

UNIVERSIDAD NACIONAL AGRARIA LA MOLINA

Escuela de Post – Grado

Especialidad de Ecoturismo



**EL ECOTURISMO COMO REVALORIZADOR DE MITOS ANDINOS:
PROPUESTA DE UN CIRCUITO ECOTURISTICO BASADO EN EL CULTO
PREHISPÁNICO DE VICHAMA EN LAS PROVINCIAS DE HUARAL, HUAURA Y
BARRANCA, DEPARTAMENTO DE LIMA, PERÚ.**

**Proyecto de Tesis para optar el Grado de
MAGISTER SCIENTIAE**

LIC. ANGÉLICA MARIA ARRIOLA MIRANDA

LIMA – PERU

2005

Universidad Nacional Agraria La Molina

Escuela de Post – Grado

Especialidad de Ecoturismo

**El Ecoturismo como Revalorizador de Mitos Andinos:
Propuesta de un Circuito Ecoturístico basado en el
Culto Prehispánico de Vichama en las Provincias de
Huaral, Huaura y Barranca, Departamento de Lima,
Perú**

Tesis para optar el Grado de Magister Scientiae

Lic. Angélica Maria Arriola Miranda

Sustentada y aprobada ante el siguiente jurado:

.....
Ph.D. Carlos Reynel Rodríguez
PRESIDENTE

.....
M.S. Jorge Chávez Salas
PATROCINADOR

.....
Mg.Sc. Manuel Ríos Rodríguez
MIEMBRO

.....
Mg.Sc. Gilberto Domínguez Torrejón
MIEMBRO

INDICE GENERAL

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTOS	III
LISTA DE CUADROS	VI
LISTA DE MAPAS	VI
LISTA DE ANEXOS	V
LISTA DE FOTOS	VII
RESUMEN	1
I. INTRODUCCIÓN	2
II. OBJETIVOS	3
2.1 OBJETIVO GENERAL	3
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	3
III. REVISIÓN DE LITERATURA	4
3.1 ASPECTOS GENERALES DEL DEPARTAMENTO DE LIMA	4
3.1.1 <i>Generalidades</i>	4
3.1.2 <i>Breve Reseña Histórica del Norte Chico</i>	5
3.1.3 <i>Atractivos Turísticos</i>	6
3.1.4 <i>Ubicación del Área de Investigación</i>	6
3.2 ENFOQUES ANTROPOLÓGICOS DE CULTURA	10
3.2.1 <i>Cultura</i>	10
3.2.2 <i>Patrimonio Cultural</i>	10
3.3 CONCEPTUALIZACIÓN DEL TURISMO	19
3.3.1 <i>Conceptualización del Turismo</i>	19
3.3.2 <i>Patrimonio Turístico</i>	25
3.3.3 <i>Inventario Turístico</i>	27
3.3.4 <i>Puesta en Valor</i>	33
3.3.5 <i>Circuitos Turísticos</i>	35
3.4 FUNDAMENTOS DE INTERPRETACIÓN TEMÁTICA	36
3.4.1 <i>Conceptos</i>	36
3.4.2 <i>Herramientas de interpretación temática</i>	37
3.5 HERRAMIENTAS DE PLANIFICACIÓN	37
3.5.1 <i>Análisis Participativo de la Ventaja Competitiva (PACA)</i>	37
3.5.2 <i>El diamante competitivo de Michael Porter</i>	41
3.5.3 <i>El Plan de Marketing</i>	42
IV. MATERIALES Y MÉTODOS	47
4.1 IDENTIFICACIÓN DE LA ZONA DE ESTUDIO	47
4.1.1 <i>Ubicación del Norte Chico</i>	47
4.1.2 <i>Delimitación de la zona de estudio</i>	47
4.2 REALIZACIÓN DEL INVENTARIO TURÍSTICO DE LA ZONA DE ESTUDIO.....	47
4.2.1 <i>Localización y registro de la información</i>	48
4.3 IDENTIFICACIÓN DE LAS VENTAJAS COMPETITIVAS PARA EL DESARROLLO DEL ECOTURISMO EN LA ZONA DE ESTUDIO	49
4.4 ZONIFICACIÓN Y JERARQUIZACIÓN TURÍSTICA DE LA ZONA DE ESTUDIO.....	53
4.5 DISEÑO DEL CIRCUITO TURÍSTICO VICHAMA	59

4.6	LINEAMIENTOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL CIRCUITO VICHAMA	59
4.7	IDENTIFICACIÓN DE MICRO PROYECTOS DE INVERSIÓN QUE BENEFICIEN A LAS POBLACIONES INVOLUCRADAS EN EL DESARROLLO DEL CIRCUITO.....	59
V.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN	61
5.1	DESCRIPCIÓN DE LA ZONA DE ESTUDIO.....	61
5.2	RESULTADOS DEL INVENTARIO TURÍSTICO DE LA ZONA DE ESTUDIO	64
5.2.1	<i>Localización y registro de la información</i>	<i>64</i>
5.3	RESULTADOS DE LA IDENTIFICACIÓN DE LAS VENTAJAS COMPETITIVAS PARA EL DESARROLLO DEL ECOTURISMO EN LA ZONA DE ESTUDIO	97
5.3.1	<i>Recopilación de Información sobre la Realidad Socioeconómica de la Zona de Estudio</i>	<i>97</i>
5.3.2	<i>Resultados del Taller Participativo: “Diagnóstico del Norte Chico para el Proyecto de Investigación Circuito Turístico Vichama”</i>	<i>99</i>
5.4	ZONIFICACIÓN Y JERARQUIZACIÓN TURÍSTICA DE LA ZONA DE ESTUDIO.....	102
5.5	DISEÑO DEL CIRCUITO TURÍSTICO VICHAMA	111
5.6	LINEAMIENTOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL CIRCUITO VICHAMA	115
5.7	IDENTIFICACIÓN DE MICRO PROYECTOS DE INVERSIÓN QUE BENEFICIEN A LAS POBLACIONES INVOLUCRADAS EN EL DESARROLLO DEL CIRCUITO.	125
VII.	CONCLUSIONES	128
VIII.	RECOMENDACIONES.....	131
IX.	GLOSARIO.....	132
X.	BIBLIOGRAFÍA	136

LISTA DE ANEXOS

ANEXO 1.	PERSONAS ENTREVISTADAS EN APLICACIÓN DE METODOLOGIA PACA.....	140
ANEXO 2.	ESQUEMA DE LAS ENTREVISTAS	142
ANEXO 3.	ENTREVISTAS REALIZADAS PARA LA DIFUSIÓN DEL PROYECTO.....	143
ANEXO 4.	AFICHE PROMOCIONAL DEL TALLER	144
ANEXO 5.	IDENTIFICACIÓN DE ACTORES CLAVE.....	145
ANEXO 6.	MAPEO DEL SECTOR TURÍSTICO.....	146

LISTA DE CUADROS

CUADRO N°1. CLASIFICACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL SEGÚN NORRILD	12
CUADRO N° 2. CATEGORÍAS DE BIENES CULTURALES SEGÚN FRANCESCHINI	13
CUADRO N° 3. TRASCIPCIÓN DEL MITO DE VICHAMA	15
CUADRO N° 4. NORMAS DE CODIFICACIÓN DE LA ORDENACIÓN TURÍSTICA	54
CUADRO N° 5. MODELO DE MATRIZ DE SELECCIÓN DE ÁREAS PRIORITARIAS	56
CUADRO N° 6. MATRIZ DE SELECCIÓN DE ÁREAS PRIORITARIAS.....	110
CUADRO N° 7. CIRCUITO ECOTURÍSTICO VICHAMA	112
CUADRO N° 8 CUADRO DE IDENTIFICACION DE NECESIDADES BASICAS Y REQUERIMIENTO ESPECIFICOS PARA EL DESRROLLO DE LA ACTIVIDAD TURISTICA	117
CUADRO N° 9: PUESTA EN VALOR DE ATRACTIVOS TURISTICOS.....	120
CUADRO N° 10: LISTADO INDICATIVO DE MICRO PROYECTOS DE INVERSIÓN QUE BENEFICIEN A LAS POBLACIONES INVOLUCRADAS EN EL DESARROLLO DEL CIRCUITO.....	126

LISTA DE MAPAS

1. MAPA GENERAL DEL DEPARTAMENTO DE LIMA.....	7
2. MAPA DE UBICACIÓN DEL NORTE CHICO.....	62
3. MAPA DE UBICACIÓN DE LA ZONA DE ESTUDIO SEGÚN EL MITO VICHAMA.....	63
4. MAPA DE UBICACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN LA ZONA DE ESTUDIO	106
5. MAPA DE ZONIFICACIÓN TURÍSTICA DE LA ZONA DE ESTUDIO	107
6. MAPA DEL CIRCUITO ECOTURÍSTICO VICHAMA.....	114

LISTA DE FOTOS

FOTO 1. ALBUFERA DE MEDIO MUNDO. RECONOCIMIENTO DE CAMPO CON ALUMNOS DE LA CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA DE LA USMP.	49
FOTO 2. HACIENDA RONTROY	71
FOTO 3. CAMPIÑA DE RONTROY	71
FOTO 4. CAPILLA DE LA VIRGEN DEL CARMEN	73
FOTO5. PLAZA DE ARMAS	75
FOTO 6. BALCÓN DE HUAURA	75
FOTO 7. CAMPANAS DE LA LIBERTAD	76
FOTO 8. PLAYA TAMBO DE MORA	78
FOTO 9. ISLA DON SAN MARTÍN	79
FOTO 10. ALBUFERA DE MEDIO MUNDO	81
FOTO 11. ALBUFERA DE MEDIO MUNDO	81
FOTO 12. TEJIDOS DE JUNCO, VÉGUETA	82
FOTO 13. PARROQUIA DE SAN ILDEFONSO	87
FOTO 14. PLAYA CHORRILLOS	88
FOTO 15. RÍO PATIVILCA	90
FOTO 16. SITIO ARQUEOLÓGICO DE CERRO BLANCO	92
FOTO 17. SITIO ARQUEOLÓGICO DE CERRO BLANCO	93
FOTO 18. MONOLITOS DE HUARICANGA	94
FOTO 19. SITIO ARQUEOLÓGICO DE CABALLETE	95
FOTO 20. SITIO ARQUEOLÓGICO DE CABALLETE	95
FOTO 21. TALLER PARTICIPATIVO EN BARRANCA	101
FOTO 22. TALLER PARTICIPATIVO EN BARRANCA	102

RESUMEN

La presente investigación tiene por finalidad difundir los valores culturales y naturales de la zona de estudio a través de un circuito ecoturístico basado en el mito andino prehispánico de Vichama, demostrando la eficacia del ecoturismo como herramienta de difusión de los valores culturales de una localidad además de su comprobada eficacia como herramienta de conservación.

Esta investigación se desarrolló en el entorno denominado Norte Chico, constituido por las provincias de Huaura, Huaral y Barranca en el departamento de Lima.

El circuito fue elaborado estableciendo en primer lugar el inventario turístico de la zona, lo que implicó delimitación de espacios, levantamiento de información, reconocimientos de campo para lograr ubicar, identificar, categorizar, jerarquizar y evaluar de manera efectiva los principales recursos y atractivos turísticos.

A partir de este reconocimiento exhaustivo del patrimonio turístico de la zona, se procedió al diseño del Circuito Ecoturístico Vichama, incluyendo recomendaciones y lineamientos para su puesta en valor orientados según los criterios de sostenibilidad promovidos por el ecoturismo.

El circuito se circunscribe a la denominada Zona Vichama, emplazada entre Huacho y Paramonga. El circuito propuesto tiene una duración de cinco días en los que se pueden visitar un total de 35 atractivos turísticos. Dada la jerarquía de la gran mayoría de atractivos (jerarquía 1, susceptibles de generar flujos turísticos locales), el circuito está dirigido a un público local, principalmente a residentes en la ciudad de Lima. De esta manera, se difunden los valores culturales de la región entre sus propios pobladores, despertando en ellos el interés por conocer su legado histórico con el consecuente reforzamiento de su identidad cultural, coadyuvando a sentar las bases que posibiliten su desarrollo.

I. INTRODUCCIÓN

En el actual contexto de globalización, los turistas van modificando y refinando sus gustos y preferencias a raíz de las expectativas que generan los medios de información y comunicación. En atención a estos cambios, han surgido nuevas modalidades de turismo que buscan satisfacer dichas inquietudes. Así, surgen modalidades como el turismo vivencial, turismo participativo, turismo comunitario, turismo rural, entre otros. Frente a estas variantes, el ecoturismo se vislumbra como la única actividad que encierra una serie de criterios de cuidado y respeto por el patrimonio natural y cultural, generación de recursos para la conservación, minimización de impactos negativos sobre áreas naturales, maximización de beneficios para las comunidades involucradas y educación ambiental.

En este trabajo, se pretende demostrar que a través de la presentación y el lanzamiento a nivel local del “Circuito Ecoturístico Vichama”, se pueden difundir y en ese sentido revitalizar los valores culturales y naturales de la zona conocida como Norte Chico, en las provincias de Huaura, Huaral y Barranca, en el departamento de Lima, que ostenta un gran potencial ecoturístico dada la cantidad y calidad de sus atractivos.

Se busca comprobar también que el ecoturismo es el instrumento idóneo para la difusión de los conocimientos que disciplinas como la arqueología, antropología y otras ciencias sociales retienen en sus textos, por lo común demasiado especializados para el ciudadano promedio.

La presente investigación se iniciará con el planteamiento de objetivos. Luego se hará una descripción general del área de estudio, restringida a las provincias de Huaura, Huaral y Barranca, departamento de Lima. Posteriormente, se desarrollará el marco conceptual que definirá la terminología, categorías y conceptos a emplearse. Seguidamente se analizarán todos los factores que intervienen en la creación del circuito, delimitando la zona de estudio, evaluando su potencial y diseñando el inventario. Finalmente, será elaborado el Circuito Ecoturístico Vichama según los criterios promovidos por el ecoturismo, estableciendo lineamientos para su implementación.

II. OBJETIVOS

2.1 Objetivo General

El objetivo de este trabajo es demostrar que es posible emplear al Ecoturismo no sólo como herramienta de conservación medioambiental sino también como difusor de los valores culturales de una localidad. Así, se plantea difundir y de esta forma revalorizar el mito andino prehispánico del Dios Vichama a través de un circuito ecoturístico, diseñado según los criterios de sostenibilidad en el entorno del denominado “Norte Chico”, constituido por las provincias de Huaura, Huaral y Barranca en el departamento de Lima. A través de él se busca despertar el interés de la población por conocer su legado histórico, coadyuvando a sentar las bases que posibiliten su desarrollo.

2.2 Objetivos Específicos

Los objetivos específicos de esta investigación son:

- Evaluar el potencial ecoturístico de la zona de estudio.
- Realizar el inventario del patrimonio turístico de la zona de estudio. El inventario incluirá la identificación, ubicación, descripción, categorización, jerarquización y evaluación de los principales recursos y atractivos turísticos.
- Diseñar el circuito ecoturístico.
- Dar lineamientos para la puesta en valor del circuito ecoturístico.
- Identificar micro proyectos de inversión que beneficien a las poblaciones involucradas en el desarrollo del circuito.

III. REVISIÓN DE LITERATURA

En el presente capítulo se revisarán los conceptos, enfoques, categorías y criterios que guiarán el desarrollo de esta investigación.

En primer término se hará una descripción general del departamento de Lima, especialmente de la zona en la que se circunscribe el proyecto. Esta zona es conocida como “Norte Chico” y comprende las provincias de Huaura, Huaral y Barranca. Asimismo, la zona de estudio se verá delimitada en función al mito de Vichama en cuanto se considerarán sólo las localidades relacionada a éste, que son básicamente los distritos costeros de las provincias citadas. Luego se abordará el vasto campo de las ciencias sociales, para trabajar los conceptos de cultura, patrimonio cultural e identidad cultural, que facilitarán la comprensión del mito y su importancia.

Seguidamente se estudiarán algunos conceptos y categorías del campo turístico que permitirán alcanzar los objetivos propuestos. Finalmente se desarrollarán los fundamentos de la interpretación temática y del marketing necesarios para consolidar y divulgar las características del circuito.

3.1 Aspectos Generales del Departamento de Lima

3.1.1 GENERALIDADES

El departamento de Lima está situado en la costa central del Perú, a orillas del Océano Pacífico. Su relieve es de sierra, con las estribaciones occidentales de la cadena del Oeste de los Andes y una estrecha llanura litoral. La costa dista normalmente unos 20 ó 30 Km. de los Andes aunque en algunos casos éstos se aproximen hasta la orilla del mar. La ciudad de Lima, ubicada en la costa, tiene un clima árido y semicálido. La temperatura media anual máxima es de 21,97°C y la mínima 17°C. Sin embargo, aumenta cuando se presenta el fenómeno climático de El Niño. En la sierra del departamento, el clima varía de acuerdo a la altitud, pasando de templado a frío y hasta glacial. (PROMPERU, 2003). Su

área total es de 34.801 km². En 1998, su población fue calculada en 7.204.000 millones de habitantes, de los cuales 6.342.686 se concentran en su área metropolitana. Posee agricultura de algodón, caña, cereales, papas, ganadería, pesca y minería. La industria se desarrolla en la capital, que concentra casi dos tercios de la actividad económica e industrial del país. Constituye el centro de la vida económica del país, y a su condición de ciudad administrativa y comercial, se ha incorporado en las últimas décadas una importante industrialización, con producción textil, alimentaria, química y mecánica, que ha originado una alta tasa de inmigración. (EL COMERCIO, s.f.e.)

3.1.2 BREVE RESEÑA HISTÓRICA DEL NORTE CHICO

Según las últimas investigaciones arqueológicas, la ocupación en la zona denominada norte chico tiene más de cinco mil años de antigüedad. Es así como, la ciudad de Caral, por ejemplo, representa la primera civilización de América, contemporánea a las de Egipto, China y a las ciudades sumerias de Mesopotamia. Se adelantó en, por lo menos, 1500 años a Meso América, el otro foco civilizatorio americano. (PROYECTO ESPECIAL CARAL, 2004) Posteriormente, florecieron en este espacio muchas culturas yungas. Destaca la cultura Chancay en el período Intermedio Tardío (900 al 1476 d.c.), conocida por sus finos tejidos, teniendo como bases económicas la pesca y la agricultura. En la zona se tienen también importantes expresiones de la cultura Inca, como la Fortaleza de Paramonga.

Durante la época colonial se implanta “la propiedad privada, especie de señorío feudal como botín de conquista. (...) Los inmensos solares agrícolas tienen nombres de santos y de antiguos villorrios hispanos. Los fundos se especializan en caña de azúcar y algodón, panllevar y frutales. En el litoral, campea la actividad extractiva de la pesca y la recolección de moluscos.” (LOZADA, s.f.e.)

La región del norte chico también cumplió un rol importante en el proceso histórico de emancipación política del país, siendo el distrito de Vegueta el lugar del desembarque del general Don José de San Martín y fue en Huaura en donde proclamó por primera vez la independencia del Perú el 27 de Noviembre de 1820, estableciendo allí su cuartel general. Asimismo, los valles de Barranca,

fueron utilizados como almacenes, depósitos, parques y hospital del ejército acantonado en Huaura. (LOZADA, s.f.e.)

Actualmente, la región se caracteriza por su importante actividad pesquera y por su desarrollo agro industrial.

