospedajes)**

N°	N° RUC	NOMBRE O RAZON SOCIAL	NOMBRE COMERCIAL	REPRESENTANTE LEGAL	DOMICILIO
1	10407763438	Maria Marlene Muñoz Gongora	Hospedaje California	Maria Marlene Muñoz Gongora	Jr. Libertad 926
2	10445905360	Gerardo Mas Mas	Relax	Gerardo Mas Mas	Jr. Salamanca 404
3	10407763438	Maria Marlene Muñoz Gongora	Hospedaje California	Maria Marlene Muñoz Gongora	Jr. Salamanca 525
4	10407763438	Maria Marlene Muñoz Gongora	Hospedaje California	Maria Marlene Muñoz Gongora	Jr. Salamanca 682
5	10415140300	Deisy Riva Mori	Hospedaje Amazonico	Deisy Riva Mori	Jr. Salamanca 640
6	10334294850	Ney Inga Mixan	Los Jardines	Ney Inga Mixan	Jr. Salamanca 993
7	10334302569	Gil Inga Mixan	Hospedaje Planet Tours	Gil Inga Mixan	Av. Salamanca 945
8	10334056703	Angelica Trigos Cortez	El Poseidon	Angelica Trigos Cortez	Jr Libertad 1062
9	15392169226	Oscar Hernan Pinedo Portoarrero	Bunker Hostal	Oscar Hernan Pinedo Portoarrero	Jr. Libertad 880
10	10759934011	Hostal Don Lalo	Hospedaje Don Lalo	Sindy Vilchez Ramos	Jr. Libertad 580
11	20603468911	Shila E.I.R.L.	Naranjos	Clara Virginia Gomez Mirando	Jr. Libertad 692
12	10407753939	Clodomira De Vargas Lopez	Hospedaje El Sueño	Clodomira De Vargas Lopez	Av. Avitamiento 642
13	10407763438	Maria Marlene Muñoz Gongora	Hospedaje La Morada	Maria Marlene Muñoz Gongora	Jr. Ayacucho 277
14	10334009471	Jose Santos Villacrez Muñoz	Sol Y Luna	Jose Santos Villacrez Muñoz	Jr. Ayacucho 690
15	10456324628	Nardita Camus Portocarrero	Hotel/Hostal Higos Urco	Nardita Camus Portocarrero	Jr. Triunfo Cdra. 1
16	10092503343	Elva Jesus Gutierrez Ocampo	Hospedaje Gutierrez	Elva Jesus Gutierrez Ocampo	Jr. Ortiz Arrieta 371
17	10190964324	Maria Leonilda Palacios Viuda De Chuquimbalqui	Hospedaje Jenny	Maria Leonilda Palacios Viuda De Chuquimbalqui	Psje David Reyna 285
18	10334041234	Lucila Valles De Diaz	Jehova Es Mi Luz Y Salvacion	Lucila Valles De Diaz	Psje. David Reyna 100

19	10334019778	Doris Orfelía Tuesta Chavez	Don Lucho	Doris Orfelía Tuesta Chavez	Psje David Reyna 290
20	20602030114	Servicios Turisticos Ramos E.I.R.L.	Hospedaje Shubeth	Eduuar Ramos Zuta	Jr. Amazonas 440
21	10334002344	Isaac Santillan Cortez	Aventura Chachappoyas Backpackers	Isaac Santillan Cortez	Jr. Amazonas 1414
22	10334052155	Casa Hospedaje Teresita	Casa Hospedaje Teresita	Teresa Negrón Portocarrero	Jr. Amazonas 537
23	20605289453	Servicios E Inversiones Lisad S.R.L	El Gran Gocta	Lina Mori Mendoza	Jr. Amazonas 426
24	10437312911	Ebelna Pinedo Galoc	Hospedaje Royalty	Ebelna Pinedo Galoc	Jr. Grau 299
25	10438295700	Cesar Espejo Chavez	Hospedaje Norte	Cesar Espejo Chavez	Jr. Grau 644
26	1070035410	Nancy Manuelita Montenegro Carguas	Killa Huasy Biandy	Nancy Manuelita Montenegro Carguas	Jr. Bolivia 316
27	10086762736	Pilar Maryliana Arias Cabrera	La Merced	Pilar Maryliana Arias Cabrera	Jr. La Merced 1157
28	10465827047	Cinthia M. Herrera Melendez	La Casa De Los Balcones	Cinthia M. Herrera Melendez	Jr. Triunfo 828
29	20602030114	Servicios Turisticos Ramos E.I.R.L.	Shubet Hostal	Jose Del Carmen Ramos Vergaray	Jr, Dos De Mayo 1370
30	10476415051	Mirta Cruz Chavez	Alojate Piso 3	Mirta Cruz Chavez	Psje. David Reina 227
31	10337858240	Luis Iliquin Vigo	Hospedaje Mi Perú	Luis Iliquin Vigo	Jr. Grau 211
32	10412961221	Sally Karin Jimenez Villacrez	Casa Luya Urco	Sally Karin Jimenez Villacrez	Jr. Arequipa 281
33	10437394496	Leily Rosio Mendoza Saucedo	Hospedaje Collons	Leily Rosio Mendoza Saucedo	Jr. Amazonas 721
34	10062572553	Rosa María López Espinoza	Miski Wara K	Rosa María López Espinoza	Jr. Dos De Mayo 735-B
35	20487401383	Puertas Del Sol Peru S.A.C	Hostal Imos	Abelardo Orihuela Centeno	Jr. Ortiz Arrieta 394
36	10430353131	Gilber Montenegro Chuqui	Cristo Rey	Gilber Montenegro Chuqui	Jr. Libertad 635
37	20561299952	Jmm Amazonas	Casa Hospedaje Salon Cultural Sumaj Huasi	Jesica Muñoz Marín	Calle Karajía 110
38	10103593854	Jovith Valle Guiop De Muñoz	Hospedaje El Nogal	Jovith Valle Guiop De Muñoz	Jr. Ortiz Arrieta

