El sector empresarial y emprendimiento en la región Amazonas, Perú

Alex Javier Sánchez Pantaleón
Omer Cruz Caro
Rosa Ysabel Bazán Valque
Fernando Rogelio Sánchez Altamirano
Edinson Cueva Vega

ColloQUIUM
Editorial - Centro de Formación

Alex Javier Sánchez Pantaleón
Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza.
https://orcid.org/0000-0001-5708-272x
alex.sanchez@untrm.edu.pe
Economista por la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, con grado de Maestro en Gestión Pública y candidato a Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad por la Universidad Cesar Vallejo, docente de la Escuela Profesional de Economía y Coordinador del programa de Centro de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial del Instituto de Investigación de Economía y Desarrollo (IDED) de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas (UNTRM), con amplia experiencia en docencia universitaria en pregrado y posgrado.

Omer Cruz Caro
Instituto de Investigación de Economía y Desarrollo
https://orcid.org/0000-0001-5664-3222
omer.cruz@untrm.edu.pe,
Ingeniero Agroindustrial por la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, egresado de la Maestría en Ingeniería con Mención en Dirección y Gestión de Proyectos de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI, especialista del Programa de Investigación del Centro de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial del Instituto de Investigación de Economía y Desarrollo (IDED) de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas con experiencia en formulación de proyectos y planes de negocio.

Dra. Rosa Ysabel Bazán Valque
Gestión Pública y Gobernabilidad
Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas
https://orcid.org/0000-0002-1674-6136
https://scholar.google.es/citations?hl=es&pli=1&user=klj2ct4AAAAJ
rosa.bazan@untrm.edu.pe
PhD en Programa de Postdoctorado en Ética, Responsabilidad Social y Derechos Humanos con mención en Investigación, Proyectos de Desarrollo Social y Sostenible, Doctora en Gestión Pública y Gobernabilidad, Magister con Mención en Docencia y Gestión Educativa, licenciada en Administración y Licenciada en Educación como Profesora del Nivel Secundaria con Especialidad en Matemática, docente por más de 25 años de Educación básica regular- nivel secundario, Coordinadora Regional (11 años aproximadamente) de la Universidad Particular Cesar Vallejo, en la Región Amazonas. Ponente a nivel local, regional y nacional en temas de liderazgo y habilidades blandas. Ocupe la Dirección de la Escuela Profesional de Economía-FACEA-UNTRM 2019-2020. Docente adscrita al Departamento Académico de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas. Perú.

Fernando Rogelio Sánchez Altamirano
Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza – Amazonas
https://orcid.org/0000-0002-9233-3288
rogelio.sanchez@untrm.edu.pe
Licenciado en Administración de Empresas por la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo de Lambayeque. Magister en Administración de Negocios y candidato a Doctor en Administración por la Universidad Nacional de Trujillo. Docente nombrado en la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas. Colaborador del Programa de Centro de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial del Instituto de Investigación de Economía y Desarrollo (IDED) de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas (UNTRM). Amplia experiencia en docencia universitaria, con un enfoque en lineamientos estratégicos y en Gestión de PYMEs (Pequeñas y Medianas Empresas).

Edinson Cueva Vega
Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza.
https://orcid.org/0000-0001-5102-7594
edinson.cueva@untrm.edu.pe
Economista con estudios de Maestría en Economía y mención en Gestión Pública y Desarrollo Local por la Universidad Nacional de Trujillo. Especialista en desarrollo local con enfoque territorial, con experiencia en el sector privado, público y en la Cooperación internacional; se desempeñó como docente universitario, consultor y asesor financiero en el manejo del sistema presupuestal del Gobierno Regional y Gobiernos Locales, asesor en instituciones, programas y proyectos vinculados a desarrollo económico y social, actualmente es Decano del Colegio de Economistas de Amazonas y es Director Ejecutivo e Investigador del Instituto de Investigación Economía y Desarrollo – IDED, de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas.

El sector empresarial y emprendimiento en la región Amazonas, Perú

Alex Javier Sánchez Pantaleón
Omer Cruz Caro
Rosa Ysabel Bazán Valque
Fernando Rogelio Sánchez Altamirano
Edinson Cueva Vega

ColloQUIUM
Editorial - Centro de Formación

El sector empresarial y emprendimiento
en la región Amazonas, Perú

Alex Javier Sánchez Pantaleón
Omer Cruz Caro
Rosa Ysabel Bazán Valque
Fernando Rogelio Sánchez Altamirano
Edinson Cueva Vega

Editado por Colloquium
ISBN: 978-9942-600-20-2
Primera edición 2022

La obra fuer revisada por pares académicos antes de su proceso editorial, en caso de requerir certificación debe solicitarla a: sbores@colloquium-editorial.com.

Quedan rigurosamente prohibidas, bajo las sanciones en las leyes, la producción o almacenamiento total o parcial de la presente publicación, incluyendo el diseño de la portada, así como la transmisión de la misma por cualquiera de sus medios, tanto si es electrónico, como químico, mecánico, óptico, de grabación o bien de fotocopia, sin la autorización de los titulares del copyright.

Ecuador 2022

Contenido

INTRODUCCIÓN.....8

CAPÍTULO I.....10

1.1.Estructura empresarial 11
1.2.Micro y pequeña empresa.....11
1.3.Mypes en la región Amazonas.....13
1.4.Producción artesanal.....20
1.5.Turismo en la Región Amazonas.....25

CAPÍTULO II.....41

2.1. Negocios y emprendimientos en la región.....42
2.2. Cooperativas y Asociaciones en la región Amazonas.....42
2.3. Hoteles y hospedaje en la región Amazonas.....56
2.4. Recreos campestres, restaurantes y cafés Bar en la región Amazonas.....66
2.5. Negocios en el rubro del comercio en la región Amazonas.....80

CAPÍTULO III.....95

3.1. Fondos y programas de apoyo a los emprendedores.....96
3.2. Fondos concursables.....101
3.3. Instituciones que apoyan el emprendimiento en la Región Amazonas.....110

CAPÍTULO IV.....118

4.1. Tasa de empleo.....119
4.2. Porcentaje de la población económicamente activa, según el nivel de educación.....126
4.3. Porcentaje de la población económicamente activa ocupada, según tamaño de la empresa.....129
4.4. Porcentaje de la población económicamente activa ocupada, según ramas de actividad.....131
4.5. Porcentaje de la población económicamente activa, según categoría ocupacional.....138

CAPÍTULO V.....143

5.1. Mercados de abasto en la región de Amazonas.....144
5.2. Tipos de mercados de abastos en la región Amazonas.....147
5.3. Acondicionamiento de los mercados de abasto.....147
5.4. Caso del Mercado de la Parada Bagua Grande.....150
5.5. Análisis de los mercados de abasto en la región Amazonas: caso La Parada Municipal, Bagua Grande.....156

CAPÍTULO VI.....161

6.1. Impacto del COVID-19 en las empresas de la Región Amazonas…….162

REFLEXIONES FINALES…….165

BIBLIOGRAFÍA…….166

INTRODUCCIÓN

El Instituto de Investigación de Economía y Desarrollo (IDED) de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas (FACEA) de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas (UNTRM-A) es el ente que genera conocimientos con carácter científico. Tiene por finalidad contribuir al avance de las ciencias sociales, mejorar la enseñanza e impulsar el desarrollo local, regional y nacional.

El equipo de trabajo del Programa de Centro de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial, que es uno de los cuatro programas de investigación del IDED, ha plasmado en el presente estudio las principales estadísticas y análisis del sector empresarial, el emprendimiento y los mercados de la región Amazonas apoyándose de estadísticas oficiales del Instituto de Estadísticas e Informática (INEI), Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), Ministerio de la Producción, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) entre otras. Asimismo, se recogió información de fuentes primarias como encuestas y entrevista para reforzar la información de las otras fuentes secundarias y para conocer la realidad del contexto actual de la Pandemia COVID-19 de la región Amazonas.

El sector empresarial en la región Amazonas es una fuente de empleo e ingreso para las familias y está constituida en su mayoría por micro y pequeñas empresas (Mypes) en diferentes rubros de operatividad en las siete provincias que conforma la región de Amazonas, por lo que se hace necesario explorar más sus características, estructura y comportamiento para seguir contribuyendo a su crecimiento y consolidación.

El apoyo a las Mypes en el país está tomando más interés desde las diferentes áreas competentes del Estado ya sea a través del Ministerio de la Producción y sus instituciones descentralizadas, así como también del Ministerio de Agricultura y Riego. Dichos programas se están impulsando para ayudar directamente ya sea en el tema de la formalización y constitución, así como también el acompañamiento de las Mypes y sacando a ferias locales y nacionales para hacerlos conocidos. Estas políticas y programas de apoyo directo hacia los emprendedores hacen que el empleo formal crezca en nuestra región, fortalece la inversión, la innovación y la competitividad a favor de los Mypes con el objetivo de buscar el bienestar social.

El presente estudio se centra principalmente en describir el sector empresarial, el emprendimiento, el empleo y los mercados de la región Amazonas. Para el cual se está estructurando en seis capítulos: la primera parte se describe a la Micro y pequeña empresa,

dedicadas a la producción artesanal y turística de la región Amazonas presentando principales indicadores para hacer un análisis a detalle. La segunda parte se describe los negocios y emprendimientos en la región Amazonas. La tercera parte se describe los fondos y programas de apoyo a favor de los emprendedores y las instituciones públicas que apoyan en la formalización, asesoramiento técnico a Mypes en la región Amazonas. La cuarta parte se describe la tasa de empleo formal y la evolución de la informalidad en la región. La quinta parte se describe los mercados en la región Amazonas y sus principales indicadores estadísticos. Finalmente se describe el contexto del Covid 19 y sus efectos económicos en el sector empresarial de la región Amazonas. Finalmente se presenta las reflexiones junto con la base bibliográfica que ayudaron a desarrollo del trabajo.

La región Amazonas, lugar donde se centra el presente estudio, tiene una superficie de 39 249 km2, está ubicado en la parte nororiental del Perú, abarcando zonas de sierra, selva alta y selva baja. Limita al norte con Ecuador; al este con Loreto, al sur con La Libertad, al sureste con San Martín y al oeste con Cajamarca. Cuenta con 7 provincias (Condorcanqui, Bagua, Bongará, Utcubamba, Luya, Rodríguez de Mendoza y Chachapoyas) y 84 distritos. Su capital es la provincia de Chachapoyas que se encuentra a una altura de 2 334 m.s.n.m.

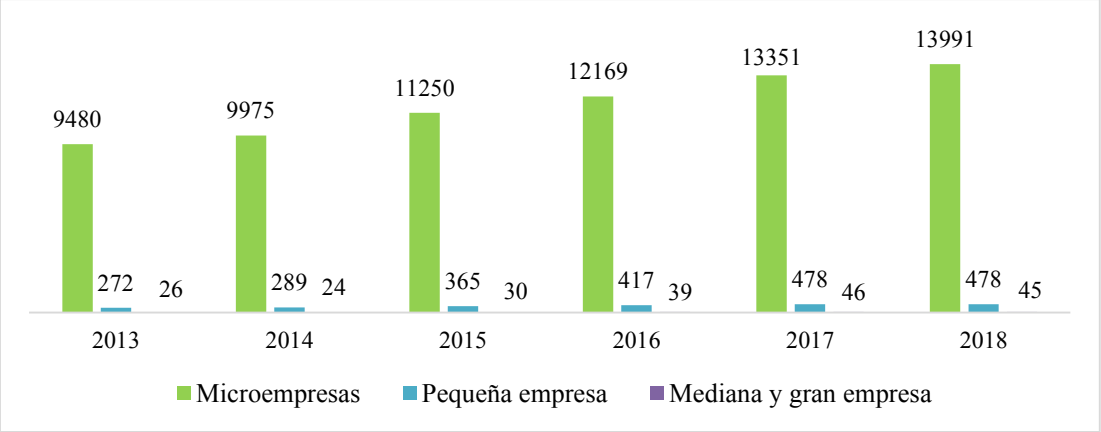
CAPÍTULO I

EMPRESAS Y TURISMO EN LA REGIÓN AMAZONAS, PERÚ

1.1. Estructura empresarial

La estructura empresarial se refiere al conjunto de empresas que están activas en la región Amazonas que pertenecen a distintos rubros y tamaños como micro, pequeñas, medianas y grandes empresas.

Estructura empresarial en la región Amazonas



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas – Estructura empresarial 2018.

El sector empresarial de la región Amazonas, está conformada en mayor proporción por microempresas seguido por pequeñas empresas, por último, la mediana y gran empresa. Estas características son comunes en todas las regiones del Perú.

1.2. Micro y Pequeña Empresa

De acuerdo a la ley Nº 28015 ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa, se menciona que una micro y pequeña empresa (MYPE) es una unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción comercialización de bienes o prestación de servicios (InfoPublic, 2021, párr. 2).

La Micro y Pequeña empresa (Mype), es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, que genera rentas de 3º categoría conforme a la Ley del Impuesto a la Renta, con finalidad lucrativa. El cual tiene por objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, 2021).

En el Perú, se utiliza la palabra Mype para hacer referencia a las micro y pequeñas empresas. Éstas son consideradas fundamentales dentro de la economía del Perú, ya que representan más del 95% de las empresas peruanas y son generadoras alrededor del 85% del empleo en el país (Encuesta Nacional de Hogares [ENAHO], 2019).

1.2.1. Ámbito de Ley para Mype

- Comprende a las personas naturales con negocio (empresas unipersonales), E.I.R.L. o cualquiera de las formas asociativas o societarias previstas por la Ley General de Sociedades (S.A., S.A.C., SACS, S.R.L.); incluidas las cooperativas y otras modalidades autogestionarias, que cuenten al menos con un trabajador y se encuentren inscritas en el Registro Nacional de la MYPE - REMYPE.
- No comprende a las personas naturales sin negocio (que en ejercicio de individual de cualquier profesión, arte o ciencia u oficio emitan recibos por honorarios), asociaciones, fundaciones, comités.
- Actividades económicas excluidas: los rubros de bares, juegos de azar, discotecas y otros afines a determinarse por Ley. (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, 2021).

1.2.2. Nueva caracterización de la Mype

En el Perú de acuerdo a la Ley Nº 30056, menciona la nueva caracterización de una Mype:

Condición	**VENTAS ANUALES** **U.I.T. - S/. 4,400***
Micro Empresa	Hasta 150 UIT (S/. 660,000)
Pequeña Empresa	Hasta 1,700 UIT (S/. 7’480,000).
Mediana Empresa	Superiores a 1,700 UIT, hasta el máximo de 2,300 UIT (S/. 10’120,000)

- Valor de la U.I.T. considerado para el año 2021 en Perú.

Fuente: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo - Nueva Caracterización Mype.

Se reconoce la gran importancia del sector empresarial privado para el desarrollo económico de la región Amazonas y de todo el Perú. Las empresas en sus distintas categorías, clasificaciones o tamaño generan cada año millones de puestos laborales que

se traducen en ingresos económicos para las familias que les permite tener el sustento diario y mejorar su calidad de vida.

En la región Amazonas como a nivel de todo el Perú todavía hay un alto índice de informalidad de las empresas, el empleo y otros problemas que afectan los ingresos del Estado, el orden y el control de la economía. Es por ello que se viene desarrollando estrategias para formalizar e impulsar el sector empresarial que se detallaran posteriormente.

Las micro empresas son la mayor proporción de las empresas en la región Amazonas y en el Perú, la mayoría de ellas familiares y de autoempleo pero de gran importancia ya que ayudan a dinamizar la economía a un ritmo positivo.

1.3. Mypes en la región Amazonas

1.3.1. Micro y Pequeñas Empresas Agropecuarias

Las Mypes agropecuarias que se registraron en las municipalidades de acuerdo al INEI desde el 2008 al 2017, se describe:

Año	Región Amazonas	A nivel Nacional
2008	5	1470
2009	2	2273
2010	12	1839
2011	25	3378
2012	63	3580
2013	45	3428
2014	96	3285
2015	44	1812
2016	40	3827
2017	16	5228

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) - Registro Nacional de Municipalidades (RENAMU).

Las Mypes agropecuarias en la región Amazonas de acuerdo a las municipalidades que registraron se observa que fue variando de acuerdo a los años, es así que en el año 2008 se reportan solo 5 Mypes agropecuarias disminuyendo a 2 al siguiente año; después se observa un aumento considerable para los siguientes años, es ahí que se observa que en el 2014 se llegó a reportar 96 Mypes, para después tener una tendencia negativa llegando al 2017 con el registro de 16 Mypes agropecuarias. Comportamiento diferente a nivel nacional donde se observa un incremento considerable de registro de Mypes

agropecuarias, pasando del 2008 de 1470 al año 2017 con un total de 5228. Asimismo, se aclara que los datos registrados pueden variar con la realidad ya que existe un alto índice de informalidad tanto en Amazonas como en todo el Perú (más del 70%).

1.3.2. Micro y Pequeñas Empresas de alimentos y bebidas

Las Mypes de alimentos y bebidas que se registraron en las municipalidades de acuerdo al INEI, se describe de acuerdo a los años del 2003 al 2017:

Año	Región Amazonas	A nivel Nacional
2003	3	12843
2004	13	4799
2005	13	11774
2007	243	19371
2008	6	10931
2009	20	9405
2010	28	10126
2011	34	14990
2012	75	16090
2013	114	13087
2014	120	11623
2015	164	11200
2016	167	13718
2017	25	12003

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Registro Nacional de Municipalidades (RENAMU).

Las Mypes de alimentos y bebidas en la región Amazonas, ha tenido un aumento considerable en los últimos años pasando del registro de 13 Mypes en el año 2005 a 243 Mypes en el año 2007 presentando una variación de 97.5% para el siguiente año 2008. Para los siguientes años se tiene una tendencia positiva hasta el año 2016 llegando con un total de 167 Mypes registradas y disminuyendo para el año siguiente.

1.3.3. Micro y Pequeñas Empresas de artesanía

Las Mypes de artesanía que se registraron en las municipalidades de acuerdo al INEI, se describe de acuerdo a los años del 2005 al 2017.

Año	Región Amazonas	A nivel Nacional
2005	7	2787
2007	51	6127
2008	6	3355
2009	6	2665
2010	7	2239
2011	12	3698
2012	13	4087
2013	16	3565
2014	14	3880
2015	11	3238
2016	13	4114
2017	5	1882

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Registro Nacional de Municipalidades (RENAMU).

De acuerdo al INEI, las Mypes de artesanía que se registraron en las municipalidades de la región Amazonas para el año 2005 se tienen un total de 7, presentando un aumento para el año 2006 a un total de 51, para después disminuir a 6 para el año 2008 y mantenerse en el mismo número para el año 2009; después se observa la tendencia positiva hasta el año 2013 con un total de 16 Mypes para después tener una tendencia negativa hasta el año 2015 llegar a contabilizar solo 11 Mypes para luego presentar una variación de 18% y caer -61.5% para el año 2017. Tendencia similar se observa a nivel nacional teniendo un incremento considerable para el año 2007, después disminuir hasta el año 2010, y presentar una tendencia negativa al 2017.

1.3.4. Micro y Pequeñas Empresas de cueros y calzados

Las Mypes de cueros y calzados que se registraron en las municipalidades de acuerdo al INEI, se describe de acuerdo a los años del 2005 al 2017:

Año	Región Amazonas	A nivel Nacional
2005	0	2805
2007	2	3958
2008	0	1710
2009	0	1425
2010	0	1796
2011	0	3199
2012	0	2625

2013	10	2598
2014	11	1769
2015	10	1582
2016	10	1851
2017	6	812

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Registro Nacional de Municipalidades (RENAMU).

Las Mypes de cueros y calzados se tiene registro de 2 en el año 2007, después no se tiene registros hasta el año 2013 que se registraron 10 Mypes, y se tiene un aumento a 11 para el año 2014, después presentar una tendencia negativa en cuanto a registros de Mypes en este rubro ya que al 2017 solo se cuenta con 6 Mypes de cueros y calzados en la región Amazonas.

1.3.5. Micro y Pequeñas Empresas de maquinaria y equipo

Las Mypes de maquinaria y equipo que se registraron en las municipalidades de acuerdo al INEI, se describe de acuerdo a los años del 2003 al 2017:

Año	Región Amazonas	A nivel Nacional
2003	1	1372
2004	0	497
2005	0	1435
2007	2	1860
2008	0	1395
2009	2	540
2010	2	493
2011	2	1057
2012	2	1910
2013	4	1637
2014	2	1151
2015	3	532
2016	9	597
2017	6	468

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Registro Nacional de Municipalidades (RENAMU).

Para Mypes de maquinaria y equipo en la región de Amazonas se observa una cantidad mínima que se ha mantenido en una tendencia lineal desde el año 2003 hasta el año 2015, presentando una variación de +67% para el año 2016 y caer en -33.3% para el año 2017.

1.3.6. Micro y Pequeñas Empresas de metalurgia

Las Mypes de metalurgia que se registraron en las municipalidades de acuerdo al INEI, se describe de acuerdo a los años del 2003 al 2017:

Año	Región Amazonas	A nivel Nacional
2003	0	1574
2004	0	693
2005	0	1088
2007	2	2375
2008	0	886
2009	0	498
2010	0	659
2011	0	1196
2012	0	1209
2013	18	1329
2014	16	851
2015	37	626
2016	30	787
2017	8	265

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Registro Nacional de Municipalidades (RENAMU).

Para Mypes de metalurgia en la región de Amazonas se observa que presenta registro a partir del año 2007 con 2 Mypes en este rubro, para luego no presentar registros en los años 2008 hasta el año 2012 y para el año 2013 se tiene 18 Mypes presentando una variación de -11% para el año 2014. Para el año 2015 se tiene un crecimiento de 57%, para disminuir en -19% para el año 2016 y registrar en 2017 solo 8 Mypes.

1.3.7. Micro y Pequeñas Empresas de muebles y accesorios

Las Mypes de muebles y accesorios que se registraron en las municipalidades de acuerdo al INEI, se describe de acuerdo a los años del 2003 al 2017:

Año	Región Amazonas	A nivel Nacional
2003	16	3741
2004	0	2332
2005	0	3623
2007	9	5762
2008	3	2557
2009	16	2295
2010	4	2343

2011	20	3215
2012	20	3663
2013	77	3410
2014	54	2123
2015	81	1383
2016	87	1876
2017	10	2270

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Registro Nacional de Municipalidades (RENAMU).

Para Mypes de muebles y accesorios en el año 2003 solo se registraron 16 en la región de Amazonas, para luego no tener registros en los años 2004 y 2005; para el 2007 se tiene nuevamente registro de 9 Mypes para mantener una tendencia variada y llegar al 2013 con un total de 77 Mypes para disminuir en -30% en el siguiente año para luego mantener la tendencia de aumento al 2016 con un total de 87 Mypes para luego en 2017 solo registrar 10.

1.3.8. Micro y Pequeñas Empresas de servicios

Las Mypes de servicios que se registraron en las municipalidades de acuerdo al INEI, se describe de acuerdo a los años del 2008 al 2017:

Año	Región Amazonas	A nivel Nacional
2008	3	13222
2009	4	12959
2010	4	12747
2011	17	21239
2012	91	20897
2013	670	21373
2014	116	16162
2015	129	13393
2016	118	19098
2017	127	17510

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Registro Nacional de Municipalidades (RENAMU).

En la región de Amazonas se tiene un total de 3 Mypes en el rubro de servicios para el año 2008, presentando una tendencia lineal hasta el año 2010, para luego incrementarse considerablemente a un total de 670 Mypes para el año 2013. Para el 2017 se registraron total de 127 Mypes en servicios.

1.3.9. Micro y Pequeñas Empresas de textiles

Las Mypes textiles que se registraron en las municipalidades de acuerdo al INEI, se describe de acuerdo a los años del 2003 al 2017.

Año	Región Amazonas	A nivel Nacional
2003	0	3648
2004	0	1290
2005	0	2374
2007	7	3792
2008	0	2516
2009	1	2510
2010	0	1650
2011	0	2468
2012	0	2704
2013	8	2657
2014	8	2064
2015	8	6527
2016	8	8350
2017	6	8438

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Registro Nacional de Municipalidades (RENAMU).

Las Mypes textiles en la región Amazonas se tiene registro a partir del año 2007 con 7 Mypes, después de no tener registros en los años 2008 hasta 2012, en el año 2013 se observa registro de 8 Mypes, teniendo una tendencia lineal hasta el año 2016 para caer en el 2017 a 6 Mypes.

1.3.10. Total de Micro y Pequeñas Empresas

Año	Región Amazonas	Nacional
2009	51	37323
2010	60	36061
2011	113	58160
2012	281	59394
2013	1012	55636
2014	481	44607
2015	564	41954
2016	549	56066
2017	211	49863

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Registro Nacional de Municipalidades (RENAMU).

El total el Mypes en la región Amazonas en todos los rubros económicos se observa que desde el año 2009 al 2013 una tendencia positiva presentando en el 2013 un total de 1012 Mypes, para después mantener una tendencia negativa hasta el año 2017 que solo registró un total de 211 Mypes en toda la región de Amazonas.

1.4. Producción artesanal

1.4.1. Producción artesanal de alfarería-cerámica

Municipalidades que informaron la producción artesanal de alfarería-cerámica, para los años 2012 hasta el año 2018.

Año	Región Amazonas	A nivel Nacional
2012	10	327
2013	9	320
2014	9	328
2015	4	217
2016	8	199
2017	8	216
2018	8	216

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Registro Nacional de Municipalidades (RENAMU).

La producción artesanal de alfarería-cerámica desde al año 2012 al 2018 se ha mantenido una tendencia lineal, salvo el año 2015 que se observa una caída -56% para el siguiente año se tienen un aumento del +50% y se mantiene constante hasta el 2018.

1.4.2. Producción artesanal de bisutería

Municipalidades que informaron la producción artesanal de bisutería, para los años 2012 hasta el año 2018.

Año	Región Amazonas	A nivel Nacional
2012	5	178
2013	2	188
2014	4	202
2015	4	150
2016	6	152
2017	3	146
2018	3	156

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Registro Nacional de Municipalidades (RENAMU).

La producción artesanal de bisutería en la región de Amazonas en los últimos años se puede observar que ha tenido poca participación alcanzando un registro de 6 como máximo desde el 2012 hasta el 2018.

1.4.3. Producción artesanal de cuero y pieles

Municipalidades que informaron la producción artesanal de cuero y pieles, para los años 2012 hasta el año 2018.

Año	Región Amazonas	A nivel Nacional
2012	6	299
2013	5	264
2014	6	262
2015	5	159
2016	3	147
2017	6	155
2018	5	166

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Registro Nacional de Municipalidades (RENAMU).

La producción artesanal de cuero y pieles en la región Amazonas tienen un comportamiento casi lineal, desde el 2012 hasta el 2018. Presentando un número más bajo el año 2016 que solo se tiene registro de 3 sobre producción artesanal de cuero y pieles. Si comparamos a nivel Nacional se observa una tendencia decreciente.

1.4.4. Producción artesanal de joyería-orfebrería

Municipalidades que informaron la producción artesanal de joyería-orfebrería, para los años 2012 hasta el año 2018.

Año	Región Amazonas	A nivel Nacional
2012	1	165
2013	2	160
2014	1	151
2015	4	200
2016	0	86
2017	0	80
2018	2	74

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Registro Nacional de Municipalidades (RENAMU).

La producción artesanal de joyería-orfebrería en la región Amazonas, presenta una baja participación alcanzando un registro de 4 como máximo en el periodo de 2012 hasta el 2018.

1.4.5. Producción artesanal de lácteos

Municipalidades que informaron la producción artesanal de lácteos, para los años 2012 hasta el año 2018.

Año	Región Amazonas	A nivel Nacional
2012	34	947
2013	36	949
2014	34	973
2015	31	815
2016	29	842
2017	29	872
2018	34	822

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Registro Nacional de Municipalidades (RENAMU).

La producción artesanal de lácteos en la región Amazonas en el periodo 2012 hasta el 2018 se observa una buena participación alcanzando un registro de hasta 34 y un mínimo de 29, es una actividad que está presente en toda la región siendo la más representativas en los lugares de Molinopampa y Pomacochas que son las zonas de mayor producción de lácteos.

1.4.6. Producción artesanal de madera

Municipalidades que informaron la producción artesanal de madera, para los años 2012 hasta el año 2018.

Año	Región Amazonas	A nivel Nacional
2012	44	981
2013	39	732
2014	33	731
2015	43	600
2016	27	577
2017	31	622
2018	33	633

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Registro Nacional de Municipalidades (RENAMU).

La producción artesanal de madera en la región Amazonas se observa de acuerdo al informe de las municipalidades que para el año 2012 se tiene 44, disminuyendo hasta el año 2014 hasta 33 después tener una variación de +23% para el año 2015 y disminuir hasta tener al año 2018 la cantidad de 33.

1.4.7. Producción artesanal de medicina tradicional

Municipalidades que informaron la producción artesanal de medicina tradicional, para los años 2015 hasta el año 2018.

Año	Región Amazonas	A nivel Nacional
2015	11	227
2016	11	244
2017	10	239
2018	13	290

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Registro Nacional de Municipalidades (RENAMU).

La producción artesanal de medicina tradicional de acuerdo al reporte de las municipalidades se tiene que para la región Amazonas presenta una tendencia lineal, presentando un breve aumento para el año 2018. Similar se observa a nivel nacional un incremento para el año 2018.

1.4.8. Producción artesanal de miel de abeja

Municipalidades que informaron la producción artesanal de miel de abeja, para los años 2012 hasta el año 2018.

Año	Región Amazonas	A nivel Nacional
2012	35	1118
2013	36	1121
2014	32	1127
2015	29	876
2016	34	1007
2017	34	1038
2018	37	1061

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Registro Nacional de Municipalidades (RENAMU).

La producción artesanal de miel de abeja en la región de Amazonas se presenta una tendencia lineal con muy pocas variaciones considerables, observándose que para el año

2012 se tiene 35, y para el año 2018 la cantidad de 37, dejándose notar que en el año 2015 hubo una ligera disminución.

1.4.9. Producción artesanal de textiles

Municipalidades que informaron la producción artesanal de textiles, para los años 2012 hasta el año 2018.

Año	Región Amazonas	A nivel Nacional
2012	30	885
2013	39	896
2014	30	922
2015	30	776
2016	34	765
2017	36	849
2018	32	834

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Registro Nacional de Municipalidades (RENAMU).

La producción artesanal de textiles registrados a través de las municipalidades dentro de la región de Amazonas se tiene que desde el año 2012 al año 2018 presenta un comportamiento lineal llegando a tener un mayor número en el año 2013.

1.5. Turismo en la Región Amazonas

1.5.1. Turismo

Comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos. (Ministerios de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR], 2021).

1.5.2. Turismos en la región

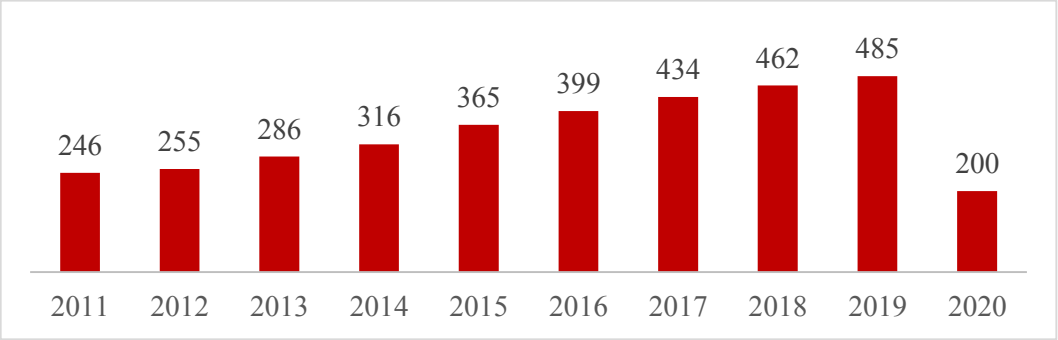
El turismo en la región es una fuente de ingresos posicionándose en una de las actividades principales de la región, con una diversidad de visitantes turistas tanto internacionales como nacionales a diferentes centros turísticos, ya sea Kuelap, Gocta, Museo de Leymebamba, siendo las más representativas de la región el Complejo Arqueológico de Kuelap.