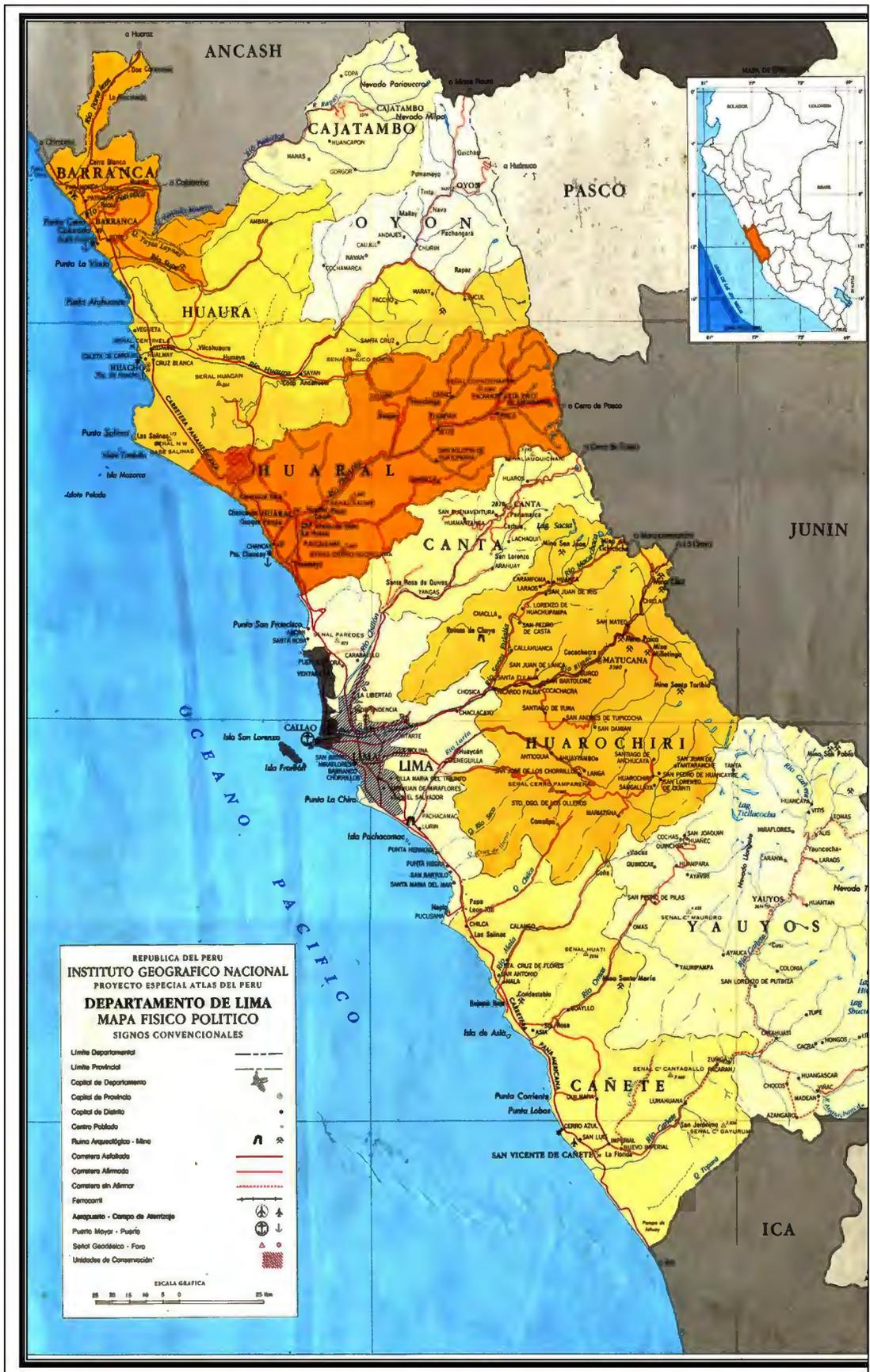
3.1.3 ATRACTIVOS TURÍSTICOS

En la Región Lima, existen innumerables atractivos turísticos, naturales y de carácter histórico – cultural. Además de poseer una de las ciudades coloniales más importantes (su capital, la ciudad de Lima), esta región cuenta con sitios arqueológicos otrora sede de magníficos desarrollos culturales de más de 5000 años de antigüedad, que se perfilan como los centros de origen civilizatorio de América Andina. A pesar del enorme potencial que poseen estos atractivos para el desarrollo del ecoturismo, no están siendo aprovechados por falta de conocimiento, de infraestructura básica o porque no son ofertados de manera atrayente.

3.1.4 UBICACIÓN DEL ÁREA DE INVESTIGACIÓN

El área de investigación comprende las provincias de Huaral, Huaura y Barranca, ubicadas al norte de la provincia de Lima. Denominada comúnmente “Norte Chico”, esta es la zona de influencia del mito andino prehispánico de Vichama. Las tres provincias están interconectadas entre sí y con la ciudad de Lima y otras importantes ciudades de la costa a través de la Carretera Panamericana Norte, y cuentan con un puerto marítimo en la ciudad de Huacho. (Mapa 1).

1. MAPA GENERAL DEL DEPARTAMENTO DE LIMA



Fuente: Instituto Geográfico Nacional

Provincia de Huaral

Su capital es Huaral. Tiene una extensión de 3.655,70 kilómetros cuadrados, y su población asciende a 139.932 habitantes. Se encuentra a 188 metros sobre el nivel del mar.

Principales Atractivos Turísticos

Castillo de Chancay.- A 87 kilómetros al norte de la ciudad de Lima, (aproximadamente a una hora y 20 minutos en automóvil) se encuentra esta construcción que fue edificada entre 1922 y 1942, imitando el diseño de los castillos medioevales europeos. Su interior se compone de diez salones, 100 habitaciones, 12 terrazas, cuatro torreones y algunas cuevas subterráneas con dirección al mar. Cuenta con una piscina y juegos infantiles. Posee una colección de ceramios de la cultura Chancay.

Reserva Nacional Lomas de Lachay.- A 105 kilómetros al norte de la ciudad de Lima por la carretera Panamericana Norte (aproximadamente a una hora y 30 minutos en automóvil), se ingresa por un desvío de cuatro kilómetros a la mano derecha. Abarca una extensión de 5070 hectáreas. Es un sistema de lomas en plena costa desértica, que se llena de vida vegetal y animal entre los meses de junio y septiembre gracias a la humedad de la neblina o las lloviznas esporádicas. En las lomas se encuentran 96 especies vegetales entre árboles, arbustos, cactáceas y herbáceos. La fauna está representada por 51 especies de aves, más de 250 especies de insectos, 12 especies de mamíferos, entre otros. (PROMPERU, 2003).

Provincia de Huaura

Su capital es la ciudad de Huacho que cuenta con un importante puerto de navegación marítima. Tiene una extensión de 4.891.92 kilómetros cuadrados, y su población asciende a 174.775. Se encuentra a 30 metros sobre el nivel del mar. La provincia de Huaura está ubicada a 149 kilómetros al norte de la ciudad de Lima, entre las provincias de Huaral y Barranca. Hasta 1988 la provincia tenía el nombre de Chancay. A partir de este año, de acuerdo a la Ley N° 24886, se denominó provincia de Huaura.

Principales Atractivos Turísticos

Albufera de Medio Mundo.- Se encuentra a 175 kilómetros al norte de la ciudad de Lima (aproximadamente a dos horas en automóvil). Esta inmensa laguna se ha formado por las filtraciones del agua de las irrigaciones cercanas. Está ubicada a sólo 100 metros de una extensa playa de arena. En el área abundan garzas reales, patos colombianos, gallaretas, cormoranes, y zambullidores. Sus aguas tienen cinco especies de peces: lisas, carpas, pintadillas, cachuelas y mojarras. En los alrededores de la laguna se alquilan botes, kayacs, catamaranes, entre otros.

Laguna El Paraíso.- Está situada a 140 kilómetros al norte de Lima. Se originó en 1973 como resultado de filtraciones de agua de la irrigación Santa Rosa. Tiene en la actualidad gran importancia biológica al albergar alrededor de 106 especies de aves, de las cuales 46 son migratorias. Ofrece además especies vegetales utilizadas por sus fibras, y cuenta con un gran potencial para actividades de turismo. En la provincia también se pueden visitar las aguas termales de Las Salinas y caletas de pescadores como Carquín y Végueta. (PROMPERU, 2003)

Provincia de Barranca

Su capital es Barranca. Tiene una extensión de 1.355,87 kilómetros cuadrados, y su población asciende a 119.632 habitantes. Se encuentra a 49 metros sobre el nivel del mar.

Principales Atractivos Turísticos

La Fortaleza de Paramonga.- Está ubicada a cuatro kilómetros al norte de la ciudad de Pativilca, casi en el límite de los departamentos de Lima y Ancash en el kilómetro 209 de la carretera Panamericana Norte. Es una edificación prehispánica que muestra dos etapas de ocupación, una preinca y otra Inca (1100-1535 d.C.) Está construida con adobe sobre un amplio promontorio rocoso.

Restos Arqueológicos de Caral.- A la altura del kilómetro 158 de la carretera Panamericana Norte, tomando una vía semi-afirmada que recorre 23 kilómetros para llegar al sitio arqueológico, se emplaza la primera ciudad de América ocupando un área de 65 hectáreas aproximadamente. Se han identificado seis

estructuras piramidales, templos, sectores residenciales, plazas públicas, anfiteatros, almacenes, un coliseo circular, tumbas, altares y calles. La evidencia material asociada al lugar hace suponer que en determinado momento la ciudad albergó alrededor de 3000 habitantes. La mayoría de los edificios se hallan todavía cubiertos con los escombros de las paredes y derribados por el paso del tiempo. Las edificaciones siguen un patrón urbano determinado. (PROMPERU, 2003)

3.2 Enfoques Antropológicos de Cultura

Es pertinente definir el concepto de cultura al tener entre los principales objetivos la difusión de los valores culturales de los pueblos involucrados.

3.2.1 CULTURA

Conceptualización

El vocablo cultura deriva del latín *agriculturae*, que hace referencia a las diversas formas de cultivar el campo. El término con el tiempo fue usado metafóricamente, para designar al hombre preocupado por nutrir sus conocimientos, el hombre culto.

Para efectos del presente estudio, por cultura, se hará referencia a “todas las formas de comportamiento socialmente creadas o aprendidas”, que incluye modelos pautados de pensar, sentir, actuar y creer de los grupos humanos, es decir: la manera total de vivir de las sociedades y de cómo estas se adaptan al medio en que viven y de alguna manera logran transformarlo. (SILVA, 1977)

3.2.2 PATRIMONIO CULTURAL

Conceptualización

Según la definición dada en la reunión de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura UNESCO de 1982 en México, “el Patrimonio Cultural de un pueblo comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan sentido a la vida, es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo; la lengua,

los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y bibliotecas”. (ALEGRE, 2002).

González-Varas (2000), emplea “bien cultural” como sinónimo de patrimonio cultural. Advierte que se trata de un “término bastante amplio que absorbe otras categorías (monumentos, obras de arte, antigüedades, documentos históricos) y que suele ser usado como sinónimo de otras expresiones como patrimonio histórico y patrimonio cultural”.

La palabra patrimonio viene del latín *patrimonium*, y por su mismo origen, apunta hacia el pasado; éste es constitutivo del campo semántico que él mismo define. Con el término patrimonio se hace referencia a la herencia recibida por vía paterna. Patrimonio es precisamente eso: “la proyección de la figura del padre dando existencia y nombre a lo que el tiempo ofrece a su prole”. (URBANO, 2000).

Sin embargo el concepto de patrimonio cultural es mucho más amplio, trasciende los límites de lo material y encierra una gran importancia para la construcción de la identidad cultural de los pueblos. Marie Tenier advierte: “no es tanto lo que uno hereda desde un punto de vista de patrimonio doméstico o de padres a hijos – como lo sugiere el sentido común de la palabra- , sino que es un término más amplio que llegó a representar todo lo que puede ser testigo de una diferenciación o de una identidad”. (TENIER, 2000).

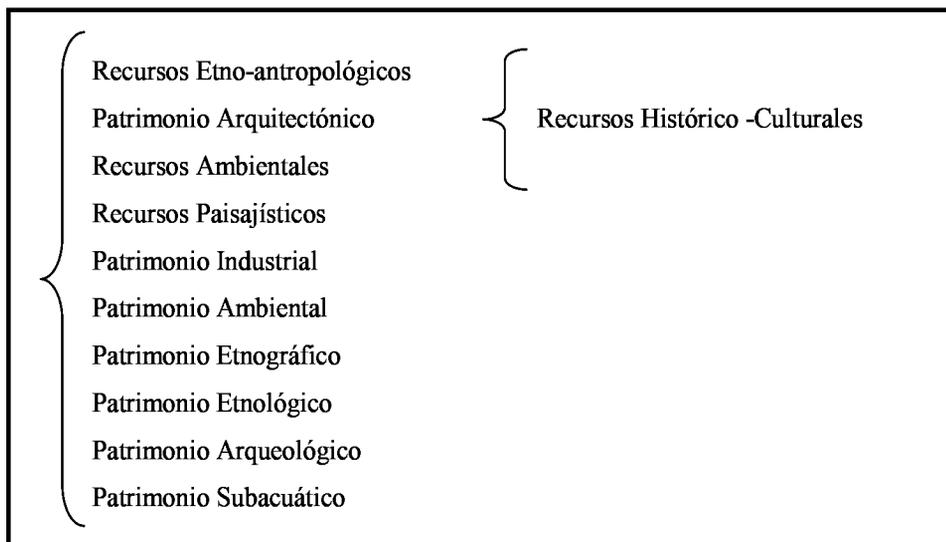
En esta investigación, se enfoca al patrimonio como fenómeno social altamente ligado a la construcción de la identidad cultural de la sociedad.

Clasificación del Patrimonio Cultural

A continuación se presenta una revisión de diversas maneras de clasificar el Patrimonio Cultural.

Juana Norrild (2002) hace una revisión de las principales propuestas de clasificación y plantea un importante esquema. (Cuadro N° 1)

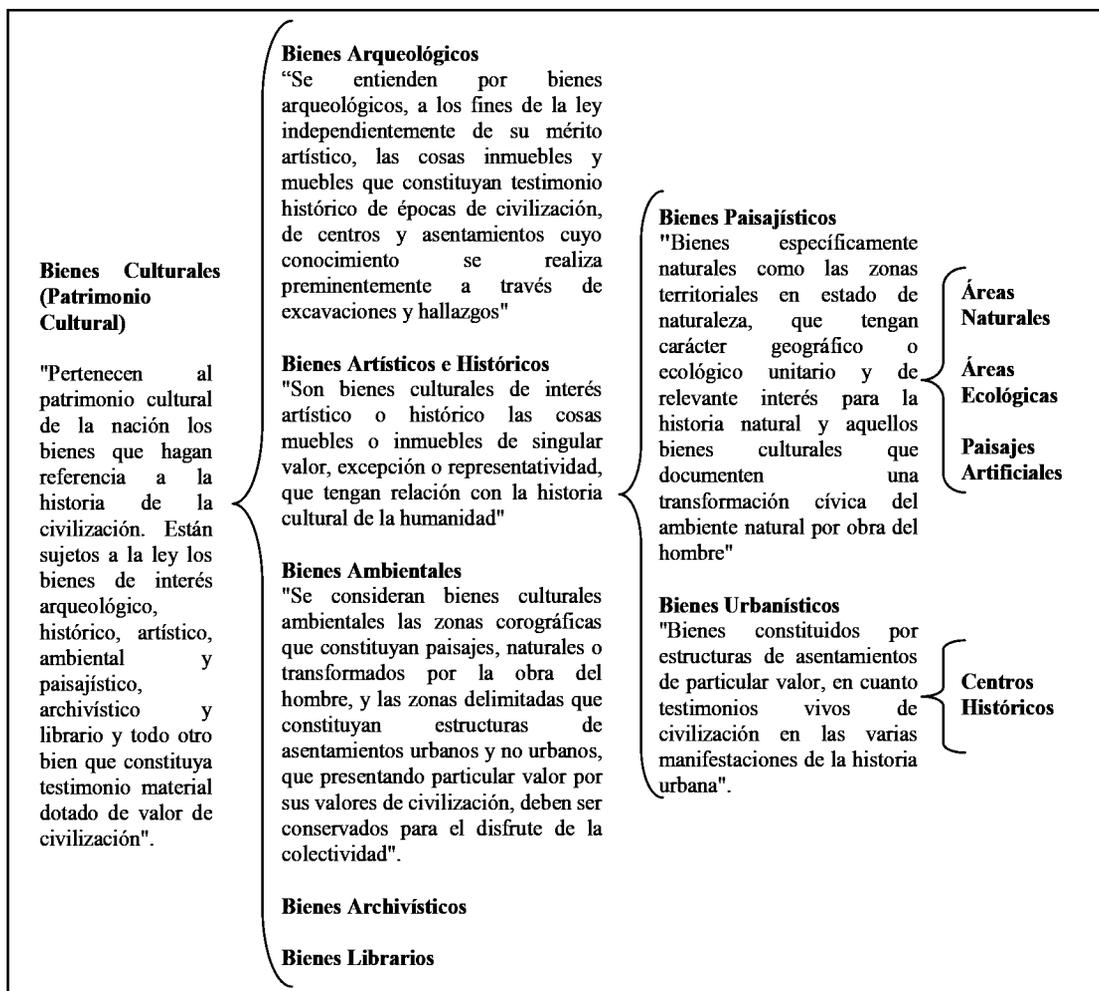
**CUADRO N°1. CLASIFICACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL SEGÚN
NORRILD**



Fuente: Norrild, 2002.

González-Varas (2000), estudia las categorías de bienes culturales de la Comisión Franceschini (Cuadro N° 2). Dentro de los procesos legislativos de carácter nacional que introducen el concepto de “bien cultural”, ha sido muy relevante la reflexión italiana. Por medio de la ley del 26 de abril de 1964 el Parlamento Italiano instituyó una “Comisión para la investigación, tutela y valorización del patrimonio histórico, artístico y del paisaje”, conocida como Comisión Franceschini por el nombre de su presidente. Su esquema de categorías de bienes culturales ostenta un enfoque integrador, abarcando casi cualquier tipo de manifestación cultural.

CUADRO N° 2. CATEGORÍAS DE BIENES CULTURALES SEGÚN FRANCESCHINI



Fuente: González-Varas, (2000).

El mito como patrimonio cultural intangible

Silva Santisteban (1977) sostiene que los mitos difieren en su morfología pero tienen una misma y principal función social, cual es la de unir y cohesionar a los miembros del grupo a través de un cierto tipo de inducción del comportamiento, resultando el mito en un estatuto para la acción social. Las ideas míticas y mágico religiosas existen como hechos sociales en tanto determinan formas de comportamiento colectivo.

Tanto los mitos como las creencias mágico – religiosas, a diferencia de la ciencia, la técnica y del conocimiento racional, tienen una característica específica y común que en un plano más general comparten también con el arte,

esto es, su naturaleza simbólica. Para Vilcapoma (1991), el mito es la narración poética que los hombres expresan a nivel de representaciones colectivas. Silva aclara que, si se le analiza desde sus aspectos funcionales y pragmáticos, el mito no es propiamente un relato sino la intención que conlleva, esto es, su simbolismo en valores y patrones culturales del grupo.

La estructura del pensamiento mítico surge como el punto de partida frente a la necesidad o exigencia psíquica de organizar la coexistencia en el plano más profundo de la vida social, ya que la organización de la sociedad nunca es racionalmente establecida. Los mitos, como las prácticas y creencias mágico religiosas, se encuentran formando parte del contexto general de la ideología y cumplen funciones específicas en el seno de las diferentes sociedades. (SILVA, 1977).

El mito de Vichama

Calancha relata un mito de la región de Végueta sobre el dios Vichama y sus luchas y querellas con Pachacamac. Este mito es importante para el conocimiento de esta porción de la costa peruana. Se considera que el culto al dios Vichama fue una constante en casi toda la costa según evidencia arqueológica hallada en los Valles Fortaleza, Pativilca, Huaura y Chancay.

Las constantes contiendas entre Pachacamac y Vichama indican posiblemente un largo periodo de guerras entre los habitantes de ambos valles. Quizás tuvieron lugar al iniciarse la expansión del poderío de Pachacamac durante el Horizonte Medio, cuando se iniciaba la irradiación de su culto por la costa.