					373
39	10467956421	Saavedra Rojas Jose Enrique Wicberto	Buenas Noches	Saavedra Rojas Jose Enrique Wicberto	Av. Avitamiento 724
40	10334306301	Gualberto Zamora Loja	Hospedaje Kollarón	Gualberto Zamora Loja	Av. Avitamiento 186
41	10080828697	German Napoleón Cotrina Díaz	Déja Vu Backpackers	German Napoleón Cotrina Díaz	Av. Avitamiento
42	10334060484	Carlos Augusto Salazar Chota	El Molino	Milagros Lapiz Guimac	Jr. Junín 1083
43	10334011424	Alvarado Inga Edith Isabel	Casa Hospedaje Burgos	Alvarado Inga Edith Isabel	Jr. Hermosura 622
44	10334299002	Huaman Mori Niviola	Sumaq Chacha	Huaman Mori Niviola	Jr. Salamanca 124
45	10076299787	Napoleón Mendoza Zumaeta	Tierra Mística	Napoleón Mendoza Zumaeta	Jr. Junín 786 A-786 B
46	10728013724	Anikeidy Torrejón Culqui	Hospedaje Alpa Kasa Chachapoyas	Anikeidy Torrejón Culqui	Jr. Dos De Mayo 639
47	10098419999	Gloria P. Santillán Melendez	Alojamiento Hospedaje J&J	Gloria P. Santillán Melendez	Calle Universitaria S/N
48	10339602455	Jhojan Herrera Fernandes	Hospedaje Huayas	Jhojan Herrera Fernandes	Jr. Salamanca 663
49	20607493031	Chachapoyas Tours-Com E.I.R.L.	La Tribu Backpackers	Llender Mendoza Mas	Jr. Grau 209
50	10417635756	Guevara Tafur Manuel	Fortaleza	Guevara Tafur Manuel	Jr. Dos De Mayo 549
51	10456059002	Sarita Ensinas Puscan	Balta	Sarita Ensinas Puscan	Jr. Ortiz Arrita S/N
52	10334046775	Hostal Y Restaurant Plaza E.I.R.L.	Hospedaje Plaza	Yolanda Mori Gutierrez	Jr. Grau 534
53	10462494292	Licet Rojas Tafur	Titanic	Licet Rojas Tafur	Jr. Libertad 994

Establecimientos de restaurantes

N°	N° DE RUC	NOMBRE O RAZON SOCIAL	NOMBRE COMERCIAL	DOMICILIO
01	10411035692	Qallarix Coffee & Market	Qallarix Coffee & Market	Jr. Amazonas N° 504
02	10334007940	Mass Burger	Mass Burger	Jr. Triunfo N° 1051
03	10334004347	Asuncion Villegas De Torrejon	Bar Café "La Pared Caida"	Jr. Ayacucho N° 799
04	10334010576	Mass Burger	Chicharroneria "Katy Y Edy"	Jr. Amazonas N° 193 - C
05	10334055863	Walter Ocampo Chavez	Café Restaurant "Q Rico"	Jr. Dos de Mayo N° 631
06	10334032502	Romulo Alfonso Silva Tirado	Bar Restaurant "El Portoncito"	
07	10334076712	Bilma Amparo Alva Chavez	Bar Restaurant Turisco "Wanglic"	Av. Libertad N° 230
08	10334057718	Milagritos Torres De Jimenez	Café Café	Jr. Amazonas N° 829
09	10334043181	Rosa Isabel Cabrero De Sanchez	Restaurant "Las Rocas"	Jr. Ayacucho N° 932
10	10337810247	Rosa Magnolia Zuta Cuipal	Cebicheria "Puma Urco"	Jr. Dos de Mayo N° 728
11	20480439849	Café Panaderia Lourdes S.A.C.	Panaderia Café "Lourdes"	Jr. Ayacucho N° 1021
12	10334015349	Wilma Consuelo Santillan Huaman	Bar Cafetin "Las Lomas"	Jr. Los Angeles N° 111
13	10334324228	Wilder Manuel Poemape Celis	Cebicheria Restaurant "Don Melchor"	Av. Libertad N° 844
14	10334207043	Asunta Vargas Mesa	Restaurant Turistico "Luya Urco"	Jr. Arequipa N° 240
15	10334071656	Rosa Marleny Neciosup Torrejon	Restaurant Picanteria "Heydi"	Av. Libertad N° 970
16	10410284842	Maria Del Carmen Carrion Encina	Restaurant "Sabor Norteño"	Av. Libertad N° 930
17	10334044616	Victor Poemape Abanto	Cebicheria Restaurant "Don Chamo"	Av. Libertad N° 548
18	10334298235	Milagritos Rodriguez Delgado	Restaurant Cebicheria "El Limon"	Jr. Ayacucho N° 325
19	10405565876	Jesus Marilyn Velasquez Alvarado	Café Fusiones	Jr. Chinchá Alta N° 445
20	20479488275	Comercio Industria Y Servicios Multiples San Jose Eirl	Café "San Jose"	Jr. Ayacucho N° 816
21	10334039183	Rosa Mercedes Torrejon Farias	Restaurant "El Paisita"	Av. Libertad N° 928
22	20480523556	Bar Restaurant Turisricos Chacha E.I.R.L.	Bar Restaurant Turisco "Chacha"	Jr. Grau N° 545
23	10334007788	Clorinda Llaja Mendoza	Bar Picanteria "Liseth"	Jr. Libertad N° 140