1.5.3. Principales Indicadores del Sector Turismo en Amazonas

Indicadores	2019	2020	Variación %
1. N° Establecimientos Hospedaje	371	195	-47.4%
2. N° Arribos a Hospedajes	484 690	200 121	-58.7%
Nacional	460 389	195 864	-57.5%
Extranjero	24 301	4 257	-82.5%
3. Según Categoría			
Cinco Estrellas			
Cuatro Estrellas			
Tres Estrellas	35 472	31 716	-10.6%
Dos Estrellas	166 040	106 784	-35.7%
Una Estrella	28 498	3 072	-89.2%
4. Llegadas al Aeropuerto de Chachapoyas			
Número de Pasajeros	11 785	2 713	-77.0%
5. Llegada de visitantes a principales lugares turísticos			
Complejo Arqueológico de Kuelap	104 074	28 377	-72.7%
Cataratas de Gocta	59 531	13 779	-76.9%

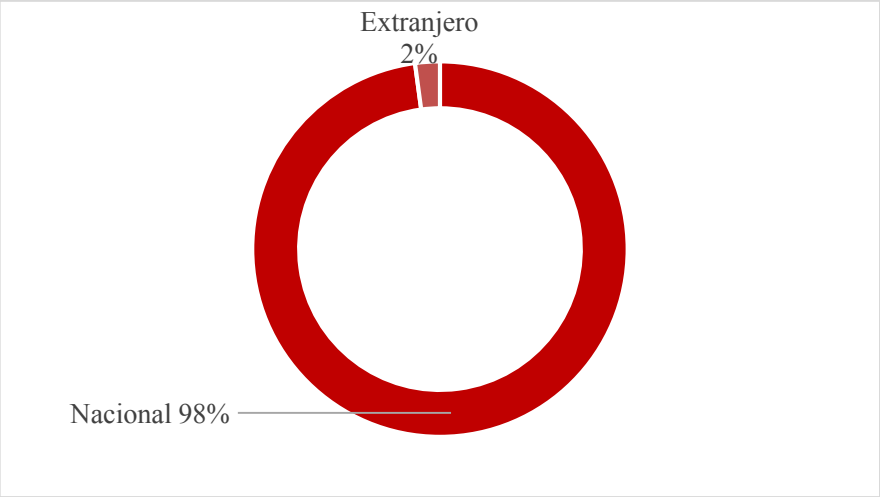
Fuente: MINCETUR/VMT/DGIETA -DIAITA.

1.5.3.1. Evolución de arribos de turistas



Fuente: MINCETUR/VMT/DGIETA -DIAITA.

La figura muestra la evolución de arribos a la región en números de (miles de turistas), el cual se observa un crecimiento desde el 2011 hasta el 2019, disminuyendo el arribo de turistas el año 2020, por causas del Covid – 19, el confinamiento a nivel nacional el cual impedía el ingreso de turistas extranjeros y las movilidades interprovinciales y regionales.



Fuente: MINCETUR/VMT/DGIETA -DIAITA.

En el 2020, del total de 200 mil visitas se tienen que el 2% representan a turistas extranjeros y un 98% son visitantes nacionales, de acuerdo al arribo a hospedaje a nivel de la región.

1.5.4. Movimiento Aeroportuario de la región

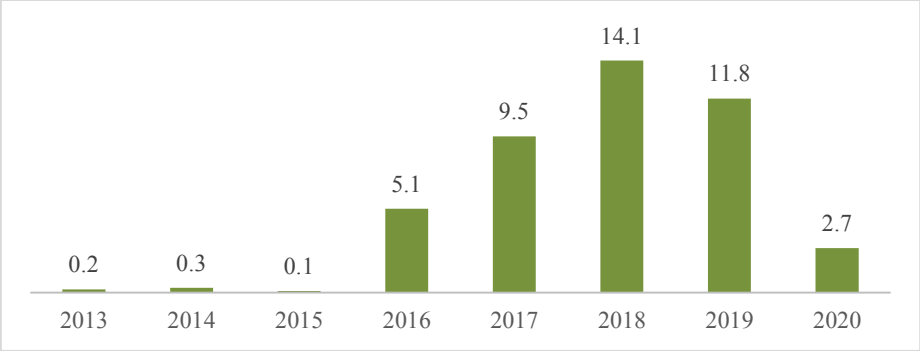
Aeropuerto de Chachapoyas

Mes	2018	2019	2020
Enero	1 300	1 068	169
Febrero	1 198	855	346
Marzo	1 372	749	421
Abril	1 201	685	0
Mayo	1 195	778	0
Junio	770	1 002	0
Julio	999	1 574	162
Agosto	1 062	1 454	312
Setiembre	1 237	1 193	6
Octubre	1 200	1 243	326
Noviembre	1 085	681	308
Diciembre	1 445	503	663
Total	14 064	11 785	2 713

Fuente: MINCETUR/VMT/DGIETA – DIAITA

En al año 2020 no se tuvieron arribo de personas en los meses de abril, mayo y junio se debe por el confinamiento a nivel nacional por la pandemia Covid -19.

Aeropuerto de Chachapoyas: Llegada de pasajeros (Miles)



Durante el 2020, de acuerdo con la información proporcionada por La Corporación Peruana de Aeropuertos y Aviación Comercial (CORPAC), la llegada de pasajeros al Aeropuerto de Chachapoyas totalizó 2 713, lo que significó una reducción de 77,0%, respecto al 2019.

Entre el 16 de marzo y el 14 de julio de 2020, como parte de las medidas adoptadas frente al COVID-19, solo se realizaron vuelos humanitarios para el traslado de pasajeros varados, pacientes que requerían cuidados especializados y a personal de salud y las Fuerzas Armadas.

Empresas de aerolínea con ruta de Chachapoyas

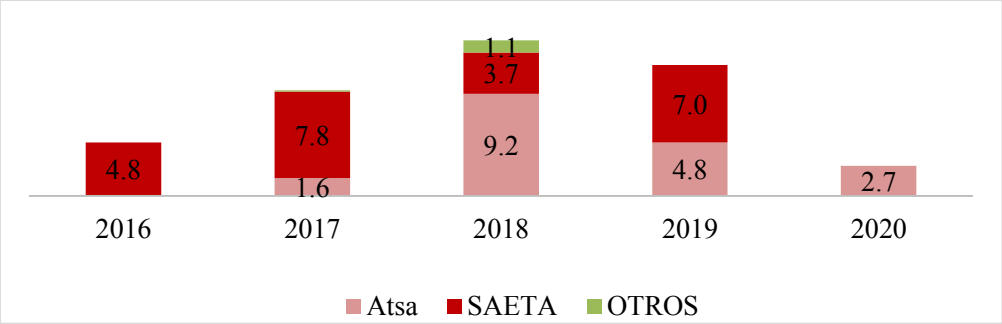
En el año 2020, el 100% de vuelos domésticos a Chachapoyas fueron realizados por Atsa.

Mes	ATSA
Enero	2
Febrero	4
Marzo	8
Abril	0
Mayo	0
Junio	0
Julio	3
Agosto	5
Setiembre	0
Octubre	5
Noviembre	5
Diciembre	9
Total	**41**

Fuente: MINCETUR/VMT/DGIETA – DIAITA

En los meses de abril a junio no se registran vuelos, al igual que en el mes de setiembre, se observa que en el mes de marzo y diciembre se tienen la mayor cantidad de vuelos domestico con destino a la ciudad de Chachapoyas por la empresa Atsa.

Vuelos con destino a Chachapoyas por Aerolíneas



Fuente: MINCETUR/VMT/DGIETA – DIAITA

Solo incluye vuelos comerciales, no privados ni militares. Los pasajeros de vuelos no regulares representan el 30% del total, por lo que se considera los pasajeros de vuelos no regulares para el análisis.

1.5.5. Lugares Turísticos

Se describe los principales destinos turísticos de la región que concentra gran cantidad de visitas en los últimos años. Tomando en consideración los reportes dados por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y la Dirección de Regional de Comercio Exterior y Turismo Amazonas.

1.5.5.1.Complejo Arqueológico de Kuélap

Visitantes al Complejo Arqueológico de Kuélap

Meses	2019			2020			Variación % (2020/2019)
	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	
Enero	8 928	1 328	10 256	8 557	1 551	10 108	-1.4%
Febrero	6 441	1 441	7 882	7 916	1 383	9 299	18.0%
Marzo	3 087	1 025	4 112	2 471	539	3 010	-26.8%
Abril	4 997	1 536	6 533	0	0	0	-100.0%
Mayo	4 255	1 142	5 397	0	0	0	-100.0%
Junio	4 372	1 353	5 725	0	0	0	-100.0%
Julio	10 729	2 620	13 349	0	0	0	-100.0%
Agosto	11 324	1 851	13 175	0	0	0	-100.0%
Setiembre	6 806	1 329	8 135	0	0	0	-100.0%
Octubre	8 683	1 626	10 309	0	0	0	-100.0%
Noviembre	11 160	1 355	12 515	1 750	29	1 779	-85.8%
Diciembre	5 675	1 011	6 686	4 106	75	4 181	-37.5%
Total	**86 457**	**17 617**	**104 074**	**24 800**	**3 577**	**28 377**	**-72.7%**

Fuente: MINCETUR/VMT/DGIETA – DIAITA

El 2020, la llegada de visitantes al Complejo Arqueológico de Kuélap totalizó 28 377, cifra 72,7% (flujo negativo 75 697 visitantes) inferior a la registrada durante el 2019, hecho que responde a las medidas impuestas para hacerle frente a la propagación del COVID-19.

El 2019, la llegada de visitantes alcanzó los 104 074, lo que significó una reducción de 5,4%, durante el tercer trimestre recibió el mayor flujo de visitantes 34 659.

Total de visitas al Complejo Arqueológico de Kuélap desde el año 2018 hasta agosto del 2021

Meses	2018			2019			2020			2021		
	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero
Enero	12 333	10 885	1 448	10 256	8 928	1 328	10 108	8 557	1 551	6 813	6 771	42
Febrero	9 861	8 191	1 670	7 882	6 441	1 441	9 299	7 916	1 383	0	0	0
Marzo	8 637	7 079	1 558	4 112	3 087	1 025	3 010	2 471	539	652	640	12
Abril	4 653	3 492	1 161	6 533	4 997	1 536	0	0	0	1 047	1 015	32
Mayo	5 942	4 636	1 306	5 397	4 255	1 142	0	0	0	2 393	2 313	80
Junio	6 236	4 860	1 376	5 725	4 372	1 353	0	0	0	3 327	3 253	74
Julio	13 265	11 051	2 214	13 349	10 729	2 620	0	0	0	10 477	10 323	154
Agosto	16 250	14 058	2 192	13 175	11 324	1 851	0	0	0	10 552	10 413	139
Setiembre	7 495	6 208	1 287	8 135	6 806	1 329	0	0	0			
Octubre	8 830	7 305	1 525	10 309	8 683	1 626	0	0	0			
Noviembre	10 135	8 522	1 613	12 515	11 160	1 355	1 779	1 750	29			
Diciembre	6 431	5 374	1 057	6 686	5 675	1 011	4 181	4 106	75			
Total	**110 068**	**91 661**	**18 407**	**104 074**	**86 457**	**17 617**	**28 377**	**24 800**	**3 577**	**35 261**	**34 728**	**533**

Fuente: MINCETUR/VMT/DGIETA - Con información disponible a octubre de 2021.

El Complejo Arqueológico de Kuélap es conocido también como: "Fortaleza de Kuelap". En los meses de abril a octubre del año 2020 registra data 0 ya que el 16 de marzo el Gobierno declaró estado de emergencia nacional con Decreto Supremo N° 044-2020-PCM a consecuencia del brote del COVID19.

Del 31 de enero al 28 de febrero de 2021 no hubo atención al público en complejos arqueológicos, debido a las medidas preventivas ante la pandemia de la Covid-19 (aforo 0%); reiniciando sus actividades a partir del 04 de marzo de 2021 con aforo reducido al 40%.

Pasajeros transportados por el sistema turístico de telecabinas hacia el Complejo Arqueológico de Kuélap, marzo 2017 - agosto 2021

Meses	2017	2018	2019	2020	2021
Enero	0	14 554	11 145	11 830	8 197
Febrero	0	9 694	9 322	10 459	0
Marzo	5 412	10 592	4 940	3 465	849
Abril	8 130	5 480	8 254	0	1 216
Mayo	6 883	6 908	5 568	0	2 926
Junio	9 001	7 395	7 219	0	4 119
Julio	18 058	15 726	15 695	0	12 993
Agosto	18 986	19 258	16 518	0	11 131
Setiembre	10 731	6 209	9 767	0	
Octubre	11 377	4 497	12 160	0	
Noviembre	10 854	11 271	11 989	1 964	
Diciembre	8 997	5 913	7 924	4 449	
Total	**108 429**	**117 497**	**120 501**	**32 167**	**41 431**

Fuente: MINCETUR/VMT/DGIETA - Con información disponible a octubre de 2021.

En los meses de abril a octubre del año 2020 registra data 0 ya que el 16 de marzo el Gobierno declaró estado de emergencia nacional con Decreto Supremo N° 044-2020-PCM a consecuencia del brote del COVID-19. A partir del 12 de noviembre el Complejo reinició sus actividades. Del 31 de enero al 28 de febrero de 2021 no hubo atención al público en complejos arqueológicos, debido a las medidas preventivas ante la pandemia de la Covid-19 (aforo 0%).

1.5.5.2.Cataratas de Gocta

Visitantes a la Catarata de Gocta

Meses	2019			2020			Variación %
	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	(2020/2019)
Enero	4 582	2 054	6 636	3 715	1 453	5 168	-22.1%
Febrero	2 920	1 440	4 360	3 070	2 148	5 218	19.7%
Marzo	1 346	1 323	2 669	954	571	1 525	-42.9%
Abril	2 324	2 046	4 370	0	0	0	-100.0%
Mayo	1 736	1 485	3 221	0	0	0	-100.0%
Junio	2 061	1 250	3 311	0	0	0	-100.0%
Julio	4 781	3 324	8 105	0	0	0	-100.0%
Agosto	4 528	3 902	8 430	0	0	0	-100.0%
Setiembre	2 372	2 107	4 479	0	0	0	-100.0%
Octubre	3 493	1 632	5 125	0	0	0	-100.0%
Noviembre	3 838	1 441	5 279	0	0	0	-100.0%
Diciembre	1 918	1 628	3 546	1 866	2	1 868	-47.3%
Total	**35 899**	**23 632**	**59 531**	**9 605**	**4 174**	**13 779**	**-76.9%**

Fuente: MINCETUR/VMT/DGIETA – DIAITA

El 2020, la llegada de visitantes a las Cataratas de Gocta totalizó 13 779, cifra 76,9% (flujo negativo 45 752 visitantes) inferior a la registrada durante el 2019, hecho que responde a las medidas impuestas para hacerle frente a la propagación del COVID-19.

El 2019, la llegada de visitantes alcanzó los 59 531, lo que significó un aumento de 16,1%.

Total de visitas a la Catarata de Gocta desde el año 2018 hasta agosto del 2021

Meses	2018			2019			2020			2021		
	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero
Enero	3 200	2 655	545	6 636	4 582	2 054	5 168	3 715	1 453	623	623	0
Febrero	3 530	3 097	433	4 360	2 920	1 440	5 218	3 070	2 148	42	42	0
Marzo	3 359	2 791	568	2 669	1 346	1 323	1 525	954	571	187	187	0
Abril	2 316	1 799	517	4 370	2 324	2 046	0	0	0	87	82	5
Mayo	3 200	2 438	762	3 221	1 736	1 485	0	0	0	184	175	9
Junio	2 080	1 680	400	3 311	2 061	1 250	0	0	0	0	0	0
Julio	7 872	5 339	2 533	8 105	4 781	3 324	0	0	0	0	0	0
Agosto	7 441	5 591	1 850	8 430	4 528	3 902	0	0	0	6 621	6 575	46
Setiembre	2 790	2 110	680	4 479	2 372	2 107	0	0	0	0		
Octubre	4 812	3 817	995	5 125	3 493	1 632	0	0	0	0		
Noviembre	6 801	4 954	1 847	5 279	3 838	1 441	0	0	0	0		
Diciembre	3 890	2 500	1 390	3 546	1 918	1 628	1 868	1 866	2	0		
Total	**51 291**	**38 771**	**12 520**	**59 531**	**35 899**	**23 632**	**13 779**	**9 605**	**4 174**	**7 744**	**7 684**	**60**

Fuente: MINCETUR/VMT/DGIETA - Con información disponible a octubre de 2021.

En los meses de abril a noviembre del año 2020 registra data 0 ya que el 16 de marzo el Gobierno declaró estado de emergencia nacional con Decreto Supremo N° 044-2020-PCM a consecuencia del brote del COVID-19. A partir del 12 de noviembre de 2020 reinició actividades. A partir de enero de 2021 se tomaron las cifras de primera caída (San Pablo). En los meses de junio y julio de 2021 estuvo cerrado por falta de personal para atención en el ingreso. A partir de agosto de 2021 reinició actividades tomando la suma de ingresos en la caída 1 (San Pablo) más caída dos (Cocachimba).

En el primer trimestre del año 2021 no tiene visitas de turistas extranjeros, recuperándose para el mes de abril y mayo, pero en los meses de junio y julio tampoco se registras visitas de turistas extranjeros.

1.5.5.3.Museo de Leymebamba

Visitantes al Museo de Leymebamba

Meses	2019			2020			Variación % (2020/2019)
	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	
Enero	1 560	156	1 716	1 218	151	1 369	-20.2%
Febrero	994	181	1 175	1 135	144	1 279	8.9%
Marzo	466	145	611	209	52	261	-57.3%
Abril	844	261	1 105	0	0	0	-100.0%
Mayo	848	313	1 161	0	0	0	-100.0%
Junio	997	239	1 236	0	0	0	-100.0%
Julio	2 169	349	2 518	0	0	0	-100.0%
Agosto	2 516	379	2 895	0	0	0	-100.0%
Setiembre	1 531	315	1 846	0	0	0	-100.0%
Octubre	1 345	377	1 722	0	0	0	-100.0%
Noviembre	1 359	262	1 621	0	0	0	-100.0%
Diciembre	909	158	1 067	0	0	0	-100.0%
Total	**15 538**	**3 135**	**18 673**	**2 562**	**347**	**2 909**	-84.4%

Fuente: MINCETUR/VMT/DGIETA – DIAITA

El 2020, la llegada de visitantes al Museo de Leymebamba totalizó 2 909, cifra 84,4% (flujo negativo 15 764 visitantes) inferior a la registrada durante el 2019, hecho que responde a las medidas impuestas para hacerle frente a la propagación del COVID-19.

El 2019, la llegada de visitantes alcanzó los 18 673, lo que significó una reducción de -5,4%, durante el tercer trimestre recibió el mayor flujo de visitantes 7 259.

Total de visitantes al Museo de Leymebamba desde el año 2018 hasta agosto del 2021

Meses	2018			2019			2020			2021		
	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero
Enero	1 747	1 606	141	1 716	1 560	156	1 369	1 218	151	0	0	0
Febrero	1 613	1 441	172	1 175	994	181	1 279	1 135	144	0	0	0
Marzo	1 180	998	182	611	466	145	261	209	52	0	0	0
Abril	749	605	144	1 105	844	261	0	0	0	0	0	0
Mayo	1 278	952	326	1 161	848	313	0	0	0	0	0	0
Junio	1 146	897	249	1 236	997	239	0	0	0	0	0	0
Julio	2 549	2 198	351	2 518	2 169	349	0	0	0	0	0	0
Agosto	2 431	2 111	320	2 895	2 516	379	0	0	0	0	0	0
Setiembre	1 681	1 362	319	1 846	1 531	315	0	0	0	0		
Octubre	1 997	1 650	347	1 722	1 345	377	0	0	0	0		
Noviembre	1 801	1 563	238	1 621	1 359	262	0	0	0	0		
Diciembre	1 575	1 444	131	1 067	909	158	0	0	0	0		
Total	**19 747**	**16 827**	**2 920**	**18 673**	**15 538**	**3 135**	**2 909**	**2 562**	**347**	**0**	**0**	**0**

Fuente: MINCETUR/VMT/DGIETA - Con información disponible a octubre de 2021.

Se observa que, hasta la fecha del año 2021, no tiene visitas al museo, se debe por temas de pandemia de la Covid – 19.

Los meses de abril a diciembre del año 2020 registra data 0 ya que el 16 de marzo el Gobierno declaró estado de emergencia nacional con Decreto Supremo N° 044-2020-PCM a consecuencia del brote del COVID-19. A la fecha aún no apertura.

1.5.5.4.Caverna de Quiocta

Visitantes a las Cavernas de Quiocta

Meses	2019			2020			Variación % (2020/2019)
	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	
Enero	448	54	502	819	126	945	88.2%
Febrero	507	80	587	698	173	871	48.4%
Marzo	500	95	595	460	0	460	-22.7%
Abril	585	124	709	0	0	0	-100.0%
Mayo	578	148	726	0	0	0	-100.0%
Junio	530	85	615	0	0	0	-100.0%
Julio	938	107	1 045	0	0	0	-100.0%
Agosto	1 150	101	1 251	0	0	0	-100.0%
Setiembre	721	90	811	0	0	0	-100.0%
Octubre	936	139	1 075	97	0	97	-91.0%
Noviembre	782	147	929	306	6	312	-66.4%
Diciembre	711	**121**	832	**0**	**0**	0	-100.0%
Total	**8 386**	**1 291**	**9 677**	**2 380**	**305**	**2 685**	**-72.3%**

Fuente: MINCETUR/VMT/DGIETA – DIAITA

El 2020, la llegada de visitantes a la Caverna de Quiocta totalizó 2 685, cifra 72,3% (flujo negativo 6 992 visitantes) inferior a la registrada durante el 2019, hecho que responde a las medidas impuestas para hacerle frente a la propagación del COVID-19.

El 2019, la llegada de visitantes alcanzó los 9 677, lo que significó un aumento de 6,6%.

Total de visitantes a las Cavernas de Quiocta

Meses	2018			2019			2020			2021		
	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero
Enero	1 063	929	134	502	448	54	945	819	126	755	755	0
Febrero	735	663	72	587	507	80	871	698	173	0	0	0
Marzo	759	694	65	595	500	95	460	460	0	295	293	2
Abril	316	257	59	709	585	124	0	0	0	133	125	8
Mayo	562	420	142	726	578	148	0	0	0	359	353	6
Junio	698	599	99	615	530	85	0	0	0	468	453	15
Julio	979	847	132	1 045	938	107	0	0	0	1 272	1 261	11
Agosto	1 957	1 023	934	1 251	1 150	101	0	0	0	1 916	1 893	23
Setiembre	1 063	838	225	811	721	90	0	0	0	0		
Octubre	314	269	45	1 075	936	139	97	97	0	0		
Noviembre	324	280	44	929	782	147	312	306	6	0		
Diciembre	312	258	54	832	711	121	0	0	0	0		
Total	**9 082**	**7 077**	**2 005**	**9 677**	**8 386**	**1 291**	**2 685**	**2 380**	**305**	**5 198**	**5 133**	**65**

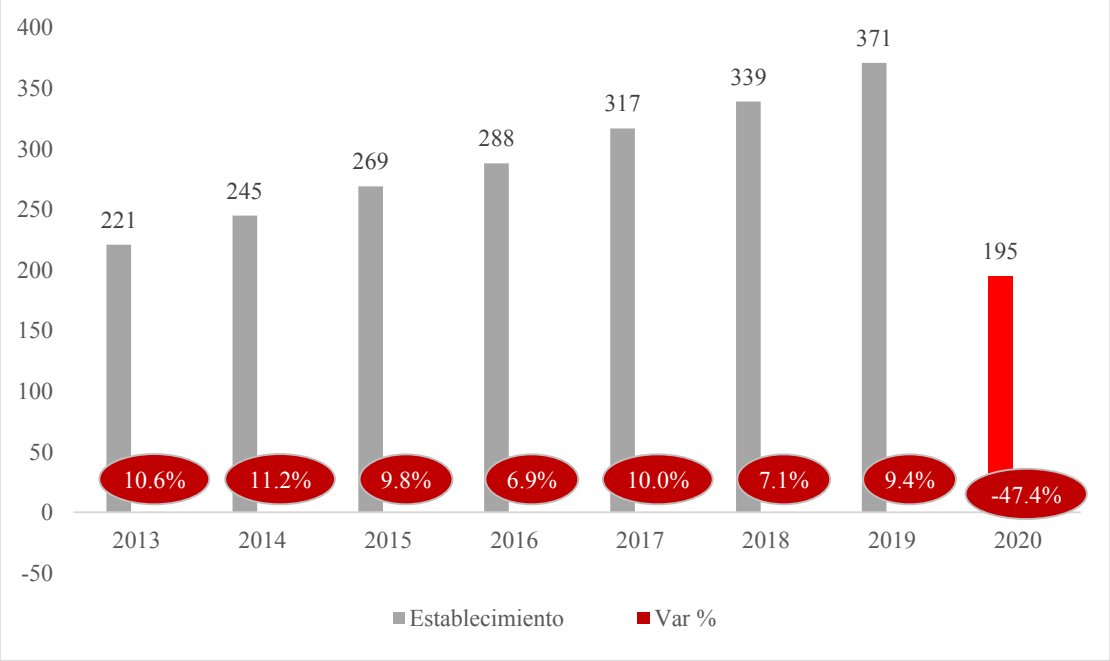
Fuente: MINCETUR/VMT/DGIETA - Con información disponible a octubre de 2021.

En los meses de abril a septiembre del año 2020 registra data 0 ya que el 16 de marzo el Gobierno declaró estado de emergencia nacional con Decreto Supremo N° 044-2020-PCM a consecuencia del brote del COVID-19. A partir del 20 de octubre a la Caverna de Quiocta reinició sus actividades. Del 31 de enero al 28 de febrero de 2021 no hubo atención al público, debido a las medidas preventivas ante la pandemia de la Covid-19.

En los primeros meses del año 2021 no se registra visitas de turistas extranjeros, ya recuperándose en los siguientes meses.

1.5.6. Sector Alojamiento

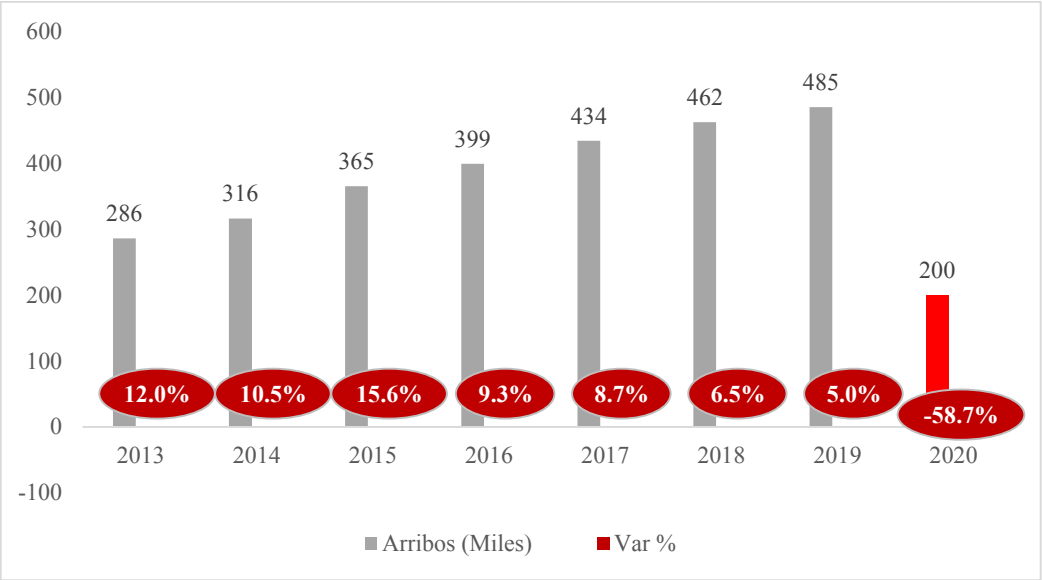
Evolución de Establecimiento Hospedaje



Fuente: MINCETUR/VMT/DGIETA - DIAITA

Durante el 2020, el número de establecimiento de hospedaje en la región Amazonas ascendió a 195, lo cual representó una caída de -47,4% respecto al año 2019. Esto se sustenta en la caída de número de establecimientos que operó en los meses de abril, mayo, y junio producto de las normativas emitidas por el gobierno en respuesta a la pandemia COVID-19, de acuerdo como se muestra en el siguiente gráfico.

Arribos totales a establecimientos de hospedaje



Fuente: MINCETUR/VMT/DGIETA - DIAITA

Entre enero y diciembre 2020, los arribos totales a los establecimientos de hospedaje de la región Amazonas ascendieron a 200 mil, una variación negativa de 58,7% respecto a los arribos alcanzados durante el 2019 (485 mil). Usualmente, la principal fuente de demanda a los establecimientos de hospedaje en Amazonas es nacional.

En 2020, los arribos nacionales a establecimientos de hospedaje alcanzaron 196 mil, una variación negativa de 57,5% respecto al año anterior.

Los arribos de nacionales fueron explicados principalmente por residentes de las provincias de Amazonas (53% de participación), seguido de Lima (19,7%), Lambayeque (8,1%), Cajamarca (7,7%) entre otros.

En 2020, los arribos de extranjeros totalizaron 4 257, una disminución de 82,5% explicado por las restricciones aplicadas por el Gobierno para contrarrestar la propagación del COVID19.

El 27,5% de arribos extranjeros fueron explicados desde Argentina (20,2%), EE.UU. (8,1%) y España (6,1%).

CAPÍTULO II

NEGOCIOS Y EMPRENDIMIENTOS EN LA REGIÓN AMAZONAS, PERÚ

2.1. Negocios y emprendimientos en la región

En la región Amazonas se encuentran una diversidad de emprendimientos, lo más común encontrar son bodegas, restaurantes, recreos campestres, hoteles, hostales, minimarket, entre otros. Dentro la región también se cuenta con asociaciones y cooperativas en distinto rubros siendo la más representativas en el rubro de café.

2.2. Cooperativas y Asociaciones en la región Amazonas

2.2.1. Cooperativa agraria cafetalera Bagua Grande

Fundad el 16 de diciembre de 1978, con sede institucional en el distrito de Bagua Grande, provincia de Utcubamba, departamento de Amazonas, Perú, cuyo objetivo principal es la comercialización del café, con la necesidad de organizarse y poder exportar el café y tener poder de negociación frente a los comerciantes intermediarios. En la década de los 80 gracias a su gran auge logró la construcción de su local institucional.

La Cooperativa cuenta con 600 familias socias, beneficiando directamente a una población de 3000 personas. Las familias integradas han logrado su estabilidad en la zona, gracias a la constitución de pequeños cafetaleros asociados que generan una economía familiar diversificada. La superficie cultivada es de 3.5 hectáreas por familia en promedio.

Estrategias

- Ser reconocidos en cuanto a producción orgánica. Actualmente el 95% de la producción es orgánica (desde el 2000 cuentan con una certificación de alto nivel gracias al estricto control de IMO CONTRO).
- Cuentan con un laboratorio debidamente equipado y con personal especializado, que permite realizar un estricto control de calidad del producto que hace llegar cada cafetalero.
- Han logrado agregar a su patrimonio una moderna planta de procesar café con tecnología colombiana de punta, teniendo esta una capacidad de 6000 Kg por hora, convirtiéndola en la primera planta en toda la Región en contar con dicha capacidad.

- La Cooperativa busca exportar cafés especiales a los mercados de Europa y los Estados Unidos, con un valor agregado en precio para beneficio directo de sus asociados.
- Uso de equipo técnico especializado en el cultivo del café para brindar servicio personalizado a todos los productores socios, también se tienen promotores que hacen extensivo los conocimientos aprendidos en las capacitaciones.