La costa central, como otros centros del mundo andino, poseía sus divinidades. Algunas de estas tenían sus “dobles”. Así, Pachacamac tenía su “doble” o “hermano” en el dios Vichama, reflejando a los *huauques* o hermanos de los curacas que compartían o se ayudaban en las tareas de gobierno, pero siempre uno destacando sobre el otro. Así, el dios Pachacamac era el más poderoso. Pachacamac y Vichama no son sólo hermanos, son polos opuestos de la cosmovisión de la costa central. El primero es el dios de la noche, de las tinieblas, de los temblores; el segundo, el dios del día, de la fertilidad, de la vida. La toponimia permite ubicar en la actualidad cada uno de los lugares mencionados

en el mito. Asimismo, los elementos del mito constituyen la base para conocer actuales creencias y cultos religiosos de la región. A continuación se presenta el Mito de Vichama.

CUADRO N° 3. TRASCRIPTIÓN DEL MITO DE VICHAMA

“Antonio de Calancha (s. XVII), que recopila tradiciones recogidas del extirpador de idolatrías Luis de Truel, transmite el mito de Pachacámac que sintetiza en los siguientes pasos:

- 1. En el principio del mundo no había comida sino para un hombre y una mujer, los cuales habían sido creados para Pachacámac. El varón murió de hambre y quedó la mujer, quien salió un día a extraer raíces para alimentarse, alzó los ojos al cielo y, entre sollozos, dirigió esta imprecación: “Amado creador de todas las cosas, para qué me sacaste a la luz del mundo si había de ser para matarme con pobreza y consumirme con hambre? Oh nunca te acordarás de crearme de la nada o me acabarás al punto que salía a este mundo. Yo sola vivo en él sin sucesión de hijos, pobre, afligida y sola. ¿Por qué, oh sol, si nos criastes nos conservas? ¿Y cómo, si eres el que reparte luces, muestras ser miserable, negándome el sustento? No pareces piadoso, pues no te compadeces de los afligidos y no socorres a los que criaste tan desdichados. Permite oh que el cielo me mate con un rayo o la tierra me trague, acabando tan trabajosa vida, oh socórreme, benigno, pues me criaste, omnipotente”.*
- 2. Escuchóla el sol y compadecido bajó alegre a la tierra a saludarle. Le preguntó la causa de su llanto, fingiendo ignorarla y tratando de consolar a la afligida mujer. La infundió sus rayos, fecundándola. Dentro de los cuatros días, con un gran goce parió a su hijo.*
- 3. El Dios Pachacámac, al enterarse del hecho, se indignó tanto de la paternidad del sol como del culto que se le rendía y cogiendo al hijo recién nacido lo mató, despedazándolo en menudas partes. Advierte el mito que el sol era padre de Pachacámac y que estaba cometiendo un fratricidio (filicidio).*
- 4. Pachacámac quiso entonces subsanar la falta de alimentos y procedió de esta manera: arrancó los dientes del difunto niño y los sembró, naciendo el maíz; enseguida tomó las costillas y los huesos e hizo lo mismo, brotando las yucas; de la carne procedieron los pepinos los pacaes y las restantes frutas. Desde entonces hubo abundancia de alimentos y ya no se conoció el hambre, todo lo cual se debe a Pachacámac. La tierra fue ininterrumpidamente fértil para estos yungas.*
- 5. Pero la madre que perdió así el hijo, no se mostró agradecida porque en cada fruto recordábalo. Pidió venganza y castigo al sol y éste oyéndola, para poner remedio mandó que la madre le entregara el ombligo y el cordón umbilical del niño muerto, y ella se los dio. Con ellos, el sol creó*

un nuevo hijo y se lo dio a la madre, diciéndole: “toma y envuelve en mantillas este niño que llora que se llama Vichama”. La madre así lo hizo y crió al infante que iba desarrollando muy hermoso, y, ya joven, quiso andar el mundo como su padre el sol.

6. Pachacámac, aprovechando de la ausencia del muchacho, mató a la madre, que ya era vieja, y a su cuerpo lo dividió en pequeños trozos y los dio a comer a gallinazos y cóndores. Sus huesos y cabellos los guardó escondidos a las orillas del mar, y púsose entonces a crear nuevos hombres y mujeres que poblaron el mundo, eligiendo entre ellos a sus curacas y jefes para que los gobiernen.
7. Un día Vichama volvió a Vegeta, que era el lugar donde nació, el cual está a una legua de Hua-ura. Al no encontrar a su madre, púsose a buscarla, y fue un curaca quien le informó de lo ocurrido, lo cual le produjo gran ira.
8. Al hallar el cuerpo de la madre, logró resucitarla y con ella proyectó la venganza contra Pachacámac.
9. Fue mayor la cólera de Vichama al ver que se le había escapado Pachacámac y estalla contra los habitantes de Vegeta a quienes juzga cómplices del fugitivo, y ruega a su padre el Sol que los convierta en piedras, ocurriendo así.
10. Este se dio cuenta de lo que tramaba Vichama y muy enojado con los hombre se metió en el mar por el sitio donde ahora se levanta el templo.
11. Más tarde el Sol y Vichama se arrepintieron del castigo que habían impuesto y, al no poder deshacer lo hecho, convirtieron tales piedras en huacas distribuidas por toda la costa para que fueran objeto de culto y otras las pusieron por dentro del mar que son los peñones y escollos que hay frente a la costa y a los cuáles ofrecen cada año láminas de plata, chicha, espingo. Entre estas huacas se dio el primer lugar a Anat, un pequeño islote que decían ser el curaca de este nombre.
12. Viendo Vichama el mundo sin hombres, le rogó al Sol que hiciese una nueva creación, y el dejó entonces caer tres huevos: uno de oro, el segundo de plata y el último de cobre. Del de oro salieron los curacas, los nobles y los principales o segundas personas; del de plata, las mujeres de éstos; y del de cobre, la gente plebeya o sea los mitayos y sus mujeres. Este mito era creído como artículo de fe entre los indios de Huaura, Cupi (Supe), La Barranca, Aucallama, Guacho y Vegeta.”

Fuente: Kauffman, 1988.



Cerámica de Vichama en museo de Huayto

Implicancias del turismo sobre el patrimonio y la identidad cultural

Se busca resaltar a través de estas líneas el rol del patrimonio cultural en la construcción de la identidad de una sociedad, y explicar cómo la actividad turística podría distorsionar su naturaleza no sólo física sino también en sus connotaciones simbólicas.

Se iniciará esta reflexión estableciendo que es su carácter simbólico, el significado que encierra, aquello que le imprime valor al patrimonio cultural, quedando relegados los factores artísticos, estéticos y otros. “El factor determinante que define el patrimonio es su carácter simbólico, su capacidad para representar simbólicamente una identidad. Esto es lo que explica el cómo y el porqué se movilizan recursos para conservarlo y exponerlo” (PRATS, 1997).

El Perú es un país con un patrimonio cultural inconmensurable. Muchos de estos elementos patrimoniales, se constituyen también como atractivos turísticos, pasando a conformar el patrimonio turístico de una nación. Sin embargo, cuando los elementos patrimoniales son sometidos a la actividad turística, entendida como una actividad económica más regida por los mecanismos de la oferta y la demanda, se trastoca su capacidad para representar simbólicamente una identidad. Machu Picchu no es más un elemento de construcción o representación de la identidad cultural. Machu Picchu ha sido lanzado al escenario global y arrancado de la identidad colectiva del cuzqueño. (URBANO, 2003). Cuando algo aparece como propiedad heredada aunque sea colectiva, y sus teóricos propietarios no son capaces de identificarlo como propio; puede ocurrir que determinados grupos sociales estuvieran interesados en ocultar esa propiedad de modo que sus legítimos dueños no fueran capaces de identificarla como propia: estamos hablando del fenómeno de “alienación” (NORRILD, 2002). El fenómeno de alienación o pérdida de identidad, es uno de los más frecuentes impactos culturales del turismo.

Para García Canclini, es importante destacar la desigualdad de las distintas clases en la construcción y apropiación del patrimonio. Indica la existencia de una suerte de “jerarquía de capitales culturales”. (GARCÍA CANCLINI, 1999).

García Canclini analiza el patrimonio como un espacio de disputa económica, política y simbólica. En esta lucha, resalta la acción de tres agentes:

1. Los movimientos sociales, grupos de intelectuales, jóvenes, generalmente pertenecientes a la clase media, que reaccionan al ver agredido, deteriorado o mellado a su patrimonio cultural.
2. Sector privado, que se relaciona con el patrimonio desde el punto de vista empresarial-comercial.
3. El Estado, que debe establecer las políticas para su protección y conservación.

Esto se explica en cuanto el patrimonio cultural, lleva una carga simbólica muy fuerte. Esta carga no es producto del azar. Al proceso de escoger determinados referentes y exponerlos de una u otra forma se denomina activación del

repertorio patrimonial. Ahora bien, ¿quién activa estas versiones, estos repertorios patrimoniales? “En un plano abstracto podríamos decir que estos repertorios pueden ser activados por cualquier agente social interesado en proponer una versión de la identidad y recabar adhesiones para la misma. Ya en el plano de la realidad social, debemos decir que, en todo caso, no activa quien quiere, sino quien puede. Es decir en primer lugar los poderes constituidos” (PRATS, 1997).

Según López-Tarasido (2002), el patrimonio debe ser activado por algún agente cultural (ya sea un poder político – económico, mediador cultural). Afirma que el turismo tiene el poder de activar elementos del pasado para transformarlos en recursos patrimoniales. En esta afirmación se observa sin embargo poca claridad en los conceptos. En primer término el autor habla de patrimonio cultural, y en segundo lugar habla de recursos patrimoniales. En ninguna parte de su artículo define qué entiende por recurso patrimonial, por lo que se presenta una confusión acerca de la activación del patrimonio como elemento de identidad cultural o como mercancía o producto turístico.

3.3 Conceptualización del Turismo

En este acápite se ofrece al lector una revisión de los conceptos de turismo, turismo sostenible, ecoturismo, para luego desarrollar algunos conceptos de patrimonio turístico.

3.3.1 CONCEPTUALIZACIÓN DEL TURISMO

Turismo

La Organización Mundial de Turismo (OMT) define el turismo internacional como las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual de residencia por no más de un año consecutivo por ocio, negocios y otros motivos. (OMT, 2004a) La definición de la OMT es una de las más aceptadas y manejadas en el sector turístico, sin embargo, es una expresión técnica que no corresponde a la realidad sociológica. Es insatisfactoria para cualquier aproximación sociológica o antropológica, tanto

por su amplitud como por su esterilidad teórica que abandona los aspectos teleológicos, consecuenciales y dinámicos del turismo. (SANTANA, 1997)

Promperú adopta la definición de la Organización Mundial de Turismo: Incluye 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, negocios y por otros motivos. (PROMPERU, 2000a)

Fernández Fuster (1985), considera la definición ofrecida por Krapf y Hunziker como la más completa: “El turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa”.

Agustín Santana (1997), en su libro Antropología del Turismo, realiza una exhaustiva revisión de los diferentes conceptos de turismo, luego de la cual arroja la siguiente definición: “El turismo es el movimiento de gente fuera de su lugar habitual de trabajo y residencia, las actividades realizadas durante su estancia en estos destinos y los servicios creados para atender sus necesidades”. (SANTANA, 1997)

Ésta definición es considerada holística e integral por lo que será adoptada para el presente trabajo de investigación.

Turismo Sostenible

El concepto de turismo sostenible surge impulsado por la Cumbre de Río ECO '92. Este concepto engloba el turismo de la naturaleza, ecoturismo, turismo rural, turismo alternativo, agroturismo y cualquier otra actividad turística que cumpla con las bases de sostenibilidad sociocultural, económica y ambiental.

Actualmente, la Organización Mundial de Turismo (OMT) habla de desarrollo o gestión sostenible del turismo, que implica establecer un equilibrio adecuado entre los aspectos ambientales, económicos y socioculturales del desarrollo turístico, necesarios para garantizar su sostenibilidad a largo plazo. Por lo tanto, el turismo sostenible debe:

- 1) Dar un uso óptimo a los recursos ambientales que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- 2) Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales arquitectónicos y vivos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y a la tolerancia intercultural.
- 3) Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.

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

El turismo sostenible debe reportar también un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente en ellos unas prácticas turísticas sostenibles." (OMT, 2004)

Ecoturismo

El término ecoturismo es ampliamente usado, sobre todo como herramienta promocional para actividades turísticas relacionadas con la naturaleza, aún cuando no existe un consenso en cuanto a su definición.

Según la Agenda 21 de la Conferencia de Río, el ecoturismo es una forma de turismo sustentable que puede contribuir ampliamente a la conservación de la biodiversidad.

La World Wide Fund for Nature (WWF) considera al ecoturismo como sinónimo de turismo para la protección de áreas naturales; es una forma de lograr beneficios económicos a través de la preservación del recurso natural.

Para los objetivos del presente trabajo se utilizará la definición de la Unión Internacional por la Conservación de la Naturaleza (UICN), la que fue elaborada por Ceballos Lascuráin (1996), quien define al ecoturismo como: "...aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural y propicia el involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico a las poblaciones locales." (CEBALLOS-LASCURÁIN, 1996)

Como se puede apreciar, dicha definición contempla los siguientes aspectos:

- Ambientalmente responsable
- Visita a áreas naturales y culturales
- Disfrute, apreciación y estudio de atractivos naturales y manifestaciones culturales (presentes y pasadas)
- Promueve la conservación
- Bajo impacto ambiental y cultural
- Involucramiento activo de poblaciones locales
- Beneficios socioeconómicos para las poblaciones locales

Por otro lado, el artículo N° 3.34 del Reglamento de la Ley 27308 Ley Forestal y de Fauna Silvestre del Perú, define al ecoturismo como: "Actividad turística ecológicamente responsable en zonas donde es posible ofrecer y disfrutar de la naturaleza y de valores asociados al sitio, contribuyendo de este modo a su conservación, generando un escaso impacto al medio ambiente natural, y dando cabida a una activa participación socioeconómica beneficiosa para las poblaciones locales".

Esta definición no considera el disfrute, apreciación y estudio responsable de manifestaciones culturales, presentes y pasadas que puedan encontrarse en el área, ni a evitar impactos socioculturales en las poblaciones locales.

También se debe advertir que la actividad ecoturística no sólo consiste en disfrutar de los atractivos naturales -como indica esta definición- sino lograr que el visitante adquiriera un conocimiento sobre el área (procesos ecológicos esenciales y diversidad biológica, por ejemplo). El ecoturismo implica una experiencia directa con ambientes tanto naturales como culturales. En nuestro país, los más importantes monumentos arqueológicos se ven emplazados y enmarcados en escenarios geográficos de singular importancia, sin poder disociar uno de otro. Por lo tanto el ecoturismo no se restringe al ámbito ecológico y de naturaleza, y admite la inclusión de atractivos de tipo cultural, ya sean de carácter histórico, artístico, arqueológico, o cualquier tipo de expresión cultural del grupo social que se busca conocer a través de esta práctica. El ecoturismo no excluye otros tipos de turismo, por el contrario, se ve muchas veces complementado por otras modalidades de viaje. Para Reguero (1994), el turismo en espacio rural comparte definiciones con todos estos tipos de turismo (ecoturismo, turismo cultural, turismo deportivo, agroturismo, turismo de aventura, turismo alternativo), y lo que es más importante, los engloba como modalidades que no se excluyen sino se complementan, de forma tal que el turismo rural es la suma de los turismos anteriormente descritos.

En 1991 la Sociedad Internacional de Ecoturismo, define al ecoturismo como el “viaje responsable hacia áreas naturales que conserva el medioambiente y sostiene la calidad de vida de las poblaciones locales”. Implica conservación de espacios naturales y culturales, respeto por las personas y sus formas de vida.

Actualmente, existen en el mundo grandes expectativas acerca de los efectos del ecoturismo, pero el proceso de aplicación de sus principales conceptos no es fácil y sus resultados pueden ser advertidos sólo en el largo plazo. El desarrollo del ecoturismo es una tarea compleja y multidisciplinaria. Hay muchos actores involucrados: autoridades, gerentes, proveedores, consumidores y las poblaciones de la zona.

En este sentido, uno de los puntos críticos es la incuestionable necesidad de involucrar a las comunidades locales, en todas las fases posibles, en la toma de decisiones de la actividad turística.

Turismo de Naturaleza

El turismo de naturaleza, tiene el propósito de hacer que el turista disfrute de la vida silvestre y áreas naturales del lugar visitado y está basado en el marketing de espacios naturales. Pérez de Las Heras (1999) presenta la siguiente definición: “aquel que se realiza en el medio natural, incluyendo turismo deportivo, de aventura, cinegético, entre otros”.

Turismo Cultural

De acuerdo a la finalidad perseguida u objeto del viaje, y atendiendo a las motivaciones subjetivas del viajero, el turismo se clasifica en: turismo cultural; turismo religioso y turismo profesional. (CASTILLO, 1990)

Dentro del turismo cultural, se consideran diversos tipos de viajes: artísticos, histórico – coloniales, arqueológicos, que son llevados a cabo para realizar estudios o investigaciones en alguna materia específica; como para aumentar conocimientos artísticos o de disfrutar de emociones estéticas ante la contemplación directa de obras de arte. (CASTILLO, 1990)

Promperú (2000^a) define el turismo cultural como aquel referido a hechos históricos, artísticos, culturales o antropológicos. Algunos de los destinos culturales más conocidos han sido catalogados como parte del patrimonio cultural de la humanidad. Las actividades turísticas culturales incluyen visitas a los monumentos históricos artísticos y a museos, participación en rutas e itinerarios histórico-monumentales, apreciación de manifestaciones folclóricas o antropológicas y asistencia a espectáculos culturales, así como a seminarios, simposios culturales o cursos de idiomas en el extranjero, entre otros.

Turismo Participativo o Vivencial

Promperú asume ambos términos como sinónimos, y los define de la siguiente manera: “Tipo de turismo no convencional que se realiza en una comunidad que mantiene antiguas costumbres con el fin de conocerlas”. (PROMPERU, 2000^a). Básicamente se hace referencia a aquella visita en donde se prioriza el contacto, la interacción y el intercambio entre residentes y visitantes.

3.3.2 PATRIMONIO TURÍSTICO

En el siguiente acápite, se han tomado como referencia los conceptos planteados por el Centro Latinoamericano de Capacitación Turística (CICATUR) - organismo que perteneció a la OEA y que se desarrolló en las décadas de los '70 y '80- para comprender el espectro del patrimonio turístico, sus características y su tratamiento.

Concepto

Se entiende por patrimonio turístico la disponibilidad mediata o inmediata de los elementos turísticos con que cuenta un país o una región en un momento determinado.

Según Morales (1995), “se entiende como tal, al conjunto de atractivos turísticos, integrado por los recursos naturales, socio-culturales del país, el equipamiento turístico y la infraestructura básica, que debidamente interrelacionadas constituyen nuestra riqueza turística”.

Clasificación según los componentes

Para Boullón (1994), el patrimonio turístico de un país se debe determinar a partir de la relación de cuatro componentes: los atractivos, la planta, la infraestructura y la superestructura turística. (BOULLÓN, 1994)

a) Recursos Turísticos

Es todo lugar, objeto o acontecimiento que es factible de explotarse turísticamente, pero que aún le falta mejorar o implementar algún servicio. (HAUYÓN, 1998).

b) Atractivos Turísticos

Es todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico. El turismo solo tiene lugar si existen ciertas atracciones que motiven al viajero a abandonar su domicilio actual y permanecer cierto tiempo fuera de él. Para Hauyón, los atractivos turísticos son los primeros y más importantes elementos conformantes del producto. Son los que determinan la selección del destino a

visitar por parte del turista y los que generan una corriente turística hacia su localización. (HAUYÓN, 1998)

Existen cinco categorías de atractivos turísticos:

1. Sitios Naturales
2. Manifestaciones Culturales
3. Folklore
4. Realizaciones Técnicas, Científicas o Artísticas Contemporáneas
5. Acontecimientos Programados

Asimismo, Chan (1994) clasifica a los atractivos turísticos como centrales, complementarios o periféricos y de entorno.

