



**Los proyectos turísticos un medio para el crecimiento económico  
de la provincia de Chota 2019-2022**

PRESENTADA POR

**Evelyn Lizbeth Fernández Gálvez**

A la Facultad de Ciencias Empresariales de la  
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo  
para optar el título de

**ECONOMISTA**

APROBADA POR

Luis Orlando Morante Adrianzen

PRESIDENTE

Jimmy Ernesto Cueva Ruesta

SECRETARIO

Joel Vladimir Diaz Plaza

VOCAL

## **Dedicatoria**

Esta investigación está dedicada a los seres más importantes e indispensables en mi vida, a mis padres la Sra. Doris Gálvez Saucedo y el Sr. Jesús Ríos Cusma, y a mis abuelos el Sr. Juan de Dios Gálvez Vásquez y la Sra. Rosario Edelmira Saucedo Núñez; por el apoyo incondicional que me han brindado durante mi trayecto académico.

## **Agradecimientos**

Agradezco infinitamente a Dios por mantenerme firme y perseverante para lograr cada uno de mis objetivos; agradezco a mis profesores por haberme impartido sus enseñanzas y conocimientos, los cuales ayudaron a lograr mi formación profesional; agradezco también a mis maravillosos padres, por su esfuerzo y apoyo incondicional; agradezco a mi pareja Luis Abelardo Horna Asenjo por ser luz y motivarme a mejorar cada día; agradezco a Lynn Lezly Monteza Vega por su incondicional amistad y a Senhall por ser una de mis tantas alegrías y razones para volver a casa. Gracias a todos por ser el cimiento de mis logros.

## Los proyectos turísticos un medio para el crecimiento económico de la provincia de Chota 2019-2022

### INFORME DE ORIGINALIDAD



### FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="http://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a> Fuente de Internet	2%
2	<a href="http://repositorio.ucv.edu.pe">repositorio.ucv.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
3	<a href="http://tesis.usat.edu.pe">tesis.usat.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
4	<a href="http://www.coursehero.com">www.coursehero.com</a> Fuente de Internet	1%
5	<a href="http://dspace.unach.edu.ec">dspace.unach.edu.ec</a> Fuente de Internet	1%
6	<a href="http://alicia.concytec.gob.pe">alicia.concytec.gob.pe</a> Fuente de Internet	1%
7	<a href="http://www.slideshare.net">www.slideshare.net</a> Fuente de Internet	<1%

## Índice

Resumen.....	10
Abstract.....	11
Introducción .....	12
Revisión de la literatura .....	15
Materiales y métodos.....	30
Resultados y discusión.....	35
Conclusiones .....	70
Recomendaciones .....	71
Referencias.....	72
Anexos .....	76

## Lista de Tablas

Tabla 1 Monto de inversión destinado a la "Creación de los Servicios Deportivos y Recreacionales en el Centro Poblado Campamento, Distrito de Chota - Provincia de Chota - Departamento de Cajamarca" .....	35
Tabla 2 Monto de inversión destinado a la "Creación del Parque Recreativo en el Sector Colpamayo, Distrito de Chota, Provincia de Chota, Departamento de Cajamarca" .....	36
Tabla 3 Impacto económicamente positivo de un proyecto turístico .....	36
Tabla 4 Razones por las cuales un proyecto turístico influye económicamente .....	37
Tabla 5 Beneficio de un proyecto turístico en el negocio y economía familiar .....	38
Tabla 6 Rubros en los que tienen impacto los proyectos turísticos.....	38
Tabla 7 Número de personal de servicio antes y después del proyecto turístico .....	39
Tabla 8 Sueldo promedio por persona antes y después del proyecto .....	39
Tabla 9 Ventas antes de la construcción del proyecto turístico .....	40
Tabla 10 Aumento del nivel de ventas después de la construcción del proyecto turístico .....	41
Tabla 11 Monto aproximado de inversión destinado al negocio antes del proyecto turístico .....	41
Tabla 12 Calidad de la maquinaria empleada en el negocio antes del proyecto .....	42
Tabla 13 Mejora de la calidad de maquinaria que emplea en el negocio después del proyecto turístico .....	42
Tabla 14 Existencia de implementaciones tecnológicas en el negocio antes del proyecto turístico .....	43
Tabla 15 Innovación tecnológica en el negocio después del proyecto turístico .....	43
Tabla 16 Número de integrantes en la familia .....	43
Tabla 17 Servicios básicos en el hogar antes del proyecto turístico .....	44

Tabla 18 Servicios básicos en el hogar después del proyecto turístico .....	44
Tabla 19 Tipo de educación antes y después de los proyectos turísticos.....	45
Tabla 20 Dispositivos tecnológicos con los que contaban antes del proyecto .....	46
Tabla 21 Dispositivos tecnológicos con los que cuentan después del proyecto .....	46
Tabla 22 Transporte propio antes del proyecto .....	46
Tabla 23 Tipo de transporte.....	47
Tabla 24 Herramienta de trabajo propia o alquilada .....	47
Tabla 25 Impacto económicamente positivo de un proyecto turístico .....	48
Tabla 26 Razones por las cuales un proyecto turístico influye económicamente .....	48
Tabla 27 Beneficio de un proyecto turístico en el negocio y economía familiar .....	49
Tabla 28 Rubros que tiene impacto tras un proyecto turístico en la provincia de Chota .....	49
Tabla 29 Número de personal de servicio.....	50
Tabla 30 Sueldo promedio por persona .....	50
Tabla 31 Utilidad por día .....	51
Tabla 32 Incrementado en el precio del pasaje al lugar turístico .....	51
Tabla 33 Incremento en la inversión del mantenimiento del negocio después del proyecto ...	52
Tabla 34 Número de vehículos móviles en el negocio .....	52
Tabla 35 Número de vehículos móviles en el negocio .....	52
Tabla 36 Número de integrantes en la familia .....	53
Tabla 37 Tipo de educación .....	53
Tabla 38 Impacto económicamente positivo de los proyectos turísticos.....	54

Tabla 39 Razones por las cuales un proyecto turístico influye económicamente .....	54
Tabla 40 Beneficio de los proyectos turísticos en el negocio y economía familiar .....	55
Tabla 41 Rubros en los que tiene impacto un proyecto turístico .....	55
Tabla 42 Rubros en los que tiene impacto un proyecto turístico .....	55
Tabla 43 Incremento de sueldo al personal de servicio después de los proyectos .....	56
Tabla 44 Nivel de ventas antes y después de los proyectos turísticos .....	56
Tabla 45 Incremento en el monto de inversión destinado al negocio.....	56
Tabla 46 Calidad de la maquinaria empleada antes y después de los proyectos turísticos .....	57
Tabla 47 Innovación en las instalaciones del negocio después de los proyectos turísticos .....	57
Tabla 48 Número de integrantes en la familia .....	58
Tabla 49 Servicios básicos en el hogar antes y después de los proyectos turísticos .....	58
Tabla 50 Tipo de educación .....	59
Tabla 51 Transporte propio .....	59
Tabla 52 Influencia de los medios de comunicación para la promoción de los proyectos turísticos.....	60
Tabla 53 Medios de comunicación donde se promocionen los proyectos turísticos.....	60
Tabla 54 Influencia de los medios de comunicación para la promoción de los proyectos turísticos.....	61
Tabla 55 Medios de comunicación donde se promocionen los proyectos turísticos.....	61
Tabla 56 Influencia de los medios de comunicación para la promoción de los proyectos turísticos.....	62
Tabla 57 Medios de comunicación donde se promocionen los proyectos turísticos.....	62

## **Lista de Figuras**

Figura 1 Resumen del Crecimiento Económico.....	28
---	----

## Resumen

Actualmente los proyectos turísticos no solo protegen la cultura de cada región; sino que son fuente generadora de economía, ofreciendo salidas hacia el desarrollo empresarial, comercial, laboral y mejorando la calidad de vida de los ciudadanos, sobre todo en lugares en vía de desarrollo. En este sentido; el presente estudio “Los proyectos turísticos un medio para el crecimiento económico de la provincia de Chota 2019 – 2022” tiene como objetivo determinar si los proyectos turísticos sirven como medio para el crecimiento económico del distrito de Chota, 2019 - 2022. Empleando para ello un diseño no experimental, longitudinal retrospectivo, de tipo explicativo y nivel descriptivo con enfoque cuantitativo; cuya recolección de información fue mediante 3 cuestionarios; siendo el tamaño de muestra 13 restaurantes y 1 empresas de transporte para el proyecto "Creación de los Servicios Deportivos y Recreacionales en el Centro Poblado Campamento", y 4 restaurantes y 25 empresas de transporte para el proyecto “Creación del Parque Recreativo en el Sector Colpamayo” y 4 empresas hoteleras para ambos proyectos. Obteniendo como resultados; que el 100% de personas encuestadas afirmaron que la construcción de estos proyectos turísticos ha tenido un impacto económico positivo, generado empleo, nuevos negocios, atracción de visitantes, incremento de ventas y mejor calidad de vida; siendo la atracción de visitantes y el incremento de ventas las razones más representativas. Concluyendo que los proyectos turísticos son un medio para el crecimiento económico de la provincia de Chota dado que generan incremento en los ingresos familiares de los habitantes.

**Palabras claves:** Proyectos turísticos, crecimiento económico, utilidades, oferta, inversión, promoción, calidad de vida.

### **Abstract**

Currently, tourism projects not only protect the culture of each region; but they are a generating source of economy, offering outlets for business, commercial and labor development and improving the quality of life of citizens, especially in developing places. In this sense; The present study “Tourism projects a means for the economic growth of the province of Chota 2019 – 2022” aims to determine if tourism projects serve as a means for the economic growth of the district of Chota, 2019 and 2022. Using a non-experimental, retrospective longitudinal design, explanatory type and descriptive level with quantitative approach; whose information collection was through 3 questionnaires; The sample size being 13 restaurants and 1 transportation companies for the project "Creation of Sports and Recreational Services in the Campamento Population Center", and 4 restaurants and 25 transportation companies for the project "Creation of the Recreational Park in the Colpamayo Sector ” and 4 hotel companies for both projects. Obtaining as results; that 100% of people surveyed stated that the construction of these tourism projects has had a positive economic impact, generating employment, new businesses, attracting visitors, increasing sales and better quality of life; being the attraction of visitors and the increase in sales the most representative reasons. Concluding that tourism projects are a means for the economic growth of the province of Chota since they generate an increase in the family income of the inhabitants.

**Keywords:** Tourism projects, economic growth, profits, supply, investment, promotion, quality of life.

## Introducción

Se sabe bien que desde hace décadas el sector de turismo es fuente generadora de economía, ofreciendo salidas hacia el mejoramiento, ya sea desde el modo de vivir de los ciudadanos, así como la protección cultural de cada región geográfica, posicionando así a cada patrimonio como ente de adhesión sociocultural por su gran relevancia. De tal modo que la generación turística tiene alta influencia en el desarrollo empresarial, comercial y laboral sobre todo en lugares que están en vía de desarrollo.

Según Parra (2019) afirma que todo tipo de turismo promueve utilidades de provecho sobre todo en el ámbito rural, debido a que la repercusión es inminente y clara, primero en los hogares de un determinado lugar, como en la transformación de la condición y modo de vivir de los ciudadanos, de modo que aporta a que descienda el aumento de indicadores de escasez económico; y a su vez da lugar a la creación de diversas ventajas laborales, culturales y económicas.

Así mismo; Pérez (2018) en su trabajo sobre el “Turismo y crecimiento económico: un análisis empírico del impacto del turismo receptivo en la economía peruana en el periodo 2004-2015”, nos dice que las actividades vinculadas al turismo son bases fundamentales que dispone un determinado lugar, porque toda actividad que guarde relación con el aspecto turístico es fuente de riqueza y progreso. Para esto solo se debe desarrollar y aprovechar las rutas vinculadas al turismo a través de inversión constante y eficaz en ellas, permitiendo así el avance de un lugar determinado.

Por otro lado; Gambarota y Lorda (2017) “El turismo como estrategia de desarrollo local” afirman que el turismo tiene la capacidad de ser una alternativa positiva para el progreso de los sitios que disponen de riqueza turística y viable, con destino a ser fuente generadora de crecimiento. Dado lo anterior los autores, insisten que se debe poner más énfasis en la colaboración de infraestructuras, para construir más trayectos turísticos. Propiciando de ese modo la ampliación de salidas para las gestiones turísticas.

Ahora bien; en el contexto local, Chota, se encuentra en el corredor económico principal de Cajamarca, a 149 kilómetros de Cajamarca y 210 kilómetros a Chiclayo, interconectadas con carreteras asfaltadas. Su economía se sustenta en la agricultura, ganadería, comercio, construcción, servicios y caminado firme a impulsar el turismo.

Chota tiene una alta capacidad turística principalmente en Cajamarca, lugar donde se encuentran grandes lugares de turismo como el Bosque de piedras de Chucumaca, las Chullpas y Grutas de Negro Pampa, numerados a través del Mincetur, dándoles gran valor jerárquico. Además; se tiene el Valle de Tuctuhuasi, Museo Nuestra Señora de Chota, Torre de Negro Pampa, etc.; disponiendo así de altos atributos que consoliden a nuestra localidad como un centro de múltiples sitios dedicados al turismo en todo el entorno.

Y pese que se cuenta con múltiples afluentes turísticos, estos han tenido poca consideración, concentración y avance apropiado. Dado esto es que dichos afluentes con capacidad turística no cuentan con gran reconocimiento y son poco visitados por turistas, haciendo que no se pueda construir un avance provincial de manera sustentable acatando el cuidado del medio en el que se encuentran dichos recursos y cuidando el nivel de vida de los habitantes socioeconómicamente y con lo que respecta a su cultura.

Sin embargo; recién en los últimos años se han ido gestionando e implementando proyectos turísticos como por ejemplo el programa Trabaja Perú publicó la lista de proyectos de intervención inmediata elegibles para la primera etapa 2021. En el listado figuran la limpieza, mejoramiento y remodelación de los lugares bases del turismo como “El Cóndac” de Tacabamba, “El ojo de agua” de Conchán, “Pinturas rupestres” de Pion, “El mirador” de Cochabamba, “El mirador” de Huambos, “Camino hacia el complejo arqueológico San Pedro” de Pacopampa – Querocoto, “Cuevas de Machay” de Llama, y “El bosque de piedras de Chucumaca” en Chota. Cuyos trabajos comenzaron a finales de abril o en mayo de este año. Puntualizó que el presupuesto de cada proyecto oscila entre 180 mil y 200 mil soles así lo informó la responsable de la Unidad de Turismo de la Municipalidad Provincial de Chota (MPCH, 2021).

Así mismo, en la página de la municipalidad se puede ver que, el alcalde provincial de dicho periodo asumiendo su compromiso con la provincia, ha ido promoviendo métodos para acondicionar de manera turística la Ruta del Cóndor, empezando por limpiar y construir un kilómetro de gradas de piedras entre las Catarata de Vizcamayo, Gruta del Encanto hasta la Chulpa de Marcopampa.

Finalmente, después de revisarse la literatura con respecto al problema planteado, se presenta la siguiente interrogante ¿Son los proyectos turísticos un medio para el crecimiento económico de la provincia de Chota 2019 - 2022? Lo cual tiene como objetivo general determinar si los proyectos turísticos sirven como medio para el crecimiento económico del

distrito de Chota, 2019 - 2022; y como objetivos específicos: (1) Conocer el presupuesto destinado a cada proyecto turístico realizado en la provincia de Chota durante el periodo 2019 - 2022; (2) Identificar el impacto económico, social y cultural de cada proyecto de inversión turística realizado en la provincia de Chota durante el periodo 2019 - 2022; (3) Identificar si los medios de comunicación sirven como medio de promoción para que se dé a conocer los proyectos turísticos de la provincia de Chota 2019 - 2022 y estos tengan un mayor valor apreciativo por el público.

Cuya justificación social de dicha investigación se centra en que el estudio podrá servir como referencia para estudiantes que deseen analizar un diagnóstico sobre el crecimiento económico derivado del turismo, para trabajadores o entes responsables de entidades públicas como las municipalidades de las provincias de Chota y a nivel nacional que quieran evaluar un análisis sobre una buena gestión de proyectos turísticos que ayude al desarrollo socioeconómico de la población, y para compañías nacionales e internacionales que deseen invertir en este tipo de sector.

Así mismo de manera teórica; se plantea dar a conocer como los proyectos vinculados al sector turístico son fuente principal de desarrollo tanto para una población, comunidad, localidad, región y país. Esto dado que los proyectos de turismo fomentan el crecimiento laboral, reducen la pobreza mejorando el nivel social de los habitantes y fomentan la mejora de la infraestructura de la localidad atrayendo nuevos visitantes, generando diversidad cultural, implementación de nuevos negocios que incrementen los ingresos de la provincia.

Es por ello que en lo práctico se busca ampliar los conocimientos propios como ajenos de cómo determinar, realizar y medir de qué manera los proyectos turísticos han tenido y tienen directa e indirectamente un relevante impacto económico, lo cual es muy importante para contribuir con la sostenibilidad financiera en el devenir de los años, buscando mejorar de esta manera la estabilidad y crecimiento de la economía local.

## Revisión de la literatura

En relación a los antecedentes, Brida et. al (2021) en su estudio de investigación sobre “medir la contribución del turismo al crecimiento económico de la ciudad de Medellín para el periodo 2005-2015”, primeramente, determina varios caracteres del turismo a través del PBI, seguidamente analiza cuánto ha contribuido la rama turística en el aumento de la economía de la ciudad y cuál ha sido el lazo del aumento de economía y las labores turísticas. De ello finalmente se desprende que en el tiempo de estudio investigativo el aporte turístico en el PBI de la ciudad de estudio oscila alrededor de 8 y 9% recalcando así que el turismo es clave para impulsar el sistema de la economía.

Serrano (2020) en su investigación “Relación entre la competitividad turística y el crecimiento económico departamental: Colombia 2015-2018”. Estudia el vínculo que tiene la competencia del turismo y el aumento de la economía colombiana. Su método fue aplicado en 31 departamentos bogotanos durante el 2015 y 2018, usando para ello una regresión lineal por mínimos cuadrados ordinarios, teniendo como variable el incremento del PBI del turismo por departamento, obteniendo con ello 6 de 8 principios derivados del aspecto competitivo turístico de la región colombiana. De esto se desprende que las infraestructuras, empresas y gestiones son muestra significativa del incremento del PBI del turismo, además de obtener que el aspecto sociocultural disminuye la confiabilidad. En fin, se obtiene que debería perfeccionarse las condiciones y normas del sector empresarial turístico, además se debería reforzar los planes de acción turística mediante vínculos entre los entes privados y públicos.

Álvarez y Gil (2019) en su estudio “El turismo como motor de crecimiento económico en Colombia: Análisis del potencial Económico y Competitivo del Sector”. Tienen la meta de examinar la condición económica y participativa del turismo en su país, puesto que su finalidad es establecer si dicho sector es capaz de ser un aporte primordial para aumentar la economía. Además; con lo que refiere al estudio competitivo usaron el método de diamante de Porter, dado que quisieron precisar si el sector industrial turístico colombiano es capaz de ejecutar eficientemente. Por otro lado; con lo que se refiere a la capacidad económica construyeron un panel para medir la trascendencia de los proyectos de inversiones turísticas del gobierno con respecto al PBI en los 32 departamentos colombianos durante el 2013 y 2017. Tales procesos llevaron a conjeturar que el turismo carece de capacidad a comparación de países aledaños, sin embargo, puede crecer positivamente si se le brinda mayor importancia y se le consolida como fuente de aumento en la economía, a través de proyectos públicos.

Cruz e Illesca (2017) realizaron un proyecto de investigación el cual tiene el propósito fundamental estudiar “La Actividad Turística y el Crecimiento Económico del Ecuador”, en el cual señalaron el estudio del turismo y como este hace hincapié en el aspecto económico progresivo de Ecuador, para esto hicieron una rápida revisión de los distintos procesos que influyen a que la economía del país sea creciente. Además; seguidamente los autores, toman datos empíricos para poder captar cómo se desenvuelve el turismo introducido en la economía y cuál es el efecto que causa en la ascendencia económica y en los constructores de inversión, de modo que; el área turística sea permanente y abastecedora de medios necesarios para el país. Del desarrollo de este análisis investigativo, obtuvieron resultados favorables que indican que el turismo es base fundamental para hacer aumentar el sistema económico ecuatoriano.