24	10337807696	Zarina Mo Mori	Cebicheria Marisqueria "Rincon Monsefuano"	Psj. Campo Redondo S/N
25	10334020539	Violeta Esmilda Melendez De Vigo	Bar Bodega Restaurant Sobores De Amazonas	Av. Salamanca N° 763
26	20480734336	El Tejado S.A.C.	Restaurant Estaurant "El Tejado"	Jr. Santo Domingo N° 664
27	10334299924	Segundo Edilberto Lopez Villacrez	Restaurant "La Leña"	Jr. Ayacucho N° 344
28	20480354932	Restaurante Pizzeria Turistica Maripizza E.I.R.L.	Maripizza	Jr. Dos de Mayo N° 471
29	10405945423	Romel Puerta Rivera	Restaurant Polleria Restaurant Pollería "El Palacio Del Pollo"	Jr. Union N°
30	10093440965	Milagros Sandoval Ortiz	Restaurant Bar "El Abuelo"	Jr. Ortiz Arrieta N° 512
31	10334309121	Real Cecina E..I.R.L.	La Reala Cecinacocktail Lunc	Jr. Hermosura N° 676
32	10432013419	Orlando Delgado Chuquizuta	Ciomara - Café Y Arte	Jr. Ayacucho N° 952
33	10334329131	Danny Gómez Vergaray	Carnes Y Parrillas "La Tushpa"	Jr. Ortiz Arrieta N°. 753
34	10334258241	Ivan Caro Aguilar	Restaurant Cevicheria "El Chino"	Jr. Grau N° 376
35	20480635869	Inversiones Generales Amazonas E.I.R.L	"Rikos Chicken Ii"	Jr. Ortiz Arrieta N° 408
36	10401236839	Marlyth Gallardo Zumaeta	Café Snack Tentaciones	Jr. Amazonas N° 401
37	10167490170	Ricardo Nicolas Yaipen Ballena	Salon De Reuniones "La Reina"	Av. Ayacucho N° 544
38	10334025913	Doris Arana De Tejada	Bar Recreo Restaurant "La Peña"	Jr. Santo Domingo N° 676
39	10410960929	Yolanda Angulo Chuimes	Restaurant Turístico "Los Maderos"	Prolongación Dos de Mayo Cuadra 14
40	10188641887	María Elena Nureña Castillo	Natures Center "New Eden"	Jr. Grau N° 448
41	10334012749	Elena Del Carmen Huamán Vilca	La Rosa Náutica	Carretera salida a Chiclayo
42	10436596567	Jorge Llomy López Meléndez	Bar Restaurant "Los Guayachos"	Jr. Higos Urco N° 169
43	10334292959	Herminio Acosta Vela	Café Burger "El Sanwuchon"	Jr. Amazonas Nro. 575
44	10335787515	Hilda Miryan Mejía Arteaga	Restaurant Cebichería "El Carajo"	Jr. Ortiz Arrieta N° 420
45	10334039183	Rosa Mercedes Torrejón Farias	Restaurant "El Paisita"	Av. Libertad N° 928
46	10334039612	Mara Gutiérrez Ledesma	Caldos Mara	Jr. Ayacucho N° 972 - 976

47	10443870178	Jane Yulia Mori Culqui	Sabores Del Perú Chicken Grill	Jr. Dos de mayo N° 321
48	10334076402	Ingrid Esperanza Soto Cabredo	505 Pizza Bar	Jr. Dos de mayo N° 505
49	10334315326		Restaurant Matalache	Jr. Ayacucho N° 756
50	10338132447	Ramiro Rivera López	Pollería Rocío	Jr. Ortiz Arrieta Nro. 748
51	10334039230	Juvenal Silva Chávez	Mini Market Y Pollos A La Brasa	Jr. Ortiz Arrieta N°. 528
52	10334032375	Sara Gómez Chuquimbalqui	Café Corazón De Jesús	Jr. Amazonas N°. 931
53	10334053356	Cruz Torres Mendoza	Restaurant “La Estancia”	Jr. Amazonas N°. 861
54	10417786231	Felipe Reyna Montenegro	Restaurant Cebichería “La Chinata”	Jr. Amazonas N°. 520
55	10337900084	Olga Garro Visaloth	Pollería Imos	Jr. Ortiz Arrieta N°. 392
56	20487725367	Terra Mia Café S.A.C	Terra Mia Café	Jr.Chincha Alta N° 557
57	10338120376	Dilbert Puerta Salazar	Pollería “Mayrita”	Jr. 02 de Mayo Nro. 659
58	10424798318	Yraida Zalon Orosco	Restaurant Ingrid	Jr. Ayacucho N° 832
59	10334007788	Williams Salazar Perea	Toshos Bar Picantería	Jr. Unión N° 600
60	10193376776	Rosario Burga De Tejada	Bodega Estefany	Jr. Tres Esquinas N° 173
61	10424431503	Elita Ysabel Guevara Diaz	El Encanto De Mi Tierra	Jr. Dos de Mayo N° 738
62	10459231167	Jhonatan Walker Noriega Alva	La Huisha Brava	Jr. Amazonas Cda. 4.
63	10334320249	Yolanda Becerril Torres	Restaurant Pollería 5 Sabores	Av. Libertad 1084
64	10435911311	Fidel Maicelo Muñoz	Delicias Marinas	Jr. Grau N° 284
65	10105877264	Jerson Vuelot Velayarce	Restaurante El Encanto De Mi Tierra	Jr. La Libertad N°425
66	10338141357	Rosario Yalta Huaman	Restaurante Polleria "Charito"	Jr. La Libertad N° 926
67		Jacinto Quispe Vilca	Restaurante San Antonio	Jr. Hermosura N° 365
68	10334091037	Lleny Consuelo Picon Cullampe	Cafè Restaurante Jenny	Jr. Salamanca N° 516
69	20487476049	Maruja Sanchez Estela	Picanteria Marisqueria " Los Delfines"	Jr. Salamanca N° 834
70	10700468564	Daly Vargas Damacen	Cafè Karajìa	Jr. Ayacucho N° 713
71	10426355391	Edgar Cueva Rojas	Egos Burguer	Jr. Ayacucho N° 1059
72	10334328509	Eduar Picon Cullampe	Marisqueria "Él Olimpico"	Jr. Tres Esquinas N° 187/ 177