Se les considerará centrales a aquellos que tengan relación directa con el tema planteado o que por su trascendencia no puedan dejar de ser visitados. Son atractivos complementarios o periféricos aquellos cuya relación con el tema es indirecta, pero que por su proximidad o significado complementan el atractivo central. Son atractivos de entorno aquellos paisajes, vistas o puntos panorámicos situados en las cercanías del atractivo central. (CHAN, 1994)

c) Planta Turística

Se considera la “estructura de producción” del sector. La planta, también denominada “equipamiento turístico” o “facilidades turísticas”, se subdivide en las siguientes categorías: alojamiento, alimentación, esparcimiento y otros servicios.

d) Infraestructura turística

Es el conjunto de instalaciones que permitirán operar la planta turística: sistemas de comunicación, transporte y provisión de energía, agua y desagüe. La infraestructura turística está constituida por el conjunto de equipos de producción, de circulación y de consumo instalados en el país. (MORALES, 1995).

e) Superestructura turística

El término está referido a la compleja organización tanto pública como privada que permite armonizar la producción y venta de servicios. La integran las instituciones públicas como privadas, así como el sistema de comercialización.

La superestructura turística es parte del sistema económico y está constituida por el conjunto de instituciones que abarcan las actividades turísticas incluyendo recursos humanos que permiten operar el sistema turístico. (MORALES, 1995).

3.3.3 INVENTARIO TURÍSTICO

Concepto

El inventario turístico es el registro de todos los elementos que conforman el patrimonio turístico del país: los atractivos, la planta y la infraestructura, que debidamente conjugados y evaluados constituyen nuestra riqueza turística. (MORALES, 1995)

La elaboración de los inventarios turísticos departamentales y regionales constituyen la primera etapa de un proceso de planificación y ordenación de áreas y zonas para el desarrollo turístico.

El inventario turístico plasma las características y condiciones turísticas del país (o zona de estudio), constituyendo un estudio base para realizar un diagnóstico y determinar áreas sobre las que se deberá poner énfasis al momento de planificar el desarrollo turístico.

Metodología para la elaboración de un inventario turístico

Existen una gran variedad de métodos para elaborar un inventario. En Latinoamérica la mayoría de países han adoptado la metodología propuesta por el Centro Interamericano de Capacitación Turística (CICATUR).

El inventario es el catálogo ordenado de los lugares, objetos y acontecimientos de interés turístico, así como de las facilidades de infraestructura básica y

equipamiento de una localidad. Según Morales (1995), la elaboración de un inventario implica tres pasos:

a) Registro de la Información

Es la recopilación de todos los datos sobre los recursos y atractivos turísticos del área. El registro comprende dos aspectos básicos:

a.1 Localización

Consiste en precisar la situación geográfica de cada uno de los recursos con la ayuda de mapas, cartas geográficas, entre otros, desde la unidad política mínima (distritos) hasta la máxima (región).

a.2 Registro

Para el registro de los atractivos es conveniente usar fichas generales.

b) Evaluación de los Recursos y Atractivos Turísticos

Tiene como objeto fundamental la selección y priorización de los recursos turísticos que, convenientemente agrupados, forman zonas, áreas, unidades y núcleos turísticos en una determinada región. Esto se determina estudiando detenidamente en mapas, planos o cartas la distribución de los recursos, así como las vías de acceso, las condiciones que presenta el recurso, entre otros factores.

b.1 Zonificación Turística

En éste análisis, intervienen las siguientes categorías:

- Zonas Turísticas

Es la unidad mayor de análisis y estructura del universo turístico de un país. Su superficie es variable, pues depende de la extensión total de cada país y de la forma de distribución de los atractivos turísticos, que son los elementos básicos a tomar en cuenta para su delimitación.

Lo que define principalmente las zonas es la presencia o aglutinación de atractivos turísticos articulados en número igual o

mayor a 10. Las zonas contienen además uno o varios centros turísticos.

- **Áreas Turísticas**

Es una superficie de extensión menor que la de las zonas dotadas de atractivos turísticos contiguos, en número también menor que el de las zonas, y provista de una estructura de transporte que relacione, entre sí, a todos los elementos turísticos que la integren. Las áreas son las partes en las que se puede dividir una zona y cada una de ellas debe ser abarcada en un viaje corriente de turismo interno. Son unidades que, por su constitución, pueden ser puestas al mercado como paquete turístico. Puede no tener centros turísticos.

- **Núcleo Turístico**

Son los espacios territoriales en donde se reúnen de dos a nueve atractivos turísticos aislados, de diferentes jerarquías, que tienen una función turística rudimentaria o carecen de ella por el hecho de estar incomunicados.

- **Centro Turístico**

Son ciudades que cumplen una función turística como centro de operaciones. Son centros urbanos que cuentan con atractivos turísticos dentro de su radio de influencia. El radio de influencia se ha estimado en dos horas distancia – tiempo. Son también llamados centros base. (CHAN, 1994). Los centros turísticos deben abastecer al área que dominan a través de una planta turística que cuente con servicios de alimentación, esparcimiento, entre otros.

- **Unidades Turísticas**

Es toda instalación turística ejecutada para explotar uno o varios atractivos muy próximos. Implica la concentración, en un punto, del equipamiento turístico necesario para permitir el uso intensivo de un recurso. En algunos casos, las unidades turísticas pueden instalarse en lugares que carecen de atractivo suficiente; lo que se suplanta por equipamiento turístico especializado (deporte, piscina, entre otros.)

b.2 Jerarquización de Atractivos Turísticos

La jerarquización de atractivos es el procedimiento por el cual se comparan los atractivos turísticos pertenecientes a un universo de estudio con una lista de referentes, a los efectos de establecer una escala de importancia. Las jerarquías se expresan según los siguientes niveles:

- Jerarquía 3*
Recursos y/o atractivos excepcionales y de gran significación para el mercado turístico internacional, capaces, por sí solos, de motivar una importante corriente de visitantes (actuales o potenciales).
- Jerarquía 2*
Recursos y/o atractivos con rasgos excepcionales, capaces de motivar por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos, una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros.
- Jerarquía 1*
Recursos y/o atractivos con algún rasgo llamativo, capaces de interesar a visitantes de larga distancias, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas locales.
- Jerarquía 0*
Recursos y/o atractivos sin mérito suficiente para considerarlos al nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente, forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden completar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo de complejos turísticos.

c) Lineamientos para el Desarrollo Turístico

Uno de los objetivos fundamentales de la realización del inventario, es sentar las bases de un proceso sistemático y coherente de desarrollo turístico. En ese sentido, a la luz de la información arrojada por el inventario, se procede al diseño de lineamientos para el desarrollo turístico

de la zona identificando las necesidades básicas y las necesidades de la propia actividad turística, en función de las cuales se plantearán de manera preliminar proyectos de desarrollo.

En forma tentativa, los proyectos se orientarán a:

- Infraestructura básica:
 - Sistema vial de transporte.
 - Acondicionamiento urbano (agua, alcantarillado y energía eléctrica).
 - Comunicaciones.
- Aprovechamiento y desarrollo de recursos turísticos (puesta en valor)
- Estudios

Cabe resaltar, que los lineamientos para el desarrollo turístico son diseñados para toda una zona o área turística, mientras que el proceso de puesta en valor involucra a un solo atractivo.

Procedimiento del Inventario

El procedimiento para realizar el inventario consta de tres etapas:

- **Etapa preliminar:** Es la etapa en la que se elabora un plan de trabajo. Comprende la recopilación sistemática de toda información relacionada con los atractivos turísticos afines del espacio estudiado, trátase de un distrito, provincia o región. Se utilizarán como fuentes las publicaciones especializadas sobre la zona como guías turísticas, monografías, estudios de desarrollo, recortes periodísticos y de revistas. Esta documentación, debidamente analizada y complementada con información de organismos técnicos especializados, facilitará la ejecución de la etapa de campo, agilizando el desarrollo integral del inventario.
- **Etapa de Campo:** En esta etapa se efectuará la comprobación, identificación, ampliación y/o rectificación de la información obtenida en la etapa preliminar. Para el logro de este objetivo se emplearán

procedimientos usuales de investigación como entrevistas, observación directa y otros. Se concluirá elaborando la ficha de inventario.

- a. Entrevistas.- Se recomienda realizar “in situ” entrevistas personales con artesanos, artistas y demás personajes clave de la localidad.
 - b. Observación directa.- Este método será empleado, especialmente, por los técnicos encargados, de la investigación de equipamiento y atractivos de los sitios naturales, así como los responsables de la evaluación turística, por cuanto, en algunos casos, determinados recursos turísticos no podrán ser estudiados ni descritos por razones de tiempo y/o limitaciones de transporte.
 - c. Ficha de Inventario.- Contiene en forma esquemática pero completa los datos necesarios para individualizar conocer y localizar el atractivo en estudio. Existen diferentes tipos de fichas para el registro de atractivos turísticos, para el registro de planta y infraestructura turística, entre otros. En cuanto a las fichas de atractivos, se dividen en dos partes: una fundamental que condensa la información específica principal (como ubicación, descripción sumaria, características intrínsecas, jerarquía del recurso) y otra complementaria (que comprende la parte gráfica, fotográfica, medios de acceso al atractivo y otras observaciones). Todos los atractivos deben ser fichados con la mayor precisión. Este fichaje debe compatibilizarse con la información recabada en la etapa preliminar para elaborar, al final de la investigación, una ficha definitiva.
- **Etapas de Evaluación o Informe:** Consiste en el reajuste de la información obtenida en las etapas anteriores, determinándose, luego de la evaluación respectiva, la zona, áreas y/o núcleo turístico en el ámbito geográfico estudiado. Todo ello conforma el informe final.

Cabe anotar que la agrupación de todo el potencial inventariado se realizará en base a la demarcación distrital vigente, a fin de verificar criterios; sin

embargo, ello no es excluyente de otro tipo de agrupación si se considera conveniente.

El inventario turístico, por servir de base para estudios más avanzados, debe estar permanentemente actualizado. Por ello se consideran diferentes niveles en su implementación:

Nivel Inicial: Cuando se efectúe el inventario por primera vez en el ámbito determinado.

Nivel Complementario: Cuando se ha realizado el inventario de un ámbito geográfico definido y resulta necesaria una investigación complementaria, por el descubrimiento de nuevos recursos turísticos de interés, que pueden consolidar o diversificar la oferta.

Nivel Actualizado: Es el nivel ideal de un inventario; pues significa que la información se encuentra al día y que esta apto para utilizarse en cualquier momento. Es producto de un trabajo permanente de actualización.

Asimismo, todo inventario turístico cuenta con un archivo complementario. Este está constituido por:

- **Fototeca:** Debe agrupar fotografías y/o slides de los recursos inventariados, de acuerdo a los requerimientos.
- **Planoteca:** Reúne los planos de ubicación, acceso y detalle de los recursos así como los mapas viales, entre otros.
- **Documentación Complementaria:** Cualquier documentación que pueda complementar la información recabada.

3.3.4 PUESTA EN VALOR

El término de puesta en valor proviene del campo de la restauración y acondicionamiento de los inmuebles y espacios monumentales. La actividad turística ha hecho uso de estos conceptos y los va extendiendo también a

atractivos que no son de carácter cultural. Este término tiene un tiempo de utilización relativamente corto en la actividad turística.

Concepto

La puesta en valor de atractivos turísticos viene a ser la acción creativa que se aplica para acondicionarlos, definir su imagen y prepararlos para presentarlos adecuadamente a los visitantes.

La puesta en valor tiene que tener en cuenta las características y posibilidades de deterioro del atractivo.

Metodología para la Puesta en Valor de Atractivos Turísticos

- a. Definición de las actividades turísticas y recreativas.- A partir del conocimiento de la naturaleza y posibilidades de uso del atractivo, se debe establecer un listado de actividades recreativas dispositivas señalando los períodos de tiempo en que se podrían dar.
- b. Perfil de la demanda.- Como consecuencia de las múltiples actividades turísticas y recreativas, se está en condiciones de saber qué segmento de mercado podrá practicar dichas actividades.
- c. Instalaciones deportivas y recreativas.- Se deberán establecer requerimientos de canchas e instalaciones deportivas en general, así como espacios necesarios para las diferentes actividades lúdicas.
- d. Acondicionamiento físico.- El atractivo no solamente podrá contener instalaciones deportivas y recreativas sino que también deberá dotársele de planta turística, para lo cual se especifica el tipo de equipamiento, instalaciones complementarias y las características arquitectónicas de ambos. También se podrán señalar las necesidades de infraestructura en la zona.
- e. Definición del producto turístico.- Con el cumplimiento de los pasos seguidos se configura el producto turístico, que deberá expresarse a través de la imagen turística del atractivo y del departamento o región a la que pertenecen.
- f. Recomendaciones.- Eventualmente se podrán señalar las particularidades que requerirá la promoción del atractivo que se está poniendo en valor.

3.3.5 CIRCUITOS TURÍSTICOS

Concepto

Se entiende por circuito turístico la articulación en forma ordenada y priorizada de atractivos, facilitando el conocimiento de los valores turísticos al visitante y permitiendo presentar un mejor producto al organizador de viajes. (ARRIOLA, 2003).

Tipos de circuito

Los circuitos turísticos pueden clasificarse de la siguiente manera, dependiendo de las motivaciones del visitante:

- a. Por el ámbito geográfico en el que se circunscriben pueden ser: locales, nacionales, internacionales o regionales.
- b. Por el tipo de turismo pueden ser: culturales, naturales, recreacionales, entre otros. (CHAN, 1994)

Metodología para la elaboración de circuitos turísticos

Para elaborar un circuito turístico se requiere cumplir una serie de pasos:

- a. Ubicar el área de trabajo en un plano o mapa, estableciendo con exactitud los límites de la misma.
- b. Desarrollar una investigación exhaustiva del patrimonio turístico de la zona, identificando todos los recursos y atractivos turísticos existentes.
- c. Realizar una descripción básica y sucinta de los atractivos identificados.
- d. Evaluar los atractivos de la zona estableciendo el tiempo de visita de cada uno de ellos.
- e. Establecer las facilidades (todos aquellos elementos que permitan el disfrute del atractivo a los visitantes).
- f. Una vez realizada esta evaluación puede procederse a la selección y priorización de los atractivos para estructurar el circuito. (ARRIOLA, 2003)

3.4 Fundamentos de Interpretación Temática

3.4.1 CONCEPTOS

Uno de los principios fundamentales del ecoturismo es la educación ambiental, esto es, el despertar en el visitante el interés por la conservación de los espacios naturales visitados, de las especies de flora y fauna que alberga, y también de las manifestaciones y expresiones culturales de los pueblos o comunidades implicadas. Es éste el criterio que diferencia al ecoturismo de otras prácticas turísticas.

Una de las herramientas principales para la educación ambiental es la interpretación temática, también llamada interpretación ambiental.

Manuel Gándara considera a la interpretación temática como una de las más importantes estrategias centradas en el público para la conservación del patrimonio cultural. El término interpretación, de acuerdo al autor, posee diferentes sentidos: un sentido hermenéutico (en donde el término se relaciona al objeto cognitivo de comprender) y un sentido de traducción, (en el sentido de traducir de un lenguaje técnico a uno coloquial cierta información) que es el que aquí interesa. (GÁNDARA, s.f.e.)

Freeman Tilden definió a la interpretación como “una actividad educativa orientada a revelar los significados y las relaciones a través del uso de objetos originales, experiencias de primera mano y medios ilustrativos, más que el simplemente comunicar información factual” (TILDEN, 1997).

Sam Ham, heredero y continuador de la obra de Tilden, ha definido la interpretación en el sentido que aquí nos interesa, el de la traducción, como lo que el llama interpretación ambiental o temática:

“La interpretación ambiental, involucra la traducción del lenguaje técnico de una ciencia natural o área relacionada en términos e ideas que las personas en general, que no son científicos, puedan entender fácilmente, e implica hacerlo de forma que sea entretenida e interesante para ellos” (HAM, 1992).

Cabe señalar que Ham trabaja sobre todo en la interpretación de recursos naturales, aunque su enfoque se utiliza también –y él así lo destaca en su libro– en relación a los recursos culturales. De ahí que en el presente estudio se adopte el término de interpretación temática.

3.4.2 HERRAMIENTAS DE INTERPRETACIÓN TEMÁTICA

La interpretación temática tiene muchos efectos positivos: acerca al público hacia el patrimonio, puede generar recursos, permite que el público aprecie labores de investigación y conservación. Citando nuevamente a Tilden: “A través de la interpretación, entendimiento; a través del entendimiento, apreciación; y a través de la apreciación, conservación...”

Precisamente, el objetivo del circuito, como se ha indicado anteriormente, es el de rescatar, revalorar y difundir el mito andino prehispánico de Vichama y al mismo tiempo mostrar los sitios naturales, monumentos arqueológicos, costumbres, tradiciones, danzas y gastronomía del lugar a través de una fascinante historia.

3.5 Herramientas de Planificación

En éste acápite se estudiará la metodología del Análisis Participativo de la Ventaja Competitiva (PACA por las siglas en inglés de Participatory Appraisal of Competitive Advantage), una de las más novedosas modalidades para realizar diagnósticos situacionales proveyendo los mecanismos necesarios para involucrar en su realización a las propias comunidades locales. Asimismo, se revisarán los conceptos del Diamante de Competitividad de Michael Porter.

3.5.1 ANÁLISIS PARTICIPATIVO DE LA VENTAJA COMPETITIVA (PACA)

Concepto

La metodología del Análisis Participativo de la Ventaja Competitiva (PACA) es un conjunto de herramientas para presentar un diagnóstico de las ventajas y desventajas competitivas de una localidad, y unas propuestas prácticas y concretas con las que estimular la economía local o regional.

Ésta ha sido considerada como una herramienta idónea para la planificación turística, en cuanto brinda los mecanismos y formas necesarias para involucrar en éste análisis a todos los actores correspondientes (planificadores, sector privado, municipios, comunidades locales, entre otros).

Las iniciativas de desarrollo económico local exitosas dependen, ante todo, de la motivación, dedicación e insistencia de los actores locales. Cualquier propuesta práctica debe estar estrechamente relacionada con la capacidad y la motivación de los actores locales. El desarrollo económico local se logra en base a la participación activa de muchos actores, y en una comunicación y coordinación exitosa entre los mismos. No tiene sentido sugerir proyectos que los actores locales no consideren convincentes, ni tampoco sugerir aquellos que requieran de la colaboración de actores que no pueden imaginarse trabajando juntos. Es por ello que esta metodología plantea no sólo analizar el potencial económico sino también, el potencial para la acción colectiva.

La idea básica de la metodología es que resulta posible tomar una evaluación rápida de los puntos fuertes y débiles de una localidad determinada y concluir con propuestas prácticas. La metodología busca establecer un diagnóstico sobre las ventajas y desventajas competitivas de un escenario determinado, y con propuestas de actividades prácticas en una o dos semanas, basándose en el trabajo de un equipo de dos o tres consultores que deben estar acompañados de los actores locales.

Los elementos fundamentales de esta propuesta son:

- El diagnóstico inicial no debe tomar mas de una o dos semanas e inmediatamente después, la presentación y discusión de los resultados.
- Los actores locales deben formar parte del diagnóstico no sólo como participantes en talleres y encuestados en entrevistas, sino también como encuestadores y como parte activa del equipo de investigación. Su participación activa facilita la transferencia del *know how* metodológico y conceptual, los motiva y los habilita para continuar con la iniciativa una vez que los consultores externos se han ido.

- Los consultores externos desempeñan un importante papel en el primer diagnóstico y deben estar preparados para respaldar después a los actores locales, pero el trabajo más importante respecto a la ejecución de actividades concretas tiene que ser realizado por actores e instituciones locales.

La metodología PACA se basa en conceptos tales como competitividad sistémica, criterios de ventaja competitiva de Michael Porter, cluster y diversos conceptos de desarrollo económico local.

