

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



**ESCUELA DE POSGRADO**

**TESIS PARA OBTENER EL  
GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN  
GESTIÓN PÚBLICA**

**“POLÍTICA PÚBLICA SECTORIAL PARA EL  
FORTALECIMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD  
GASTRONÓMICA COMO PARTE DEL SERVICIO  
TURÍSTICO EN EL DISTRITO DE CHACHAPOYAS,  
2018”**

**Autor (a): Bach. Cynthia Medallith Diaz Plasencia**

**Asesor (a): Mg. Ricardo Rafael Alva Cruz**

**Registro .....**

**CHACHAPOYAS - PERÚ  
2021**

**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS DE MAESTRÍA (X)/DOCTORADO ( ) EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UNTRM**



**ANEXO 6-H**

**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS DE MAESTRÍA (X)/DOCTORADO ( ) EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UNTRM**

**1. Datos de autor 1**

Apellidos y nombres (tener en cuenta las tildes): Diaz Plasencia Cynthia Medallith  
DNI N°: 80292496  
Correo electrónico: cynthia.diaz@untrm.edu.pe  
Nombre de la Maestría (X) / Doctorado ( ): Gestión Pública

**Datos de autor 2**

Apellidos y nombres (tener en cuenta las tildes): \_\_\_\_\_  
DNI N°: \_\_\_\_\_  
Correo electrónico: \_\_\_\_\_  
Nombre de la Maestría ( ) / Doctorado ( ): \_\_\_\_\_

**2. Título de la tesis para obtener el grado académico de Maestro (X) / Doctor ( )**

Política Pública Social para el fortalecimiento de la competitividad gastronómica como parte del servicio Turístico en el distrito de Chachapoyas, 2023.

**3. Datos de asesor 1**

Apellidos y nombres: Alva Cruz Ricardo Rafael  
DNI, Pasaporte, C.E N°: 18160867  
Open Research and Contributor-ORCID ( <https://orcid.org/0000-0002-9670-0970> ): 0000-0002-8580-1071

**Datos de asesor 2**

Apellidos y nombres: \_\_\_\_\_  
DNI, Pasaporte, C.E N°: \_\_\_\_\_  
Open Research and Contributor-ORCID ( <https://orcid.org/0000-0002-9670-0970> ): \_\_\_\_\_

**4. Campo del conocimiento según Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos - OCDE (ejemplo: Ciencias médicas, Ciencias de la Salud-Medicina básica-Immunología)**

[https://catalogos.concytec.gob.pe/vocabulario/ocde\\_ford.html](https://catalogos.concytec.gob.pe/vocabulario/ocde_ford.html)  
5.00.00 Ciencias Sociales / 5.06.00 Ciencias Políticas / 5.06.02 Administración Pública.

**5. Originalidad del Trabajo**

Con la presentación de esta ficha, el( la) autor(a) o autores(as) señalan expresamente que la obra es original, ya que sus contenidos son producto de su directa contribución intelectual. Se reconoce también que todos los datos y las referencias a materiales ya publicados están debidamente identificados con su respectivo crédito e incluidos en las notas bibliográficas y en las citas que se destacan como tal.

**6. Autorización de publicación**

El(los) titular(es) de los derechos de autor otorga a la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas (UNTRM), la autorización para la publicación del documento indicado en el punto 2, bajo la Licencia creative commons de tipo BY-NC: Licencia que permite distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir de su obra de forma no comercial por lo que la Universidad deberá publicar la obra poniéndola en acceso libre en el repositorio institucional de la UNTRM y a su vez en el Registro Nacional de Trabajos de Investigación -RENATI, dejando constancia que el archivo digital que se está entregando, contiene la versión final del documento sustentado y aprobado por el Jurado Evaluador.

Chachapoyas, 10, Febrero, 2023

Firma del autor 1

\_\_\_\_\_  
Firma del autor 2

Firma del Asesor 1

\_\_\_\_\_  
Firma del Asesor 2

## **DEDICATORIA**

La presente tesis está dedicada a mi hijo Fabrizio Didier Bazán Díaz, quien es el motivo para seguir adelante y la razón de superación en mi vida.

No cesaran mis ganas de superación porque eres la persona que nunca me permitió rendirme ante los estudios y así poder ser un ejemplo para ti, porque es por ti que esta meta está cumplida.

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero agradecer en primer lugar a mi institución que ha hecho posible el desarrollo de esta investigación.

Agradecer muy especialmente a mi asesor de tesis Mg. Ricardo Rafael Alva Cruz, por la orientación y el apoyo desinteresado ya que me permitió un buen aprovechamiento en el trabajo realizado, y que esta tesis llegara a buen término.

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUES  
DE MENDOZA DE AMAZONAS**

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

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

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

Dr. EFRAÍN MANUELITO CASTRO ALAYO  
**DIRECTOR DE LA ESCUELA DE POSGRADO**

## VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS



**UNTRM**

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

### ANEXO 6-L

#### VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO (X)/ DOCTOR ( )

El que suscribe el presente, docente de la UNTRM (X)/Profesional externo ( ), hace constar que ha asesorado la realización de la Tesis titulada "Política Pública Sectorial para el Fortalecimiento de la competitividad Gastronómica como parte del Servicio turístico en el Distrito de Chachapoyas, 2018"; cuyo autor Cynthia Medallith Diaz Plasencia es estudiante del ciclo/egresado (X) de la Escuela de Posgrado, Maestría (X) / Doctorado ( ) en Gestión Pública, con correo electrónico institucional cynthia.diaz@untrm.edu.pe.

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

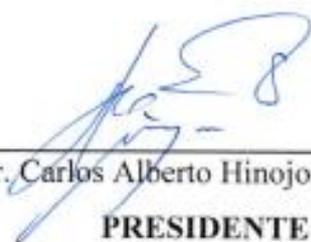
Chachapoyas, 13 de Noviembre de 2018

Firma y nombre completo del Asesor

Mg. Ricardo Rafael Alva Cruz.

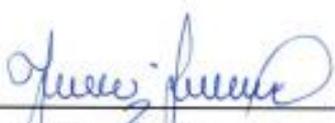


## JURADO EVALUADOR DE LA TESIS



---

Dr. Carlos Alberto Hinojosa Salazar  
**PRESIDENTE**



---

Dra. Milena Leticia Weepiu Samekash  
**SECRETARIO**



---

Dr. Adolfo Cacho Revilla  
**VOCAL**

# CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE TESIS



## UNTRM

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

### ANEXO 6-Q

#### CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO (X) / DOCTOR ( )

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

"Política pública sectorial para el fortalecimiento de la  
competitividad gastronómica como parte del servicio turístico en el Distrito  
de Chachapoyas, 2018"  
presentada por el estudiante ( ) / egresado (X) Cynthia Medallith Díaz Plasencia

de la Escuela de Posgrado, Maestría (X) / Doctorado ( ) en Gestión  
Pública

con correo electrónico institucional cynthia.diaz@untrm.edu.pe

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

- La citada Tesis tiene 23 % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es menor (X) / igual ( ) al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM.
- La citada Tesis tiene \_\_\_\_\_ % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es mayor al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM, por lo que el aspirante debe revisar su Tesis para corregir la redacción de acuerdo al Informe Turnitin que se adjunta a la presente. Debe presentar al Presidente del Jurado Evaluador su Tesis corregida para nueva revisión con el software Turnitin.

Chachapoyas, 20 de agosto del 2021

  
SECRETARIO

  
PRESIDENTE

  
VOCAL

OBSERVACIONES:

.....  
.....

# ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS



**UNTRM**

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

## ANEXO 6-S

### ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO (X) / DOCTOR ( )

En la ciudad de Chachapoyas, el día 28 de octubre del año 2021, siendo las 16:00 horas, el aspirante Cynthia Medallith Diaz Plasencia, Asesorado por Mg. Ricardo Rafael Alva Cruz, defiende en sesión pública presencial () / a distancia ( ) la Tesis titulada: Política Pública Sectorial para el Fortalecimiento de la competitividad Gastronómica como parte del servicio Turístico en el Distrito de Chachapoyas, 2018, para obtener el Grado Académico de Maestro (X)/Doctor ( ) en Gestión Pública, a ser otorgado por la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas; ante el Jurado Evaluador, conformado por:

Presidente: Dr. Carlos Alberto Hinojosa Salazar

Secretario: Dra. Milena Beticia Weepio Samekash

Vocal: Dr. Adolfo Cache Revilla



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

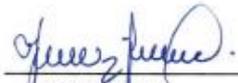
Tras la intervención de los miembros del Jurado Evaluador y las oportunas respuestas del aspirante, el Presidente abre un turno de intervenciones para los presentes en el acto de sustentación, para que formulen las cuestiones u objeciones que consideren pertinentes.

Seguidamente, a puerta cerrada, el Jurado Evaluador determinó la calificación global concedida a la sustentación de la Tesis de Maestría (X)/Doctorado ( ), en términos de:

A probado () por Unanimidad ( )/Mayoría ( ) Desaprobado ( )

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

Siendo las 17:11 horas del mismo día y fecha, el Jurado Evaluador concluye el acto de sustentación de la Tesis para obtener el Grado Académico de Maestro ( )/Doctor ( ).

  
SECRETARIO

  
VOCAL

  
PRESIDENTE

OBSERVACIONES:

.....

<b>ÍNDICE DE CONTENIDOS</b>	
<b>AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS DE MAESTRÍA (X)/DOCTORADO ( ) EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UNTRM .....</b>	<b>ii</b>
<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>iii</b>
<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>iv</b>
<b>AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUES DE MENDOZA DE AMAZONAS.....</b>	<b>v</b>
<b>VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS.....</b>	<b>vi</b>
<b>JURADO EVALUADOR DE LA TESIS .....</b>	<b>vii</b>
<b>CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE TESIS.....</b>	<b>viii</b>
<b>ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS .....</b>	<b>ix</b>
<b>ÍNDICE DE CONTENIDOS.....</b>	<b>x</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS .....</b>	<b>xi</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS .....</b>	<b>xii</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xv</b>
<b>I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>16</b>
<b>II. MATERIAL Y MÉTODOS .....</b>	<b>20</b>
2.1. Objeto de estudio .....	20
2.2. Variables de estudio .....	20
2.3. Tipo de estudio.....	20
2.4. Diseño de la investigación.....	20
2.5. Población .....	20
2.6. Muestra y muestreo .....	20
2.7. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	21
<b>III. RESULTADOS.....</b>	<b>22</b>
3.1. Diagnóstico de la competitividad gastronomía como parte del servicio turístico en el distrito de Chachapoyas.....	22
3.1.1. Resultados de la oferta gastronómica en la ciudad de Chachapoyas. ....	23
3.1.2. Resultados de la demanda sobre la oferta gastronómica de la ciudad de Chachapoyas.....	30
3.2. Identificación de estrategias de política pública sectorial para el fortalecimiento de la competitividad gastronómica en la región Amazonas. ...	39
<b>IV. DISCUSIÓN .....</b>	<b>56</b>
<b>V. CONCLUSIONES.....</b>	<b>59</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>60</b>
<b>VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA .....</b>	<b>61</b>
<b>VIII. ANEXOS.....</b>	<b>62</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Delimitación del problema .....	41
Tabla 2. Restaurantes con licencias emitidas del 2016 al 8 de marzo del 2019 .....	41
Tabla 3. Antecedentes del problema .....	44

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Distribución de los establecimientos que brindan el servicio de alimentación según tipo de oferta gastronómica.....	22
Figura 2. Distribución de los establecimientos que brindan el servicio de alimentación según tipo de oferta gastronómica.....	23
Figura 3. Tipo de establecimiento.....	24
Figura 4. Se encuentra categorizado por DIRCETUR .....	24
Figura 5. Año de registro en DIRCETUR .....	25
Figura 6. Tiempo de funcionamiento .....	25
Figura 7. Tipo de oferta gastronómica que brinda .....	26
Figura 8. Producto bandera .....	26
Figura 9. Opinión del por qué son un producto bandera .....	27
Figura 10. Productos con menos rotación .....	27
Figura 11. Opinión del porque tienen menos rotación .....	28
Figura 12. Opinión sobre la oferta gastronómica de la ciudad de Chachapoyas .....	28
Figura 13. Fortalezas de la oferta gastronómica .....	29
Figura 14. Debilidades de la oferta gastronómica.....	29
Figura 15. Opinión sobre o que se debería hacer para fortalecer la oferta gastronómica como parte del servicio turístico de la ciudad de Chachapoyas.....	30
Figura 16. Edad .....	31
Figura 17. Sexo .....	31
Figura 18. Procedencia .....	32
Figura 19. Tipo de establecimientos a los que acude para consumir alimentos. ....	32
Figura 20. Motivos por el que acude a los restaurantes .....	33
Figura 21. Opinión sobre la oferta gastronómica en la ciudad de Chachapoyas .....	33
Figura 22. Tipo de oferta gastronómica que prima en la ciudad de Chachapoyas .....	34
Figura 23. Opinión sobre la infraestructura de los restaurantes.....	34
Figura 24. Opinión sobre la atención hacia los clientes .....	35
Figura 25. Opinión sobre el horario de atención al público .....	35
Figura 26. Opinión sobre servicios complementarios que se deberían implementar en los restaurantes .....	36
Figura 27. Característica que busca el cliente para adquirir los servicios de un restaurante.....	36

Figura 28. Recomendaciones de un cliente para el éxito de un restaurante .....	37
Figura 29. Opinión para mejorar la oferta gastronómica en la ciudad de Chachapoyas .	37
Figura 30. Etapas y pasos de una Política Nacional.....	40
Figura 31. Restaurantes con licencia emitidas del 2016 al 08 de marzo del 2019.....	41
Figura 32. Arribo de visitantes a Kuelap .....	43
Figura 33. Opinión sobre la oferta gastronómica de la ciudad de Chachapoyas .....	47
Figura 34. Fortalezas de la oferta gastronómica .....	47
Figura 35. Debilidades de la oferta gastronómica.....	48
Figura 36. Opinión sobre o que se debería hacer para fortalecer la oferta gastronómica como parte del servicio turístico de la ciudad de Chachapoyas.....	48
Figura 37. Opinión para mejorar la oferta gastronómica en la ciudad de Chachapoyas .	49
Figura 38. Característica que busca el cliente para adquirir los servicios de un restaurante.....	49

## RESUMEN

La investigación Política Pública Sectorial para el Fortalecimiento de la Competitividad Gastronómica como parte del Servicio Turístico en el Distrito de Chachapoyas, 2018. Tuvo como objetivo general Proponer una Política Pública Sectorial para el Fortalecimiento de la Competitividad Gastronómico como parte del servicio Turístico en el Distrito de Chachapoyas, 2018. La investigación fue del tipo explicativo, para ello se utilizó como técnica la entrevista y estuvo dirigida a las autoridades y funcionarios de instituciones y gremios involucrados con el servicio gastronómico. Se llegaron a las siguientes conclusiones: La oferta gastronómica comercial en la ciudad de Chachapoyas se encuentra limitada a 134 establecimientos que brindan el servicio registrados, siendo la producción gastronómica de tipo tradicional o regional en mayor porcentaje en un rango nacional y en menor rango la internacional; la gastronomía tipo fusión es limitada. A esto se suma que existen limitaciones en cuanto a equipamiento, infraestructura y preparación de recurso humano para la prestación del servicio, lo cual representa un déficit en esta actividad. La política pública ha sido diseñada para el fortalecimiento de la actividad económica, teniendo en cuenta tres lineamientos que son: la planificación, generación de competencias y capacidades y la promoción que están orientadas a convertir a la región amazonas en un destino turístico competitivo.

***Palabras clave:*** Política Pública Sectorial, Fortalecimiento, Competitividad Gastronomía, Servicio Turístico.

## **ABTRACT**

The research Sectorial Public Policy for the Strengthening of Gastronomic Competitiveness as part of the Tourist Service in the District of Chachapoyas, 2018. Its general objective was to Propose a Sectorial Public Policy for the Strengthening of Gastronomic Competitiveness as part of the Tourist service in the District of Chachapoyas, 2018. The investigation was of the explanatory type, for this the interview was used as a technique and was directed to the authorities and officials of institutions and unions involved with the gastronomic service. The following conclusions were reached: The commercial gastronomic offer in the city of Chachapoyas is limited to 134 establishments that provide the registered service, being the gastronomic production of traditional or regional type in a higher percentage in a national range and in a lower range the international one; fusion-type gastronomy is limited. To this is added that there are limitations in terms of equipment, infrastructure and preparation of human resources for the provision of the service, which represents a deficit in this activity. Public policy has been designed to strengthen economic, taking into account three guidelines which are: planning, generation of skills and capacities and promotion that are aimed at turning the Amazon region into a competitive tourist destination.

**Keywords:** Sectorial Public Policy, Strengthening, Gastronomy Competitiveness, Tourist Service.

## I. INTRODUCCIÓN

Fernández (2016), en su Revista Amazónica Ciencia y Tecnología Tema: “Estrategias para el Fortalecimiento del Turismo Gastronómico en el Cantón Pastaza, Ecuador”. Investigación desarrollada en la Escuela de Turismo de la Universidad estatal Amazónica, Ecuador. Se utilizó los métodos DELPHI y ANOCHI, que serán usados en el proceso de cocina y servicio gastronómico. Como resultados se muestra las fortalezas y debilidades existentes analizadas posteriormente en un cruce de matrices (DAFO); se determinó 8 estrategias compuestas por 15 acciones y 12 actividades para mejorar la calidad del servicio, satisfacer a los clientes y responder a las políticas de Estado vigentes. Se llegaron a concluir que los visitantes que llegaban al lugar muestran interés por sus platos gastronómicos y su identidad cultural que les ayuda a vivir experiencias inolvidables y únicas. Los establecimientos de restauración en la Amazonía Ecuatoriana tienen una autenticidad en los servicios que brindan, cuenta con una gran variedad de platos novedosos y típicos; las deficiencias radican en el funcionamiento y estas repercuten en la satisfacción del cliente, esto se debe a un mal manejo y coordinación de los dirigentes, personal incompetente, la infraestructura es deficiente y la higiene no es la adecuada al igual que la planificación y esto afecta la calidad de alimentos y bebidas. La matriz DAFO muestra en las estrategias de reorientación (31 impactos), lo que direcciona a minimizar las debilidades y a aprovechar las oportunidades del entorno. Se elaboraron ocho estrategias compuestas por 15 acciones, 12 actividades y sus responsables, las que fueron formuladas en correspondencia al PLANDETUR 2020 y que tributan como lineamientos específicos para mejorar el servicio de comida típica del cantón Pastaza, Ecuador.

Hernández (2015), en su tesis doctoral “Gestión y planificación de rutas turísticas gastronómicas: estudio de caso en la provincia de Córdoba”. Investigación desarrollada en la Universidad de Córdoba, facultad de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales. El objetivo general de esta tesis consiste en avanzar en el conocimiento de distintos aspectos clave para el turismo gastronómico y más concretamente en Córdoba y su provincia. Tiene como resultado el análisis del

potencial en materia de turismo gastronómico dentro de la provincia de Córdoba según localidad. Conclusiones: Se evidencia el potencial en materia de turismo gastronómico que presenta la provincia de Córdoba, tanto por la cantidad de productos y materias primas que existen entre todas las localidades como la por la calidad que se desprende de determinados productos que gozan ya de Denominación propia. Respecto a la promoción del establecimiento, la mayoría de los establecimientos y sus productos usan todas las formas posibles para promocionarse. No tienen un medio o sistema donde estén centrados en cuanto a su promoción, la gestión de su marca no está clara. No nombran en los platos usando la Denominaciones de Origen el 29,41%, esto es significativo sobre todo si productos como el aceite de oliva que prácticamente se usan en todos los platos, o el Jamón ibérico o el queso de Zuheros que está en sus cartas. De modo que ven ventajas comerciales en usar dichos productos originarios de la provincia y no son capaces de promocionar dichos productos en vías de la mejora de la imagen de su negocio. Las tiendas gourmet de Córdoba Capital están todas enfocadas hacia productos gastronómicos de la provincia de Córdoba, independiente a la zona de ubicación, sin embargo, no están enlazadas con rutas gastronómicas de una forma clara. Existe una pérdida de oportunidad al no estar unidas directamente con las rutas gastronómicas de la provincia o con las denominas de orígenes de la provincia. Algo relativamente fácil como firmar un convenio marco de colaboración con las Denominaciones de Origen ninguna tienda gourmet lo tiene realizado.