73	10448745070	Olinda Yhovana Inga Bobadilla	Amor A Mar Pescados Y Mariscos	Jr. Unión N° 700
74	10174364988	Beti Del Maestro Chambergo	Restaurant Polleria Demchs	Jr. Unión N° 515
75	10337278456	Rosario Rojas Chávez	Restaurant El Cajamarquino	Jr. Amazonas N° 566
76	10334307111	Carmen Trinidad Vigil Chuquimvalque	Café Restaurant "Señor De Gualamita"	Jr. Triunfo Nro. 581
77	10412294624	Claudia Paola Carranza López	Restaurante "Romana"	Jr. Amazonas N° 1091
78	10334039299	Verta Herrera Valdivia	Restaurante "Jehova Es Mi Pastor"	Jr. Triunfo N° 758
79	10085462453	Mario Yldefonso Torrejon Arellanos	Mistura Urco	Jr. Puno N° 325
80	20538923291	Inversiones El Batan Del Tayta S.A.C.	El Batan Del Tayta	Jr. La Merced N° 604
81	10470316948	Kelly Marlith Rojas Guiop	Restaurant "R & G"	Jr. Alonso de Alvarado S/N
82	10338041166	Maria Mori Ruiz	Bodega Restaurant "Mary"	Calle 1 (Avenida Celendín) S/N, Yerbabuena
83	10334186003	Nely Chuquizuta Alva Vda. De Escobedo	Restaurant Polleria "Karlita"	Jr. Sucre N° 209
84	10334066652	Luis Alfredo Chuquimbalqui Pita	Tushpa Rume Restaurant	Jr. 16 de Julio N° 712
85	10092986913	Ascelina Tafur Vega	Retsurant Turístico "Cely"	Jr. La Verdad N° 530
86	10189809579	Olga Esther Chávez Chacon	Restaurant "El Oriente"	Jr. 16 de julio N° 849
87	10334182521	Lidia Rosa Zegarra Vega	Pollos A La Brasa "Mi Reyli"	Jr. Bolivar N° 514
88	10411039213	Doris Presila Mendoza Goigochea	Restaurante "El Mishqui"	Jr. Austria N° S/N San Miguel
89	10334185066	Julio Mayer Zumaeta Diaz	Restaurante "La Casona De Leymebamba"	Jr. Amazonas N° 221
90	10334060115	José Wilson Vargas Tafur	Bar Restaurante "El Mirador"	Jr. Amazonas N° 709
91	10334226099	Mario Alberto Santillán Mori	Restaurant Hospedaje "Bettos"	Jr. Independencia N° 785
92	10334229721	Desiderio Cruz Rojas	Hostal Restaurant Y Transportes "Cristo De Bagazan"	Av. 5 de Febrero N° 350
93	10462969959	Gimy Gaby Chavez Rojas	Restaurante La Terraza	Jr. Ortiz Arrieta N° 356
94	10334306718	Katy Saavedra Vargas	Restaurant "Nahomy"	Jr. Ortiz Arrieta N° 777
95	10334061766	Angel Ernesto Ocampo Tuesta	Restaurant "Nany"	Jr. Chincha Alta N° 550
96	10335637637	Marihza Vasquez Rojas	Restaurante "La Pradera"	Jr. Sociego N° 357
97	20561161926	El Paraiso De Las Pizzas Restaurant Eirl	Restaurante "El Paraiso De Las Pizzas"	Jr. Chincha Alta N° 347

98	10423569510	Claudia Magoya Perez Panduro	Café Restaurante "Monte Cristo"	Jr. Dos de Mayo N° 787
99	17434517150	Yoni Urteaga Sol Sol	Restaurant "Sabor Chotano"	Av. Libertad N° 451
100	10448429976	Lucila Muñoz Trigoso	Restaurant Marisquería "Lucy"	Av. Salamanca N° 797
101	20538956385	Inversiones Corralito S.A.C.	Pollería "Corralito"	Av. San Juan de la Frontera de los Chachapoyas S/N
102	10339592069	Segundo Adalberto Huayamis Portocarrero	Pollos Y Parrillas "Huayas"	Jr. Ortiz Arrieta Nro. 365
103	10334305207	Angelica Poquioma Guimac	"Encuentros" Polleria Café	Jr. Amazonas Nro. 717
104	10108132448	Maria Esperanza Huaman Huaman	Restaurant "El Rincon Del Sabor"	Jr. Ortiz Arrieta Nro. 787
105	10334328525	Jenny Consuelo Gonzales Rojas	Café Restaurant "July's"	Av. Libertad Nro. 694
106	10277116958	Patricia Montoya Vela	Marisqueria "Campomar"	Jr. Salamanca Nro. 570
107	10470947701	Karina Ayala Pulce	Pollería "Dermax Chicken"	Av. Salamanca Cda. 8
108	10420565793	Ursula Beatriz Montes Chuquipa	Bar Restaurant Campestre "El Paraiso"	Av. Aeropuerto Nro. 163
109	10060845277	Marleni Del Socorro Ramos Chuquimbalqui	Restaurant "El 10 Chacha Club"	Jr. Hermosura Nro. 441
110	10465928994	Richard Martin Trigoso Acosta	Recreo Campestre "Los Rosales"	Psje. Los Rosales Cda. 03
111	10334064064	Nelly Ysabel Zubiata Torrejon	Pollería "Alitas De La Tía Nelly"	Jr. Amazonas Nro. 684
112	10417266815	Alexander Chavez Sanchez	"Costa Azul" Cevichería Restaurant	Jr. Salamanca Nro. 140
113	10273981883	Sheila Elza Vega Montes	Bar Restaurant "El Algarrobo"	Jr. Ayacucho Nro. 613
114	10060222199	Nelly Angelica Arriola Mori	Restaurant "Gustitos Y Sabores Burgos"	Jr. Triunfo Nro. 447
115	10404463077	Juana Reap Mori	Restaurant "Las Orquideas"	Jr. Santo Domingo Nro. 380
116	10334016582	Floriselda Mercedes Herrera Tuesta	Pollería "El Buen Sabor"	Jr. Sosiego Nro. 148
117	10334292083	Maria Isabel Mestanza Zabaleta	"El Carbón" Parrilladas Pub Restaurant	Jr. Amazonas Nro. 1121
118	10334312335	Aristoteles Chuquipiondo Mori	Bar Restaurant "El Infiernillo"	Calle Pucacruz S/N, El Molino
119	10104295458	Teresa De Jesús Hernandez Bustamante	Cefé Restobar "Techys"	Jr. Ortiz Arrieta Nro. 792
120	10334064129	Delfina Victoria Jimenez De Mori	Café Restaurant "El Batán"	Jr. Grau Nro. 750
121	10224839061	Melida Eudocia Ayra Claudio	Cevichería Restaurant "Melimar"	Jr. Grau Nro. 1019
122	10426355391	Edgar Cueva Rojas	Restaurant "Secretos Marinos"	Jr. Union Nro. 816