PACA emplea varias herramientas que se han desarrollado en el contexto de aprendizaje y de la acción participativos. Los talleres se dirigen normalmente utilizando el método de visualización metaplan. Se usan herramientas tales como mapeo socioeconómico, línea de vida y matrices de cuatro campos para estructurar las discusiones.

Metodología de aplicación

En la siguiente sección se esbozará una secuencia de actividades para la aplicación de la metodología PACA.

Actividades preliminares

1. Reunir los datos disponibles. Se trata de hacer una revisión de información sobre las estructuras económicas de la localidad. Al analizar estos datos, hay dos grandes preguntas directrices: ¿Cuál es la estructura económica de la localidad? ¿Cuáles son las mayores fuentes de empleo y de ingresos? Segunda, ¿Cuáles son las mayores tendencias? ¿Cómo están las empresas importantes y cómo está su viabilidad financiera?
2. Discutir el concepto, los contenidos y la logística PACA con el agente local que organiza el trabajo. Esto incluye la discusión de quién debería ser invitado al taller inicial, y qué empresas, organizaciones y personas deberían ser entrevistadas.
3. Entrevistas y mini talleres. La idea es estimular al entrevistado para perfilar la estructura, las actividades, y la actuación de su empresa u organización,

también en relación con otras organizaciones, y para dar su visión de la política local y de la situación económica.

4. Difusión. Información sobre el proyecto en conjunto debería ser difundida por adelantado a los medios de comunicación.

5. Taller de lanzamiento de un proyecto PACA

Para comenzar el proyecto PACA, se ha comprobado que es útil organizar un taller con los actores locales.

El taller tiene dos objetivos principales:

- Difundir la noticia del proyecto entre los actores locales y motivarles a participar.
- Recoger información de los participantes, para complementar los datos recogidos antes, para tener una idea de cómo los actores locales perciben su situación económica, y para poder diseñar un programa adecuado de visitas a empresas e instituciones de apoyo, y de mini-talleres posteriores.

La estructura del taller es la siguiente:

- a) Notas aclaratorias. Se explica la metodología PACA, se justifica el esfuerzo de desarrollo económico a escala local y se establecen categorías e instrumentos claves para lograrlo.
- b) Los consultores explican el diamante de Michael Porter.
- c) Se anotan los puntos fuertes y débiles y cualquier otra observación respecto a los factores del diamante.
- d) Luego a través de la técnica metaplan, se trabaja en la determinación de la ventaja competitiva de la región.
- e) Se concreta presentación final.

6. Preparación de las conclusiones y de las propuestas. La investigación debe considerarse como un proceso iterativo de formulación y descarte o verificación de hipótesis. Así pues, se deben revisar, discutir, debatir los resultados obtenidos, así como realizar entrevistas de verificación y diseñar una presentación de los resultados para ser mostrados con el programa power point.

7. Presentación.

Para la presentación de las conclusiones las mismas personas e instituciones invitadas al taller inicial deberían ser invitadas de nuevo. Debe ser ofrecida por los consultores externos y se recomienda realizar la reunión en un lugar fuera de lo común y manejar la discusión y el intercambio de ideas a través de la técnica metaplan. (MEYER-STAMER, 2000)

3.5.2 EL DIAMANTE COMPETITIVO DE MICHAEL PORTER

Concepto

El “diamante de competitividad” es una herramienta de análisis desarrollada por Michael Porter, renombrado profesor de la Harvard Business School, a partir de la conceptualización para la creación de ventajas competitivas de una nación, región, sector o empresa. Desde hace más de diez años se utiliza el modelo de análisis competitivo de Porter, aplicado a naciones, regiones y sectores productivos. El modelo de análisis de competitividad adquiere hoy una mayor vigencia, pues puede ser aplicable a la perspectiva del desarrollo económico local, teniendo como base la demarcación política territorial de una provincia o distrito. (AZCUETA, 2001)

Metodología de aplicación

Saber cuán competitiva es una nación, región, sector, empresa, nos permitirá detectar aquellos puntos de deficiencia y por lo tanto implementar medidas correctivas. A cualquier nivel de análisis, son cuatro grupos de atributos los que conforman lo que Porter denominó “diamante competitivo”. Estos elementos son:

- Las condiciones de los factores de producción
- Las condiciones de la demanda
- Los proveedores y las industrias relacionadas y de apoyo
- Las estrategias, estructuras y rivalidad de las empresas

Adicionalmente, el análisis requiere considerar dos elementos exógenos: el sector público (gobierno central) y las variables estocásticas (contingencias, casualidad o azar).

- **Condiciones de los factores**

Por factores se hace referencia a factores productivos, es decir, lo que se necesita para lograr un nivel adecuado y sostenido de producción. Estos pueden ser: recursos naturales, mano de obra, infraestructura, telecomunicaciones, información especializada. La competitividad se valora positivamente en este caso cuando las condiciones de los factores es favorable a la producción.

- **Condiciones de la demanda**

En este punto deben considerarse el tamaño del mercado interno, el nivel de capacidad adquisitiva, su potencial de crecimiento, niveles de sofisticación del mercado, entre otros aspectos. La competitividad se valora positivamente en este caso cuando las condiciones de la demanda favorecen o promueven las actividades producidas del sector.

- **Industrias relacionadas y de apoyo**

Se trata de los proveedores o industrias conexas, que puedan proveer insumos, tecnología, etc. al sector. La competitividad se valora positivamente en este caso cuando las industrias relacionadas y de apoyo permiten el desarrollo de la actividad productiva analizada.

- **Intensidad de la Rivalidad, Estructura y Estrategias**

Pueden constituirse en factores positivos o negativos de competitividad según permitan o impidan una adecuada articulación entre los agentes económicos involucrados.

3.5.3 EL PLAN DE MARKETING

Concepto

El plan de marketing representa la principal función del marketing operativo. Se apoya en estudios previos para fijar, de manera coherente, los objetivos,

estrategias, los medios tácticos a emplear y los resultados esperados para un producto o servicio, una línea, un mercado o una empresa en su totalidad. El plan debe ser realista, completo, detallado y fácil de seguir. (PAZOS, 2002)

Metodología para la elaboración del plan de marketing

Se siguen cinco procesos básicos:

1. Conducir un análisis de la situación. Para el presente proyecto se ha determinado utilizar el diamante de la competitividad de Michael Porter para desarrollar el diagnóstico situacional. Otra metodología complementaria puede ser el análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas).
 2. Definir el segmento de mercado al cual se quiere dirigir el producto que está bajo análisis.
 3. Establecer objetivos. Éstos deben ser cuantificables, fácilmente verificables.
 4. Desarrollar estrategias y programas. Para lograr los objetivos establecidos, se deben ejecutar estrategias (acciones a largo plazo para cumplir los objetivos) y programas (acciones específicas a corto plazo para implementar estrategias).
 5. Suministro de coordinación y control. Delinear algún mecanismo para garantizar que las estrategias y programas se implementen de manera efectiva.
- (PAZOS, 2002).

Segmento de Mercado: Perfil del Turista Nacional

Debe considerarse que Lima es la principal ciudad emisora de turistas al resto del país. El 72.3% del total de turistas nacionales proviene de la ciudad capital.

Entre las características demográficas del turista nacional deben considerarse las siguientes: en cuanto al grado de instrucción y ocupación, se tiene que el 72% posee instrucción superior y el 52% cuenta con un empleo a tiempo completo o parcial. El 56% de los turistas nacionales son de sexo femenino mientras que un 44% son de sexo masculino. Con respecto al rango de edades, un 31% se ubica entre los 18 y 24 años de edad; un 26% se encuentra entre los 25 a 34 años. Se

observa que el grueso del segmento nacional (un 57%) se ubica entre los 18 a 34 años, es decir, se trata de un segmento adulto – joven. En cuanto al estado civil, el 49% del total de turistas nacionales es casado, frente a un 45% soltero. El 7% de los turistas proviene de un hogar monoparental, el 15% está constituido por adultos solteros sin hijos dependientes y el 38% está conformado por padres con hijos dependientes.

En cuanto a las características del viaje, se debe observar que el 46% de los turistas nacionales viaja para visitar familiares y amigos, frente a un 40% que viaja por vacaciones. Del total de turistas que viajan por vacaciones, únicamente el 3% utilizó los servicios de una agencia de viajes. Entre los lugares más visitados por el turista nacional se registran: Huancayo (7%), Huaraz (5.8%), Chosica (5.6%), Ica (5.3%), Trujillo (4.6%). Se observa que son todos destinos cercanos o fácilmente accesibles desde Lima, principal ciudad emisora. Asimismo, puede aprovecharse el alto índice de visitas a la ciudad Huaraz, departamento de Ancash, ya que la carretera que conecta Lima con este destino recorre el Valle del Río Fortaleza, uno de los puntos que la tesis intenta resaltar. A estos destinos principales, le siguen Cañete (2.9%), Canta (2.9%), Chiclayo (2.9%), Chincha (2.2%), Cuzco (2.2%) y Arequipa (2.1%). Asimismo, la ciudad de Lima es uno de los lugares más visitados por los residentes en provincias (28.4%). En cuanto al tiempo de planificación del viaje, se tiene que el 65% planificó su viaje hasta con una semana de anticipación. Es importante anotar este factor para hacer incidencia en las campañas de promoción previas a los fines de semana largo o períodos vacacionales. Asimismo, resulta importante saber que el 74% se informó a través de familiares y amigos, y el 12% no buscó ningún tipo de información. En cuanto al medio de transporte utilizado, el 67% se movilizó por vía terrestre en servicios de transporte interprovinciales, el 38% por vía aérea y un 27% por vía terrestre pero en su propia unidad vehicular. El gasto promedio del turista nacional es de S/. 247.00. En cuanto al grupo de viaje, el 32% viaja con amigos o familiares sin niños; el 29% viaja en grupo familiar directo (padres e hijos), el 16% viaja con amigos o familiares con niños, el 11% viaja con su pareja y un 12% viaja solo. En cuanto al índice de permanencia, se tiene que el 43% permanece en el lugar de una a tres noches, el 34% de 4 a 7 noches y el 13% de 8 a 14 noches. El 51% se hospeda en casa de familiares y

amigos, el 17% en hoteles, el 13% en hostales y el 11% en lugares de campamento.

Según PromPerú, en el caso del turista nacional, se pueden identificar hasta 5 subsegmentos de mercado. Éstos son:

- Segmento 1: Viajan en grupo familiar en búsqueda de relax, prefiriendo lugares donde tengan familiares o amigos; les interesan también lugares donde se estén realizando festividades locales.
- Segmento 2: Tratan de no gastar mucho en su viaje. Viajan para salir de la rutina, de preferencia en grupo familiar. Están interesados en actividades de aventura aunque no les atrae actividades de naturaleza.
- Segmento 3: Viajan principalmente en búsqueda de diversión nocturna, en grupo de amigos. Tienen interés por lugares donde se pueda realizar turismo de aventura y suelen ir de campamento.
- Segmento 4: Buscan descanso y relax total, de preferencia en lugares naturales (campo o playa). Están dispuestos a gastar mas para tener mejores comodidades. Viajan en pareja.
- Segmento 5: Viajan mas por diversión. Se inclinan mas por destinos de playa, pero gustan de todos los tipos de turismo. Viajan indistintamente con amigos o con familiares, pero toman en cuenta que el lugar presente las comodidades básicas.

Entre las actividades realizadas, se tiene en primer lugar el turismo urbano, realizado por un 79% del total de turistas. Le sigue el turismo de naturaleza, practicado por un 60%, turismo cultural con un 41% de participación y el turismo de sol y playa con un 31%. Según el estudio de PromPerú titulado Fin de Semana Largo 2002, el total nacional del flujo por turismo y visitas del día durante los feriados en el año 2002 fue de 7.813.659 viajes, generando un movimiento económico de \$ 241 millones. Los feriados durante los que se registraron la mayor cantidad de viajes nacionales fueron: Semana Santa (del 27 al 31 de Marzo), Fiestas Patrias (del 26 al 30 de Julio), 30 de Agosto (del 30 de Agosto al 1ro de Setiembre), 08 de Octubre (del 05 al 08 de Octubre), 01 de Noviembre (del 01 al 03 de Noviembre y Fiestas de Fin de Año (del 28 de diciembre al 01 de Enero del siguiente año). Cabe anotar que el circuito Vichama

estará dirigido al turista nacional que viaja por vacaciones y asimismo, a los pobladores locales en esfuerzos de difusión de los valores culturales y naturales de sus propias áreas de residencia.

IV. MATERIALES Y MÉTODOS

La metodología de la presente investigación consta de cinco pasos entre ellos: la identificación de la zona de estudio, la realización del inventario, el análisis y evaluación de su potencial ecoturístico, el diseño del Circuito Ecoturístico Vichama y el desarrollo de lineamientos para su puesta en valor.

4.1 Identificación de la zona de estudio

4.1.1 UBICACIÓN DEL NORTE CHICO

Políticamente la zona de estudio, conocida como “Norte Chico”, se ubica en el departamento de Lima, en las provincias de Huaura, Huaral y Barranca. Según Pedro Felipe Cortazar (s.f.e.), el norte chico “comprende toda la provincia de Chancay con las zonas de Huacho, Huaura, Sayán, Barranca, Supe y Pativilca”. Es importante anotar que actualmente la provincia de Chancay se ha dividido en las provincias de Huaura y Barranca. Por otro lado, Ricardo Espinoza (1997) afirma que “Lima y Callao conglomerado se extiende desde Ancón hasta Cerro Azul. En el norte del departamento, conocido como Norte Chico, existen muchos centros poblados importantes, varios puertos y pocos pero bonitos balnearios. También muchas playas hermosas”.

4.1.2 DELIMITACIÓN DE LA ZONA DE ESTUDIO

Luego de un análisis profundo del mito, en el cual se presta particular atención a las características de los paisajes, a la toponimia, a los personajes y a sus desplazamientos y acciones, se procedió a plasmar la historia sobre el área conocida como “norte chico”, ubicando y entrelazando hitos y lugares indicativos delimitando de esta manera la zona de estudio.

4.2 Realización del Inventario Turístico de la Zona de Estudio

En esta etapa se configuró el inventario, insumo indispensable para la evaluación del potencial ecoturístico de la zona de estudio. Como no se trata de un inventario general, sino de un registro de valores turísticos orientado a la confección del circuito turístico Vichama, la metodología ha sido adaptada de aquella propuesta por el Centro

Interamericano de Capacitación Turística CICATUR, descrita en el capítulo precedente. Han sido reconocidos únicamente los recursos y atractivos turísticos que se hallan dentro de la zona de estudio y que guardan cierta relación con la temática trabajada. La principal diferencia fue la no utilización de fichas de registro y la no realización de entrevistas durante la etapa de campo.

4.2.1 LOCALIZACIÓN Y REGISTRO DE LA INFORMACIÓN

Investigación Bibliográfica

Se inició esta fase con la compilación de material bibliográfico referente a la realidad turística del norte chico. Se recopiló de manera sistemática toda información relacionada con los atractivos turísticos de la zona. Se utilizaron como fuentes las publicaciones especializadas como guías turísticas, monografías, estudios de desarrollo, recortes periodísticos y de revistas, como consta en la bibliografía. No se utilizaron fichas de registro.

Se puso énfasis en los atractivos de naturaleza y cultura por considerar que guardan mayor relación con la temática del mito, aunque sea de manera indirecta. Es menester recordar que el mito es un patrimonio cultural casi extinto, y que uno de los objetivos de la tesis es precisamente su rescate y revaloración. Asimismo, para el diseño de circuitos, Chan (1994) recomienda efectuar un análisis exhaustivo de la zona de operaciones y registrar la información de todos los recursos y atractivos, sin distinción. Únicamente con la totalidad de la información se estará en grado de calificar a los atractivos como centrales, complementarios o periféricos y de entorno, y más aún: solamente el conocimiento de todos los recursos y atractivos faculta para el proceso de selección – descarte que implica estructurar un circuito. Cabe recordar, que hablar de circuito significa articular de manera ordenada y priorizada atractivos turísticos, obviando planta e infraestructura.

Mapeo Preliminar

Una vez identificados los principales recursos y atractivos turísticos, se procedió a localizar preliminarmente cada uno de ellos desde la unidad política mínima (distrito) hasta la máxima (región).

Reconocimiento de Campo

Obtenida la información bibliográfica y el mapeo preliminar, se procedió al reconocimiento de campo, que consistió en la visita a cada uno de los lugares identificados, verificando la exactitud de la información recavada. Finalmente, los recursos y atractivos fueron descritos y fotografiados. De manera complementaria se recavó información sobre la gastronomía local y las festividades principales; así como de la planta e infraestructura turística existente.

Foto 1. Albufera de Medio Mundo. Reconocimiento de campo con alumnos de la carrera de Turismo y Hotelería de la USMP.



Foto: A. Arriola, (2004).

4.3 Identificación de las ventajas competitivas para el desarrollo del ecoturismo en la zona de estudio

En esta etapa de la investigación se evaluó si se presentan las condiciones necesarias para promover el ecoturismo en la región. El análisis está centrado en el aspecto sociocultural, buscando determinar si existe la disposición entre los actores sociales de optar por un modelo de desarrollo turístico basado en la comunidad, es decir, se puso especial énfasis en la evaluación del potencial para la acción colectiva. Asimismo, cuáles son los elementos que impiden un mayor desarrollo turístico al registrado actualmente.

Para el análisis y evaluación del potencial ecoturístico de la zona se adaptó la metodología del Análisis Participativo de la Ventaja Competitiva (PACA) a los requerimientos específicos de la investigación.

El objetivo no fue identificar qué tipo de actividades económicas se pueden desarrollar a nivel local, como lo plantea la metodología originalmente. En este caso, se utilizó la metodología para determinar si se presentan ventajas competitivas para el desarrollo del ecoturismo, y principalmente, si es que existe potencial para la acción colectiva. El proceso consistió en siete pasos:

1. Diseño del Plan de Trabajo

Se diseñó un cronograma de trabajo con el objetivo de maximizar la utilización del tiempo y de los recursos, calendarizando actividades. Se utilizó el programa Microsoft Excel.

2. Capacitación en Metodología de la Investigación y Metodología PACA

Se efectuó una capacitación a los integrantes del equipo de trabajo en cuanto a metodología de la investigación, formulación de fichas bibliográficas, selección de criterios para el levantamiento de la información y fichaje de libros. La capacitación sobre metodología de la investigación estuvo a cargo de la Lic. Isabel Oviden, profesora de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad de San Martín de Porres.

Asimismo, se capacitó a los integrantes del equipo de trabajo en cuanto a la metodología del Análisis Participativo de las Ventajas Competitivas (Participatory Advisory of the Competitive Advantages PACA). La capacitación estuvo a cargo del Ing. Carlos Del Castillo, profesor de la Escuela Superior de Administración de Negocios ESAN y Gerente de Competitividad Regional del Instituto Nacional para el Desarrollo del Sector Informal IDESI Nacional.

3. Recopilación de información sobre la realidad socioeconómica de la zona de estudio.

Se realizó una revisión de información sobre las estructuras económicas de la localidad, orientando la búsqueda con estas preguntas directrices: ¿Cuál es la estructura económica de la localidad? ¿Cuáles son las mayores fuentes de empleo y de ingresos? ¿Cuáles son las mayores tendencias? ¿Cómo están las empresas importantes y cómo está su viabilidad financiera?

4. Discusión del concepto.

Se discutió el concepto, los contenidos y la logística PACA con la Regidora de Cultura y Educación de la Municipalidad Distrital de Pativilca, Kathy Lee, y con el Regidor de Economía de la Municipalidad Distrital de Barranca, Jorge Taboada. Ellos fueron los dos agentes locales con los que se organizó el trabajo. La metodología plantea la colaboración de un solo agente local, sin embargo, se prefirió trabajar con ambos al identificarse cierta polarización evidenciada en el tratamiento del Mito Vichama, aceptado en gran parte de la zona de estudio y recusado en los distritos de Barranca y Supe, al parecer por el marcado desarrollo turístico del Complejo Arqueológico de Caral.