Mogrovejo et. al (2019) en su investigación “El Turismo como contribución al crecimiento del PIB, para el desarrollo de la economía del país”, cuyo objetivo es determinar cuál es el aporte que el sector del turismo en la economía del país colombiano, para ello toma un enfoque descriptivo y aplicado además utiliza un diseño documental y análisis teórico, llegando a obtener que efectivamente el sector turismo si influye en el país económicamente dado que el número de visitantes turísticos ha incrementado en 150% hecho que genera inversión en nuevos sectores y negocios haciendo que estos invierta en nuevas remodelaciones y mejoras en los ambientes laborales. Como conclusión, el autor llego a que el turismo en definitiva es motor que influye en la economía y es un referente demasiado importante para captar ingresos para el país y así mismo ayuda a la diversificación del turismo y su competitividad en sectores.

Sánchez (2021) en su proyecto investigativo “Los impactos económicos del turismo y las herramientas para su medición”. Menciona que actualmente el turismo es un medio para obtener un desarrollo económico de primer nivel. Tomando en cuenta esto; el autor toma como referencia a la Organización Mundial De Turismo y como esta considera a la actividad de turismo, no solo como generadora de empleos y ganancias económicas, sino que además la señala como un mecanismo para frenar en cierta forma la pobreza de países en vías de desarrollo y un agente para intercambiar culturas entre diversos lugares y países. En España la rama económica que más contribuye a la generación de enriquecimiento y empleo es el turismo. Por ende, el autor más allá de mostrar el impacto social, cultural y medioambiental; hace énfasis en presentar al lector el impacto económico como indispensable primordialmente para países que disponen de una cultura turística importante como es el caso de España. El objetivo de esto es analizar la importancia de dos aspectos macroeconómicos fundamentales: el empleo y el

Producto Interior Bruto (PIB). De acuerdo con la investigación del autor la participación turística del PBI es de 6,4% mientras que la del empleo es un 7,1%. Concluyendo de esta manera que el turismo es un impulsor de avance económico sobre todo en estaciones de crisis, ya que en tiempos de expansión el turismo genera más empleo y dinero que en tipos de recesión.

Según Cruz y Conzález (2020) en su artículo “Desarrollo Turístico y Sostenibilidad en la comunidad de Caibarién (Cuba)” extrajo su información teórica tras revisar documentos referentes al desarrollo turístico y su sostenibilidad, además realizó entrevistas semi estructuradas, donde los resultados que termino obteniendo fue que las estrategias de desarrollo turístico influyen definitiva y directamente a la sustentación y sostenibilidad de la comunidad denominada Caibarién. Concluyendo que el desarrollo turístico fomenta la existencia de beneficios tanto en instalaciones gastronómicas hoteleras y demás servicios, generado que los empleados perciban mayores ingresos salariales y así mismo mejor nivel de vida tanto de los ciudadanos de dicha comunidad como de visitantes.

Gonzales (2020) señala en su investigación “La importancia de las redes sociales como instrumento de promoción turística. El caso de la ciudad de Segovia”. Este autor se basa en el avance tecnológico en la actualidad, como fuente fundamental para hacer negocio. Esto dado a que las empresas dedicadas al turismo hacen uso de las redes sociales o páginas web para relacionarse de manera online con sus clientes, obteniendo a través de ellas opiniones, críticas o sugerencias que les permitan adaptar sus productos y servicios de acorde a las necesidades de los usuarios. Con relación a Segovia, el autor tras realizar una exploración documental y estudio de análisis, el autor en el presente trabajo pone en evidencia lo importante que suele ser incluir las redes sociales, en este caso Instagram dentro de la planificación de marketing turístico como instrumento de impulso publicitario. Tomando en cuenta este trabajo se puede inferir que en el distrito de Chota es muy útil y de suma importancia considerar llegar a los usuarios a través de las redes sociales para dar a conocer los lugares turísticos y ofrecer promociones que enganchen la atención del cliente. Esto dado que en la actualidad casi el cien por ciento aproximadamente de las personas hacen uso de las redes para conocer lugares, comprar productos e investigar servicios de su interés personal sin demandar demasiado esfuerzo.

Campos y Vásquez (2018) realizaron una investigación cuyo objetivo principal fue la “Cuantificación del impacto del Turismo sobre el Crecimiento Económico y el desarrollo de Lambayeque en el periodo 1990 - 2013. Evidencia empírica y planteamiento de estrategias al

2020". Donde buscan enlazar los puntos de consumo turístico, Tipo de Cambio Real Multilateral y PIB Lambayecano. Para ello la metodología que utilizaron para dicha información fue un enfoque cuantitativo cuyo tipo es descriptivo correlacional. Donde finalmente con el método econométrico empleado obtuvieron que los puntos enlazados se vinculan de manera efectiva.

Peralta (2018) en su trabajo de Turismo y crecimiento económico tiene como objetivo base medir la significatividad turística receptiva del país. Uso para ello el método del logaritmo del PIB de la fracción turística nacional; esto para poder validar si la primacía turística receptiva influye en el PIB y de ser así; se pueda seguir apoyando al sector estudiado a través de normas empáticas y eficaces que le sumen valor al sector turismo. En tanto tras el desarrollo se pudo inferir que en el Perú la significancia turística receptiva no es relevante. Pero, aun así; en el transcurso investigativo, la inclinación turística fue ascendente.

Villafuerte (2018) Su trabajo consistió en "Determinar la influencia del turismo en el crecimiento económico del distrito de Yucay, provincia de Urubamba, región de Cusco en el 2017". De tal modo que usó como método la investigación explicativa de diseño no experimental y transversal. El autor para tal realización empleó información estadística de ese año con relación al progreso del turismo de la localidad. Su esencial procedimiento para lograr su objetivo, se fijó en la examinación de documentos. Deduciendo así que la predominancia turística es ascendente económicamente en Yucay, dado que la concentración laboral se encuentra en hospedajes y centros de comida. Por ende, sugirió a la entidad estatal realizar un presupuesto para poner en acción proyectos influyentes en el avance del turismo local que incrementen el aspecto económico.

González et. al (2022) en su proyecto de investigación "Pronostico del presupuesto público en la puesta en valor del patrimonio cultural para turismo sostenible" señalan que, en el financiamiento de actividades dentro del gobierno local, regional y nacional; el presupuesto público es de suma importancia, por lo cual es esencial centrarse en la valorización del patrimonio cultural. Teniendo en cuenta esto; la meta fundamental de la investigación fue usar el modelo Winters para proyectar el presupuesto de inversión pública en la valorización del patrimonio como base del turismo. Obteniendo como resultados que para el 2029 se alcanzará un promedio de S/147,343,379 soles, y en el 2035 se alcanzará S/47,267,805 soles. Finalmente, los autores concluyen que los resultados obtenidos ayudan a que el sector cultura pueda deducir de manera factible el financiamiento presupuestal en un futuro, mejorando la inversión en el

patrimonio cultural y fomentando el avance del turismo. Esta investigación en el contexto de Chota, es fundamental para hacer énfasis en que mientras más se la inversión pública destinada hacia un proyecto turístico más aumentara su valor cultural ya sea en el presente y a futuro.

Bravo et. al (2022) en su análisis de investigación titulado “Los impactos que ha venido generando el turismo local en La Punta, Callao”. Hicieron uso de un diseño etnográfico con el fin de averiguar como pobladores y visitantes contribuyen en el impacto turístico del lugar antes mencionado. Para ello emplearon un cuestionario semiestructurado como instrumento y la entrevista como técnica para recolectar datos. La conclusión a la que estos autores llegaron fue que el impacto generado por el turismo en la Punta, Callao es favorable y notorio en el distrito, dado a que con respecto al impacto ambiental se han implementado normas de servicio turístico para reducir el impacto en los recursos; en cuanto a los impactos sociales se ha ido mejorando la comodidad de vida de los habitantes por la generación de nuevos puestos de negocios que permiten a los turistas conocer la cultura artesanal, gastronómica e histórica de la Punta, Callao; finalmente en cuanto al impacto económico, este ha sido de igual manera positivo y se puede ver en el mejoramiento de las calles del lugar y ferias que aumentan la afluencia turística. Esto se debe a que la Municipalidad del distrito ha sido eje primordial para incentivar y mejorar actividades con relación al turismo de la Punta. Esta investigación hace hincapié que al igual que el distrito de la provincia de Chota, si se sigue invirtiendo, trabajando y mejorando la imagen y promoción, en conjunto con otros entes públicos y privados; el turismo seguirá siendo fuente generadora de impactos tanto ambientales, sociales y económicos.

Avendaño y De La Cruz Domínguez (2021) en su proyecto “Los impactos generados por el turismo en los pobladores de la provincia de Canta, Lima 2021”. Tienen como fin determinar que impactos ambientales, socioculturales y económicos se han originado gracias al turismo en la provincia de Canta. Para esto; se entrevistó a 11 habitantes y negociantes de la zona para identificar de qué manera el crecimiento de turistas beneficia o afecta la provincia de Canta. Finalmente, tras la investigación se obtuvo que el impacto a razón del turismo ha sido de gran beneficio para pobladores y para los negociantes dado que estos han obtenido un aumento económico manteniendo y dando a conocer sus tradiciones y costumbres. Además, gracias a la afluencia de turistas se ha podido acondicionar de mejor manera las instalaciones de Canta, como; los servicios esenciales y la luz pública, de igual manera se ha ido promoviendo la conciencia ambiental ayudando así a preservar los recursos naturales. Este análisis realizado en la provincia de Canta recalca que los impactos generados por el turismo siguen siendo en su mayoría positivos; al igual que en la Provincia de Chota; la misma que cuenta con una gran

riqueza cultural y es aprovechada para captar afluencia turística a través de sus tradiciones y lugares culturales; los mismos que generan ganancias económicas para el beneficio de los habitantes y la localidad.

Villareyes et. al (2020) en su estudio de investigación: “Estrategias de promoción del patrimonio natural en el desarrollo del turismo en Perú”, hacen mención que para que exista una diversificación del turismo en América Latina, es necesario la ayuda de instrumentos como estrategias promocionales y el promover esfuerzos rurales y urbanos. Por ende; dicha investigación tiene como interés principal analizar el desarrollo del turismo en la provincia de Talara Perú a través de estrategias de promoción del patrimonio natural. La metodología usada por los autores para esta investigación fue explicativa correlacional, su población contaba con 135.200 habitantes (INEI 2017) de los cuales su muestra estuvo representada por 399 personas con un 5% como margen de error, además las técnicas empleadas fueron la encuesta y observación. Tras esto se aplicó la técnica de Chi Cuadrado para comparar las variables con el objetivo. De dicha investigación se obtuvo que el 75% de los encuestados afirmaron que los métodos de promoción influyen en el turismo de manera directa y el 73% afirmó que el intercambio cultural afecta de manera favorecedora al dinamismo turístico. Concluyendo que las promociones empleadas en las redes sociales influyen en los turistas para que estos intervengan en el turismo su desarrollo.

Fernández (2021) en su tesis licenciatura “Promoción Turística como Alternativa para el Desarrollo Económico del Distrito de Chota, Cajamarca – 2021”, tuvo como fin tres puntos importantes, primero establecer cómo el quehacer turístico repercute en fomentar la economía Chotana; segundo, aprender cómo colabora la municipalidad a través de promociones, redes y fuentes publicitarias vinculadas en las labores turísticas; y tercero analizar cómo los pobladores perciben el aumento de la economía en relación a los trabajos de turismo. Para ello usó un enfoque mixto y diseño transformativo secuencial, también necesitó como fuentes para entrevistar a 149 personas, 2 trabajadores de la MPCH para poder analizar sus objetivos. De ello el autor dedujo que si se realizan acciones que fomentan el turismo a través de publicidades ayudando esto a subir en cierto grado la economía. Al final del proceso de investigación el autor dedujo que promocionar el turismo ayuda a fomentar de manera económica al distrito, ofreciendo así trabajo para los pobladores del lugar y la apertura de nuevos locales de negocios.

Ccahua y Diaz (2021) en su trabajo de investigación “Condiciones turísticas para el desarrollo del Turismo Comunitario en la comunidad de Chuyabamba, Provincia de Chota -

Cajamarca 2021”, analizan los eventos de Chuyabamba con la finalidad de desarrollar el turismo comunitario en la provincia de Chota- Cajamarca 2021. Para lo cual realizó un enfoque cualitativo y entrevista a profundidad y recolección de datos como métodos para lograr las condiciones turísticas de la provincia. Obteniendo que dicho lugar tiene los recursos para lograr dicha actividad dado a la existencia de recursos turísticos, infraestructura y participación cultural. Finalmente sugiere que tanto pobladores y gobierno regional gasten más en turismo comunitario valiéndose del apoyo de organizaciones que aporten a fomentar la mejora y planeamiento de esta actividad de forma sostenible.

Arista et. al (2017) en su investigación “Planeamiento Estratégico para la Provincia de Chota al 2027”, establecen métodos para que dicha provincia se consolide como sustentable en el desarrollo agropecuaria de exportación, turismo y disminución de pobreza mejorando el nivel de vida de los habitantes. Para ello los autores siguen el Modelo Secuencial del Proceso Estratégico desarrollado por el Dr. Fernando D’Alessio Ipinza, para llegar a una planeación futura positiva. Por ende, analizaron la perspectiva actual, usaron el censo del 2017 y emplearon el modelo FODA a través de valores, ideales y metas a plazo futuro. Finalmente, conjeturan que Chota puede obtener progresivo aumento económico cuando mejore el bienestar de sus habitantes.

Mendoza et. al (2021) en su investigación titulada “Impacto del turismo rural en el ingreso económico y la decisión de emigrar en la Comunidad de Llachón (Puno, Perú)” nos hablan de como el turismo rural es un medio para estimula el progreso local y mitigar la despoblación en las áreas rurales. Por ende, los autores en su investigación evaluaron el efecto que causa el turismo rural en las entradas económicos y como este mismo frena la despoblación de la comunidad. Para evaluar el efecto de turismo, el diseño usado fue cuasi- experimental y se usó modelo econométrico probit para evaluar los porqués de las emigraciones. Así mismo; la data primaria se recolecto a base de un cuestionario con una muestra simple de 178 observaciones. Concluyendo que de las familias entrevistadas el 21,80% reconocen que sus ganancias económicas provienen de haber emprendido en el turismo, además; el 34,42 % y 73,50 % de familias emigrarían con o sin la existencia de turismo y solo las personas que han invertido en el turismo rural son las que con un 28% afirman que sus intenciones de emigrar son bajas. Demostrando esta investigación que el turismo rural ayuda a mejorar la economía de familias y de cierta forma frena la despoblación generada por la emigración de familias en comunidad de estudio. Con respecto a la provincia de Chota el impacto rural generaría un aumento económico y poblacional ya sea por turistas y nuevos emprendedores en el área de

turismo gracias a que esta provincia cuenta con diversas áreas turísticas, culturales y gastronómicas.

Vigo y Fernández (2019) indican que la región Cajamarca resalta por su trascendencia turística, pero aún no ha podido fortalecer totalmente este sector, por ello, en su indagación “Análisis de la gestión del desarrollo del turismo rural comunitario en el distrito de La Encañada, caseríos de Chagmapampa – La Victoria y propuesta para la implementación de casas rurales en el distrito de La Encañada”. Donde el objeto a indagar el progreso turístico rural en dicho caserío para crear ideas que involucren crear casas rurales comunitarias en dicho lugar, lo cual si se gestiona de manera eficiente se tornara en una opción para el progreso socioeconómico. Es por ello que para este análisis se empleó el método analítico sintético y como técnicas, la observación y revisión de documentos, encuestas y entrevistas. De ello; se obtuvo que, si se acondicionan casas rurales en la comunidad con ayuda de entidades públicas y privadas, el turismo rural comunitario contribuiría económica, social y ambientalmente en el distrito de La Encañada. Además, la inversión de la propuesta en estudio es económicamente factible y realizable, y más aún si el ente que desempeñe las funciones de su desarrollo, guía la operación de las actividades y el presupuesto de manera eficaz. Sin embargo, el presupuesto nacional, no es uniforme al ser dividido entre las regiones de nuestro país, a pesar de que todas tienen potencial turístico. Este hecho hace que se concluya que la región de Cajamarca tiene una asignación presupuestal menor a las demás regiones, factor que hace que el desarrollo turístico de dicha región no logre consolidarse grandemente.

Respecto a las bases legales, la Ley N.º 27790, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, el artículo 1 señala que "El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR es el órgano rector de la industria del comercio exterior y el turismo, y en su artículo 5, entre otras cosas, le corresponde crear el marco jurídico para el desarrollo de las actividades estatales y Vigilancia de los asuntos del gobierno local, de las actividades turísticas y de los territorios bajo su jurisdicción, del cumplimiento de las normas emitidas en el país" (Gob.Pe).

Ley N.º 29408, Ley General de Turismo, dicha ley, “El marco legal para el desarrollo y regulación de las actividades turísticas lo define el artículo 27, el cual estipula que un prestador de servicios turísticos es una persona natural o jurídica que realiza actividades turísticas, cuyo objetivo principal es la prestación directa de servicios turísticos de utilidad básica. Desarrollo

de actividades turísticas; b) El Apéndice 1 establece literalmente que proveedor turístico es la persona que presta servicios de agencia de viajes y turismo” (Gob.Pe).

LEY N.º 30327; Ley de Promoción de la Inversión para el Crecimiento Económico y el Desarrollo Sostenible. El objetivo de esta ley es “promover la inversión para el crecimiento económico y el desarrollo sostenible, simplificar y consolidar los permisos y procedimientos, y establecer medidas de promoción de la inversión” (Gob.Pe).

LEY N.º 28304; Ley de promoción del desarrollo económico y productivo. "El objetivo es promover la creación y establecimiento de micro y pequeñas empresas descentralizadas (MYPEs descentralizadas), el crecimiento y desarrollo de su competitividad y su integración a la economía local, nacional e internacional. Esto es para asegurar que los recursos sectoriales y sectoriales sean Las regiones son “utilizadas eficientemente según su disponibilidad y potencial, promoviendo la descentralización productiva, creando corredores económicos y ciudades intermedias”. y fortaleciendo la cadena de valor” (Gob.Pe).

En lo que respecta a las bases teóricas, Pérez y Villa (2019) señalan que en una investigación turística se engloba la Teoría General del Turismo, dado que esta es el eje central al ser un área de estudio dentro del nivel educativo en el ámbito turístico; dado que esta teoría brinda conocimientos concretos y esquematizados sobre la rama del turismo, haciendo de esta una investigación crítica desde el punto tradicional y moderno permitiendo pronosticar su enfoque económico, social y humano.

En esa misma línea; para Ramírez (1992) el termino turismo hace referencia a la mezcla étnica de culturas, dado que la etnia física y cultural de los turistas es diferente y lejana a los sitios a los cuales estos visitan o migran por temporadas. Dicho de otra manera; el turismo se constituye o toma vida cuando el receptor y el visitante se asocian como extranjeros, y sus tendencias, ideales y gustos son distintos y exóticos.

De igual modo; el MINCETUR (2017), con respecto al turismo nos dice que este es considerado un proceso que se da gracias a los diferentes turistas que en el desarrollo de sus viajes y estadías en distintos lugares en un rango temporal las mismas que mayormente son menores a un año. Además, nos señala que los motivos para viajar son varios, ya sean laborales, vacaciones, estudio, ocio, etc.

Así mismo; la OMT – Organización Mundial del Turismo en la “Introducción al turismo” (1994) nos da a entender que un proyecto turístico es la descripción ordenada y

documentada de una iniciativa que tiene como objetivo el desarrollar o hacer realidad una idea de naturaleza turística y que este concepto está ligado a tres hechos importantes: calidad, continuidad y equilibrio.

Además; la Organización Mundial del Turismo (OMT) y Organización de los Estados Americanos - OEA (2018), nos dicen que es difícil negar que el incremento de la economía depende en gran parte del sistema turístico. Esto es gracias a que la literatura, revisión de datos y análisis muestran que el sector turístico forma parte del 10 por ciento del PBI general y a su vez genera trabajo. Actualmente la OMT (2023) resalta al turismo como base fundamental para el progreso de la economía en el país, esto se debe a que el turismo es un instrumento eficaz para originar empleos e ingresos permitiendo de una u otra forma el avance económico. Esto justamente porque nuestro país es notablemente reconocido por sus diversos atractivos; abriendo así múltiples oportunidades empresariales en el sector, de modo que cuando se incurra en una nueva inversión se generara capital y nuevos emprendimientos no. Siendo para ello; siempre eje primordial, la inversión.