Yoshimura (2012), en su tesis “Innovación en la Gastronomía Peruana: El Rol de las Redes Sociales en la consolidación de la marca “Cocina peruana”. Investigación desarrollada en la Pontifica Universidad Católica del Perú. El objetivo de la tesis es analizar el rol que cumplen las Redes Sociales en la consolidación de la marca “Cocina peruana”, dentro del proceso de innovación en la Gastronomía Peruana, analizando cómo y en qué medida esta nueva tecnología influye en el fortalecimiento de la marca. Su resultado son deducciones teóricas derivadas de la investigación. Conclusiones: El “Boom Gastronómico” que experimenta el Perú sin duda ha fomentado el crecimiento económico del país, en el estudio se pudo observar en qué medida han evolucionado las cifras de diferentes indicadores como por ejemplo la cantidad de restaurantes establecidos no solo a nivel nacional sino

también el número de franquicias creadas a nivel internacional. Toda esta evolución gastronómica ha impulsado también la demanda de personal calificado, generando la creación de nuevos centros de formación en cocina en los cuales se les brinda una variada selección de cursos técnicos y carreras profesionales en gastronomía. Un punto importante estudiado que significa una de las razones del éxito de la gastronomía peruana, se remonta a su propio origen. En primer lugar, la cocina peruana es resultado de la fusión de diferentes culturas como por ejemplo posee influencia de la cocina andina, española, china, italiana y japonesa, en segundo lugar, gracias a la diversidad geográfica es que posee una gran variedad de insumos propios con los cuales se han ido elaborando recetas únicas, y por último la existencia de las diferentes regiones y ciudades del país, las cuales a través de los años aún conservan su identidad cultural, plasmando ello en su propio estilo de crear sus platos. Se debe destacar también que la evolución gastronómica ha venido de la mano con la ayuda de la prensa e instituciones estatales, las cuales difunden e invierten en el desarrollo del sector. En los últimos años se visualiza este esfuerzo mediante el incremento de los diferentes eventos gastronómicos que son desarrollados no solo a nivel nacional sino también internacionalmente.

Gonzales ( 2017), en su tesis “Introducción de la línea gastronómica de la agencia de turismo receptivo peruana Condor Travel al mercado estadounidense en el año 2018”. En su investigación desarrollada en la Escuela de Post Grado de la Universidad San Ignacio de Loyola. El objetivo central es entregar a la empresa información relevante sobre la industria del turismo gastronómico, sobre todo porque esta fusión de viajes con gastronomía tiene un público objetivo aún no satisfecho. Su resultado fue comprobar si es viable la introducción de la línea gastronómica de la agencia de turismo receptivo peruana Condor Travel al mercado estadounidense en el año 2018. Luego de un análisis exhaustivo, se obtuvo varias conclusiones fundamentales y relevantes, tales como: La línea gastronómica Delicious se enfoca exclusivamente al mercado estadounidense, ya que es el mercado principal de Condor Travel. Durante la investigación se identificó que la mayoría de los pasajeros estadounidenses están interesados en pagar por un tour gastronómico más de 201 dólares, y presentan interés en quedarse entre 7 a 8 días en Perú para realizar el tour gastronómico. Lima y Cusco son los dos destinos con mayor número de visitas turísticas, por eso los paquetes de Delicious se enfocan en

dichos destinos para el año 2018. Se plantea desarrollar 5 paquetes: 3 paquetes para Lima y 2 paquetes para Cusco. El presupuesto elaborado para esta línea cubre los gastos y genera una utilidad neta de USD \$14,288.44 para el año 2018. Para crear la línea Delicious se requiere un presupuesto de USD \$181,750. Cabe señalar que el 98% de ese monto lo cubre el presupuesto anual general de la empresa.

La investigación tuvo como hipótesis, Si la política Pública Sectorial está en base a la política de estado N° 18 de búsqueda de la competitividad, productividad y fortalecimiento de la actividad económica, entonces se fortalecerá la competitividad gastronómica como parte del servicio turístico en el distrito de Chachapoyas. Y como objetivos específicos se plantearon lo siguiente: Realizar un diagnóstico la competitividad gastronómica como parte del servicio turístico en el distrito de Chachapoyas, identificar estrategias de política pública sectorial para el fortalecimiento de la competitividad gastronómica y diseñar una política pública sectorial para el fortalecimiento de la competitividad gastronómica.

## II. MATERIAL Y MÉTODOS

### 2.1. Objeto de estudio

La competitividad gastronomía

### 2.2. Variables de estudio

#### Variable de estudio 1:

- Política Pública.

#### Variable de estudio 2:

- Fortalecimiento de la competitividad gastronómica.

### 2.3. Tipo de estudio

Descriptivo no experimental

### 2.4. Diseño de la investigación

Transversal

### 2.5. Población

**P1:** 134 establecimientos de restaurantes de la ciudad de Chachapoyas.

### 2.6. Muestra y muestreo

$$n = \frac{Z^2 pqN}{(N - 1)e^2 + Z^2 pq}$$

#### Dónde:

**n**= tamaño de la muestra

**Z**= nivel de confianza = 95% (1.96)

**P**= variabilidad positiva = 0.95

**q**= variabilidad negativa = 0.05

**N**= Tamaño de la población = (134)

**e**= precisión o error = 0.05

**M1:** aplicando la formula se tomó a 50 establecimientos de restaurantes de la ciudad de Chachapoyas.

$$n = \frac{(1.96)^2 \times (0.95) \times (0.05) \times (154)}{(154-1) \times (0.05)^2 + (1.96)^2 \times (0.95) \times (0.05)} = 49.7 = 50$$

## **2.7. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos**

La investigación fue del tipo explicativo y se orientó a proponer una Política Pública Sectorial para el Fortalecimiento del servicio Gastronómico en el distrito de Chachapoyas y para ello se ha planteó una serie de objetivos específicos, siendo el diagnostico el primer objetivo a realizar y para ello se utilizó el método descriptivo que permitió obtener información de la realidad objetiva de estudio como es el servicio gastronómico. Para ello se utilizó como técnica la entrevista y estuvo dirigida a las autoridades y funcionarios de instituciones y gremios involucrados con el servicio gastronómico. Para conocer su opinión en cuanto a la realidad de este servicio y también sobre la posibilidad de implantar una política regional.

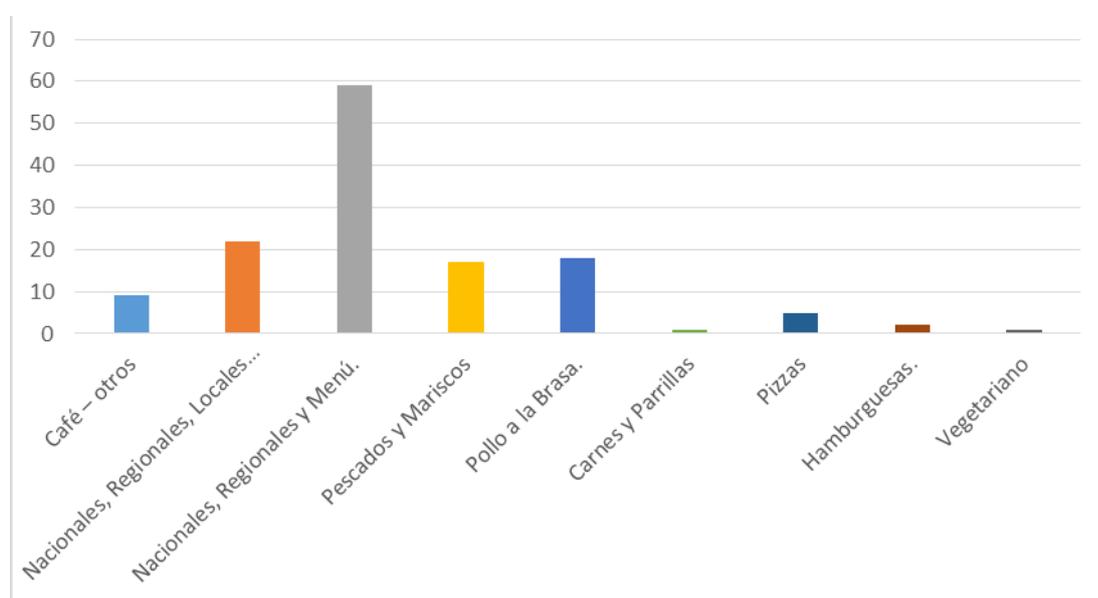
En la técnica de la encuesta se aplicó a los prestadores de servicios gastronómicos para obtener información del diagnóstico. Estos datos fueron procesados y analizados con la finalidad de obtener un diagnostico que permita plantear una propuesta de política pública que deben estar en función a los intereses regionales, nacionales, que se encuentran plasmados en el CALTUR.

### III. RESULTADOS

#### 3.1. Diagnóstico de la competitividad gastronomía como parte del servicio turístico en el distrito de Chachapoyas.

Al 2018 se ha registrado en el DIRCETUR 134 establecimientos que brindan oferta gastronómica en la ciudad de Chachapoyas (Ver anexo 1). Estos se encuentran distribuidos según el tipo de oferta gastronómica de la siguiente manera:

**Figura 1.** Distribución de los establecimientos que brindan el servicio de alimentación según tipo de oferta gastronómica.

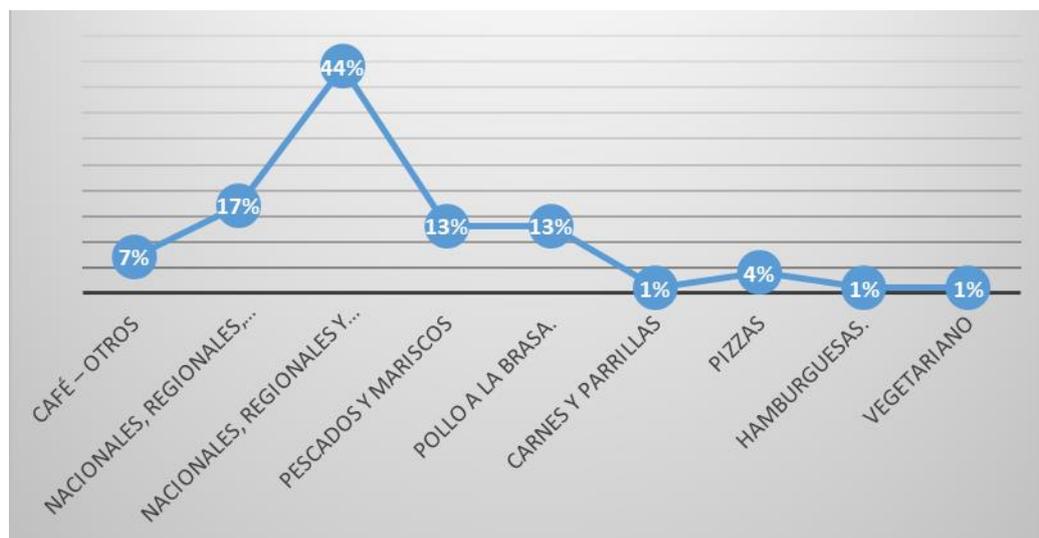


Fuente DIRCETUR 2018.

El tipo de restaurante de mayor oferta turística es el que brinda servicio de comidas nacionales, regionales y menú en un 44%, siguiéndole las que brindan comida típica en un 17%, luego tenemos las que brindan pescados y mariscos y pollerías en un 13%, cafés en un 7%, Pizzerías en un 4% y Parrillas, Vegetarianos y Hamburguesas en un 1%.

La línea de productos que se ha registrado en los establecimientos antes mencionados es:

**Figura 2.** Distribución de los establecimientos que brindan el servicio de alimentación según tipo de oferta gastronómica.



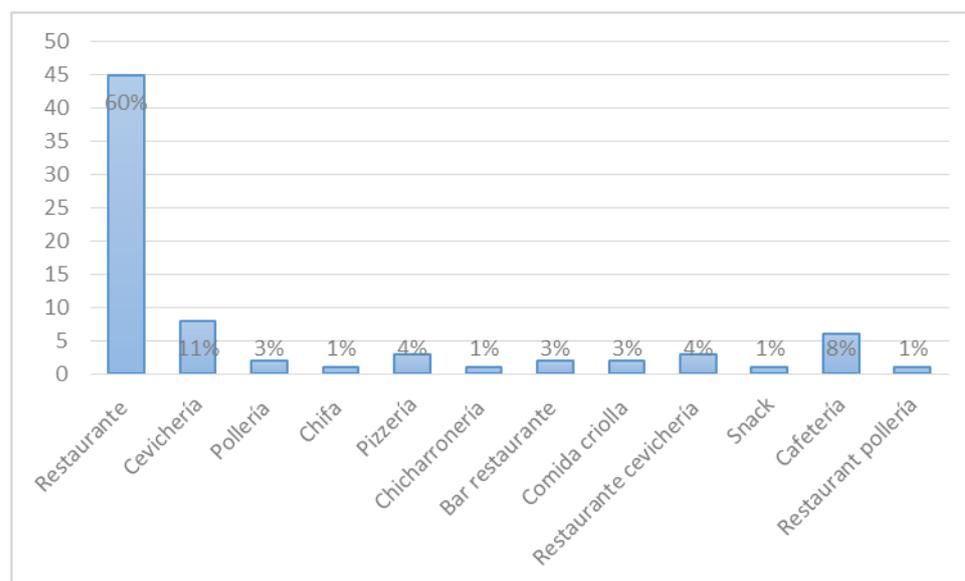
Fuente DIRCETUR 2018.

Para especificar la información sobre la oferta gastronómica que permita la elaboración del diagnóstico se ha realizado una encuesta a 76 establecimientos gastronómicos, con el fin de contrastar con la información obtenida con otras fuentes como la Municipalidad Provincial de Chachapoyas y el DIRCETUR Amazonas. Los resultados son los siguientes:

### 3.1.1. Resultados de la oferta gastronómica en la ciudad de Chachapoyas.

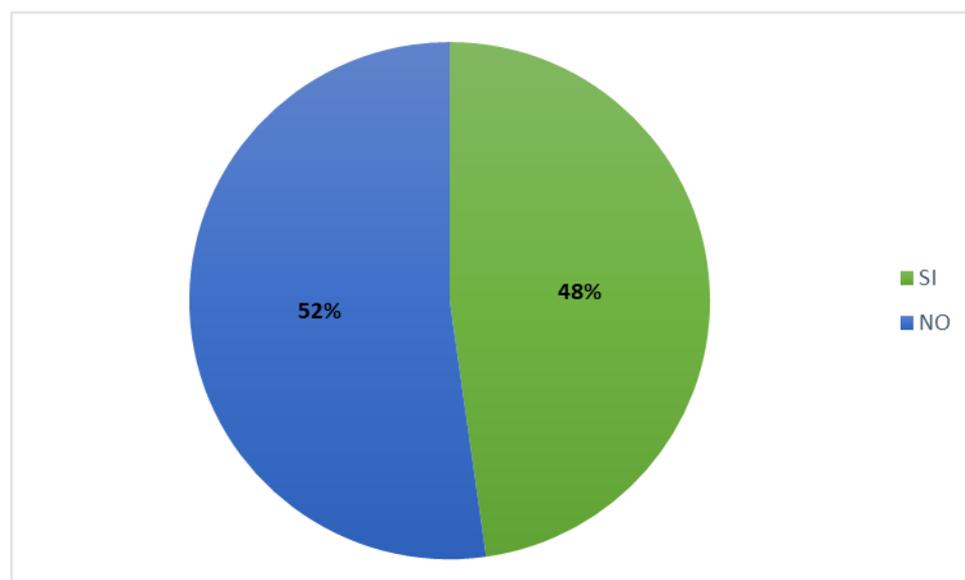
Para especificar la información sobre la oferta gastronómica que permita la elaboración del diagnóstico se ha realizado una encuesta a 76 establecimientos gastronómicos, con el fin de contrastar con la información obtenida con otras fuentes como la Municipalidad Provincial de Chachapoyas y el DIRCETUR Amazonas. Los resultados son los siguientes:

**Figura 3. Tipo de establecimiento**



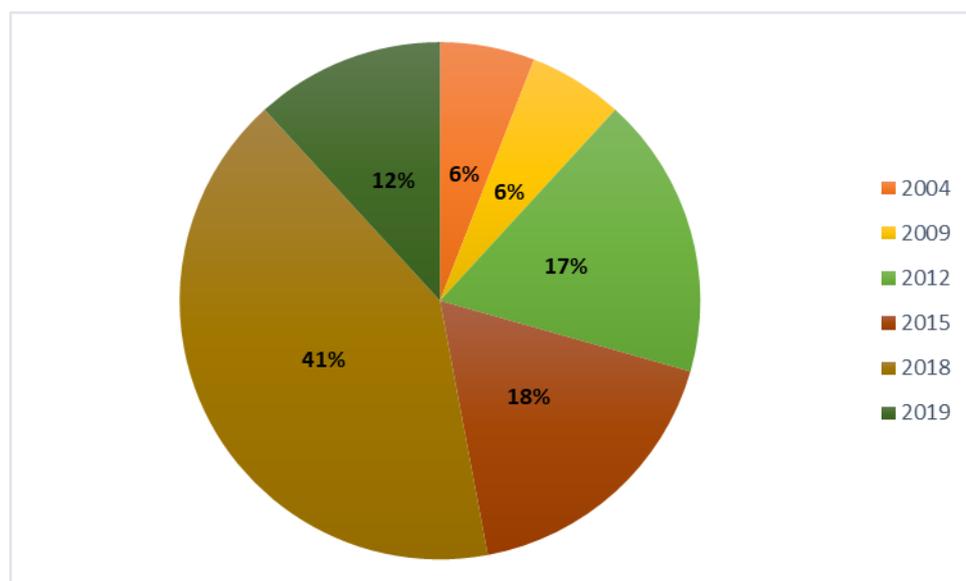
De los propietarios encuestados el 60% cuenta con restaurante y el 1% cuenta con Chifa, Chicharronería, Snack, Restaurant pollería.

**Figura 4. Se encuentra categorizado por DIRCETUR**



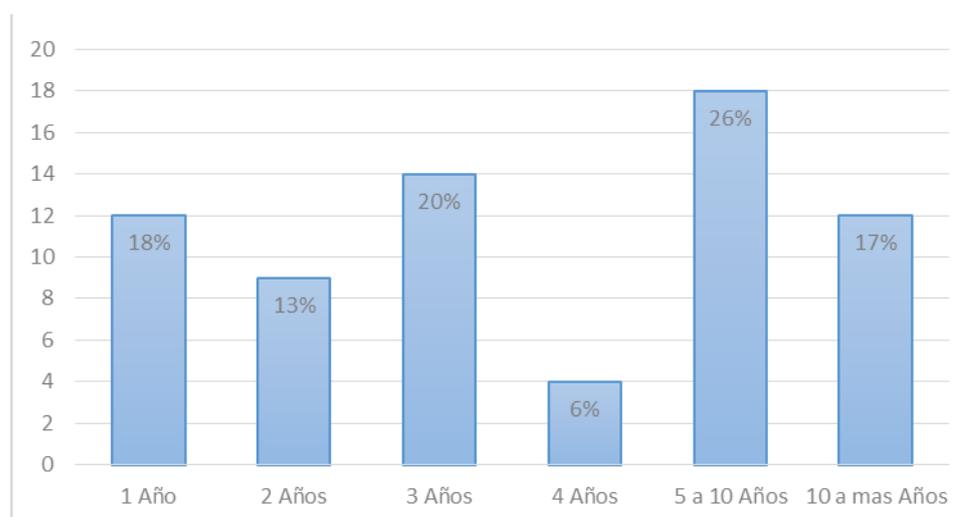
El 52% de los establecimientos encuestados No se encuentra categorizado por DIRCETUR, y el 48% si se encuentran categorizados.

**Figura 5. Año de registro en DIRCETUR**



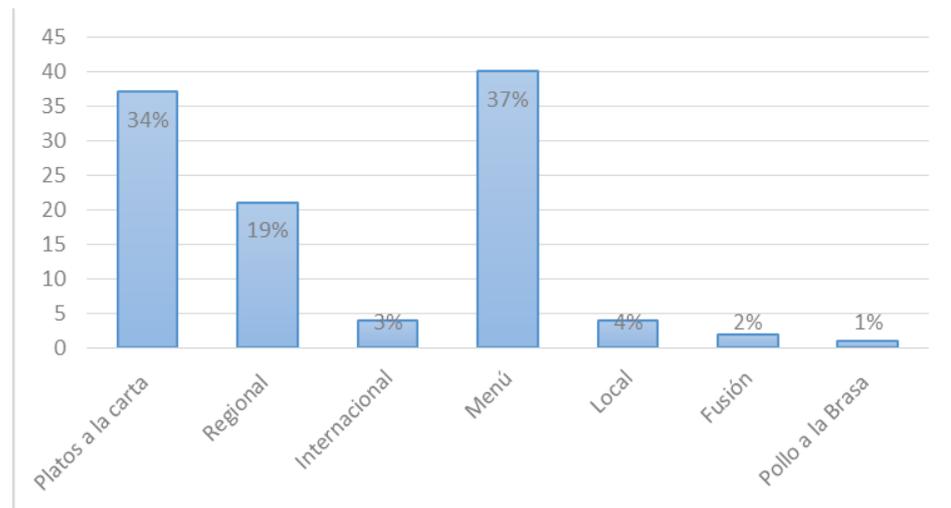
Según la figura 5, el 41% de los establecimientos encuestados se registraron en DIRCETUR en el 2018, el 18% de los establecimientos encuestados se registraron en DIRCETUR en el 2015, el 17% de los establecimientos encuestados se registraron en DIRCETUR en el 2012, el 12% de los establecimientos encuestados se registraron en DIRCETUR en el 2019, el 6% de los establecimientos encuestados se registraron en DIRCETUR en el 2004 y el 6% de los establecimientos encuestados se registraron en DIRCETUR en el 2009.