Fortalezas

- Desde el año 1999 son miembros de FLO Internacional (Fairtrade Labelling Organizations Internacional), en reconocimiento al excelente funcionamiento democrático, participativo, transparente y respeto al medio ambiente.
- Premio gran sabor – 2008. La Asociación de Comida y Bebida de primera calidad de Londres otorgó una estrella de oro a la CAC Bagua Grande por el café vendido a Café Direct en calidad de taza descafeinado.
- Concurso de la calidad a nivel nacional, 2007. Se obtuvo el segundo lugar en la semifinal a nivel nacional, demostrando una vez más la posesión de la mejor calidad de café en taza.

Dificultades y amenazas

- Actualmente solo se brinda créditos para cosecha teniendo como meta en el corto plazo implementar como un servicio que vaya con las necesidades de los socios.
- La implementación de la planta procesadora de café, se realizó con un préstamo de Agrobanco y en el año 2015 las letras mensuales no se pagaron a tiempo por la mala gerencia por cual les colocaron a Infocorp.
- Al comenzar el negocio la cooperativa no contaba con almacén, terreno y también no tenían clientes quien les compre el producto.

Metas y propósito

Buscar sostenibilidad de la asistencia técnica y organizacional, en los comités sectoriales, con el propósito de desarrollar habilidades y destrezas en el conocimiento de la cadena de valor de los cafés especiales. También brindar servicios de pilado a terceras empresas dedicadas al rubro de café con el fin de facilitarles la transformación de su café y ya no tengan la obligación de llevar a otro lado para poder procesarlo, ahorrándoles gastos de transporte.

2.2.2. Cooperativa Agraria Rodríguez de Mendoza (COOPARM)

La cooperativa Agraria Rodríguez de Mendoza con RUC 20480298412, se dedica a la compra de café pergamino orgánico, provenientes de sus socios de los distintos sectores de los alrededores de la provincia Rodríguez de Mendoza, para luego pasar

por un proceso de pilado, condición en la cual exporta al comercio internacional. Esta empresa está ubicada en el distrito de San Nicolás de la provincia Rodríguez de Mendoza, en la región Amazonas.

La actual COOPARM, inició como Asociación de Productores Agropecuarios Rodríguez de Mendoza, en el año de 1990 con la suscripción de capital por un monto de S/5 en ese entonces.
"Nosotros iniciamos como asociación por iniciativa del padre Antonio Arana, en un principio fuimos 15 socios inscritos que nos dedicábamos a la producción de café; esta asociación nos ha permitido poder tener mercados para vender nuestra producción y gracias a ello hemos salido adelante", mencionó el socio Linorio Grandez, que fue fundador de la asociación.

En el año 2008 la Asociación pasó a funcionar como Cooperativa, aunque el padre Antonio Arana no estuvo de acuerdo, desde ahí la cooperativa siguió incrementando los países destinos de exportación de café y la cantidad de socios orgánicos. En la actualidad cuenta con 520 socios y más de 1500000 kg de producción de café en 36 sectores conformado por distintos lugares cercanos a la provincia Rodríguez de Mendoza, ciudad en la cual se encuentra ubicada la empresa, así como la planta de proceso.

Misión

"Somos una cooperativa que comercializa café de calidad en armonía con la naturaleza, satisfaciendo las necesidades de nuestros socios y también cumpliendo con las exigencias de los clientes".

Visión

"Es ser la cooperativa elegida por la calidad de nuestros productos y servicios y también reconocida por su buena relación con el socio y su contribución como principal agente en el desarrollo de la Provincia de Rodríguez Mendoza".

Dificultades

Como todo emprendimiento a sus inicios tiene muchas dificultades, en el caso de la asociación, una de las principales dificultades más grandes a la que tenían que dar solución era a la falta de local para el desarrollo de las labores como tal. "*No contábamos con el salón de acopio y el construirlo en esos tiempos era muy difícil,*

pero entre los socios que éramos en ese entonces, realizamos una colaboración y entre nosotros mismos se ha construido el local, el cual ahora es donde funciona la COOPARM", mencionó el socio Teótimo Rodríguez. Así también los principales sectores productivos se encuentran un poco alejados del distrito, por lo que en sus primeros años estos sectores no contaban con carreteras que unan al distrito con los lugares de producción, lo cual generaba un gran sufrimiento en los socios para poder depositar y vender el café en el centro de acopio. "Nosotros sufríamos para sacar el café a venderlo, caminábamos hasta 8 horas y el café lo trasladábamos mediante mulos (acémilas), lo cual hacía que nuestras utilidades sean minoritarias", mencionó el socio Linorio Grandez.

Por otro lado, una de las grandes dificultades que se ha presentado para la ya cooperativa, era los malos administradores que se encontraban al cargo de la empresa, quienes sólo buscaban su beneficio personal y no de sus productores. *"En el 2015 se presentó un desfalco de más de un millón de soles, y en la investigación encontraron que el gerente y todo su personal eran los principales culpables, hasta se había embargado la planta de proceso";* mencionó el socio Teótimo Rodríguez. Gracias al cambio de personal de todas las áreas y principalmente de gerencia hoy la empresa se encuentra estable y ha logrado pagar ya todas sus deudas.

Fortalezas

La COOPARM es una empresa muy consolidada, que cuenta con gran número de socios orgánicos, siendo una de las principales de las que se dedican a este rubro en el distrito y gracias a las exportaciones y al comercio justo que perciben por ser una empresa exportadora de café orgánico, reciben una prima, la cual beneficia directamente a los socios por la cantidad de café acopiado, así también, para brindar mayor facilidad a los socios cuenta con diferentes centros de acopio en los sectores más productivos, y de esta manera ayuda a mejorar la calidad de vida de los asociados.

2.2.3. Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores

La Cooperativa Agraria Cafetalera Laguna de los Cóndores adopta este nombre debido al lugar geográfico correspondiente a sus fincas. Entre el límite de los distritos de Providencia, Ocumal y Pisuquia, en la provincia de Luya, Región Amazonas, se encuentra un cerro llamado el Cerro Negro, predominante por su elevada altitud que bordea los 3000 m.s.n.m, concentra enormes áreas de bosques con árboles nativos, albergando también especies de fauna silvestre que se adaptaron a las condiciones del clima propias del lugar. El cerro negro no solo alberga vida silvestre valiosa en sus dominios; sino que también ve nacer fuentes de agua, es así que durante la exploración del cerro negro se encontró una naciente de agua en forma de corazón; siendo estas aguas las que más adelante forman una hermosa laguna; está demás explicar la belleza que puede converger en el lugar, siendo la laguna un atractivo para especies de aves como los cóndores; quienes según sus ancestros eran visualizados rodeando el paisaje de manera permanente. Las aguas que fluyen de la laguna lavan los minerales propios del cerro, transportándolos hasta sus fincas, obteniendo así un café exquisito que sus ancestros, los chillaos, ya cultivaban y disfrutaban de este alimento.

Ellos como descendientes de los chillaos, adoptaron el nombre de Laguna de los Cóndores por el valor sentimental que representa el Cerro Negro, la laguna y los cóndores; además como productores de café se identifican con estas aves por el espíritu libre, protector y audaz, que les permite seguir el legado de los chillaos, adaptándonos a los nuevos cambios en el cultivo de café, para presentar no solo un

producto sino una experiencia completa, contribuyendo así con el desarrollo de sus caficultores.

¿Quiénes son?

Su historia como organización comienza cuando el café se convirtió en el principal cultivo que les brindaba un ingreso económico para sus familias, es ahí que ellos, como agricultores se involucraron con este cultivo, convirtiendo la actividad cafetalera en parte de su vida e historia.

Uno de los principales objetivos es la integración de sus socios mirando hacia un futuro prometedor y adaptarse a las nuevas exigencias del mercado mundial del café, todo esto reflejado en el compromiso que tienen cada socio para mejorar las técnicas de producción y obtener un producto diferenciado que permita hacer de la caficultura una actividad sostenible.

Cuentan con la certificación Orgánica y la certificación de Comercio Justo, lo que les ha permitido tener sus primeros contratos de exportación de café oro verde a clientes como Interamerican Coffee.

Productos

Como productores cafetaleros presentan dos marcas, café verde y café tostado en granos/molido:

- **Chillaos Coffee®,** un café certificado y especial, que tiene como valor agregado la historia de una antigua cultura desarrollada en el norte del Perú.
- **Café Familia®,** son microlotes de producción en cantidades pequeñas y limitadas. Cada microlote lleva el nombre de la familia que produce el café y nuestros clientes podrán ver toda la trazabilidad del producto que desea adquirir.

El producto llega al cliente directo desde finca, trabajan en la calidad, enfatizando y seleccionando las variedades del café más finas que brinden un buen rendimiento en taza.

Dificultad

Como toda organización al principio tiene diferentes y una de ellas fue el financiamiento para la compra de café en mayores cantidades lo que retrasó el posicionamiento de la cooperativa en el mercado.

Café especial

DE ALTURA 1800-2300 M.S.N.M

"Cultivado en bosques húmedos con sombra de árboles frutales"

2.2.4. Cooperativa Agraria y de Servicios Múltiples La Flor de Café

La Cooperativa Agraria y de Servicios Múltiples La Flor del Café de Rodríguez de Mendoza, fue creada en el año 2007 como Asociación de Productores Agropecuarios por un grupo de 50 productores para así poder comercializar su producto de una manera más equitativa y sostenible; es así que, buscando un mejor desempeño de la organización a nivel institucional en el ámbito administrativo, contable, económico, social y técnico, a partir de este año 2021, cambia la razón social a Cooperativa Agraria y de Servicios Múltiples La Flor del Café de Rodríguez de Mendoza.

Misión

"Somos una Cooperativa formada por pequeños agricultores de café y otros productos de pan llevar que buscamos mejorar la calidad de nuestro producto cultivando en un sistema agroforestal cuidando cada detalle de la conservación del medio ambiente, para así ofrecer a nuestros clientes un producto orgánico de calidad, que al mismo tiempo permite mejorar la calidad de vida de las familias socias".

Visión

"Ser una Cooperativa de productores de café reconocida como productores y exportadores de cafés especiales en el mercado nacional e internacional para dar realce a nuestra Provincia y a lo que ella ofrece, beneficiando así a las familias socias como a la comunidad en general".

Ubicación y extensión

La Cooperativa Agraria y de Servicios Múltiples la Flor del Café de Rodríguez de Mendoza está ubicada en dos lugares para ser específicos, en el caserío de nuevo Chirimoto donde se inició y en la provincia de Rodríguez de Mendoza en la Av. Alonso de Alvarado N° 1015, Distrito de San Nicolás.

En la cooperativa se encuentran socios de diferentes distritos de la provincia, en los distritos de Omia, Chirimoto, Huambo, Limabamba, y Longar, con una extensión de 500 hectáreas en producción del mejor café orgánico.

Equipo de trabajo

La cooperativa cuenta con un equipo muy bien conformado. Con el consejo de administración, consejo de vigilancia, personal administrativo (gerencia, administración, acopiador, área técnica, catador, empacador).

Dificultades

Para que la cooperativa se forme como tal pasó por grandes complicaciones, al inicio se vio con problemas para completar los contratos pequeños que iniciaron a formar con otras cooperativas más grandes, luego al tener rentabilidad con los negocios que se tenía con la venta de café, más socios se fueron uniendo; ahora es una de las mejores cooperativas en el ámbito cafetalero en Amazonas.

Bondades

En primer lugar, una de las bondades que se puede rescatar es la democracia y el respeto, siendo lo más importante para continuar con un emprendimiento, cada dos años se cambia la presidencia de la cooperativa en una asamblea general; también añadir que en la Cooperativa Flor del Café se da el respeto a los trabajares, socios y personas ajenas, coexistiendo algo fundamental para ellos.

Convenios

Convenio con café Monteverde para el tema de exportaciones, con el proyecto MOCCA, con Agro Banco para tener crédito para los productores para renovación de cafetales mediante el programa Agro Perú y convenio con ONGs para la venta de café procesado.

Logros

Se logró crear la asociación en el 2007, certificados de comercio justo y de café orgánico, proyecto regional del valle del Mashuyacu, exportación de su producto, convenios con ONGs., proyecto de reforestación Plan de negocio del proyecto Sierra y Selva Alta. Adquisición de un terreno urbano en nuevo Chirimoto, construcción del local de acopio en el caserío de Nuevo Chirimoto, participación en el Programa Nacional de Innovación Agraria (PNIA), creación de la propia marca de café procesado y envasado, entre otros.

Certificaciones

Cuenta con certificaciones de café Orgánico con certificado de Comercio justo, IMOCERT, BIOSUISSE, USDA ORGANIC, verificado por café practice.

Café verde lavado - HB MCM - GRADE 1

Café Valle Mashuyacu

Nuestras Certificaciones

2.2.5. Asociación de Productores Santa Rosa-APROSAR

En la región Amazonas- Provincia Rodríguez de Mendoza-Distrito de Santa Rosa se encuentra ubicada una micro empresa "Asociación de Productores Santa Rosa", esta asociación se compone de pequeños agricultores de la localidad, que buscan generar ingresos con sus productos.

Esta organización, comenzó el año 2002 como un pequeño emprendimiento que se dedicaba a la comercialización de frutas locales, principalmente la Piña (Fruto natural de distrito de Santa Rosa). Con el paso del tiempo la rentabilidad del negocio disminuyó, por lo que los integrantes del emprendimiento buscaron nuevas maneras de generar ingresos y tras años de investigación y capacitación, comenzaron a producir caña de azúcar, es así que, esta materia prima la convertían en un edulcorante natural denominado con el nombre de "Panela". Al principio el negocio fue informal por la falta de recursos de los integrantes. Con el objetivo de hacer que el negocio creciera, los socios lograron contar con todos los requisitos para ser reconocida como una asociación formal, y en el año 2009 presentaron al proyecto a la municipalidad distrital y al Gobierno Regional; el proyecto fue aprobado, y se comenzó la construcción de la planta de producción de Panela y posteriormente se logró implementar con equipos que facilitarían la producción del azúcar natural, todo esto con la ayuda de la municipalidad distrital y del gobierno regional. En el 08/05/2009 es extendida al notario Yuri A. Villanueva Santos la solicitud para la constitución de la asociación, concluido con el proceso se constituye legalmente la asociación denominada "ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES SANTA ROSA" ("APROSAR") conforme al acta de fecha 01-05-2009 debidamente legalizada por el juez de paz el señor Nicolás Tuesta Villa, con fecha 04-05-2000, registrado bajo el número 02, donde se aprueba la constitución y estatuto de asociación.

Los bienes que integran al patrimonio de la asociación están constituidos por los fondos provenientes de las cuotas ordinarias y extraordinarias de los socios, los bienes mueves e inmuebles son adquiridos por las donaciones que puedan recibir la asociación y los ingresos que provengan de las actividades que realice la asociación. Los órganos constituyentes de la asociación son: La asamblea General y el consejo directivo, por tanto, la asamblea general es la máxima autoridad de la asociación y está conformada por todos los asociados, mientras que el consejo directivo es el

órgano responsable de la gestión económica y administrativa de la asociación y está integrada por ocho miembros titulares.

Objetivos

La organización no tiene fines de lucro, sus principales objetivos son contribuir a mejorar la calidad de vida de los agricultores y promover el desarrollo contenido de la comunidad. Actualmente la asociación se dedica a la producción y exportación de Panela orgánica (Edulcorante natural con propiedades alimenticias); dicho producto es exportado tanto a nivel nacional como internacional.

Dificultades

A lo largo de los años la asociación de productores ha tenido dificultades en diferentes aspectos, los principales son los siguientes:

- Falta de mercado: esto debido a que a inicio de su funcionamiento existían pocos consumidores y esto generaba que la producción y generación de ingresos disminuyera.
- Falta de recursos económicos: por la falta de mercado en el cual pueda ser comercializado el producto, ocasionó que la organización carezca de capital para seguir produciendo su bien.

Bondades

Las bondades de esta asociación son muchas, las principales son las siguientes:

- Gracias a la creación de esta organización muchos agricultores han podido incrementar sus ingresos y mejorar su calidad de vida.
- El producto Panela, contiene diferentes propiedades alimenticias que ayudan a mejorar la salud de las personas, de esta manera las personas pueden consumir un producto indispensable para el día a día sin dañar su salud, si no por lo contrario mejorarla, ya que la mayoría de edulcorantes contiene gran cantidad de químicos que dañan la salud de las personas. Entonces este edulcorante natural es una gran opción para remplazarlos y comenzar a cuidar la salud.

- Actualmente más del 50% de la población del distrito de Santa Rosa consume este producto, lo que hace que la mayoría de las personas se vea beneficiada, ya que es mucho más fácil adquirir este producto y los costos de adquisición son mucho menores, y la mayoría de socios consumen su propio producto lo que genera un importante ahorro en su canasta básica.
- Aunque el camino no ha sido fácil, hoy en día LA "ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES SANTA ROSA – APROSAR" se encuentra correctamente formada y genera muy buenos ingresos gracias a sus exportaciones nacionales e internacionales, de esta manera sus socios se ven beneficiados de diferentes maneras y además se genera un desarrollo sostenible para el distrito.

2.2.6. Asociación Productiva de Artesanía CHACHA´S

Creada el 27 de junio del 2008, ubicación en Chachapoyas – Amazonas con dirección: Barrio Mogrovejo (a una cuadra del mirador de la ciudad de Chachapoyas).

La asociación productiva de artesanías Chacha´s es una Agente Económico Organizado (AEO) que está formado por un grupo de artesanas de la línea textil.
La AEO surge porque durante muchos años las artesanas realizaban su trabajo para algunas instituciones sin tener alguna ratificación económica, entonces deciden formar la asociación con razón social: Asociación productiva de artesanía Chacha´s.

Los productos que producen y comercializan son textiles artesanales que muestran la cultura de la región, plasmados en diferentes presentaciones que muestra la variedad de productos que la asociación puede ofrecer al mercado; los textiles son elaborados con hilos de algodón nativo, lana de oveja, lana de alpaca y el teñido de las prendas son con insumos naturales. Los textiles son elaborados por las artesanas de la Asociación Productiva de Artesanía Chacha´S, ubicado en la ciudad de Chachapoyas.

Bondades

- Fomentan y preservan la identidad cultural regional (iconografía, técnicas ancestrales de tejido de nuestra región como el telar a cintura).
- Utilizan insumos naturales para la elaboración de sus productos (Lana de oveja, lana de alpaca, algodón, tintes naturales extraídos de plantas e insectos).
- Promueven la inserción laboral de las mujeres Artesanas.

Dificultades

- Falta del dominio de la tecnología para promocionar sus productos.
- Falta de equipos para mejorar la calidad de los productos.
- Falta de un taller artesanal, para elaboración y exposición de productos.

2.3. Hoteles y hospedaje en la región Amazonas

2.3.1. Hotel Puma Urco

La empresa TURISMO Y SERVICIOS LEO CESAR S.A.C con nombre comercial "HOTEL PUMA URCO"; dedicada principalmente al servicio de hotelería, es una empresa estratégicamente ubicada en Jr. Amazonas en la ciudad de Chachapoyas, que cuenta con una gran demanda de habitaciones. El Hotel Puma Urco opera hace 12 años bajo la administración de su actual dueño el Sr. Manuel Jiménez Reina; cuenta con 4 trabajadores por turno, es una de las mejores alternativas de alojamiento en Chachapoyas no solo por su ubicación en el centro y en el casco histórico de la ciudad, sino porque cada uno de sus entornos respira más de 470

años de uso, costumbres y recuerdos. Cada habitación cuenta con una gama completa de servicios: agua caliente, televisión por cable, heladera, cama espaciosa y cómoda para que los huéspedes tengan momentos de descanso reparador y placentera estadía. Su ubicación es el mejor punto de partida para explorar la ciudad, y en sus calles, castillos y reservas históricas, deleitarse con el ambiente chachapoyano.

Hotel "PUMA URCO" no se limita a los clientes restantes; cuenta con la Autoridad de Tránsito de Viajes y Turismo, “PUMA URCO TOURS", ofrece un servicio exclusivo sobre la calidad comprobada de los paquetes turísticos de viajes de Amazonas.

Situación actual

El Hotel cuenta con amplio servicio de calidad y acogedor ambiente, para diversos huéspedes de diferentes lugares o países.

Principio

Brindar un servicio de calidad a los huéspedes, así mismo los huéspedes tienen un compromiso de proteger y cuidar el ambiente que se le brinda.

Estrategias

- Ser reconocido como la empresa hotelera líder de la región, brindando servicio de calidad al turistas nacionales y extranjeros de clases A y B adicionando a su oferta servicios complementarios como: restaurante, personal calificado, agencias de viaje y demostrando la conservación del medio ambiente y la identidad.
- Además, es una empresa dedicada al rubro de servicios turísticos hotelero que brinda servicio de calidez de manera personalizada al cliente para satisfacer sus expectativas.
- Estamos comprometidos con el desarrollo de la empresa, de la región y del Perú.
- El hotel Puma Urco se encuentra actualmente respaldado bajo la estrategia genérica de enfoque de costo, es decir, mantiene una posición de costos bajos lo que le permite la obtención de mayores rendimientos, y esto a la vez coloca a la

empresa en una posición favorable con relación a sus competidores y también frente a los posibles sustitutos.

Valores

- Hospitalidad
- Honestidad
- Trabajo en equipo
- Compromiso

Fortalezas

- Favorable ubicación por encontrarse a media cuadra de la plaza de armas, dentro del centro histórico de la ciudad.
- Tener alianza estratégica con restaurante y agencia de viajes (propiedad de los mismos dueños del hotel), para tener una mejor oferta para el turista y conseguir mayor utilidad.
- Tener alianza estratégica con restaurante y agencia de viajes (propiedad de los mismos dueños del hotel), para tener una mejor oferta para el turista y conseguir mayor utilidad.

Debilidades

- El recurso humano de esta empresa es no calificado por no contar con capacitaciones y/o estudios para el desempeño en esta actividad.
- Los recepcionistas no tienen dominio de otros idiomas.

Amenazas

- Los constantes cambios de clima y otros sucesos naturales que ocasionan interrupción de carreteras, accidentes, etc. Reduciendo la visita de turistas a la región.
- Mal estado de las vías de comunicación para el traslado a los recursos turísticos cercanos.

Metas y propósito

Busca cumplir todas las expectativas de los huéspedes, mejorando día a día la calidad de atención e infraestructura. Para así ser el primer hotel con buen servicio en Chachapoyas Amazonas.

2.3.2. Hospedaje Puiquin

Este hospedaje fue creado en noviembre del año de 2015 e inaugurado el 07 de septiembre del año 2018 con el nombre de "HOSPEDAJE PUIQUIN", en honor al Sr, Teodocio Puiquin Puerta, un hombre ejemplar y de negocios, fundador de esta empresa hotelera.

La ubicación del hospedaje es Jr. Ciro Alegría N°101 Pedro Ruiz Gallo, ciudad que con el trascurrir del tiempo se ha dedicado a la actividad comercial y turística y ha prosperado de sobre manera, dicho sea de paso, que esta ciudad cuenta con un clima templado que a todo turista le encanta.

Sus dueños son: Sr. Teodocio Puiquin Puerta y la Sra. Demetria Rojas de Puiquin, ambos de nacionalidad peruana.

Sus instalaciones constan de 5 pisos, cuenta con un total de 20 habitaciones, restaurante, pollería y otro tipo de facilidades para poder darles a nuestros huéspedes, la satisfacción que ellos se merecen. Lo más reciente es que el actual administrador el Sr. Markos Puiquin Rojas, ha venido trabajando en marketing y publicidad entre otras mejoras con el fin de ganar popularidad y mercado, tanto en la ciudad por ser puerto principal de turistas, como a nivel regional y porque no decir Nacional.

Visión

"Ser uno de los centros de hotelería más importantes de la región Amazonas".

Misión

"Satisfacer las necesidades de todos nuestros huéspedes a través de un servicio personalizado dentro de un ámbito cálido y cordial de forma consistente superando cada vez más sus expectativas. Conservando y protegiendo el medio ambiente".

Dificultades

- La empresa solo cuenta con 20 habitaciones a servicio de sus clientes, ya que, a principios este, no contaba con un terreno en condiciones adecuadas de construcción.
- En la actualidad se presentó un terremoto y la fuerza inédita de la naturaleza, destruyó carreteras, y varias empresas hoteleras de la ciudad y de la región se han visto afectadas.
- La empresa aún no cuenta con servicio de estacionamiento y esto estaría afectando la comodidad de los huéspedes que disponen de movilidad propia.

Estrategias

Se centra principalmente en:

- Escuchar a nuestros clientes.
- Anticipar a las necesidades de los clientes.
- Trato con cordialidad y amistad.
- Mostrar cuidado por los detalles.
- Solucionar las inquietudes en forma inmediata.
- Ofrecer siempre alternativas.

- Y a través de un sistema de calidad y la opinión de los clientes, buscamos diferenciar nuestro servicio enfocado en la excelencia.

2.3.3. Hostal Vista Hermosa

Hostal Vista Hermosa se encuentra ubicado en la fidelísima cuidad de Chachapoyas capital de la región Amazonas específicamente en el Jr. Puno N°285-295 – Chachapoyas.

El negocio brinda servicios de un hospedaje de todos los turistas que llegan para conocer las maravillas con las que cuenta en la misma cuidad y alrededores.

El Hostal Vista Hermosa fue fundado el 12 de agosto del 2007 y se encuentra brindando el servicio hace 14 años. La idea de emprender este negocio surgió debido a la existencia de pocos alojamientos y presencia de muchos visitantes en la cuidad por otro lado, el nombre que se le colocó a este Hostal surgió gracias a que está ubicado en una zona regularmente alta de la cuidad y porque la edificación es de tres niveles más una azotea tendría una altura considerable para una vista

panorámica extraordinaria a la ciudad y los alrededores haciendo de este una maravilla para los ojos de los turistas. El propietario es Ing. Aníbal Tafur Becerra.

“Para llevar a cabo la idea de negocio que se mantenía obtuve mucho ayuda de las personas cercanas en especial de mi familia, es por eso que ahora puedo decir que gracias a ellos el negocio salió a flote. Por otro lado, no fue necesario hacer una investigación de mercado ya que se conocía la necesidad de alojamientos con la que no contaba la cuidad de Chachapoyas y se aprovechó la oportunidad que el mercado estaba ofreciendo en ese entonces”. (Tafur, 2021).

Misión

“Ofrecer a los turistas un servicio de alojamiento con las mejores tarifas, garantizando un servicio de primer acorde a las necesidades para la satisfacción total del cliente”.

Visión

“Ser reconocido entre los mejores alojamientos de la ciudad de Chachapoyas, por la calidad del servicio y confort y elevar el nivel de categoría”.

Publicidad

El hostal cuenta con una página en la red social de Facebook, así mismo se puede encontrar información por medio del navegador de Google; otro medio de publicidad es la entrega de tarjetas físicas y también consideran como un medio de publicidad el hecho que la gente recomiende su servicio.

El Ing. Tafur, dueño del Hostal Vista Hermosa mencionó que en sus inicios empezó como todo negocio, es decir, con pocos clientes, pero mejoró con el tiempo, la clientela fue creciendo hasta llegar hacer uno de los hostales más concurridos y demandados de la ciudad, esto hasta el 15 de marzo del 2020 tiempo en el cual la pandemia del COVID 19 se arraigó en el país, afectando fuertemente al sector.
Los logros fueron muchos tanto económicos y sociales contribuyendo con el turismo y siendo útiles a la sociedad.

Ahora bien, después de la pandemia la demanda es baja, en otras palabras, es demasiado pequeña y no alcanza para cubrir todos los gastos generados por el

mismo establecimiento, de seguir así puede que se cierre el hostal, afirma el Ing. Aníbal Tafur.

Descripción del negocio

El Hostal Vista Hermosa se encuentra en Chachapoyas y ofrece una terraza. También cuenta con recepción 24 horas, salón compartido y Wifi gratuita en todas las instalaciones. Se ofrece aparcamiento privado por un suplemento. Las habitaciones del albergue están equipadas con zona de estar, TV de pantalla plana con canales vía satélite y baño privado con artículos de aseo gratuitos y ducha. Todas las habitaciones incluyen un escritorio. El aeropuerto más cercano es el de Chachapoyas, ubicado a 4,1 km del Hostal Vista Hermosa.

2.3.4. Hospedaje Amazonense S.A.C,

Ubicado en la avenida marginal Fernando Belaunde Terry, en la localidad de Pedro Ruíz Gallo, cuya fundación se establece a finales de 1977 por Héctor Yomona natural de la ciudad de Chachapoyas, quien era jefe del Banco de la Nación en ese entonces; se casó con la señora Eresvith Díaz natural de Leymebamba, una señora emprendedora, puesto que se crió en un entorno de comerciantes, fruto de este matrimonio contraído por Héctor y Eresbith nacieron cuatro hijos. Dicha familia se esmeró en ahorrar durante unos años, para luego adquirir el terreno, donde hoy en día se encuentra este majestuoso hotel.

En 1976, Héctor Yomona construye el primer piso de su vivienda, donde pasaría a vivir con su familia, ya que en ese momento aún no pensaban en un hotel, sino que era la casa de la familia, al mismo tiempo se estaba construyendo la carretera Fernando Belaunde Terry.

Es precisamente que, por la necesidad de los obreros de contar con alojamiento, el señor Héctor decide en alquilar algunas de sus habitaciones, empezando así a generar ingresos por parte del arriendo. Empezando así a tener clientes cada vez más, y es ahí que, en vista del aumento de la demanda, Héctor decide en formar su empresa de servicio de hospedaje "AMAZONENSE E.I.R.L" construyendo el segundo y tercer piso de su inmueble.

Dicho nombre fue escogido por don Héctor debido a que fue criado dentro de la cultura Chachapoyana y se identificaba mucho con la tradición amazonense. Este hotel con el pasar de los años fue ganando prestigio y presencia dado a que la atención brindada era especializada y muy exclusiva.

En el 2009, con el fallecimiento de don Héctor Yomona vino uno de los momentos más dificultosos de la empresa prestadora de servicio de hospedaje, debido a que, los hijos tuvieron que hacerse cargo de dicho Hospedaje, quienes cambiaron la razón social, formando una sociedad anónima cerrada S.A.C.: la muerte del fundador representó un inesperado momento, obligando a los hijos a adaptarse a tener que guiar el rumbo del hospedaje con tanta responsabilidad que ello presentaba.

Esta nueva sociedad estaba liderada por Marina Yomona Díaz quien era la hija con más cultura con más ambición, con un perfil más emprendedor e innovador, por ende, tomó el cargo de su padre como administradora y representante principal del Hospedaje hasta el día de hoy.

La señora Marina encontró una necesidad insatisfecha, pues el hospedaje que fue construido por su padre solo contaba con cuartos con baño común y debido a la antigüedad las habitaciones estaban un poco deterioradas por lo que decidió remodelar y además construyó otro pabellón de tres pisos ajustando así su oferta; dicho diseño estuvo enfocado en combinar la parte moderna con la cultura amazonense, cuyos cuartos cuentan con un ambiente muy acogedor y con baño propio cada una de las habitaciones.

Hoy en día este hospedaje es uno de los principales de Pedro Ruíz Gallo y Amazonas promoviendo el turismo, ya que trabaja con distintas empresas de agencias de turismo.

"No es un Hospedaje y ya, es el lugar perfecto para reír, disfrutar y soñar".

Marina Yomona Díaz

2.4. Recreos campestres, restaurantes y cafés Bar en la región Amazonas

2.4.1. La Real Cecina

La dueña del local que es Betsi Rojas Chota indicó que la idea para abrir la "Real Cecina" fue por una necesidad de los viajeros, ya que al lado de su local funcionaba una empresa de transporte y al observar que no había negocios de comida cerca el local se inició este emprendimiento, comenzando sus actividades en el año de 1998.

A lo largo de los años se ha innovado en las formas de aplicar el marketing en un negocio y la Real Cecina no se ha quedado atrás pues actualmente se usan las redes sociales, radio, volantes para publicitar su negocio.