Por su parte, Zevallos, A. (2019) “La infraestructura se relaciona positivamente con la producción y fomenta el crecimiento económico porque se trata de un insumo fundamental para la realización de las actividades tanto públicas como privadas”. Además, la infraestructura impacta primero al producto y éste a su vez al crecimiento económico, por lo tanto, es relevante dotar de infraestructura en mayor cantidad y calidad, que éste esté en óptimas condiciones para empezar a operar y finalmente garantizar un mantenimiento adecuado durante su periodo de vida.

Cuando se trata de hablar sobre el presupuesto, se debe tener en cuenta el área financiera, dado que esta área refuerza y fusiona con la teoría económica a profundidad. Esto es necesario dado que la ciencia financiera ayuda a poder optimizar al máximo el presupuesto, es decir; priorizando siempre el monto económico y como este se debe gastar de manera eficiente en el proyecto al cual será destinado.

Por otro lado, la teoría del crecimiento económico; es una teoría que se encarga de analizar lo que se refiere al incremento de la economía durante un plazo amplio en el tiempo, además estudia las políticas que promueven el aumento del ámbito económico. En su libro Adam Smith (1776) Smith, “La riqueza de las naciones” llego a explicar conceptualmente la teoría objetiva del valor de manera concisa y como esta influye como eje fundamental para el crecimiento económico. Para el economista, el valor económico se enlaza ceñidamente con la

riqueza, conforme se inicia y desarrolla el transcurso de producción, de modo que el trabajo de acuerdo a las cantidades producidas y condiciones de inteligencia humana y tecnológica, es la medición concreta de la mercadería final. Es decir; a grandes rasgos, para Smith el crecimiento económico es un proceso continuo e intermitente en la medida en que la división del trabajo lo inicia y la acumulación de capital lo sostiene y reproduce después de que la producción, los salarios, el ingreso per cápita y el consumo han aumentado. Sin embargo, la falta de inversiones rentables puede romper la linealidad y alterar el proceso.

Cuando se desea evaluar o estimar el crecimiento económico de algún país, se recurre al PIB. Este mismo se puede cuantificar a través de la oferta estimando el nivel de producción en bienes y servicios que ofrecen los diferentes sectores productivos, o también a través de la demanda recurriendo al gasto estimado en que incurren los agentes económicos al requerir determinados bienes o servicios. De esta forma toda producción y venta es realizada por familias, entidades privadas, gobierno y, en fin, por todo el mundo.

Referente a ello; el Ministerio de Economía y Finanzas (2023) en su Informe de Actualización de Proyecciones Macroeconómicas 2023-2026, define el PBI de la siguiente manera: el termino producto se alude a un valor agregado, el termino interno hace referencia a toda producción que se encuentre fuera de la zona fronteriza de una economía y por último se refiere al termino bruto como algo que no es contabilizado dentro de los cambios o alteraciones de inventario, ni dentro de la apreciación o depreciación de capital. En otras palabras; el MEF define al PBI como una apreciación económica de servicios y bienes finales que han sido producidos por una economía dentro de un tiempo establecido. Además indica que el PBI se puede determinar de tres maneras: el primer método es el gasto, el cual representa la adquisición de bienes y servicios fabricados dentro de un país incluyendo bienes y servicios intermedios e importados; el segundo método es el ingreso que es la adición del salario de trabajadores, los beneficios económico de las empresas y los impuestos que llegan al estado; y el tercer método es el valor agregado el cual es igual al valor de producción menos el valor de bienes intermedios.

Por otro lado; el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) (2022) en su informe titulado “Metodología General PIB por Departamentos” se refiere al PBI como la representación final de una actividad productiva de un país. Además, señala que su medición se hace a través de la perspectiva de un valor agregado, a través de la demanda de bienes y servicios finales y a través de los ingresos de la producción.

El INEI (2023) en su artículo titulado “Metodología de Cálculo del Producto Bruto Interno Anual”, determina al PBI como el resultado de la suma del ingreso, gastos y producción de un país. De modo que durante un tiempo estimado se puede abordar, comprender e interpretar el aumento económico, variación de precios y el incremento de ingresos y el impacto que este tiene en el nivel de empleos. Y así mismo; como señalan las anteriores citas, el INEI también recalca que existen tres maneras de calcular el PBI: uno, a través de la producción que implica bienes y servicio; dos, a través del gasto el cual engloba el consumo la inversión y exportación; y por último a través del ingreso que implica la manera en que este se divide y puede ser a través de remuneraciones, excedente de exportación, impuestos y consumo de capital fijo.

Con respecto a la Teoría de Crecimiento, su objetivo principal es dar a conocer las diferencias y los factores que influyen en la renta per capital y las tasas de crecimiento de los diversos países: (Dornbusch y Fisher, 1994). Actualmente se sabe que hay diversas teorías que ayudan a interpretar el crecimiento económico y como este depende del transcurso del tiempo, de la situación económica de cada país y de sus políticas tanto internas como externas. Dicho de otra manera; el crecimiento de la economía de los países no se puede relacionar de manera directa, pero según las teorías que lo explican el crecimiento económico, resaltan cuatro factores importantes que son el eje principal del crecimiento: los recursos naturales, que consiste en la cantidad, la habilidad y la capacidad de las personas que representan la mano de obra en una organización; los recursos naturales que se basa en la materia prima que dispone un país; el capital el cual engloba todo bien tangible dentro de la elaboración productiva y por último el avance tecnológico el cual ayuda a mejorar el método productivo dado que se va renovando a medida que avanza el tiempo gracias al intelecto científico.

Así mismo Labrunée (2018) precisa que el crecimiento económico es una evolución que se da con el transcurso de tiempo. También resalta que los beneficios del aumento económico son claros, pues si crece la economía la renta también lo hará y está a futuro generará mejor bienestar para las generaciones venideras. Por ende, se deduce que el vaivén de bienes y servicios que transitan por la economía aumentarían el flujo monetario. Adicional a esto; el autor estima otros factores de crecimiento, como: el acceso a reservas productivas, la tendencia de las personas a ahorrar y la productividad.

Por otro lado; para Lastras (2022) el aumento de la economía se asocia a diversos elementos, como por ejemplo el avance tecnológico y el ahorro. Con referencia al ahorro

precisa que este es ente inicial del crecimiento económico dado que con el paso del tiempo el ahorro se convierte en inversión y se produce capital y acopiamiento de esta causa un aumento en la renta, la misma que se vuelve a utilizar en consumo y ahorro sucesivamente. Por otro lado, con respecto al cambio tecnológico el autor nos menciona que este es producto del capital, investigación, innovación y desarrollo humano.

Productividad, Meadows et. al (1972) en su libro *Los límites del crecimiento*, menciona que, si los procesos económicos se realizan de una manera eficaz por trabajadores expertos en las áreas productivas, esto incrementa la utilidad y rendimiento en una organización. Por ende, el autor señala que la habilidad y capacidad cognitiva de los empleados infiere mucho para que una organización incremente su riqueza, dado que estos trabajaran a la vez de manera eficaz y eficiente.

Bienestar social, Duarte y Jimenez (2007) en su artículo sobre *Aproximación a la teoría del bienestar* nos indican que el bienestar puede ser conceptualmente subjetivo si se le aprecia de manera individual, y se torna objetivo si se lo relaciona con ciertos factores económicos. Es decir; el bienestar social está relacionado a un grupo determinado de circunstancias que influyen en el nivel de vida de las personas de manera que estas cuenten con todos los elementos necesarios para que lleven su día a día de manera placida y satisfechamente limitándose a sufrir de carencias.

Servicios, Para Mamalakis (1988) en su investigación “Una teoría de servicios y algunas implicaciones”, nos menciona que dentro y fuera de la teoría tradicional de la economía, los servicios son diferidos de distintas maneras según cómo son vistos, ya sea como productos o actividades. Verbigracias, ventas en grandes o bajas cantidades, empresas gastronómicas, empresas hoteleras, empresas de transporte, empresas de comunicación, financieras y seguros, etc.

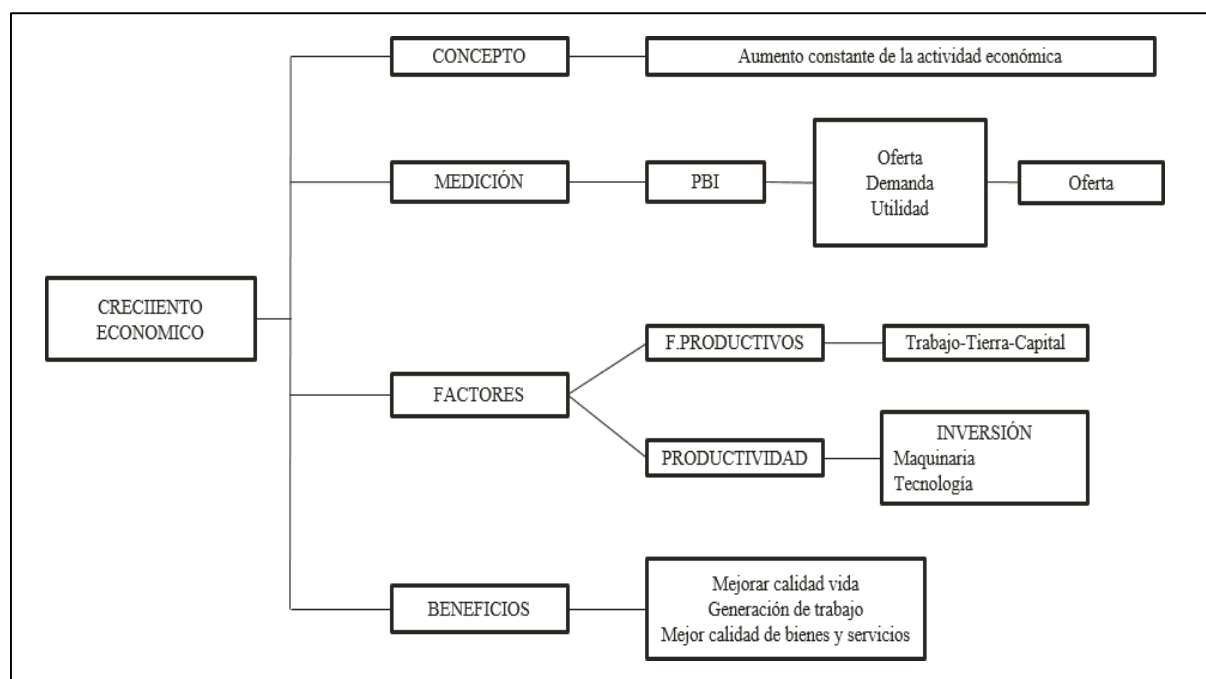
Así mismo Espinoza (2021) en su artículo sobre “La calidad de servicio en la administración pública”, señala que en el Perú tanto a las empresas públicas como privadas les importa producir servicios de calidad para mantener la satisfacción de sus clientes o usuarios. Dicho de otra manera; un servicio se basa en la necesidad de los clientes y en satisfacer dicha necesidad cubriendo de la mejor manera todas sus expectativas, de modo que la mente del consumidor quede más que conquistada y complacida con la calidad del servicio adquirido. Haciendo que este suceso, finalmente genere un vínculo transaccional entre el cliente y

organización, inclusive hasta el punto de recomendar y promocionar por vía del usuario a la organización que provee el servicio.

Tomando como referencia a Labrunée (2018) los beneficios serían los siguientes: (i) es pieza fundamental para mejorar el nivel de vida de los ciudadanos, ello dado que existe un aumento en el nivel de productividad en diferentes zonas de trabajo, generando así incremento económico para el bolsillo familiar; (ii) incrementa el empleo; (iii) crece el consumo y la venta de los bienes y servicios; (iv) aporta a que las personas adopten una tendencia ahorrativa; (v) suma a que se invierta más en el sector público; (vi) se eleva el monto per capital y la renta nacional; dado que; aumentan los ingresos del estado a través de impuestos.

### Figura 1

#### Resumen del Crecimiento Económico



Nota. Elaboración propia.

Por otro lado, es de precisar que, el crecimiento económico se refiere a los cambios de manera porcentual del PIB en el aspecto económico en un rango de tiempo definido.

Proyecto, es un documento que menciona brevemente los aspectos sumamente importantes de algún trabajo que se planea ejecutar, también narra el lugar específico donde se desarrolla el trabajo y menciona a las personas vinculadas en la ejecución del proyecto.

Turismo, se da cuando las personas migran de un lugar a otro por un tiempo menor a un año ya sea por aspectos laborales, de libertinaje u ocio, etc. Además, las actividades antes

mencionadas aportan al aumento de la economía a través de empresas de hospedaje o centros recreativos y de comida.

Presupuesto, es un monto económico determinado que se requiere para poder planificar qué tanto se gastará al realizar un proyecto que se tiene en mira. Dicho de otra manera, es un número aproximado de lo que se invertirá al poner en acción el objetivo planeado.

Desarrollo, consiste en el aumento, expansión o transformación de actividades que influyen en los aspectos económicos en un periodo largo.

PBI, mide el valor general de bienes y servicios que se realizan en un área determinada durante un tiempo estimado.

Finalmente, la hipótesis general de investigación es: Los proyectos turísticos influyen positivamente en el crecimiento económico de la provincia de Chota durante los periodos 2019 – 2022; mientras que, las hipótesis específicas son: (i) Se ha destinado un alto presupuesto para cada proyecto turístico realizado en la provincia de Chota durante el periodo 2019 – 2022; (ii) Cada proyecto de inversión turística realizado en la provincia de Chota durante el periodo 2019 - 2022 tienen un impacto económico positivo; (iii) Se debe promover la implementación de más promociones en la red para que los proyectos turísticos en la provincia de Chota 2019 - 2022 tengan un mayor valor apreciativo por el público.

## **Materiales y métodos**

La investigación actual fue de tipo explicativo. Además, fue de nivel descriptivo, ya que como señalan Cabrera y Figueroa (2021), el nivel descriptivo es una técnica factible que se basa en los objetivos para seleccionar la información importante a medida que se desenlaza el proceso investigativo para entender mejor la situación del contexto estudiado. Y al utilizarse el programa de SPSS, presenta un enfoque cuantitativo, esto dado que la teoría nos dice que este usa la información determinada para poder comprobar la hipótesis planteada, estos datos obtenidos en la información deben ser de base estadística que pruebe las teorías planteadas. Es decir, la evaluación numérica de los resultados extraídos nos sirve para poder llegar a una respuesta objetiva ante las interrogantes plasmadas en el informe de investigación de modo que puedan aseverar o negar las hipótesis dadas.

En esta vigente investigación se usó un diseño no experimental puesto que se ejecuta haciendo uso de la observación de los datos, los que se analizan sin ser interrumpidos o modificados a conveniencia propia. Por tanto; no es posible su manipulación de datos.

Así mismo fue longitudinal dado que analiza las variables de un suceso en un determinado transcurso del tiempo. Es decir; se extrae información en determinados momentos del tiempo para examinar cómo ha ido evolucionando las variables del caso que se desea investigar.

Además, es retrospectivo debido a que el estudio muestra un efecto en el presente y se busca la causa en el pasado tomando para esto la información proporcionada por la municipalidad de Chota y la población de estudio.

Teniendo en cuenta que para la presente investigación se abarcaran 2 proyectos turísticos importantes: Creación del centro de recreación en el Centro Poblado Campamento, distrito de Chota – Provincia De Chota – Cajamarca, Creación Del Parque Recreativo En El Sector Colpamayo, Distrito De Chota, Provincia De Chota, Departamento De Cajamarca. La población, muestra y muestreo vendrían a estar conformadas de la siguiente manera:

**Población:** La población vendría a estar representada por el total de empresas como hoteles, restaurantes y transportes del distrito de Chota durante los años 2019 – 2022. Lo cual, de acuerdo con el informe anual del área de turismo de la municipalidad, esta provincia cuenta con 40 hoteles, 95 restaurantes y 21 empresas de transporte.

Muestra: en este caso la unidad de análisis está representada por el total de empresas cercanas a cada uno de los centros turísticos a investigar. Por tanto, la muestra vendría estar clasificada en dos criterios:

Criterio de Inclusión: en este sentido se incluyen solo a todos los restaurantes que se encuentren entre los 2 kilómetros de los centros turísticos antes mencionados. Esto debido que a los visitantes les resulta mucho más efectivo consumir en los lugares aledaños a los centros turísticos que en lugares mucho más alejados. Por otro lado, con respecto al transporte solo se toma en cuenta todas las empresas cuyo destino sea a cada lugar turístico de la presente investigación. Dado esto tenemos que para el centro turístico “Centro de Recreación en el Centro Poblado Campamento” la muestra serán 13 restaurant y 1 empresas de transporte, para el centro turístico “Parque Recreativo en el Sector Colpamayo” la muestra serán 4 restaurant y 25 empresas de transporte.

Criterio de Exclusión: se excluyen los demás establecimientos de transporte, y restaurantes dado que es poco probable que su crecimiento económico tenga relación explícita con los proyectos en mención.

Muestreo: el muestreo se realizará de manera no probabilística a conveniencia, dado que el Muestreo es con Fines Especiales en la investigación. Para esto se tomarán los 4 principales hoteles ubicados en la provincia de chota, los cuales son: Hotel el Ángel, Park Hotel, Mery Hotel y Hotel El Vizcaíno. Se ha elegido estos hoteles porque son los que tienen más acogida por los visitantes ya que cuentan con mejores implementaciones para una estadia cómoda.

### Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN NOMINAL	DIMENSIONES	INDICADORES
PROYECTOS TURÍSTICOS	La OMT – Organización Mundial del Turismo en la “Introducción al turismo” (1994) nos da a entender que un proyecto turístico es la descripción ordenada y documentada de una iniciativa que tiene como objetivo el desarrollar o hacer realidad una idea de naturaleza turística y que este concepto está ligado a tres hechos importantes: calidad, continuidad y equilibrio.	Infraestructura	Número de proyectos turísticos en funcionamiento
		Inversión	Presupuesto designado a cada proyecto turístico
CRECIMIENTO ECONÓMICO	Es la transformación favorable de los estilos de vida en un determinado sitio, normalmente, se cuantifica a través de su rentabilidad y abastecimiento productivo económico dentro de una etapa establecida. Para Adam Smith (1776) El crecimiento económico es un proceso continuo e intermitente en la medida en que la división del trabajo lo inicia y la acumulación de capital lo sostiene y reproduce después de que la producción, los salarios, el ingreso per cápita y el consumo han aumentado. Sin embargo, la falta de inversiones rentables puede romper la linealidad y alterar el proceso.	Bienestar social	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicios básicos</li> <li>• Bienes materiales</li> </ul>
		Productividad	<p>Número de empresas y negocios generados por los proyectos turísticos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hospedaje</li> <li>• Restaurant</li> <li>• Transporte</li> </ul>
		Consumo	<p>Ventas de los diversos negocios.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hospedaje</li> <li>• Restaurant</li> <li>• Transporte</li> </ul>

Este estudio utilizará como técnica el análisis documental, que es una actividad intelectual que produce subproductos o documentos de respaldo que actúan como herramienta de búsqueda intermedia u obligatoria entre el documento original y el usuario que solicita la información. La calificación intelectual es que los productores de documentales deben interpretar y analizar la información de los documentos y luego sintetizarla.

Para ello se emitió una carta dirigida a la Municipalidad Distrital de Chota, donde se solicita que se nos facilite la información con respecto a los proyectos turísticos que se han venido gestionando entre los años 2019-2022. Esto; teniendo en cuenta que una solicitud es un documento que te servirá para pedir un requerimiento o prestación de información que se considere (en este caso proyectos con fines turísticos).

En cuyo instrumento es el cuestionario dirigido a los individuos seleccionados en la provincia de Chota, de esta manera obtener estadísticas e información. Para ello, el cuestionario de preguntas deberá ser previamente aprobado por expertos en la materia y el cálculo de la confiabilidad

Basándonos en los objetivos, esta investigación se centrará primero en la Municipalidad Provincial de Chota (MPCH) la cual se encuentra ubicada en el Jirón. Anaximandro Vega N° 409. Debido a que es una institución pública autosuficiente que cumple con la gestión del distrito dado que su propósito radica en cumplir con las exigencias de la localidad consolidando su avance cultural y socioeconómico. Esta entidad será fuente principal para obtener la data informativa, de manera que permita identificar todos los proyectos turísticos propuestos por la municipalidad y que se encuentren en funcionamiento.