**Figura 6. Tiempo de funcionamiento**



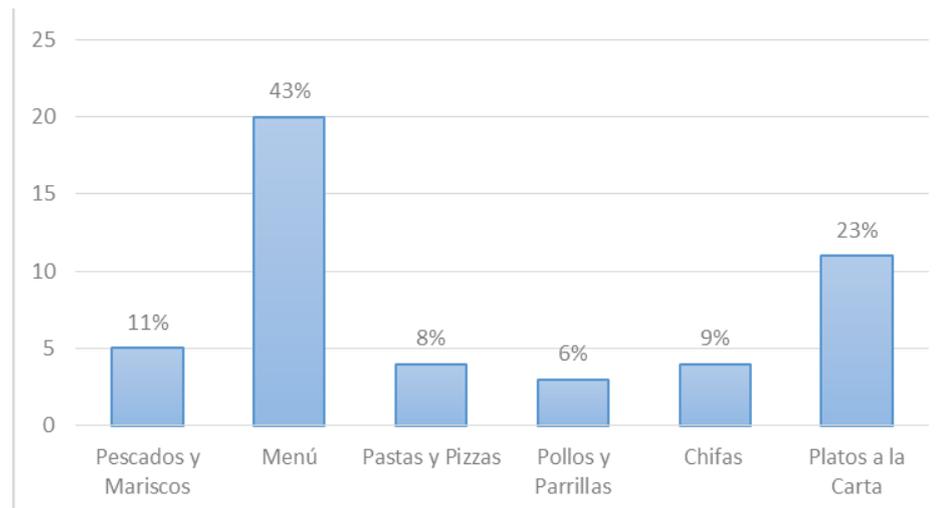
De los establecimientos encuestados el 26% funcionan desde 5 a 10 años y el 6% funciona desde 4 años.

**Figura 7. Tipo de oferta gastronómica que brinda**



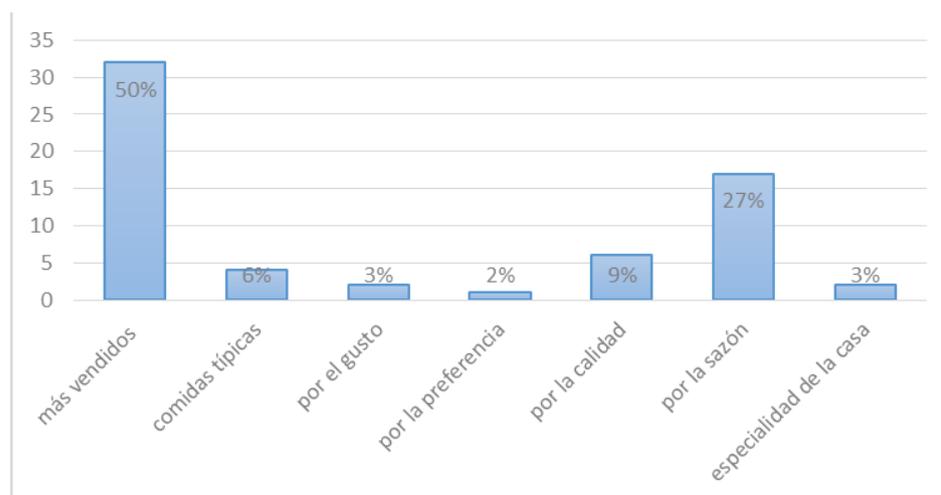
De los establecimientos encuestados el 37% ofrecen menú y el 1% ofrece pollo a la brasa.

**Figura 8. Producto bandera**



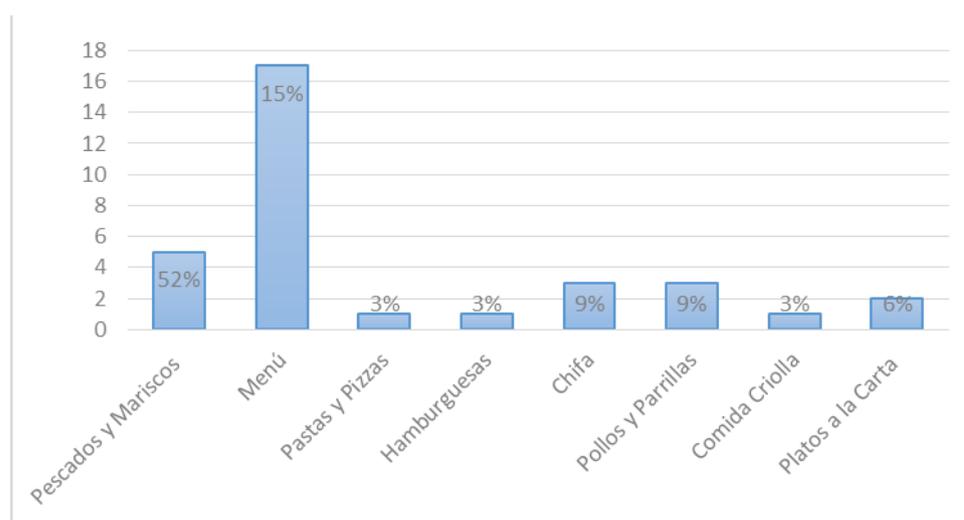
El 43% de los establecimientos tiene como producto bandera menú y el 6% pollo y parrillas

**Figura 9.** Opinión del por qué son un producto bandera



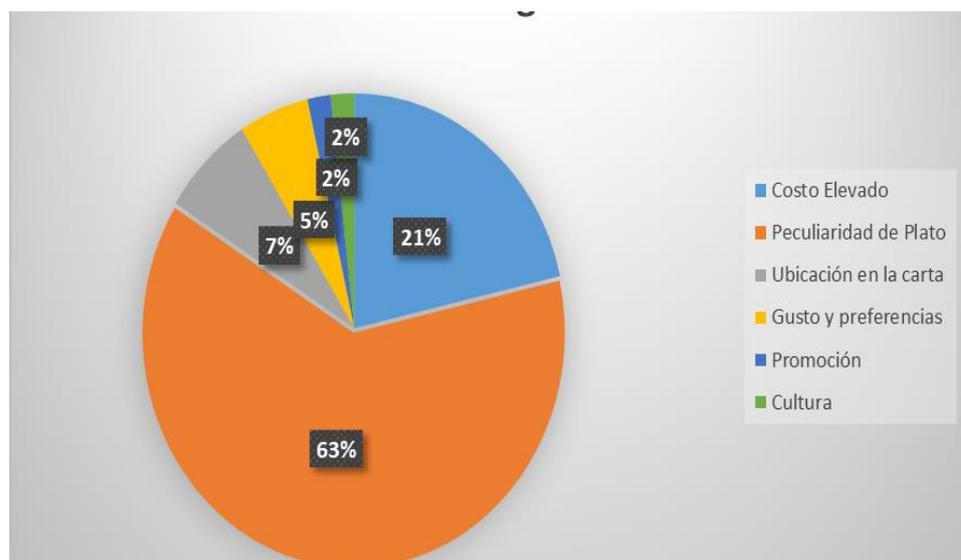
El 50% de los propietarios encuestados opinan que es un producto bandera porque son los más vendidos en su establecimiento y el 2% por la preferencia del cliente.

**Figura 10.** Productos con menos rotación



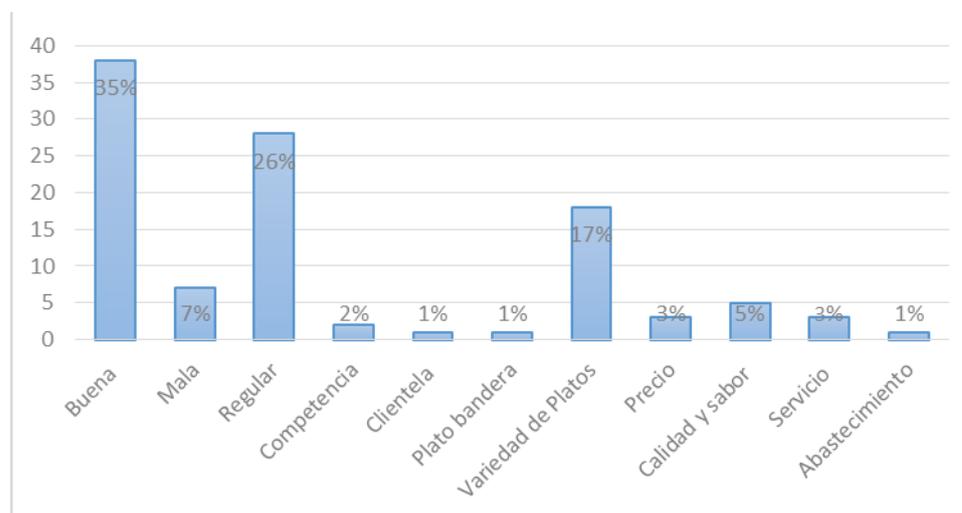
El 52% de los establecimientos encuestados su producto de menos rotación es el de pescados y mariscos y el 3% su producto de menos rotación es pastas y pizzas, hamburguesas, comida criolla.

**Figura 11.** Opinión del porque tienen menos rotación



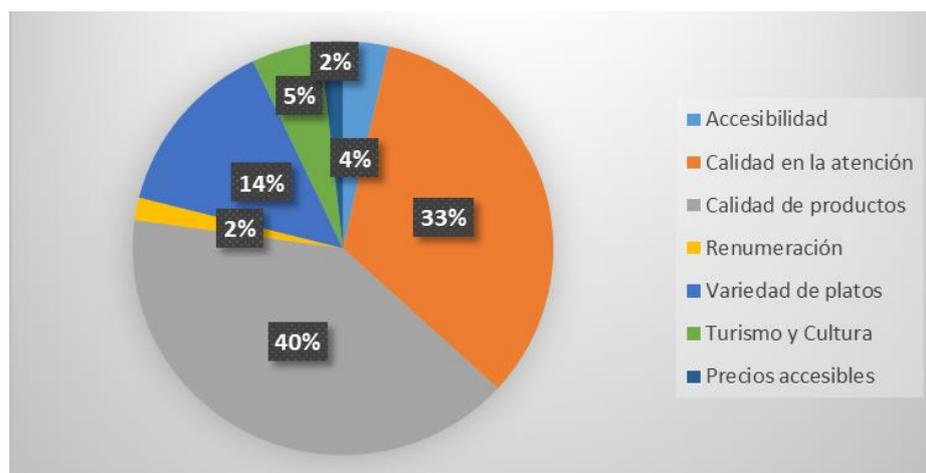
El 63% de los establecimientos encuestados opinan que su producto tiene menos rotación por la peculiaridad del plato y el 2% que su producto tiene menos rotación por la cultura.

**Figura 12.** Opinión sobre la oferta gastronómica de la ciudad de Chachapoyas



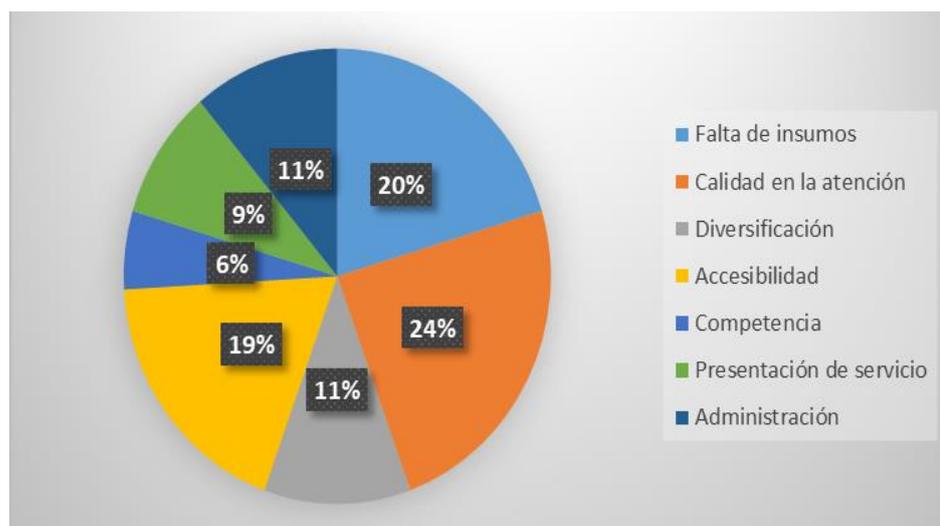
El 5% de los establecimientos encuestados opinan sobre la oferta gastronómica que es buena.

**Figura 13.** Fortalezas de la oferta gastronómica



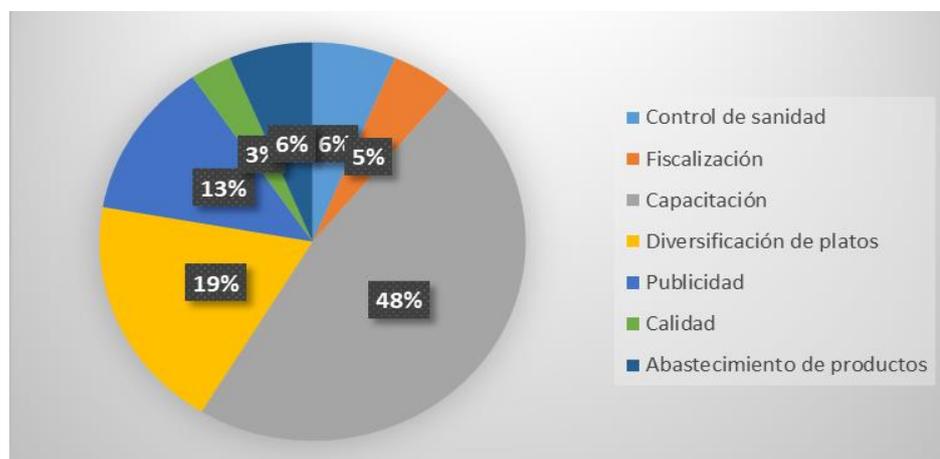
El 40% de los establecimientos encuestados opinan que su fortaleza es por la calidad de productos y el 2% opinan que su fortaleza gastronómica es por los precios accesibles.

**Figura 14.** Debilidades de la oferta gastronómica



El 24% de los establecimientos encuestados opinan que su debilidad gastronómica es por la calidad en la atención y el 6% opinaron que su debilidad gastronómica es por la competencia.

**Figura 15.** *Opinión sobre o que se debería hacer para fortalecer la oferta gastronómica como parte del servicio turístico de la ciudad de Chachapoyas*

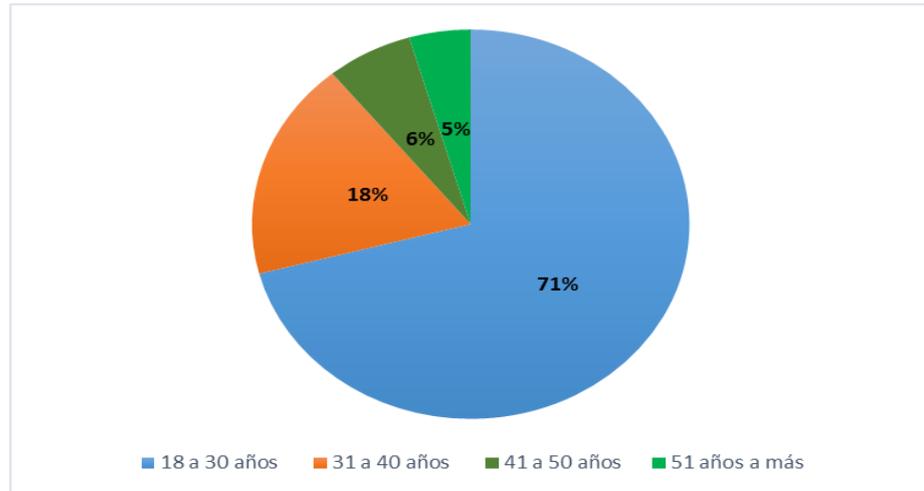


El 48% de los establecimientos encuestados opinan sobre lo que se debería hacer para fortalecer la oferta gastronómica es capacitación y el 3% opinaron sobre lo que se debería hacer para fortalecer la oferta gastronómica es mejorar la calidad.

### **3.1.2. Resultados de la demanda sobre la oferta gastronómica de la ciudad de Chachapoyas.**

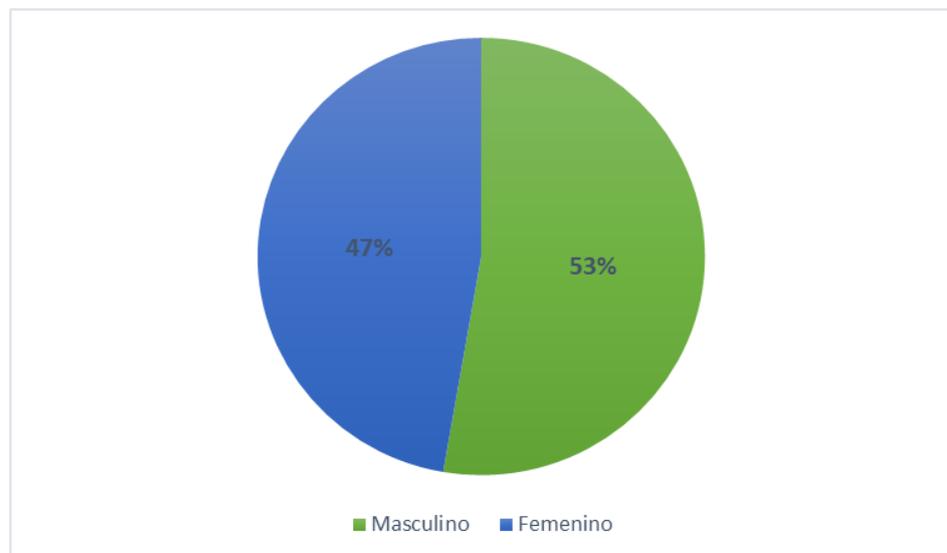
La población estuvo compuesta por 120 clientes de restaurantes. Para obtener la información se ubicó a estos a su salida de la prestación del servicio en establecimientos como: Real Cecina, Batan del Tayta, El tejado, El Tizón, las rocas entre otros. Se obtuvo los siguientes resultados.

**Figura 16. Edad**



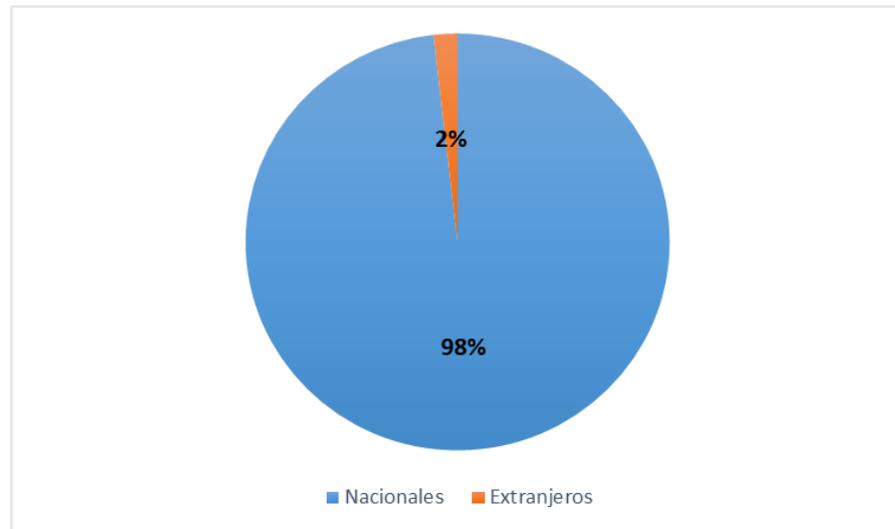
El grafico nos muestra que el 71% de los clientes tienen entre 18 a 30 años de edad

**Figura 17. Sexo**



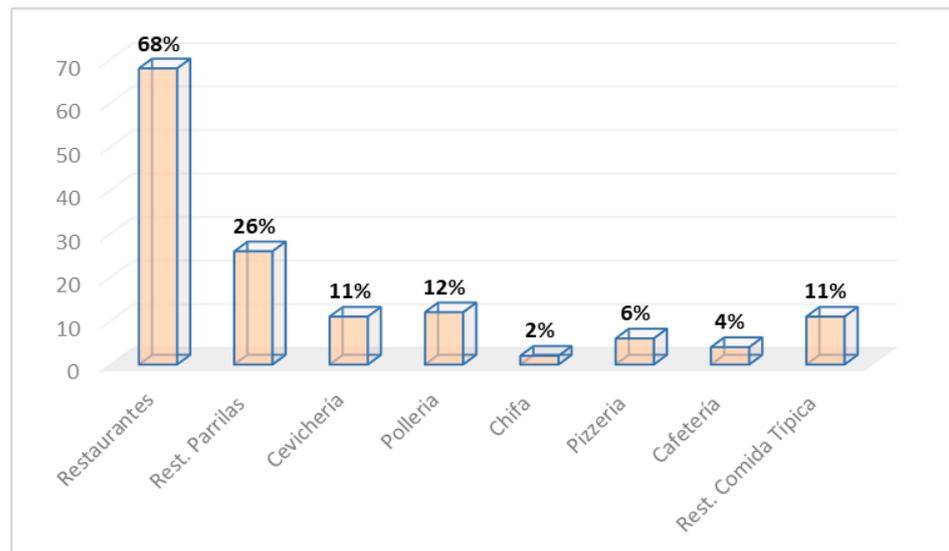
El 53% de los clientes son del género masculino y el 47% femenino