Dificultades

Para poder implementar el restaurant no se tenía el capital suficiente y era muy difícil acceder a créditos de entidades financieras.

En la actualidad para poder reactivarse durante la pandemia se tuvieron que reinventar con deliveries y luego atención en salón según las ordenanzas establecidas por Ministerio de Salud del Perú.

Bondades

Buen posicionamiento en el mercado y cuenta con una carta mejorada ofreciendo nuevos platos como la comida regional fusionada.

2.4.2. D´SANTINO

D´Santino es un negocio orientado a la venta de comida general al público, el cual fue fundado en el año 2017, abriendo sus puertas específicamente el 16 de noviembre del mismo año, con el fin ofrecer un servicio alimentario. Las experiencias previas respecto al negocio culinario, como los servicios de catering en bodas, cumpleaños, cursos de entidades públicas y en otro tipo de eventos, fueron un motivador para sus fundadores, porque gracias a este mercado se optó por un negocio relacionado a lo culinario. Es así como la idea del restaurante nació a partir de que previamente se brindaba servicios de catering.

La idea de formar un restaurante fue dada por el abuelo de la familia, el señor Desiderio Vin Culqui. Éste, junto a Yanina Vin Trauco serían quienes fundarían el negocio D´Santino. De ahí el nombre del restaurante, la "D" de Desiderio (fundador) y "Santino" por el menor de la familia; D Santino.

El capital con el que se dio inicio fue de 50 mil soles, y ayudado a ello con un crédito de medio millón. Con este dinero se pudo realizar la construcción e implementación del local. Es así como se da apertura al negocio con un total de 6 trabajadores, planteándose como objetivos brindar un servicio de calidad, además de ofrecer platos con un sabor único, memorable y distintivo; centrándose en el pollo a la leña, así como también en carnes y parrillas. Esta misión pronto empezaría a formar parte de la filosofía de la empresa.

Dentro de los primeros meses, el restaurante ofrecía platos a base de pescado y mariscos, como ceviches, parihuelas, etc. Pero con el pasar del tiempo, estos platos dejarían de ofrecerse debido a la carga laboral, optando por reducir la carta.

Aparte del problema de la carta, en sus inicios, el restaurante se vio vulnerable al no captar una clientela significativa, y fidelizar a la misma (debido al mercado competitivo). Así también, el hecho de no encontrar personal capacitado fue otra de las dificultades en las que se vio envuelta, y es algo que hasta ahora no se soluciona del todo.

A pesar de estás adversidades surgidas en sus inicios, D´Santino siempre se ha caracterizado por su ambiente acogedor, la vista amplia que ofrece, y además de

ello la ventilación que tiene. Sin duda, estas características han contribuido al posicionamiento del restaurante.

En el 2020, producto de la pandemia, D´Santino optó por innovar, hizo una mejora del servicio de delivery, ofreciéndolo como un servicio gratuito, cosa que hasta ahora se mantiene. A lo largo de este tiempo, como medio o estrategia de marketing del restaurante se ha empleado las páginas o redes sociales, usando a estas como principal medio de difusión, la cual sí está dando resultados. Además de ello la difusión por la radio.

Actualmente D´Santino cuenta con 6 trabajadores, y dentro de la carta solo se ofrecen platos como el pollo a la leña, siendo ese el plato más fuerte, y además de ello carnes y parrillas. También ofrecen otros servicios como: organización de eventos, decoraciones y buffet.

Los fundadores mencionan que sí se han logrado cumplir con los objetivos, algo que fue consecuencia del arduo trabajo realizado a lo largo del tiempo. Por ello, los objetivos principales no han variado, lo que sí han variado son los planes a futuro para la infraestructura del negocio, donde actualmente se busca implementar el servicio Resto-Bar, brindando lo ya mencionado, además de bebidas para degustar.

Así mismo, otros platos que ofrecerían y que se empezarán a ofrecer pronto son los piqueos, o mejor dicho pequeños aperitivos. Para ofrecer un mejor servicio, también consideran necesario mejorar partes de la infraestructura, para que sea más llamativo y exótico a comparación de la competencia.

Así también como los servicios en la parte inferior del restaurante. A largo plazo, D´Santino se plantea abarcar más sectores de la región, como: Bagua y Jaén.

Sin lugar a duda, este negocio que lleva un corto periodo en el mercado está teniendo un grado significativo de aceptación. Este punto a favor haría que el hecho de expandir su segmento de mercado sea una buena idea.

2.4.3. Café-Restobar Amazonas 632

Amazonas 632 abre sus puertas al público el 05 de agosto del año 2015 en la Ciudad de Chachapoyas-Amazonas con la finalidad de brindar los servicios adecuados para los visitantes de la ciudad y los queridos paisanos. Desde entonces ha sido un viaje largo con diversas experiencias de las cuales siempre se ha aprendido en función de mejorar la oferta. Al día de hoy Amazonas 632 es reconocido como una de las mejores opciones gastronómicas según Google Business y TripAdvisor.

Su principal objetivo se centra en ofrecer la mayor dedicación y cuidado en la experiencia del consumidor dentro del café-restobar. Cada uno de los integrantes

del equipo se encuentra comprometido con la satisfacción del cliente, razón por la cual se trabaja muy duro para poder ofrecer lo mejor.

El local principal, está situado en el Jr. Amazonas cuadra 6 en la calle peatonal de la ciudad a solo dos cuadras de la Plaza de Armas. La atención al público se hace en un ambiente de primer nivel, dónde se puede disfrutar la variada oferta gastronómica. Dentro de sus productos se encuentran los más elaborados platos a la carta y los más exquisitos postres. Estos platos a la carta y postres son productos los cuales se mantienen, innovan y adaptan, pues mucho depende de lo que se busque o se desee en ellos; pero, cabe recalcar que Amazonas 632 últimamente se encuentra fabricando muchos de sus propios productos elaborados, los cuales lo distinguen de la competencia.

Amazonas 632 ha logrado un buen posicionamiento dentro del rubro gastronómico y afines en la ciudad de Chachapoyas, esto se debe gracias al arduo trabajo que se viene haciendo desde la fundación de la empresa, así mismo también se logró este posicionamiento gracias a la grata experiencia de los comensales en el local y estos llegaron a recomendar el café-restobar a sus conocidos; logrando que Amazonas 632 tenga un mayor reconocimiento por la población. Este reconocimiento se debe a la filosofía de trabajo aplicada donde se busca satisfacer plenamente las necesidades de los clientes, además de contar con ambientes cómodos y atractivos para los visitantes, pues su decoración mantiene objetos utilizados en la antigua Chachapoyas.

El café-restobar Amazonas 632 tuvo un auge de éxito muy grande el cual le permitió abrir diferentes sucursales dentro y fuera de la cuidad como lo son:

- Pastelería Amazonas 632 – Jr. Grau cuadra 6 de la cuidad de Chachapoyas.
- Café-Market Amazonas 632 – Aeropuerto de la ciudad de Chachapoyas.
- Cafetería Amazonas 632 – Estación de Embarque de las Telecabinas en Kuélap.

Con el inicio de la pandemia causada por el COVID-19 la empresa tuvo diversas dificultades para poder seguir manteniendo en pie sus diferentes sucursales por lo que tuvo que ponerlas en suspensión. Sin embargo, se supieron aprovechar las oportunidades que se surgieron en esta época, logrando instaurar el servicio de atención por delivery e incrementaron el uso de las redes sociales para lograr una mejor experticia en cuanto a la atención. Para cautivar al público en general se empezaron a realizar promociones en sus productos y sorteos en fechas especiales.

Actualmente Amazonas 632 brinda sus servicios mediante tres tipos de atención como: atención en el local, reparto mediante delivery y recojo de pedidos en el local.

Finalmente se puede llegar a decir que en estos cortos 6 años de existencia de la empresa se ha logrado un muy buen posicionamiento dentro del rubro gastronómico de la ciudad, además de haber sabido aprovechar sus oportunidades de progreso también ha logrado sobrellevar dificultades las cuales

hicieron mejorar su servicio a la población.

2.4.4. Recreo campestre COLMALYACO

Esta pequeña empresa se ubica en el distrito de Molinopampa que es uno de los veintiún distritos de la Provincia de Chachapoyas, ubicado en el Departamento de Amazonas. El nombre que se denominó a este emprendimiento surge por un concepto propio del lugar, ya que cerca de las instalaciones de "COLMAYACO" atraviesa un río que lleva el mismo nombre.

Este negocio se inicia en el año 2014, principalmente se empieza con el rubro de piscicultura, específicamente la producción de truchas; esta fue la idea principal al ser este un emprendimiento más accesible a las condiciones del lugar, porque ya se contaba con el área donde se iba a instalar todo este sistema de producción y también a la realidad económica que se tenía en ese momento. Se inició con un capital propio de S/ 1 000. 00 el cual sirvió para la adquisición de 500 alevines y para hacer las primeras pozas, junto a esto también el abastecimiento de alimento que es necesario para su supervivencia.

Durante el proceso productivo se fue incrementando la cantidad de pozas y por ende también se iban adicionando gran cantidad de alevines, pero esto generó un problema; debido a que la realidad de la piscicultura en el Perú es bastante rudimentaria y no se tiene muchos lugares para acceder a la compra de estos alevines. Es aquí donde se decide implementar una sala incubadora la cual servirá para el autoabastecimiento, es así que se va incrementando la producción paulatinamente hasta llegar a un tope máximo de 30 000 cada 4 meses, llegando a comercializar y abastecer todo el mercado local.

Luego, dentro de esta organización se adhirió la construcción de otras instalaciones para darle un valor agregado a la producción base, dentro de la ampliación que surgió en esta pequeña empresa están: una sala restaurante, donde se ofrece platos de la zona a base de la trucha producida en el mismo lugar; un área para fulbito y vóley; así como también cuenta con área libre para realizar caminatas teniendo contacto directo con la naturaleza.

Existieron diversas dificultades dentro de todo el proceso de producción teniendo como limitación principal la ausencia de maquinarias necesarias para la construcción de más pozas. Junto a esto, la adquisición de alimentos fue otra de las

dificultades, ya que se requería la compra de toneladas, las cuales requerían de almacén más amplio y tener un medio de transporte capaz de abastecer estas necesidades.

Ya en el 2020, el COVID 19 tuvo un impacto muy abrumador dentro del normal desarrollo productivo y comercial de este negocio, la principal limitación fue la adquisición de ollas y la provisión de alimentos, así como también la oferta de platos que se vio truncado.

Sin embargo, la resiliencia que se tuvo durante la pandemia jugó un papel trascendental dentro de la organización económica, se necesitaba la decisión de reinventarse o desistir, sin embargo, la mejor decisión fue mantenerse en lucha constante, es aquí donde surge la idea de ampliar y diversificar este negocio, en el rubro de turismo de aventura, incluyendo canopy, sky bike, discoteca, camping y pesca deportiva. Todo esto se hace con la finalidad de atraer al visitante el cual desee pasar un fin de semana completo, todo esto en contacto con la naturaleza.

Esta nueva alternativa de ampliación actualmente se encuentra en un avance de 75%, se espera que en lo que reste de este año 2021 se culmine y se tenga la capacidad de brindar al público de la región y de todo el Perú los distintos tipos de elecciones de consumo que ofrece esta empresa. Ante la adopción de una nueva cara de esta organización, también se tratará de cambiar el nombre a “PARK AVENTURA COLMAYACO” manteniendo el término “COLMAYACO” el cual forma parte del contexto propio del lugar.

El objetivo es siempre brindar un servicio de calidad, donde la comodidad y la distracción sea el objetivo principal. Además de ello, la seguridad dentro de todas las instalaciones es primordiales, estas están siendo supervisadas constantemente por las autoridades correspondientes las cuales se encargan de fiscalizar la calidad del servicio cumpliendo los diversos requerimientos y exigencias. Fortaleciendo las capacidades del negocio, se evidenciará un alto nivel de competitividad y sostenibilidad dentro del mercado, generando desarrollo para el negocio en los próximos años.

2.4.5. Restaurante Campestre Don Carlos

La historia de este negocio "Restaurante Campestre Don Carlos" comienza a raíz de la pandemia, el ambiente donde actualmente se encuentra instalado este restaurante era un ambiente de eventos tales como fiestas de promoción, fiestas de quinceañeras, etc. en estos eventos se contaba con el servicio de atención a dichos clientes con la se brindaba la alimentación.

El 2020 todas las líneas de negocios fueron azotadas con una cuarentena la cual paralizó el crecimiento económico, teniendo una sociedad aislada pues este local de eventos quedo sin clientes, por ende, ya no podía seguir operando, con esto dejando a dichos dueños sin ingresos, y es entonces cuando nace la idea de convertir este local en un restaurante.

Anteriormente ya tenía algunas instalaciones de cocinas con las que atendían a los clientes de los eventos y se empezó con la salida de pollo al horno durante los fines de semana el ambiente era pequeño y tenía poco personal. "contábamos con poco personal con tan solo un baño, una cocina y con cuatros mesas" afirma el señor Carlos y la señora Magali dueños de dicho restaurante.

A los tres meses de haber empezado contrataron personal profesional y con experiencia en las diferentes áreas que había, como en cocina un chef internacional con esto obteniendo una sazón que los identifica y atrae a los clientes, en la atención al público ubicando a personas con amabilidad y la capacidad de dar una excelente atención, también instalaron área para niños y un área de helados con esto complementando las necesidades de cada cliente que llegue. Al principio era un negocio pequeño, pero con esto mejoró y actualmente se encuentra en un auge elevado ya que es un éxito sus platos a la carta tienen mejor atracción y consideramos que este negocio en tan poco tiempo ha tenido una buena acogida por su calidad en su producto y en el momento de brindarlo para su consumo final.

DON CARLOS
DON CARLOS

DON CARLOS
DON CARLOS
DON CARLOS

2.4.6. Chacho Burguer

Cuando se habla de comida rápida “fast food” se nos viene de inmediato a la mente las jugosas y deliciosas hamburguesas, icono de la gastronomía norteamericana; están en todos lados, desde su país de origen los Estados Unidos, Europa y países Latinoamericanos. Nuestra hermosa tierra no es la excepción, existen múltiples establecimientos que ofrecen este delicioso manjar, pero ninguno tan mítico y emblemático como Chacho Burguer.

Chacho Burguer es una empresa dedicada al rubro alimentario, en específico al de comida rápida, que centra sus operaciones en la fidelísima ciudad de Chachapoyas con más de 7 años en el mercado local, lo que le ha convertido en la líder en ventas de hamburguesas por encima de sus competidores haciendo emblema a su conocida frase “el de irresistible sabor que esperabas” captando y ganado la preferencia de los paladares más exigentes.

Según cuenta Antonio Cruz Vargas, dueño y fundador de Chacho Burguer, emprendedor de raíces Chachapoyanas en sus múltiples viajes a ciudades costeñas visualizó y le llamó la atención un negocio seguro y rentable el de la comida rápida, quedando fascinado con el sabor de las hamburguesas, viendo así una idea de negocio la venta de hamburguesas en su ciudad natal. Antonio empezó su idea negocio con solo 1500 soles de inversión inicial en una pequeña habitación de su domicilio, la cual acondicionó con lo que tenía a la disposición para el inicio de su aventura culinaria, siendo el mismo su primer y único empleado. Luego de arduos meses de trabajo, finalmente el 14 de febrero del año 2014, día del amor y la amistad, inaugura su primer local con el nombre de Chacho Burguer en el jirón Ayacucho #575 en la ciudad de Chachapoyas.

El camino para convertir a Chacho Burguer como el símbolo de la comida rápida en Chachapoyas no fue fácil, se presentaron obstáculos que poco a poco fueron superados. Pasar de la informalidad a la formalidad fue complicado debido al enriado burocrático, al miedo latente de la negativa de las autoridades y al constante riesgo de ir a la quiebra de lo que tanto esfuerzo logró construir. Otro de los problemas que aqueja al negocio hasta la actualidad es el clima, las lluvias causan una reducción de la clientela y dificulta la entrega de delivery a domicilio.

El esmero y el compromiso por hacer que el negocio rinda frutos dieron resultados pues al día de hoy Chacho Burguer cuenta con 2 establecimientos en la ciudad, el primero de ellos en jirón Ayacucho #575 y el segundo y más reciente en el jirón Santa Ana, cerca de la plazuela de mencionado jirón, inaugurado el 2018; cuenta con 12 trabajadores que desempeñan en la cocina, caja, atención al público, limpieza y delivery, juntos todos ellos ofrecen las un amplio portafolio de deliciosas hamburguesas, tales como Carne Royal, Chori carne, Carne Royal más queso, Burguer King, Cheese Burguer, Chacho Burguer, siendo esta ultima las más antigua y emblema de la marca.

Chacho Burguer abre sus puertas de lunes a domingo de 5 pm a 11:30 pm en donde puedes ir a pedir tu rica hamburguesa y disfrutar de su tradicional e inigualable sabor. Gracias a datos facilitados por algunos trabajadores del lugar, los días con mayor afluencia de clientela son los lunes, viernes, sábados y domingos, en los cuales el restaurante logra recaudar un monto que oscila entre los 1600 soles a 2000 soles.

Tenemos ante nosotros una empresa formal, identificada ante la SUNAT con el RUC N° 10334060093, que se constituyó como persona natural a base de esfuerzo, dedicación por su propietario, lo interesante es la influencia que tiene en la población chachapoyana, sin duda alguna, es una de los emprendimientos destacados de la ciudad, mueve bien sus capitales, y cubre con los costos de financiamiento que en algunas ocasiones accede para mejorar el servicio ofrecido a su público.

2.5. Negocios en el rubro del comercio en la región Amazonas

2.5.1. La Casa del Ganadero S.R.L.

Razón Social: 20479858200 - Agroveterinaria El Ganadero SRL

Nombre Comercial: AGROVET. EL GANADERO SRL

Fecha de inicio de actividades: 06/05/2005

Domicilio Fiscal: AV. LIBERTAD NRO. 613 AMAZONAS - CHACHAPOYAS – CHACHAPOYAS

Actividades económicas que realiza:

- Principal - 4620 - VENTA AL POR MAYOR DE MATERIAS PRIMAS AGROPECUARIAS Y ANIMALES VIVOS.
- Secundaria 1 - 7020 - ACTIVIDADES DE CONSULTORÍA DE GESTIÓN.
- Secundaria 2 - 4653 - VENTA AL POR MAYOR DE MAQUINARIA, EQUIPO Y MATERIALES AGROPECUARIOS

Los comprobantes de pago que utiliza:

- Factura (Electrónica 25/11/2019)
- Boleta de venta (Electrónica 26/11/2019)
- Liquidación de compra
- Nota de crédito
- Guía de remisión - Remitente (Electrónica 25/11/2019)

El Ingeniero agrónomo Hernán Muñoz emprendió su negocio de agro veterinaria en el año 2005 por el mes de junio, pero con anterioridad a inicios del mismo año ya venía vendiendo algunos productos que traía de la costa y brindaba servicios de campo a algunos agricultores con sus sembríos, él menciona que inició su negocio porque veía que existía una gran demanda de los productos que proporcionaba, principalmente porque estos eran comprados desde la Selva y les salía muy costoso a los agricultores, además de ello quería desarrollar su carrera, dentro del posicionamiento que ha logrado su empresa hace mención que ha sido una lucha constantes de año tras año, con el objetivo de dar el mejor servicio y llegar a todas las familias que lo necesitan; también menciona que su empresa ha ido evolucionando constantemente, indica que dentro de las principales dificultades que se presentó al inicio de su negocio fue la incertidumbre que mostraban los

agricultores frente a los productos que ofrecía y al servicio mismo que proporcionaba, además de ello menciona que existía una forma tradicional que los agricultores utilizaban para sus sembríos y control de enfermedades de muchos de sus cultivos, pero con el paso de los años y de la información que les brindaba esta incertidumbre fue desapareciendo.

Ventajas que tuvo en su emprendimiento

- Logró un rápido posicionamiento en el mercado.
- Fueron la primera empresa dedicada a ese rubro.
- Existía una gran demanda de los productos que ofrecía.
- Ofrecía un precio asequible a los compradores.

Productos que ofrece

- Fertilizantes
- Abonos (naturales y químicos)
- Semillas Mejoradas
- Equipos de fumigación
- Semillas
- Alimento concentrado (ganado, animales menores)
- Medicamento para ganado (antibióticos, vitaminas, etc.).
- Alimentos para mascotas
- Venta de comederos y bebederos (automáticos y normales)
- Venta de accesorios para mascotas, entre otros.

Productos más demandados

- Fertilizantes
- Alimentos concentrados (para animales menores como gallinas, cuyes, perros, gatos, etc.)
- Medicamentos para ganado vacuno (vitaminas, antibióticos, calcio, antiparasitarios, hormonas, minerales, vacunas, etc.).

Lo que le diferencia de la competencia

El señor Hernán Muñoz menciona que la principal diferencia que tiene su empresa con respecto a las demás, es que su empresa es completa y que tiene una diversificación de productos muy amplia, además de ello proporciona ayuda técnica en el campo y trata que su personal sea el mayor calificado con la finalidad de dar solución a los problemas que presenta los agricultores de la zona.

Dificultades frente a la pandemia Covid-19

Algunas de las dificultades que afrontó esta empresa fueron: el desabastecimiento de productos debido al confinamiento, además de ello tuvo que cerrar sus locales lo que conllevó a que no pueda abastecer ni llevar ayuda técnica a los crianderos y agricultores, debido a esto por ejemplo muchos animales murieron, se incrementaron las plagas y enfermedades en diferentes cultivos porque no recibieron un control especializado.

Otra dificultad que se presentó fue el incremento de precios en los diferentes productos, principalmente los que están relacionados a la agricultura, por lo que optaron por dar a crédito dichos productos.

2.5.2. Hany Collection

"Hany Collection es una microempresa ubicada en la ciudad de Chachapoyas dedicada a la venta de accesorios de belleza y regalos en general, fue fundada el 08 de noviembre del 2016" Dirección: Jr. Ayacucho N° 1009, ref: al costado de la plaza mayor.

"Hany Collection" es un negocio que se formó como parte de un emprendimiento familiar, la Sr. Olivia mencionó que antes de su fundación (11/2016) se dedicaba a los labores del hogar, entonces surge la idea por parte de su hija (Hany) el formar un negocio dedicado a la venta de accesorios y regalos; en un inicio contaban con un capital de mil soles, empezaron con adquirir un puesto pequeño en el mercado central de la ciudad, por el cual pagan doscientos soles mensuales, para adquirir la mercadería recibieron apoyo de sus familiares residentes en la ciudad de Lima, quienes invirtieron los mil soles en tres cajas pequeñas llenas de bisutería y demás accesorios.

"Era claro que tendríamos escases de capital", mencionó la señora, pues el puesto del mercado necesitaba implementación como, vitrinas y exhibidores para ofertar los productos, frente a esta ocasión de problema solo utilizaron mesas del hogar para exhibir los productos.

La Sr. Olivia Mendoza data que en setiembre del 2017 su emprendimiento había generado ganancias, entonces se propuso a ampliar su negocio, junto a su hija alquilaron un local en el Jr. Ayacucho 1009 el cual necesitaba de implementación y mucha más mercancía, esta vez también se agregarían juguetes y cosméticos, con el apoyo de su esposo solicitaron un préstamo de ciento ochenta mil soles S/.180 000.00 poniendo como garantía la casa en la que vivían. Ellos mencionan que presentían que si alquilarían un local más grande tendría más ventas, tenía en claro que todo negocio siempre tiene un riesgo y el que no arriesga no progresa, es así como el negocio dio un paso más al frente.

Instalarse en el nuevo local le costaron 30 días de trabajo no remunerado, posteriormente se presentaron dificultades como realizar nuevos trámites legales para la apertura del local, por ejemplo, nueva licencia de funcionamiento, tramites con SUNAT, necesidad de contratar a un contador público, contratar personales

para las ventas y hacer reconocida su nueva microempresa. Con el apoyo constante de su hija pudo superar estas dificultades.

En el primer mes de venta logró solventar los gastos y pago de cuotas, y así con todos los meses de manera sincronizada con altos y bajos en sus ingresos, pero con ningún déficit económico hasta la actualidad, "seguiré trabajando para cumplir mis objetivos señalo". Actualmente la microempresa "Hany Collection" es reconocida dentro de la ciudad de Chachapoyas por su clientela gracias a su calidad, precio, atención y carisma con las cuales doña Olivia se identifica.

Misión

"Brindar buena atención, cumplir con las expectativas y necesidades de los consumidores y trabajadores a través de la venta de productos novedosos y de calidad".

Visión

"Ser una empresa reconocida a nivel de la región Amazonas al 2025 y proveedor de emprendimientos pequeños con calidad precio en el rubro competente".

Bondades

Compromiso, respeto, confianza, calidad, ética y responsabilidad.

"No teman salir de la conformidad, analicen la aceptación de su producto en el mercado y emprendan" (Olivia Mendoza, 2021).

2.5.3. Novedades de Hoy

Todo comenzó el 13 de febrero del 2008, con RUC: 10433475408, al ver que era de mucho uso las telefonías en cabina, y tenía un rendimiento bajo, pero se adecuaba a tener un ingreso proyectado al poner en venta celulares básicos se contaba con 10 unidades, dinero que fue invertido en la compra de diferentes celulares, accesorios, e implementos como pudo haber sido las tarjetas de recargar saldo (raspabas el ticket y canjeabas de acuerdo al monto que se disponía, S/.5 S/.10 S/.15 S/.20). Ya que era lo único que se adecuaba a la gran mayoría de personas, con una venta total al final del primer día con S/.15.00. Con un capital de inicio de S/.10000, que fue conseguido a trabajos previos por parte del Señor Melvin, incluye las cabinas, máquinas para controlar, tarjetas y alquiler del local con renta adelantada. Adecuándose a ciertos riesgos, como fue de recibir S/.100 falsos, experiencias de entrada.

Duró 1 año y 9 meses, sacaron un crédito más grande, S/.90000, para aquel crédito se tuvo que recurrir a los Señores Fidencio Yoplac y Dora Quintana, padres de la Señora Estela, para poder acreditar el préstamo, con el cual abrieron otro local entre los jirones de Salamanca y Dos de Mayo, RUC: 10418681182, ahí se realizó el primer personal para el local, ya que en el principal se encontraba la Señora Estela, luego un joven le ofreció un local en el Jr, Libertad 779 que disponía de venta de prendas de vestir y el negocio era un traspaso de local, más adelante fueron realizando cambios, se dió inicio en este nuevo lugar en noviembre del 2009, fue el inicio de lo que hasta hoy perdura, una señorita que había estado trabajando en la tienda de Salamanca quería el local y se hizo un contrato de compra-venta, el cual sirvió de base para poder poner una tienda en el Jirón Ayacucho, cerca de la Plaza de Armas. Aquí se pudo evidenciar que para la compra masiva de equipos se necesitaba un RUC adecuado, por lo que se procedió a la creación del RUC: 20488061061, ya que las empresas grandes no hacían compra directa con RUC pequeños, y ante la demanda y crecimiento de la ciudad de Chachapoyas era requisito indispensable. Hoy en día se dispone de un nuevo RUC: 20607767999, este permite la importación de productos y la cual genera buenos ingresos. La empresa hoy en día trabaja con fuertes sumas de dinero (Reserva de Información Monetaria), no tan sólo se adecúa al rubro de celulares, también se dispone de otros negocios.

En la primera tienda, tuvo lugar en el mercado de “YANCE”, en sus inicios fue difícil, por el horario que se tenía que abrir a las 8:00am, en ese entonces, la señora Estela tenía un horario de empezar el día a las 5am, para que disponga del tiempo suficiente para poder cocinar, hacer desayuno, almuerzo y cena, arreglar y alistar cosas que podrían faltar en la tienda, asimismo tenía un hijo recién nacido, su vivienda queda un poco alejado del centro, y como toda madre de familia puede corroborar, los aceres de la casa no es nada sencillo como parece, asimismo como es el día a día de todo lugar realizar limpieza del establecimiento todo los días para que se encuentre presentable y las personas tengan un lugar acogedor, su labor era corrido en la tienda de 8:00am hasta las 8:00pm, de lunes a domingo, tener relevancia frente a los demás, disposición y posicionamiento frente al público era lo importante, una vez terminado el día, alistar las cosas, dejar ordenado para el siguiente día, dirigirse a su domicilio y dejar todo limpio para el siguiente día, usualmente terminaba a las 11:00pm. El Señor Melvin su labor era realizar los negocios en diferentes lugares, su trabajo estable por un tiempo fue laborar en la tienda Villacrez, poder traer pan a la mesa no era cosa sencilla, su horario empezaba a las 5:00pm viendo y revisando el inventario de la pequeña empresa en ese entonces, que equipos faltaban, poder ver la demanda de lo que las personas querían, salir a hacer las negociaciones, relacionarse con las personas adecuadas, saber de dónde provienen diferentes productos, realizar buenos contratos, no quedarse en un solo lugar, lo esencial es saber diversificarse, encontrar oportunidad de mercado, hacerlo día tras día, alistar mercadería adecuada, establecer buenos contactos con los clientes, dar buena imagen y presencia, ya cuando se tenía el local de Libertad, salía hacia alrededores los sábados y domingos hacia Yerbabuena, y diferentes lugares también en fechas de Pago de los diferentes programas como Pensión 65, Programa Juntos, y lo último como fueron los Bonos del Estado.

La tercera tienda tuvo lugar en el que hasta ahora se mantienen y es base de la empresa en el Jr. Libertad 779, la tienda en “YANCE” pasó a ser una tienda mayorista ya que se adecuaba al bajo costo que se disponía en ella, mayoría de cosas a precio accesible y de remate, los clientes ya que frecuentaban. En los celulares se vendían con una ganancia de 30 a 100 soles en Gama Alta, en los celulares básicos, con ganancia de 10 hasta 20 soles, esto contaba con entregar un buen producto y servicio. ¿Había ganancia?, parece que no, pero cuando este patrón se repite y tiene

comunicación con la difusión de varias personas, al ver que el producto era bueno, pues el adquirir no era tan solo de 5 o 10 personas, ya toma un sentido diferente al ver que esa era la cantidad de personas mínimas que ingresaban por día al establecimiento, sin contar los diferentes accesorios que se le podía vender a un cliente, esto ya era habilidad del vendedor, la tienda se mantiene hasta el momento pero en otro lado, hoy en día se encuentra en el Jr. Grau 541, en la Plaza de Armas con similares precios de remate.

En los demás locales se vendían a un precio normal, obteniendo mayores ganancias. La cuarta tienda de Ayacucho su historia fue que hasta el momento se mantiene el RUC de ventas, pero desde que se obtuvo que fue en el año 2011, hasta el 2015, se vendió a la señorita Llesica Yoplac, quién mantuvo la tienda hasta marzo del 2019, luego fue nuevamente comprado por el señor Melvin y que hasta el día de hoy se mantiene. La quinta tienda tuvo lugar en el Mercado, 2014 hasta el 2018 que fue traspaso a un tercero. La quinta tienda fue ubicada en el Jr. Libertad 852, empezó el 2015, la duración fue hasta inicios de la Pandemia 2020, el local no era sostenible en ese periodo y cubrir la renta no generaba más que pérdidas.

Durante los años 2011 que fue inicio y 2014 que su fue año quiebre, tuvieron lugar los celulares de procedencia “china”, sólo eran duraderos si los sabías cuidar, algunos tenían buena resistencia, pero siendo sinceros, una vez que tenían falla, era casi imposible que el celular disponga de algún arreglo.

La empresa adquirió en cantidad sobre estos celulares, ya que eran cómodos, accesibles a todas las personas ya que su precio era barato, y pintaba como algo bueno, la mayoría de negocios lo adquirieron, pero con el tiempo se dieron cuenta que no era muy rentable por los problemas que traían consigo estos celulares, en otras palabras “era muy bueno para ser verdad (en relación a su precio)”, aquellos celulares fueron vendidos sin garantía, se les dejaba bien en claro a los clientes.