123	20479769797	Tortas Y Decoraciones Artesanales Arcoiris E.I.R.L.	"D'Carmen" Restaurante, Jugos, Comida Al Paso	Jr. Recreo Nro. 375
124	10334306866	Vilma Cruz Gongora	Restaurant & Grill "Misky Mikuy"	Jr. Hermosura N° 622
125	10468991905	Luz Marleny Marcelo Marchena	Juguería Rest. "Delicia"	Jr. La Merced N° 781
126	10440686392	Ghiordand Mori Castillo	Snack Restaurant Gustitos "Nifla"	Jr. Ortiz Arrieta N° 416
127	10166009079	Flor Nunton Castro	Restaurant "Altamar"	Jr. Amazonas N° 340
128	10474906120	Hernan Ruben Noriega Tafur	Restaurant "La Criolla"	Jr. Triunfo N° 280
129	15539284042	Alejandro Moreyra Dario	Restaurant "Gustitos Nar Che's"	Jr. Ayacucho N° 1111
130	10337846390	Rosita Imelda Barrera Marin	"Mijuna Wasi" Restaurant	Jr. Triunfo N° 1054
131	10334039281	Alicia Mercedes Zavaleta De Caro	Restaurant "Alitas Broster"	Jr. La Merced N° 272
132	10334258047	Jenner James Puerta Torrejon	Café - Restobar Amazonas 632	Jr. Amazonas N° 632

Anexo 4

Imágenes de trabajo de campo



Anexo 5

Base de datos utilizados para el estudio correspondiente a las dimensiones: Semana Turística-Raymillaqta de los Chachapoyas, Servicios y equipamiento, Accesibilidad e Imagen del evento

Ítem	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20
1	5	4	3	5	5	5	4	4	2	3	4	4	3	4	2	1	2	4	4	5
2	1	3	5	3	4	2	2	2	2	4	5	3	3	3	2	3	3	4	4	5
3	2	2	2	2	3	5	4	2	4	4	4	2	2	2	2	2	2	4	2	3
4	2	2	4	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	3	5	5	5	5	5	5
5	1	1	5	1	3	3	3	2	5	4	2	3	3	4	4	2	2	4	4	5
6	3	5	5	3	1	3	4	1	2	3	3	2	1	2	3	1	3	5	4	5
7	3	2	4	2	3	4	3	1	3	3	4	2	2	4	2	1	4	3	3	2
8	2	4	2	3	1	3	3	3	2	2	1	2	3	3	3	2	2	5	1	5
9	4	1	2	2	5	4	4	1	1	4	2	1	1	1	1	2	2	5	1	5
10	3	1	3	3	4	4	4	3	3	4	2	2	1	3	2	2	2	3	1	3
11	1	1	2	2	2	3	1	2	4	2	3	3	3	3	4	4	4	1	3	4
12	1	1	3	3	2	3	1	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	4	2	2
13	4	5	4	4	3	1	1	3	4	1	3	3	4	1	1	4	4	3	3	4
14	2	2	2	3	3	3	1	2	2	3	3	4	3	1	3	3	3	3	2	2
15	4	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	1	3	3	3	2	4	2	2
16	2	2	2	2	2	2	3	3	4	3	2	2	3	2	3	4	3	5	4	5
17	2	2	2	2	3	3	3	4	4	4	3	4	4	1	1	2	2	5	2	1
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	2	2	5
19	1	1	1	1	2	4	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2
20	4	1	1	3	4	2	2	3	3	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2
21	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	3	2	2	1	2	1	1	1	2	1
22	4	3	2	3	4	2	2	2	2	4	2	3	3	3	2	3	3	1	1	5
23	2	2	2	2	3	5	1	2	4	4	1	2	2	2	2	2	2	4	2	3
24	5	5	4	5	5	5	2	2	5	4	2	3	1	3	2	2	5	5	5	5
25	4	4	5	4	3	3	3	2	5	4	2	3	3	4	4	2	2	4	4	5
26	3	2	2	3	4	3	4	4	5	3	3	2	1	2	3	4	3	5	4	5
27	3	2	1	2	3	4	3	4	3	3	4	5	5	4	2	4	4	3	3	2
28	2	1	2	3	4	3	3	3	2	2	1	2	3	3	3	2	2	5	1	5
29	4	1	2	2	5	4	1	1	4	4	2	1	1	1	1	2	2	5	4	5
30	3	4	3	3	4	4	1	3	3	4	2	2	1	3	2	2	2	3	1	3
31	4	4	2	2	2	3	1	2	4	2	3	3	3	3	4	1	4	1	3	4
32	4	4	3	3	2	3	1	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	1	2	2
33	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	1	4	3	3	4
34	2	2	2	3	3	3	4	2	2	3	3	4	3	4	3	3	3	3	2	2
35	4	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	1	3	3	3	2	4	2	2
36	2	2	2	2	2	2	3	3	4	3	2	2	3	2	3	4	3	5	4	5
37	5	4	3	5	5	5	4	4	2	3	4	4	3	4	2	1	2	4	4	5
38	4	4	4	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	4	2	3
39	4	2	1	1	4	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	3	3	4	2	2
40	5	1	2	1	4	1	1	1	1	3	4	3	2	3	2	2	2	4	1	4
41	4	1	3	1	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	1	4
42	2	2	2	2	3	5	1	2	4	4	4	2	2	2	2	2	2	4	2	3
43	4	3	2	3	4	2	2	2	2	4	5	3	3	3	2	3	3	4	1	5
44	5	1	3	2	5	5	1	1	2	3	4	4	3	4	2	1	2	4	4	5
45	2	3	3	3	3	4	1	2	2	3	3	3	3	2	3	1	3	2	2	3
46	2	2	3	3	3	2	3	1	4	4	4	3	3	3	3	1	4	2	2	4
47	5	1	2	2	2	2	1	1	4	2	2	3	3	3	3	2	2	1	2	4