5. Entrevistas

Se realizaron entrevistas a 24 personas y actores clave en el desarrollo turístico de la zona de estudio. (Anexo 1). En el marco de la metodología propuesta, las entrevistas permitieron recoger información de los participantes de manera previa al taller participativo, de tal forma que éste se realizaba sobre una base predeterminada. El tópico de la entrevista fue recoger la propia evaluación de la situación del turismo en la localidad. Para generar más confianza y mayor apertura, se decidió no usar grabadoras y practicar una entrevista abierta, informal, a manera de conversación, redirigiendo el tema en los casos necesarios.

La duración normal de una entrevista fue de una a dos horas. La entrevista no se basó en un cuestionario cerrado, y no se aplicaron métodos cuantitativos de puntuación, clasificación, entre otros. La idea fue estimular al entrevistado a perfilar la estructura, las actividades, y la actuación de su empresa u organización, también en relación con otras organizaciones, y para dar su visión de la política local y de la situación económica.

Para el desarrollo de las entrevistas se siguieron pautas para asegurar que todos los aspectos importantes sean abordados (Anexo 2), cuidando de no ajustarse de modo rígido a la secuencia y animar al entrevistado a que presente sus argumentos principales, en la secuencia que prefiera, y después hacer preguntas específicas para abordar asuntos que no haya mencionado.

En todo momento se trató de crear una atmósfera de confianza, dejando al entrevistado exponer su razonamiento y sólo interrumpirle cuando comience a divagar. Ante el surgimiento de una pregunta los entrevistadores procedieron a escribir las preguntas y formularlas después. Para ello se tomaron notas durante las entrevistas. No se realizaron los mini talleres propuestos originalmente por la metodología PACA, pues ya se tiene reconocido al ecoturismo como actividad económica y lo que se busca es identificar sus ventajas competitivas. Los minitalleres son aplicados cuando no se sabe qué actividad puede llevar a cabo la comunidad local.

6. Difusión

Se busca difundir la noticia de la existencia del proyecto a través de los medios de comunicación, para presentar el estudio a la colectividad y motivar a la población a participar a través de sus representantes. Esta difusión se efectuó por adelantado al lanzamiento del Taller Participativo: “Diagnóstico del Norte Chico para el Proyecto de Investigación Circuito Ecoturístico Vichama”. Al respecto, se cumplieron diversas entrevistas y presentaciones en programas de radio y televisión locales. (Anexo 3).

7. Realización del Taller Participativo: “Diagnóstico del Norte Chico para el Proyecto de Investigación Circuito Ecoturístico Vichama”

Con el apoyo institucional del Proyecto Arqueológico Norte Chico (PANC), se convocaron a autoridades y representantes de organismos públicos y privados vinculados con el turismo, para la realización de un taller participativo que tenía como principal objetivo establecer un diagnóstico de la actividad.

Para llevar a cabo el taller se efectuó una convocatoria amplia, con invitaciones personales a actores clave del sector turístico y a los principales representantes de la población del norte chico.

El taller se realizó el día sábado 15 de mayo del 2004 en la sede del Proyecto Arqueológico Norte Chico, en Barranca, teniendo una duración de nueve horas consecutivas de intenso trabajo, facilitado por el Ing. Carlos del Castillo. El taller se estructuró de la siguiente manera:

Bienvenida: Recepción e inscripción de los participantes. Entrega de materiales (afiche, carpeta, hojas y lapiceros).

Primera parte: se brindó una breve explicación de la metodología a seguir durante el taller a los asistentes. Luego se explicaron los detalles de la propuesta del Circuito Ecoturístico Vichama. A diferencia de lo que postula la metodología PACA, no se buscó justificar el esfuerzo de desarrollo económico a escala local, sino la propuesta del circuito.

Segunda parte: se aplicó la metodología del Análisis Participativo de la Ventaja Competitiva, teniendo como primer objetivo identificar a los actores clave en el desarrollo turístico local. Para este fin, se distribuyeron a los concurrentes pequeñas cartillas o cartulinas de forma rectangular de aproximadamente 20 por 10 centímetros. Cada concurrente, debía marcar en el anverso un signo positivo y en el reverso un signo negativo. En el lado marcado con signo positivo, cada asistente debía escribir el nombre de aquellas instituciones o personas que, a su criterio, desempeñan un rol positivo en la actividad turística de la zona. En el lado marcado con signo negativo, se registrarían los nombres de personas o instituciones que por el contrario, tienen un mal desempeño.

El facilitador procede a la sistematización y análisis de la información, corroborando los resultados de forma grupal. Se realizaron debates, intercambio y discusión de ideas, desarrollo de propuestas. Finalizó esta segunda parte con la elaboración de un “mapping” o mapeo político – social, que muestra claramente las interrelaciones existentes y las áreas de conflicto o de poca conectividad.

Tercera parte: se recapitularon los puntos más importantes y se prepararon las conclusiones.

4.4 Zonificación y Jerarquización Turística de la Zona de Estudio

Una vez realizado el inventario, se procedió al análisis de la configuración espacial y al planteamiento de las zonas, áreas, unidades, centros y núcleos turísticos. Esto significa organizar el espacio turístico para garantizar su buen aprovechamiento. El proceso

mediante el cual se establecen las zonas y áreas turísticas es principalmente un proceso gráfico. Este proceso consta de tres pasos:

- **Ubicación geográfica de los atractivos**

En esta etapa se procede a ubicar con rigurosa exactitud los atractivos identificados. En ese sentido, se cumplió el trabajo con la Carta Nacional E: 1/100 000 24-1 Chancay; 23-1 Huaral; 23-H Huacho y 22-H Barranca, que fueron colocadas sobre una superficie rígida (se utilizó triplay). Sobre las cartas se colocó papel celofán transparente. Durante la graficación se marcó el lugar en donde se encuentra cada recurso o atractivo, tomando como referencia el inventario.

Esta información se trasladó al papel celofán haciendo uso de plumones indelebles de tinta fina. Los atractivos de jerarquía tres fueron señalados con tinta de color rojo, los atractivos de jerarquía dos con tinta de color azul y los de jerarquía uno con tinta de color verde. Los atractivos de jerarquía cero no fueron considerados. Durante este ejercicio de ubicación en el espacio geográfico, se realizó la jerarquización de cada uno de ellos. Asimismo, se emplearon normas de codificación de la ordenación turística (Cuadro N° 4).

CUADRO N° 4. NORMAS DE CODIFICACIÓN DE LA ORDENACIÓN TURÍSTICA

Sitios Naturales: \triangle
Manifestaciones Culturales: \circ
Folklore: \square
Realizaciones Técnicas, Científicas y Artísticas Contemporáneas: \diamond
Acontecimientos Programados: \square

- **Delimitación de las formas de agrupación de los atractivos**

Sobre el papel celofán transparente se delimitaron las zonas y áreas según la contigüidad de los atractivos mediante una línea que bordea el espacio donde están ubicados, obteniendo así zonas, áreas, centros y núcleos turísticos. Luego se verificó la delimitación comprobando en el mapa la presencia de accidentes geográficos que rompan la proximidad hipotética y cotejando los límites políticos actuales, obteniendo así la delimitación definitiva.

- Selección de áreas prioritarias

En esta etapa, se efectúa una calificación numérica de cada una de las áreas turísticas identificadas dentro de la Zona de Vichama. Para el efecto se diseñó un Modelo de Matriz de Selección de Áreas Prioritarias (Cuadro N° 5) que permitió la unificación de criterios de valoración y el traslado a una escala numérica de variables cualitativas, concentrando la calificación en los atractivos, y evaluando la planta de manera general para diferenciar las áreas turísticas desarrolladas de las áreas en crecimiento.

Como se puede advertir, se utilizaron técnicas de ordenación y planificación turística para la obtención de las áreas prioritarias y para facilitar el diseño del circuito.

CUADRO N° 5. MODELO DE MATRIZ DE SELECCIÓN DE ÁREAS PRIORITARIAS

ÁREAS	Evaluación del Atractivo							Evaluación General de Planta			PONDERACIÓN FINAL
	1. Cantidad	2. Categorías	3. Diversidad de Categorías	4. Jerarquías	5. Estado de Conservación	6. Seguridad para el Visitante	7. Artesanías	8. Servicios	9. Calidad de los Servicios	10. Estado de las Vías de Acceso	
ÁREA A											
ÁREA B											
ÁREA C											

Criterios de Calificación

1. Cantidad de Atractivos: Sumatoria por área	3. Diversidad de Categorías: De 1 a 2 categorías: 1 punto De 3 a 4 categorías: 2 puntos 5 categorías: 3 puntos	5. Conservación:* Bueno: 3 puntos Regular: 2 puntos Malo: 1 punto Sumatoria por área	7. Artesanías: Si: 10 puntos No: 0 puntos	9. Calidad de los servicios: Buena: 3 puntos Regular: 2 puntos Mala: 1 punto
2. Categoría de Atractivos: Naturaleza: 3 puntos Cultura: 3 puntos Folklore: 2 puntos R.T.C.C: 1 punto A.P.: 1 punto Sumatoria por área	4. Jerarquía de Atractivos: Jerarquía 3: 10 puntos Jerarquía 2: 3 puntos Jerarquía 1: 1 punto Jerarquía 0: 0 puntos Sumatoria por área	6. Seguridad:* Buena: 3 puntos Regular: 2 puntos Malo: 1 punto Sumatoria por área	8. Servicios Turísticos: Inexistentes: 0 punto Escasos: 1 puntos Regulares: 2 puntos Desarrollados: 3 puntos	10. Estado de las Vías de Acceso a sus principales atractivos: Carretera asfaltada: 10 puntos Carretera afirmada: 5 puntos Trocha carrozable: 1 punto

Fuente: Elaboración propia (2005)

*: sólo se aplica a atractivos de sitio culturales y naturales

Como se puede observar, en el modelo de matriz se consideraron los siguientes aspectos:

1. Cantidad de atractivos que presenta el área.
2. Categorías de los atractivos que presenta el área.
3. Diversidad de categorías de atractivos que presenta el área.
4. Jerarquía de los atractivos.
5. Estado de conservación de los atractivos.
6. Seguridad para visitar los atractivos.
7. Producción de artesanías.
8. Nivel de desarrollo de planta turística en el área.
9. Niveles de calidad en la prestación de los servicios turísticos en el área.
10. Estado de las vías de acceso hacia el área.

1. En cuanto a la cantidad de los atractivos.- A cada área se otorgó un punto por cada atractivo. Al final se procede a la sumatoria del puntaje total del área.
2. En cuanto a la categoría de los atractivos.- A cada área se otorgó un punto por cada una de las cinco categorías de atractivos turísticos. Así pues, se tiene que las categorías de Naturaleza y Cultura reciben tres puntos cada una, en cuanto son éstas las más acordes con la temática del mito Vichama; a la categoría Folclore se concedieron dos puntos; y a Realizaciones Técnico Científicas Contemporáneas y a la categoría de Acontecimientos Programados se les asignó un punto. Luego se procede a la sumatoria del puntaje total del área.
3. En cuanto a la diversidad de categorías.- Resulta evidente la ventaja que presenta un área en la que todas las categorías están representadas, frente a un área que sólo posee atractivos de una o dos de ellas. En ese sentido, a las áreas que ostentan de una a dos categorías se concede un punto; a las que muestran de tres a cuatro categorías se otorgan dos puntos, y a las áreas que poseen las cinco categorías de atractivos se atribuyeron tres puntos.
4. En cuanto a la jerarquía de los atractivos.- Se estableció alto puntaje a los atractivos de mayor jerarquía, lo que implica mayor capacidad de atraer flujos turísticos. A la jerarquía tres se asignó diez puntos; a la jerarquía dos se concedió

tres puntos; a la jerarquía uno se otorgó un punto y a la jerarquía cero, cero puntos. Luego se procede a la sumatoria del puntaje total del área.

5. En cuanto al estado de conservación.- Independientemente de la categoría del atractivo, se evaluó también el estado de conservación del mismo. A un estado de conservación bueno se asignaron tres puntos; a uno regular dos puntos y a uno malo un punto. Luego se procede a la sumatoria del puntaje total del área.
6. En cuanto la seguridad para el visitante.- Este aspecto resulta de particular importancia debido a las características socioeconómicas particulares del norte chico. Cuando el atractivo presenta buenos niveles de seguridad, se le otorgan tres puntos; a niveles regulares corresponden dos puntos, y a bajos niveles un punto. Luego se procede a la sumatoria del puntaje total del área.
7. En cuanto a las artesanías.- Si en el área se producen artesanías se anotan diez puntos.
8. En cuanto a los servicios turísticos.- En esta sección de la matriz, se trata de evaluar el nivel de desarrollo de la planta turística en cuanto a su profusión. Si el área no presenta ningún desarrollo se le califica con cero; si presenta un desarrollo escaso el valor asignado es uno; si presenta un desarrollo mediano la calificación es dos y si es un área con una planta turística desarrollada el valor será tres. Los valores aquí asignados son generales.
9. En cuanto a los niveles de calidad en el servicio.- Los valores son generalizados, producto de la observación durante el trabajo de campo. A elevados niveles de calidad en los servicios corresponden tres puntos; a niveles regulares dos puntos y a niveles pobres un punto.
10. En cuanto al estado de las vías de acceso. A una carretera asfaltada se otorgaron diez puntos; a una carretera afirmada cinco y a una trocha carrozable un punto.

Cabe resaltar que en las categorías segunda, cuarta, quinta y sexta, previamente deben evaluarse y calificarse cada uno de los atractivos del área y obtener la sumatoria de valores.

Al final del proceso, en la columna “Ponderación Final” se anota la sumatoria de todos los valores otorgados al área. La que obtenga un mayor puntaje será considerada como prioritaria.

4.5 Diseño del Circuito Turístico Vichama

Una vez establecida la Zona Vichama, diseñar el circuito turístico se minimiza a la selección y priorización de los atractivos para enlazarlos en un recorrido que tendrá como tema el mito Vichama, considerando tiempos de visita y actividades a desarrollar.

4.6 Lineamientos para la Implementación del Circuito Vichama

Una vez planteado el circuito y sus características, se generan los lineamientos para el desarrollo de la zona como producto turístico, sobre todo a través de la identificación preliminar de proyectos que permitirán la participación de las comunidades locales.

Cabe resaltar, que a pesar de que los lineamientos para el desarrollo de producto se aplican a zonas o áreas turísticas y la puesta en valor se refiere a atractivos, podría presentarse cierta duplicación de labores. En la revisión de la literatura sobre lineamientos para desarrollo de producto se hace alusión a la formulación preliminar de proyectos de ejecución de infraestructura, aprovechamiento y desarrollo de recursos turísticos (puesta en valor) y estudios. Por otro lado, el concepto de puesta en valor trata sobre la acción creativa aplicada al atractivo en los siguientes ejes: actividades recreativas, marketing, infraestructura, desarrollo de producto y recomendaciones generales. Por lo tanto, debe prestarse particular atención para evitar duplicidad de esfuerzos.

4.7 Identificación de micro proyectos de inversión que beneficien a las poblaciones involucradas en el desarrollo del circuito.

La identificación de micro proyectos de inversión que beneficien a las poblaciones involucradas en el circuito, es una parte fundamental en el proceso de diseñar lineamientos para el desarrollo turístico.

La actividad turística en una zona determinada puede llevarse a cabo en la medida que las necesidades básicas (agua potable, alcantarillado, entre otras) y requerimientos específicos (planta hotelera, entre otros) sean cubiertos. La presente investigación plantea que esto puede darse mediante la ejecución de proyectos de desarrollo, de inversión y de investigación que puedan ser manejados en su mayoría por la comunidad local.

Considerando los resultados del proceso de identificación de ventajas competitivas para el desarrollo del ecoturismo en la zona de estudio y en los resultados del inventario turístico, y teniendo en cuenta el perfil del turista nacional, se identificaron los micro proyectos respondiendo las siguientes preguntas:

- ¿Cuáles son las necesidades básicas de la zona de estudio que aún no están cubiertas?
- ¿Cuáles son los requerimientos específicos de la zona de estudio para el desarrollo de la actividad turística?

Las respuestas a estas preguntas se clasificaron en los rubros de infraestructura básica, puesta en valor y estudios, obteniéndose así un listado indicativo de micro proyectos. A partir de este listado preliminar, se seleccionarán aquellos que se consideren factibles de ser manejados por las poblaciones locales.

V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1 Descripción de la Zona de Estudio

1. Ubicación del Norte Chico

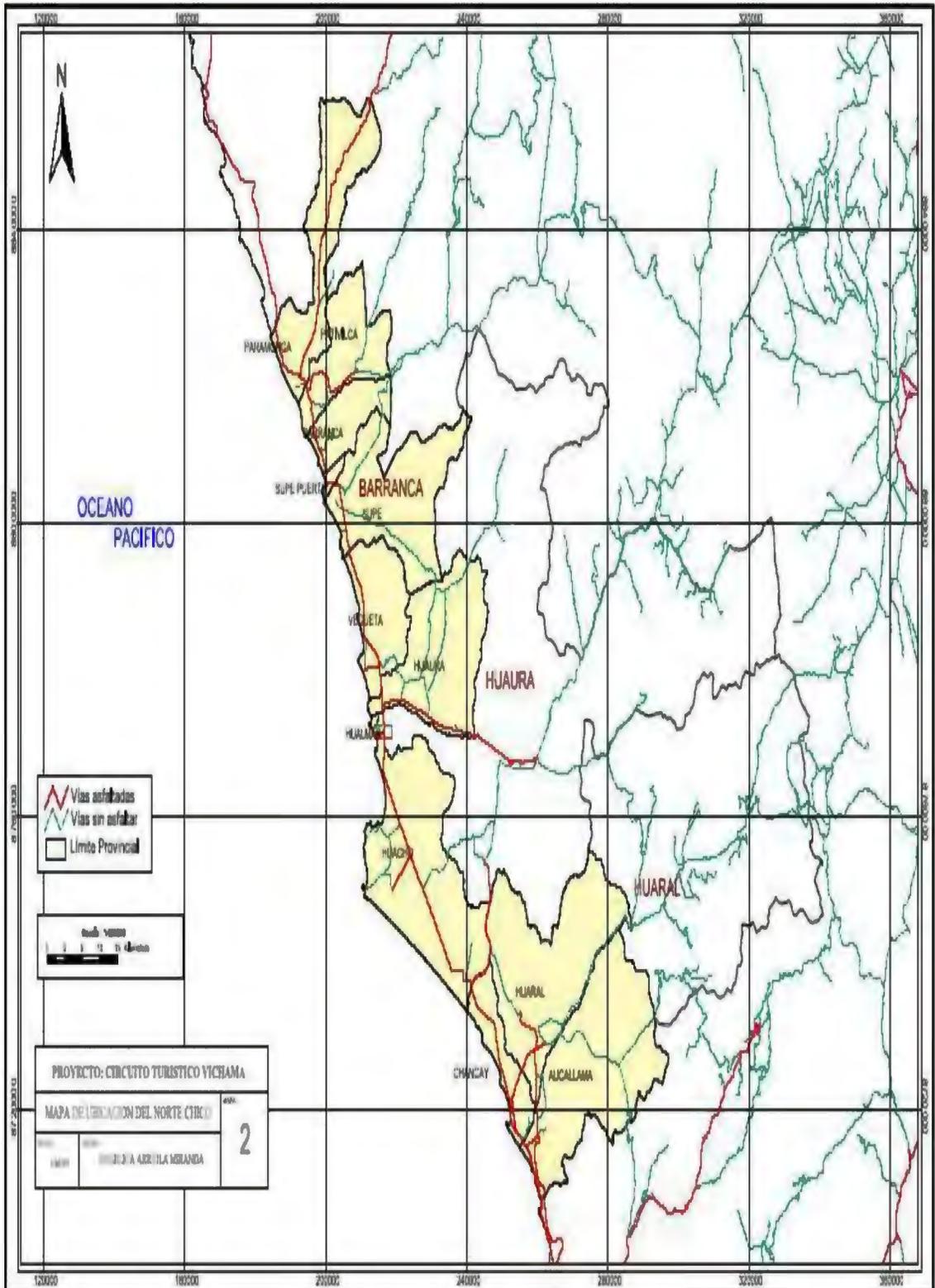
Dada la revisión bibliográfica, se conoce que el termino “Norte Chico” hace referencia a la zona costera comprendida entre el distrito de Chancay por el sur (provincia de Huaral) hasta el distrito de Paramonga por el norte (provincia de Barranca), obedeciendo a las actuales demarcaciones geopolíticas. (MAPA 2).