Así mismo con el fin de confirmar los datos recibidos por la MPCH. Se revisó el Portal de Transparencia el cual es una página que cuenta con informes del Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) actuales y accesibles para todos en todo momento. Además, asimismo se revisó el Sistema Nacional de Programación Multianual y Gestión de Inversiones, más habitual como Invierte.pe, es un sistema oficinesco encargado de garantizar que la inversión pública responda a los criterios de eficiencia, eficacia, sostenibilidad y limpieza para el usufructo de las posesiones públicas.

Luego se procederá a realizar una encuesta aplicada a los centros aledaños a la construcción de los proyectos turísticos para identificar el aumento de la economía en Chota, proveniente de dichos proyectos. Este instrumento nos servirá para poder tener datos sobre los indicadores de investigación; para finalmente a través de cuadros, gráficos visualizar y poder

obtener información relevante que nos ayude a medir que tanto ha influido dichos proyectos en el crecimiento de la economía Chotana, todo esto en los periodos de 2019 a 2022.

Además, es de precisar que, la investigación inició con la recopilación de información de los habitantes del distrito de Chota, aledaños a la construcción de los proyectos turísticos en mención. Para ello se utilizó el programa Excel versión 2016 para el ordenamiento de datos, para luego procesarlos en el SPSS y obtener información gráfica de los resultados.

Finalmente, en el actual trabajo de investigación se usaron las técnicas éticas de Belmont: (i) justicia, esta investigación se desarrolla de manera honesta, sin alterar la información obtenida, además se realizó de manera lógica, coherente y responsable de modo que se logró tener resultados sin grandes errores, eficaces y puntuales, de manera que esto influyó a poder realizar un informe con exactitud y veracidad; (ii) Respeto por las personas, el presente informe también tuvo como prioridad proteger la integridad de las personas que nos proporcionaron información básica y también se puede recalcar que en el trabajo no hay práctica que vulnere derechos de autor ya que se respeta cada fuente con una correcta cita y referencia de los autores.

## Resultados y discusión

### Objetivo 1: Presupuesto destinado a cada proyecto turístico realizado en la provincia de Chota durante el periodo 2019 - 2022

Tomando en cuenta los expedientes obtenidos de la Municipalidad Provincial de Chota (MPCH). Cada proyecto cuenta con los siguientes montos de inversión:

**Tabla 1**

*Monto de inversión destinado a la "Creación de los Servicios Deportivos y Recreacionales en el Centro Poblado Campamento, Distrito de Chota - Provincia de Chota - Departamento de Cajamarca"*

"CREACIÓN DE LOS SERVICIOS DEPORTIVOS Y RECREACIONALES EN EL CENTRO POBLADO CAMPAMENTO, DISTRITO DE CHOTA - PROVINCIA DE CHOTA - DEPARTAMENTO DE CAJAMARCA"						
Nº MES	Ago-21	Ago-21	Set-21	Oct-21	Nov-21	Dic-21
MONTO PROGRAMADO	S/ 0.00	S/ 609,160.75	S/ 682,557.00	S/ 763,721.73	S/ 423,801.46	S/ 224,241.32
ACUMULADO	S/ 0.00	S/ 609,160.75	S/ 1,291,717.75	S/ 2,055,439.48	S/ 2,479,240.94	S/ 2,703,482.26
TOTAL						S/ 2,703,482.26

El presente cuadro muestra el monto programado mensualmente para la realización del proyecto. Para el primer mes se invierte S/. 609,160.75, el segundo mes se invierte S/. 682,557.00, con un acumulado de S/ 1,291,717.75; el tercer mes se invierte S/ 763,721.73, con un acumulado de S/ 2,055,439.48; el cuarto mes se invirtió S/ 423,801.46, con un acumulado de S/ 2,479,240.94 y en el último mes de invirtió S/ 224,241.32, y con un total acumulado S/ 2,703,482.26.

**Tabla 2**

*Monto de inversión destinado a la “Creación del Parque Recreativo en el Sector Colpamayo, Distrito de Chota, Provincia de Chota, Departamento de Cajamarca”*

CREACION DEL PARQUE RECREATIVO EN EL SECTOR COLPAMAYO, DISTRITO DE CHOTA - PROVINCIA DE CHOTA - DEPARTAMENTO DE CAJAMARCA				
Nº MESES	1	2	3	ACUMULADO
MONTO PROGRAMADO	S/ 187,735.68	S/ 244,403.05	S/ 183,302.29	S/ 615,441.02
EXPEDIENTE TECNICO	S/ 12,000.00			S/ 627,441.02
TOTAL				S/ 627,441.02

El presente cuadro muestra el monto programado mensualmente para la realización del proyecto. Para el primer mes se invierte S/. 187,735.68, el segundo mes se invierte S/. 244,403.05; y por último el tercer mes se invierte S/183,302.29. Además, se tiene un monto de S/ 12,000.00 por el expediente técnico. Obteniendo como resultado un total acumulado S/ 627,441.02.

**Objetivo 2: Impacto económico de cada proyecto de inversión turístico realizado en la provincia de Chota durante el periodo 2019 – 2022**

### **Restaurantes**

**Tabla 3**

*Impacto económicamente positivo de un proyecto turístico*

	Proyecto 1		Proyecto 2	
	Frecuencia	Porcentaje %	Frecuencia	Porcentaje %
Si	13	100	4	100
No	0	0	0	0
Total	13	100	4	100

*Nota.* Elaboración Propia.

En la presente tabla se puede interpretar que tanto en el proyecto 1 como en el proyecto 2, el total de las empresas encuestadas, afirman que la construcción de un proyecto turístico tiene un impacto económico positivo.

**Tabla 4***Razones por las cuales un proyecto turístico influye económicamente*

	Razones	Proyecto 1		Proyecto 2	
		Frecuencia	Porcentaje %	Frecuencia	Porcentaje %
	Atracción de visitantes	12	24.49	3	21.43
	Incremento de ventas	13	26.53	3	21.43
	Genera trabajo	7	14.29	2	14.29
	Mejora la calidad de vida	9	18.37	3	21.43
	Oportunidad de nuevos negocios	8	16.33	3	21.43
	Total	49	100.00	14	100.00

*Nota.* Elaboración Propia.

La tabla 4 presenta las razones por las cuales los dueños de los locales encuestados respondieron que un proyecto turístico si tiene un impacto económico positivo. Obteniendo como resultados que en el proyecto 1, el 24.5% que representa a 12 de las familias encuestadas, señalan que el impacto económico de este tipo de proyectos recae en que atraen a más visitantes o turistas; el 27.1% que representa a 13 familias señalan que el impacto económico se debe al incremento de ventas, el 14.6% que representa a 7 familias, señalan que el impacto está en la generación de trabajo; el 18.8% que representa a 9 familias respondieron que el impacto económico se debe a que mejora la calidad de vida de las personas y el 14.6% que representa a 7 familias opinan que el impacto económico que se genera es que aumenta la oportunidad de nuevos negocios. Mientras que en el proyecto 2, el 21.43% que representa a 3 de las familias encuestadas, señalan que el impacto económico de este tipo de proyectos recae en que atraen a más visitantes o turistas; el 21.43% que representa a 3 familias señalan que el impacto económico se debe al incremento de ventas, el 14.29% que representa a 2 familias, señalan que el impacto está en la generación de trabajo; el 21.43% que representa a 3 familias respondieron que el impacto económico se debe a que mejora la calidad de vida de las personas y el 21.43% que representa a 3 familias opinan que el impacto económico que se genera es que aumenta la oportunidad de nuevos negocios.

**Tabla 5***Beneficio de un proyecto turístico en el negocio y economía familiar*

	Proyecto 1		Proyecto 2	
	Frecuencia	Porcentaje %	Frecuencia	Porcentaje %
Si	13	100	4	100
No	0	0	0	0
Total	13	100	4	100

*Nota.* Elaboración Propia.

En la presente tabla se observar que no se obtuvieron respuestas negativas de los encuestados ante el beneficio que aporta la construcción de un proyecto turístico a un negocio y a la economía familiar. Es decir que; el total de empresas aledañas a los proyectos en mención, respondieron que el proyecto si es beneficioso para su negocio y economía familiar.

**Tabla 6***Rubros en los que tienen impacto los proyectos turísticos*

	Proyecto 1		Proyecto 2	
	Frecuencia	Porcentaje %	Frecuencia	Porcentaje %
Gastronómico	13	33.33	4	36.36
Hotelero	9	23.08	2	18.18
Transporte	11	28.21	3	27.27
Otros	6	15.38	2	18.18
Total	39	100.00	11	100.00

*Nota.* Elaboración Propia.

En la presente tabla podemos observar que para el proyecto 1, el 33.3% considero que un proyecto turístico tiene impacto en el rubro gastronómico, el 23.1% considero que tiene un impacto en el rubro hotelero, el 28.2% considero que tiene impacto en el rubro de transporte y el 15.4% considero que tiene impacto en otros rubros (textilería, refaccionarias, electrodomésticos, etc.). Mientras que para el proyecto 2, el 36.36% considero que un proyecto turístico tiene impacto en el rubro gastronómico, el 18.18% considero que tiene un impacto en el rubro hotelero, el 27.27 % considero que tiene impacto en el rubro de transporte y el 18.18% considero que tiene impacto en otros rubros (textilería, refaccionarias, electrodomésticos, etc.).

**Tabla 7***Número de personal de servicio antes y después del proyecto turístico*

	Proyecto 1				Proyecto 2			
	P.S. Antes del Proyecto		P.S. Después del Proyecto		P.S. Antes del Proyecto		P.S. Después del Proyecto	
	Frecuencia	Porcentaje %	Frecuencia	Porcentaje %	Frecuencia	Porcentaje %	Frecuencia	Porcentaje %
1 – 5 trabajadores	13	100.00	4	30.77	4	100.00	2	50.00
6 - 10 trabajadores	0	0.00	9	69.23	0	0.00	2	50.00
11 a más trabajadores	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
Total	13	100.00	13	100.00	4	100.00	4	100.00

*Nota.* Elaboración Propia.

En la presente tabla se puede interpretar que el total de las empresas encuestadas tanto del proyecto 1 y 2, afirman que antes de la construcción de un proyecto turístico tenían entre 1 y 5 trabajadores en su negocio. Además; después de la construcción del primer proyecto turísticos, 4 las empresas beneficiadas respondieron que su personal de servicio se mantuvo entre 1 y 5 personas; sin embargo 9 de las empresas respondieron que el número de su personal de servicio aumento entre 6 a 10 personas.

Por otro lado, después de la construcción del proyecto 2; 2 de las empresas encuestadas mantuvieron el nivel de su personal de servicio entre 1 a 5 personas mientras que las otras 2 empresas aumentaron su personal de servicio entre 6 a 10 personas.

**Tabla 8***Sueldo promedio por persona antes y después del proyecto*

	Proyecto 1				Proyecto 2			
	S.P. Antes del Proyecto		S.P. Después del Proyecto		S.P. Antes del Proyecto		S.P. Después del Proyecto	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
601 - 900 soles	8	61.54	1	7.69	1	25.00	1	25.00
901 - 1200 soles	5	38.46	9	69.23	3	75.00	2	50.00
1201 a más soles	0	0.00	3	23.08	0	0.00	1	25.00
Total	13	100.00	13	100.00	4	100.00	4	100.00

*Nota.* Elaboración Propia.

La presente tabla representa el sueldo promedio mensual por persona antes y después de los proyectos turísticos. De ello se puede interpretar que de las empresas encuestadas en

relación con el proyecto 1 se puede apreciar que 8 de ellas respondieron que antes del proyecto pagaban a sus trabajadores entre 601 a 900 soles; mientras que 5 de las empresas encuestadas les pagan a sus trabajadores entre 901 a 1200 soles. También se puede ver que después del proyecto 1 empresa les pagaba a sus trabajadores entre 601 a 900 soles; mientras que 9 de las empresas encuestadas les pagan a sus trabajadores entre 901 a 1200 soles y 3 de ellas pagan a sus trabajadores entre 1021 soles a más.

Por otro lado; se puede ver que antes del proyecto 2; solo 1 empresa pagaba a sus trabajadores entre 601 a 900 soles mientras que las otras 3 empresas encuestadas pagaban a sus trabajadores entre 901 a 1200 soles. Sin embargo, después de la construcción del proyecto 2, solo 1 empresa seguía pagando a sus trabajadores entre 601 a 900 soles; mientras que 2 de las empresas encuestadas pagaban a sus trabajadores entre 901 a 1200 soles y solo 1 de las empresas encuestadas empezó a pagar a sus trabajadores entre 1200 soles a más.

**Tabla 9**

*Ventas antes de la construcción del proyecto turístico*

		Proyecto 1		Proyecto 2	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
	Bajo	0	0.00	1	25.00
Nivel	Normal	11	84.62	3	75.00
	Elevado	2	15.38	0	0.00
Total		13	100.00	4	100.00

*Nota.* Elaboración Propia.

La tabla anterior indica el nivel de ventas antes de los proyectos turísticos. Para el proyecto 1 se tiene que, de las 13 empresas encuestadas, 2 señalan que su nivel de ventas era elevado mientras que para 11 de ellas su nivel de ventas era normal. Por otro lado; para el proyecto 2 se obtuvo que 1 de los restaurantes encuestados señaló que el nivel de ventas era bajo mientras que los otros 3 restaurantes señalaron que el nivel de sus ventas era normal.

**Tabla 10***Aumento del nivel de ventas después de la construcción del proyecto turístico*

	Proyecto 1		Proyecto 2	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Si	13	100	4	100
No	0	0	0	0
Total	13	100	4	100

*Nota.* Elaboración Propia.

Como resultados en la tabla N° 8 se obtuvo que el total de las empresas encuestadas con relación tanto al primer y segundo proyecto respondieron que si hubo un aumento de las ventas después de la construcción de los proyectos turísticos.

**Tabla 11***Monto aproximado de inversión destinado al negocio antes del proyecto turístico*

	Proyecto 1				Proyecto 2			
	Antes del Proyecto		Después del Proyecto		Antes del Proyecto		Después del Proyecto	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
1000 - 2000	13	100.00	3	23.08	2	50.00	0	0.00
<i>Sl.</i> 2001 - 3000	0	0.00	10	76.92	2	50.00	2	40.00
3001 a más	0	0.00	0	0.00	0	0.00	2	40.00
<b>Total</b>	13	100.00	13	100.00	4	100.00	4	80.00

*Nota.* Elaboración Propia.

En la primera parte de los resultados de la tabla N°11 se obtuvo que antes de la construcción del primer proyecto turístico, el total de las empresas encuestadas invertían en su negocio de 1000 a 2000 soles por semana. Sin embargo; después del primer proyecto se puede observar que solo 3 de las empresas encuestadas seguían invirtiendo en su negocio de 1000 a 2000 soles por semana mientras que las otras 10 empresas encuestadas aumentaron el monto de su inversión entre 2001 y 3000 soles.

Por otro lado; como segunda parte de los resultados, la tabla muestra que antes del segundo proyecto 2 de las empresas encuestadas invertían en su negocio entre 1000 a 2000 soles y las otras 2 empresas invertían 2000 a 3000 soles por semana. Mientras que después del proyecto se puede observar que 2 de las empresas encuestadas aumentaron la inversión de su

negocio de 1000 a 2000 a 2001 y 3000 soles; y 2 de las otras empresas encuestadas aumentaron el monto de su inversión de 2001 a 3000 soles a 3001 soles a más.

**Tabla 12**

*Calidad de la maquinaria empleada en el negocio antes del proyecto*

	Proyecto 1		Proyecto 2		
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	
<b>Calidad</b>	Regular	0	0.00	0	0.00
	Normal	8	61.54	2	50.00
	Alto	5	38.46	2	50.00
<b>Total</b>	13	100.00	4	100.00	

*Nota.* Elaboración Propia.

De la tabla N°12 se obtiene como resultados que antes del primer proyecto, 8 de los restaurantes encuestados indicaron que la calidad empleada en la maquinaria de su negocio era normal y los otros 5 restaurantes afirmaron que la maquinaria que empleaban era de alta calidad. Además; se obtiene como resultados que antes del segundo proyecto, 2 de los restaurantes encuestados indicaron que la calidad empleada en la maquinaria de su negocio era normal y los otros 2 restaurantes afirmaron que la maquinaria que empleaban era de alta calidad.

**Tabla 13**

*Mejora de la calidad de maquinaria que emplea en el negocio después del proyecto turístico*

	Proyecto 1		Proyecto 2	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Si	13	100	4	100
No	0	0	0	0
Total	13	100	4	100

*Nota.* Elaboración Propia.

En la tabla 13 se observa que los resultados obtenidos sobre la mejora de maquinaria empleada en los negocios, es positiva. Dado que; tanto las empresas encuestadas con relación al primer y segundo proyecto respondieron que después de dichos proyectos si mejoraron la calidad de la maquinaria que empleaban en sus negocios.

**Tabla 14***Existencia de implementaciones tecnológicas en el negocio antes del proyecto turístico*

	Proyecto 1		Proyecto 2	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	76.92	1	25
No	3	23.08	3	75
Total	13	100.00	4	100

*Nota.* Elaboración Propia.

Como resultados obtenidos en la tabla N° 14 tenemos que 10 de las empresas encuestadas si contaban con implementaciones tecnológicas antes del primer proyecto y 3 de las empresas no con implementaciones tecnológicas antes del proyecto y 3 de las empresas no. Así mismo se puede observar que el resultado obtenido con relación al segundo proyecto son que antes de su construcción 1 empresa encuestadas si contaba con implementaciones tecnológicas y 3 de las empresas no con implementaciones tecnológicas.

**Tabla 15***Innovación tecnológica en el negocio después del proyecto turístico*

	Proyecto 1		Proyecto 2	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Si	13	100.00	4	100
No	0	0.00	0	0
Total	13	100.00	4	100

*Nota.* Elaboración Propia.

En la N°15 como resultados obtenidos se muestra que después del primer proyecto todas las empresas encuestadas afirmaron haber innovado su tecnología. Así mismo, se observa que después de la construcción del segundo proyecto todas las empresas encuestadas afirmaron que también innovaron sus implementaciones tecnológicas.

**Tabla 16***Número de integrantes en la familia*

		Proyecto 1		Proyecto 2	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
personas	1 - 5 personas	5	38.46	2	50.00
	6 - 10 personas	8	61.54	2	50.00
	10 a más personas	0	0.00	0	0.00
Total		13	100.00	4	100.00

*Nota.* Elaboración Propia.

En la presente tabla, como resultados obtenidos con relación al primer proyecto se puede observar que son 13 familias encuestadas y 5 de ellas tiene entre 1 y 5 integrantes mientras que 8 de ellas tienen entre 6 a 9 integrantes. Cabe resaltar que estas familias tienen un negocio dedicado a la industria de la comida y dicho negocio de cada familia se encuentra cerca al primer proyecto en investigación (“Creación del Centro de Recreación en el Centro Poblado Campamento”). Además; como resultados obtenidos con relación al segundo proyecto se puede observar que son 4 familias encuestadas y 2 de ellas tiene entre 1 y 5 integrantes mientras que 2 de ellas tienen entre 6 a 9 integrantes. Cabe resaltar que estas familias tienen un negocio dedicado a la industria de la comida y dicho negocio de cada familia se encuentra cerca al segundo proyecto en investigación (“Creación del Parque Recreativo en el Sector Colpamayo”).

**Tabla 17**

*Servicios básicos en el hogar antes del proyecto turístico*

		Frecuencia	Porcentaje %
Servicios	Agua, luz, desagüe	2	15.4
	Agua, luz, desagüe, cable	1	7.7
	Agua, luz, desagüe, internet	4	30.8
	Todos	6	46.2
	Total	13	100.0

*Nota.* Elaboración Propia.

La tabla N°17 muestra que antes del proyecto 2 de las empresas encuestadas contaban solo con Agua, luz, desagüe; 1 empresa disponía de Agua, luz, desagüe, cable; 4 de las empresas contaban con Agua, luz, desagüe, cable y 6 de las empresas contaban con todos los servicios básicos en su hogar.

**Tabla 18**

*Servicios básicos en el hogar después del proyecto turístico*

		Frecuencia	Porcentaje %
Servicios	Agua, luz, desagüe, internet	3	23.1
	Todos	10	76.9
	Total	13	100.0

*Nota.* Elaboración Propia.

Los resultados de la tabla N°18 muestran que después del proyecto, 3 de las empresas encuestadas contaban solo con Agua, luz, desagüe, internet como servicios básicos; mientras

que 10 de ellas empezaron a contar con todos los servicios básicos. A comparación de la tabla N°18 podemos ver que las familias encuestadas han mejorado los servicios básicos en su hogar después del proyecto.