48	4	4	2	2	2	4	1	2	4	4	4	1	3	2	2	2	4	1	2	2
49	4	4	5	4	4	3	3	5	4	4	5	4	5	4	4	3	3	1	1	5
50	5	3	5	4	3	2	1	5	5	5	2	1	5	5	3	1	5	4	2	2
51	3	4	2	2	3	4	5	5	4	5	4	3	5	2	1	1	2	2	1	2
52	3	4	2	2	3	4	4	4	2	2	1	2	2	1	2	4	3	5	2	1
53	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	2	2	1	3	2	2	2	3	1	3
54	5	5	3	3	3	4	2	3	2	3	2	3	4	1	2	3	3	3	2	1
55	3	2	3	3	3	4	1	1	2	1	5	1	1	3	3	2	2	2	3	2
56	4	2	3	4	4	5	1	3	2	2	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4
57	4	4	3	3	3	4	1	1	1	4	4	1	2	2	4	1	4	5	4	4
58	2	4	4	4	4	4	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	4	2
59	5	5	5	5	5	1	1	1	1	2	5	1	1	1	3	1	2	2	1	1
60	2	2	1	1	3	4	4	1	4	4	4	2	2	1	1	1	2	1	2	3
61	2	1	1	2	2	2	2	3	4	3	1	4	4	2	2	2	1	2	1	4
62	4	1	1	1	1	3	3	4	2	2	3	3	2	2	3	1	2	4	3	3
63	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	3	2	2	2	2	1	1	4	3	3
64	2	2	3	1	2	4	1	3	3	3	4	4	2	2	3	3	3	3	2	2
65	4	2	3	2	2	5	1	2	1	2	4	2	3	4	2	4	1	2	3	4
66	2	2	2	2	3	5	1	2	1	4	4	2	2	2	2	2	2	1	2	3
67	4	4	3	3	2	1	1	2	2	1	1	2	3	2	2	1	2	2	2	2
68	5	4	4	2	1	2	2	2	2	2	2	1	3	3	3	4	4	4	3	3
69	3	5	5	4	4	5	2	3	3	3	2	2	2	2	1	3	3	4	4	1
70	2	1	2	4	2	2	2	4	5	2	1	3	3	3	2	1	1	4	1	3
71	4	2	3	3	4	3	5	3	5	3	2	3	3	3	5	3	4	1	3	5
72	4	2	2	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5
73	2	2	3	3	2	1	2	2	2	3	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2
74	4	1	1	1	2	2	2	4	5	4	1	2	3	4	3	3	5	2	2	2
75	1	4	2	2	2	1	1	5	4	4	2	4	1	2	2	4	1	1	1	2
76	2	4	1	1	2	2	1	4	2	2	1	2	2	4	5	1	4	2	2	2
77	5	4	4	5	4	4	1	2	5	2	2	4	1	5	1	2	2	5	2	2
78	2	4	2	5	5	2	2	1	2	2	4	1	2	2	2	2	1	5	4	2
79	4	4	1	5	5	3	4	2	4	1	5	1	2	4	2	1	1	4	4	5
80	5	5	3	3	3	4	4	4	5	3	4	1	3	3	3	3	4	3	5	5
81	5	5	2	4	2	2	2	2	4	1	1	4	4	2	2	1	1	4	1	5
82	4	2	2	2	2	1	1	5	5	2	2	2	2	4	4	2	2	4	1	1
83	2	2	1	2	3	2	2	4	4	2	1	5	2	5	4	2	1	5	2	2
84	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	1	4
85	2	2	2	2	3	5	4	2	4	4	4	2	2	2	2	2	2	4	2	3
86	4	3	2	3	4	2	2	2	2	4	5	3	3	3	2	3	3	4	4	5
87	5	4	3	2	5	5	4	1	2	3	4	1	3	4	2	1	2	4	4	5
88	2	3	3	3	3	4	4	2	2	3	3	3	3	2	3	1	3	2	2	3
89	2	2	3	3	3	2	3	4	4	4	4	3	3	3	3	1	4	5	2	4
90	5	1	2	2	2	2	4	4	4	2	2	3	3	3	3	2	2	4	5	4
91	4	4	2	2	2	4	4	5	4	4	4	4	3	2	2	2	4	4	2	2
92	4	4	5	4	4	3	3	5	4	4	5	4	5	4	1	3	3	4	4	5
93	5	3	2	1	3	2	1	5	5	5	2	1	5	5	3	1	5	4	2	2
94	3	4	2	2	3	4	5	2	1	5	4	3	5	2	1	1	2	2	1	2
95	3	4	2	2	3	4	4	1	2	2	1	2	2	1	2	4	3	5	5	1
96	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	2	2	1	3	2	2	2	3	4	3
97	5	5	3	3	3	4	5	3	2	3	2	3	1	1	2	3	3	3	2	4
98	3	2	3	3	3	4	4	1	2	1	5	1	1	3	3	2	2	2	3	2
99	4	2	3	4	4	5	4	3	2	2	4	3	1	4	3	3	3	4	4	4
100	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	1	1	1	2	1	4