Para nada sencillo es trabajar todos los días, día tras día, la mayoría suele rendirse a la primera semana, trabajar con marcas, operadoras y compañías telefónicas, hace que sea un trabajo de arduo sacrificio, la mayoría suele dejar cuando tienes presión, lidiar con errores en los equipos de fábrica no es tarea sencilla, la empresa dispone de un servicio de garantía del producto; dónde las personas pueden acercarse y

mencionar fallas del equipo, siempre y cuando, sea de buen fundamento, hoy en día ya se dispone de un técnico personalizado.

Las dificultades que afrontó la empresa fueron operativos, porque los equipos no eran facturados, aquí es dónde se ve la importancia de pedir boleta en las tiendas, para cualquier negocio que se realice, y si eres empresa pedir factura, también se tuvo malas contrataciones de personal, ya que algunos no eran personas honestas e hicieron robos los cuales al ser identificados se les fue entregados a la policía y abierto una demanda, también se realizaron inversiones en otros rubros como fue plantaciones de café en la cual se vino abajo por la arroya (enfermedad que ataca a la planta de café), bueno estos fueron las dificultades más relevantes y errores que hoy en día la empresa ya no comete.

En la trayectoria de la empresa, a los trabajadores se les trató de buena manera, los incentivos para que se adecúen al trabajo, se les entregaba bono, algunos presentes en fechas festivas e importantes. Con casi 14 años de servicio al público, ofrece calidad de servicio, ofertas, descuentos, en variedad de productos y servicios, lo cual nos marca la diferencia.

Hoy en día la empresa cuenta con 7 trabajadores y 3 tiendas valorizadas en un patrimonio total de S/.826 412.58, con ingresos de +S/.4 500.00 diarios, y pensar que se empezó con tan sólo S/.15.00.

"No dejes para mañana lo que puedes comprar en Novedades D'Hoy"

Claro
Claro
entel
12GB
por 3 meses
S/ 29

MOVISTAR
Claro
Compra
tu chip
Preplan

2.5.4. Negocios José Daniel E.I.R.L.

La empresa Negociaciones José Daniel E.I.R.L., identificada con el RUC Nro. 20479463108, fue fundada por la señora María del Pilar Damacen Alpartida, esta empresa se dedica a dos actividades económicas, las cuales son la venta de abarrotes en general, además de transporte de mercancía.

Inició con un capital de 2,820 soles, su ubicación fiscal es en el Jr. Salamanca Nro. 420 en el distrito de Chachapoyas, provincia de Chachapoyas, en el departamento de Amazonas. La empresa empezó a desarrollarse desde sus inicios, con la llegada a Chachapoyas de su fundadora, hace ya más de 19 años y la constitución de la empresa comercial de abarrotes, la visión que tuvo la señora María, fue oportuna, el modelo usado por su fundadora, está basado en la confianza y la comunidad que lo acogió, además que siempre se ofrece productos de calidad, además del respeto y responsabilidad ante los clientes, además del compromiso con sus colaboradores, clientes y proveedores y la comunidad acogió. Estos compromisos que se tiene con la comunidad es el legado que se mantiene hasta el día de hoy, al conformar esta empresa líder en diversos sectores, donde la excelencia es la ética y la transparencia resultan ser los pilares del éxito.

La organización ha ido evolucionando en el transcurso de los años incorporando tecnología de vanguardia en sus almacenes y sus unidades de transporte posicionándose así en las una de las empresas más importantes en su actividad en la región. Y actualmente se puede considerar como una empresa líder en la actividad de comercialización y distribución de abarrotes, en la provincia de Chachapoyas. La organización se proyecta en incrementar sus activos en transcurso de los próximos 3 años, incluyendo un almacén de 4000m2 que se encuentra actualmente en construcción permitiéndonos así tener una mejor organización y distribución de los productos así también incorporar 2 unidades nuevas a su flota de reparto, la empresa espera mantenerse líder dentro del mercado a pesar que en los últimos años se incorporaros competencia directa para la empresa en el rublo comercial.

En el aspecto de subidas y bajadas de la empresa se puede decir, que las altas y bajas que tuvo la empresa la determinó sus colaboradores, tuvo y tiene actualmente colaborados capaces, dedicados a su labor, gracias a ellos a su esfuerzo y dedicación

la empresa pudo afrontar sus crisis (bajas) que se presentó en sus inicios afronto crisis económicas, crediticias y logísticas. Pero supo sobreponerse y salir adelante. Por ahora se puede decir que la empresa tiene la capacidad de aprovechar al máximo los recursos con los que cuenta, generar suficiente utilidad y ganancia a través de sus inversiones comerciales que realiza, con el movimiento de compra y venta de sus inventarios.

Mientras que las principales fuentes de marketing que cuenta la empresa se dan mediante la presentación de sus colaboradores principalmente de sus vendedores, que representa la imagen de la empresa, como también se realiza mediante afiches publicitarios que se actualiza todos meses en el local comercial.

Por último, el principal proyecto que tiene la organización es la masificación en la distribución y comercialización de abarrotes, bebidas y otros productos de primera necesidad, se proyecta que en los siguientes dos años apertura dos locales comerciales en dos provincias distintas dentro de la región Amazonas.

2.5.5. Grupo Malca E.I.R.L.

La empresa “Grupo Malca EIR” inicio sus actividades económicas el 01 de marzo del 2001, este negocio se encuentra dentro del sector venta, mantenimiento y reparación de motocicletas y sus partes, piezas y accesorios.

Esta empresa no realiza actividades de comercio exterior. Registrada dentro de las sociedades mercantiles y comerciales como una empresa individual; este grupo cuenta con registro único de contribuyente (RUC) 20438490931, su estado es activo, su condición es habido, como gerente encargado del Grupo Malca EIR es el señor MALCA ROJAS.

La empresa está ubicada en la avenida Chachapoyas #1806, Bagua Grande-Amazonas, para la contratación de servicios tienen el número 943191801, también cuentan con una cuenta de Facebook llamada “GRUPO MALCA BG”.

Como cualquier otra empresa Grupo Malca al momento de iniciar su negocio tuvo como principal dificultad que las personas confiaran en ellos, ya que se piensa que los mecánicos roban partes de los vehículos para luego venderlas, pero como pasaban los meses se hicieron un nombre en la ciudad y comenzaron a ganar nuevos clientes hasta llegar a ser la empresa que es hoy en día.

2.5.6. Veterinaria y Distribuciones de Bagua Grande S.A.C.

Nombre de la empresa: Veterinaria y Distribuciones Bagua Grande S.A.C (Vetdibag SAC), RUC: 20602039154

Ubicación: Avenida Mariano Melgar N° 754

Propietario: Francisco Ospirio Cabrera Fernández

Tipo de empresa: Sociedad Anónima Cerrada (2 socios: el propietario y su esposa quien es la encargada de la administración de la empresa)

La empresa empezó como una Persona Natural y duró 6 años en esta clasificación, luego pasó a ser una Persona Jurídica como Sociedad Anónima Cerrada, denominación con la cual lleva 3 años.

La Veterinaria y Distribuciones de Bagua Grande S.A.C. conocida como Vetdibag cuenta con tres áreas diferenciadas para ofrecer sus servicios a la población. En el área principal se atienden las consultas sobre los pacientes y se venden los medicamentos que hayan estado recetados por el médico veterinario o aquellos que ya vienen con una receta previa; al costado del área principal se realizan cirugías o las vacunas pertinentes, de acuerdo a la enfermedad o previo diagnóstico realizado por el médico, esta área se encuentra debidamente desinfectada y solo una persona puede ingresar con su mascota por tema de protocolos de bioseguridad.

En la última área se encuentra la venta y distribución por mayor y menor de alimentos para aves de corral; cabe destacar que, si bien Vetdibag es una veterinaria, también cumple con la función de distribución a varios puntos de la ciudad de Bagua Grande.

Empezaron con aproximadamente 10,000.00 soles y la otra socia con el sueldo que ganaba inyectaba capital para la empresa, empezaron como proveedores y la primera ganancia que tuvieron fue de 1500.00 soles, pero con el paso del tiempo

esas ganancias se fueron incrementando, llegaron a obtener millones de soles en ingresos en un año.

“Nosotros tenemos un impacto muy puntual, es velar por la salud de los animales, que es el objetivo fundamental y hoy en día tenemos una clínica a parte de la veterinaria eso nos ha ayudado a solucionar bastantes problemas. Apoyamos a los albergues con un precio cómodo en servicio y productos, donamos de vez en cuando, hacemos ayuda social con la iglesia y diferentes instituciones, este 18 de diciembre tendremos una chocolatada en Campo Alegre y en Santa Rosa de Collique” indica el dueño del negocio.

CAPÍTULO III

FONDOS, PROGRAMAS E INSTITUCIONES QUE APOYAN EL EMPRENDIMIENTO EN LA REGIÓN AMAZONAS PERÚ

3.1. Fondos y programas de apoyo a los emprendedores

3.1.1. Fondo de apoyo empresarial a las Mypes (FAE-MYPE)

El Fondo de Apoyo Empresarial a las Mype (FAE-MYPE), creado según Decreto de Urgencia N°029-2020, son recursos que destina el Estado para garantizar el financiamiento para capital de trabajo que obtengan las Mypes que les permita superar los problemas económicos generados por el estado de emergencia adoptado ante la pandemia de COVID-19, permitiéndoles continuar con sus actividades y recuperarse sin afectar el cumplimiento del pago de sus deudas.

El FAE-Mype es un Fondo estatal creado para garantizar créditos de capital de trabajo para las micro y pequeñas empresas (Mypes) de todos los sectores productivos, con plazos de 3 años y un período de gracia de hasta 12 meses, canalizados a través de las entidades del sistema financiero y las cooperativas de ahorro y crédito (COOPAC).

Las empresas no calificarán si no cumplen con los siguientes requisitos:

- Toda MYPE es elegible (según definición de MYPE en reglamento operativo) sin excepción a sectores.
- Deben estar clasificadas como “Normal” o “CPP” al 29.02.20 o mínimo “Normal” en los 12 últimos meses.
- No estar vinculada a la Empresa del Sistema Financiero (ESF) o COOPAC otorgante ni Ley N°30737.
- No ser beneficiarios de Reactiva Perú.
- No realizar actividades de “Lista exclusión"

El total de crédito que se puede otorgar en el programa FAE-MYPE no puede superar los S/30 mil por cada MYPE. Cada entidad financiera evaluará individualmente y asignará la línea de crédito que corresponda, según sus procedimientos internos.

Estos créditos serán otorgados en condiciones preferenciales y a plazos de hasta 36 meses, con periodos de gracia de hasta 12 meses. El plazo mínimo es de 9 meses y puede incluir hasta 3 meses de gracia. (Ministerio de Economía y Finanzas [MEF], 2021).

Distribución de los préstamos y la cobertura del Fondo de Apoyo Empresarial a las Micro y Pequeñas Empresas (FAE-Mype) por departamentos

Departamento	Monto préstamo S/	Monto de cobertura S/	Nº de beneficiarios
Amazonas	42 357 731	22 638 927	1 950
Áncash	54 556 658	38 507 427	4 905
Apurímac	14 612 693	9 825 023	1 162
Arequipa	147 344 413	96 144 897	12 890
Ayacucho	29 295 843	20 635 570	2 444
Cajamarca	66 050 419	47 500 798	6 352
Callao	38 431 191	25 019 814	3 821
Cusco	100 553 745	65 213 692	7 232
Huancavelica	11 141 206	7 655 382	833
Huánuco	32 247 975	22 351 435	3 006
Ica	39 732 302	26 003 844	3 086
Junín	73 526 722	53 459 087	6 375
La Libertad	99 908 633	69 180 134	8 988
Lambayeque	75 748 899	51 580 697	7 523
Lima	502 823 629	327 797 307	39 273
Loreto	24 153 274	15 266 089	2 097
Madre de Dios	13 243 038	8 184 467	896
Moquegua	12 383 136	8 205 039	990
Pasco	12 506 843	8 770 152	1 000
Piura	90 864 454	66 066 687	9 463
Puno	111 336 587	76 087 316	9 356
San Martín	42 202 537	27 713 604	3 333
Tacna	42 740 429	28 204 706	3 298
Tumbes	17 349 569	12 277 665	1 449
Ucayali	20 965 644	13 882 570	1 687
TOTAL	**1 716 077 570**	**1 148 172 328**	**143 409**

Fuente: FAE - MYPES

La región Amazonas de acuerdo a los datos proporcionados por el Ministerio de Economía y Finanzas tuvo como beneficiadas por el fondo de apoyo (FAE-MYPE) a 1950 Micro y Pequeñas empresas, pertenecientes a diferentes sectores siendo el más resaltante es el sector comercio.

3.1.2. Fondo de apoyo empresarial para el sector turismo (FAE - TURISMO)

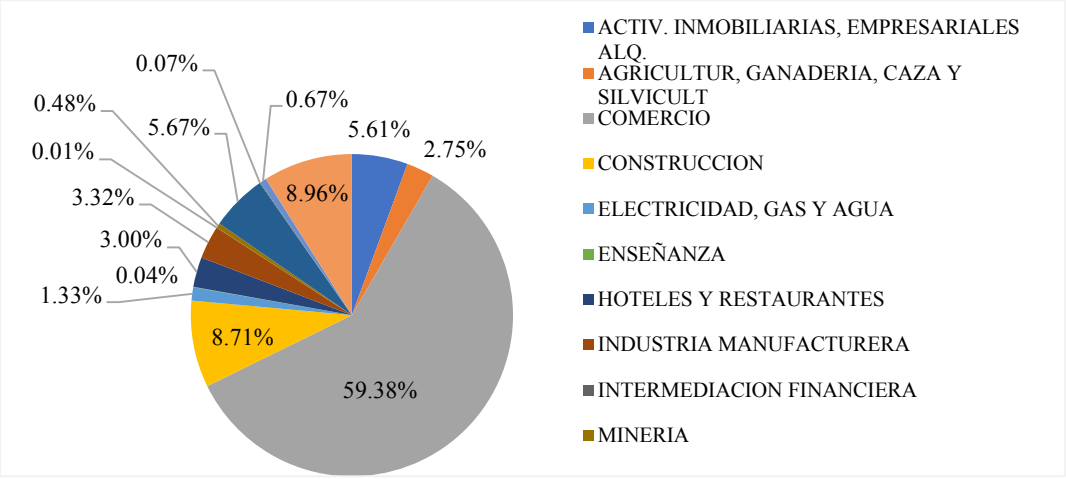
El FAE Turismo fue creado por Decreto de Urgencia N°076-2020 con el objetivo de promover el financiamiento de las micro y pequeñas empresas (MYPE) del Sector Turismo, a través de créditos para capital de trabajo que realizan actividades de establecimientos de hospedaje, transporte interprovincial terrestre de pasajeros, transporte turístico, agencias de viajes y turismo, restaurantes, actividades de esparcimiento, organización de congresos, convenciones y eventos, guiado turístico, y producción y comercialización de artesanías. Cubre como máximo el monto equivalente a cuatro (4) meses el nivel de venta promedio del año 2019, según los registros de la SUNAT. Alternativamente, también se puede considerar tres (3) veces el promedio mensual de deuda de capital de trabajo registrado por la MYPE, en el año 2019, en la ESF o COOPAC que le otorga el crédito. No se consideran los créditos de consumo, ni hipotecarios para vivienda. Los plazos son hasta 60 meses, incluidos hasta 18 meses de gracia. (COFIDE, 2021).

3.1.3. Reactiva Perú

El programa Reactiva Perú, creado por el Estado mediante DL N°1455, está dirigido a las empresas afectadas por la emergencia sanitaria del COVID-19, y tiene como objetivo promover financiamiento de reposición de capital de trabajo de empresas que enfrentan pagos y obligaciones de corto plazo y así asegurar continuidad en la cadena de pagos.

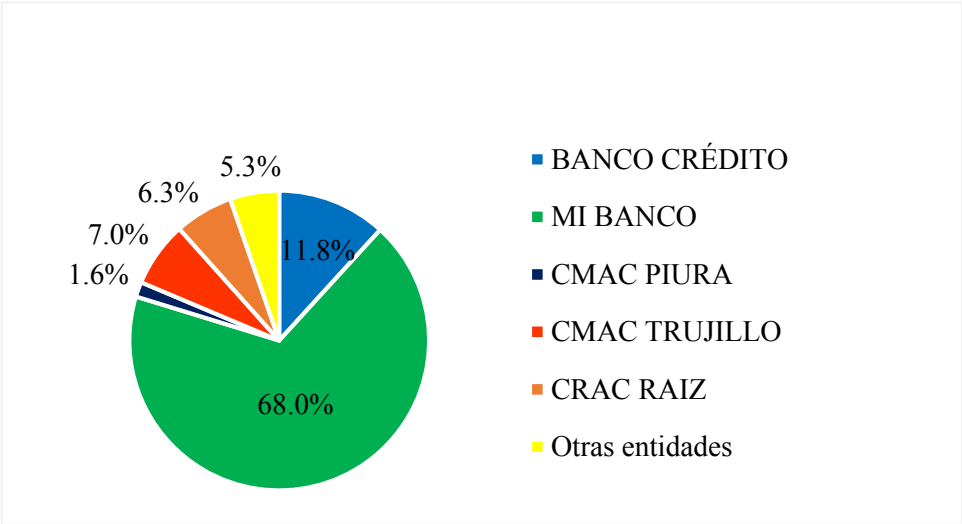
Se trata de un fondo de hasta S/60 mil millones destinados a garantizar nuevos créditos, otorgados por las Entidades del Sistema Financiero (ESF) y cuyas garantías son administradas por COFIDE. Gracias a este programa, las empresas elegibles podrán solicitar créditos, a las entidades del sistema financiero que hayan firmado el acuerdo con COFIDE, a un plazo de hasta 36 meses con un periodo de gracia de 12 meses.
Este programa no financia la adquisición de activos fijos, o la compra de acciones o bonos y activos monetarios, ni aportes de capital. Tampoco para pagar obligaciones vencidas de la empresa deudora con la entidad financiera ni pre-pagar deuda no vencida. Mediante el Decreto Supremo 335-2020-EF se amplió hasta el 30 de noviembre de 2020, el plazo para otorgamiento de la garantía del gobierno nacional a los créditos del Programa "Reactiva Perú". (COFIDE, 2021).

Distribución de préstamo por sectores económicos en la región Amazonas



En el gráfico se muestra la distribución de montos de préstamos por sectores económicos a las que pertenecen las empresas amazonenses, siendo las del sector Comercio las de mayor representación, con poco más del 59%, seguido por empresas de Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones con un 8.96% y Construcción con 8.71%.

Entidades financieras participantes en Reactiva Perú, Amazonas



Dentro de las entidades financieras que mayor participación en el otorgamiento de préstamos del programa Reactiva Perú destaca Mi Banco con un 68%, seguido del Banco de Crédito con un 11.8%, siendo la banca de mayor cobertura, respecto a las cajas municipales o rurales.

3.1.4. Fondo de apoyo al sector agro (FAE AGRO)

El programa FAE Agro, fue creado por Decreto de Urgencia N°082-2020 y tiene como objetivo garantizar los créditos para capital de trabajo en moneda nacional de los pequeños productores agropecuarios, a fin de garantizar la campaña agrícola 2020-2021, tanto de cultivos transitorios como permanentes y la promoción de la actividad pecuaria.

Se considera productores agropecuarios aquellos que realicen agricultura familiar conforme define la Ley Nº 30355, Ley de Promoción y Desarrollo de la Agricultura Familiar, a fin de asegurar la campaña agrícola de cultivos transitorios y permanentes y la promoción de la actividad pecuaria.

Los plazos son hasta 12 meses, incluidos uno o más periodos de gracia que sumados no excedan el plazo total. (COFIDE, 2021).

3.1.5. Programa de Apoyo Empresarial a las micro y pequeñas empresas (PAE – MYPE)

Mediante Decreto de Urgencia Nº 019-2021 se crea el Programa de Apoyo Empresarial a las micro y pequeñas empresas (PAE – MYPE) a fin de otorgar la garantía del Gobierno Nacional a las carteras de créditos destinados para capital de trabajo que cumplan con las condiciones y requisitos para acceder al PAE-MYPE, hasta por la suma de S/ 2 000 000 000,00 (dos mil millones y 00/100 soles).

Las MYPES que podrán acceder al PAE-MYPE son aquellas que obtengan créditos para capital de trabajo de manera posterior a la entrada en vigencia del Reglamento Operativo del PAE-MYPE (12/03/2021) y que hayan sido más afectadas por los recientes cierres de actividades o hayan tenido un reinicio posterior o tardío de actividades. Las actividades incluidas dentro de este criterio se encuentran en el Anexo N°1 actualizado del Reglamento Operativo.

Los créditos de capital dentro de este programa tendrán plazos de hasta 36 meses, con periodos de gracia de hasta 12 meses.
La vigencia del programa ha sido ampliada hasta el 31 de marzo de 2022. (COFIDE, 2021).

3.2. Fondos concursables

3.2.1. PROCOMPITE

PROCOMPITE es una estrategia prioritaria del Estado que constituye un Fondo Concursable para cofinanciar propuestas productivas (planes de negocio). Tiene como objetivo mejorar la competitividad de las cadenas productivas mediante el desarrollo, adaptación, mejora o transferencia de tecnología. Puede considerar la transferencia de equipos, maquinarias, infraestructura, insumos, materiales y servicios para los agentes económicos organizados, exclusivamente en zonas donde la inversión privada sea insuficiente para lograr el desarrollo competitivo y sostenible de la cadena productiva. (PROCOMPITE, 2021).

PROCOMPITE está dirigido a los Agentes Económicos Organizados (AEO) quienes pueden ser: productores, proveedores, conservadores, transformadores, industrializadores, etc. Las AEOs pueden ser de los sectores: agrario, pecuario, pesca, turismo, industria, etc. Sin embargo, los sectores y cadenas priorizadas serán resultado del estudio de priorización de zonas y cadenas productivas que realice la Gerencia de Desarrollo Económico del Gobierno Subnacional que implemente PROCOMPITE. (Presidencia de Consejo de Ministros, 2021).

El Decreto Supremo N° 001-2021-PRODUCE, publicado en el diario El Peruano el 20 de enero del 2021, en su artículo 8, detalla las categorías de cofinanciamiento de PROCOMPITE se clasifican conforme a lo siguiente:

Categoría A, para los AEO integrados por un mínimo de diez miembros y que estos desarrollen negocio en las cadenas productivas priorizadas por el programa, de los cuales para ser beneficiarios de dicha categoría tienen que hacer un aporte del 20% del monto total, el cual está conformada por valorización de bienes.

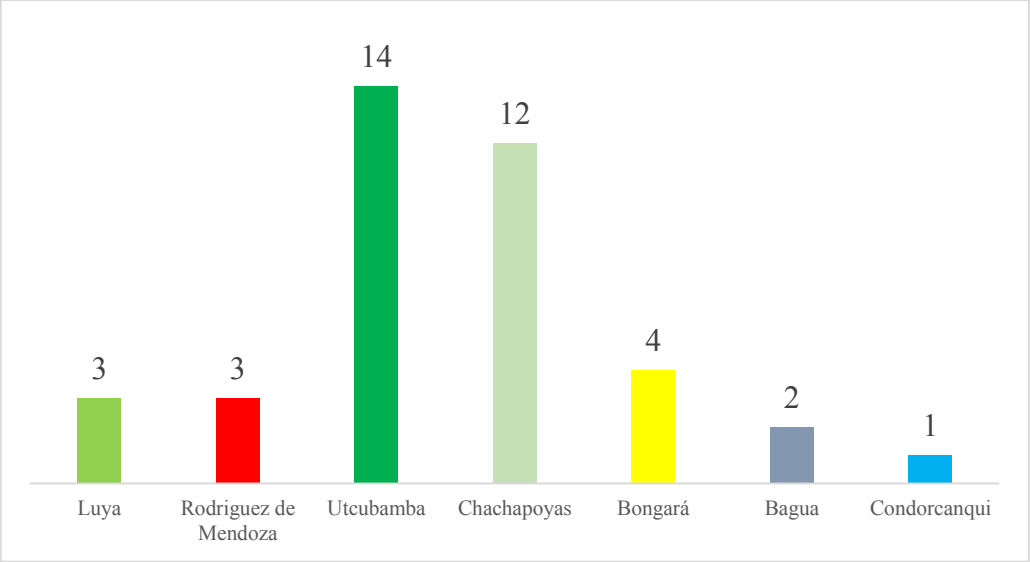
Categoría B, está dirigido para los AEO en sus diferentes modalidades de organización, constituidos bajo la forma de personas jurídicas que acreditan, al menos, un año de existencia y que desarrollan negocios en cualquiera de las cadenas productivas priorizadas, aportan una contrapartida total no menor del 30% del monto total del plan de negocio, conformada por una contrapartida monetaria no menor del 10% del monto total.

Categoría C, que está dirigida a los AEO integrados por un mínimo de veinte miembros, que desarrollan negocios en cualquiera de las cadenas productivas priorizadas, que acreditan, al menos, un año de existencia y ventas anuales no menor de 5 UIT y no mayor de 1000 UIT, aportan una contrapartida total, no menor del 50% del monto total del plan de negocio, conformada por una contrapartida monetaria no menor del 20% del monto total. En todas las categorías se pueden hacer valorizaciones de bienes demostrando que dichos bienes se encuentren en buenas condiciones de usos por parte de los productores agrarios.

3.2.1. PROCOMPITE en la Región Amazonas

Tomados de los datos del programa PROCOMPITE 2019 – I de las propuestas ganadoras que se beneficiaron por el programa.

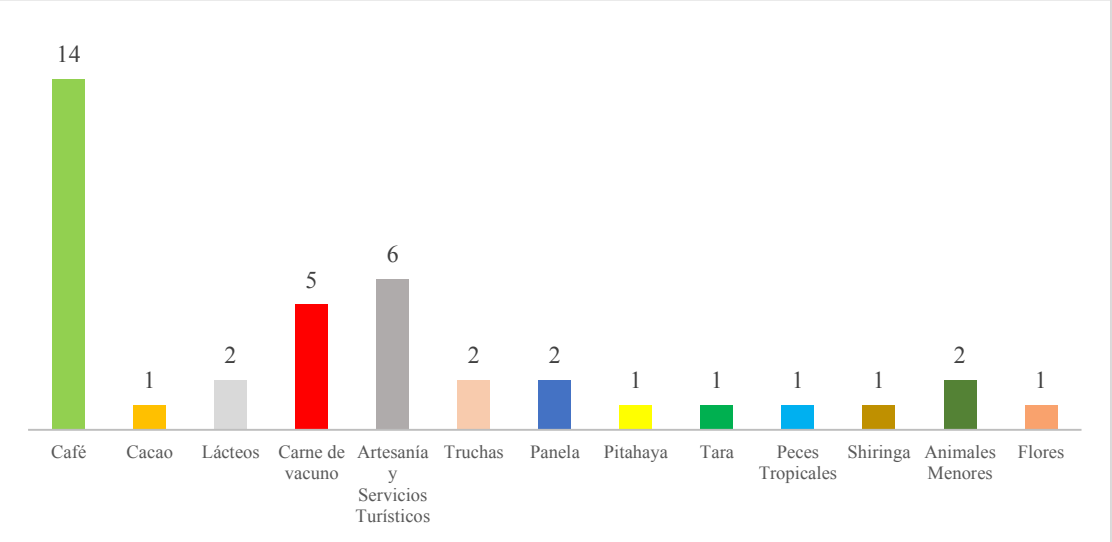
Número de proyectos por Provincia



Fuente: datos tomados de las propuestas ganadoras para el PROCOMPITE 2019.

Se observa que la provincia de Utcubamba presenta mayor beneficio en cuanto a proyectos ejecutados por programa en la región Amazonas con un total de 14 proyectos, seguido de la provincia de Chachapoyas con 12 proyectos ejecutados por parte del programa PROCOMPITE 2019 – I.

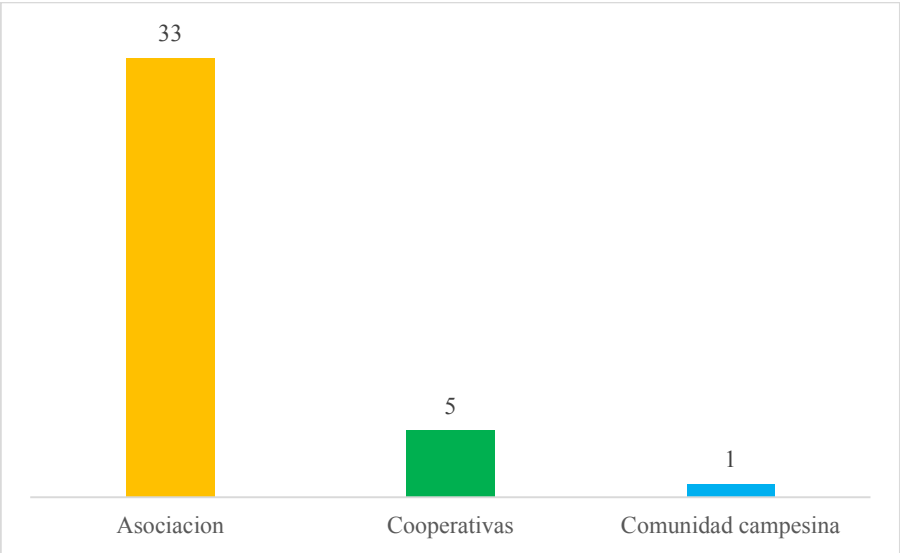
Número de proyectos por cadena productiva priorizada



Fuente: datos tomados de las propuestas ganadoras para el PROCOMPITE 2019- I.

La cadena productiva de café tiene más proyectos dentro del programa PROCOMPITE 2019 – I, con un total de 14, distribuido en las provincias de Luya, Utcubamba y Rodríguez de Mendoza, siendo estas provincias potenciales en café de exportación. Se observa que sigue la cadena productiva de artesanía y servicio turísticos con 6 proyectos la cual representa la gran capacidad de la región en servicios de artesanía y turismo.

Organizaciones beneficiadas



Fuente: datos tomados de las propuestas ganadoras para el PROCOMPITE 2019 - I.

Las asociaciones son los beneficiados por el programa PROCOMPITE 2019 – I, en la región de Amazonas, representando 33 proyectos de los 39 que se priorizaron, cabe

mencionar que en la región se está practicando la asociatividad no solo para poder acceder a los beneficios, también para poder ofertar sus productos a un mercado internacional.

3.2.2. AGROIDEAS

AGROIDEAS es un Programa del Ministerio de Agricultura que tiene por objetivo elevar la competitividad de pequeños y medianos productores agrarios, fomentando la asociatividad; gestión y adopción de tecnología, mediante la entrega de recursos no reembolsables a organizaciones de productores que presenten planes de negocios sostenibles. (Ministerio de Agricultura y Riego, 2021).

Dirigido a pequeños y medianos productores que desarrollen actividades agrarias, que operen bajo condiciones de Unidad Productiva Sostenible - UPS. (Presidencia de Consejo de Ministros, 2021).