**Figura 18.** *Procedencia*



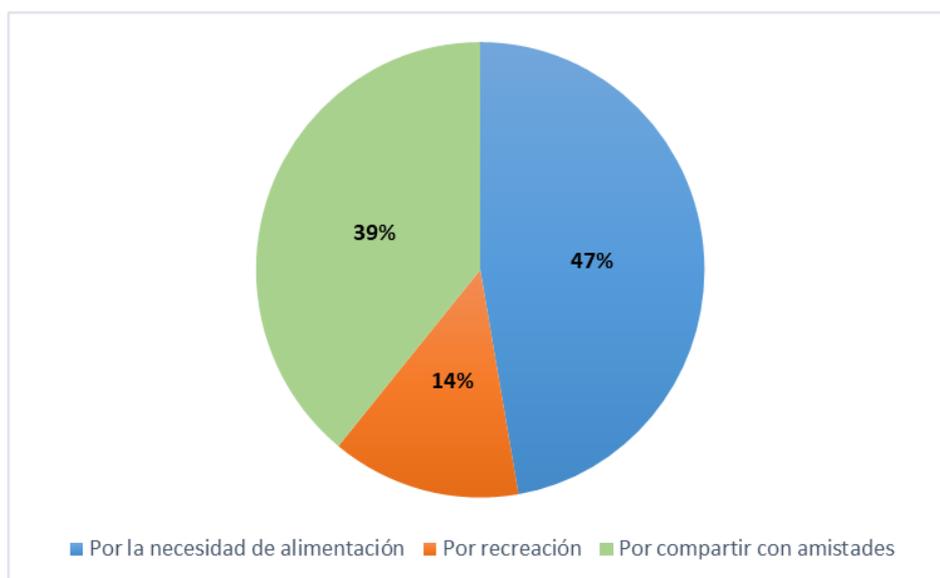
El 98% de los clientes encuestados son nacionales y el 2% extranjeros

**Figura 19.** *Tipo de establecimientos a los que acude para consumir alimentos.*



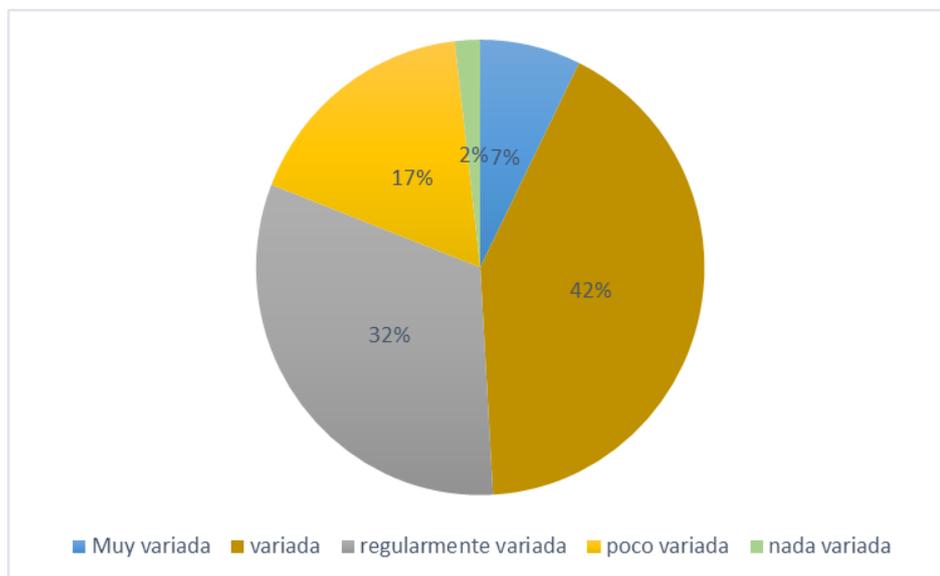
El 68% de los clientes encuestados acuden a restaurantes para consumir alimentos, un 2% acuden a un chifa.

**Figura 20.** *Motivos por el que acude a los restaurantes*



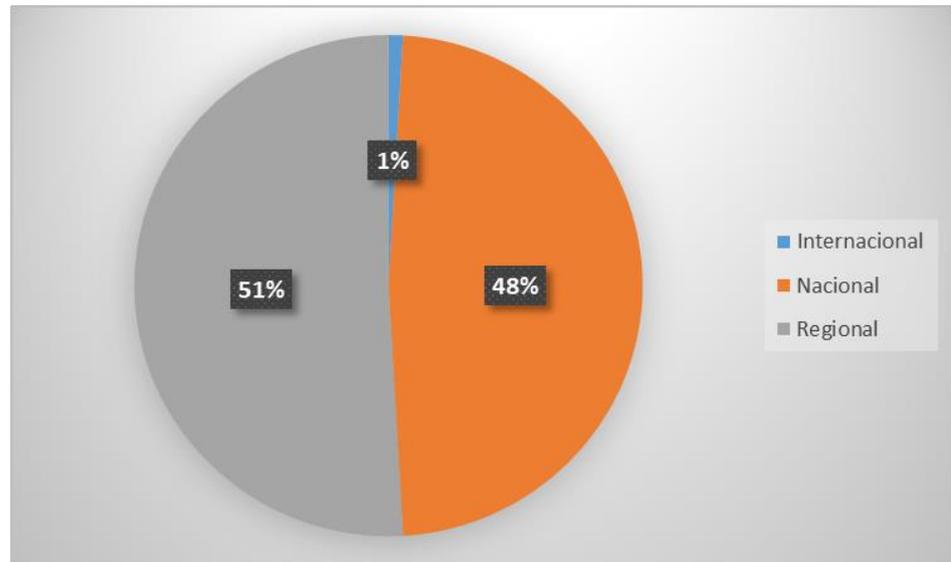
El grafico nos muestra que el 47% de los clientes acuden a restaurantes por la necesidad de alimentación; el 39% por compartir con amistades y el 14% por recreación

**Figura 21.** *Opinión sobre la oferta gastronómica en la ciudad de Chachapoyas*



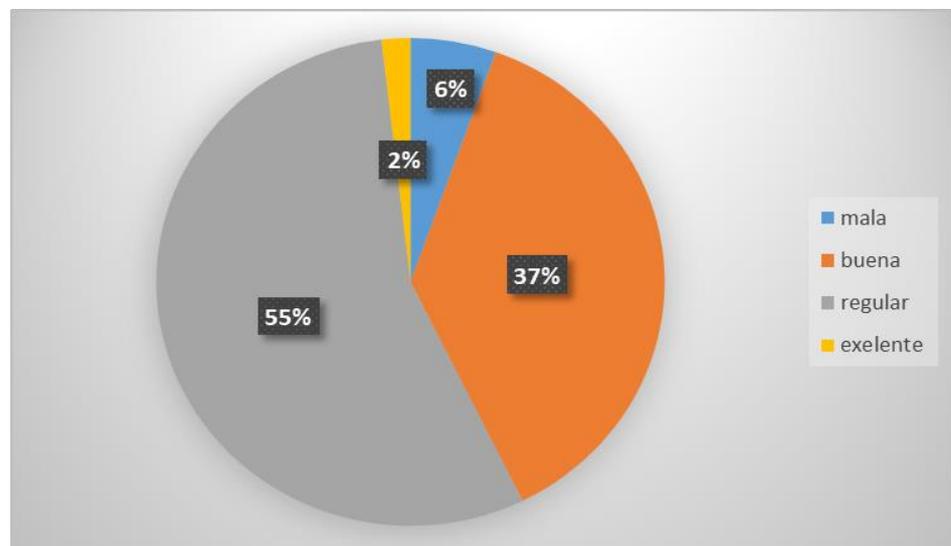
En el grafico podemos observar que un 42% opina que la gastronomía en la ciudad de Chachapoyas es variada, el 32% que es regularmente variada y un 2% nada variada.

**Figura 22.** Tipo de oferta gastronómica que prima en la ciudad de Chachapoyas



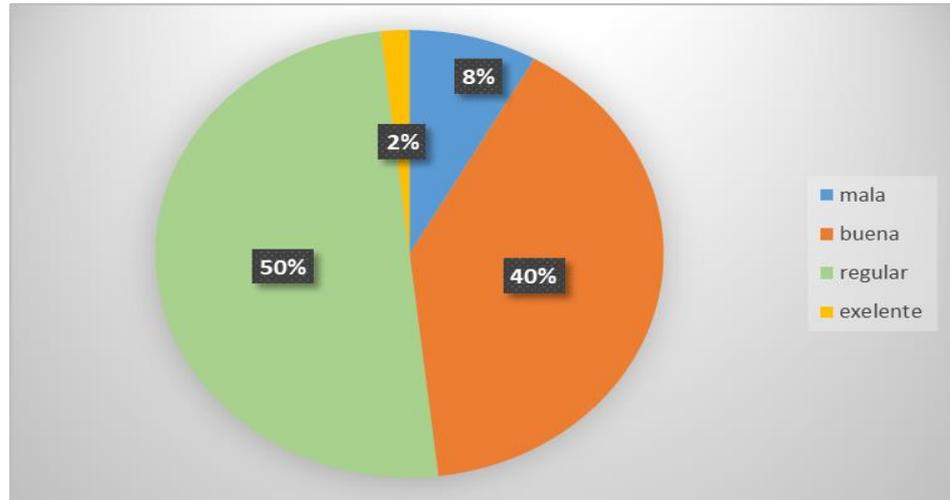
Los clientes opinan que en la oferta gastronómica en un 51% prima los platos regionales, un 48% los platos nacionales y 1% platos internacionales.

**Figura 23.** Opinión sobre la infraestructura de los restaurantes



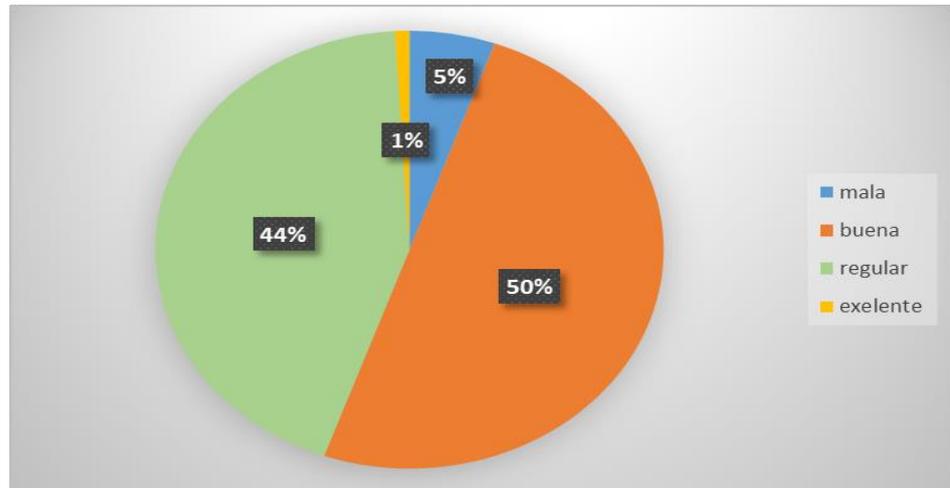
El grafico nro. 8 nos muestra que el 55 % de los clientes encuestados opina que la infraestructura de los restaurantes es regular porque les falta implementación e innovación, un 37% manifiesta que es buena porque cuentan con los servicios necesarios para realizar esta actividad, el 6 % lo califica como mala, porque no cumplen con las normas de infraestructura de un restaurante. Y solo un 2% opina que es excelente.

**Figura 24.** Opinión sobre la atención hacia los clientes



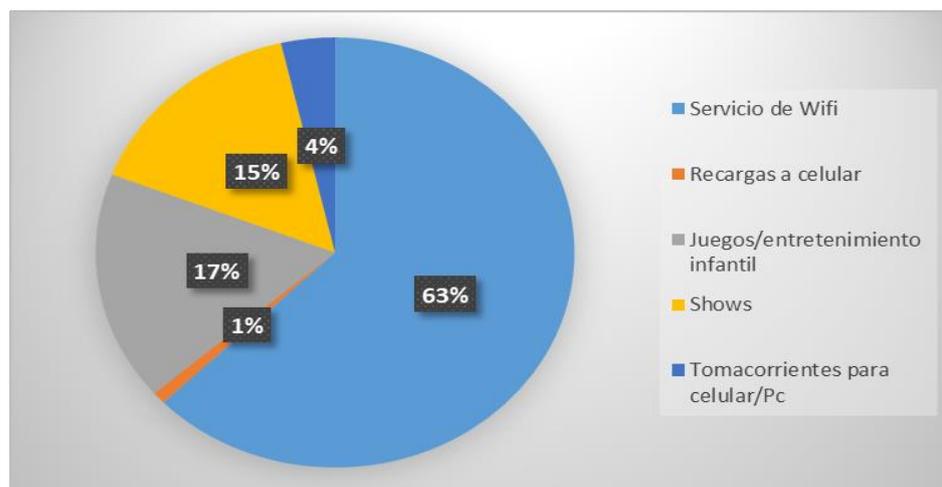
De los clientes encuestados el 50 % opina que la atención que se les da es regular porque muchas de las personas que realizan esta labor no tienen trato de amabilidad ni capacitación, un 40 % opina que la atención es buena porque el personal que los atiende tiene amabilidad, el 8 % manifiesta que la atención es mala porque se nota que no están capacitados y el 2 % dice que la atención hacia el cliente es excelente.

**Figura 25.** Opinión sobre el horario de atención al público



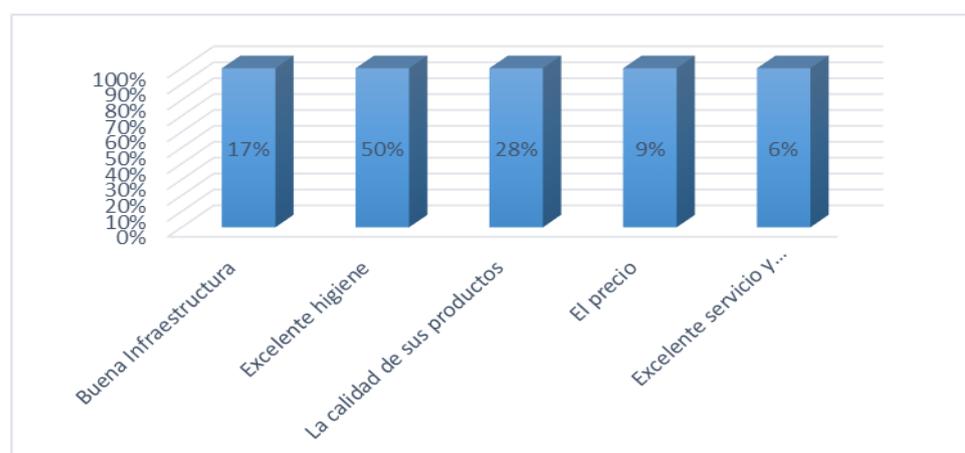
En relación al grafico nro. 10 el 50% de los encuestados opina que el horario de atención al público es bueno porque tiene las tres comidas a los horarios adecuados, un 44 % opina que es regular porque por las noches es difícil encontrar abiertos a altas horas de la noche, el 5 % manifestó que es malo y un 1% lo califica como excelente.

**Figura 26.** Opinión sobre servicios complementarios que se deberían implementar en los restaurantes



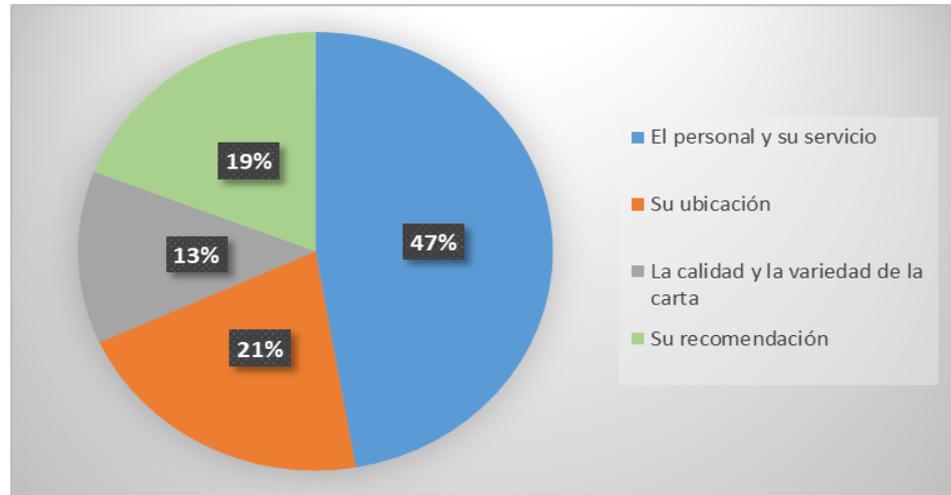
De acuerdo con el grafico nro. 11 de los clientes encuetados un 63% opina que los establecimientos de restaurarte deberían brindar el servicio de wifi, el 17 % manifestó que deberían tener juegos y entretenimiento infantil, el 15% dijo que se deben realizar shows, el 4% opino que estos deben integrar tomacorrientes para celular o Tablet y un 1% opina que se deberían también realizar recargas.

**Figura 27.** Característica que busca el cliente para adquirir los servicios de un restaurante



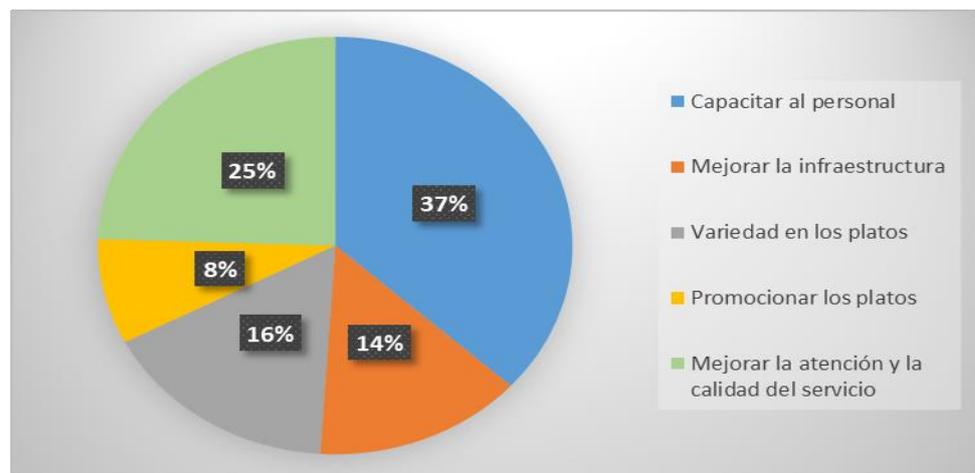
El 50 % de los clientes opinan que lo que debe tener un restaurarte para comprar sus servicios es excelente higiene, un 28% manifestó que estos deben tener calidad en sus productos, el 17 % opinaron que deben tener buena infraestructura, un 9% dice que deben tener en cuenta el precio, y el 6 % opina que influye el personal y sus servicio.

**Figura 28.** Recomendaciones de un cliente para el éxito de un restaurante



De acuerdo con el gráfico nro. 13 respecto a cuál creen que es el secreto para que un restaurante sea conocido el 47% opina que para esto influye el personal y su servicio, un 21 % manifestó la ubicación, el 19% dice que influye la recomendación y el 13 % dice que influye la calidad y variedad de la carta.

**Figura 29.** Opinión para mejorar la oferta gastronómica en la ciudad de Chachapoyas



El 37% de los clientes encuestados opinan que para mejorar la oferta gastronómica de Chachapoyas se debería capacitar al personal, un 25% dice que deben mejorar la atención y calidad del servicio, el 16 %

manifestó que deben tener variedad en sus platos, el 14 % manifiesta que tendrían que mejorar la infraestructura, y el 8% promocionar los platos.

### **3.1.3. Análisis FODA de la competitividad gastronómica como parte del servicio turístico en el distrito de Chachapoyas.**

#### **FORTALEZAS**

- Existe un crecimiento en la oferta de establecimientos que brindan alimentación en los últimos cuatro (4) años.
- El 57% de los restaurantes que existen en la actualidad han surgido en los últimos cuatro (4) años.
- Los propietarios de los establecimientos que brindan el servicio de alimentación cree que si debe haber producto bandera que identifique a la ciudad y al establecimiento.
- Los precios de los productos gastronómicos en general son accesibles al mercado.
- Existe una relación en calidad precio en los productos gastronómicos.
- Los horarios de atención al cliente son los adecuados.

#### **OPORTUNIDADES**

- La cultura de los clientes influye en la decisión para adquirir un producto gastronómico en un restaurante.
- La capacidad de gasto influye en tomar la decisión para asistir a un restaurante.
- Se debe aprovechar la reformulación del PERTUR para incluir actividades relacionadas con una política gastronómica regional.
- Acceder a los parámetros establecidos por el CALTUR para el manejo de la calidad en restaurantes.
- La demanda del mercado gastronómico es variado entre local, regional e internacional.
- Los clientes buscan en un establecimiento variedad para poder escoger tanto local, regional e internacional.
- Existe la necesidad de alimentación.

## **DEBILIDADES**

- La oferta gastronómica limitada a restaurantes que ofertan comida regional y menú en la ciudad de Chachapoyas.
- El 50% de los establecimientos que brindan el servicio de alimentación no se encuentran categorizados por el DIRCETUR.
- Chachapoyas no tiene producto gastronómico bandera establecida de manera planificada.
- Los productos a base de pescado son los que tienen menos rotación en la ciudad de Chachapoyas.
- Existe un déficit en el proceso de atención al cliente.
- Los establecimientos que brindan el servicio de alimentación requiere implementar servicios complementarios como wifi, juegos infantiles, show entre otros.