2. Delimitación de la zona de estudio

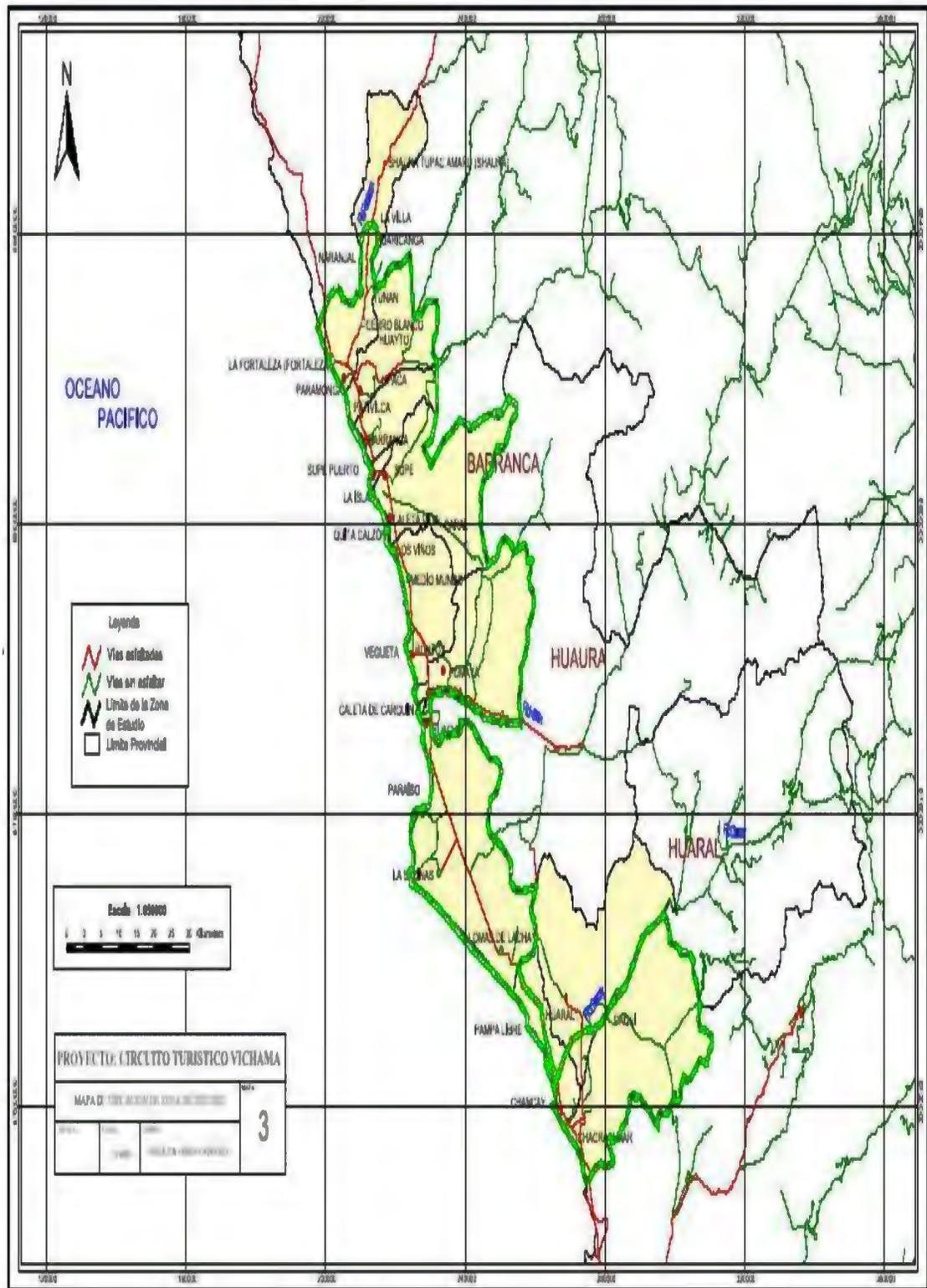
Una vez delimitada el área conocida como “Norte Chico” se procede a ubicar la zona de estudio dentro de este ámbito. En la narración de La Calancha (KAUFFMAN, 1988), la trama se desarrolla entre las localidades de Pachacámac (fuera del Norte Chico), Huaura y Végueta. Asimismo, se nombran las localidades de Huaura, Cupi (Supe), La Barranca, Aucallama, Guacho y Vegueta, en las que el mito de Vichama “*era creído como artículo de fe*”. Se han ubicado y enlazado todos estos puntos, obteniendo una franja que comprende los distritos de Aucallama (provincia de Huaral); Huacho, Huaura, Vegueta, (provincia de Huaura) y los distritos de Supe, Barranca, Pativilca y Paramonga (provincia de Barranca). En el mito no se consideran los distritos de Chancay y Huaral, y tampoco se hace referencia a localidades al interior de los valles, de tal manera que la zona resultante, constituye una línea costera cuya altitud oscila entre los 0 y los 500 metros sobre el nivel del mar.

La zona resultante tiene una extensión aproximada de 4 348 kilómetros cuadrados. Sus coordenadas UTM son: 197 692.60 Este; 8 858 576.87 Sur; 260 398 Este; 8 707 367.44 Sur. En esta zona se registran cinco valles aluviales: el valle del río Chancay, valle del río Huaura, valle del río Supe, valle del río Pativilca y el valle del río Fortaleza. Limita hacia el oeste el Océano Pacífico y hacia el este con las primeras estribaciones andinas. Como se observa en el mapa, las localidades identificadas a partir del mito, tienen la constante de ubicarse al margen de los principales ríos de la zona y son casi equidistantes con referencia al mar. (MAPA 3).

2. MAPA DE UBICACIÓN DEL NORTE CHICO



3. MAPA DE UBICACIÓN DE LA ZONA DE ESTUDIO SEGÚN EL MITO VICHAMA



5.2 Resultados del Inventario Turístico de la Zona de Estudio

El inventario turístico constituye un valioso insumo para la evaluación del potencial que presenta la zona para el desarrollo del ecoturismo.

5.2.1 LOCALIZACIÓN Y REGISTRO DE LA INFORMACIÓN

La investigación bibliográfica, permitió la realización de un listado de atractivos de nivel inicial que cuenta con una planoteca, fototeca y un archivo de artículos periodísticos y de documentación complementaria, verificado durante el reconocimiento de campo. A continuación se presenta este listado verificado de atractivos turísticos de la zona de estudio.

5.2.1.1 *Inventario de Atractivos Turísticos de la Zona de Estudio*

A. PROVINCIA DE HUARAL

A.1 Distrito de Aucallama

Recursos Turísticos

- Iglesia de la Virgen del Rosario

Es la segunda Iglesia de Aucallama. Data de 1555 y se ubica en el perímetro de la plaza de Armas de Aucallama. En esta iglesia se encuentra la imagen de Nuestra Señora del Rosario, la Virgen más antigua de la provincia, obsequiada por el Rey Carlos V de España. Su existencia fue registrada por el cosmógrafo Cosme Bueno en 1764, quien dice al respecto: "el quinto curato es el de Aucallama, fundado en 1551. En este pueblo se encuentra una milagrosa imagen de Nuestra Señora del Rosario, que con sus ornamentos envió el Señor Carlos V". La iglesia es de corte neoclásico, construido en adobe. En el altar de la iglesia se encuentra la Virgen del Rosario, que, con la Virgen Dolorosa de Chancay y la Virgen Dolorosa de la Candelaria en la ex - hacienda La Huaca fueran enviadas por el Rey Carlos V. En el altar se encuentra los restos del Marqués de Casoboza, quien fuera dueño de la ex - hacienda Boza.

- **Pisquillo**

Este sitio arqueológico se ubica en la localidad de Pisquillo a unos cinco minutos del mismo. La carretera es trocha carrozable. Pisquillo constituyó una gran ciudadela. Esta zona arqueológica presenta muy mal estado de conservación. La primera zona se encuentra bastante deteriorada; se pueden observar restos óseos, y fragmentos de ceramios y textiles. La segunda zona se encuentra en regulares condiciones y aún conserva los muros de adobe.

B. PROVINCIA DE HUAURA

B.1 Distrito de Huacho

Recursos Turísticos

- **Malecón Roca**

Es un largo malecón sobre la playa, ordenado, bonito y limpio. Hacia el final hay una bajada vehicular a los restaurantes y piscinas que se encuentran a nivel del mar. La playa es ancha. La temperatura media anual es de 18.2°C.

- **Tambo de Huaura**

Situada a la salida de Huacho en dirección a Lima. Constituida por amplios recintos rectangulares a base de adobes gruesos y rodeados de estructuras de carrizo. Pertenece al período incaico.

- **La muralla de Mazo**

Situada al norte de Huacho. Fue una extensa muralla de barro que partía de Végueta hasta la zona de Acaray, debió servir como muralla de protección a los ayllus de Huaura.

- **Fortaleza de Huacho**

Situada en la cumbre cerca al tambo de Huaura, conformada por murallas de piedra con parapetos (barandas) similares a las de Acaray pero con dimensiones más reducidas.

- Cerro Colorado
Es una extensa necrópolis (cementerio) ubicada al sur de Huacho, fue ocupada por la cultura Chancay aunque presenta ocupaciones posteriores.

- Playa Chica
Necrópolis situada al sur de Huacho junto a la playa “Albúfera del Paraíso”. Existen numerosas tumbas de la época pre-cerámica.

- Playa Colorado
A la altura del kilómetro 149 de la carretera Panamericana Norte. Empieza como un callejón entre el cerro alto y el mar, y acaba en una playa muy ancha donde también aparecen restaurantes pero en menor número que en la Playa de Hornillos.

- Playa El Paraíso
A la altura del kilómetro 135 de la Carretera Panamericana Norte. Algunos la llaman así por la laguna y porque de la Panamericana se encuentra un letrero enorme y notorio que dice “Playa Paraíso”.

- Playa de Puerto Viejo
A la altura del kilómetro 135 de la carretera Panamericana Norte. Otra playa a la que muchos llaman Playa Paraíso, incluyendo el Instituto Geográfico Nacional. Es una playa grande, casi recta y que tiene una gran explanada por donde pasa el camino. Por toda la zona hay altas señales de fierro que sirven para que los buques de la marina puedan realizar sus prácticas de desembarco anfibio. Se pueden encontrar lugares de pesca como: - El Muelle (hay unos islotes, que se encuentran en fila como si fuera un muelle de piedra) - Quita Cordel (muchos canales y túneles) - La Tampera - El Pozo de la Tampera.

- Playa La Herradura
A la altura del kilómetro 135 de la carretera Panamericana Norte. Es una playa curva de arena, con un mar muy tranquilo. Empieza como

callejón y termina con un pampón marcado tajantemente con un alto muro. Bonita playa, al final de una linda zona de playas escondidas y tranquilas, aunque ventiladas por la tarde. Hasta aquí llega un camino de tierra-arena dura, en donde para acceder se necesitan autos de doble tracción.

- **Albufera de Playa Chica**

A la altura del kilómetro 149 de la carretera Panamericana Norte. Hermosa laguna de origen marino y a la vez alimentada con aguas de la irrigación Santa Rosa. Laguna de agua salobre con muchos juncos y presencia de varias especies de aves. Esta laguna se forma especialmente en épocas de marea de sicigias protegida por la barrera de arena que se forma. Desaparece por ratos, convirtiéndose en pantano, y al final aparece dejándole a la playa apenas una estrecha calle de arena entre el mar y la laguna. Una de las aves que utiliza estas lagunas es el charrán Ártico, que viene desde Francia y recorre nada menos que 35,000 kilómetros antes de aterrizar aquí. De la misma manera, muchas otras aves utilizaban este oasis para retomar fuerzas antes de continuar su vuelo, aunque otras aves como las garzas y las gallaretas residen en forma permanente en estos espejos de agua. Existe gente de la cooperativa José Olaya que llega aquí para extraer el junco que luego utilizan para fabricar canastas y esteras.

- **Hacienda La Humaya**

En el valle de Huaura, antigua propiedad de los jesuitas, posteriormente perteneciente a la familia Salinas y en la actualidad propiedad de una cooperativa, ha sido abandonada y está a punto de desaparecer.

Atractivos Turísticos

- **Museo de Arqueología Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión de Huacho**

Se muestran restos antiguos de las civilizaciones que habitaron el valle de Huaura y en especial de la zona de Huacho. En sus vitrinas se exponen objetos de arte cerámico, tejidos, artefactos de madera,

utensilios metálicos, restos óseos (deformaciones y patologías), momias con tatuajes, fardos funerarios, instrumentos de producción, figuras antropomorfas (cuchimilcos), restos alimenticios e instrumentos musicales. El museo conserva objetos de la época precerámica (6000 años antes de nuestra era) hasta restos de la época inca.

Este museo fue fundado el 7 de noviembre de 1987 como resultado de las investigaciones arqueológicas fomentadas por la Universidad José Faustino Sánchez Carrión de Huacho para el estudio de las sociedades del valle de Huaura y su área de influencia. Su fundador y primer director fue el Dr. Arturo Ruiz Estrada. El museo está ubicado en la calle San Román 244 en Huacho. En los últimos meses el museo sufrió un importante robo de piezas.

- **Playa de Hornillos**

A la altura del kilómetro 149 de la carretera Panamericana Norte. Playa curva de arena, flanqueada por peñas. El mar es calmado pero con olitas. En toda su semicircunferencia pegada al cerro hay restaurantes para la estación, en donde podemos encontrar un pequeño malecón arreglado con flores y una bajada con escaleras de cemento. Si se trata de pescar hay que subir y bajar de nuevo el cerro a la zona de peñas llamadas - El Rincón - San Telmo - El Huaicho - El Botecito - La Bajada de los Pedrones.

- **Gastronomía**

Cebiche de pato, Sopa huachana, Salchicha rellena, Jerry de pato.

B.2 Distrito de Carquín

Ubicado a dos kilómetros al noroeste de Huacho, en la desembocadura del río Huaura, a 25 metros sobre el nivel del mar.

Recursos Turísticos

- **Caleta Carquín**

A la altura del kilómetro 149 de la carretera Panamericana Norte, tomar el desvío que lleva hacia el distrito de Huacho para luego desviarse hacia el norte por carretera afirmada de dos kilómetros. La playa es una ensenada que va perdiendo las piedras hasta pasar a ser totalmente de arena. Al principio del poblado, por la costa, hay unas fábricas grandes con tubos de desagüe clavados en el mar y que sirven también para hacer ingresar el pescado desde las chatas en el mar, que son una especie de acopiadoras que bombean el pescado a la fábrica luego de ser depositado allí por las bolicheras. Playa caleta en donde hay numerosos botes y arriba un poblado grande, con casas modestas y una iglesia.

- **Punta Carquín**

A la altura del kilómetro 149 de la carretera Panamericana Norte, tomar el desvío que lleva hacia el distrito de Huacho para luego desviarse hacia el norte por carretera afirmada de dos kilómetros. Esta punta abriga a la caleta de mismo nombre constituido en un llano. Esta punta es grande, escarpada, árida y su alto cerro está poblado. Sin embargo un trecho se introduce en el mar. No hay playa en sus lados pero si lugares de pesca, como por ejemplo - Pintero - Ondable - Charabolo - Volantín - Patillo - Potrero – Chuncho.

Atractivos Turísticos

- **Festividades**

Fiesta de San Pedro: 29 de junio

Santa Cruz del Calvario: 24 y 25 de febrero

La Purísima Concepción: 8 de diciembre

Virgen de Guadalupe: 12 al 14 de diciembre.

- **Gastronomía**

Charquicán de pescado

B.3 Distrito de Huaura

Recursos Turísticos

- **Fortaleza de Acaray**
Ubicada en la margen derecha del río Huaura. Es un vasto conjunto de cumbres fortificadas a base de extensos muros de piedra, su ocupación se remonta a 680 a.C.
- **Huilcahuaura Antigua**
Conjunto monumental ubicado a 12 kilómetros al este de Huaura. Conserva edificaciones de adobe y destaca principalmente una pirámide trunca con rampa central y recintos en la plataforma superior. Fue ocupada desde épocas Huari.
- **Hacienda Rontoy**
Aunque levantada en este siglo y en el valle de Huaura, en la costa, la capilla de la hacienda Rontoy incorpora elementos tradicionales de la arquitectura serrana. Hacienda donde residió el Padre Mexicano Fray José F. de Guadalupe Mujica. Cuenta con una iglesia colonial; piletas construidas con losetas venecianas; cascadas; mini central hidroeléctrica; la casa grande rodeada de una pequeña laguna, 3 patios llamados “Los Naranjos” y un cementerio familiar con apariencia de castillo medieval.

Foto 2. Hacienda Rontoy



Foto: C. Espinoza, (2004).

- **Pueblo de Rontoy**

Ubicado a tres kilómetros de Huaura, en él encontramos el hermoso templo de “San José”, de estilo andaluz. Poseedor de un paisaje encantador.

Foto 3. Campiña de Rontoy



Foto: C. Espinoza, (2004).

- Capilla de la Virgen del Carmen

Una de las fiestas religiosas de mayor tradición en el Perú y de mayor trascendencia en el fervor católico es la de la Virgen del Carmen. Coinciden los historiadores que allí donde se instauró su culto, se pretendía sofocar algún importante oráculo prehispánico considerado como demoníaco. A continuación la transcripción de algunos fragmentos de la historia difundida y propagada por sus devotos a través de afiches y devocionarios.

“Una de las monjas que vino desde Italia visitó guacho allá por 1647, según refiere la tradición fue a Huaura y en momentos en que estaba pasando el puente antiguo estando por llegar al lado opuesto o sea la otra orillase rompió la soga que sostenía el puente y en un instante que la religiosa se precipitaba al vacío su ropa quedó enganchada de casualidad quedando suspendida a escasas pulgadas del pasamanos. Ella desesperada por salirse imploró a Dios por su vida en medio de la desesperación vio claramente como una linda señora se encontraba parada a la orilla del lado opuesto, y al mismo tiempo inclinándose le dio la mano y tirando de ella suavemente logró levantarla y salvarle la vida, tal como la agraviada rogaba. Una vez que estuvo de retorno, en la capital o ciudad de los virreyes se dio que quien su valiosa ayuda en momentos que realmente lo necesitaba no era sino otra que la Virgen del Carmen. Por tal motivo comisionó a ciertas personas para colgar una cruz en un lugar de los hechos, pero resulta que en Huaura había ya, muchas personas que juraban haber visto en diversas oportunidades a una señora muy bonita con un niño en los brazos. Se aparecía dentro de la gruta. Se le construyó una capilla a base de erogaciones, después más de 300 años, y con la gran colaboración del entusiasta padre Manrique se hizo la bonita Iglesia que conocemos en la actualidad. Fue necesario hacer perforaciones en la roca para no tener ninguna clase de problemas, por tal motivo de la impresión de que la edificación estuviera en la punta del cerro.”