Anexo 6

Base de datos utilizados para el estudio correspondiente a las dimensiones: Impacto social e Impacto económico

Ítem	Tipo	Operación	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	P31	P32	P33	P34	P35	P36	P37	P38	P39	P40
1	H	18	5	1	4	4	3	4	4	3	4	4	2	4	5	4	5	4	5	5	5	4
2	H	4	5	1	1	1	3	4	2	2	2	2	3	2	2	1	2	1	3	2	1	2
3	H	16	4	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	4	2	2	2
4	H	5	3	3	4	5	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	H	6	4	1	2	2	1	1	2	2	4	4	4	4	5	5	4	2	2	2	2	2
6	H	4	4	1	2	1	4	1	2	1	3	3	3	3	4	2	5	3	2	3	2	2
7	H	1	4	3	2	1	1	1	2	2	1	3	3	3	4	3	1	3	3	2	2	1
8	H	2	4	4	2	2	2	2	2	2	1	1	2	3	5	5	3	3	3	1	1	2
9	H	6	4	4	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	5	4	1	2	2	1	1	2
10	H	10	5	4	4	3	1	3	2	2	1	2	3	1	2	3	2	4	2	1	3	3
11	H	5	3	4	3	3	1	4	3	3	4	2	3	4	4	4	2	2	2	1	2	1
12	H	1	1	1	3	3	4	4	2	2	4	4	4	4	5	4	4	2	2	2	3	3
13	H	5	1	3	3	3	3	5	2	2	3	2	3	3	3	3	4	4	1	2	3	3
14	H	2	2	3	3	3	2	1	3	2	2	1	3	1	4	4	2	2	3	4	4	2
15	H	8	2	2	3	2	2	2	2	1	1	3	3	4	4	3	2	2	2	1	1	1
16	H	8	3	4	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	1	1	2	1	3	3	2	2
17	H	14	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
18	H	10	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	2	2	3	3	2	2	5	5	5	2
19	H	10	3	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	3	2	2
20	H	1	1	1	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
21	H	2	3	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	3
22	H	3	2	1	1	1	3	1	2	2	2	2	3	2	2	1	2	1	3	2	1	2
23	H	3	1	2	2	2	4	1	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	4	2	2	2
24	H	5	3	3	4	5	5	2	5	5	5	5	2	2	5	5	2	2	5	2	5	5
25	H	16	4	4	2	2	4	1	2	2	4	4	1	1	5	5	1	2	2	2	2	2
26	H	4	4	4	2	1	4	1	2	1	3	3	3	3	4	2	2	3	5	3	2	2
27	H	1	4	3	2	1	1	1	2	5	4	3	3	3	4	3	1	3	3	2	2	4
28	H	2	4	4	2	2	2	2	2	2	1	1	2	3	5	5	3	3	3	1	1	2
29	H	4	4	4	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	5	4	4	2	2	1	1	2
30	H	8	5	4	4	3	4	3	2	2	1	2	3	4	2	3	2	4	2	1	3	3
31	H	3	3	1	3	3	4	4	3	3	4	2	3	4	4	4	2	2	2	1	2	1
32	H	1	4	1	3	3	4	4	2	2	4	1	4	1	2	4	1	2	2	2	3	3
33	H	5	4	3	3	3	3	5	2	2	3	2	3	3	3	3	1	4	4	2	3	3
34	H	2	2	3	3	3	2	1	3	2	2	1	3	1	1	4	2	2	3	4	4	2
35	H	4	2	2	3	2	2	2	2	4	4	3	3	4	4	3	2	2	2	1	1	1
36	H	6	3	1	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	4	4	2	4	3	3	2	2
37	R	1	5	1	4	4	3	4	4	3	4	4	2	4	5	4	5	4	5	5	5	4
38	R	4	2	2	1	1	4	4	2	1	1	1	2	2	5	5	1	1	1	1	1	1
39	R	5	4	1	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	5	5	2	2	2	2	1	2
40	R	1	4	1	2	2	2	2	1	2	1	2	3	1	1	2	1	2	1	2	1	1