## **AMENAZAS**

- La demanda se reduzca a un solo segmento de mercado local.
- Que el PERTUR no incluya lineamientos para mejorar la oferta gastronómica.
- Que el CALTUR no de importancia al servicio de alimentación.

### **3.2. Identificación de estrategias de política pública sectorial para el fortalecimiento de la competitividad gastronómica en la región Amazonas.**

Para la identificación de estrategias de política sectorial, de envergadura regional se ha considerado la guía de políticas nacionales, con resolución de presidencia del Consejo Directivo N° 00047-2018/CEPLAN/PCD.

Que tiene como objetivo establecer la metodología para el diseño como formulación, implementación, seguimiento y evaluación de las políticas nacionales.

#### ***Base Legal:***

- Constitución Política del Perú.
- Ley N° 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo.
- Ley N° 27783, Ley de Bases de la Descentralización.

- Decreto Legislativo N° 1088, Ley del Sistema Nacional de Planeamiento Estratégico y del Centro Nacional de Planeamiento Estratégico.
- Decreto Supremo N° 068-2008-EF modificado por la Resolución Directoral N° 002-2011EF/50.01 y la Resolución Directoral N° 006-2016-EF/50.01 que aprueba el Clasificador Funcional del Sector Público.
- Decreto Supremo N° 004-2013-PCM que aprueba la Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública.
- Decreto Supremo N° 029-2018-PCM que aprueba el Reglamento que regula las Políticas Nacionales.
- Decreto Supremo N° 054-2018-PCM que aprueba los Lineamientos de Organización del Estado.
- Directiva N° 001-2017-CEPLAN/PCD, Directiva para la actualización del Plan Estratégico de Desarrollo Nacional (PEDN) aprobada por Resolución de Presidencia del Consejo Directivo N° 026-2017-CEPLAN/PCD.

**Figura 30.** *Etapas y pasos de una Política Nacional*



**Fuente:** Guía de Políticas Nacionales Resolución de Presidencia del Consejo Directivo N° 00047-2018/CEPLAN/PCD.

### 3.2.1. Etapa 1: Diseño

En esta etapa se realizó el diagnóstico la enunciación y estructuración del problema público relacionado con la competitividad gastronómica como parte del servicio turístico en la ciudad de Chachapoyas.

## 1. Delimitación del problema

<b>Delimitación sectorial</b>	<b>Alcance:</b>	<b>Magnitud</b>	<b>Urgencia</b>
Turismo	Regional Establecimientos que brindan el servicio de alimentos y bebidas (restaurantes de la región Amazonas)	40% de la población amazonense y el 100% de turistas nacionales y extranjeros que visitan la región	Es urgente por el estado de pandemia en el que se encuentra atravesando el país y la crisis en el turismo y en los servicios de alimentos y bebidas

### Principales causas, variables, componentes y efectos del problema.

#### Causas:

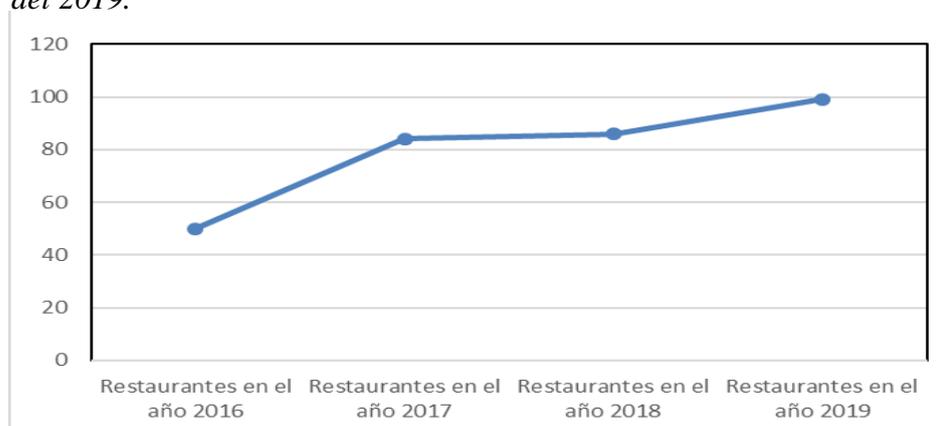
Crecimiento no planificado de los emprendimientos gastronómico: deficiencia en la capacitación, administración y servicio en los restaurantes.

**Tabla 2.** Restaurantes con licencias emitidas del 2016 al 8 de marzo del 2019

<b>RESTAURANTES</b>	<b>N° RESTAURANTES CON LICENCIA MUNICIPAL</b>
Restaurantes en el año 2016	50
Restaurantes en el año 2017	84
Restaurantes en el año 2018	86
Restaurantes en el año 2019	99 proyección

Fuente Elaboración Propia

**Figura 31.** Restaurantes con licencia emitidas del 2016 al 08 de marzo del 2019.



En la actualidad en la Municipalidad Provincial de Chachapoyas se encuentran registrados al 2018, 86 (según se muestra en la figura) establecimientos que brindan el servicio de alimentación, de los cuales en el Dirección Regional de Turismo se registran 134 (ver Gráfico N° 01)

La oferta gastronómica en la actualidad es variada pero existe gran limitación en la oferta gastronómica tradicional de manera competitiva para ser ofertada como parte de un producto turístico, causando insatisfacción o limitación en las necesidades, preferencias y deseos de los turistas nacionales y extranjeros y el mercado local. (Ver Gráfico N° 02)

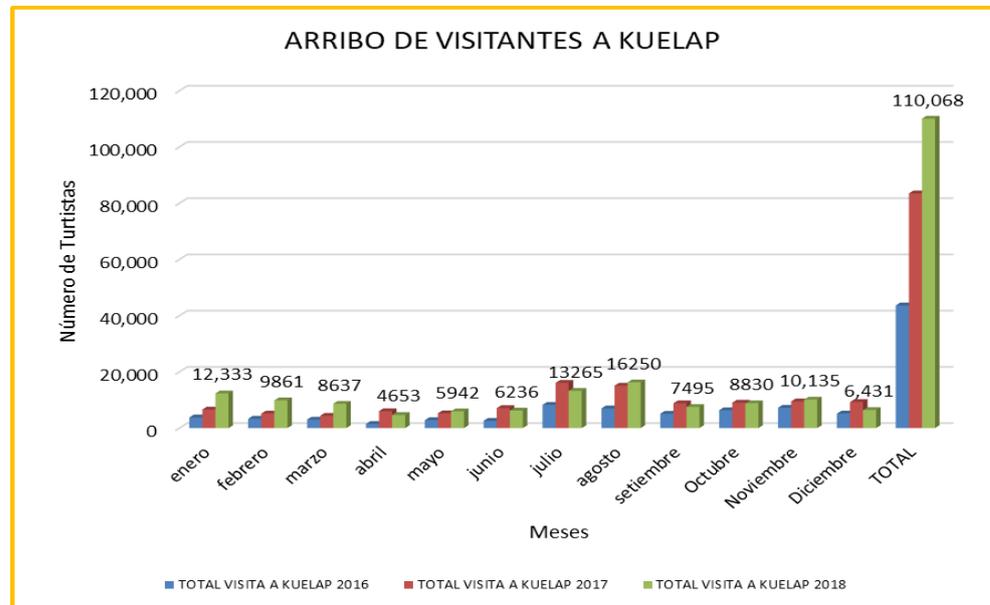
Los órganos reguladores y encargados de las licencias a nivel provincial son: La municipalidad Provincial de Chachapoyas y el DIRCETUR, quienes como se demuestra en los resultados en los párrafos anteriores no trabajan en coordinación, por ello existe una diferencia notoria en sus registros. Los efectos de esta descoordinación repercuten negativamente en la calidad de servicio, teniendo en cuenta que ambas organizaciones no ejercen a plenitud sus funciones en relación a los servicios de alimentos y bebidas en la ciudad de Chachapoyas.

La situación problemática en torno a la competitividad gastronómica como parte del servicio turístico es permanente considerando que la actividad turística se ha convertido en una de las principales actividades económicas del área de estudio y la afluencia turística como se muestra en el flujo de turistas que visitan Kuelap está en crecimiento y para esto es imprescindible satisfacer la necesidad de alimentarse.

MESES	TOTAL VISITA A KUELAP 2016	TOTAL VISITA A KUELAP 2017	TOTAL VISITA A KUELAP 2018	TOTAL VISITA A KUELAP 2019
Enero	3,781	6,570	12,333	10256
Febrero	3,332	5,163	9861	
Marzo	3,009	4,358	8637	
Abril	1,462	6,016	4653	
Mayo	2,829	5,233	5942	
Junio	2,593	7,102	6236	
Julio	8,240	16,081	13265	
Agosto	6,979	15,078	16250	

setiembre	5,094	8,819	7495	
Octubre	6,325	9,047	8830	
Noviembre	7,208	9,478	10,135	
Diciembre	5,158	9,271	6,431	
<b>TOTAL</b>	<b>43,644</b>	<b>83,467</b>	<b>110,068</b>	

**Figura 32.** Arribo de visitantes a Kuelap



Fuente: DIRCETUR

Los afectados por el problema público se descomponen en dos partes: los afectados de la oferta y los afectados de la demanda.

Los afectados de la oferta son 134 establecimientos

**Tabla 3. Antecedentes del problema**

Nº	CURSO	RESOLUCIÓN DIRECTORAL	FECHA	HORAS	NÚMERO DE PARTICIPANTES	LÓGROS OBTENIDOS
1	TÉCNICAS BÁSICAS DE ALTA COCINA	R.D. N° 101-2016-CENFOTUR/DN	10 de mayo de 2016	60 horas	32	Participantes conociendo las técnicas básicas de cocina y manipulación de alimentos (estos fueron personal que trabaja en restaurantes y alumnos de la universidad)
2	INGENIERÍA DE MENÚ Y DISEÑO DE CARTA	R.D. N° 101-2016-CENFOTUR/DN	10 de mayo de 2016	60 horas	30	Los participantes aprendieron a llevar propuestas de menú a través de un proceso técnico utilizado en la industria de restaurantes. Los participantes son capaces de diseñar cartas bajo técnicas competitivas para comercializar su línea de productos.
3	CALIDAD DE SERVICIO Y CONTROL SANITARIO PARA RESTAURANTES Y SERVICIOS AFINES	R.D. N° 101-2016-CENFOTUR/DN	10 de mayo de 2016	60 horas	25	Los participantes conocen los estándares de calidad de servicio requeridos en restaurantes. Los participantes conocen y manejan las técnicas de control sanitario en restaurantes.
4	TÉCNICAS DE ADMINISTRACIÓN DE COMPRAS Y CONTROL DE ALMACÉN	R.D. N° 101-2016-CENFOTUR/DN	10 de mayo de 2016	60 horas	28	Se logró capacitar técnicas logísticas: compras y almacenes para restaurantes.
5	GESTOR EN ATENCIÓN AL CLIENTE PARA RESTAURANTES Y SERVICIOS AFINES	R.D. N° 120-2016-CENFOTUR/DN	16 de junio de 2016	60 horas	18	Los participantes aprendieron las técnicas de atención a clientes en servicios turísticos especialmente en restaurantes.
6	ESTRATEGIAS DE ADMINISTRACIÓN PARA ATENCIÓN AL CLIENTE EN RESTAURANTES Y SERVICIOS AFINES	R.D. N° 120-2016-CENFOTUR/DN	16 de junio de 2016	60 horas	20	Con los Talleres se logró se logró dar a conocer estrategias de gestión de un restaurante para atención al cliente.

7	GESTIÓN DE PROCESOS EN BUENAS PRÁCTICAS DE MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS	R.D. N° 120-2016-CENFOTUR/DN	16 de junio de 2016	60 horas	25	Los participantes, restaurantes que laboran en el área de cocina fueron capacitados para manejar adecuadamente las técnicas de manipulación de alimentos.
8	GESTIÓN DE LA INOCUIDAD EN RESTAURANTES Y SERVICIOS AFINES	R.D. N° 106-2016-CENFOTUR/DN	18 de mayo de 2016	60 horas	15	Se facilitó técnicas y prácticas en inocuidad de alimentos.
9	ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE EN INGLÉS			40 horas	25	Los encargados de atención al público es restaurantes fueron capacitados en inglés básico que les facilite la atención con los clientes extranjeros.
10	CALIDAD EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA PERSONAL DE CONTACTO	R.D. N° 074-2017-CENFOTUR/DN	17 de abril de 2017	20 horas	20	Se logró que los participantes conozcan y practiquen técnicas para personal de contacto.
11	CALIDAD EN EL SERVICIO EN RESTAURANTE	R.D. N° 074-2017-CENFOTUR/DN	17 de abril de 2017	20 horas	30	Los participantes conocen y manejan técnicas en el área de comedor, cocina, almacén y administración con enfoques de calidad.
12	PRINCIPIOS GENERALES DE HIGIENE EN LA MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS	R.D. N° 105-2017-CENFOTUR/DN	02 de junio de 2017	20 horas	18	Los participantes hoteleros y restauranteros finalizaron capacitados en técnicas de principios generales de higiene.
13	BAR TRAINING			60 horas	45	Se logró capacitar a 45 beneficiarios en gestión de bar, preparación de coctelería básica e inocuidad en bares.
14	MASTERS BAR			60 horas	30	Se capacito con técnicas avanzadas de bar a los beneficiarios que participaron en el primer taller, con la finalidad de proporcionarles herramientas especializadas sobre este servicio.

## **AFECTADOS POR EL PROBLEMA PÚBLICO**

Para la identificación de los afectados del problema público se ha considerado que esta actividad se realiza en un mercado por tanto se los ha clasificado en afectados de la oferta y afectados de la demanda.

### ➤ **Afectados de la Oferta.**

Según la información del DIRCETUR existe un total de 134 establecimientos quienes generan un empleo de un promedio de 4 personas por establecimiento como mínimo, que se proyectan a un total de 536 personas que compone o lideran una familia según estimaciones estadísticas del INEI.

### ➤ **Afectados de la Demanda.**

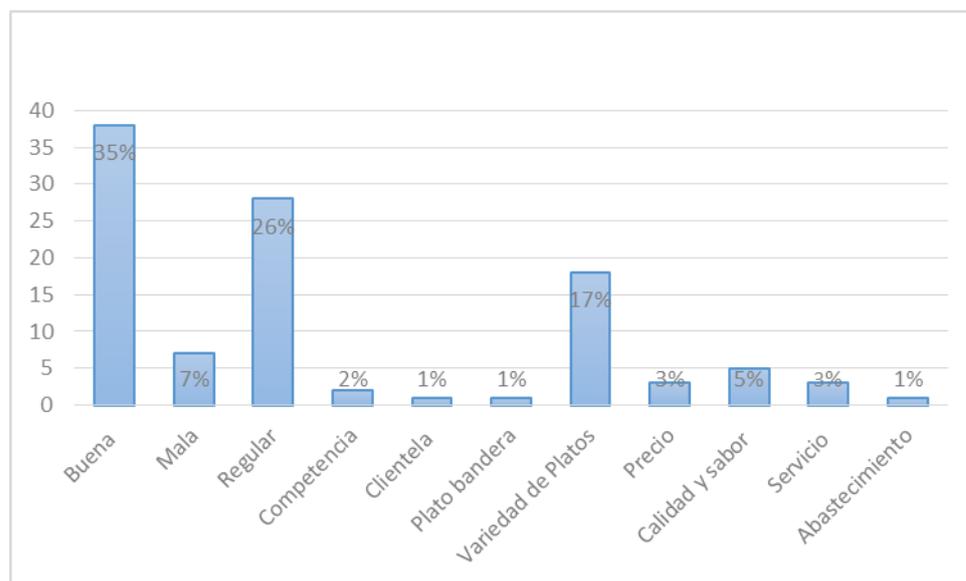
Está compuesto por los turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Chachapoyas, que son un total de 110,068.00 y los clientes locales, que estima sea un 20% de la población, proyectándose a un total 6,405.20.

El problema se empieza a generar con el crecimiento del turismo en la región Amazonas, en donde se considera a la región Amazonas como centro de soporte desde aproximadamente 15 años atrás en donde el servicio gastronómico era reducido y desde ese entonces ha generado un crecimiento espontáneo, no planificado y direccionado a través de una política pública.

La percepción de los actores frente al problema público es el siguiente.

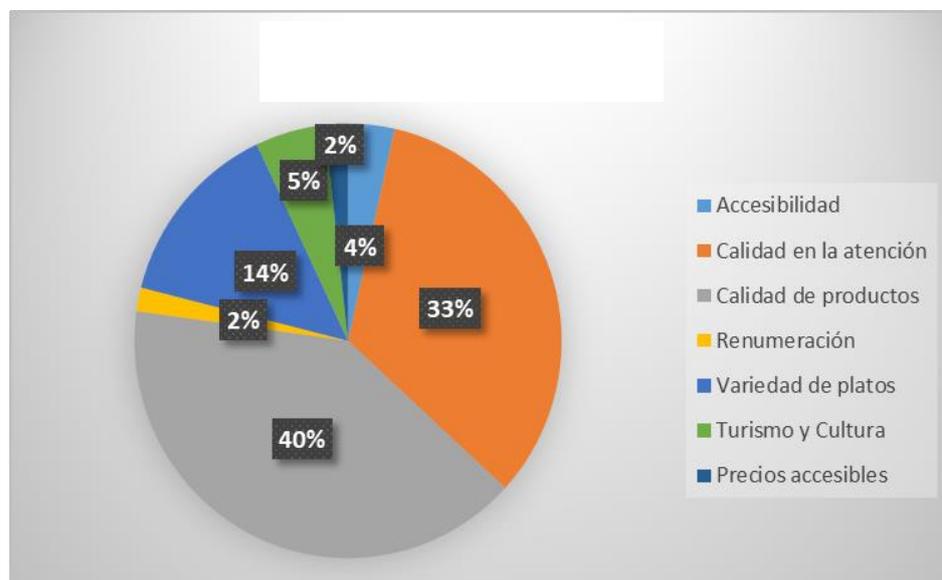
- Los actores de la oferta opinan que:

**Figura 33.** Opinión sobre la oferta gastronómica de la ciudad de Chachapoyas



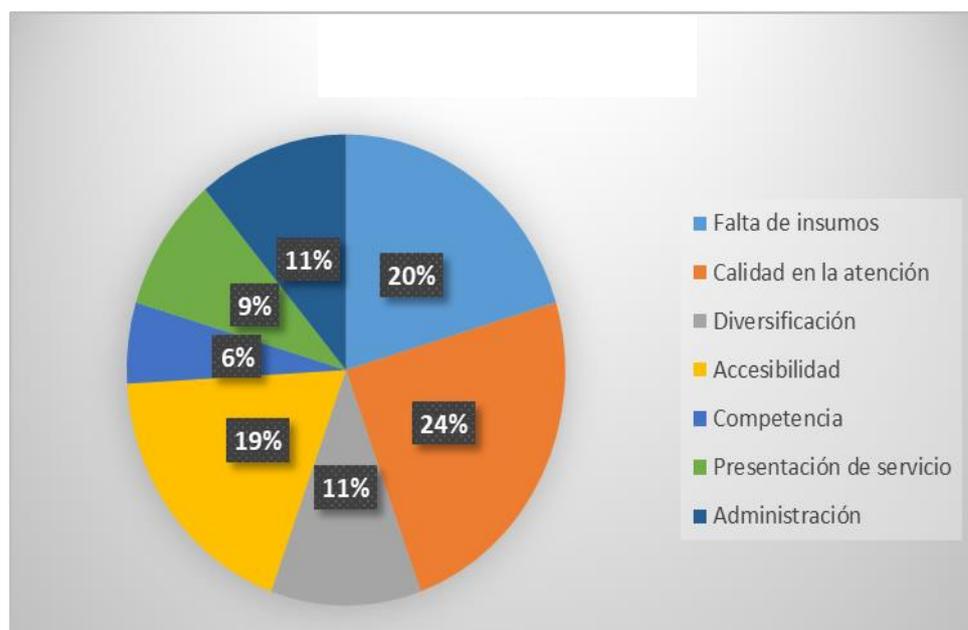
El 5% de los establecimientos encuestados opinan sobre la oferta gastronómica que es buena.

**Figura 34.** Fortalezas de la oferta gastronómica



El 40% de los establecimientos encuestados opinaron que su fortaleza es por la calidad de productos y el 2% que su fortaleza gastronómica es por los precios accesibles.