**Tabla 19**

*Tipo de educación antes y después de los proyectos turísticos*

		Proyecto 1				Proyecto 2			
		Antes del Proyecto		Despues del Proyecto		Antes del Proyecto		Despues del Proyecto	
		Frecuenci a	Porcentaj e	Frecuenci a	Porcentaj e	Frecuenci a	Porcentaj e	Frecuenci a	Porcentaj e
<b>instucio n</b>	Publica	6	46.15	3	23.08	2	50.00	0	0.00
	Privada	3	23.08	6	46.15	2	50.00	4	100.00
	No tiene hijos estudiand o	4	30.77	4	30.77	0	0.00	0	0.00
<b>Tota</b>		13	100.00	13	100.00	4	100.00	4	100.00

*Nota.* Elaboración Propia.

Como resultados con relación al primer proyecto se obtuvo que antes de la construcción de dicho proyecto, 6 de las familias encuestadas mandaban a sus hijos a instituciones públicas, 3 familias mandaban a sus hijos a instituciones privadas y 4 de las familias no tenían hijos estudiando. Sin embargo, después de la construcción del proyecto 3 de las familias encuestadas mandaban a sus hijos a instituciones públicas, 6 familias mandaban a sus hijos a instituciones privadas y 4 de las familias no tenían hijos estudiando.

Mientras que con relación al primer proyecto se obtuvo que antes de la construcción de dicho proyecto, 2 de las familias encuestadas mandaban a sus hijos a instituciones públicas y las otras 2 familias mandaban a sus hijos a instituciones privadas. Sin embargo, después de la construcción del proyecto todas las familias encuestadas empezaron a mandar a sus hijos a instituciones privadas.

**Tabla 20***Dispositivos tecnológicos con los que contaban antes del proyecto*

		Frecuencia	Porcentaje %
Dispositivos	Celular, Computadora, Televisor	7	53.8
	Televisor	4	30.8
	Todos	2	15.4
Total		13	100.0

*Nota.* Elaboración Propia.

La tabla N°20 representa los dispositivos tecnológicos con los que cuentan las familias encuestadas antes del proyecto. Como resultados obtenidos se obtuvo que 7 familias antes del proyecto contaban con Celular, Computadora, Televisor; 4 familias cuentan con Celular, Laptop, Televisor y 2 familias cuentan con todos los dispositivos tecnológicos.

**Tabla 21***Dispositivos tecnológicos con los que cuentan después del proyecto*

		Frecuencia	Porcentaje %
Dispositivos	Celular, Laptop, Televisor	2	15.4
	Todos	11	84.6
	Total	13	100.0

*Nota.* Elaboración Propia.

La tabla N°21 representa los dispositivos tecnológicos con los que cuentan las familias encuestadas después del proyecto. Como resultados obtenidos se tuvo que 2 familias cuentan solo con Celular, Computadora y Televisor como dispositivos tecnológicos; mientras que 11 familias cuentan con todos los dispositivos tecnológicos.

**Tabla 22***Transporte propio antes del proyecto*

	Proyecto 1				Proyecto 2			
	Antes del Proyecto		Después del Proyecto		Antes del Proyecto		Después del Proyecto	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	38.46	11	84.62	2	50.00	4	100.00
No	8	61.54	2	15.38	2	50.00	0	0.00
Total	13	100.00	13	100.00	4	100.00	4	100.00

*Nota.* Elaboración Propia.

Como primer resultado con respecto al primer proyecto se tiene que antes de su construcción; 5 de las familias encuestadas contaban con transporte propio; mientras 8 no tenían transporte propio. Sin embargo, después de la construcción de dicho proyecto 11 de las familias encuestadas contaban con transporte propio y 2 de las familias encuestadas afirmaron que aún no tenían un transporte propio.

Y como segundo resultado con respecto al segundo proyecto se tiene que antes de su construcción; 2 de las familias encuestadas contaban con transporte propio; mientras que las otras 2 familias encuestadas no tenían transporte propio. Sin embargo, después de la construcción de dicho proyecto todas las familias encuestadas afirmaron que si contaban con transporte propio en su hogar.

## Transporte

**Tabla 23**

*Tipo de transporte*

	Proyecto 1		Proyecto 2	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Mototaxi	0	0	25	100
Minivans	1	100	0	0
Combi	0	0	0	0
Total	1	100	25	100

*Nota.* Elaboración Propia.

En la presente tabla se muestra que, en el proyecto 1, existe una sola empresa de transporte la cual emplea como herramienta de trabajo minivans. Para el proyecto 2 se muestra que los encuestados usan mototaxis como medio de trabajo.

**Tabla 24**

*Herramienta de trabajo propia o alquilada*

	Proyecto 1		Proyecto 2	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Propia	1	100	25	100
Alquilada	0	0	0	0
Total	1	100	25	100

*Nota.* Elaboración Propia.

En esta tabla se muestra si el tipo de transporte utilizado para laborar es propio o alquilado. Obteniendo como resultados que la herramienta de trabajo de los encuestados tanto con relación al primer y segundo proyecto, es propia.

**Tabla 25**

*Impacto económicamente positivo de un proyecto turístico*

	Proyecto 1		Proyecto 2	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Si	1	100	25	100
No	0	0	0	0
Total	1	100	25	100

*Nota.* Elaboración Propia.

La tabla 25 muestra que todas las personas encuestadas tanto para el proyecto 1 y 2, afirman que un proyecto turístico tiene un impacto económico positivo.

**Tabla 26**

*Razones por las cuales un proyecto turístico influye económicamente*

	Proyecto 1		Proyecto 2	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Atracción de visitantes	1	20.00	25	26.60
Incremento de ventas	1	20.00	20	21.28
Genera trabajo	1	20.00	16	17.02
Mejora la calidad de vida	1	20.00	16	17.02
Oportunidad de nuevos negocios	1	20.00	17	18.09
Total	5	100.00	94	100.00

*Nota.* Elaboración Propia.

La tabla 26 presenta las razones por las cuales los encuestados respondieron que un proyecto turístico si tiene un impacto económico positivo. Obteniendo como resultados que en el proyecto 1, la empresa encuestada afirmo que un proyecto turístico influye económicamente dado que atraen a más visitantes o turistas, incrementa de ventas, genera trabajo, mejora la calidad de vida de las personas, aumenta la oportunidad de nuevos negocios. Mientras que en el proyecto 2, el 26.60% que representa a 25 de encuestados, señalan que el impacto económico de este tipo de proyectos recae en que atraen a más visitantes o turistas; el 21.28% que representa a 20 encuestados señalan que el impacto económico se debe al incremento de ventas, el 17.02% que representa a 16 encuestados, señalan que el impacto está en la generación de

trabajo; el 17.02% que representa a 16 encuestados respondieron que el impacto económico se debe a que mejora la calidad de vida de las personas y el 18.09% que representa a 17 encuestados opinan que el impacto económico que se genera es que aumenta la oportunidad de nuevos negocios.

**Tabla 27**

*Beneficio de un proyecto turístico en el negocio y economía familiar*

	Proyecto 1		Proyecto 2	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Si	1	100	25	100
No	0	0	0	0
Total	1	100	25	100

*Nota.* Elaboración Propia.

La tabla 27 representa claramente que todos los encuestados afirmaron que un proyecto turístico si influye en el beneficio de su negocio y economía familiar.

**Tabla 28**

*Rubros que tiene impacto tras un proyecto turístico en la provincia de Chota*

Razones		Proyecto 1		Proyecto 2	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
	Gastronómico	1	100.00	24	33.80
	Hotelero	0	0.00	15	21.13
	Transporte	0	0.00	18	25.35
	Otros	0	0.00	14	19.72
Total		1	100.00	71	100.00

*Nota.* Elaboración Propia.

En la presente tabla podemos observar que la única empresa de transporte encuestada y cuyo destino es transportar a visitantes al primer proyecto turístico () afirmo que el rubro en el que impacta la construcción de un proyecto de ese tipo es en el rubro gastronómico. Mientras que para el proyecto 2, el 33.80% considero que un proyecto turístico tiene impacto en el rubro gastronómico, el 21.13% considero que tiene un impacto en el rubro hotelero, el 25.35% considero que tiene impacto en el rubro de transporte y el 19.72% considero que tiene impacto en otros rubros (talleres mecánicos, repuestos, gasolineras, etc.).

**Tabla 29***Número de personal de servicio*

		Proyecto 1				Proyecto 2			
		P.S. Antes del Proyecto		P.S. Después del Proyecto		P.S. Antes del Proyecto		P.S. Después del Proyecto	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Trabajadores	1 - 5	0	0.00	0	0.00	25	100.00	25	100.00
	6 - 10	1	100.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	11 a más	0	0.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00
Total		1	100.00	1	100.00	25	100.00	25	100.00

*Nota.* Elaboración Propia.

En la presente tabla se puede interpretar que la única empresa de transporte encuestada en el primer proyecto contaba entre 6 a 10 personas como personal de servicio; mientras que después del proyecto su personal de servicio aumento de 11 a más personas.

Por otro lado, antes de la construcción de proyecto 2 el número de trabajadores oscilaba entre 1 a 5 personas, rango que se mantuvo igual después de la construcción del proyecto.

**Tabla 30***Sueldo promedio por persona*

		Proyecto 1				Proyecto 2			
		S.P. Antes del Proyecto		S.P. Después del Proyecto		S.P. Antes del Proyecto		S.P. Después del Proyecto	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
soles	0 - 50 soles	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
	51 -100 soles	1	100.00	1	100.00	0	0.00	0	0.00
	Negocio Propio	0	0.00	0	0.00	25	100.00	25	100.00
Total		1	100.00	1	100.00	25	100.00	25	100.00

*Nota.* Elaboración Propia.

La tabla 30 muestra que en el proyecto 1, la empresa de transportes encuestada respondió que el sueldo promedio de sus trabajadores al día antes del proyecto era ente 51 a 100 soles monto que se siguió manteniendo después de la construcción del proyecto turístico. Mientras que para el proyecto numero dos los encuestados respondieron que no cuentan con un sueldo promedio por día dado que el transporte que utilizan para trabajar es propio.

**Tabla 31***Utilidad por día*

		Proyecto 1				Proyecto 2			
		Antes del Proyecto		Despues del Proyecto		Antes del Proyecto		Despues del Proyecto	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
<b>soles</b>	0 - 50 soles	0	0.00	0	0.00	8	32.00	0	0.00
	51 -100 soles	1	100.00	0	0.00	17	68.00	15	60.00
	101 - 150 soles	0	0.00	1	100.00	0	0.00	10	40.00
	151 a más soles	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
<b>Total</b>		1	100.00	1	100.00	25	100.00	25	100.00

*Nota.* Elaboración Propia.

La tabla 31 muestra que en el proyecto 1, la empresa de trasportes encuestada respondió que sus ganancias al día antes del proyecto era ente 51 a 100 soles monto que se siguió manteniendo después de la construcción del proyecto turístico.

Por otro lado, la tabla muestra que antes de la construcción del proyecto numero dos 8 de los encuestados respondieron que sus ganancias al día eran entre 0 a 50 soles y 17 de los encuestados respondieron que sus ganancias promedio al día eran de 51 a 100 soles. Mientras que después de la construcción del proyecto 15 de los encuestados afirmaron que sus ganancias aumentaron ente 51 a 100 soles y 10 de los encuestados respondieron que sus ganancias al día aumentaron entre 101 a 150 soles.

**Tabla 32***Incrementado en el precio del pasaje al lugar turístico*

	Proyecto 1		Proyecto 2	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Si	1	100	25	100
No	0	0	0	0
Total	1	100	25	100

*Nota.* Elaboración Propia.

La tabla 32 representa que los encuestados respondieron que si hubo un aumento del pasaje después de la construcción tanto del proyecto 1 y 2.

**Tabla 33***Incremento en la inversión del mantenimiento del negocio después del proyecto*

	Proyecto 1		Proyecto 2	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Si	1	100.00	25	100
No	0	0.00	0	0
<b>Total</b>	1	100.00	25	100

*Nota.* Elaboración Propia.

La tabla 33 representa que los encuestados respondieron que si hubo un aumento en la inversión en el mantenimiento de sus transportes después de la construcción tanto del proyecto 1 y 2.

**Tabla 34***Número de vehículos móviles en el negocio*

		Proyecto 1		Proyecto 2	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
<b>vehículo</b>	1 vehículo	0	0.00	21	84
	2 vehículos	0	0.00	4	16
	3 a más	1	100.00	0	0
<b>Total</b>		1	100.00	25	100

*Nota.* Elaboración Propia.

La tabla anterior muestra que la empresa encuestada que transporta a los visitantes al primer proyecto turístico tiene más de 3 vehículos a su disposición. Mientras que de los 25 encuestados que transporta a los visitantes al segundo proyecto turístico; 21 respondieron que cuentan con 1 vehículo de trabajo y 4 encuestados respondieron que cuentan con dos vehículos de trabajo.

**Tabla 35***Número de vehículos móviles en el negocio*

	Proyecto 1		Proyecto 2	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
<b>Si</b>	1	100.00	8	32
<b>No</b>	0	0.00	17	68
<b>Total</b>	1	100.00	25	100

*Nota.* Elaboración Propia.

La tabla 35 hace referencia que la empresa encuestada del proyecto 1 si aumento el número de sus vehículos. Mientras que en el proyecto 2, 8 personas afirmaron que, si aumentaron el número de sus vehículos después del proyecto turístico, mientras que 17 dijeron que no aumentaron la cantidad de sus vehículos de trabajo.

**Tabla 36***Número de integrantes en la familia*

		Proyecto 1		Proyecto 2	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
<b>Persona</b>	1 - 5 personas	0	0.00	21	84.00
	6 - 10 personas	1	100.00	4	16.00
	10 a más personas	0	0.00	0	0.00
<b>Total</b>		1	100.00	25	100.00

*Nota.* Elaboración Propia.

Para el proyecto 1 la empresa de trasportes encuestada tenía entre 6 a 10 integrantes en su familia. Mientras que en el proyecto 2 de las 25 personas encuestadas 21 tenían entre 1 a 5 integrantes en su familia y 4 de las personas encuestadas tenían entre 6 a 10 integrantes en su familia.

**Tabla 37***Tipo de educación*

	Proyecto 1				Proyecto 2			
	Antes del Proyecto		Despues del Proyecto		Antes del Proyecto		Despues del Proyecto	
	Frecuenci a	Porcentaj e	Frecuenci a	Porcentaj e	Frecuenci a	Porcentaj e	Frecuenci a	Porcentaj e
<b>Publica</b>	1	100.00	1	100.00	17	68.00	12	48.00
<b>Privada</b>	0	0.00	0	0.00	2	8.00	7	28.00
<b>No tiene hijos estudiando</b>	0	0.00	0	0.00	6	24.00	6	24.00
<b>Total</b>	1	100.00	1	100.00	25	100.00	25	100.00

*Nota.* Elaboración Propia.

La tabla N° 37 representa el tipo de educación que recibían los hijos de las personas encuestadas, antes y después del proyecto. Como resultados se obtuvo que los hijos de la empresa encuestada, antes y después del primer proyecto mandaba a sus hijos a instituciones públicas.

Por otro lado, como resultados para el proyecto 2, se obtuvo que antes de dicho proyecto 17 encuestados respondieron que mandaban a sus hijos a instituciones públicas, 2 encuestados respondieron que mandaron a sus hijos a instituciones privadas y 6 respondieron que no tenían hijos estudiando. Mientras que después del proyecto 12 encuestados respondieron que mandaban a sus hijos a instituciones públicas, 7 encuestados respondieron que mandaron a sus hijos a instituciones privadas y 6 respondieron que no tenían hijos estudiando. De esto podemos desprender que 5 familias empezaron a mandar a sus hijos a una institución privada después del proyecto, esto se puede deber a que incrementaron su presupuesto económico en sus trabajos después del proyecto en mención.

## Hoteles

**Tabla 38**

*Impacto económicamente positivo de los proyectos turísticos*

	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	100
No	0	0
Total	4	100

*Nota.* Elaboración Propia.

Como resultados la tabla N° 38 muestra que todas las empresas hoteleras consideran que un proyecto turístico si genera un impacto económico positivo.

**Tabla 39**

*Razones por las cuales un proyecto turístico influye económicamente*

	Frecuencia	Porcentaje
Atracción de visitantes	4	23.53
Incremento de ventas	4	23.53
Genera trabajo	3	17.65
Mejora la calidad de vida	3	17.65
Oportunidad de nuevos negocios	3	17.65
Total	17	100.00

*Nota.* Elaboración Propia.

En la tabla N°39 se obtuvo que 4 empresas que forman el 23, 53% afirmaron que un proyecto turístico es beneficioso porque atrae visitantes, 4 empresas que forman el 23.53% afirmaron que ayuda al incremento de venta; 3 empresas que forman el 17.65% dijeron que un proyecto genera aumento de empleo; 3 empresas que forman el 17.65% dijeron que mejora el

nivel de vida de las personas y 3 empresas que forman el 17.65% afirmaron que es una oportunidad para nuevos negocios.

**Tabla 40**

*Beneficio de los proyectos turísticos en el negocio y economía familiar*

	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	100
No	0	0
Total	4	100

*Nota.* Elaboración Propia.

Los resultados obtenidos muestran claramente que todos los encuestados afirmaron que un proyecto turístico si influye en el beneficio de su negocio y economía familiar.

**Tabla 41**

*Rubros en los que tiene impacto un proyecto turístico*

	Frecuencia	Porcentaje
Gastronómico	4	25.00
Hotelero	4	25.00
Transporte	4	25.00
Otros	4	25.00
Total	16	100.00

*Nota.* Elaboración Propia.

La tabla N°41 hace referencia a los sectores en los que impacta la ejecución de un proyecto turístico. De esto se obtuvieron los siguientes resultados, 4 empresas afirmaron que los sectores a los que impacta serían los gastronomía, hospedaje y transporte; mientras que solo 1 empresa opino que aportan a otros sectores.

**Tabla 42**

*Rubros en los que tiene impacto un proyecto turístico*

	P.S. Antes del Proyecto		P.S. Después del Proyecto	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
1 - 5 trabajadores	2	50.00	0	0.00
6 - 10 trabajadores	2	50.00	4	100.00
Total	4	100.00	4	100.00

*Nota.* Elaboración Propia.

La tabla N°42 indica el rango de trabajadores con los que contaba cada empresa antes y después de los proyectos turísticos. De ello se obtuvo que antes del proyecto 2 empresas contaban entre 1 a 5 trabajadores mientras que las otras 2 empresas contaban de entre 6 a 10 trabajadores. Mientras que después del proyecto se obtuvo que todas las empresas contaban entre 6 a 10 trabajadores.

**Tabla 43**

*Incremento de sueldo al personal de servicio después de los proyectos*

	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	100
No	0	0
Total	4	100

*Nota.* Elaboración Propia.

En la tabla N°43 se puede interpretar que, de los 4 principales hoteles encuestados, todos afirmaron que si aumentaron el salario de sus trabajadores después de la construcción de los proyectos turísticos.

**Tabla 44**

*Nivel de ventas antes y después de los proyectos turísticos*

	Antes del Proyecto		Después del Proyecto	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Elevado	1	25.00	4	100.00
Normal	3	75.00	0	0.00
Bajo	0	0.00	0	0.00
Total	4	100.00	4	100.00

*Nota.* Elaboración Propia.

En la tabla N°44 se observa el nivel de ventas antes de los proyectos turísticos, para 1 empresa era bajo mientras que para las otras 3 empresas el nivel de sus ventas era altas. Mientras que el nivel de ventas después del proyecto fue favorables dado que las 4 empresas afirmaron que el nivel de sus ventas aumentó.

**Tabla 45**

*Incremento en el monto de inversión destinado al negocio*

	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	100
No	0	0
Total	4	100

*Nota.* Elaboración Propia.

Como resultados la tabla N°45 indica que las 4 empresas encuestadas todas afirmaron haber incrementado su monto de inversión después de la construcción de los proyectos turísticos.

**Tabla 46**

*Calidad de la maquinaria empleada antes y después de los proyectos turísticos*

	Antes del Proyecto		Después del Proyecto	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Regular	0	0.00	0	0.00
Normal	4	100.00	1	25.00
Alto	0	0.00	3	75.00
Total	4	100.00	4	100.00

*Nota.* Elaboración Propia.

Como resultados sobre la calidad de la maquinaria empleada en los negocios antes de los proyectos turísticos. Se obtiene que todas las empresas encuestadas señalaron que la calidad de la maquinaria empleada en sus negocios era normal. Además, con relación a la calidad de la maquinaria empleada en los negocios después de los proyectos turísticos. Se obtiene que 1 de las empresas encuestadas empleaba maquinaria de calidad normal; mientras que 3 de las empresas encuestadas señalaron que su maquinaria empleada era de una calidad alta.