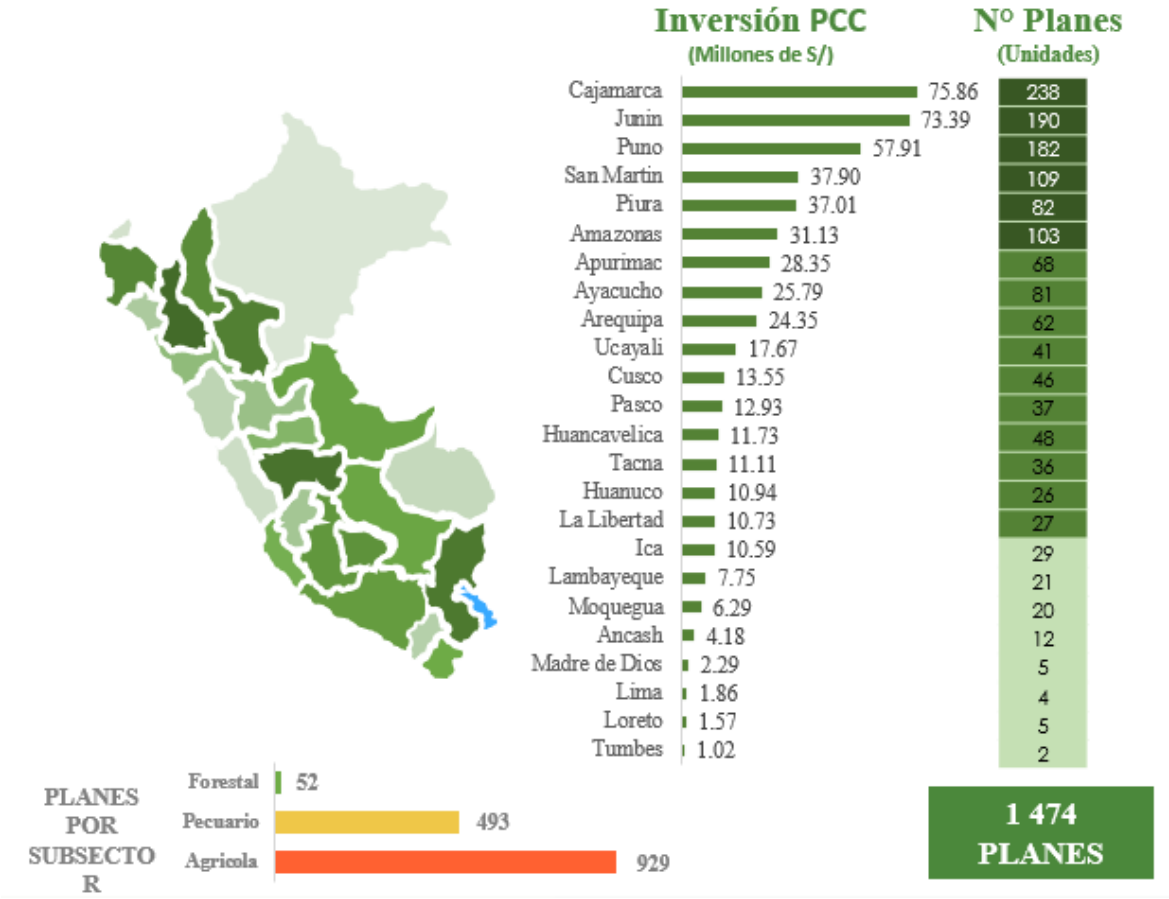
Tipo de proyecto a financiar

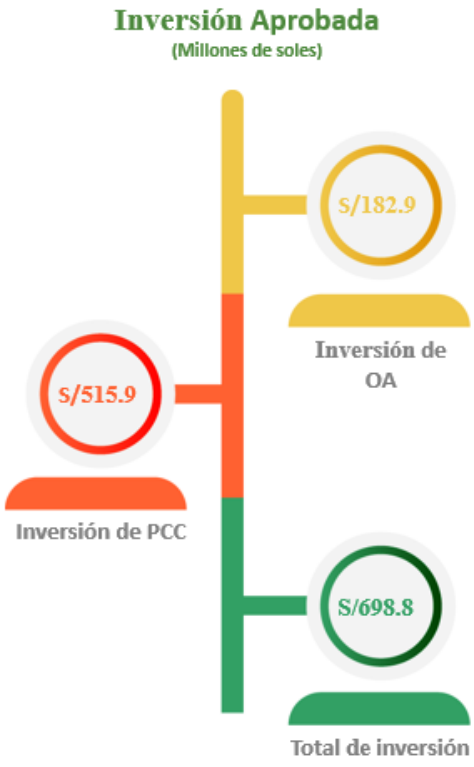
El incentivo debe generar economías de escala en los sistemas de producción, mejorar su articulación a mercados y fortalecer su capacidad de negociación, para lo cual se financia: bienes necesarios para la adopción de tecnología, relacionados a las etapas de la cadena, desde la producción hasta la comercialización de la actividad agrícola, pecuario y forestal no maderable. Servicios conexos especializados vinculados a la(s) tecnología(s) que se está(n) adoptando. (Presidencia de Consejo de Ministros, 2021).

Principales indicadores de AGROIDEAS hasta el 2020

A continuación, se describe los indicadores que tiene el programa AGROIDEAS, el cual se encuentra en la región de Amazonas como sede principal en la cuidad de Bagua Grande.

Total planes de negocio aprobados y atendidos 2010-2020

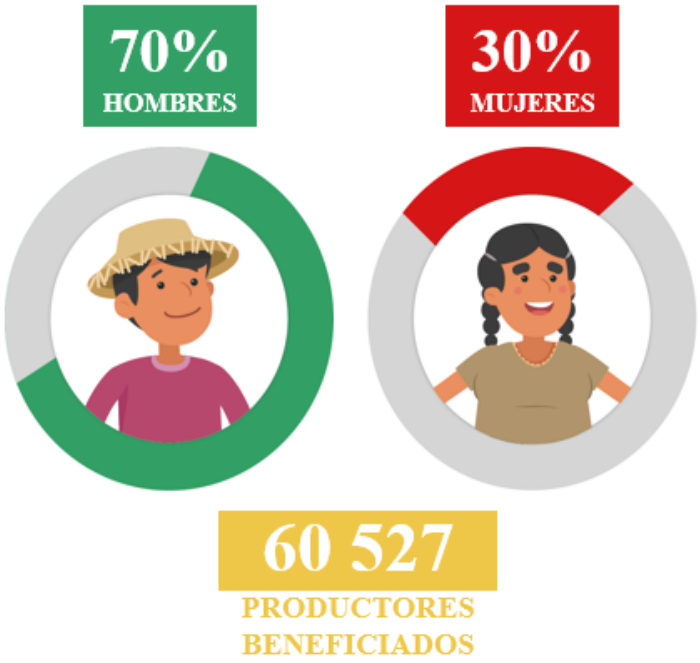




- **Principales cadenas beneficiadas**

	Café	Leche	Cuy	Quinua	Cacao	Palta
PLANES	356	283	88	83	85	73
S/	S/ 139.8	S/ 88.1	S/ 27.9	S/ 27.5	S/ 30.6	S/ 25.3
	19 846	8 034	2 242	2 642	6 125	2 041

- **Productores beneficiados**



En la región de Amazonas se tiene un total de 103 planes de negocio, con una inversión de 31.13 millones de soles a favor de los productores agrarios que accedieron al beneficio por parte del programa AGROIDEAS. La cadena productiva de café es la más beneficiada a nivel nacional presentando un total de 356 planes de negocio con una inversión de 139.8 millones de soles.

3.2.3. Turismo emprende

Turismo Emprende es una iniciativa del MINCETUR para promover la reactivación económica y reconversión de micro y pequeñas empresas formales para impulsar el turismo y la artesanía. Con el objetivo de promover la reactivación económica e implementación de mejoras al negocio que le permitan adaptarse a las necesidades actuales del mercado. Dirigido a micro y pequeñas empresas formales para impulsar el turismo y la artesanía. (MINCETUR, 2021).

Tipo de proyecto a financiar

Proyectos referidos a brindar liquidez a las actividades de turismo y artesanía con la finalidad de cumplir con la cadena de pagos de personal y proveedores; además de mejorar, ampliar y/o consolidar mecanismos de promoción y comercialización digital; así como, la aplicación de protocolos de bioseguridad, a través de la implementación de aspectos de innovación, adecuación tecnológica y sanitaria, mejora del equipamiento, mobiliario, capacitación del capital humano y nuevas formas de prestación de servicios.

Pueden participar: Personas naturales con negocio, Asociaciones, Cooperativas, Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, Sociedad Anónima Cerrada, Sociedad de Responsabilidad Limitada y, todas las formas societarias contempladas en la Ley General de Sociedades Ley Nº 26887 con excepciones. (Presidencia de Consejo de Ministros, 2021).

3.2.4. Programa Nacional de Innovación en Pesca y Acuicultura (PNIPA)

El Programa Nacional de Innovación en Pesca y Acuicultura (PNIPA), es un Programa de Inversión Pública (19-2014-SNIP) que cuenta con el cofinanciamiento del Banco Mundial (Contrato de préstamo 8692-PE). Se compone de tres proyectos de inversión pública:

- Proyecto Nacional de Innovación en Pesca (SNIP N°340363).
- Proyecto Nacional de Innovación en Acuicultura (SNIP N°340396).
- Proyecto Mejoramiento de la Gobernanza del Sistema Nacional de Innovación en Pesca y Acuicultura (SNIP N°343479).

PNIPA tiene como principio fundamental promover la I&D+i en los sectores Pesca y Acuicultura (P&A) de manera sostenible e inclusiva. A partir del cofinanciamiento de subproyectos, incentiva la asociatividad y cooperación interinstitucional, bajo el

enfoque del desarrollo sostenible priorizando cuatro dimensiones: económica, social, ambiental y de gobernanza.

Prioriza el enfoque de demanda, a fin de que los requerimientos de I+D+i provengan de los productores, y que éstos sean los actores principales en la implementación de los subproyectos. De igual manera, es importante visibilizar la participación de la demanda en la propuesta de subproyecto.

Tipo de proyecto a financiar es en la investigación aplicada y desarrollo experimental de los sectores pesca y acuicultura. Las propuestas de subproyectos deben ser presentados por alianzas estratégicas, integradas como mínimo por un agente de la demanda y otro de la oferta de los sectores pesca y acuicultura. (Presidencia de Consejo de Ministros, 2021).

3.2.5. Programa Nacional de Innovación Agraria (PNIA)

El Programa Nacional de Innovación Agraria - PNIA fue creado para contribuir al establecimiento y consolidación de un sistema nacional moderno de ciencia, tecnología e innovación para el desarrollo del sector agrario peruano, descentralizado y plural; en asociación con el sector privado a través de dos proyectos de inversión pública. (Programa Nacional de Innovación Agraria, 2021).

Logros el mes de febrero del 2021

- 804 SUBPROYECTOS FINANCIADOS, de innovación agraria a nivel nacional, conducidos por asociaciones de agricultores, comunidades campesinas y centros de investigación.
- 1300 ACTORES ARTICULADOS, con el Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología, Comité de Gestión Regional Agrario, Concytec y Agendas Regionales.
- 1000 INVESTIGACIONES REGISTRADAS, desarrolladas por el INIA en la plataforma D-Space bajo los estándares del Concytec.
- 294 CAPACITADOS, entre investigadores y transferencistas a través de pasantías en la UNALM, IICA, CATIE, NCSU y CIAT.
- +330 MILLONES DE SOLES EJECUTADOS, con el propósito de incrementar la innovación agraria en el Perú.
- 97 PROFESIONALES ASIGNADOS, entre PhD y MSc con el fin de apoyar al INIA en su conversión a Organismo Técnico Especializado (OTE).

- ❖ +300 BECAS DE PASANTÍAS FINANCIADAS, en universidades e instituciones especializadas a nivel nacional e internacional.
- ❖ 82 BECAS DE MAESTRÍAS NACIONALES FINANCIADAS, en instituciones a nivel nacional.

3.2.6. Innóvate Perú

El Programa Nacional de Innovación para la Competitividad y Productividad (Innóvate Perú) del Ministerio de la Producción fue creado el 24 de julio de 2014 mediante Decreto Supremo N° 003-2014-PRODUCE, como Unidad Ejecutora del Ministerio de la Producción, con autonomía económica, administrativa, financiera y técnica.

El programa busca incrementar la productividad empresarial a través del fortalecimiento de los actores del ecosistema de la innovación (empresas, emprendedores y entidades de soporte) y facilitar la interrelación entre ellos.

Tiene como objetivos específicos

- Incrementar la innovación en los procesos productivos empresariales.
- Impulsar el emprendimiento innovador.
- Facilitar la absorción y adaptación de tecnologías para las empresas.

Para el logro de sus objetivos Innóvate Perú administra los siguientes fondos:

Proyecto de Innovación para la Competitividad (FINCyT).

Fondo de Investigación y Desarrollo de la Competitividad (FIDECOM).

Marco para la Innovación, Ciencia y Tecnología (FOMITEC).

Desarrollo Productivo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MYPIME).

Los recursos administrados por Innóvate Perú se adjudican a través de concursos de alcance nacional, para el cofinanciamiento no reembolsable de proyectos de I+D+i, en todos los sectores de la actividad productiva. (Ministerio de la Producción, 2021)

El Programa ProInnóvate cofinancia proyectos de innovación empresarial, desarrollo productivo, emprendimiento e instituciones del ecosistema, a través de concursos nacionales agrupados en cuatro portafolios:

3.3. Instituciones que apoyan el emprendimiento en la Región Amazonas

3.3.1. Programa tu EMPRESA

Creada el Programa Nacional "Tu Empresa" con **DECRETO SUPREMO Nº 012-2017-PRODUCE,** en el ámbito del Ministerio de la Producción con el objetivo de contribuir al aumento de la productividad y ventas de las micro y pequeñas empresas, brindándoles facilidades para formalizarse, acceder al crédito formal, digitalizarse, y desarrollar las capacidades de los/las empresarios/as; en particular, a través de los Centros de Desarrollo Empresarial autorizados por el Ministerio de la Producción. (DECRETO SUPREMO Nº 012-2017).

Los objetivos estratégicos del Programa Nacional "Tu Empresa" son:

a) Contribuir al aumento de la productividad y ventas de las micro y pequeñas empresas.
b) Brindar facilidades para formalizar la actividad empresarial.
c) Brindar a las micro y pequeñas empresas que accedan al Programa Nacional "Tu Empresa" información y de ser el caso, acceso a los servicios empresariales que contribuyan al aumento de su productividad y ventas.

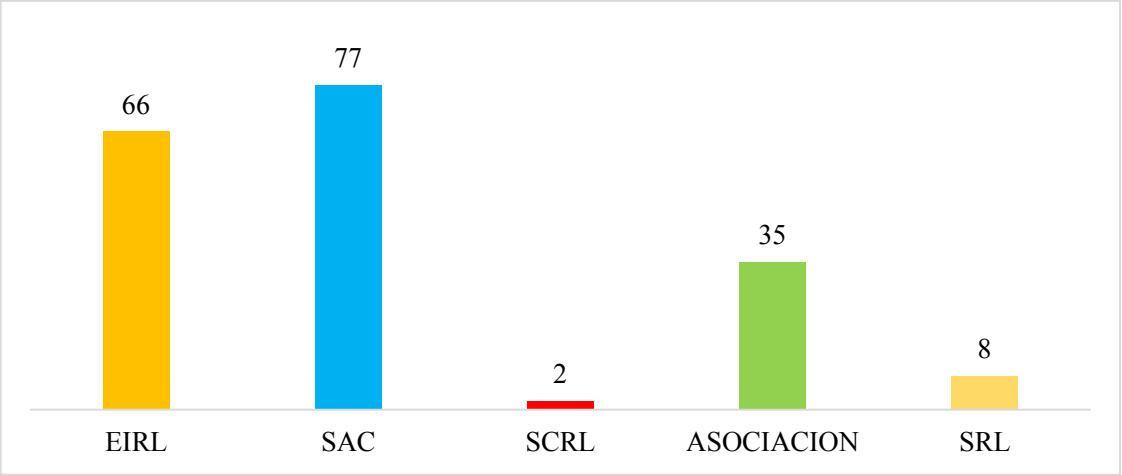
d) Promover y facilitar el acceso al financiamiento de las micro y pequeñas empresas que accedan al Programa Nacional “Tu Empresa”.
e) Facilitar las herramientas para promover la digitalización de las micro y pequeñas empresas.
f) Brindar acompañamiento empresarial a las micro y pequeñas empresas que accedan al Programa Nacional “Tu Empresa”, de acuerdo con sus necesidades identificadas.

El Ministerio de la Producción, a través del Programa Nacional tu Empresa, le ofrecen a las Mype y emprendedores de todo el país, de manera gratuita, estos servicios:

Fuente: Ministerio de la Producción

Programa tu empresa en la Región Amazonas

Con fecha 25 de abril del 2019, mediante la firma del convenio con el Gobierno Regional de Amazonas, donde se comprometen a brindar apoyo para el funcionamiento del programa a así que se instala las oficinas en Utcubamba ciudad de Bagua Grande.



Fuente: Programa Tu Empresa – Amazonas.

En el año 2021, el Programa Tu Empresa sede Amazonas, con oficina principal en Bagua Grande ha formalizado empresas en diferentes rubros y asociaciones hasta octubre del año 2021 se tiene que ha formalizado 77 empresas en el rubro S.A.C y 66 E.I.R.L. y 35 asociaciones, teniendo gran aceptación ya que el procedimiento a la formalización por medio del Programa Tu Empresa es mucho rápido y económico.

Asesoramiento en formalización por parte del Programa Tu Empresa en la feria regional realizad en la cuidad de chachapoyas el 20 de noviembre del 2021. Fotografía tomada por Klanler Inga Mallap.

Programa Tu Empresa, brindando asistencia técnica en el proceso de formalización y acompañamiento hacia los emprendedores. Fotografía tomada por Klanler Inga Mallap.

3.3.2. Formaliza Perú

El Centro de Integrado Formaliza Perú, tiene por objetivo promover y facilitar el ingreso y permanencia en la formalización laboral, mediante el acceso a servicios de orientación y asistencia técnica. Brindando el servicio de acompañamiento para facilitar los trámites de formalización laboral y puedas acceder a los diversos incentivos y beneficios. (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, 2021).

Te acompaña en el proceso de formalización para que accedas a sus diversos beneficios.

Orientación, capacitación y asistencia técnica en:

- En los diversos servicios (públicos y privados) que incentivan el acceso y permanencia en la formalización.
- En los procesos y/o trámites de formalización.
- Elegir el tipo de personería (persona natural con negocio o persona jurídica).

- Como obtener clave SOL, RUC, elegir el régimen tributario más adecuado y aprender a emitir tus comprobantes de pago.
- Gestionar tu licencia de funcionamiento.
- Realizar tu registro en el Remype.
- Cómo gestionar tus planillas electrónicas.
- Gestionar tu plan de riesgos laborales (Seguridad y Salud en el Trabajo).

3.3.3. Dirección Regional de la Producción Amazonas (DIREPRO)

La Dirección Regional de la Producción, es un órgano dependiente del gobierno regional tiene por finalidad fomentar y controlar la actividad pesquera e industrial en el ámbito regional, así como formular, supervisar y evaluar el cumplimiento de las políticas emitidas por el Ministerio de la Producción. (Dirección Regional de la Producción Amazonas, 2005).

Con trabajo articulado con el Programa Nacional Tu Empresa, brinda apoya a los emprendedores en formalización, asistencias técnicas, entre otros. Apoya directo a los emprendedores organizados con acceso a ferias, locales, regionales y nacionales.

3.3.4. Dirección Comercio Exterior y Turismo de Amazonas

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo se encarga de dirigir, coordinar, elaborar y ejecutar los planes y programas nacionales sectoriales de desarrollo en materia de comercio exterior, integración, promoción de exportaciones, turismo y artesanía.

3.3.5. Acceso a ferias en la región Amazonas

Feria organizada por el programa tu empresa con coordinación de la DIREPRO Amazonas, realizada del 20 al 22 de noviembre.

KUYAY
PERÚ Ministerio de la Producción
Tu Empresa
BICENTENARIO PERÚ 2021
DIREPRO Amazonas
Bagua Grande

PERÚ Ministerio de la Producción
Tu Empresa
PERÚ 2021
LIBRO DE RECLAMACIONES

LA RUECA
CITE UTCUBAMBA
Chachapoyas

Perú
PRODUCE

CAPÍTULO IV

TASA DE EMPLEO FORMAL Y LA EVOLUCIÓN DE LA INFORMALIDAD EN LA REGIÓN AMAZONAS, PERÚ

4.1. Tasa de empleo

4.1.1. Porcentaje de la población ocupada por empleo formal

Año	Porcentaje de trabajadores formales en la región Amazonas	Porcentaje de trabajadores formales en el Perú
2008	9.60	20.80
2009	9.90	22.80
2010	10.10	22.90
2011	10.40	24.90
2012	12.80	25.70
2013	12.40	26.30
2014	12.40	27.20
2015	12.80	26.80
2016	13.40	28.00
2017	15.10	27.50
2018	14.60	27.60

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares.

El porcentaje de trabajadores en empleo formal de la región Amazonas en mínimo ya que en el periodo 2008 hasta 2018 se ha mantenido en el rango de 9.60% hasta 14.60%, estando por debajo del rango a nivel de todo el Perú ya que se mantuvo entre 20.80 % y 27.60% en el mismo periodo. Estos datos son preocupantes ya que si bien hay bastante actividad económica generando puestos de trabajo estos no son formales, por lo que se necesita implementar nuevas políticas públicas que reviertan esta situación.

Esto concuerda con los datos de los capítulos anteriores donde se reporta que la mayoría de las empresas en la región Amazonas no son formales por lo que estas solo pueden ofrecer empleos informales, es decir con sueldos que pueden estar por debajo de la remuneración mínima vital, sin seguro y sin todos los beneficios sociales que les debería de corresponder.

Los primeros cambios positivos para revertir esta situación es que el gobierno ha puesto programas para ayudar a la formalidad de las empresas que puede contribuir en la creación de nuevos puestos formales, pero que se necesita la voluntad de los empresarios en querer formalizarse. Asimismo, es necesario fortalecer la supervisión que el Estado realiza a las empresas para que cumplan con todo lo exigido por la ley.

4.1.2. Porcentaje de la población ocupada por empleo informal

Año	Porcentaje de trabajadores informales en la región Amazonas	Porcentaje de trabajadores informales en el Perú
2008	90.4	79.2
2009	90.1	77.2
2010	89.9	77.1
2011	89.6	75.1
2012	87.2	74.3
2013	87.6	73.7
2014	87.6	72.8
2015	87.2	73.2
2016	86.6	72
2017	84.9	72.5
2018	85.4	72.4

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares.

El porcentaje de la población en empleo informal en la región Amazonas se observa una ligera disminución, ya que en el año 2008 se tenía 90.4% pasando para el 2018 en un 85.4%, es decir que en 10 años se logró reducir un 5% el empleo informal. La región en empleo informal se encuentra por encima del porcentaje a nivel nacional ya que en el 2018 la informalidad en todo el Perú es de 72.4, es decir 13% más que Amazonas.

Analizando tanto a la región Amazonas como de todo el Perú se puede observar que ambos tienen un alto porcentaje de informalidad con cifras mayores al 70%, datos muy preocupantes ya que esto se traduce en mala calidad del empleo que se ofrece a la población lo cual deteriora su calidad de vida.

Es importante mencionar que no solo es importante la regulación y las leyes que benefician al trabajador, sino también es fundamental aumentar la cantidad de empresas en el mercado, es decir estimular el emprendimiento, la inversión privada, darle un entorno adecuado a los inversionistas para que pongan a disposición nuevos puestos laborales donde los trabajadores tengan la oportunidad de encontrar trabajos con mejores remuneraciones y que se les reconozca todos sus beneficios de ley.

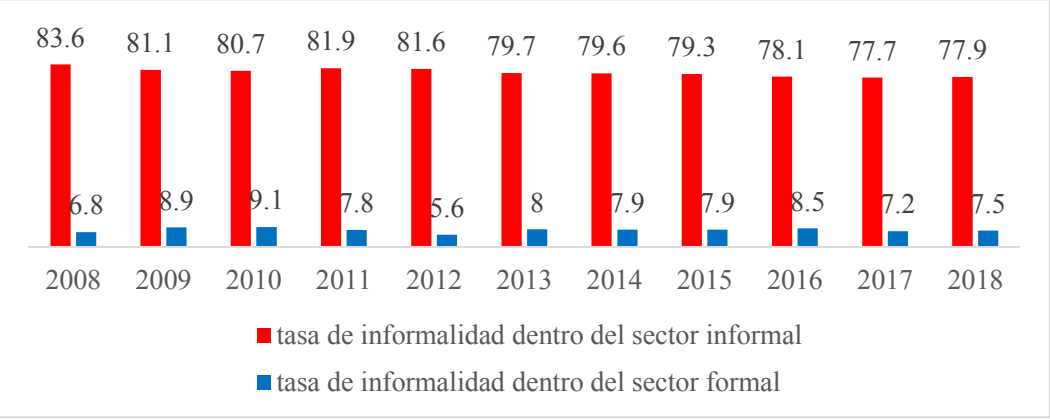
La informalidad como tal se hace referencia a todo aquello que no asume las normas, principios o acuerdos previamente establecidos.

De acuerdo con Hilasaca y Palacios (2018), describe que la informalidad está conformada por una serie de unidades que realizan actividades económicas, dedicadas a la prestación de bienes o servicios no legales evitando la declaración de la realización de estas actividades y pagar tributos al estado.

Autores como Cuba (2016) menciona que existen tres principales tipos de informalidad; la informalidad empresarial, informalidad tributaria y la informalidad laboral. Cada una de ellas cuenta con sus propias características y diferentes determinantes que las hacen pertenecer al conjunto del sector informal en el país.

La informalidad empresarial es un problema que está presente en todo el Perú, la cual está constituida por un sinnúmero de empresas que no están registradas como tal y evitan a toda costa el pago de tributos, de modo que no permiten que los trabajadores puedan gozar de beneficios laborales dentro de ellas.

Tasa de informalidad de la población dentro del sector informal y formalidad de la región Amazonas

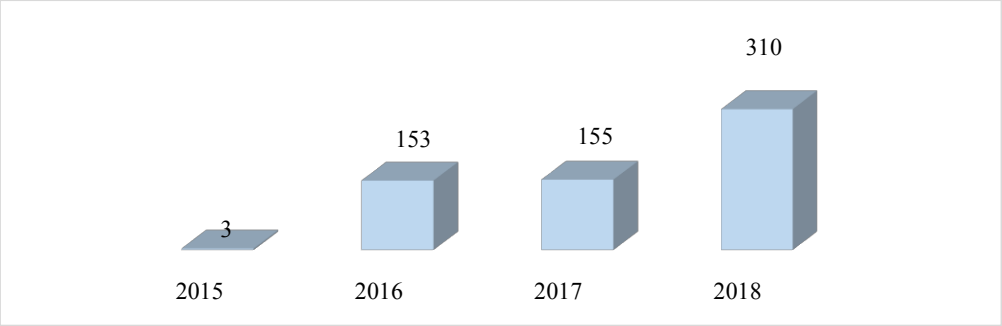


Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática.

De acuerdo a la figura la tasa de informalidad dentro del sector informal toma un porcentaje muy considerable, puesto que oscila entre los 77% al 84% con una variación muy mínima en cada año; analizando la figura se concluye que desde el año 2008 al año 2018 ha ido decreciendo, pasado de 83.6% en el año 2008 a 77.9% en el año 2018. La tasa de informalidad dentro del sector formal es mínima en relación al sector formal, se encuentra dentro de 6% hasta un 9% aproximadamente. Al igual que en el sector informal, el sector formal también ha ido disminuyendo con el paso de los años, pero en el periodo 2017-2018 se ha incrementado en 0.3%.

Tal como se observa la tasa de informalidad es muy alto ya sea dentro del mismo o dentro del sector formal, puesto que se espera que en el sector formal no exista informalidad, pero que sí lo hay. Y esto tiene grandes efectos en el desarrollo tanto de la región como del país.

Intervenciones por comercio informal registradas por el serenazgo en la región Amazonas



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Registro nacional de Municipalidades (RENAMU).

La figura muestra el número de intervenciones que realizó el serenazgo al comercio informal en la región Amazonas en el período 2015 al 2018, en ello se tiene que en el año 2015 sólo se registró 3 intervenciones, esto debido a que tal vez durante ese periodo no se controlaba constantemente al sector; para el año 2016 el resultado es muy considerable con respecto al año anterior pasando de 3 a 153 intervenciones en el 2016 lo que para el próximo año se incrementó en 2.

En el año 2018 alcanza el máximo de intervenciones llegando a un total de 310, lo cual explica que el comercio informal se ha incrementado con el paso del tiempo y esto es perjudicial para el desarrollo de la región y para el país.

Las medidas para disminuir la informalidad

Es necesario reducir la informalidad tanto de la región Amazonas como de todo el Perú. Según Silva (2010), el gran índice de informalidad en el Perú se debe principalmente a excesiva carga que tienen las empresas para formalizarse, las barreras burocráticas que existen de por medio y la corrupción; a partir de esto plantea que se debe tomar algunas medidas tales como:

- Disminuir los costos de formalización.

- Eliminar las barreras burocráticas, los grandes y amplios trámites que se obliga a realizar para la formalización.
- Combatir la corrupción en la que las grandes empresas resultan ser mucho más beneficiadas que las micro o pequeñas empresas.
- Mejorar el desempeño de la administración pública mediante contratación en base a meritocracia.
- Mejorar y ampliar los cargos de la SUNAT.
- Concientizar sobre los beneficios que trae la formalización, desarrollo para las empresas y el país en su conjunto.
- Implementar la tecnología para facilitar los trámites.

4.1.3. Porcentaje de población en edad de trabajar de 14 a 24 años de edad

Año	Región Amazonas	A nivel Nacional
2004	35	31.1
2005	34.5	30.8
2006	33.8	30.5
2007	32.9	30.2
2008	31.8	29.9
2009	30.7	29.6
2010	29.7	29.3
2011	28.6	28.9
2012	27.3	28.5
2013	26.1	28.1
2014	25.1	27.7
2015	24.4	27.3
2016	24.1	26.9
2017	24.1	26.5
2018	24.2	26.1

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares.

El porcentaje de población en edad de trabajar de 14 a 24 años de edad, en la región de Amazonas muestra una tendencia lineal negativa, pasando del 35% en el año 2004 al 24.2 al año 2018. Reduciendo un total de -10.8 en 14 años.

4.1.4. Porcentaje de población en edad de trabajar de 25 a 59 años de edad

Año	Región Amazonas	A nivel Nacional
2004	54.9	57.7
2005	56.4	57.9
2006	57.4	58
2007	56.9	58.2
2008	59.3	58.2
2009	59.5	58.5
2010	60.0	58.6
2011	60.9	58.7
2012	62.2	58.9
2013	63.2	58.8
2014	64.3	59
2015	64.8	59.2
2016	64.3	59.4
2017	64.5	59.5
2018	63.6	59.5

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares.

El porcentaje de población en edad de trabajar de 25 a 59 años de edad en la región de Amazonas presenta un aumento ya que en el año 2004 se tenía un 54.9% pasando al 2018 un total de 63.6%. Aumentando en un 8.7% en 14 años.

4.1.5. Porcentaje de población en edad de trabajar de 60 a 64 años de edad

Año	Región Amazonas	A nivel Nacional
2004	4.2	3.7
2005	3.1	3.8
2006	2.7	3.8
2007	4.0	3.8
2008	2.6	3.9
2009	3.4	3.9
2010	3.7	3.9
2011	3.9	4.1
2012	3.7	4.2
2013	3.8	4.5
2014	3.5	4.5
2015	3.6	4.6
2016	4.2	4.6
2017	3.9	4.8
2018	4.4	4.9

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares.

El porcentaje de población en edad de trabajar de 60 a 64 años de edad en la región Amazonas y de todo el Perú es muy baja, manteniéndose por debajo del 5%.

4.1.6. Tasa de ocupación de la Población Económicamente Activa – PEA

Año	Región Amazonas	A nivel Nacional
2004	98.8	94.7
2005	98.5	94.6
2006	98.7	95.3
2007	98.1	95.2
2008	98.3	95.4
2009	98.7	95.5
2010	99.1	95.9
2011	99.0	96.0
2012	98.3	96.3
2013	98.3	96.1
2014	98.4	96.3
2015	98.6	96.5
2016	98.6	95.8
2017	98.4	95.9
2018	98.8	96.1

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares.

La tasa de ocupación de la Población Económicamente Activa en la región de Amazonas, es muy alta con cifras por encima del 90%, aunque esto significa que casi todos están trabajando, lo negativo es que la mayoría está en el sector informal o subempleado que se traduce en una mala calidad del empleo.