**Figura 35.** Debilidades de la oferta gastronómica



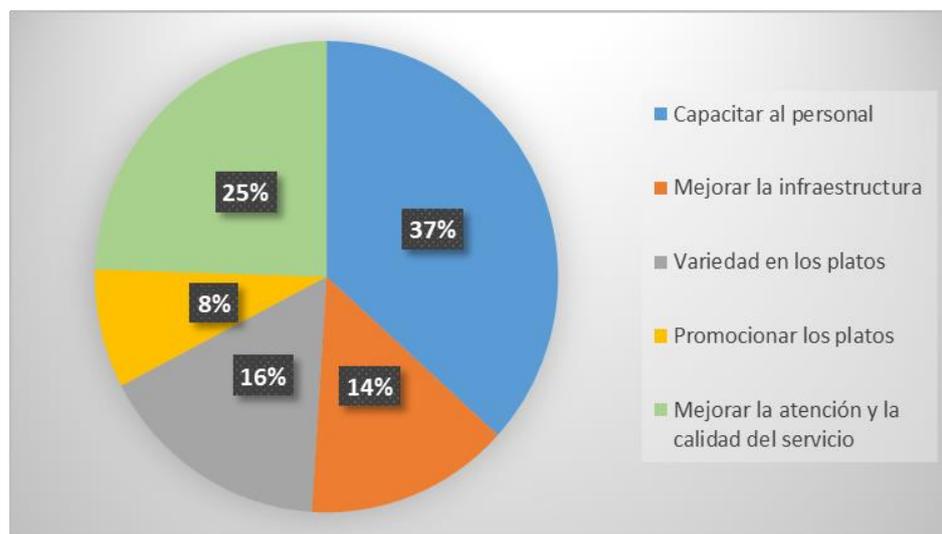
El 24% de los establecimientos encuestados opinan que su debilidad gastronómica es por la calidad en la atención y el 6% que su debilidad gastronómica es por la competitividad.

**Figura 36.** Opinión sobre o que se debería hacer para fortalecer la oferta gastronómica como parte del servicio turístico de la ciudad de Chachapoyas



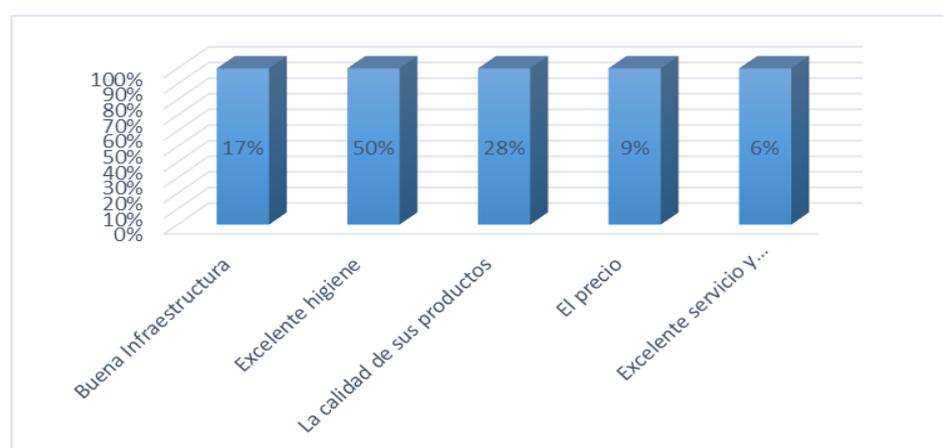
El 48% de los establecimientos encuestados opinan sobre lo que se debería hacer para fortalecer la oferta gastronómica es capacitación y el 3% que se debería hacer para fortalecer la oferta gastronómica es mejorar la calidad.

**Figura 37.** Opinión para mejorar la oferta gastronómica en la ciudad de Chachapoyas



El 37% de los clientes encuestados opinan que para mejorar la oferta gastronómica de Chachapoyas se debería capacitar al personal, un 25% dice que deben mejorar la atención y calidad del servicio, el 16 % manifestó que deben tener variedad en sus platos, el 14 % manifiesta que tendrían que mejorar la infraestructura, y el 8% promocionar los platos.

**Figura 38.** Característica que busca el cliente para adquirir los servicios de un restaurante



El 50 % de los clientes opinan que lo que debe tener un restaurante para comprar sus servicios es excelente higiene, un 28% manifestó que estos deben tener calidad en sus productos, el 17 % opinaron que deben tener buena infraestructura, un 9% dice que deben tener en cuenta el precio, y el 6 % opina que influye el personal y su servicio.

## **Paso 2: Enunciación y estructuración del problema público**

### **Enunciado del problema**

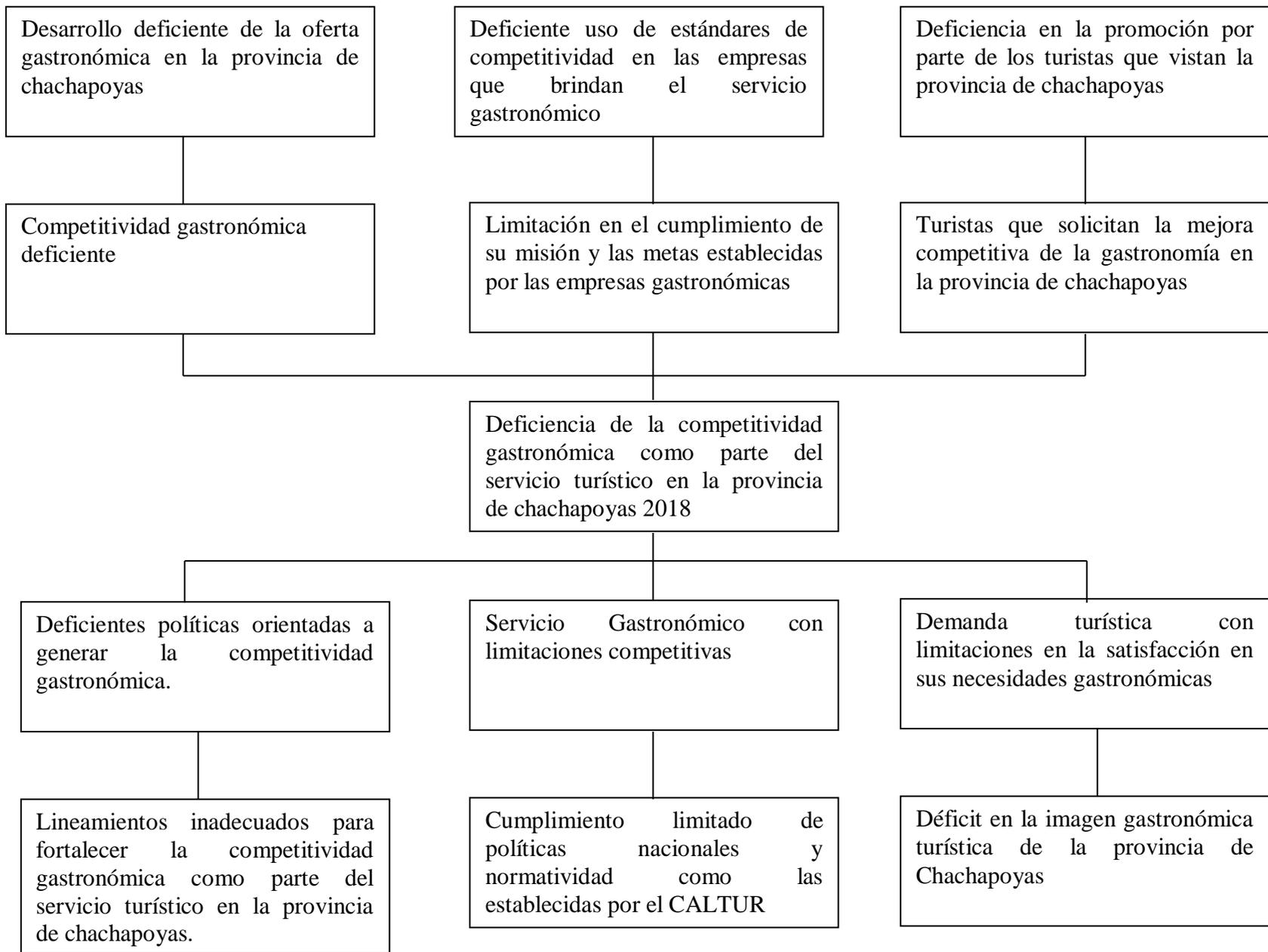
La deficiencia de la competitividad gastronómica como parte del servicio turístico en la provincia de Chachapoyas.

Estructura conceptual.

Definición de Déficit

Se considera déficit a que el 55% de los clientes opina que la atención es regular, el 45% opina que la infraestructura de los restaurantes es regular y que la gastronomía ofertada es limitada.

Estructuración operativa.



### **Paso 3: Determinación de la situación futura deseada**

La situación futura deseada con esta política pública sectorial es contar con una oferta gastronómica competitiva que satisfaga las necesidades de un mercado local y de turistas nacionales y extranjeros, genere emprendimientos eficientes y bajo los estándares de calidad que se requieren para brindar un buen servicio. Que la línea de productos que se oferte contribuya a la revaloración de los insumos agropecuarios nativos de la región y a la vez genere una cadena de valor que sea inclusiva y que promueva el desarrollo urbano.

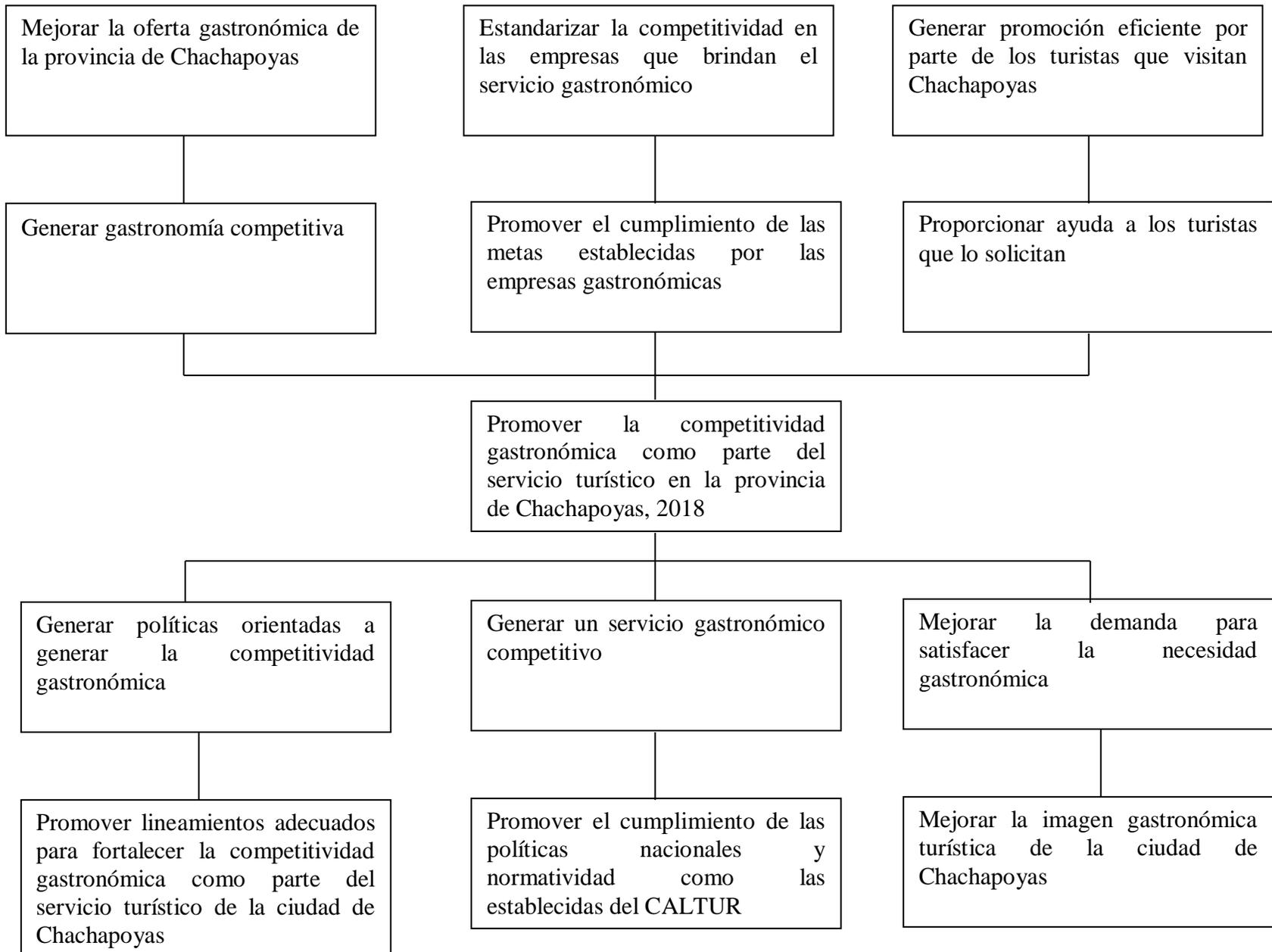
### **Paso 4: Selecciones de alternativas de solución**

Las alternativas de solución son una política pública orientada a mejorar la competitividad gastronómica y para ello debe estar orientada desde la generación de competencias en todos los actores que conformen la oferta, desde el empresario, los colaboradores en el área de cocina, los colaboradores en atención al cliente y otros espacios que implica el servicio, promover la revaloración de insumos locales y generación de una imagen competitiva.

## **3.2.2. Etapa 2. Formulación**

### **Paso 5: Objetivos para la solución del problema público**

Los objetivos han sido planteados en función a cada problema identificado en el árbol anterior, siendo el resultado el siguiente:



### **Paso 6: Elaboración de lineamientos**

Los lineamientos que se establece para ésta Política Pública Sectorial para el Fortalecimiento de la Competitividad Gastronómica como parte del Servicio Turístico en el Distrito de Chachapoyas se basan en tres lineamientos que son: la planificación, la generación de competencias y capacidades y la promoción de acuerdo a como ha sido identificado la problemática y establecido los objetivos para la solución de la misma.

### **Paso 7: Identificación de servicios y estándares de cumplimiento**

<b>Lineamiento</b>	<b>Identificación de servicios</b>	<b>Estándares de cumplimientos</b>
Lineamientos de planificación	Servicio de consultoría para la elaboración y ejecución de estrategias de acuerdo a la política pública.	Un plan bajo los estándares requeridos por el CEPLAN.
Lineamientos de generación de competencias y capacidades	consultoría para la ejecución de talleres de competencias y capacidades en las diversas áreas que implica el servicio gastronómico	Los talleres se llevaran bajo los estándares establecidos por el MINCETUR, CENFOTUR y CALTURS en coordinación con otros Ministerios como el de Salud.
Lineamientos de la promoción	Servicios de consultoría y ejecución d estrategias de promoción.	Los estándares existentes por el MINCETUR (PROMPERÚ).

### **Paso 8. Identificación de las políticas relacionadas**

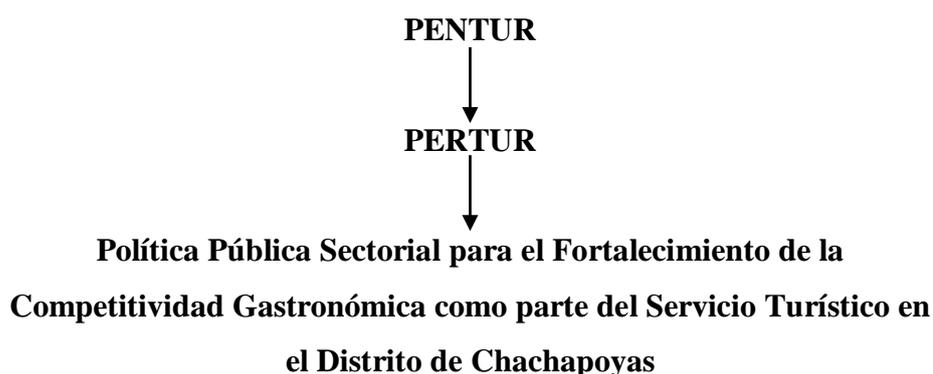
La política se encuentra relacionada con otra política como el CALTUR, EL PERTUR 2020 – 2025 que es el Plan de Desarrollo Turístico Regional y el PENTUR.

### 3.2.3. Etapa 3. Implementación

#### **Paso 9: Identificación de los niveles de intervención existentes**

El nivel de intervención que se ha identificado para la política es de carácter regional, será dictada a través del Gobierno Regional, formando parte de su plan regional concertado.

#### **Paso 10: Articulación de la política nacional en los planes**



Como se aprecia en la imagen la Política Pública Sectorial para el Fortalecimiento de la Competitividad Gastronómica como parte del Servicio Turístico en el Distrito de Chachapoyas se encuentra articulada al PERTUR Amazonas y al PENTUR por ser considerada una actividad dentro del sector turismo.

### 3.2.4. Etapa 4. Seguimiento y Evaluación

#### **Paso 11: Seguimiento**

El seguimiento de la política sectorial se realizará mediante la recopilación anual de información de los indicadores y objetivos prioritarios y esto será a través del Gobierno Regional que será el responsable de la implementación de ésta política.

#### **Paso 12: Evaluación**

Ésta política será evaluada en cuanto a su diseño, implementación y resultados según lo establecido por el CEPLAN.

#### IV. DISCUSIÓN

Las Políticas Públicas son lineamientos de planificación importantes que direccionan una nación, un sector, una Región o espacios menores, esto va a depender de su envergadura., los investigadores de las ciencias sociales lo consideran importantes como documentos de gestión y enfocado en el método científico, para investigar e identificar problemáticas y plantear alternativas de solución. La competitividad gastronómica en el Perú ha generado importancia que le ha permitido gran posicionamiento en el mercado mundial; bajo esa premisa la región Amazonas, con los recursos agropecuarios y gastronómicos con el que cuenta busca esa competitividad a través del establecimiento de una política sectorial regional que le garantice un posicionamiento en el mercado pero para ello se requiere investigar y conocer la realidad del área de estudio basándonos en las teorías de política pública a las que se les considera como acciones de gobierno que buscan dar respuesta a las diversas demandas de la sociedad según Chandler y Plano s/a. La idea es dar un uso estratégico a los recursos para solucionar problemas en este caso del carácter regional orientado a mejorar la competitividad gastronómica.

Las investigaciones relacionadas con la gastronomía enfocada desde lineamientos de la planificación son consideradas por los investigadores sociales como es el caso de Fernández (2016), donde plantea Estrategias para el Fortalecimiento del Turismo Gastronómico en Ecuador; el autor parte de un diagnóstico de los restaurantes catastrados como turísticos mediante la técnica de la observación directa y participando con 4 instrumentos denominados lista de chequeos previamente validados usando el método de DELPHI y ANOCHI estos para procesos de elaboración culinaria y servicio gastronómico en esta investigación se identifican los puntos fuertes y débiles a través de la matriz DAFO e impactos cruzados que son el objeto de estudio, determinándose 8 estrategias compuestas por 15 acciones y 12 actividades. Ante esta investigación se puede discutir que ambas tienen enfoques locales la primera hacia un Cantón que es un espacio político en Ecuador y la presente en la Región Amazonas uno de los destinos emergentes del turismo y que en los últimos años hasta el 2020 ha experimentado un crecimiento progresivo de turistas según información del flujo de visitantes a Kuelap uno de los principales atractivos turísticos a la Región. Ambas

investigaciones utilizan como método la observación directa que les ha permitido realizar un diagnóstico identificando fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. La diferencia radica en la dimensión de la propuesta de solución, en la primera investigación su alcance llega hacia el planteamiento de estrategias, tanto que en la presente se orienta al establecimiento de una política sectorial regional para mejorar la competitividad gastronómica y que guarda linimentos con planes como el PERTUR y el PENTUR y las exigencias de calidad del CALTUR.

El 2015 Hernández investiga sobre planificación y gestión de rutas gastronómicas específicamente el caso de la provincia de Córdoba, el objetivo de la investigación es generar el conocimiento de distintos aspectos clave para el turismo gastronómico en el área de estudio establecida. Los resultados evidencian un gran potencial en materia de turismo gastronómico tanto en calidad de productos como materias primas y para la determinación de alguno de ellos usan la denominación de origen que le da fortaleza al producto. Ante esta investigación se discute que la política sectorial podría ser la base para poder establecer rutas gastronómicas planificadas que podrían estar contempladas en lineamientos de la política que se plantea y que busquen acercar a la oferta con la demanda en la Región Amazonas.

El 2017 Gonzales investiga sobre la introducción de la línea gastronómica de la línea de agencia de turismo peruana Punto Travel en el mercado Estado unidense, con esta investigación se busca obtener información para ser utilizada por Córdor Travel sobre la industria del turismo gastronómico en el Perú enfocada a un público objetivo aun no satisfecho como lo es el mercado estadounidense; con esta investigación se concluye que existe un mercado capaz de pagar por un tours gastronómico con un costo de 201 dólares, con un interés de permanencia de entre 7 a 8 días por esta actividad en el Perú; ante estos resultados plantea desarrollar 5 paquetes en Lima y dos paquetes para Cusco. Ante esta investigación se discute que la investigación de Gonzales está orientado a desarrollar un producto privado orientado a una agencia de viajes que ve en el tours gastronómico una posibilidad de ampliar su línea de productos sobre todo en dos principales destinos como son Lima y Cusco la presente tesis su enfoque es macro y visto como una política sectorial que involucra a una región que se encuentra desarrollándose como un

destino emergente y que por el potencial gastronómico y de los productos agropecuarios con estos lineamientos planificados podría convertirse en una potencia turística en base a esta actividad.

La tesis plantea como hipótesis: Si la política Pública Sectorial está en base a la política de estado N° 18 de búsqueda de la competitividad, productividad y fortalecimiento de la actividad económica, entonces se fortalecerá la competitividad gastronómica como parte del servicio turístico en el distrito de Chachapoyas; la misma queda contrastada teniendo en cuenta que la política sectorial ha sido diseñada teniendo en cuenta la política de estado N°18 y los lineamientos que da el estado para realizar políticas públicas a través del CEPLAN.