**Tabla 47**

*Innovación en las instalaciones del negocio después de los proyectos turísticos*

	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	100
No	0	0
Total	4	100

*Nota.* Elaboración Propia.

Los resultados de la tabla N°47 indica que todas las empresas innovaron las instalaciones de sus negocios después de la ejecución de los proyectos turísticos en mención.

**Tabla 48***Número de integrantes en la familia*

	Frecuencia	Porcentaje
1 - 5 personas	2	50.00
6 - 10 personas	2	50.00
10 a más personas	0	0.00
Total	4	100.00

*Nota.* Elaboración Propia.

En la presente tabla podemos observar que se ha encuestado a 4 empresas donde 2 de ellas tiene entre 1 y 5 integrantes mientras que las otras 2 tienen entre 6 a 9 integrantes.

**Tabla 49***Servicios básicos en el hogar antes y después de los proyectos turísticos*

	Antes del Proyecto		Después del Proyecto	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Agua	0	0.00	0	0.00
Luz	0		0	
Desagüe	0		0	
Cable	0		0	
Internet	0		0	
Todos los anteriores	4	100.00	4	100.00
Total	4	100.00	4	100.00

*Nota.* Elaboración Propia.

En la presente tabla se puede inferir que antes del proyecto, las empresas encuestadas, afirman que contaban con todos los servicios básicos en sus hogares. Así mismo se puede ver que después del proyecto todas las empresas seguían manteniendo todos los servicios básicos en su hogar.

**Tabla 50***Tipo de educación*

	Antes del Proyecto		Después del Proyecto	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Publica	4	100.00	2	50.00
Privada	0	0.00	2	50.00
No tiene hijos estudiando	0	0.00	0	0.00
Total	4	100.00	4	100.00

*Nota.* Elaboración Propia.

Como resultados obtenidos, se puede inferir que antes del proyecto, las familias encuestadas, afirman que sus hijos recibían educación pública. Mientras que después del proyecto, 2 de las familias encuestadas afirman que sus hijos recibían educación pública; mientras as otras dos afirmaron que sus hijos reciben educación privada.

**Tabla 51***Transporte propio*

	Antes del Proyecto		Después del Proyecto	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	75.00	0	0.00
No	1	25.00	4	100.00
Total	4	100.00	4	100.00

*Nota.* Elaboración Propia.

En la presente tabla se puede inferir que antes de la construcción de los proyectos turísticos, 3 empresas afirmaron que tenían transporte propio y 1 de las empresas respondió que no contaba con un medio de transporte propio. Sin embargo, después de la construcción de los proyectos turísticos, todos los dueños de las empresas encuestadas afirmaron que sus familias contaban con transporte propio.

**Objetivo 3: Identificar si los medios de comunicación sirven como medio de promoción para que se dé a conocer los proyectos turísticos de la provincia de Chota 2019 y 2022**

**Restaurantes**

**Tabla 52**

*Influencia de los medios de comunicación para la promoción de los proyectos turísticos*

	<b>Proyecto 1</b>		<b>Proyecto 2</b>	
	Frecuencia	Porcentaje %	Frecuencia	Porcentaje %
<b>Si</b>	13	100.00	4	100
<b>No</b>	0	0.00	0	0
<b>Total</b>	13	100.00	4	100

*Nota.* Elaboración Propia.

En la presente tabla se puede apreciar que todas las empresas encuestadas del sector gastronómico afirmaron al 100% que los medios de comunicación sirven para promocionar los proyectos turísticos en mención.

**Tabla 53**

*Medios de comunicación donde se promocionen los proyectos turísticos*

	<b>Proyecto 1</b>		<b>Proyecto 2</b>	
	Frecuencia	Porcentaje %	Frecuencia	Porcentaje %
<b>Televisión</b>	2	15.38	0	0.00
<b>Facebook</b>	9	69.23	4	100.00
<b>YouTube</b>	2	15.38	0	0.00
<b>Total</b>	13	100.00	4	100.00

*Nota.* Elaboración Propia.

En la presente tabla se puede observar 3 medios de comunicación más representativo donde se promocionan los proyectos turísticos ejecutados por la municipalidad de Chota. Se evidencia que las empresas encuestadas del sector gastronómico afirmaron que el medio de comunicación por el cual se promociona el primer proyecto es Facebook con un 69%, seguido de la televisión y YouTube con un 15,38% cada uno. Por otro lado; las empresas encuestadas del sector gastronómico afirmaron que el medio de comunicación más representativo por el cual se promociona el segundo proyecto es Facebook con un 100%.

## Transporte

**Tabla 54**

*Influencia de los medios de comunicación para la promoción de los proyectos turísticos*

	<b>Proyecto 1</b>		<b>Proyecto 2</b>	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
<b>Si</b>	1	100.00	25	100.00
<b>No</b>	0	0.00	0	0.00
<b>Total</b>	1	100.00	25	100.00

*Nota.* Elaboración Propia.

En la presente tabla se puede apreciar que todas las empresas encuestadas del sector transporte, afirmaron al 100% que los medios de comunicación sirven para promocionar los proyectos turísticos en mención.

**Tabla 55**

*Medios de comunicación donde se promocionen los proyectos turísticos*

	<b>Proyecto 1</b>		<b>Proyecto 2</b>	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
<b>Televisión</b>	0	0.00	3	12.00
<b>Facebook</b>	1	100.00	18	72.00
<b>Youtube</b>	0	0.00	4	16.00
<b>Total</b>	1	100.00	25	100.00

*Nota.* Elaboración Propia.

En la presente tabla se puede observar 3 medios de comunicación más representativo donde se promocionan los proyectos turísticos ejecutados por la municipalidad de Chota. Se evidencia que las empresas encuestadas del sector transporte afirmaron que el medio de comunicación por el cual se promociona el primer proyecto es Facebook con un 100%. Por otro lado; este mismo sector afirmó que el medio de comunicación más representativo por el cual se promociona el segundo proyecto es Facebook con un 72%, seguido de YouTube con un 16% y de la televisión con un promedio de 12%.

## Hoteles

**Tabla 56**

*Influencia de los medios de comunicación para la promoción de los proyectos turísticos*

	Proyecto 1		Proyecto 2	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
<b>Televisión</b>	0	0.00	3	12.00
<b>Facebook</b>	1	100.00	18	72.00
<b>Youtube</b>	0	0.00	4	16.00
<b>Total</b>	1	100.00	25	100.00

*Nota.* Elaboración Propia.

En la presente tabla se puede apreciar que todas las empresas encuestadas del sector hotelero, afirmaron al 100% que los medios de comunicación sirven para promocionar los proyectos turísticos en mención.

**Tabla 57**

*Medios de comunicación donde se promocionen los proyectos turísticos*

	Frecuencia	Porcentaje %
<b>Televisión</b>	4	100.00
<b>Facebook</b>	0	0.00
<b>YouTube</b>	0	0.00
<b>Total</b>	4	100.00

*Nota.* Elaboración Propia.

En la presente tabla se evidencia que las empresas encuestadas del sector hotelero afirmaron que el medio de comunicación por el cual se promociona el primer y segundo proyecto es Facebook con un 100%.

## Discusión

En la presente investigación para analizar el objetivo general sobre, los proyectos turísticos un medio para el crecimiento económico del distrito de Chota, 2019-2022, primero se determinó cuáles son los proyectos de turismo ejecutados durante esos años, obteniendo como resultado la ejecución de dos proyectos, el primero la "Creación de los Servicios Deportivos y Recreacionales en el Centro Poblado Campamento, Distrito de Chota - Provincia de Chota - Departamento de Cajamarca" y el segundo la "Creación del Parque Recreativo en el Sector Colpamayo, Distrito de Chota, Provincia de Chota, Departamento de Cajamarca", según los resultados obtenidos en la tabla 1 se evidencia que el total de las empresas

encuestadas del sector gastronómico, afirman al 100% que la construcción de estos proyectos turísticos ha tenido un impacto económico positivo, así mismo en la tabla 23 las empresas encuestadas del sector transporte afirman lo mismo al 100% y de igual modo en la tabla 36 que representa la afirmación del sector hotelero, Datos que confirman lo expresado por Bravo et. al (2022) en su análisis de investigación los autores llegaron a la conclusión de que impacto generado por el turismo en la Punta, Callao es favorable y notorio en el distrito, dado a que con respecto al impacto ambiental se han implementado normas de servicio turístico para reducir impacto en los recursos; en cuanto a los impactos sociales se ha ido mejorando la comodidad de vida de los habitantes por la generación de nuevos puestos de negocios que permiten a los turistas conocer la cultura artesanal, gastronómica e histórica de la Punta, Callao; finalmente en cuanto al impacto económico, este ha sido de igual manera positivo y se puede ver en el mejoramiento de las calles del lugar y ferias que aumentan la afluencia turística. Con ello se afirma que los proyectos turísticos si son un medio para el crecimiento económico del distrito de Chota, 2019-2022 además actualmente la OMT (2023) resalto al turismo como base fundamental para el progreso de la economía en el país, esto se debe a que el turismo es un instrumento eficaz para originar empleos e ingresos permitiendo de una u otra forma el avance económico.

Además, según el objetivo específico Conocer el presupuesto destinado a cada proyecto turístico realizado en la provincia de Chota durante el periodo 2019 y 2022, tomando en cuenta los expedientes obtenidos de la Municipalidad Provincial de Chota (MPCH), los resultados obtenidos en el cuadro 2 y 3 muestran que el presupuesto público de inversión destinado tanto para el primer y segundo proyecto respectivamente si es relativamente elevado; es decir en la tabla 2 e muestra que para el primer proyecto turístico Creación de los Servicios Deportivos y Recreacionales en el Centro Poblado Campamento, se invirtió un total acumulado S/ 2,703,482.26; mientras que en la tabla 3 se evidencia que para el segundo proyecto turístico Creación del Parque Recreativo en el Sector Colpamayo se invirtió un total acumulado S/ 627,441.02, datos que contrastados con González et. al (2022) en su proyecto de investigación, los autores concluyen que los resultados obtenidos ayudan a que el sector cultura pueda deducir de manera factible el financiamiento presupuestal en un futuro, mejorando la inversión en el patrimonio cultural y fomentando el avance del turismo, esto confirma que es de suma importancia Conocer el presupuesto destinado a cada proyecto turístico realizado en la provincia de Chota durante el periodo 2019 y 2022 ya que la valorización del patrimonio cultural influye también en el crecimiento económico como indica Zevallos, A. (2019) al considera que

es relevante dotar la inversión en infraestructura dado que a mayor cantidad mayor calidad, y que cuando la infraestructura esté en óptimas condiciones y empiece a operar, se garantice un mantenimiento adecuado para alargar su periodo de vida.

Por otro lado, para el segundo objetivo específico Identificar el impacto económico de cada proyecto de inversión turístico realizado en la provincia de Chota durante el periodo 2019 y 2022 se hizo un análisis a diferentes empresas cuyos negocios están dirigidos al rubro gastronómico, hotelero y de transporte, negocios que conforme los resultados de la tabla 4 según el sector gastronómico son en donde más impacto tiene la construcción de los proyectos turísticos, así mismo lo afirma el sector transporte en la tabla 26 y el sector hotelero en la tabla 39; siendo los negocios gastronómicos y de transporte los más representativos mayores al 20%; esto confirma lo mencionado por Villafuerte (2018) en su investigación, dedujo que la predominancia turística es ascendente económicamente en Yucay, dado que la concentración laboral se encuentra en hospedajes transporte y centros de comida; por ende, sugirió a la entidad estatal realizar un presupuesto para poner en acción proyectos influyentes en el avance del turismo local que incrementen el aspecto económico. Dada esto se puede afirmar que si existe un impacto económico de cada proyecto de inversión turístico realizado en la provincia de Chota durante el periodo 2019 y 2022 como lo expone la OMT (2023) cuando señala que nuestro país es notablemente reconocido por sus diversos atractivos; abriendo así múltiples oportunidades empresariales en el sector turismo, de modo que cuando se incurra en una nueva inversión se generara capital y nuevos emprendimientos.

De lo expuesto en el párrafo anterior, en la presente investigación uno de los impactos económicos producto de los proyectos de inversión turística que evidencia segundo objetivo específico, es el empleo, esto se puede observar en la tabla 5 se puede observar que las empresas encuestadas en el sector gastronómico incrementaron el número de sus trabajadores entre 6 a 10 personas, después de la construcción de los proyectos en mención, así mismo en la tabla 27 se puede ver que el sector transporte también incremento el número de sus trabajadores entre 6 a 10 personas y en la tabla 40 se puede observar que el sector hotelaría también incremento el número de sus trabajadores en el mismo rango, datos que al contrastar con Sánchez (2021) donde de acuerdo con la investigación, señala que la participación turística del PBI es de 6,4% mientras que la del empleo es un 7,1%, concluyendo de esta manera que el turismo es un impulsor de avance económico sobre todo en estaciones de crisis, ya que genera más empleo y dinero; se puede afirmar que si existe un impacto económico de cada proyecto de inversión

turístico realizado en la provincia de Chota durante el periodo 2019 y 2022 al generar trabajo en las empresas dedicadas a la gastronomía, así como lo resalta en la actualidad la Organización de los Estados Americanos - OEA (2018), la cual recalca que es difícil negar que el incremento de la economía depende en gran parte del sistema turístico; esto es gracias a que la literatura, revisión de datos y análisis muestran que el sector turístico forma parte del 10 por ciento del PBI general y a su vez genera empleo y/o trabajo.

Así mismo otro impacto económico en el que han influido la construcción de los proyectos turísticos en mención y valoriza el segundo objetivo, es el nivel de sueldo que reciben los trabajadores, como se aparecía en la tabla 6 después de la construcción del primer y segundo proyecto el sector gastronómico ha incrementado el salario a sus trabajadores pagándoles hasta 1201 soles a más, en comparación a los 601 a 900 soles que ganaban antes de la construcción de los proyectos en mención, así mismo en la tabla 41 se evidencia que el sector hotelero afirmó haber incrementado el salario a sus trabajadores después de la construcción de los proyectos; por otro lado con relación al primer proyecto, en la tabla 28 se demuestra que el sector transporte mantuvo el mismo salario para sus trabajadores antes y después de la construcción del proyecto, mientras que con relación al segundo proyecto no se evidencia ningún salario debido a que el negocio es individual, estos resultados al ser relacionados con el análisis de Cruz y Conzález (2020) en su estudio, concluyo que el desarrollo turístico fomenta la existencia de beneficios tanto en instalaciones gastronómicas hoteleras y demás servicios, generado que los empleados perciban mayores ingresos salariales y así mismo mejor nivel de vida tanto de los ciudadanos de dicha comunidad como de visitantes, se puede decir que el aumento salarial es un impacto más generado por los proyecto de inversión turísticos realizado en la provincia de Chota durante el periodo 2019 y 2022, como menciona Adam Smith (1776) en su libro “La riqueza de las naciones”, el crecimiento económico es un proceso continuo e interrumpido, en la medida en que la división del trabajo lo inicia y la acumulación de capital lo mantiene y reproduce, tras aumentar la producción, los salarios, la renta per cápita, y el consumo.

Por lo tanto, de lo anterior se puede inferir que, al existir un incremento de sueldo, existe también un aumento de ventas, tal como se puede corroborar en la tabla 8 la cual muestra que después de la construcción tanto del primer y segundo proyecto, el sector gastronómico si ha tenido un aumento elevado en sus ventas a comparación de la tabla 7 que muestra que sus ventas eran entre normales y bajas antes de la realización de dichos proyectos, así mismo para el sector transporte en la tabla 29 se puede constatar que después de la construcción de dichos

proyectos se ha incrementado la utilidad de cada trabajador debido a como lo muestra la tabla 30 hubo un aumento en el precio de los pasajes, además con lo que respecta al sector hotelero los resultados de la tabla 42 muestra que antes de los proyectos el nivel de ventas era entre bajo y normal mientras que después de la construcción de los proyectos en mención el nivel de ventas incremento, estos datos al ser comparados con Avendaño y De La Cruz Domínguez (2021) en su proyecto, concluyo que el impacto a razón del turismo ha sido de gran beneficio para pobladores y para los negociantes dado que estos han obtenido un aumento económico manteniendo y dando a conocer sus tradiciones y costumbres, muestran que la construcción de los proyectos turísticos si generan un impacto positivo en el crecimiento económico como Meadows et. al (1972) en su libro “Los límites del crecimiento”, menciona que, si los procesos económicos se realizan de una manera eficaz por trabajadores expertos en las áreas productivas, esto incrementa la utilidad y rendimiento en una organización.

Por ende, con respecto al segundo objetivo específico se puede agregar que otro de los impactos económicos es la inversión tal como se puede evidenciar en la tabla 9 cuyos resultados indican que las empresas encuestadas pertenecientes al sector gastronómico incrementaron el monto de inversión destinado a sus negocios después de la construcción de los proyectos turísticos llegando a invertir entre 3000 soles a más, por otro lado en la tabla 31 se puede ver que el sector transporte también afirmo haber incrementado su monto de inversión y así mismo el sector hotelero afirmo lo mismo en la tabla 43, hecho que se valida en el estudio de Mogrovejo et. al (2019) en su investigación, concluye que el turismo en definitiva es motor que influye en la economía y es un referente demasiado importante para captar ingresos para el país dado que es fuente de inversión en nuevos sectores y negocios haciendo que estos inviertan en nuevas remodelaciones y mejoras en los ambientes laborales, esto afirma una vez más que el turismo influye en el crecimiento económico y como dice actualmente la OMT (2023) para generar capital siempre es eje principal la inversión.

Además, también ha habido una mejora en la calidad de maquinaria empleada resultado visto en la tabla 11 donde indica que el sector gastronómico después de la construcción de los proyectos si invirtió en la mejora de la calidad de maquinaria para su negocio a comparación de la tabla 10 donde el nivel de la calidad era entre media y alta, por otro lado en la tabla 31, el sector transporte también afirmó haber invertido en la mejora de la calidad de maquinaria para el mantenimiento de sus vehículos, y con respecto al sector hotelero este también invirtió en la mejora de la calidad de la maquinaria empleada en sus instalaciones tal como se demuestra en

la tabla 44, datos que al ser comparados con lo expuesto por Espinoza (2021) en su artículo, concluye que en el Perú tanto a las empresas públicas como privadas les importa producir y brindar servicios de calidad para mantener la satisfacción de sus clientes o usuarios de modo que genere un vínculo transaccional entre el cliente y organización, afirman nuevamente que si existe un impacto económico por parte de cada proyecto de inversión turístico realizado en la provincia de Chota durante el periodo 2019 y 2022 además Así mismo; La OMT – Organización Mundial del Turismo en la “Introducción al turismo” (1994) nos da a entender que un proyecto turístico es la descripción ordenada y documentada de una iniciativa que tiene como objetivo el desarrollar o hacer realidad una idea de naturaleza turística y que este concepto está ligado a tres hechos importantes: calidad, continuidad y equilibrio.

Así mismo otro impacto que sume al objetivo específico dos es que la incorporación de implementaciones tecnológicas después de la construcción de los proyectos turísticos, como se puede ver en la tabla 12 se muestra que antes de los proyectos no todas las empresas del sector gastronómico contaban con implementaciones tecnológicas a diferencia de la tabla 13 muestra que después de la construcción de los proyectos, las empresas encuestadas pertenecientes a dicho sector afirmaron haber innovado tecnológicamente sus locales, así también cabe mencionar que el sector transporte adquirió nuevos vehículos información que resalta en la tabla 33 y por otro lado el sector hotelero que de igual modo en la tabla 45 afirmo que después de los proyectos si ignoraron tecnológicamente sus instalaciones, estos resultados con relación a lo expuesto por Avendaño y De La Cruz Domínguez (2021) en su proyecto, concluyeron que gracias a la afluencia de turistas sea podido acondicionar de mejor manera las instalaciones de Canta, como; los servicios esenciales recalca que los impactos generados por el turismo siguen siendo en su mayoría positivos, esto certifica que efectivamente los proyectos tienen un impacto en la economía e impulsan los acondicionamientos de los negocios en los distintos sectores además como menciona Lastras (2022) el aumento de la economía se asocia a diversos elementos, como por ejemplo el avance tecnológico dado que este es producto del capital, investigación, innovación y desarrollo humano.