41	R	1	3	3	1	4	4	1	4	4	4	4	1	4	4	4	4	1	1	1	1	
42	R	8	4	3	3	3	2	1	4	2	2	2	2	2	2	3	2	1	2	2	2	
43	R	2	5	4	1	1	3	4	2	2	2	3	2	2	1	2	1	3	2	1	2	
44	R	5	5	1	4	4	3	4	4	3	4	4	3	1	5	1	2	4	5	5	2	1
45	R	2	3	3	2	2	1	1	1	1	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2
46	R	1	4	1	4	2	2	2	2	2	1	4	2	2	3	2	2	2	1	2	2	2
47	R	4	4	1	2	2	2	2	2	3	3	3	4	1	2	2	2	2	1	2	2	2
48	R	8	4	1	3	3	1	1	4	4	3	3	4	1	5	2	2	5	3	3	3	3
49	R	1	3	3	3	3	1	1	3	3	4	4	3	3	4	1	3	3	3	1	1	1
50	R	1	2	4	1	5	3	3	4	4	4	1	1	2	4	5	5	5	3	5	1	2
51	R	6	3	4	4	3	1	2	1	3	3	4	3	2	1	3	2	2	3	2	3	1
52	R	10	5	2	2	3	1	2	2	1	2	2	2	4	2	3	3	2	2	4	2	3
53	R	4	5	4	1	3	4	3	2	2	1	2	3	4	2	3	2	4	2	1	3	2
54	R	5	4	5	3	3	2	3	2	2	3	3	1	4	2	3	2	2	3	3	3	3
55	R	1	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2
56	R	10	4	4	3	3	3	4	3	3	3	2	1	3	3	3	1	1	4	3	4	3
57	R	10	2	3	3	2	2	2	3	4	2	1	1	3	2	2	2	1	3	1	1	2
58	R	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	4	2	2	1	1	1	1	1	1	2
59	R	8	3	1	1	1	5	5	1	1	5	1	5	1	1	1	5	1	5	1	1	1
60	R	8	1	3	2	2	2	5	2	2	1	2	2	2	2	2	1	4	2	1	1	1
61	R	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	4	2	1	1	1	1
62	R	1	3	3	3	3	2	2	1	1	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2
63	R	15	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	4	2	2	3	2	2
64	R	2	4	4	2	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1
65	R	5	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
66	R	10	1	2	2	2	1	4	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	4	2	2	2
67	R	1	1	4	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1
68	R	4	1	3	3	3	1	4	3	3	4	4	4	4	5	5	1	1	3	3	3	3
69	R	5	4	4	2	1	1	2	1	4	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	1	1
70	R	10	4	4	2	2	4	4	2	2	5	5	1	4	5	5	2	1	1	1	2	2
71	R	1	3	3	2	5	2	5	2	3	5	3	2	2	3	5	3	2	4	3	3	1
72	R	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	2	2	5	5	5	5
73	R	6	4	4	2	2	4	4	3	3	4	4	2	2	4	4	3	1	1	3	3	3
74	R	10	2	1	3	3	4	4	3	3	2	4	2	2	2	4	3	3	2	1	1	1
75	R	6	4	1	3	3	4	4	2	3	3	3	1	1	4	4	1	4	2	2	2	2
76	R	1	4	1	2	2	4	4	3	3	5	5	1	3	5	5	1	1	1	1	4	1
77	R	4	4	1	1	1	4	2	2	3	4	4	2	2	4	4	3	3	2	2	2	2
78	R	2	4	2	1	1	2	2	3	3	4	4	1	4	5	5	2	2	1	1	1	1
79	R	5	5	5	2	2	2	1	1	1	1	1	3	3	5	5	1	1	1	1	2	2
80	R	8	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	3	3	3	3	4	3
81	R	3	4	4	3	3	5	5	3	3	5	5	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3
82	R	3	4	1	2	2	5	2	2	2	4	4	2	2	5	5	2	2	1	1	1	1
83	R	12	5	2	1	1	4	1	1	1	3	3	2	2	4	4	1	1	2	2	2	2
84	R	1	3	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	4	1	4	1	1	4	4
85	R	8	1	3	3	3	2	1	4	2	2	2	2	2	2	2	3	2	1	2	2	2
86	R	2	2	1	1	1	3	1	2	2	2	2	3	2	2	1	2	1	3	2	1	2
87	R	5	2	1	4	4	3	4	4	3	1	1	3	1	2	4	2	4	2	2	2	1
88	R	2	3	3	2	2	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2
89	R	1	4	4	4	2	2	2	2	2	4	4	2	2	3	2	2	2	4	2	2	2

90	R	4	4	4	2	2	2	2	2	3	3	3	4	4	2	2	2	2	1	2	2	2
91	R	8	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	5	5	5	5	3	3	3	3
92	R	1	3	3	3	3	1	1	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	1	1	1
93	R	1	2	4	1	5	3	3	4	4	4	1	1	2	4	5	2	2	3	2	1	5
94	R	6	3	4	4	3	1	2	1	3	3	4	3	2	1	3	2	2	3	2	3	4
95	R	10	2	2	2	3	1	2	2	4	2	5	5	4	2	3	3	2	2	1	2	3
96	R	4	5	4	4	3	4	3	2	2	1	2	3	4	2	3	2	4	2	1	3	2
97	R	5	4	5	3	3	2	3	2	2	3	3	4	4	2	3	2	2	3	3	3	3
98	R	1	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2
99	R	10	4	4	3	3	3	4	3	3	3	2	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3
100	R	10	2	3	3	2	2	2	3	4	2	1	1	3	2	2	2	1	3	1	1	2
101	R	5	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	4	2	2	1	1	1	1	1	1	2
102	R	1	3	1	1	1	5	5	1	1	2	1	5	1	1	1	2	1	5	1	1	1
103	R	5	4	3	2	2	5	5	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1	1
104	R	2	4	4	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	4	4	1	2	1	1	1	1
105	R	8	3	3	3	3	2	2	1	1	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2
106	R	8	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	4	2	2	3	2	2
107	R	14	4	4	2	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1
108	R	10	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
109	R	10	1	2	2	2	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	4	2	2	2
110	R	1	1	4	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1
111	R	2	4	3	3	3	4	4	3	3	4	1	1	4	5	2	1	1	3	3	3	3
112	R	3	4	4	2	1	4	2	1	4	2	1	1	4	5	1	1	4	4	1	4	1
113	R	3	4	4	2	2	4	4	2	2	5	5	4	4	5	2	2	1	1	1	2	2
114	R	5	3	3	2	5	2	5	2	3	5	3	2	2	3	2	3	2	4	3	3	1
115	R	16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5
116	R	4	4	4	2	2	4	4	3	3	4	4	2	2	4	4	3	1	1	3	3	3
117	R	1	2	4	3	3	4	4	3	3	2	4	2	2	2	4	3	3	2	1	1	1
118	R	2	4	1	3	3	4	4	2	3	3	3	1	1	4	4	4	1	2	2	2	2
119	R	4	4	1	2	2	4	4	3	3	5	2	1	3	5	5	1	1	1	4	1	4
120	R	8	4	1	1	1	4	2	2	3	4	1	2	2	1	1	3	3	2	2	2	2
121	R	3	4	2	1	1	2	2	3	3	4	1	1	4	2	2	2	2	1	1	1	1
122	R	1	5	5	2	2	2	1	1	1	1	1	3	3	2	2	1	1	1	1	2	2
123	R	5	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	3	3	3	3	4	3
124	R	2	5	5	1	1	4	1	1	1	3	3	2	2	4	4	1	1	2	2	2	2