## V. CONCLUSIONES

- La oferta gastronómica comercial en la ciudad de Chachapoyas se encuentra limitada a 134 establecimientos que brindan el servicio registrados, siendo la producción gastronómica de tipo tradicional o regional en mayor porcentaje en un rango nacional y en menor rango la internacional; la gastronomía tipo fusión es limitada. A esto se suma que existen limitaciones en cuanto a equipamiento, infraestructura y preparación de recurso humano para la prestación del servicio, lo cual representa un déficit en esta actividad.
- Las estrategias de políticas públicas identificadas están en relación esa la política N°18 que está relacionada con la competitiva, y fortalecimiento de la actividad económica, considerando que el turismo se ha convertido en una actividad importante en la ciudad de Chachapoyas y en la Región Amazonas en donde al 2020 se están involucrando emprendimientos y actores nuevos que buscan un beneficio sostenible.
- La política pública ha sido diseñada para el fortalecimiento de la actividad económica, teniendo en cuenta tres lineamientos que son: la planificación, generación de competencias y capacidades y la promoción que están orientadas a convertir en la región amazonas en un destino turístico competitivo.

## **VI. RECOMENDACIONES**

- Se recomienda al DIRCETUR y al Gobierno Local realizar diagnósticos permanentes sobre la actividad turística y la actividad gastronómica que les permita tener base para la propuesta de proyectos de desarrollo y políticas y contribuyan a la solución de problemas encontrados.
- Se recomienda al Gobierno Regional y Gobierno Local tener como base la política pública nacional N°18 de búsqueda de competitividad, productividad y fortalecimiento de la actividad económica para generar políticas regionales que contribuyan a desarrollar actividades productivas dentro de la región.
- Se recomienda al Gobierno Regional por intermedio del DIRCETUR tomar como modelo la propuesta planteada en esta investigación para desarrollar una política sectorial para el fortalecimiento de la competitividad gastronómica en la Región Amazonas.

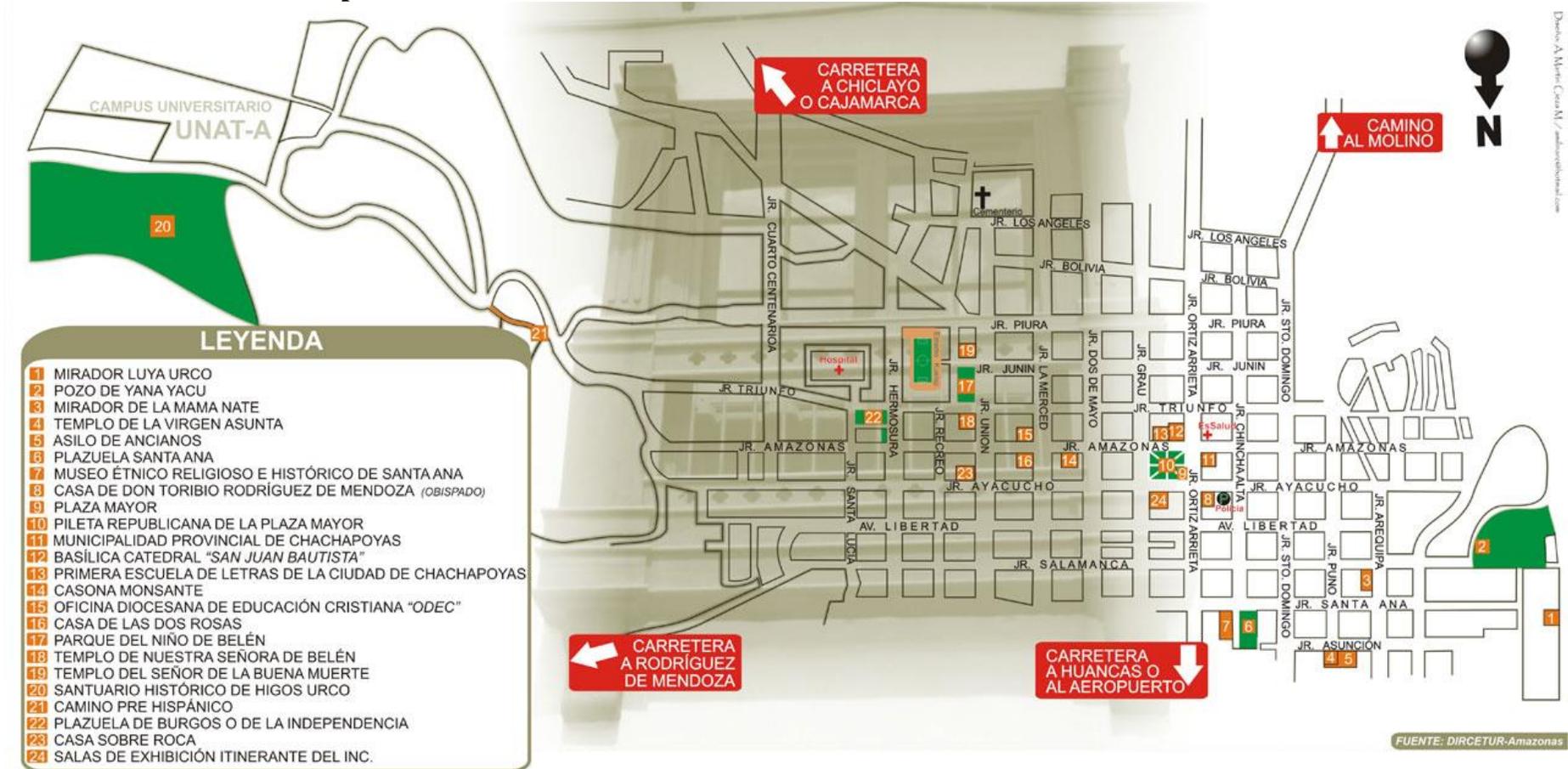
## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA

- Fernandez L., R. Z. (09 de julio de 2016). *Dialnet.unirioja.es*. Recuperado el 18 de julio de 2018, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5761082>
- Gonzales Romer, V. I., Timoteo Yovera, P. S., Vasquez Chavez, R. J., & Hao Wang, C. (2017). <http://repositorio.usil.edu.pe>. Recuperado el 22 de octubre de 2018, de [http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2850/1/2017\\_Gonzales\\_Introduccion-de-la-linea-gastronomica.pdf](http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2850/1/2017_Gonzales_Introduccion-de-la-linea-gastronomica.pdf)
- Hernández Rojas, R. D. (setiembre de 2015). <https://www.tdx.cat/discover?scope=%2F&query=fortalecimiento+de+la+competitividad+gastron%C3%B3mica&submit=&ocult=0&scope=%2F&rpp=10>. Recuperado el 23 de octubre de 2018, de <https://helvia.uco.es/xmlui/bitstream/handle/10396/13107/2015000001211.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Yoshimura Matsuki, Y. Y. (2012). *Tesis.pucp.edu.pe*. Recuperado el 22 de octubre de 2018, de [http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/4449/YOSHIMURA\\_MATSUKI\\_JENNY\\_INNOVACION\\_COCINA.pdf?sequence=1](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/4449/YOSHIMURA_MATSUKI_JENNY_INNOVACION_COCINA.pdf?sequence=1)

## VIII. ANEXOS

### Anexo 1. Paso 1: Delimitación del Problema Público.

#### Delimitación espacial



**Fuente:** Cloudforest Expeditions SRL - Tour Operador CTN - Kuelap

### Anexo 2. Relación de Establecimientos que Brindan Oferta Gastronómica en Chachapoyas al 2018

RELACION DE ESTABLECIEMIENTO D QUE BRINDANM OFERTA GASTRONÓMICA EN CHACHAPOYAS

DIRCETUR

BASE DE DATOS DE RESTAURANTES																				
Nº	Nº CONSTANCIA A	FECHA DE CONSTANCIA A	Nº DE RUC	NOMBRE O RAZON SOCIAL	NOMBRE COMERCIAL	REPRESENT ANTE LEGAL	DOMICILIO	DISTRITO	PROVINCIA	TELEFONO	FAX	Nº MESAS	Nº SILLAS	E_MAIL	WEB	LICENCIA MUNICIPAL	TIPO DE COMIDA	DECLARACI ON JURADA DIRCETUR	CONSTANCIA A	OBSERVACI ONES
1		15- Feb- 17	104110 35692	QALLARI X COFFEE & MARKET	QALLARI X COFFEE & MARKET	YURI I. PUICON ESPINOZ A	Jr. Amazonas Nº 504	Chachapoyas	Chachapoyas	9772 9343 6						52	Café - otros			
2			103340 07940	MASS BURGER	MASS BURGER	MARINA YSABEL MAS VIGIL VDA. DE TRIGOSO	Jr. Triunfo Nº 1051	Chachapoyas	Chachapoyas			11	44			86	Pastelería , Café y Regional	SI	NO	
3			103340 04347	ASUNCIO N VILLEGAS DE TORREJO N	BAR CAFÉ "LA PARED CAIDA"		Jr. Ayacucho Nº 799	Chachapoyas	Chachapoyas	041- 5023 23		12	48			547	Locales y/o Típicas	SI	SI	
4			103340 10576	MASS BURGER	CHICHAR RONERIA "KATY Y EDY"		Jr. Amazonas Nº 193 - C	Chachapoyas	Chachapoyas	041- 477 375		12	48			203	Regionale s	SI	SI	
5			103340 55863	WALTER OCAMPO CHAVEZ	CAFÉ RESTAUR ANT "Q RICO"		Jr. Dos de Mayo Nº 631	Chachapoyas	Chachapoyas	041- 4783 79		14	56			147	Nacionale s, Regionale s, Menu y Pollo a la Brasa	SI	SI	
6			103340 32502	ROMULO ALFONSO SILVA TIRADO	BAR RESTAUR ANT "EL PORTONC ITO"			Chachapoyas	Chachapoyas	041- 4774 14		20	80			5	Nacionale s, Regionale s, Pescados y	SI	SI	



15			103340 71656	ROSA MARLENY NECIOSU P TORREJO N	RESTAUR ANT PICANTE RIA "HEYDI"		Av. Libertad N° 970	Chachapoyas	Chachapoyas	9963 4946 4		16	70	<a href="mailto:leoncita.johcito@hotmail.com">leoncita.johcito@hotmail.com</a>		52	Nacionales, Regionales, Locales y/o Tipicas, Menu	SI	SI
16			104102 84842	MARIA DEL CARMEN CARRION ENCINA	RESTAUR ANT "SABOR NORTEÑO"		Av. Libertad N° 930	Chachapoyas	Chachapoyas	9419 8964 7		13	37			82	Nacionales, Regionales y Menu	SI	SI
17			103340 44616	VICTOR POEMAPE ABANTO	CEBICHE RIA RESTAUR ANT "DON CHAMO"		Av. Libertad N° 548	Chachapoyas	Chachapoyas	041- 4776 19		12	40			65	Nacionales, Menu, Pescados y Mariscos	SI	SI
18			103342 98235	MILAGRI TOS RODRIGU EZ DELGADO	RESTAUR ANT CEBICHE RIA "EL LIMON"		Jr. Ayacucho N° 325	Chachapoyas	Chachapoyas	041- 4772 01		15	60	<a href="mailto:milapierojuan@hotmail.com">milapierojuan@hotmail.com</a>		394	Pescados y Mariscos	SI	SI
19			104055 65876	JESUS MARILYN VELASQU EZ ALVARAD O	CAFÉ FUSIONES		Jr. Chincha Alta N° 445	Chachapoyas	Chachapoyas	041- 4791 70		4	16	<a href="mailto:cafe fusiones@hotmail.com">cafe fusiones@hotmail.com</a>		445	Café	SI	SI
20			204794 88275	COMERCI O INDUSTRI A Y SERVICIO S MULTIPL ES SAN JOSE EIRL	CAFÉ "SAN JOSE"	KRISHNA MURTI NORIEGA AGUILAR	Jr. Ayacucho N° 816	Chachapoyas	Chachapoyas	041- 4773 39		20	80	<a href="mailto:panaderiasanjosese816@hotmail.com">panaderiasanjosese816@hotmail.com</a>		15	Nacionales, Regionales, Locales y/oTipicas y Cafes	SI	SI
21			103340 39183	ROSA MERCEDES TORREJO N FARIAS	RESTAUR ANT "EL PAISITA"		Av. Libertad N° 928	Chachapoyas	Chachapoyas	9750 9374 1		17	50	-		62	Nacionales, Regionales, Locales y/o Tipicas, Menu y Pollo a la	SI	NO





35			103343 29131	Danny Gómez Vergaray	Carnes y Parrillas "La Tushpa"	...	Jr. Ortiz Arrieta Nº. 753	Chachapoyas	Chachapoyas	041 - 4774 71	...	18	80	<a href="mailto:vergaravgd@hotmail.com">vergaravgd@hotmail.com</a>	...	0000 068	Nacionales, Regionales, Carnes y Parrillas	SI	SI
36			103342 58241	Ivan Caro Aguilar	Restaurante Cevichería "El Chino"	...	Jr. Grau Nº 376	Chachapoyas	Chachapoyas	9431 2405 8	...	16	64	...	...	1759	Nacionales y Menú.	SI	NO
37			204806 35869	Inversiones Generales Amazonas E.I.R.L.	"Rikos Chicken II"	...	Jr. Ortiz Arrieta Nº 408	Chachapoyas	Chachapoyas	9419 2998 2/97 8125 151	...	17	68	...	...	En trámite	Pollo a la Brasa.	SI	NO
38			104012 36839	Marlyth Gallardo Zumaeta	Café Snack Tentaciones	...	Jr. Amazonas Nº 401	Chachapoyas	Chachapoyas	0417 9109 5/94 1897 295	...	9	36	...	...	1415	Regionales, Jugos y Cafes	SI	NO
39			101674 90170	Ricardo Nicolas Yaipen Ballena	Salon de Reuniones "La Reina"	...	Av. Ayacucho Nº 544	Chachapoyas	Chachapoyas	#730 824	...	12	50	...	...	En trámite	Regionales y Nacionales.	SI	NO
40			103340 25913	Doris Arana de Tejada	Bar Recreo Restaurante "La Peña"	...	Jr. Santo Domingo Nº 676	Chachapoyas	Chachapoyas	041- 4746 76	...	4	20	...	...	...	Regionales.		
41			104109 60929	Yolanda Angulo Chuimes	Restaurante Turístico "Los Maderos"	...	Prolongación Dos de Mayo Cuadra 14	Chachapoyas	Chachapoyas		...	30	70	...	...	...	Nacionales y Regionales.		
42			101886 41887	María Elena Nureña Castillo	Natures Center "New Eden"	...	Jr. Grau Nº 448	Chachapoyas	Chachapoyas	041 - 4786 64	...	15	60	<a href="mailto:grane327@hotmail.com">grane327@hotmail.com</a>	...	...	Vegetariana.	SI	NO
43			103340 12749	Elena del Carmen Huamán Wilca	La Rosa Náutica	...	Carretera salida a Chiclayo	Chachapoyas	Chachapoyas	041 - 7479 25	...	30	140	...	...	...	Nacionales y Regionales.	SI	NO
44			104365 96567	Jorge Llomy López Meléndez	Bar Restaurante "Los Guayacho	...	Jr. Higos Urco Nº 169	Chachapoyas	Chachapoyas	041 - 7931 42/9 5858	...	6	22	<a href="mailto:george25630@hotmail.com">george25630@hotmail.com</a>	...	...	Regionales y Menú.	SI	NO

					s"					7299				<a href="mailto:mail.com">mail.com</a>						
45			103342 92959	Herminio Acosta Vela	Café Burger "El Sanwucho n"	...	Jr. Amazonas Nro. 575	Chachapoyas	Chachapoyas	9791 6856 6	...	4	20	...	...	...	Hamburg uesas.	SI	NO	direccion #
46			103357 87515	Hilda Miryan Mejía Arteaga	Restauran t Cebichería "El Carajo"	...	Jr. Ortiz Arrieta N° 420	Chachapoyas	Chachapoyas	041 - 4790 45	...	30	200	<a href="mailto:carajohas69@hotmail.com">carajohas69@hotmail.com</a>	...	...	Nacionale s, Regionale s, Locales y/o tipicas, menú, pollo a la brasa y pescados y mariscos.	SI	NO	
47			103340 39183	Rosa Mercedes Torrejón Farias	Restauran t "El Paisita"	...	Av. Libertad N° 928	Chachapoyas	Chachapoyas	041 - 4778 11	...	17	50	...	...	...	Nacionale s, Regionale s, Locales y/o tipicas, menú y pollo a la brasa.	SI	NO	
48			103340 39612	Mara Gutiérrez Ledesma	Caldos Mara	...	Jr. Ayacucho N° 972 - 976	Chachapoyas	Chachapoyas	041 - 4785 73	...	9	27	...	...	...	Locales y/o Tipicas, Caldo de Gallina y Cafés.	SI	NO	
49			104438 70178	Jane Yulia Mori Culqui	Sabores del Perú Chicken Grill	...	Jr. Dos de mayo N° 321	Chachapoyas	Chachapoyas	041 - 4791 81	...	25	100	...	...	...	Nacionale s, Regionale s, Locales y/o Tipicas, Menú y Pollo a la Brasa.	SI	NO	
50			103340 76402	Ingrid Esperanz a Soto Cabredo	505 Pizza Bar	...	Jr. Dos de mayo N° 505	Chachapoyas	Chachapoyas	9419 5190 4	...	17	75	...	...	...	Pizzas.	SI	NO	

51			103343 15326	{	Restauran t Matalache	...	Jr. Ayacucho Nº 756	Chachapoyas	Chachapoyas	...	32	128	...	...	...	Nacionale s, Regionale s, Locales y/o Tipicas, Menú.	SI	NO	Cambio de razon social y dir
52			103381 32447	Ramiro Rivera López	Pollería Rocío	...	Jr. Ortiz Arrieta Nro. 748	Chachapoyas	Chachapoyas	041 - 4787 10	...	21	84	...	...	Pollos a la Brasa.	SI	NO	
53			103340 39230	Juvenal Silva Chávez	Mini Market y Pollos a la Brasa	...	Jr. Ortiz Arrieta Nº. 528	Chachapoyas	Chachapoyas	041 - 4771 74	...	28	112	...	...	Regionale s (*) y Pollo a la Brasa	SI	NO	
54			103340 32375	Sara Gómez Chuquimb alqui	Café Corazón de Jesús	...	Jr. Amazonas Nº. 931	Chachapoyas	Chachapoyas	...	4	8	...	...	...	Café y postres.	SI	NO	
55			103340 53356	Cruz Torres Mendoza	Restauran t "La Estancia"	...	Jr. Amazonas Nº. 861	Chachapoyas	Chachapoyas	9417 0747 7	...	10	40	<a href="mailto:jestancia@hotmail.com">jestancia@hot mail.com</a>	...	Nacionale s, Pizzas,Par rillas y Hamburg uesas	SI	NO	
56			104177 86231	Felipe Reyna Monteneg ro	Restauran t Cebicherí a "La Chinata"	...	Jr. Amazonas Nº. 520	Chachapoyas	Chachapoyas	9419 9462	...	7	28	...	...	Menú.	SI	NO	
57			103379 00084	Olga Garro Visaloth	Pollería IMOS	...	Jr. Ortiz Arrieta Nº. 392	Chachapoyas	Chachapoyas	9438 0907 5	...	30	120	...	...	Pollo a la Brasa	SI	NO	
58			204877 25367	Terra Mia Café S.A.C	Terra Mia Café	Liliana Muñoz Saavedra	Jr.Chincha Alta N° 557	Chachapoyas	Chachapoyas	4772 17	...	12	38	<a href="http://www.terra-miaca-fe.com.pe">www. terra miaca fe.co m.pe</a>	...	Internacio nale, Nacionale s, Regionale s y/o Tipicos	SI	NO	
59			103381 20376	Dilbert Puerta Salazar	Pollería "Mayrita"	...	Jr. 02 de Mayo Nro. 659	Chachapoyas	Chachapoyas	041- 7931 22/ #941 8705 68	...	12	48	...	...	Pollos a la Brasa	SI	NO	
60			104247	Yraida	Restauran	...	Jr.	Chachapoyas	Chachapoyas	9418	...	20	40	...	...	Nacionale	SI	NO	