Por otro lado, otra evidencia que corrobore el segundo objetivo específico es el número de familias a las que benefician los proyectos mencionados en la presente investigación, en la tabla 14 con respecto al sector gastronómico, indica que el primer proyecto (Creación Del Centro De Recreación En El Centro Poblado Campamento, Distrito De Chota – Provincia De Chota – Cajamarca) beneficia a 13 familias, mientras que el segundo proyecto (Creación Del

Parque Recreativo En El Sector Colpamayo, Distrito De Chota, Provincia De Chota, Departamento De Cajamarca) beneficia a 4 familias. Por otro lado, con relación al sector transporte en la tabla 34 el primer proyecto beneficia a 1 empresa mientras que el segundo proyecto beneficia a 25 familias, además en la tabla 46 con respecto al sector hotelero ambos proyectos benefician a 4 empresas, estos resultados al ser comparados por lo expuesto por Mendoza et. al (2021) en su investigación, concluye que el turismo rural es un medio para estimular el progreso local, esto dado que los resultados que obtuvo mostraron que el 21,80% de las familias entrevistadas reconocen que sus ganancias económicas provienen del beneficio obtenido al haber emprendido en el turismo, demuestra que efectivamente los proyectos turísticos tienen un impacto positivo además Labrunée (2018) precisa que el beneficio de los proyectos turísticos debido a que mejora el nivel de vida de los ciudadanos, ello dado que existe un aumento en el nivel de productividad en diferentes zonas de trabajo, generando así incremento económico para el bolsillo familiar.

Por ello; de lo antes expuesto se evidencian los siguientes beneficios familiares, primero con relación a los servicios básicos, en la tabla 15 se puede apreciar que antes de los proyectos no todas las empresas encuestadas del sector gastronómico disponían de todos los servicios básicos, mientras que en la tabla 16 la cual muestra los resultados después de los proyectos, evidencia que la mayoría de las empresas cuentan actualmente con todos los servicios básicos; por otro lado en la tabla 47 se muestra que antes y después de los proyectos las familias que integran el sector hotelero contaban con todos los servicios básicos. Segundo con relación al tipo de educación, la tabla 17 muestra que las familias encuestadas del sector gastronómico, antes del proyecto enviaban a sus hijos a escuelas privadas mientras que después de la construcción de los proyectos muchas de las familias empezaron a mandar a sus hijos a instituciones privadas, así mismo en la tabla 35 se evidencia algo similar con las familias encuestadas del sector transporte y la tabla 48 con las familias del sector hotelero. Y por último con respecto al tipo de transporte que utilizan las familias para desplazarse, la tabla 20 evidencia que antes de los proyectos las familias encuestadas del sector gastronómico no contaban con un medio de movilidad propia, hecho que cambió después de la construcción de los proyectos dado que las empresas empezaron a contar con un vehículo para transporte propio. Por tanto, estos resultados en comparación con lo que afirman Arista et. al (2017) en su investigación, establecen métodos para que dicha provincia se consolide como sustentable en el desarrollo agropecuario de exportación, turismo y disminución de pobreza mejorando el nivel de vida de los habitantes. Para ello los autores siguen el Modelo Secuencial del Proceso Estratégico

desarrollado por el Dr. Fernando D'Alessio Ipinza, para llegar a una planeación futura positiva. Por ende, analizaron la perspectiva actual, usaron el censo del 2017 y emplearon el modelo FODA a través de valores, ideales y metas a plazo futuro. Finalmente conjeturan que Chota puede obtener progresivo aumento económico cuando mejore el bienestar de sus habitantes, hecho que se puede validar dado que las familias si han mejorado su nivel de vida después de la construcción de los proyectos turísticos que se mencionan en la presente investigación, además; cómo podemos observar en los párrafos anteriores, no se puede negar que esto se debe a que todas las empresas han tenido un incremento de utilidades gracias a la demanda de visitantes que fomentan el turismo,

Por otro lado, para el análisis del tercer objetivo Identificar si los medios de comunicación sirven como medio de promoción para que se dé a conocer los proyectos turísticos de la provincia de Chota 2019 y 2022 y estos tengan un mayor valor apreciativo por el público; se obtuvieron como resultados que en la tabla 50 que todas las empresas encuestadas de sector gastronómico afirmaron al 100% que sí considera a los medios de comunicación un método de promoción turística, así mismo en la tabla 52 el sector transporte considero al 100% lo mismo y en la tabla 54 el sector hotelero también dio la misma afirmación, estos resultados comparados con lo que expone Fernández (2021) en su tesis de licenciatura donde concluyo que promocionar el turismo a través de medios de comunicación ayuda a fomentar de manera económica al distrito, ofreciendo así trabajo para los pobladores del lugar y la apertura de nuevos locales de negocios, confirman que los medios de comunicación sirven como medio de promoción para que se dé a conocer los proyectos turísticos de la provincia de Chota 2019 y 2022 y estos tengan un mayor valor apreciativo por el público, además, en las tablas 51 y 53, el sector gastronómico y de transporte respectivamente; señalan que de todos los medios de comunicación el más conocido es Facebook, mientras que el sector hotelero señala que el medio más conocido es la televisión, tal como se muestra en la tabla 55, coincidiendo con Gonzales (2020) quien sostiene que las redes sociales o páginas web sirven para relacionarse de manera online con sus clientes, obteniendo a través de ellas opiniones, críticas o sugerencias que les permitan adaptar sus productos y servicios de acorde a las necesidades de los usuarios.

## Conclusiones

En la presente investigación se concluye que los proyectos turísticos son un medio para el crecimiento económico de la provincia de Chota 2019 y 2022, dado que los resultados mostrados evidencian que este tipo de proyectos, influyen para la creación de nuevos negocios, además incrementa el nivel de trabajo y sueldo laboral, e influye en mejorar la comodidad de vida de los habitantes a medida que se produce un incremento de los ingresos familiares, además la MPDCH permiten a los turistas conocer la cultura artesanal, gastronómica e histórica de los lugares donde se encuentran los proyectos.

Se obtuvo que el presupuesto de inversión destinado a cada proyecto turístico es medianamente elevado; siendo la inversión del proyecto denominado Creación de los Servicios Deportivos y Recreacionales en el Centro Poblado Campamento con un monto de S/. 2,703,482.26, sumamente más elevada que la inversión del proyecto Creación del Parque Recreativo en el Sector Colpamayo cuyo monto es de S/ 627,441.02. Ambas inversiones muestran montos incrementados, evidenciando que la Municipalidad Distrital de la Provincia de Chota si ha realizados altos desembolsos de inversión para la realización de proyectos de inversión turística realizados en la provincia de Chota durante el periodo 2019 y 2022.

Además, se concluye que cada proyecto de inversión turística realizado en la provincia de Chota durante el periodo 2019 y 2022 ha tenido un impacto económico positivo en todas las empresas encuestadas tanto del sector gastronómico, transporte y hotelero; esto debido a que en cada uno de dichos sectores se ha incrementado el nivel de empleo, sueldo y ventas; además los dueños de los sectores en mención debido al incremento de utilidades han invertido tanto en renovación de maquinarias e implementaciones tecnológicas, por otro lado sumado a esto los proyectos han influido para la mejora de la calidad de vida de las familias de las empresas encuestadas permitiéndoles poder contar con todos los servicios básicos, acceder a dispositivos tecnológicos, a mejorar la educación de sus hijos y acceder a otros beneficios materiales.

Se concluye que existen medios de comunicación que sirven como medio de promoción para que se dé a conocer los proyectos turísticos de la provincia de Chota 2019 y 2022.

## **Recomendaciones**

Se recomienda al área de Gestión de Planeamiento y Presupuesto de la Municipalidad Provincial de Chota (MPCH) que siga destinado a cada proyecto turístico los presupuestos elevados; dado que el avance económico de la localidad cada vez va dependiendo más de las iniciativas turísticas que se generen no solo por su influencia económica, sino porque también interviene como vía de oportunidad para la sostenibilidad cultural social principalmente económica de las provincias o comunidades urbanas y rurales que mantengan zonas geográficamente atractivas y con alto potencial productivo.

Además se le recomienda que la Municipalidad Provincial de Chota (MPCH) seguir invirtiendo en proyectos turísticos dado que el turismo es fuente de desarrollo y crecimiento económico y por naturaleza este sector genera riquezas a través de la concepción de nuevos negocios y empleos favoreciendo a muchos trabajadores, también genera la afluencia de turistas o visitantes de la misma zona o provincia, lo cual está ligado grandemente con el consumo hecho que hace que las empresas o nuevos centros de negocio aumenten sus ingresos o utilidades mejorando de alguna manera su nivel de vida.

También se recomienda a la MPCH implementar y fomentar en su plan de Marketing la promoción de los proyectos a través de las redes sociales ya que estas son fuentes rápidas de comunicación que sirven para atraer clientes o visitantes, además sirve para que estos se relacionen de manera online con sus clientes, obteniendo a través de ellas opiniones, críticas o sugerencias que les permitan adaptar sus productos y servicios de acorde a las necesidades de los usuarios.

## Referencias

Gambarota, Daniela Melisa, & Lorda, María Amalia (2017). El turismo como estrategia de desarrollo local. *Revista Geográfica Venezolana*, 58 (2),346-359.[fecha de Consulta 20 de Septiembre de 2022]. ISSN: 1012-1617. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=347753793006>

Peralta Petitjean, L. J. (2018). Turismo y crecimiento económico: un análisis empírico del impacto del turismo receptivo en la economía peruana en el periodo 2004-2015 (trabajo de investigación para optar el título profesional de Economista). Universidad de Lima.

Álvarez Cáceres, S y Gil Galvis, M. (2019). Turismo como motor de crecimiento económico en Colombia: análisis del potencial económico y competitivo del sector. Universidad de los Andes.

Serrano Montero, M. (2020). Relación entre la competitividad turística y el crecimiento económico departamental: Colombia 2015-2018. Universidad de los Andes.

Condori, Y., & Visa, F. (2019). “Brecha en la calidad del servicio turístico caso: agencias de viaje de la ciudad del Cusco, periodo 2017. (tesis de pregrado). Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco. Cusco, Perú.”

MINCETUR, (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo). (2018). Movimiento turístico en Amazonas. Retrieved from [https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/turismo/estadisticas/ReporteTurismoRegional/RTR\\_Amazonas.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/turismo/estadisticas/ReporteTurismoRegional/RTR_Amazonas.pdf)

OMT, (Organización Mundial del Turismo). (2019). Desarrollo del talento humano para la mejora de la competitividad de los destinos – El caso de Perú. In Madrid. <https://doi.org/10.18111/9789284420766>

Gambarota, Daniela Melisa, & Lorda, María Amalia (2017). El turismo como estrategia de desarrollo local. *Revista Geográfica Venezolana*, 58 (2),346-359. [fecha de Consulta 20 de Septiembre de 2022].

Aliaga, H. R. C. (2017). Discrecionalidad presupuestal y ejecución de inversión pública en gobiernos regionales del estado peruano: 2011-2014. Universidad Cesar Vallejo. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/4417/Cubas\\_AHR.pdf?s](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/4417/Cubas_AHR.pdf?s)

Cabrera, A. R., Yaritza, M., & Figueroa Aleman, L. (s/f). UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL FACULTAD DE INGENIERÍA QUÍMICA TRABAJO DE TITULACIÓN PRESENTADO COMO REQUISITO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE: INGENIERÍA EN SISTEMAS DE CALIDAD Y EMPRENDIMIENTO TEMA: DISEÑO DE UN INSTRUCTIVO DE ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA. Edu.ec. Recuperado el 6 de noviembre de 2022, de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/54479/1/BINGQ-ISCE-21P25.pdf>

Manuel, J., & Rengifo, A. (s/f). PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ ESCUELA DE POSGRADO. Edu.pe. Recuperado el 6 de noviembre de 2022, de [https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9426/ARISTA\\_CONTR E\\_RAS\\_PLANEAMIENTO\\_CHOTA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9426/ARISTA_CONTR E_RAS_PLANEAMIENTO_CHOTA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Ccahua Paucar, Milagros Jacqueline Diaz Aguilar, Liliana. (2021). Condiciones turísticas para el desarrollo del Turismo Comunitario en la comunidad de Chuyabamba, Provincia de Chota - Cajamarca 2021. Universidad Cesar Vallejo.

Fernández Tenorio, E. (2021). “Promoción turística como alternativa para el desarrollo económico del distrito de Chota, Cajamarca-2021”. Universidad Cesar Vallejo.

Catalina, S., Cáceres, Á., & Galvis, M. G. (s/f). TURISMO COMO MOTOR DE CRECIMIENTO ECONÓMICO EN COLOMBIA: ANÁLISIS DEL POTENCIAL ECONÓMICO Y COMPETITIVO DEL SECTOR. Edu.co. Recuperado el 6 de noviembre de 2022, de <https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/45168/u827082.pdf?sequence=1>

Meadows, Donella H., Dennis L. Meadows, Jorgen Randers y William W. Nehrens III. 1972. Los límites del crecimiento. México: Fondo de Cultura Económica.

Aprueban Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo-DECRETO SUPREMO-N° 005-2020-MINCETUR. (n.d.). El peruano.Pe. Retrieved April 16, 2023, from <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/aprueban-reglamento-de-agencias-de-viajes-y-turismo-decreto-supremo-n-005-2020-mincetur-1866352-4/>

El Peruano. (n.d.). Elperuano.Pe. Retrieved April 16, 2023, from <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-prohíbe-a-las-entidades-publicas-contratar-personal-ley-n-31298-1974970-7/>

No, L., El, C., & De, L. A. (n.d.). Ley de Promoción de las Inversiones para el Crecimiento Económico y el Desarrollo Sostenible. Gob.Pe. Retrieved April 16, 2023, from <https://www.minam.gob.pe/wp-content/uploads/2017/04/Ley-N%C2%B0-30327.pdf>

No, L. (n.d.). Ley de promoción del desarrollo económico y productivo. Gob.Pe. Retrieved April 16, 2023, from [https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4\\_uibd.nsf/E9F4E9B4EA24707D05257C98005A91D8/\\$FILE/7\\_ley28304.pdf](https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/E9F4E9B4EA24707D05257C98005A91D8/$FILE/7_ley28304.pdf)

Duarte, T. A., & Jiménez, R. E. (2007). Aproximación a la teoría del bienestar. *Scientia et Technica*, 5(37), 305-310.

Mamalakis, M. J. (1988). Una teoría de servicios y algunas implicaciones. <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/140287/Una-teor%c3%ada-de.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Espinoza, J. R. I. (2021). La calidad de servicio en la administración pública. *Horizonte empresarial*, 8(1), 425-437. <https://revistas.uss.edu.pe/index.php/EMP/article/view/1648/2355>

Zevallos, A. (2019). Inversión pública en infraestructura económica y su efecto en el crecimiento económico en el Perú 2001-2016. Tesis para optar el título profesional de Economista, Escuela Académico Profesional de Economía, Universidad Continental, Huancayo, Perú.

Ramírez Blanco, M. (1992). Teoría general de turismo. Editorial Diana. <https://core.ac.uk/download/pdf/32319458.pdf>

Pérez, R. M. I., & Villa, C. C. (2019). Teoría General del Turismo: un enfoque global y nacional. <https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24489w/Teoria%20general%20del%20turismo.pdf>

LILLO, V. Teoría y práctica del presupuesto-programa. OMT: El turismo es clave en el avance económico del país. (s/f). Elperuano.pe. Recuperado el 30 de abril de 2023, de <https://elperuano.pe/noticia/202607-omt-el-turismo-es-clave-en-el-avance-economico-del-pais>

Contreras, A. A. (s/f). Ministro de Economía y Finanzas. Gob.pe. Recuperado el 23 de octubre de 2023, de [https://www.mef.gob.pe/contenidos/pol\\_econ/marco\\_macro/IAPM\\_2023\\_2026.pdf](https://www.mef.gob.pe/contenidos/pol_econ/marco_macro/IAPM_2023_2026.pdf)

De Contenido, T. (2022). Departamento Administrativo Nacional de Estadística METODOLOGÍA GENERAL PIB POR DEPARTAMENTOS CÓDIGO: DSO-PIBDEP-MET-001 VERSIÓN: 6 FECHA: 19/Jul/2022 PROCESO: Producción Estadística OPERACIÓN ESTADÍSTICA: PIBDEP -PRODUCTO INTERNO BRUTO POR DEPARTAMENTO. Gov.co. <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/fichas/pib/DSO-PIB-DEP-MET-001-V6.pdf>

del Producto Bruto Interno, 1. Definición Y. Métodos D. E. Cálculo. (s/f). Metodología de Cálculo del Producto Bruto Interno Anual. Gob.pe. Recuperado el 23 de octubre de 2023, de <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/metodologias/pbi02.pdf>

González Espino, D. ., Espino Muñoz, D. I. ., & Piñarreta Olivares, R. A. . (2022). Pronóstico del presupuesto público en la puesta en valor del patrimonio cultural para turismo sostenible. *REVISTA PENSAMIENTO TRANSFORMACIONAL*, 1(3), 142–164. Recuperado a partir de [https://editorialpiensadiferente.com/ojs/index.php/pensamiento\\_transformacional/article/view/30](https://editorialpiensadiferente.com/ojs/index.php/pensamiento_transformacional/article/view/30)

Vigo, E., & Fernández, Y. (2019). Análisis de la gestión del turismo rural comunitario en el distrito de La Encañada. *REVISTA PERSPECTIVA*, 20(1), 79–85. <https://doi.org/10.33198/rp.v20i1.00023>

Sánchez Rivero, M. (2021). Los impactos económicos del turismo y las herramientas para su medición. Recursos turísticos, territorio y sociedad en Extremadura: catalogación, nuevos usos y perspectivas.

Bravo Gomez, T. S., Chura Perez, L. J. L., Marin Lara, W. L., & Tejada Leon, D. A. (2019). Los impactos que ha venido generando el turismo local en La Punta, Callao. Universidad César Vallejo.

Avendaño Escobedo, J. L., & De La Cruz Dominguez, N. K. (2021). Impactos del turismo en la provincia de Canta, Lima 2021. Universidad César Vallejo.

Villareyes, S. S. C., Vida, M. A. R., Taboada, M. M. M., & Sanz, R. S. S. (2020). Estrategias de promoción del patrimonio natural en el desarrollo del turismo en Perú. Revista Venezolana de Gerencia: RVG, 25(92), 1547-1558.

González Sanz, N. (2020). La importancia de las redes sociales como instrumento de promoción turística. El caso de la ciudad de Segovia.

Mendoza, A. P. C., Gutiérrez, Á. C., Quispe, G. B., Betancur, H. N. C., & Ramos, E. H. (2021). Impacto del turismo rural en el ingreso económico y la decisión de emigrar en la Comunidad de Llachón (Puno, Perú). Ager: Revista de estudios sobre despoblación y desarrollo rural= Journal of depopulation and rural development studies, (31), 43-73.

CRUZ BERMÚDEZ, L. D., & CONZÁLEZ DAMIÁN, A. (2020). Desarrollo Turístico y Sostenibilidad en la comunidad de Caibarién (Cuba). REVISTA INTERNACIONAL DE TURISMO, EMPRESA Y TERRITORIO, 4(2), 103–127. <https://doi.org/10.21071/riturem.v4i2.12876>

Andrade, J. M. M., Martínez, S. V. H., Niño, L. G. M., & Torres, N. E. G. (2019). El Turismo como contribución al crecimiento del PIB, para el desarrollo de la economía del país. Clío América, 13(25), 324-325. <https://www.unwto.org/es/inversion/guias-de-inversion-turistica-sa1#:~:text=%C2%BFPor%20qu%C3%A9%20es%20importante%3F,de%20las%20exportaciones%20de%20servicios>

## Anexos

## Anexo 1: Matriz de Consistencia

Título	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
Los Proyectos Turísticos un medio para el Crecimiento Económico de la Provincia de Chota 2019 - 2022	¿Son los proyectos turísticos un medio para el crecimiento económico en la provincia de Chota 2019 - 2022?	<b>Objetivo Principal:</b> Determinar si los proyectos turísticos sirven como medio para el crecimiento económico del distrito de Chota, 2019 - 2022.	<b>Hipótesis Principal:</b> Los proyectos turísticos influyen positivamente en el crecimiento económico de la provincia de Chota durante los periodos 2019 - 2022	<b>Variable Independiente:</b> Proyectos Turísticos	Infraestructura	Número de proyectos turísticos e n funcionamiento	<b>Enfoque:</b> Cuantitativo <b>Tipo:</b> Explicativo <b>Diseño:</b> No experimental, longitudinal, retrospectivo <b>Población:</b> Total de empresas en el Distrito de Chota <b>Muestra:</b> criterio de inclusión y exclusión
		<b>Objetivos Específicos:</b> N°1: Conocer el presupuesto destinado a cada proyecto turístico realizado en la provincia de	<b>Hipótesis Específicos:</b> N°1: Se ha		Inversión	Presupuesto designado a cada proyecto turístico	

	Chota durante el periodo 2019 - 2022 N°2: Identificar el impacto económico de cada proyecto de inversión turístico realizado en la	destinado un alto presupuesto para cada proyecto turístico	Crecimiento Económico		Número de empresas y negocios generados por los proyectos turísticos <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hospedaje</li> </ul>	<b>Muestreo:</b> No probabilística a conveniencia
--	---	--	-----------------------	--	--	---

## Anexo 2: Cuestionario para el sector gastronómico



Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo

Escuela de Economía

Encuesta para Determinar si los Proyectos Turísticos Sirven Como Medio para el Crecimiento Económico del Distrito de Chota, 2019 - 2022

**Importante:** Estimado encuestado (a) soy la estudiante Evelyn Lizbeth Fernández Gálvez de la universidad (USAT) de la carrera de economía y estoy recogiendo información sobre su percepción que tiene acerca de la construcción de los proyectos económicos. Dado que es un trabajo de investigación para fines académicos. Se le agradece por anticipado su colaboración.