4.2. Porcentaje de la población económicamente activa, según el nivel de educación

4.2.1. Porcentaje de la población económicamente activa ocupada con educación primaria o menos

Año	Región Amazonas	A nivel Nacional
2001	63.7	39
2002	63.5	37.8
2003	58.4	36.9
2004	58.2	35.5
2005	61.6	35.1
2006	55.4	33.7
2007	56.1	31.6
2008	55.1	30.7
2009	53.0	30.1
2010	52.3	29.4
2011	52.9	28.6
2012	52.3	26.9
2013	52.1	26.9
2014	48.2	26.9
2015	49.2	26.4
2016	48.3	26.1
2017	46.4	25.5
2018	44.7	25.0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares

El porcentaje de la población económicamente activa ocupada con educación primaria o menos en los últimos años está disminuyendo en la región Amazonas, el cual si se compara en los años 2010 al 2018 encontramos una variación de -7.6%, a nivel nacional se observa una variación de -4.4%. Cada año son más las personas que se desarrollan y logran una mejor formación.

4.2.2. Porcentaje de la población económicamente activa ocupada con educación secundaria

Año	Región Amazonas	A nivel Nacional
2001	26.4	40.0
2002	28.9	40.1
2003	29.8	40.7
2004	31.5	41.4
2005	27.6	41.5
2006	32.7	41.7
2007	30.9	41.4
2008	33.3	41.8
2009	32.1	41.1
2010	34.9	41.8
2011	33.6	41.4
2012	31.6	41.5
2013	29.8	42.2
2014	34.1	42.6
2015	34.7	43.9
2016	33.6	42.4
2017	34.5	43.0
2018	37.5	42.6

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares

El porcentaje de la población económicamente activa ocupada con educación secundaria tiene un aumento significativo, el cual se debe por la disminución de la población con solo primaria; dicho porcentaje pasa a contabilizase para la población con nivel de estudio con secundaria. Se observa que en los últimos años se tiene una variación de 11.1% y a nivel nacional de 2.6%.

4.2.3. Porcentaje de la población económicamente activa ocupada con educación superior

Año	Región Amazonas	Nacional
2001	10.0	20.9
2002	7.6	22.0
2003	11.8	22.4
2004	10.3	23.1
2005	10.8	23.4
2006	12.0	24.6
2007	13.0	27.0
2008	11.6	27.5
2009	14.9	28.8
2010	12.8	28.8
2011	13.5	29.9
2012	16.1	31.6
2013	18.1	30.8
2014	17.7	30.5
2015	16.1	29.8
2016	18.1	31.5
2017	19.1	31.4
2018	17.8	32.4

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares

El porcentaje de la población económicamente activa ocupada con educación superior se observa un aumento muy significativo tanto a nivel de la región como a nivel nacional. Uno de los factores importantes que ha ayudado a mejorar este indicador es que en la región Amazonas se creó la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas (UNTRM) mediante Ley N° 27347 del 18 de septiembre de 2000, lo que les ha dado la oportunidad a miles de jóvenes de Amazonas a acceder a la educación superior de calidad.

4.3. Porcentaje de la población económicamente activa ocupada, según tamaño de la empresa

4.3.1. Porcentaje de población ocupada en empresas de 1 a 10 trabajadores

Año	Región Amazonas	A nivel Nacional
2004	85.3	78.0
2005	87.0	76.9
2006	84.9	76.1
2007	86.0	75.3
2008	86.5	74.1
2009	85.6	73.2
2010	86.0	73.5
2011	87.7	72.6
2012	84.7	70.9
2013	84.1	70.9
2014	86.3	70.8
2015	84.9	71.2
2016	84.8	71.5
2017	85.0	72.2
2018	85.9	72.4

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares

El porcentaje de población ocupada en empresas de 1 a 10 trabajadores son la mayor fuente de trabajo para la PEA en la región Amazonas, en el cual se observa que en los años del 2004 al 2018 se ha mantenido por arriba del 84% muy superior si comparamos a nivel nacional que se ha mantenido por arriba del 70% llegando a un máximo de 76.9%.

4.3.2. Porcentaje de población ocupada en empresas de 11 a 50 trabajadores

Año	Región Amazonas	A nivel Nacional
2004	5.2	6.6
2005	3.7	7.1
2006	5.0	6.8
2007	5.6	7.0
2008	4.6	7.6
2009	4.3	7.7
2010	3.9	7.4
2011	3.5	7.2
2012	3.7	7.6
2013	3.1	7.9
2014	2.6	7.6
2015	2.8	7.7
2016	3.0	7.2
2017	2.7	7.3
2018	2.5	7.4

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares

El porcentaje de población ocupada en empresas de 11 a 50 trabajadores, es muy bajo en la región Amazonas llegando a alcanzar un máximo de 5.6% y un mínimo de 2.5% en el periodo de 2004 al 2018, presentando variaciones y una tendencia negativa, en el cual del año 2016 al 2018 se tiene una variación de -0.5%. A nivel nacional el porcentaje no es muy significativo ya que se observa un valor máximo de 7.9% en el mismo periodo.

4.3.3. Porcentaje de población ocupada en empresas 51 y más trabajadores

Año	Región Amazonas	A nivel Nacional
2004	8.7	14.4
2005	8.1	14.9
2006	8.9	16.0
2007	7.4	17.6
2008	7.8	18.3
2009	9.3	19.0
2010	9.4	18.9
2011	7.9	19.9
2012	10.8	21.1
2013	12.5	21.1
2014	10.5	21.6

2015	11.5	21.0
2016	12.0	21.2
2017	12.2	20.4
2018	11.6	20.1

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares

El porcentaje de población ocupada en empresas 51 y más trabajadores en la región Amazonas no es muy significativa ya que en el periodo del 2004 al 2018 se tiene un máximo de 12.5% y un mínimo de 7.4%, y a nivel nacional el porcentaje es mayor llegando alcanzar un máximo de 21.6% y un mínimo de 14.4%.

4.4. Porcentaje de la población económicamente activa ocupada, según ramas de actividad

4.4.1. Porcentaje de ocupación en agricultura y pesca

Año	Región Amazonas	A nivel Nacional
2008	63.2	27.6
2009	59.7	27.0
2010	57.9	25.7
2011	61.3	25.8
2012	60.7	24.7
2013	58.0	24.6
2014	58.3	24.8
2015	60.9	25.6
2016	57.7	25.3
2017	57.3	24.6
2018	57.2	24.7

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares

El porcentaje de ocupación en agricultura y pesca se observa que en el periodo de 10 años presenta una variación de -2.9% en la región de Amazonas y un -6.0% a nivel nacional, presentando valores mayores que a nivel nacional llegando a alcanzar como máximo un valor de 63.2% y a nivel nacional se observa como máximo un 27.6% ambos valores en el año 2008. En los dos últimos años se observa una variación de -0.1% a nivel de la región y un 0.1% a nivel nacional. La ocupación en agricultura y pesca es la más representativa en la región Amazonas.

4.4.2. Porcentaje de ocupación en minería

Año	Región Amazonas	A nivel Nacional
2008	0.2	1.2
2009	0.3	1.1
2010	0.3	1.2
2011	0.6	1.3
2012	0.5	1.3
2013	0.5	1.3
2014	0.1	1.2
2015	0.2	1.3
2016	0.1	1.2
2017	0.0	1.2
2018	0.0	1.1

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares

El porcentaje de ocupación en Minería es muy bajo en la región Amazonas se observa por debajo del 1% y a nivel nacional está por debajo del 1.5%. Observándose que en la región Amazonas en los dos últimos años 2017 y 2018 no presenta registro en minería, y alcanzando un máximo de 0.6%. A nivel nacional presenta una variación entre 1.1% al 1.3%.

4.4.3. Porcentaje de ocupación en manufactura

Año	Región Amazonas	A nivel Nacional
2004	4.7	10.0
2005	5.8	10.0
2006	4.7	10.2
2007	5.1	11.3
2008	3.8	11.0
2009	4.1	10.6
2010	4.5	10.5
2011	3.8	10.1
2012	4.2	10.5
2013	3.6	10.1
2014	4.1	9.5
2015	3.7	9.4
2016	4.5	9.5
2017	3.1	9.4
2018	2.8	9.0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares

El porcentaje de ocupación en Manufactura a nivel regional se observa que presenta un máximo de 5.8% y un mínimo de 2.8% en la región Amazonas, a nivel nacional se observa mayores valores porcentuales llegando a un máximo de 11.3% y un mínimo de 9.0% presentando los valores mínimos en el año 2018.

4.4.4. Porcentaje de ocupación en construcción

Año	Región Amazonas	A nivel Nacional
2004	1.3	3.7
2005	0.9	3.5
2006	2.3	3.9
2007	1.7	4.3
2008	3.1	4.6
2009	2.4	5.0
2010	3.3	5.6
2011	3.5	5.7
2012	3.6	5.9
2013	5.0	6.2
2014	4.1	6.4
2015	3.5	6.6
2016	4.9	6.2
2017	3.5	5.8
2018	3.8	6.0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares

El porcentaje de ocupación en construcción se observa muy variado en la región de Amazonas llegando como máximo de 5.0% y un mínimo de 0.9%. A nivel nacional presenta una tendencia positiva entre los años 2005 a 2015 variando -0.8% al 2017 y para el 2018 se observa un aumento de 0.2%.

4.4.5. Porcentaje de ocupación en comercio

Año	Región Amazonas	A nivel Nacional
2004	9.3	17.7
2005	10.8	17.7
2006	9.9	17.7
2007	10.0	17.8
2008	10.2	18.3
2009	12.2	18.1
2010	12.9	18.5
2011	11.9	18.2
2012	9.3	18.9
2013	9.7	19.2
2014	12.3	19.0
2015	9.9	18.2
2016	10.8	18.3
2017	12.3	18.8
2018	12.8	18.8

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares

El porcentaje de ocupación en Comercio de la región Amazonas presenta variaciones mínimas llegando un máximo de 12.9% y un mínimo de 9.3%. A nivel nacional presenta una tendencia casi lineal con una variación de 1.5%. Es la segunda actividad con mayores porcentajes en la región Amazonas.

4.4.6. Porcentaje ocupación en transporte y comunicaciones

Año	Región Amazonas	A nivel Nacional
2004	3.1	5.8
2005	2.4	6.1
2006	3.4	6.5
2007	3.4	7.2
2008	3.1	8.0
2009	4.9	7.8
2010	4.6	7.9
2011	3.8	8.0
2012	3.8	7.7
2013	4.5	7.7
2014	3.1	8.0

2015	3.2	8.3
2016	3.0	8.4
2017	4.3	8.6
2018	3.5	8.5

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta Nacional de Hogares

El porcentaje ocupación en Transporte y Comunicaciones la región Amazonas presenta un porcentual máximo de 4.9% en el año 2009 y un mínimo de 2.4% en el año 2005 variando entre el 2% a 5% durante el periodo de 2004 al 2018. A nivel nacional la tendencia positiva en el 2004 presenta un 5.8% y al 2018 se tiene 8.5%, alcanzando su punto máximo de 8.6% en el año 2017 y variando en 0.1% al 2018.

4.4.7. Porcentaje ocupación en administración pública, defensa y planes de seguridad social

Año	Región Amazonas	A nivel Nacional
2008	2.6	3.9
2009	3.7	4.3
2010	3.5	4.3
2011	2.6	4.2
2012	3.2	4.6
2013	3.4	4.3
2014	2.6	4.5
2015	2.9	4.3
2016	4.0	4.4
2017	3.5	4.3
2018	3.0	4.2

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares

Con respecto al porcentaje ocupación en Administración pública, Defensa y Planes de Seguridad social, para la región Amazonas se tiene en el periodo de 2008 al 2018, en el cual se observa que alcanza un porcentual máximo de 4.0% en el año 2016 y un valor mínimo de 2.6% en los años 2008; 2011 y 2014. Presenta una variación del -1% entre en año 2016 al 2018. A nivel nacional los porcentuales están entre el 3.5% a 5%, con un máximo de 4.6% y un mínimo de 3.9%.

4.4.8. Porcentaje ocupación en hoteles y restaurantes

Año	Región Amazonas	A nivel Nacional
2008	4.5	6
2009	3.5	6.2
2010	3.8	6.6
2011	2.9	6.5
2012	3.9	6.5
2013	2.9	6.7
2014	4.5	6.9
2015	4.2	6.8
2016	4.4	6.8
2017	4.4	7.2
2018	5.2	7.8

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares

En Hoteles y Restaurantes la región Amazonas una tendencia muy variada durante el periodo de 2008 al 2018, con un máximo de 5.2% en el año 2018 y un mínimo de 2.9% en los años 2011 y 2013. A nivel nacional se observa una tendencia lineal positiva pasando el 6% en el año 2008 a 7.8% en el año 2018.

4.4.9. Porcentaje ocupación en inmobiliarias y alquileres

Año	Región Amazonas	A nivel Nacional
2008	0.5	4.1
2009	0.9	4.0
2010	0.8	4.1
2011	1.4	4.5
2012	1.0	4.5
2013	1.6	4.7
2014	1.1	4.6
2015	0.6	4.7
2016	1.2	4.8
2017	1.1	5.1
2018	1.0	5.0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares

En Inmobiliarias y Alquileres la región Amazonas presenta porcentuales muy bajos pasando de 0.5% en el 2008 al 1% en el año 2018 variación de 0.5%, a nivel nacional

presenta variación similar de un 0.9% para el mismo periodo. Se observa que en el año 2013 se tiene un máximo de 1.6% y a nivel nacional se tiene un 5.1% en el año 2017.

4.4.10. Porcentaje ocupación en enseñanza

Año	Región Amazonas	A nivel Nacional
2008	4.1	5.3
2009	3.2	5.5
2010	3.2	5.3
2011	3.9	5.7
2012	5.0	5.8
2013	6.0	5.3
2014	5.1	5.2
2015	5.7	5.1
2016	5.1	5.3
2017	5.8	5.1
2018	4.5	4.9

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares

El porcentaje ocupación en enseñanza se observa que para la región Amazonas se tiene un máximo de 6% en el año 2013 mayor que a nivel nacional que llega al 5.8% en el año 2017. Presenta una tendencia muy variada ya que en el año 2017 y 2018 se tiene una variación -1.3% a nivel de la región y un -0.2% a nivel nacional.

4.4.11. Porcentaje de ocupación en otros servicios

Año	Región Amazonas	A nivel Nacional
2008	4.8	10.1
2009	5.1	10.4
2010	5	10.3
2011	4.3	10.1
2012	4.8	9.8
2013	4.8	9.9
2014	4.6	9.8
2015	5.2	9.8
2016	4.4	9.8
2017	4.7	9.8
2018	6.1	10

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares

La ocupación en otros tipos de servicios en la región Amazonas se observa que se mantiene en una tendencia por encima del 4.0% en el periodo de 2008 al 2018, con un máximo de 6.1% en el año 2018 y un mínimo de 4.3% en el año 2011. A nivel nacional presenta una tendencia lineal ya que en el año 2008 se observa un 10.1% y al año 2018 un 10.0% con mínimo de 9.8% y un máximo de 10.4%.

4.5. Porcentaje de la población económicamente activa, según categoría ocupacional

4.5.1. Porcentaje de población ocupada empleador o patrono

Años	Región Amazonas	A nivel Nacional
2004	9.0	5.3
2005	8.1	5.4
2006	9.2	5.4
2007	9.0	5.7
2008	9.0	5.6
2009	8.3	5.5
2010	9.3	5.8
2011	8.7	5.3
2012	8.4	5.4
2013	5.4	4.9
2014	5.9	4.4
2015	5.0	4.2
2016	5.5	4.3
2017	6.5	4.0
2018	5.4	4.0

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares

La población ocupada empleador o patrono en la región Amazonas se observa que es mayor que a nivel nacional presentando un máximo de 9.3% en el año 2010 y un mínimo de 5.4%. A nivel nacional se observa un comportamiento negativo a partir del año 2013 con un 4.9% pasando al 2018 a 4.0%.

4.5.2. Porcentaje de población ocupada trabajador independiente

Años	Región Amazonas	A nivel Nacional
2004	37.8	34.9
2005	41.3	35.0
2006	38.5	33.9
2007	41.1	34.8
2008	41.6	35.1
2009	43.6	34.8
2010	43.1	35.2
2011	42.1	35.2
2012	42.0	34.8
2013	42.0	34.5
2014	42.0	35.1
2015	45.3	35.1
2016	42.7	35.9
2017	44.1	36.9
2018	43.1	37.4

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares

La población ocupada como trabajador independiente es la más representativa en la región Amazonas con un porcentaje por encima del 40% entre los años 2007 al 2018, con un máximo de 54.3% y un mínimo de 37.8% con respecto a nivel nacional se observa que en la región la ocupación independiente es mayor, observando un máximo de 37.4%.

4.5.3. Porcentaje de población ocupada asalariada

Años	Región Amazonas	A nivel Nacional
2004	23.4	37.6
2005	26.9	38.6
2006	27.0	39.9
2007	24.0	41.3
2008	25.6	42.2
2009	25.5	42.7
2010	25.9	43.0
2011	23.9	43.8
2012	25.7	45.4
2013	29.1	46.4
2014	28.8	46.8
2015	26.9	47.1
2016	31.0	46.7

2017	29.4	46.4
2018	30.5	46.3

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares

La población ocupada asalariada para la región Amazonas se observa en el periodo de 2004 al 2018 que se tiene como máximo un 31% en el año 2016 y un mínimo de 23.4% en el 2004, del 2016 al 2017 hay una variación de -0.6% y 2017 al 2018 una variación de +1.1%. A nivel nacional se observa un máximo de 47.1% en el año 2015 y un mínimo de 37.6% en el año 2004.

4.5.4. Porcentaje de población ocupada trabajador familiar no remunerado

Años	Región Amazonas	A nivel Nacional
2004	27.4	18.3
2005	21.1	16.9
2006	22.8	16.6
2007	23.7	14.2
2008	21.9	13.4
2009	21.2	13.3
2010	20.1	12.5
2011	23.7	12.7
2012	22.9	11.6
2013	22.2	11.4
2014	22.3	11.2
2015	21.3	11.1
2016	19.8	10.5
2017	18.6	10.1
2018	19.8	9.8

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares

La población ocupada trabajador familiar no remunerado en la región Amazonas es mayor si se compara a nivel nacional ya que son muchos los casos de la agricultura familiar en la región, es así que se encuentra un valor máximo de 27.4% en el año 2004 y un mínimo de 18.6% en el 2017.

4.5.5. Porcentaje de población ocupada trabajador del hogar

Años	Región Amazonas	A nivel Nacional
2004	1.9	3.7
2005	2.1	3.7
2006	1.7	3.9
2007	1.7	3.6
2008	1.3	3.3
2009	1.2	3.2
2010	1.3	3.2
2011	1.2	2.7
2012	0.7	2.6
2013	1.2	2.6
2014	1.0	2.3
2015	1.3	2.5
2016	0.8	2.4
2017	1.0	2.4
2018	1.0	2.3

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares

El porcentaje de población ocupada trabajador del hogar es muy bajo en la región Amazonas y tanto a nivel nacional es así que en nivel regional se tiene un máximo de 2.1% y un mínimo de 0.7% y a nivel nacional un 3.9% como máximo y 2.3% como mínimo.

4.5.6. Porcentaje de población ocupada en otra categoría ocupacional

Años	Región Amazonas	A nivel Nacional
2004	0.5	0.4
2005	0.4	0.4
2006	0.8	0.4
2007	0.4	0.4
2008	0.5	0.4
2009	0.2	0.4
2010	0.3	0.3
2011	0.4	0.3
2012	0.3	0.3
2013	0.1	0.2
2014	0.1	0.2
2015	0.1	0.2
2016	0.2	0.2
2017	0.4	0.2
2018	0.2	0.2

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares

El porcentaje de población ocupada en otra categoría ocupacional soy muy bajos tanto a nivel regional como nacional, en el año 2006 se tiene un máximo de 0.8% porcentaje mayor que a nivel nacional, ya que a nivel nacional se tiene un máximo de 0.4% a nivel nacional se observa una tendencia lineal desde el año 2013 al año 2018 con un valor de 0.2%, a nivel de la región para el año 2017 a 2018 se tiene una variación de -0.2%.

CAPÍTULO V

MERCADOS EN LA REGIÓN AMAZONAS, PERÚ

5.1. Mercados de abasto en la región de Amazonas

5.1.1. Provincia de Chachapoyas

Provincia	Nombre del mercado	Ubicación	Tipo	Año de inicio	Puestos fijos
Chachapoyas	Mercado Modelo	Chachapoyas	Minorista	1993	360
Chachapoyas	Mercado Yance	Chachapoyas	Minorista	1995	130
Chachapoyas	Mercado Merca Chacha	Chachapoyas	Mayorista	2016	230
Chachapoyas	Mercado de Abastos de Leimebamba	Leimebamba	Minorista	1990	38

Fuente: Censo Nacional de Mercado de Abastos

5.1.2. Provincia de Bagua

Provincia	Nombre del mercado	Ubicación	Tipo	Año de inicio	Puestos fijos
Bagua	Mercado de Abastos de Aramango	Aramango	Mixto	2006	40
Bagua	Mercado de Abastos	Bagua	Mixto	2002	40
Bagua	Mercado de Abastos 25 de Mayo de Chiriaco	Imaza	Minorista	2006	59
Bagua	Mercado de Abastos de Imazita	Imaza	Minorista	2014	56
Bagua	Mercado Modelo de Bagua	La Peca	Mixto	1992	536
Bagua	Mercadillo	La Peca	Minorista	2000	30

Fuente: Censo Nacional de Mercado de Abastos

5.1.3. Provincia de Bogará

Provincia	Nombre del mercado	Ubicación	Tipo	Año de inicio	Puestos fijos
Bogará	Mercado Pedro Ruiz II	Jazan	Minorista	2010	180
Bogará	Mercado Pedro Ruiz	Jazan	Minorista	1975	90

Fuente: Censo Nacional de Mercado de Abastos

5.1.4. Provincia de Utcubamba

Provincia	Nombre del mercado	Ubicación	Tipo	Año de inicio	Puestos fijos
Utcubamba	Mercado Modelo de Bagua Grande	Bagua Grande	Mixto	1984	148
Utcubamba	Mercado San Luis	Bagua Grande	Minorista	2005	300
Utcubamba	Parada Municipal	Bagua Grande	Mixto	1982	260
Utcubamba	Mercadillo Primario Bagua Grande	Bagua Grande	Minorista	1990	33
Utcubamba	Asociación de Comerciantes Unidos	Bagua Grande	Minorista	1996	194
Utcubamba	Mercado de Abastos de Cajaruro	Cajaruro	Minorista	2000	30
Utcubamba	Mercado de Abastos de Cumba	Cumba	Mixto	1990	18
Utcubamba	Mercado Central Lonya Grande	Lonya Grande	Mixto	2004	30

Fuente: Censo Nacional de Mercado de Abastos

5.1.5. Provincia de Luya

Provincia	Nombre del mercado	Ubicación	Tipo	Año de inicio	Puestos fijos
Luya	Mercado de Abastos de Conila	Conila	Minorista	1996	17
Luya	Mercado de Abastos de Lamud	Lamud	Minorista	1995	27
Luya	Mercado de Comerciantes Minoristas	Luya	Minorista	1980	36

Fuente: Censo Nacional de Mercado de Abastos

5.1.6. Provincia de Rodríguez de Mendoza

Provincia	Nombre del mercado	Ubicación	Tipo	Año de inicio	Puestos fijos
Rodríguez de Mendoza	Mercado De Abastos Huambo	Huambo	Minorista	1997	30
Rodríguez de Mendoza	Mercado De Abastos San Nicolas	San Nicolas	Minorista	1996	80

Fuente: Censo Nacional de Mercado de Abastos

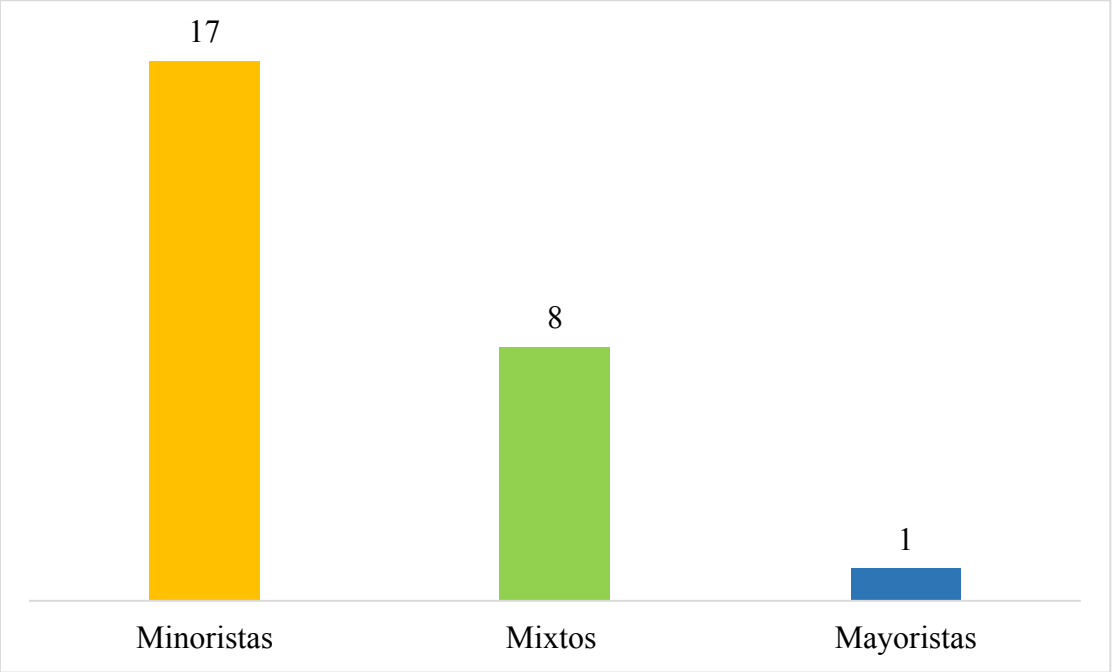
5.1.7. Provincia de Condorcanqui

Provincia	Nombre del mercado	Ubicación	Tipo	Año de inicio	Puestos fijos
Condorcanqui	Mercado Juan Velasco	Nieva	Mixto	2011	84

Fuente: Censo Nacional de Mercado de Abastos

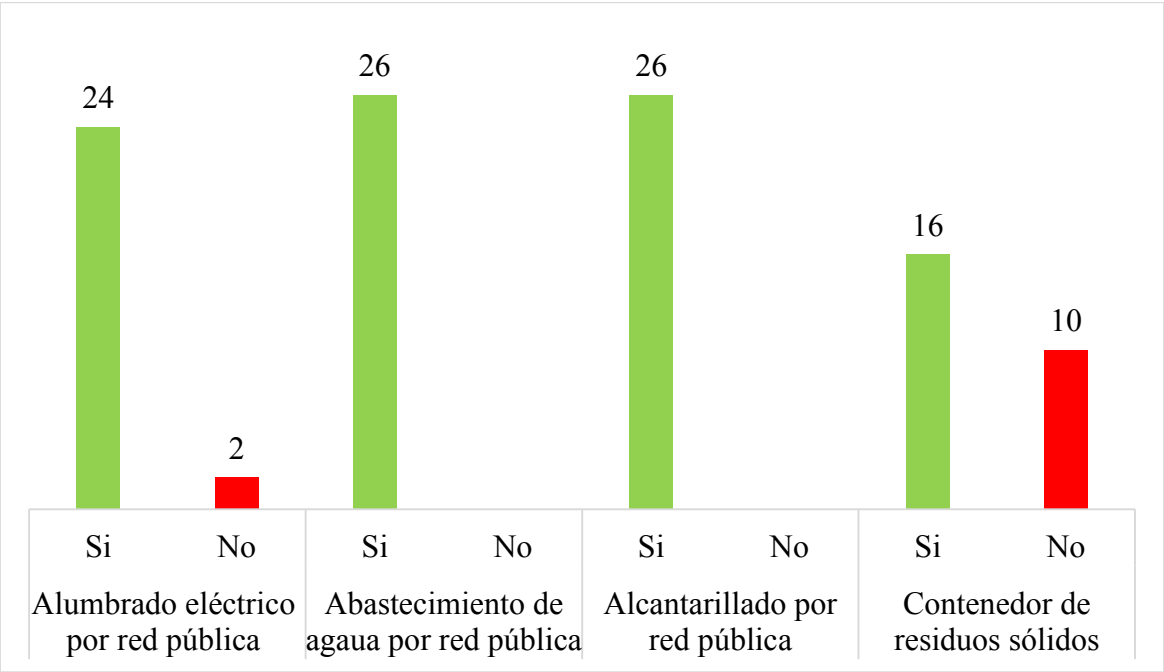
La provincia con mayor cantidad de mercados de abasto es la provincia de Utcubamba con 8 mercados seguido por la provincia de Bagua con 6; la provincia con menos representación es la provincia de Condorcanqui que presenta solo un mercado de abasto según informa el Censo Nacional de Mercado de Abastos al año 2016. El mercado de abasto con mayor año de funcionamiento es Mercado Pedro Ruiz empezó su funcionamiento en el año 1875, y el más reciente es el mercado Mercado Merca Chacha con un funcionamiento desde el año 2016.

5.2. Tipos de mercados de abastos en la región Amazonas



En la región de Amazonas presenta una mayor cantidad de mercados Minoristas, seguido por mixtos y solo presenta un mercado mayorista ubicado en la ciudad de Chachapoyas. Lidera con mayor número de puestos el Mercado Modelo de Bagua con una cantidad de 536 puestos fijos, seguido por el Mercado Modelo de Chachapoyas con 360 puestos fijos y con 17 puestos fijos tenemos al Mercado de Abastos de Conila ubicado en la provincia de Luya.

5.3. Acondicionamiento de los mercados de abasto



Con respecto al acceso de alumbrado eléctrico mediante una red pública, solo 2 mercados abastos de la región mencionan que no cuentan con dicho servicio; todos los mercados cuentan con abastecimiento de agua por una red pública al igual que el acceso al alcantarillado por una red pública. Solo 16 mercados cuentan con contenedores para para residuos sólidos mientras que 10 mercados todavía no tienen implementado los contenedores para almacenar los residuos sólidos, dicha información es hasta el año 2016.

Exterior del mercado modelo de Chachapoyas

Distribución de puestos dentro del mercado Modelo de Chachapoyas

5.4. Caso del Mercado de la Parada Bagua Grande

Centro Comercial de Bagua Grande, antiguamente conocido como Parada Municipal, es un centro de abastecimiento tanto mayorista como minorista, está localizada en la avenida Mariano Melgar 990 piso 1 kilómetro 0, al costado de la Institución Educativa Fe y Alegría N°38, se encuentra a una altitud de 475 metros sobre el nivel del mar (msnm), considerada como la Región Selva Alta o Rupa Rupa, dentro de la ciudad de Bagua Grande. La Asociación de Comerciantes Minoristas y Mayoristas del Centro Comercial de Bagua Grande empezó su funcionamiento en el año 1982 y que sigue funcionando hasta ahora con más de 39 años de trabajo, siendo el mercado tradicional de la localidad de Bagua Grande. Este mercado cuenta con 260 puestos, de los cuales el 100% están activos. Este mercado cuenta con los servicios básicos como luz, agua y alcantarillado, asimismo, se encuentra administrada por la Junta Directiva o propietarios.

Si bien es un centro comercial con aproximadamente cuatro décadas de funcionamiento, la asociación a cargo no sabe cómo organizar burocráticamente todos los documentos con los que cuenta, es por ello que recién desde el año 2020 se está realizando el reglamento interno oficial con el apoyo jurídico de una entidad externa. Este centro no recibe financiamiento por parte de ninguna organización y todos los ingresos para alguna modificación en este mercado sale a cuenta de los mismos vendedores.

Al ser propiedad de la Municipalidad Provincial de Utcubamba, esta recibe ingresos por parte de este centro comercial, mas no se encarga de financiarla, solo se involucra en la limpieza que se realiza mensualmente, el control en los ingresos para la toma de temperatura y lavado de manos; también interviene en los diversos conflictos que puedan surgir espontáneamente si es que el comité no ha logrado llegar a algún acuerdo entre ellos.