			98318	Zalon Orosco	t Ingrid		Ayacucho N° 832			70950								s y Menú			
61			10334007788	Williams Salazar Perea	Toshos Bar Picantería	...	Jr. Unión N° 600	Chachapoyas	Chachapoyas	...	...	6	48	...	...	...		Nacionales	SI	NO	
62			10193376776	Rosario Burga de Tejada	Bodega Estefany	...	Jr. Tres Esquinas N° 173	Chachapoyas	Chachapoyas	...	...	3	8	...	...	...		Menú	SI	NO	
63			10424431503	Elita Ysabel Guevara Diaz	El Encanto de mi Tierra	...	Jr. Dos de Mayo N° 738	Chachapoyas	Chachapoyas	941804655	...	9	38	...	...	...		Nacionales, Regionales y/o Tipicos	SI	NO	
64			10459231167	Jhonatan Walker Noriega Alva	La Huisha Brava	...	Jr. Amazonas Cda. 4.	Chachapoyas	Chachapoyas	477366	...	16	64	...	...	...		Nacionales, regionales, locales y/o tipicas y menú.	SI	NO	
65			10334320249	Yolanda Becerril Torres	Restaurante Pollería 5 Sabores	...	Av. Libertad 1084	Chachapoyas	Chachapoyas	941902672	...	12	48	...	...			Menú y pollo a la brasa.	SI	NO	
66			10435911311	Fidel Maicelo Muñoz	Delicias Marinas	...	Jr. Grau N° 284	Chachapoyas	Chachapoyas	963916924	...			...	...				SI	NO	
67			10105877264	Jerson Vuelot Velayarce	Restaurante El encanto de mi tierra	...	Jr. La Libertad N°425	Chachapoyas	Chachapoyas	#957415821	...	8	32	...	...			Nacionales y Menú-Pensión	SI	NO	
68			10338141357	Rosario Yalta Huaman	Restaurante Polleria "Charito"	...	Jr. La Libertad N° 926	Chachapoyas	Chachapoyas	952090399	...	17	68	...	...	1799		Regionales y Menú-Pensión	SI	NO	
69				Jacinto Quispe Vilca	Restaurante San Antonio	...	Jr. Hermosura N° 365	Chachapoyas	Chachapoyas	041-479335	...	4	15	...	...			Platos Tipicos y Menú-Pensión	SI	NO	
70			10334091037	Lleny Consuelo Picon Cullampe	Cafè Restaurante Jenny	...	Jr. Salamanca N° 516	Chachapoyas	Chachapoyas	981894959	...	16	64	...	...			Platos Tipicos y Menú-Pensión	SI	NO	
71			20487476049	Maruja Sanchez Estela	Picanteria Marisqueria " Los Delfines"	...	Jr. Salamanca N° 834	Chachapoyas	Chachapoyas	950463790	...	9	36	...	...			Platos Marinos	SI	NO	

72			107004 68564	Daly Vargas Damacen	Cafè Karajja	...	Jr. Ayacucho Nº 713	Chachapoyas	Chachapoyas	041- 6302 21/9 4173 3383	...	6	24	...	...		pasteleria , café, regional	SI	NO	
73			104263 55391	Edgar Cueva Rojas	Egos Burger	...	Jr. Ayacucho Nº 1059	Chachapoyas	Chachapoyas	#943 8496 62	...	4	16	...	...	En trami te	Menú, Hamburg uesas y Nacionale s	SI	NO	
74			103343 28509	Eduar Picon Cullampe	Marisquer ia "El Olimpico"	...	Jr. Tres Esquinas Nº 187/ 177	Chachapoyas	Chachapoyas	#947 0218 59/ 9456 0962 9	...	12	54	...	...	<b>NO CUEN TA</b>	Pescados y Mariscos	SI	NO	<b>No tiene Lic. Mun</b>
75			104487 45070	Olinda Yhovana Inga Bobadilla	Amor a Mar Pescados y Mariscos	...	Jr. Unión Nº 700	Chachapoyas	Chachapoyas	#984 9640 78	...	6	24	...	...	En trami te	Pescados y Mariscos Regionale s, Menu, Pension	SI	NO	
76			101743 64988	Beti del Maestro Chamberg o	Restauran t Polleria Demchs	...	Jr. Unión Nº 515	Chachapoyas	Chachapoyas	9798 7180 9/97 9871 281	...	20	80	...	...	1645	Pescados y Mariscos Regionale s, Menu, Pension	SI	NO	
77			103372 78456	Rosario Rojas Chávez	Restauran t El Cajamarq uino	...	Jr. Amazonas Nº 566	Chachapoyas	Chachapoyas	9855 2383 2	...	15	60	...	...	1679	Regionale s, Menú, Pensión	SI	NO	
78			103343 07111	Carmen Trinidad Vigil Chuquimv alque	Café Restauran t "Señor de Gualamita "	...	Jr. Triunfo Nro. 581	Chachapoyas	Chachapoyas	9486 8522 1	...	27	72	...	...	986	Regionale s, Menú, Pensión, Pollos a la Brasa.	SI	NO	
79			104122 94624	Claudia Paola Carranza López	Restauran te "Romana"	...	Jr. Amazonas Nº 1091	Chachapoyas	Chachapoyas	0417 9589 0/47 7212	...	22	88	...	...	381	Regionale s, Menú, Pensión	SI	NO	
80			103340 39299	Verta Herrera Valdivia	Restauran te "Jehova es mi Pastor"	...	Jr. Triunfo Nº 758	Chachapoyas	Chachapoyas	9417 1779 4	...	24	36	...	...	1418	Regionale s, Menú, Pensión	SI	NO	
81			100854	Mario	Mistura	...	Jr. Puno	Chachapoyas	Chachapoyas	9781	...	15	60	<a href="#">mistu</a>	...	En	Pescados	SI	NO	

			62453	Yldefonso Torrejon Arellanos	Urco		Nº 325			21875				<a href="mailto:raurco@hotmail.com">raurco@hotmail.com</a>		tramite	y Mariscos.				
82			20538923291	Inversiones El Batan del Tayta S.A.C.	El Batan del Tayta	Nelson David Sánchez Contreras	Jr. La Merced Nº 604	Chachapoyas	Chachapoyas	959865539	...		30	120	<a href="mailto:davidssc9@hotmail.com">davidssc9@hotmail.com</a>	En tramite	Platos a la Carta, Regionales y Menú	SI	NO		
83			10470316948	Kelly Marlith Rojas Guiop	Restauran t "R & G"		Jr. Alonso de Alvarado S/N	La Jalca	Chachapoyas	974829399/978786810			6	24	-		007-2013	Menu, Regional	SI	NO	
84			10338041166	Maria Mori Ruiz	Bodega Restauran t "Mary"		Calle 1 (Avenida Celendín) S/N, Yerbabuena	La Jalca	Chachapoyas				4	16			11	Menu, egional	SI	NO	
85			10334186003	Nely Chuquizuta Alva Vda. De Escobedo	Restauran t Polleria "Karlita"	...	Jr. Sucre Nº 209	Leymebamba	Chachapoyas	041 - 830105/830104	...	4	40	...	...	no tiene	Nacionales, menú, Regionales y/o Tipicas.	SI	NO		
86			10334066652	Luis Alfredo Chuquimbalqui Pita	Tushpa Rume Restauran t	...	Jr. 16 de Julio Nº 712	Leymebamba	Chachapoyas		...	7	40	...	...	0005-2008	Nacionales, menú, Regionales y/o Tipicas.	SI	SI		
87			10092986913	Ascelina Tafur Vega	Retsurant Turístico "Cely"	...	Jr. La Verdad Nº 530	Leymebamba	Chachapoyas	041 - 830140	...	12	40	...	...	no tiene	Nacionales, Regiónales y/o Tipicas y Pizzas.	SI	NO		
88			10189809579	Olga Esther Chávez Chacon	Restauran t "El Oriente"	...	Jr. 16 de julio Nº 849	Leymebamba	Chachapoyas	041 - 830105/830104	...	7	24	...	...	no tiene	Regionales y/o Tipicas y Menu.	SI	NO		
89			10334182521	Lidia Rosa Zegarra Vega	Pollos a la Brasa "Mi Reyli"	...	Jr. Bolivar Nº 514	Leymebamba	Chachapoyas	...	...	10	32	...	...	no tiene	Regionales (*), Menú y Pollo a la Brasa	SI	NO		

90			104110 39213	Doris Presila Mendoza Goigochea	Restauran te "El Mishqui"	...	Jr. Austria N° S/N San Miguel	Leymebamba	Chachapoyas	9526 9347 4	...	8	36	...	...	004- 2011	Regionale s y Menú- Pensiòn	SI	NO	
91			103341 85066	Julio Mayer Zumaeta Diaz	Restauran te "La Casona de Leymeba mba"		Jr. Amazonas N° 221	Leymebamba	Chachapoyas	041- 8301 06		10	42			049- 2013	Regionale s, Carta	SI	NO	
92			103340 60115	José Wilson Vargas Tafur	Bar Restauran te "El Mirador"	...	Jr. Amazonas N° 709	Molinopampa	Chachapoyas	...	...	8	40	...	...	...	Nacionale s, Menú, Regionale s y/o Típicas.	SI	NO	
93			103342 26099	Mario Alberto Santillán Mori	Restauran t Hospedaj e "Bettos"	...	Jr. Independ encia N° 785	Molinopampa	Chachapoyas	...	...	10	40	...	...	...	Nacionale s, Menú, Regionale s y/o Típicas.	SI	NO	
94			103342 29721	Desiderio Cruz Rojas	Hostal Restauran t y Transport es "Cristo de Bagazan"	...	Av. 5 de Febrero N° 350	Molinopampa	Chachapoyas	...	...	12	40	...	...	...	Locales y/o Típicas, Regionale s y Menú	SI	NO	
95			104629 69959	Gimy Gaby Chavez Rojas	Restauran te La Terraza		Jr. Ortiz Arrieta N° 356	Chachapoyas	Chachapoyas	9418 2033 2		10	40			1762	Menu, Regional	SI	NO	
96			103343 06718	Katy Saavedra Vargas	Restauran t "Nahomy"		Jr. Ortiz Arrieta N° 777	Chachapoyas	Chachapoyas	9419 6171 7		8	35			1668	Menu, Regional	SI	NO	
97			103340 61766	Angel Ernesto Ocampo Tuesta	Restauran t "Nany"		Jr. Chincha Alta N° 550	Chachapoyas	Chachapoyas	9808 8417 6/ #948 4634 94/ 9943 4663 4		10	48			NO CUEN TA	Menu, Regional	SI	NO	No tiene Lic. Mun
98			103356 37637	Marihza Vasquez Rojas	Restauran te "La Pradera"	Humberto Servan Santillán	Jr. Sociego N° 357	Chachapoyas	Chachapoyas			12	48			1437	Regional.	NO	NO	
99			205611 61926	El Paraiso de las	Restauran te "El		Jr. Chincha	Chachapoyas	Chachapoyas	9660 1307		20	85			044- 2014	Pizzas, Menu, a la	SI	NO	

				Pizzas Restaurant Eirl	Paraiso de las Pizzas"		Alta N° 347			8/966642510						Carta.			
100			10423569510	Claudia Magoya Perez Panduro	Café Restaurante "Monte Cristo"		Jr. Dos de Mayo N° 787	Chachapoyas	Chachapoyas	041-477327/992550886	8	25				1937	Gourmet, Menu, Criollo	SI	NO
101			17434517150	Yoni Urteaga Sol Sol	Restaurante "Sabor Chotano"		Av. Libertad N° 451	Chachapoyas	Chachapoyas	951614158/#996483107	6	30				536	Menú, Regional.	SI	NO
102			10448429976	Lucila Muñoz Trigoso	Restaurante Marisquería "Lucy"		Av. Salamanca N° 797	Chachapoyas	Chachapoyas	#964885467	5	22				1825	Menú, Mariscos.	SI	NO
103			20538956385	Inversiones Corralito S.A.C.	Pollería "Corralito"	Gilmer Horna Corrales	Av. San Juan de la Frontera de los Chachapoyas S/N	Chachapoyas	Chachapoyas	041-477408/975366812	33	132	<a href="mailto:personal@polleriacorrallito.com.pe">personal@polleriacorrallito.com.pe</a>	<a href="http://www.polleriacorrallito.com.pe">www.polleriacorrallito.com.pe</a>		1960	Pollos y Parrillas	SI	NO
104			10339592069	Segundo Adalberto Huayamis Portocarrero	Pollos y Parrillas "Huayas"		Jr. Ortiz Arrieta Nro. 365	Chachapoyas	Chachapoyas	#966032687	12	40				1862	Pollo a la Brasa.	SI	NO
105			10334305207	Angelica Poquioma Guimac	"Encuentros" Polleria Café		Jr. Amazonas Nro. 717	Chachapoyas	Chachapoyas	971934464/#968114629	10	35				1633	Alitas Broaster, Cafetería	SI	NO
106			10108132448	Maria Esperanza Huaman Huaman	Restaurante "El Rincon del Sabor"		Jr. Ortiz Arrieta Nro. 787	Chachapoyas	Chachapoyas	945851812	8	32				1964	Menu	SI	NO
107			10334328525	Jenny Consuelo Gonzales Rojas	Café Restaurante "July's"		Av. Libertad Nro. 694	Chachapoyas	Chachapoyas	941884321	7	28				1476	Menu	SI	NO
108			10277116958	Patricia Montoya Vela	Marisquería "Campomar"		Jr. Salamanca Nro. 570	Chachapoyas	Chachapoyas	#975202115	15	60				1966	Mariscos, Ceviche	SI	NO

109			104709 47701	Karina Ayala Pulce	Pollería "Dermax Chicken"		Av. Salamanc a Cda. 8	Chachapoyas	Chachapoyas	#951 8698 57/ 9739 2484 3		4	16			1662	Pollos a la Brasa	SI	NO
110			104205 65793	Ursula Beatriz Montes Chuquipa	Bar Restauran t Campestr e "El Paraiso"		Av. Aeropuert o Nro. 163	Chachapoyas	Chachapoyas	#941 8989 99/ #369 377		15	60			21	Regional, a la Carta.	SI	NO
111			100608 45277	Marleni del Socorro Ramos Chuquimb alqui	Restauran t "El 10 Chacha Club"		Jr. Hermosur a Nro. 441	Chachapoyas	Chachapoyas	#949 5158 42/ *4655 29		7	28			1976	Ceviches, Mariscos, Regional.	SI	NO
112			104659 28994	Richard Martin Trigoso Acosta	Recreo Campestr e "Los Rosales"		Psje. Los Rosales Cda. 03	Chachapoyas	Chachapoyas	9514 3043 2		20	100			1525	Regional, Carta	SI	NO
113			103340 64064	Nelly Ysabel Zubiate Torrejon	Pollería "Alitas de la Tía Nelly"		Jr. Amazonas Nro. 684	Chachapoyas	Chachapoyas	041- 4785 16		10	45			188	Alitas roaster	SI	NO
114			104172 66815	Alexander Chavez Sanchez	"Costa Azul" Cevicherí a restauran t		Jr. Salamanc a Nro. 140	Chachapoyas	Chachapoyas	9474 9839 9/ *0275 95		15	60			1971	Ceviches, mariscos.	SI	NO
115			102739 81883	Sheila Elza Vega Montes	Bar Restauran t "El Algarrobo "		Jr. Ayacucho Nro. 613	Chachapoyas	Chachapoyas	9726 0677 0		7	30			2008	Caldos, ceviche, menu.	SI	NO
116			100602 22199	Nelly Angelica Arriola Mori	Restauran t "Gustitos y Sabores Burgos"		Jr. Triunfo Nro. 447	Chachapoyas	Chachapoyas			5	20			1836	Menú.	SI	NO
117			104044 63077	Juana Reap Mori	Restauran t "Las Orquideas "		Jr. Santo Domingo Nro. 380	Chachapoyas	Chachapoyas	#973 8867 28		8	32			1907	Menú.	SI	NO

118			103340 16582	Floriselda Mercedes Herrera Tuesta	Pollería "El Buen Sabor"	Jr. Sosiego Nro. 148	Chachapoyas	Chachapoyas	041-3124 37/ #220 829		8	32			493	Pollos a la Brasa y Broaster	SI	NO	
119			103342 92083	Maria Isabel Mestanza Zabaleta	"El Carbón" Parrilladas Pub Restaurant	Jr. Amazonas Nro. 1121	Chachapoyas	Chachapoyas	9780 7507 0/ *6303 85		12	50			1563	Parrillas, Pollo a la Brasa, Pizza.	SI	NO	
120			103343 12335	Aristoteles Chuquipio Mori	Bar Restaurant "El Infiernillo"	Calle Pucacruz S/N, El Molino	El Molino	Chachapoyas	9418 2269 0		10	45			1063	Regional, a la Carta.	SI	NO	
121			101042 95458	Teresa de Jesús Hernandez Bustamante	Café Restobar "Techys"	Jr. Ortiz Arrieta Nro. 792	Chachapoyas	Chachapoyas	#941 8959 62		10	45			NO CUENTA	Menú, Regional.	SI	NO	No tiene Lic. Mun
122			103340 64129	Delfina Victoria Jimenez de Mori	Café Restaurant "El Batán"	Jr. Grau Nro. 750	Chachapoyas	Chachapoyas	9419 7230 4		10	40			NO CUENTA	Menú, Regional.	SI	NO	No tiene Lic. Mun
123			102248 39061	Melida Eudocia Ayra Claudio	Cevichería Restaurant "Melimar"	Jr. Grau Nro. 1019	Chachapoyas	Chachapoyas	9951 7360 3		20	80			NO CUENTA	Ceviches, Mariscos	SI	NO	No tiene Lic. Mun
124			104263 55391	Edgar Cueva Rojas	Restaurant "Secretos Marinos"	Jr. Union Nro. 816	Chachapoyas	Chachapoyas	9438 4966 2		10	25			NO CUENTA	Ceviches, Mariscos	SI	NO	No tiene Lic. Mun
125			204797 69797	Tortas y Decoraciones Artesanales Arcoiris E.I.R.L.	"D'Carment" Restaurant, jugos, comida al paso	Jr. Recreo Nro. 375	Chachapoyas	Chachapoyas	9474 9803 6		8	25			NO CUENTA	Menú, Regional, Comida al Paso.	SI	NO	No tiene Lic. Mun
126			103343 06866	Vilma Cruz Gongora	Restaurant & Grill "Misky Mikuy"	Jr. Hermosura N° 622	Chachapoyas	Chachapoyas	9419 0326 5		10	50			NO CUENTA	Menu, Regional.	SI	NO	No tiene Lic. Mun
127			104689	Luz	Juguería	Jr. La	Chachapoyas	Chachapoyas	9915		3	15			NO	Jugos,	SI	NO	No tiene



## **Encuesta a Clientes sobre la Oferta Gastronómica de la Ciudad de Chachapoyas**

Edad: ..... Sexo: ..... Procedencia: .....

1. ¿Qué tipo de establecimiento acude para consumir alimentos?

Restaurante  Rest. Parrillas  Cevichería  Pollería  Chifa  Pizzeria

Cafetería  Rest. Comida Típica

Otros .....

2. ¿Por qué motivo acude a los restaurantes?

Por la necesidad de alimentación  por recreación  por compartir con amistades

Otros .....

3. Su opinión sobre la oferta gastronómica en la ciudad de Chachapoyas es:

Muy variada  Variada  Regularmente variada  Poco variada  Nada variada

4. En la oferta gastronómica prima la:

Internacional  Nacional  Regional  Otros .....

5. ¿Cómo le parece la infraestructura de los restaurantes?

Mala  Buena  Regular  Excelente

¿Por qué?.....

6. ¿Cómo le parece la atención hacia los clientes?

Mala  Buena  Regular  Excelente

¿Por qué?.....

7. ¿Qué le parece el horario de atención al público?

Mala  Buena  Regular  Excelente

¿Por qué?.....

8. ¿Qué le gustaría además de comidas y bebidas encontrar en los restaurantes?

Servicio de Wifi  Recargas a celular  Juegos/entretenimiento infantil  Shows

Tomacorriente para celular/PC/Tableta

Otros .....

9. ¿Qué debe tener un restaurante para que le interese comprar sus servicios?

Buena infraestructura  Excelente higiene  La calidad de sus productos  El precio

Excelente servicio y personal

10. ¿Cuál cree usted que es el secreto para que un restaurante sea conocido y se mantenga en funcionamiento?

El personal y su servicio  Su ubicación  La calidad y la variedad de la carta

Su recomendación

11. ¿Qué se debería hacer para mejorar la oferta gastronómica en la ciudad de chachapoyas?

.....  
 .....  
 .....

## **Encuesta a Propietarios de establecimientos que brindan servicios de alimentación**

1. Tipo de establecimiento según su oferta gastronómica.

Restaurante  Cevichería  Pollería  Chifa  Pizzería  Cafetería   
Otros .....

2. Se encuentra categorizado por DIRCETUR

Si  No

3. Año en el que se registró en el DIRCETUR.

.....

4. Tiempo de funcionamiento.

1 año  2 años  3 años  4 años  5 a 10 años  10 a mas años

5. Tipo de oferta gastronómica que brinda.

Platos a la carta  Regional  Internacional  Menú  Local   
Otros .....

6. ¿Cuáles son sus productos bandera?

.....

7. ¿Por qué cree que es su producto bandera?

.....

.....

8. De su línea de productos cuáles son sus productos que tienen menos rotación.

.....

.....

9. ¿Por qué cree que tienen menos rotación?

Por el costo elevado  Por la peculiaridad del plato  Por la ubicación en la carta   
Otros .....

10. ¿Cuál es su opinión sobre la oferta gastronómica de la Ciudad de Chachapoyas?

Buena  Mala  Regular

¿Porqué?.....

11. ¿Cuáles son las fortalezas de la oferta gastronómica?

.....

.....

12. ¿Cuáles son las debilidades de la oferta gastronómica?

.....

.....

13. ¿Qué se debería hacer para fortalecer la oferta gastronómica como parte del servicio turístico de la ciudad de chachapoyas?

.....

.....