**Instrucciones:** Lea cuidadosamente cada una de las alternativas y responda correctamente la información requerida.

### Información General.

#### I. Datos generales de la empresa

1. Nombre de la empresa: \_\_\_\_\_

#### II. Avance económico social

2. Según su opinión personal ¿considera que la construcción de un proyecto turístico tiene un impacto económicamente positivo?

- Sí
- No

¿Por qué?

\_\_\_\_\_

3. ¿Considera usted que el proyecto en mención es beneficioso a su negocio y economía familiar?

- Sí
- No

4. ¿En qué rubros cree usted que tiene impacto un proyecto turístico en la provincia de Chota?

- Gastronómico
- Hotelero
- Transporte
- Otros

#### III. Percepción del factor productivo

5. Número de personal de servicio

- Antes del proyecto: \_\_\_\_\_

- Después del proyecto: \_\_\_\_\_

6. Sueldo promedio por persona

- Antes del proyecto S/. \_\_\_\_\_
- Después del proyecto S/. \_\_\_\_\_

**IV. Percepción de productividad por día (Antes y después del proyecto).**

7. Antes del proyecto ¿Cuál era el nivel de ventas en su negocio?

- Bajo
- Normal
- Elevado

8. ¿Aumento el nivel de ventas en su negocio después de la construcción del proyecto?

- Sí
- No

9. ¿Cuál es el monto aproximado de inversión destinado a su negocio?

- Antes del proyecto S/. \_\_\_\_\_
- Después del proyecto S/. \_\_\_\_\_

**V. Implementación de maquinaria y tecnología.**

10. ¿Cuál era la calidad de la maquinaria empleada en su negocio antes del proyecto?

- Baja calidad
- Alta calidad

11. ¿Ha mejorado después del proyecto la calidad de la maquinaria que emplea en su negocio?

- Si
- No

12. Antes del proyecto ¿Contaba con implementaciones tecnológicas en su negocio?

- Si
- No

13. ¿Ha innovado tecnológicamente en su negocio después del proyecto en mención?

- Si
- No

**VI. Percepción de beneficio familiar**

14. Número de integrantes en la familia: \_\_\_\_\_

15. ¿Cuáles son los servicios básicos con los que cuenta en su hogar?

En las celdas vacías, marque con una (x) los servicios con los que cuenta.

Antes del proyecto		Después del proyecto	
<input type="checkbox"/>	Agua	<input type="checkbox"/>	Agua

	Luz		Luz
	Desagüe		Desagüe
	Cable		Cable
	Internet		Internet
	Todos		Todos

16. ¿Qué tipo de educación recibían sus hijos antes del proyecto en mención y que tipo de educación reciben ahora?

En las celdas vacías, marque con una (x) el tipo de educación que reciben.

Antes del proyecto		Después del proyecto	
	Pública		Pública
	Privada		Privada
	No tiene hijos estudiando		No tiene hijos estudiando

17. ¿Con que dispositivos cuentan los integrantes de su hogar?

En las celdas vacías, marque con una (x) las implementaciones que dispone en su hogar.

Antes del proyecto		Después del proyecto	
	Celular		Celular
	Laptop		Laptop
	Computadora		Computadora
	Televisor		Televisor
	Todos		Todos

18. ¿Cuentan en su familia con transporte propio para desplazarse?

Marque con una (x) en el casillero o casilleros que corresponda.

Antes del proyecto		Después del proyecto	
Si	No	Si	No

#### VII. Percepción Promocional o publicitaria

19. ¿Cree usted que las redes tienen influencia directa en la promoción de los proyectos turísticos?

- Si
- No

20. ¿Qué medios en donde se promocionen los proyectos turísticos conoce?

---

Fecha \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

### Anexo 3: Cuestionario para el sector transporte



Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo

Escuela de Economía

Encuesta para Determinar si los Proyectos Turísticos Sirven Como Medio para el Crecimiento Económico del Distrito de Chota, 2019 - 2022

**Importante:** Estimado encuestado (a) soy la estudiante Evelyn Lizbeth Fernández Gálvez de la universidad (USAT) de la carrera de economía y estoy recogiendo información sobre su percepción que tiene acerca de la construcción de los proyectos económicos. Dado que es un trabajo de investigación para fines académicos. Se le agradece por anticipado su colaboración.

**Instrucciones:** Lea cuidadosamente cada una de las alternativas y responda correctamente la información requerida.

#### Información General.

##### I. Datos generales de la empresa

1. Nombre de la empresa: \_\_\_\_\_

2. ¿Cuál es el tipo de transporte que emplea?

\_\_\_\_\_

3. ¿La herramienta de trabajo que emplea es propia o alquilada?

- Propia
- Alquilada

##### II. Avance económico social

4. Según su opinión personal ¿considera que la construcción de un proyecto turístico tiene un impacto económicamente positivo?

- Sí
- No

¿Por qué?

\_\_\_\_\_

5. ¿Considera usted que el proyecto en mención es beneficioso a su negocio y economía familiar?

- Sí
- No

6. ¿En qué rubros cree usted que tiene impacto un proyecto turístico en la provincia de Chota?

- Gastronómico
- Hotelero
- Transporte
- Otros

### III. Percepción del factor productivo

7. Número de personal de servicio

- Antes del proyecto: \_\_\_\_\_
- Después del proyecto: \_\_\_\_\_

8. Sueldo promedio por persona

- Antes del proyecto S/. \_\_\_\_\_
- Después del proyecto S/. \_\_\_\_\_

9. ¿Cuál es el aproximado de su ganancia al día?

S/. \_\_\_\_\_

### IV. Percepción de productividad por día (Antes y después del proyecto).

10. Después del proyecto ¿Ha incrementado el precio del pasaje al lugar donde se encuentra el proyecto turístico?

- Sí
- No

11. ¿Ha incrementado la inversión en el mantenimiento de su negocio después del proyecto?

- Sí
- No

### V. Implementación de maquinaria y tecnología.

12. ¿Con cuántos vehículos móviles cuenta en su negocio?

\_\_\_\_\_

13. ¿Ha incrementado el número de vehículos en su empresa después del proyecto en mención?

- Si
- No

### VI. Percepción de beneficio familiar

14. Número de integrantes en la familia: \_\_\_\_\_

15. ¿Cuáles son los servicios básicos con los que cuenta en su hogar?

En las celdas vacías, marque con una (x) los servicios con los que cuenta.

Antes del proyecto		Después del proyecto	
<input type="checkbox"/>	Agua	<input type="checkbox"/>	Agua

	Luz		Luz
	Desagüe		Desagüe
	Cable		Cable
	Internet		Internet
	Todos		Todos

16. ¿Qué tipo de educación recibían sus hijos antes del proyecto en mención y que tipo de educación reciben ahora?

En las celdas vacías, marque con una (x) el tipo de educación que reciben.

Antes del proyecto		Después del proyecto	
	Pública		Pública
	Privada		Privada
	No tiene hijos estudiando		No tiene hijos estudiando

17. ¿Con que dispositivos cuentan los integrantes de su hogar?

En las celdas vacías, marque con una (x) las implementaciones que dispone en su hogar.

Antes del proyecto		Después del proyecto	
	Celular		Celular
	Laptop		Laptop
	Computadora		Computadora
	Televisor		Televisor
	Todos		Todos

#### VI. Percepción de promoción o publicidad

18. ¿Cree usted que las redes tienen influencia directa en la promoción de los proyectos turísticos?

- Si
- No

19. ¿Qué medios en donde se promocionen los proyectos turísticos conoce?

---

Fecha \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

## Anexo 4: Cuestionario para el sector hotelero



Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo

Escuela de Economía

Encuesta para Determinar si los Proyectos Turísticos Sirven Como Medio para el Crecimiento Económico del Distrito de Chota, 2019 - 2022

**Importante:** Estimado encuestado (a) soy la estudiante Evelyn Lizbeth Fernández Gálvez de la universidad (USAT) de la carrera de economía y estoy recogiendo información sobre su percepción que tiene acerca de la construcción de los proyectos económicos. Dado que es un trabajo de investigación para fines académicos. Se le agradece por anticipado su colaboración.

**Instrucciones:** Lea cuidadosamente cada una de las alternativas y responda correctamente la información requerida.

### Información General.

#### I. Datos generales de la empresa

1. Nombre de la empresa: \_\_\_\_\_

#### II. Avance económico social

2. Según su opinión personal ¿considera que la construcción de un proyecto turístico tiene un impacto económicamente positivo?

- Sí
- No

¿Por qué?

\_\_\_\_\_

3. ¿Considera usted que el proyecto en mención es beneficioso a su negocio y economía familiar?

- Sí
- No

4. ¿En qué rubros cree usted que tiene impacto un proyecto turístico en la provincia de Chota?

- Gastronómico
- Hotelero
- Transporte
- Otros

#### III. Percepción del factor productivo

5. Número de personal de servicio

- Antes del proyecto: \_\_\_\_\_

- Después del proyecto: \_\_\_\_\_

6. ¿Se le ha incrementado el sueldo al personal de servicio después de los proyectos turísticos?

- Sí  
○ No

**IV. Percepción de productividad por día (Antes y después del proyecto).**

7. ¿Cuál es el nivel de ventas en su negocio?

Antes del proyecto		Después del proyecto	
	Bajo		Bajo
	Normal		Normal
	Elevado		Elevado

8. ¿Ha incrementado el monto de inversión destinado a su negocio después de los proyectos turísticos en mención?

- Sí  
○ No

**V. Implementación de maquinaria y tecnología.**

9. ¿Cuál era la calidad de la maquinaria empleada en su negocio antes del proyecto?

Antes del proyecto		Después del proyecto	
	Baja		Baja
	Normal		Normal
	Alta		Alta

10. ¿Ha innovado o renovado las instalaciones de su negocio después de los proyectos turísticos?

- Si  
○ No

**VI. Percepción de beneficio familiar**

11. Número de integrantes en la familia: \_\_\_\_\_

12. ¿Cuáles son los servicios básicos con los que cuenta en su hogar?

En las celdas vacías, marque con una (x) los servicios con los que cuenta.

Antes del proyecto		Después del proyecto	
	Agua		Agua
	Luz		Luz
	Desagüe		Desagüe
	Cable		Cable
	Internet		Internet
	Todos		Todos

13. ¿Qué tipo de educación recibían sus hijos antes del proyecto en mención y que tipo de educación reciben ahora?

En las celdas vacías, marque con una (x) el tipo de educación que reciben.

Antes del proyecto		Después del proyecto	
	Pública		Pública
	Privada		Privada
	No tiene hijos estudiando		No tiene hijos estudiando

14. ¿Con que dispositivos cuentan los integrantes de su hogar?

En las celdas vacías, marque con una (x) las implementaciones que dispone en su hogar.

Antes del proyecto		Después del proyecto	
	Celular		Celular
	Laptop		Laptop
	Computadora		Computadora
	Televisor		Televisor
	Todos		Todos

15. ¿Cuentan en su familia con transporte propio para desplazarse?

Marque con una (x) en el casillero o casilleros que corresponda.

Antes del proyecto		Después del proyecto	
Si	No	Si	No

#### VI. Percepción de beneficio familiar

16. ¿Cree usted que las redes tienen influencia directa en la promoción de los proyectos turísticos?

- Si
- No

17. ¿Qué medios en donde se promocionen los proyectos turísticos conoce?

---

Fecha \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

## Anexo 5: Constancias de validación



### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE CUESTIONARIO POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe, **CUEVA RUESTA, JIMMY ERNESTO** mediante la presente hago constar que el instrumento de recolección de datos de la tesis para obtener el título de Economista, titulado **“LOS PROYECTOS TURÍSTICOS UN MEDIO PARA EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LA PROVINCIA DE CHOTA 2019 - 2022”**, elaborado por el Bach. FERNÁNDEZ GÁLVEZ, EVELYN LIZBETH; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 31 de mayo de 2023

A handwritten signature in blue ink, reading 'Jimmy Ernesto Cueva Ruesta'. Below the signature is a blue stamp that reads 'MBA. Econ. Jimmy Ernesto Cueva Ruesta'.

---

FIRMA DEL EXPERTO  
DNI\_\_

Nombre: Mg. Cueva Ruesta, Jimmy Ernesto  
Cargo Actual: Docente y asesor empresarial



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE CUESTIONARIO  
POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe, **MORANTE ADRIANZEN, LUIS ORLANDO** mediante la presente hago constar que el instrumento de recolección de datos de la tesis para obtener el título de Economista, titulado “**LOS PROYECTOS TURÍSTICOS UN MEDIO PARA EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LA PROVINCIA DE CHOTA 2019 Y 2022**”, elaborado por el Bach. FERNÁNDEZ GÁLVEZ, EVELYN LIZBETH; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 31 de mayo de 2023

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Luis Orlando Morante', is written over a horizontal line.

FIRMA DEL EXPERTO  
DNI 16622334

Mg. Luis Orlando Morante Adrianzén

Especialidad del experto:

Economista con maestría en Ciencias con mención en Gestión Ambiental

Docente USAT Escuela de Administración de Empresas y Escuela de Economía

Administrador Instituto de Desarrollo Agrario de Lambayeque



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE CUESTIONARIO  
POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe, **ROJAS GONZALES, NELLY CECILIA** mediante la presente hago constar que el instrumento de recolección de datos de la tesis para obtener el título de Economista, titulado **“LOS PROYECTOS TURÍSTICOS UN MEDIO PARA EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LA PROVINCIA DE CHOTA 2019 - 2022”**, elaborado por el Bach. FERNÁNDEZ GÁLVEZ, EVELYN LIZBETH; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 15 de junio de 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'N. Rojas Gonzales', written over a horizontal line.

FIRMA DEL EXPERTO  
DNI 16406714

Nombre: Mg. Mg. Rojas Gonzales, Nelly Cecilia  
Cargo Actual: Docente

## Anexo 6: Carta de autorización N°1



## CARTA DE AUTORIZACIÓN



Chota, 21 De noviembre del 2022

Señor Alcalde:  
Werner Cabrera Campos

**ASUNTO:** Solicito información de proyectos turísticos realizados durante el 2019-2022.

Me es grato dirigirme a usted para expresarle mi más cordial saludo, mi nombre es Evelyn Lizbeth Fernández Gálvez, estudiante de la carrera de Economía, identificada con DNI N° 77013874, N° de celular 953195405, con correo [evelyn.tauro.2000@gmail.com](mailto:evelyn.tauro.2000@gmail.com) y con domicilio Calle Zonal, Mz "D" Lt 25 – Chiclayo, ante usted me presento para exponer lo siguiente:

Que, siendo estudiante en la prestigiosa Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, y actualmente realizando mi proyecto de investigación titulado "Los Proyectos Turísticos Un Medio Para El Crecimiento Económico De La Provincia De Chota 2019-2022", pido a usted, alcalde de la Municipalidad Provincial de Chota, por favor me brinde la información necesaria sobre los proyectos de turismo que se han venido realizando durante el periodo 2019-2022 en dicha provincia o solicite u ordene a quien corresponda para darme las facilidades de lo solicitado. Con el fin de realizar y completar mi proyecto de tesis con éxito. Sin más que decir, agradezco de ante mano su apoyo.

Para tal petición adjunto el siguiente documento: Foto de DNI.

**POR LO EXPUESTO:**

Con la seguridad de contar con su aceptación me suscribo a usted reiterándole anticipadamente mi agradecimiento y las muestras de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente

  
SOLICITANTE  
EVELYN LIZBETH FERNÁNDEZ GÁLVEZ

  
ALCALDE  
WERNER CABRERA CAMPOS

## Anexo 7: Carta de autorización N°2

CARGO



## CARTA DE AUTORIZACIÓN

Chota, 27 de abril del 2023

Señor Alcalde:  
Anibal Gálvez Saldaña

**ASUNTO:** Solicito información de proyectos turísticos realizados durante el 2019 y 2022.

Me es grato dirigirme a usted para expresarle mi más cordial saludo, mi nombre es Evelyn Lizbeth Fernández Gálvez, estudiante de la carrera de Economía, identificada con DNI N° 77013874, N° de celular 953195405, con correo [evelyn.tauro.2000@gmail.com](mailto:evelyn.tauro.2000@gmail.com) y con domicilio Calle Zonal, Mz "D" Lt 25 – Chiclayo, ante usted me presento para exponer lo siguiente:

Que, siendo estudiante en la prestigiosa Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, y actualmente realizando mi proyecto de investigación titulado "Los Proyectos Turísticos Un Medio Para El Crecimiento Económico De La Provincia De Chota 2019 y 2022", pido a usted, alcalde de la Municipalidad Provincial de Chota, por favor me brinde la información necesaria sobre los proyectos de turismo que se han venido realizando antes y durante el periodo 2019-2022 en dicha provincia o solicite u ordene a quien corresponda para darme las facilidades de lo solicitado. Con el fin de realizar y completar mi proyecto de tesis con éxito. Sin más que decir, agradezco de ante mano su apoyo.

Para tal petición adjunto el siguiente documento: Foto de DNI.

**POR LO EXPUESTO:**

Con la seguridad de contar con su aceptación me suscribo a usted reiterándole anticipadamente mi agradecimiento y las muestras de mi especial consideración y estima personal.

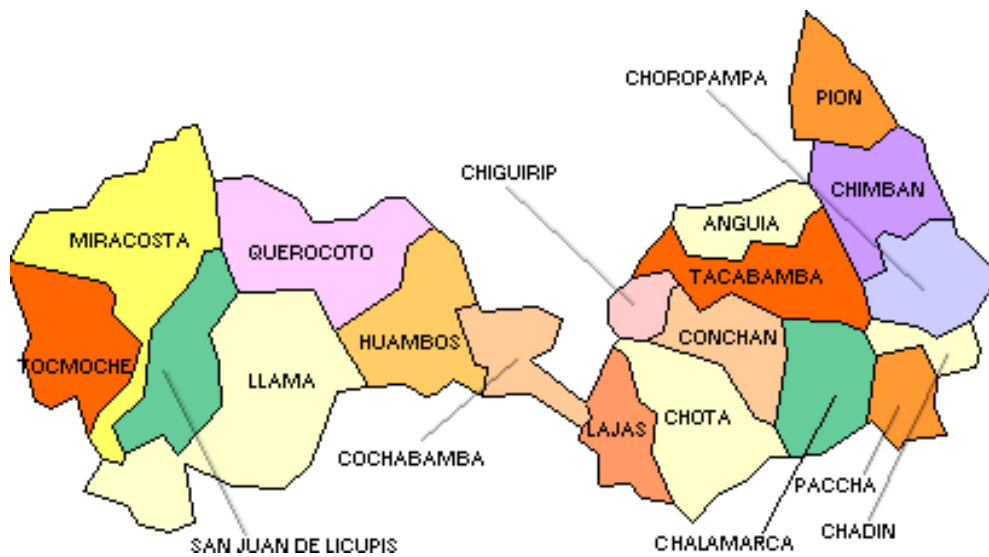
Atentamente

SOLICITANTE  
EVELYN LIZBETH FERNÁNDEZ GÁLVEZ



235r n 2 MAYO 2023

### Anexo 8: Mapa de la Ubicación del distrito de Chota



### Anexo 9: Ubicación del proyecto