5.4.1. Historia

El Centro Comercial de Bagua Grande o también conocido como “Parada Municipal” por los pobladores de dicha ciudad, se creó en 1982 donde se vendía solamente artículos de primera necesidad, pero como no todo permanece constante y va cambiando con el tiempo, así fue evolucionando este centro de abastos. Se ha recolectado información de los propios vendedores que llevan muchos años ofreciendo sus productos en este centro comercial para poder ver el crecimiento de dicho centro.

La señora Elita Jimenez Alberca empezó a trabajar desde 1985 hasta la actualidad:

> *Cuando yo empecé a trabajar, ya existía el colegio Fe y Alegría 38 y yo vendía al lado de este colegio, teníamos a cargo un puesto hecho de carpas negras y solo se vendían productos de primera necesidad, no existía el sector de ropa que ahora podemos ver y tampoco se hallaba un orden entre vendedores y compradores, además el piso era de tierra cosa que cuando llovía era un caos vender las cosas porque solo había esas carpitas para proteger nuestros productos. (Jimenez, 2021)*

Al principio como lo señala la señora Jimenez, todo era muy desordenado y nadie tenía un puesto fijo ni existía alguna organización para poder estructurar todo el mercado, sino que cada quien llegaba a vender su mercadería y luego se retiraban.

Años posteriores, las cosas fueron cambiando:

> *Ya luego de un tiempo nos movieron de puesto a donde actualmente nos encontramos porque en ese entonces ya empezaron a entrar los comerciantes de ropa y los ubicaron donde nos encontrábamos al inicio, para ese entonces ya existía la Asociación de Comerciantes Unidos para poder organizar todos los puestos que se encontraban en ese sector porque ya habían puestos que estaban fijos para cada comerciante, pero aún teníamos que colocar nuestros techos y el suelo aún era de tierra. (Jimenez, 2021)*

Si bien aún tenían dificultades para poder vender sus productos en tiempo de lluvias, por lo menos ya tenían su puesto fijo para ofrecer sus productos.

> *Primero se comenzó a construir las plataformas y el techo del sector verduras porque ellos eran los más afectados en la época de lluvias y ya luego de un tiempo empezaron a construir la plataforma y techo de toda la parada. (Jimenez, 2021)*

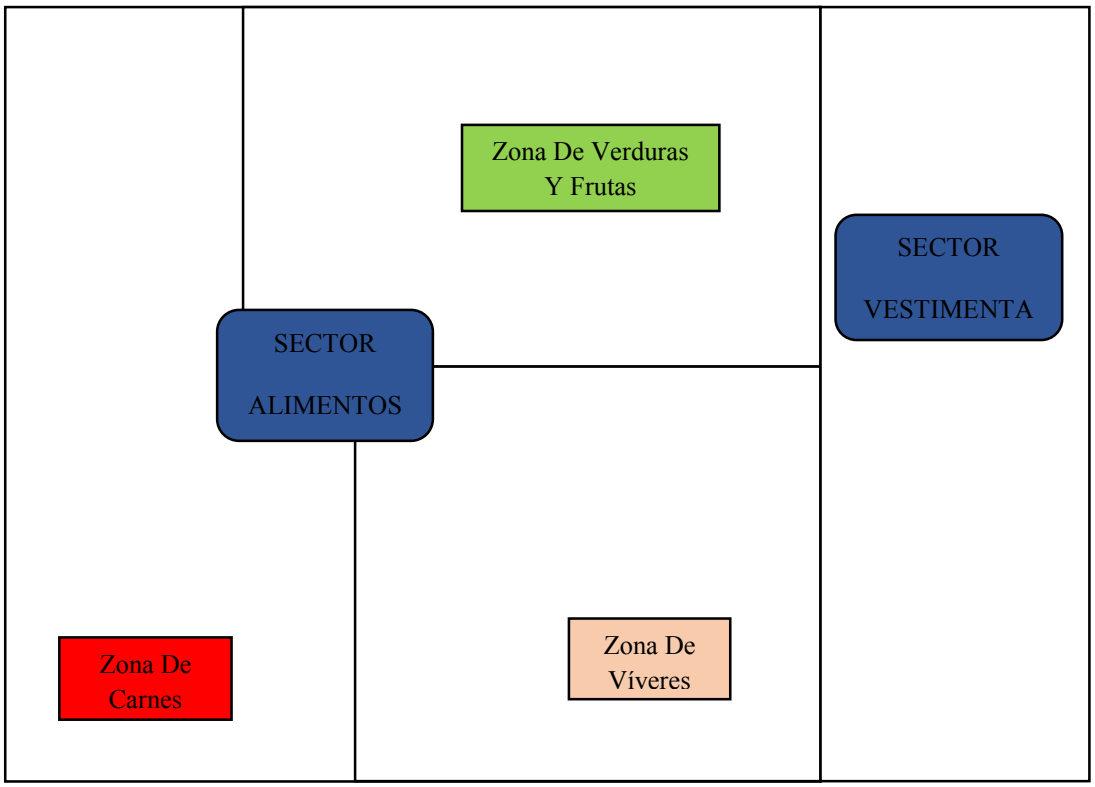
Sector carnes del Centro Comercial Bagua Grande, donde se vende variedad de carnes, ya sea vacuno, porcino, aves, entre otras que son muy comercializadas en la cuidad de Bagua Grande. Fotografía tomada por Radio “La Voz”.

5.4.2. Organización

Infraestructura

La Parada Municipal de la ciudad de Bagua Grande se encuentra dividida en dos sectores, uno encargado exclusivamente de la venta de vestimentas y el otro sector encargado de la venta de alimentos.

El sector alimentos se encuentra conformado por una presidencia encargada de velar por las necesidades de los vendedores en cada puesto, pero más adelante se les detallará quiénes son los integrantes de este comité. Este sector a su vez se divide en tres zonas: las carnicerías, la zona de verduras y la zona de víveres.

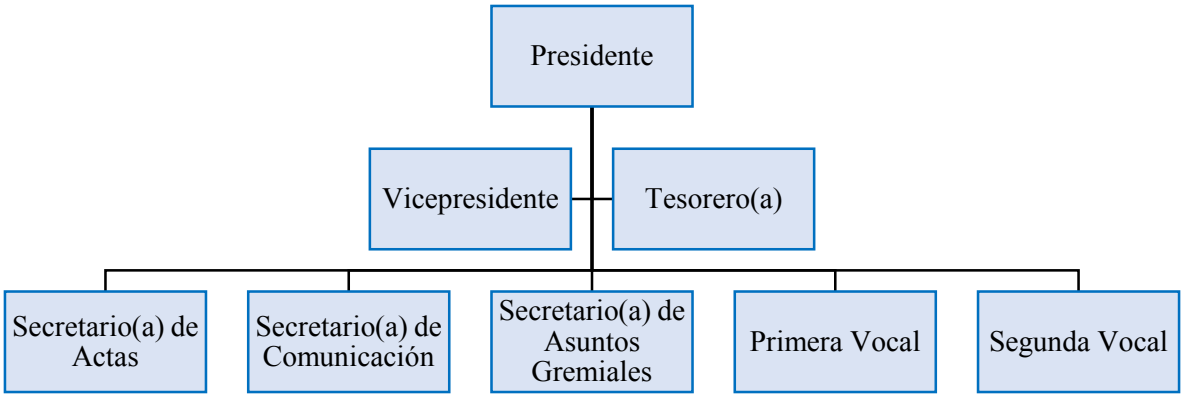


En la imagen anterior se puede observar que la zona de carnes se encuentra en la parte izquierda, la zona de verduras en la parte superior céntrica y la zona de víveres en la parte inferior; en cuanto al sector vestimenta se puede observar que se encuentra en la parte derecha.

5.4.3. Asociación

El comité es elegido por todos los integrantes del centro comercial de manera democrática y su periodo de representación de los que salgan victoriosos es de dos años, pero en vista de lo acontecido por el Covid-19 y por la renovación del reglamento quizá este plazo para los representantes actuales se alargue a un año más y que además no se cuenta con los reglamentos oficiales ni de documentos que puedan ayudar a que este mercado se desenvuelva con mayor facilidad.

Este centro de abastos se organiza de la siguiente manera:



Los actuales representantes por el periodo 2020-2021 son:

- **Presidente:** Sergio Jilmer Campos Altamirano.
- **Vicepresidente:** Ángel Domínguez López.
- **Tesorero:** Wilmer Delgado Quispe.
- **Secretario de Actas:** Jaime Fernández Rivera.
- **Secretario de Comunicación:** Wilder Herrera Bustamante.
- **Secretario de Asuntos Gremiales:** Dante Flores Flores.
- **Primera Vocal:** Esther E. Ramos García.
- **Segunda Vocal:** Eva Gonzales Villanueva.

5.4.4. Seguridad

Centro comercial Bagua Grande, llamado la "Mesa Redonda" de este distrito por los pobladores. La seguridad en el mercado es un factor muy importante tanto para compradores y vendedores, pero el control por parte de las autoridades encargadas es paupérrimo ya que no hace más de un año, los bomberos de la provincia de Utcubamba fueron a inspeccionar si los comerciantes que se encuentran dentro como alrededor de La Parada Municipal no contaban con extintores en caso se presentase algún incendio y se dieron con la sorpresa de que no contaban con estas herramientas fundamentales y si los establecimientos comerciales contaban con uno, se encontraban en zonas que obstaculizaban su acceso o no sabrían manipularlos para una rápida acción en caso de que sucediera alguna tragedia.

Los días más concurridos son los fines de semana, convirtiendo así este establecimiento de comerciantes en un lugar peligroso a causa de la aglomeración y la obstaculización en

las diferentes salidas de dicho mercado. Mayormente este impedimento para poder movilizarse a la parte exterior de la Parada Municipal se debe al desorden generado por la acumulación de mototaxis sin existir alguna autoridad que controle dicha zona y sin que el chofer de dicha movilidad pensara en las consecuencias que se generaría si existiese algún tipo de sismo o incendios, pudiendo ocasionarse un saldo muy alto de muertes en caso de alguna tragedia. Asimismo, se impediría que los bomberos pudieran hacer su trabajo adecuadamente a causa de este mismo motivo.

Otro hecho que preocupa es que los hidrantes de agua para casos de incendio se encuentran muy lejos de la Parada Municipal, aproximadamente a 150 metros, ocasionando que las mangueras para el riego del agua no alcancen a llegar al punto objetivo, lo que dificultaría el trabajo de los hombres de rojo.

Las cosas no han cambiado mucho en la actualidad, ya que aún muchos de los establecimientos comerciales no cuentan con una cultura de prevención, ni capacitaciones por parte de los encargados directos, siendo un hecho que no debería pasarse por alto.

Salida del Centro Comercial Bagua Grande, es un caos el cual la movilidad para trasportar a los usuarios del mercado son los mototaxis. Fotografía tomada por Radio “Reina de la Selva”.

5.5. Análisis de los mercados de abasto en la región Amazonas: caso La Parada Municipal, Bagua Grande

Para realizar el análisis de los mercados de abastos en la región Amazonas se tomó el mercado La Parada Municipal ubicado en la ciudad de Bagua Grande, distrito de Bagua Grande, Provincia de Utcubamba. Se utilizó por medio de una encuesta y la entrevista para recolectar los datos.

5.5.1. Resultados de la encuesta

Vendedores en el mercado de abasto por sexo

Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	16	53.3%
Masculino	14	46.7%
Total	**30**	**100.0%**

Del total de los vendedores del mercado de abastos La Parada se tiene que en su mayoría son mujeres con un 53.3% y un 46.7% son varones.

Rango de edad de los vendedores

Edad	Frecuencia	Porcentaje
30-40 años	11	36.7%
41-50 años	7	23.3%
51-60 años	8	26.7%
61-70 años	4	13.3%
Total	**30**	**100.0%**

La mayoría de los trabajadores del mercado de abastos La Parada se encuentran entre 30 a 40 años de edad con un 36.7%, seguido por trabajadores con rango de edad entre 51 a 60 años con un 26.7%.

Lugar de residencia de los trabajadores

Residencia	Frecuencia	Porcentaje
Bagua Grande	16	53.3%
Otros	14	46.7%
Total	**30**	**100.0%**

Más de la mitad de los trabajadores residen en la cuidad de Bagua Grande con un 53.3% y solo el 46.7% residen en lugares aledaños a la cuidad.

Tiempo que viene trabajando en el centro de abastos

Años	Frecuencia	Porcentaje
01-05 años	3	10.0%
06-10 años	11	36.7%
11-15 años	4	13.3%
16-20 años	2	6.7%
21-25 años	4	13.3%
26-30 años	6	20.0%
Total	**30**	**100.0%**

El 36.7% de los trabajadores del mercado de abasto La Parada vienen trabajando de 6 a 10 años, y el 20% ya trabajan entre 26 a 30 años en dicho mercado.

Tipo o rubro del negocio

Rubro	Frecuencia	Porcentaje
Abarrotes	17	56.7%
Verduras	4	13.3%
Carnicería	5	16.7%
Juguetería	2	6.7%
Papelería	2	6.7%
Total	**30**	**100.0%**

Más de la mitad de los trabajadores se dedican al rubro de abarrotes con un 56.7%, seguido por carnicería con un 16.7%, un 13.3% venden verduras u por último tenemos a juguería y papelería con un 6.7% cada uno.

Frecuencia de venta en el mercado

Tiempo	Frecuencia	Porcentaje
Todos los días	27	90.0%
Tres veces por semana	2	6.7%
Solo fines de semana	1	3.3%
Total	**30**	**100.0%**

El 90% de los trabajadores venden sus productos todos los días, solo el 6.7% venden tres veces por semana y por último con 3.3% venden solo los fines de semana.

Financiamiento para implementar su negocio

Financiamiento	Frecuencia	Porcentaje
Capital propio	17	56.7%
Préstamo	13	43.3%
Total	**30**	**100.0%**

Más de la mitad de los trabajadores del mercado de abastos La Parada Municipal cuenta con capital propio para implementar su negocio y el 43.3% cuentan con préstamos el cual les ayuda a implementar e incrementar su negocio.

La pandemia del Covid-19 en el mercado La Parada Municipal

- **Número de trabajadores que sufrieron enfermedad del Covid – 19**

Covid-19	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	26.7%
No	22	73.3%
Total	**30**	**100.0%**

El 26.7% de los trabajadores de La Parada Municipal sufrieron enfermedad del Covid -19 hasta la fecha de la encuesta.

- **Ventas afectadas a causas del Covid – 19**

Ventas afectadas	Frecuencia	Porcentaje
Menos del 30%	5	16.7%
Entre 30% a 50%	12	40.0%
Más del 50%	13	43.3%
Total	**30**	**100.0%**

El 43.3% de los trabajadores mencionan que las ventas fueron afectadas en el 50% a causa de la pandemia y el 40% mencionan que se vieron afectados en más del 30% de sus ventas y el 16.7% se vieron afectados en menos del 30% de sus ventas.

5.5.2. Resultados de la entrevista

¿Qué limitaciones o deficiencias encuentra en el mercado?

De las 30 personas encuestadas, 10 de ellas señalaron que no existían deficiencias en el centro comercial ya que gracias a la pandemia el mercado se ha ido ordenando, pero 15 de ellas señalaron que existe falta de seguridad, falta de control en el orden por parte de

las autoridades y la falta de limpieza, ya que se debería limpiar todo el mercado mensualmente pero se realiza cada tres meses y solo el sector de verduras y 05 de ellas destacaron que el aforo de las personas era demasiado, más que el recomendado para el centro comercial.

¿Qué le gustaría que mejore en el mercado?

Del total de encuestados, 09 de ellas mencionaron que no hay nada que mejorar en el mercado, que todo mejoró a causa de la pandemia, 08 de los encuestados señalaron que debería mejorar la salubridad en el mercado y que la limpieza general debería ser semanalmente no cada tres meses; 11 del total mencionaron que debería mejorar el control, la seguridad y que se realicen mayores pruebas ya que desde el año pasado no se han realizado más pruebas por lo que se encuentran en incertidumbre y tienen miedo de contagiarse o contagiar a más personas y 02 de ellas mencionaron que debería construirse el techo del sector inferior de los víveres.

¿Su negocio ha ido creciendo con el paso del tiempo o se mantiene como empezó?

De toda la muestra realizada, 18 de los encuestados señalaron que su negocio se ha mantenido con el paso de los años que, si bien iba creciendo, lo de la pandemia hizo que disminuyeran sus ventas y volvió a como estaba al inicio por lo que se ha mantenido el comercio; 09 señalaron que su negocio si ha evolucionado con el paso de los años y 03 mencionaron que su negocio ha disminuido en comparación a como iniciaron.

¿Qué cree que pasará con su negocio en el futuro? (crecerá o se reducirá o cerrará o cambiará a otro rubro).

A pesar de que la pandemia ha golpeado fuerte a casi todos los vendedores del mercado comercial, 12 de los encuestados aseguran que dentro de unos años su negocio va a crecer, quizá no en gran cantidad pero si en un porcentaje considerable; pero 9 de los vendedores en cambio aseguran que su negocio se va a ver reducido a como se encontraba antes de la pandemia; 05 del total se encuentran con la incertidumbre de saber lo que sucederá con su negocio y señalan que todo dependerá de cómo se lleve a cabo la pandemia y otros 04 señalan que van a cambiar de rubro ya que en el que se encuentran no ven ganancias, al contrario, se ven muchas pérdidas porque alguno de ellos han sacado préstamos para financiar sus productos.

¿Qué efectos negativos tuvo el Covid-19 en su negocio?

De toda la muestra planteada a los trabajadores del centro comercial, 24 de los encuestados señalaron que los efectos negativos que trajo consigo la pandemia fue la reducción de las ventas de sus productos y el deterioro de estos ya que el centro comercial de Bagua Grande cerró por aproximadamente 3 meses, por lo que muchos bienes se malograron y perdieron gran mercancía, solo 03 de los encuestados vieron el aumento de sus ventas ya que ofrecían productos al por mayor y lograron sacar toda su mercadería antes del cierre del mercado, otros 03 encuestados señalaron que no han visto variación alguna en su negocio.

A pesar de los efectos negativos, el 80% de los encuestados aseguraron que hay más limpieza y más orden en el centro comercial, aunque aseguran que la toma de pruebas debe ser más seguida para evitar así que los contagios se incrementen.

CAPÍTULO VI

CONTEXTO DEL COVID - 19 Y SUS EFECTOS ECONÓMICOS DEL SECTOR EMPRESARIAL EN LA REGIÓN AMAZONAS, PERÚ

6.1. Impacto del COVID-19 en las empresas de la Región Amazonas

La crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19 ha afectado en gran parte a las empresas, lo que ha conllevado a dar de baja a muchas de estas, tomando en cuenta los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística e Informática, nos indica que la región Amazonas ha sufrido cerca de un -70,7% de bajas en el IV trimestre del año 2020 con respecto al 2019, siendo las Mypes las más afectadas, principalmente esto se debió a la falta de liquidez, por lo que el gobierno optó por un fondo especial de apoyo dedicado específicamente a las Mypes, con el objetivo de mitigar el impacto que sufrieron durante la interrupción de la actividad empresarial ocasionado por el confinamiento general. (INEI, 2020).

De acuerdo al INEI, la economía de Amazonas retrocedió 4,3% en el 2020. En el primer trimestre la actividad productiva creció 2,6%. Posteriormente, debido a la pandemia, la región sufrió una caída de 17,2% en el segundo trimestre. Finalmente, con la disposición de las flexibilizaciones, la producción presentó recuperación en el cuarto trimestre de 5,9%. La actividad más afectada fue transporte y almacenamiento (-20,0%), junto con comercio (-15,3%). Por su parte, actividades como el sector telecomunicaciones (+9,9%), y administración pública y defensa (+5,3%), contrarrestaron la pérdida de otros sectores. (MINCETUR, 2021).

6.1.1. Impacto al Sector Turismo

Según el reporte del MINCETUR hasta agosto del 2021, se reporta lo siguiente en los principales atractivos turísticos de la región Amazonas:

- El Complejo Arqueológico de Kuélap en los meses de abril a octubre del año 2020 registra data 0; es decir no registró visitas. Del 31 de enero al 28 de febrero de 2021 no hubo atención al público en complejos arqueológicos, debido a las medidas preventivas ante la pandemia de la Covid-19 (aforo 0%); reiniciando sus actividades a partir del 04 de marzo de 2021 con aforo reducido al 40%.
- En la Catarata de Gocta en los meses de abril a noviembre del año 2020 registra data 0 visitas; ya que el 16 de A partir del 12 de noviembre de 2020, reinició actividades a partir de enero de 2021 se tomaron las cifras de primera caída (San Pablo). En los meses de junio y julio de 2021 estuvo cerrado por falta de personal para atención en el ingreso. A partir de agosto de 2021 reinició actividades

tomando la suma de ingresos en la caída 1 (San Pablo) más caída dos (Cocachimba).

- En los meses de abril a septiembre del año 2020 registra data 0 visitas de turistas; a partir del 20 de octubre a la Caverna de Quiocta reinició sus actividades. Del 31 de enero al 28 de febrero de 2021 no hubo atención al público, debido a las medidas preventivas ante la pandemia de la Covid-19.
- En el museo de Leymebamba en los meses de abril a diciembre del año 2020 registra data 0, y a la fecha aún no apertura la visita a turistas.

6.1.2. Impacto a los mercados de abasto

A causa de la pandemia, el Centro Comercial Bagua Grande fue cerrada por aproximadamente un mes en abril del año 2020, dejando así a los comerciantes sin ingresos y con mucha mercadería perdida, ocasionando que muchos de ellos generen conflictos con las autoridades. Posteriormente se realizó una limpieza general en todo el mercado para que se puedan reanudar las actividades; esta limpieza se llevó a cabo por la Municipalidad Provincial de Utcubamba a través de la Subgerencia de Comercialización y la Gerencia de Desarrollo Ambiental en cumplimiento al Plan de Vigilancia y Control del Covid-19.

Estas acciones se vienen realizando una vez al mes para mejorar la salubridad de los centros de abastos, así como también la instalación de estaciones de lavados para todos aquellos que ingresen a comprar sus alimentos, la implementación de carteles que señalan la zona de ingreso y salidas de las personas para que exista mayor orden para adquirir los bienes de primera necesidad. Si bien a inicios de la pandemia se podía observar que se controlaba el aforo dentro de la Parada con un máximo del 30% ahora eso ya no es así, incluso los encargados de velar para que todos se laven las manos al ingresar no ponen orden y solo dejan que las personas ingresen ocasionando así que todo vuelva a tener la misma aglomeración antes de la pandemia pudiendo generar que el número de contagiados se incremente en gran medida.

Otra medida tomada es que de lunes a sábado a partir de las 4:00pm a 6:00pm debe cada uno de los vendedores limpiar su puesto de trabajo y dejarlo totalmente limpio para así evitar conflictos con las autoridades a cargo.

Control de pruebas Covid-19 en la “Parada Municipal”, fotografía tomada por Informa.pe.

REFLEXIONES FINALES

- El sector empresarial de la región Amazonas, en su mayoría son Mypes que tienen un aumento significativo en los últimos años, siendo fuentes de empleo en toda la región y es un gran aporte a la activación económica regional en los diferentes sectores donde el rubro de servicios es el más representativo.

- El turismo que es uno de los sectores más importantes de la región Amazonas tuvo una caída significativa que se está recuperando lentamente con las políticas y programas de reactivación económica dadas por el Estado; algunos centros turísticos como el Museo de Leymebamba todavía no empieza a tender a los visitantes generando una pérdida económica dentro del sector. Entre enero y diciembre 2020, la llegada de visitantes al Complejo Arqueológico de Kuelap totalizó 28 377 visitantes, una reducción de 72,7%, mientras que las Cataratas de Gocta recibió 13 779 visitantes (-76,9% variación). Por lo que es necesario que se tomen estas experiencias para desarrollar en el futuro mejores estrategias de respuesta a situaciones similares y la reactivación sea mucho más eficiente.

- Existen continuamente emprendimientos en la Región Amazonas en todos los sectores, siendo en su mayoría familiares y muchos de ellos han mantenido su éxito por años en cambio otros siguen en crecimiento o están luchando por mantenerse en el mercado por lo que es fundamental seguir desarrollando políticas públicas de ayuda a estos emprendedores que contribuyen al desarrollo económico de la región y que necesitan apoyo en capacitación, acceso al financiamiento con bajas tasa de interés, seguridad, infraestructura vial adecuada para comercializar los bienes y servicios, etc.

- En la región Amazonas todavía existe un alto índice de informalidad empresarial y de empleo (más del 70%), pero están mejorando estos indicadores ya que la tasa de empleo formal está en aumento en la región; esto se debe en gran medida por la ayuda de las instituciones en formalización tal es el caso del Programa Tu Empresa, que solo en el 2021 ha constituido 188 formalizaciones entre E.I.R.L., S.A.C., S.C.R.L., S.R.L. y Asociaciones.

- Los mercados de abasto de la región Amazonas presenta una mayor cantidad de mercados minoristas, seguido por mixtos y solo presenta un mercado mayorista

ubicado en la ciudad de Chachapoyas, entre los cuales se tiene a un mercado con mayor tiempo de funcionamiento desde al año 1875 mercado de Pedro Ruiz. El mercado con mayor número de puestos fijos es el Mercado Modelo de Bagua con 536.Asimismo existen deficiencias en infraestructura, seguridad, orden, etc. Por lo cual es necesaria una modernización y mejora continúa de estos mercados.

BIBLIOGRAFÍA

Banco Central de Reserva del Perú. (2021). *AMAZONAS: Síntesis de actividad económica agosto 2021*. https://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Piura/2021/sintesis-amazonas-08-2021.pdf

COFIDE. (2021). *Programas de apoyo empresarial*. https://www.cofide.com.pe/detalles1.php?id=1

Cuba, E. (18 de Octubre de 2016). *Informalidad peruana*. https://elcomercio.pe/opinion/colaboradores/informalidad-peruana-elmer-cuba-260160-noticia/

DECRETO SUPREMO Nº 001-2021-PRODUCE. (2021). *Reglamento de la Ley N° 29337, Ley que establece disposiciones para apoyar la competitividad productiva.* https://busquedas.elperuano.pe/download/full/8w3oU3Vpq-XAG11BgOW-AS

DECRETO SUPREMO Nº 012-2017. *Crean Programa Nacional "Tu Empresa"*. https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/crean-programa-nacional-tu-empresa-decreto-supremo-n-012-2017-produce-1558101-3/

DECRETO SUPREMO Nº 012-2017. Publicada el jueves 24 de agosto de 2017. *Crean Programa Nacional "Tu Empresa"*. https://busquedas.elperuano.pe/download/url/crean-programa-nacional-tu-empresa-decreto-supremo-n-012-2017-produce-1558101-3

Dirección Regional de la Producción Amazonas. (2005). *Reglamento de organización y funciones de la Dirección Regional de la Producción Amazonas*. https://1library.co/document/qvr7240y-reglamento-organizacion-funciones-direccion-regional-produccion-amazonas.html

Encuesta Nacional de Hogares (ENAHO), (2019). *Las micro y pequeñas empresas en el Perú.* https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-mype-001.pdf

FAE – MYPE. (2021). *Estadísticas del FAE-Mype*. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/862403/Estadi%CC%81sticas_FAE_MYPE.pdf

Hilasaca, O. y Palacios, M. (2018). *La cultura tributaria y el nacimiento de la informalidad.* Lima: Universidaad San Martín de Porres.

Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI], (2019). *Perú: Estructura Empresarial 2018.* https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1703/libro.pdf

Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2019). *Encuesta Nacional de Hogares*. https://systems.inei.gob.pe/SIRTOD/app/consulta

Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2018) *Registro Nacional de Municipalidades (RENAMU).* https://systems.inei.gob.pe/SIRTOD/app/consulta

Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2016). *Censo Nacional de Mercados de Abastos 2016.* http://webinei.inei.gob.pe/cenama/mapa.html

InfoPublic, (2021). *Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa: LEY N° 28015.* https://infopublic.bpaprocorp.com/banco-de-leyes/ley-28015

Mercado Modelo de Bagua Grande (2020). *Mercado Modelo de Bagua Grande [Noticia]*. *DePerú.* https://www.deperu.com/mercados/mercado-modelo-de-bagua-grande_bagua-grande_21.html [15 de marzo de 2021]

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2021). *Como registrar tu empresa en el REMYPE.* https://aulavirtual.osce.gob.pe/pluginfile.php/382666/mod_resource/content/3/MYPE%20AL%2022%20DE%20NOVIEMBRE%20-PARTE%201.pdf

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2021). *Centro Integrado Formaliza Perú.* https://www2.trabajo.gob.pe/centro-integrado-formaliza-peru/

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. (2019). *Centro Integrado Formaliza Perú*. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/289465/formaliza-peru-servicios.pdf

Ministerios de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR]. (2021). *Terminología para las estadísticas de turismo*. https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/documentos/TERMINOLOGIA_PARA_LAS_ESTADISTICAS_DE_TURISMO.pdf

MINCETUR. (2021). *Amazonas - Reporte Regional de Turismo Año 2020*. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1320649/%20Reporte%20Regional%20de%20Turismo%20-%20Amazonas%202020%20actualizado%202021.pdf

MINCETUR. (2021). *Turismo Emprende*. https://turismoemprende.pe/

MINCETUR - DIRECCIÓN GENERAL DE INVESTIGACIÓN Y ESTUDIOS SOBRE TURISMO Y ARTESANÍA. (2021). *PERÚ: Compendio de cifras de turismo septiembre 2021*. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2364747/PER%C3%9A%3A%20Compendio%20de%20Cifras%20de%20Turismo%20-%20Setiembre%202021.pdf

Ministerio de Economía y Finanzas [MEF], (2021). *¿Tienes una mype?*. https://www.mef.gob.pe/planeconomicocovid19/mype.html

Ministerio de Agricultura y Riego. (2021). *Glosario de Términos*. https://www.agroideas.gob.pe/glosario/

Ministerio de la producción. (2021). *Programa Nacional de Desarrollo Tecnológico e Innovación ProInnóvate*. https://www.proinnovate.gob.pe/nuestros-fondos

Ministerio de la Producción. (2021). *Pro Innóvate*. https://www.proinnovate.gob.pe/

Ministerio de la Producción. (2021). *Programa Nacional Tu Empresa*. https://www.tuempresa.gob.pe/

Oficina de Comunicaciones y Relaciones Públicas (2020). *MPU y comerciantes realizaron limpieza y desinfección en la parada municipal [Nota de Prensa]*. *Municipalidad Provincial de Utcubamba*. https://www.gob.pe/institucion/muniutcubamba/noticias/307151-mpu-y-

comerciantes-realizaron-limpieza-y-desinfeccion-en-la-parada-municipal [16 de marzo de 2021]

Parada Municipal de Bagua Grande (2020). *Parada Municipal de Bagua Grande [Noticia]. DePerú.* https://www.elespanol.com/como/normas-apa-citar-pagina-web/402710424_0.amp.html [15 de marzo de 2021]

Presidencia de Consejo de Ministros. (2021). *Catálogo de fondos con cursables para proyectos innovadores en el marco de las ARD actualización a mayo 2021*. http://www.descentralizacion.gob.pe/wp-content/uploads/2021/06/Brochure_fondos_VF.pdf

PROCOMPITE. (2021). *¿Qué es?*. https://procompite.produce.gob.pe/index.php/presentacion-procompite/que-es

Programa Nacional de Innovación Agraria. (2021). *¿Qué hacemos?*. https://www.gob.pe/6934-programa-nacional-de-innovacion-agraria-que-hacemos

Roncaglia, A. (2006). Tasa de desempleo y tasas de empleo: ¿categorías estadísticas o construcciones teóricas? *Scielo*, 46.

Silva, F. (27 de Julio de 2020). *Diez medidas para combatir la informalidad en el Perú.* https://exitosanoticias.pe/v1/opinion-fermin-silva-diez-medidas-para-combatir-la-informalidad-en-el-peru/

ColloQUIUM
Editorial - Centro de Formación

ISBN: 978-9942-600-20-2