Su fiesta se celebra cada 15 de julio y es una de las más importantes del norte chico. Cabe resaltar que la forma de aparición de la Virgen

del Carmen, y su representación sobre la roca madre del cerro, es un recurrente en las prácticas católicas peruanas que evidencian un fuerte sincretismo religioso. Se trataría de la transculturación de la adoración de la roca o apu a la adoración de la Virgen. Casos similares son los del Señor del Qoyllur Rit'i y el Señor de Huanta en el Cusco. La entronización de la imagen de Jesús, de la cruz y de las vírgenes en la cultura cusqueña corresponde a un proceso diverso y complejo. Estas imágenes tienen una ubicación estructural en la cosmovisión cusqueña, de modo que antes de representar la ortodoxia católica, reproduce lógicas simbólicas que corresponden a la cultura andina. La Virgen del Carmen es un ejemplo claro: la Virgen (imagen) es entronizada a función andina de deidad (apu) mediante su entronización en roca de la imagen cristiana (Huaca). (OLIVAS, 1999).

Foto 4. Capilla de la Virgen del Carmen



Foto: C. Espinoza, (2004).

- **Río Huaura**

A la altura del kilómetro 152 de la carretera Panamericana Norte. Tiene sus nacientes en el nevado Raura, al noreste de la Provincia Limeña de Cajatambo, en los límites departamentales de Lima, Huanuco y Pasco. Su cuenca es de aproximadamente 4 400 kilómetros cuadrados. Su descarga máxima conocida es de 100

metros cúbicos/segundo y la mínima es de siete metros cúbicos/segundo. Su cauce atraviesa un canal de piedras del tamaño de una sandía. El río Huaura es considerado como de descarga permanente, aún cuando no es caudaloso. En su curso superior, cerca a sus nacientes está el conocido paso de Oyón, una de las principales rutas aéreas hacia el oriente peruano. En su valle medio están las famosas aguas termo-medicinales de Churín, poblado que posee una buena infraestructura hotelera para la atención de visitantes. En su curso bajo y cuando atraviesa la costa, el Huaura forma un importante valle agropecuario de agricultura diversificada intensiva, predominando el maíz, algodón, frutales y pan llevar. En su desembocadura está la ciudad de Huacho, importante centro urbano de la costa central del Perú, y la histórica ciudad de Huaura, en donde se conserva aún la casa desde cuyo balcón don José de San Martín proclamó la Independencia del Perú. Actualmente, la ciudad de Huaura está casi unida a la de Huacho, con la que forma una sola unidad urbana.

Atractivos Turísticos

- Museo Monumental de la Municipalidad Distrital de Huaura
Exhibición de piezas históricas del período republicano con la bandera del Libertador, mobiliario, archivo con documentos históricos, fotos. También se exhibe cerámica prehispánica de las zonas de Acaray y Rontoy.
- Iglesia de San José
Fue levantada por la congregación de los jesuitas en el año de 1730, guarda en su interior valiosas esculturas talladas en cedro de Nicaragua y una valiosa pila de cobre.
- Plaza de Armas
En el centro se encuentra un monumento en honor al General Don José de San Martín, obra del escultor Joaquín Ugarte y fue realizada por la hermana nación de Argentina. Esta hecho de bronce y fue inaugurada el 10 de diciembre de 1974.

Foto5. Plaza de Armas



Foto: C. Espinoza, (2004).

- Casa Memorial del General Don José de San Martín (museo de sitio)
Aquí se ubica el “Balcón de Huaura” desde el cual se proclamó por primera vez la Independencia del Perú, ocho meses antes del 28 de julio de 1821.

Foto 6. Balcón de Huaura



Foto: C. Espinoza, (2004).

- Campanas de la Libertad
Ubicadas en la Plaza de Armas.

Foto 7. Campanas de la Libertad



Foto: C. Espinoza, (2004).



Foto: C. Espinoza, (2004).

- Gastronomía
Guinda: licor
- Festividades
Fiesta Patronal de la Virgen del Carmen: 16 de julio

B.4 Distrito de Végueta

Recursos Turísticos

- Playa Los Viños Chico
A la altura del kilómetro 175 de la carretera Panamericana Norte. Playa casi recta de arena, al principio encontramos peñas semienterradas llamadas Pasacadena y al final en la separación con Los Viños Grandes (otra playa que comparte su orilla) se encuentran otras peñas llamadas El Gigantón. La playa es muy ancha, de mar movido y desierto atrás, aunque luego aparecen zonas de cultivo.

- **Playa Los Viños Grande**
A la altura del kilómetro 175 de la carretera Panamericana Norte. Llamada también Playa de Medio Mundo. Gente de la zona viene a esta bonita playa. Tras las peñas se ubican unos restaurantes de esteras y cabañas de propiedad de una empresa de la zona.
- **Playa Chica**
A la altura del kilómetro 168 de la carretera Panamericana Norte. Llamada también Playa Atahuanca. La playa tiene una extensión aproximada de cinco kilómetros y medio. Es una ensenada grande de arena, piedras detrás y mar ordenado, que recorre paralelamente entre el océano, una albufera de menor tamaño que la de Medio Mundo que varía debido a las filtraciones y al estado del mar cuando hace sobrepasar el agua sobre la barrera de arena en las mareas sicigias; encontrándose además aves y totorales. La playa toma el nombre de la laguna del medio y tiene la forma de una bahía abierta. Al inicio de esta playa hay un cerrillo de piedras entre la laguna y la arena.
- **Playa Tambo de Mora**
A la altura del kilómetro 158 de la Carretera Panamericana Norte. Pequeña playa de arena, curva y estrecha haciéndose lugar entre el cerro y el mar. Lugar preferido por los vegetanos que pueden observar la playa desde el alto y delgado obelisco construido en la playa. Este obelisco representa el desembarco de la Expedición Libertadora, y debido a este monumento la playa a veces recibe el nombre de Playa Obelisco.

Foto 8. Playa Tambo de Mora



Foto: C. Espinoza, (2004).

- Playa Centinela

A la altura del kilómetro 154 de la carretera Panamericana Norte, tomar el desvío hacia la playa de 5.5 kilómetros. La playa es una sola y es de gran importancia para los tablistas que la visitan con frecuencia que aprovechan las buenas condiciones que ofrece sus olas. Las bien formadas olas se acercan a la playa luego de golpear suavemente la orilla.

- Caleta Végueta

A la altura del kilómetro 163 de la carretera Panamericana Norte. Desviarse hacia la playa tomando un camino hacia el sur de unos tres kilómetros aproximadamente. Esta caleta es desabrigada y estrecha, dejando sentir los efectos del mar de leva. Hacia la parte media de la caleta y a 400 metros de la playa, las profundidades son de nueve a quince metros y frente a la playa de arena, hay una gran peña llamada Sacán. En el extremo sur de la caleta hay varias rocas que emergen produciendo rompientes. Es probable que esta zona del mar se encuentre rocas sumergidas peligrosamente. La playa que tiene esta caleta es pedregosa, sus fondos son de arena, limpia y segura. Hay unas casas y un par de tiendas, ya que el pueblo se encuentra un poco

alejado de la orilla. Además se puede encontrar unos cuantos botes en la orilla y pocas embarcaciones mayores.

- **Isla Don Martín**

Recibe dicho nombre por Martín Pizarro, intérprete indio de Pizarro, que fue uno de los encomenderos de la zona. Esta isla esta a un kilómetro de la Caleta Végueta y a 15 minutos de travesía. Tiene 80 metros de alto por 50 metros de ancho, su color es blanquecino debido al guano de las aves marinas y su contorno es limpio de piedras. Isla de gran tamaño, de cerro alto y muy guaneado. Aquí opera una empresa de guano (dependiente de Pesca Perú) que lo extrae por ser de buena calidad, tiene guardianía permanente y esta dotado de muelle y varias edificaciones. En toda la isla cruzan caminos usados para recoger el guano.

Foto 9. Isla Don San Martín



Foto: C. Espinoza, (2004).

- **Isla Lobillos**

Más pequeña que la Isla Don Martín, con cima plana y flancos verticales. Su color es blanquecino debido al guano de las aves marinas, igualmente se extrae el guano que es de buena calidad. No tiene guardianía ni edificaciones debido a su reducido tamaño.

- **Tradición de San Juan Bautista**

Esta festividad se realiza el 24 de junio. Se dice que en el siglo XVIII al pasar un barco que contenía imágenes religiosas con destino al Callao se detuvo súbitamente frente a las costas de Végueta, entonces se bajaron imágenes sucesivamente pero el barco seguía inmóvil, al bajar la imagen de San Juan Bautista la embarcación siguió su camino.

Atractivos Turísticos

- **Albufera de Medio Mundo**

A la altura del kilómetro 175 de la carretera Panamericana Norte. Es una laguna de agua salada (o salobre) muy larga de casi ocho kilómetros y 0.5 kilómetros de ancho, de color verde suave, que se creó hace 25 años por las filtraciones que se produjeron a causa de la irrigación de San Felipe. Sus aguas son un poco calientes a comparación del mar además que juncos y totorales enmarcan esta inmensa masa de agua dulce. Esta laguna está poblada de diversas especies de aves como las garzas, patos, pelícanos, gaviotas y brujillos; encontrándolas entre los totorales alrededor de la laguna Hay una asombrosa cantidad de garzas reales que anidan y revolotean encima de los totorales. Los rojizos patos colombianos, gallaretas, cormoranes y zambullidores también se encuentran a sus anchas y no les falta comida, porque la albufera alberga a cinco especies de peces: lisas, carpas, pintadillas, cachuelas mojarra. Es una zona protegida por el Estado y restringida para ciertas actividades como caza, motor fuera de borda, entre otras. A solo 100 metros revientan las olas del océano ya que la playa y la albufera corren paralelas. Se puede observar un pequeño muelle roto, en donde se posan gaviotas y patos silvestres; además de contar con restaurantes y un albergue del municipio (siendo administrado ahora por una empresa de turismo). Se puede acampar, bañarse y el lugar es ideal para observar aves, también alquilan botes, kayaks y catamaranes.

Foto 10. Albufera de Medio Mundo



Foto: C. Espinoza, (2004).

Foto 11. Albufera de Medio Mundo



Foto: C. Espinoza, (2004).

- Tejidos de junco
Generalmente realizadas por mujeres de esta localidad. Fabrican sombreros, bolsos, entre otros artículos de diversos colores.

Foto 12. Tejidos de junco, Végueta.



Foto: C. Espinoza, (2004).

C. PROVINCIA DE BARRANCA

C.1 Distrito de Supe

Recursos Turísticos

- **Pueblo de Supe**

Está ubicado a cuatro kilómetros al sur de Supe Puerto, a la altura del kilómetro 186 de la Panamericana Norte. Su nombre original fue Súpac, palabra que viene del acervo lingüístico Chimú. En sus alrededores se levanta la huaca Chimú Cápac. Pequeñas casas alrededor de una placita anuncian al balneario que lleva el apellido de Francisco Vidal Laos, quien declaró la independencia de Supe, en 1819 y que luego llegó a ser general del Ejército Peruano. La playa es tranquila porque una saliente rocosa que mira hacia el océano, denominada Punta La Viuda (desde allí se esparcieron parte de las cenizas de la pintora supana Tilsa Tsuchiya), obliga a las olas a llegar mansas a la orilla.

- **Plaza de Armas**
Centro de simbolismo patrio, donde se yergue un hermoso monumento de granito en memoria del general de división Don Francisco Vidal Laos, quien fue héroe de Valdivia, prócer de la Independencia Nacional y Presidente de la República, fue también el primer soldado del Perú.
- **Caleta Vidal**
Nombrada así en homenaje al patriota supano Francisco Vidal, quien joven se embarcó en la escuadra de Cochrane y se distinguió por la captura de Valdivia, al sur de Chile. Vidal llegó a ser General del Ejército Nacional. Hay una ensenada abierta a lo largo de la cual aparece la vegetación del Valle de Supe y al fondo el Ingenio y unos edificios de la Hacienda San Nicolás; por donde esta ensenada pronuncia un seno hacia el centro llamándola caleta Vidal. Una población de modestas casas que se mantienen a cierta distancia de la orilla. La playa más usada es la que se encuentra pegada al cerro contando con restaurantes de ramadas y torre de salvataje. Hay algunas peñas en la orilla. Tras una saliente que no llega a cerrar la playa, existe una mini playita donde los pescadores de la caleta varan sus pequeños botes.
- **Playa Quitacalzón**
A la altura del kilómetro 178 de la carretera Panamericana Norte. Es una playa curva de arena, que es muy estrecha en la orilla y muy ancha hacia atrás, aunque partida por un alto cerro. Se pueden encontrar cuevas y túneles en esta bonita y escondida playa.

Atractivos Turísticos

- **Sitio Arqueológico de Caral**
A la altura del kilómetros 158 de la carretera Panamericana Norte, tomando una vía semi-afirmada que recorre 23 kilómetros para llegar al sitio arqueológico, se emplaza el sitio arqueológico de Caral ocupando un área de 65 hectáreas aproximadamente. Se han identificado seis estructuras piramidales, templos, sectores

residenciales, plazas públicas, anfiteatros, almacenes, un coliseo circular, tumbas, altares y calles. La evidencia material asociada al lugar hace suponer que en determinado momento la ciudad albergó alrededor de 3000 habitantes. La mayoría de los edificios se hallan todavía cubiertos con los escombros de las paredes y derribados por el paso del tiempo. Las edificaciones siguen un patrón urbano determinado. (PROMPERU, 2003)

- Gastronomía

Platos a base de pescados y mariscos

Tamales: A base de maíz con carne y manteca de cerdo.

Cebiche de pato

Meneao de pavo

Chicha de maní y de jora

Tacu tacu de mariscos

Pollo al cilindro

Alfajores con manjarblanco tieso con miel

Chancaquitas olímpicas

- Festividades

Fiesta de la Santa Patrona María Magdalena: 22 de julio, siendo el tercer domingo de agosto la fiesta mayor

Fiesta de San José: 19 de marzo

Virgen de Fátima: 13 de mayo

Santo Sepulcro: Viernes Santo

Fiesta del Señor del Triunfo: Domingo de Ramos

Virgen del Perpetuo Socorro: último domingo de junio

Virgen del Carmen: 16 de julio

San Martín de Porres: 5 de noviembre

C.2 Distrito de Puerto Supe

Recursos Turísticos

- Playa La Isla, Isla Faraón o El Amor.
Considerada como la playa más hermosa del litoral, tiene forma de doble U; aunque la U norte es bastante abierta, la forma de la orilla se debe a una gran isla cercana llamada Isla Señil; a la que se puede llegar a pie teniendo cuidado al final en donde se encuentran unos pozos profundos entre las peñas. Sin embargo la U sur tiene un mar ordenado y una olita pequeña adonde llegan mucho veraneantes de la zona, existiendo varios restaurantes de ramada durante el verano.
- El Puerto
Importante por las valiosas provisiones que brindó a la expedición del almirante Lord Tomás Cochrane. Se embarcaron buen número de cabezas de carneros, reses, azúcar y otros insumos de importancia para abastecer al ejército dirigido por el General Don José de San Martín.
- Punta Supe
Una punta muy larga y constituye buen punto de referencia para recalar al puerto de Supe, ya que es un accidente de aspecto grueso, no tiene gran altura, sus flancos son todos acantilados y con peñas. Sobre su cumbre se encuentra instalado el faro que lleva el nombre del puerto, el cual es de destellos blancos, montado sobre una torre de concreto, pintada de franjas horizontales de azul y amarillo. Las casas más cercanas a la orilla son muy pintorescas, antiguas y de madera. El resto de casas son muy modestas.
- Punta Áspero y Sitio Arqueológico de Aspero
Lugar de asentamiento temprano de los primeros peruanos. Una punta larga y de altos acantilados con varios puntos de pesca en las peñas como por ejemplo - Pesquero La Genoveva - Callejón La Oreja de Burro (hay un largo y profundo callejón de agua) - Pesquero El

Barretero (peña larga y chata hacia el final de la punta) - Pesquero
Tiro Alto (peñas grandes desde donde se pesca con cordel) - Piedra
Blanca - Dos Cruces - El Fraile - Las Mesas.

Festividades

- Fiesta de San Pedro. Patrón de los pescadores, se celebra el 29 de junio de todos los años. Al santo se le pasea en lancha sobre las tranquilas aguas frente al muelle.
- Fiesta del Señor de los Milagros. En el mes de Octubre. Se realizan peleas de gallos.

C.3 Distrito de Barranca

Recursos Turísticos

- Playa Colorado
Playa de arena, de curva más abierta y de mar mucho más bravo. Es ancha y la orilla es inclinada. Hacia el lado norte de esta playa, pegado al cerro Colorado, hay una piscina recién inaugurada y la gente de Barranca esta construyendo restaurantes de ramada haciendo de esta playa un nuevo balneario. La playa colorado esta unida a Puerto Chico por una especie de abra entre los cerros.
- Gruta de la Virgen de Lourdes
Situada al frente del balneario de Chorrillos, permanece altiva a pesar del suelo fangoso que la rodea. Al acercarse a ella da la impresión de ser un templo empequeñecido que en su interior guarda la sagrada imagen, cuya mirada conmueve al visitante.
- Parroquia de San Ildefonso
Ubicada en la plaza de armas, por su antigüedad, su arquitectura es motivo de admiración.

Foto 13. Parroquia de San Ildefonso



Foto: C. Espinoza, (2004).

- Mirador de Barranca en el Cerro Colorado “Cristo Redentor”
Cerro bastante alto y largo; de escasa altura de flancos acantilados, rodeada de piedras visibles y con dos farallones en su parte extrema. Arriba se puede encontrar una cruz de cemento que sirve de mirador, se puede acceder caminando bordeando las peñas casi hasta la punta, donde hay un enorme boquerón e incluso se accede en auto.

Atractivos Turísticos

- Playa Chorrillos
Considerada la mejor playa. Es conocida así por los muchos “chorrillos” de agua que brotan del inclinado terreno. Está a cinco minutos del centro de la ciudad al lado norte del Balneario de Barranca, en donde se encuentra numerosas casas antiguas (algunas de más de 100 años), restaurantes, una piscina de gran tamaño (no se llena totalmente debido a que se rajó hace 15 años) y un parque. El mar es relativamente movido y su balneario muy pintoresco. Hay una

escalera de cemento que va a la ciudad, la cual se encuentra en la parte alta de la costa barrancosa que rodea la bahía.

Foto 14. Playa Chorrillos



Foto: C. Espinoza, (2004).

- Playa Puerto Chico
Caleta y balneario; el mar es tranquilo y es el preferido por la gente de Barranca. Hay un poblado de casas modestas y restaurantes de ramadas en el verano, siendo el más popular el Malabú. Al final de la ensenada se puede encontrar diversos botes y chalanas de los pescadores del lugar.
- Gastronomía
El meneao de pavo. A base de harina de maíz, manteca, ají amarillo y carne de pavo. Sólo se sirve en fiestas religiosas y compromisos familiares.
Cebiche de pato
Jerry de pato
Tacu tacu de mariscos
Pollo al cilindro

C.4 Distrito de Pativilca

Recursos Turísticos

- **Río Pativilca**

Tiene sus orígenes en los glaciares meridionales de la cordillera Blanca, nevado de Picscapacha (cerca del río Pucha) en la provincia de Bolognesi, departamento de Ancash. Nace de la confluencia de los ríos Shigra y el Pichcaragra, cerca del poblado de Pachapaqui. Durante su recorrido recibe como afluentes de la margen izquierda a los ríos Cóndor, Llamac y Huampay; y por la margen derecha a los ríos Yanayaco, Llacllán y Huanchay; llegando hacia el sur hasta el límite con el departamento de Lima. Sus aguas, alimentadas con la fusión de glaciares, mantienen un caudal importante para un río de la vertiente pacífica, inclusive en el largo período de estiaje. Su cuenca es de aproximadamente 4850 kilómetros cuadrados. Su descarga máxima ha llegado a 413 metros cúbicos/segundo y la mínima es de 12 metros cúbicos/segundo. Tiene una longitud de 24 kilómetros. Desemboca al sur de la ciudad de Pativilca, formando un extenso valle costanero ocupado totalmente por pequeños agricultores que realizan una intensa actividad agropecuaria, con cultivos diversificados. En su valle y cerca de su desembocadura está la ciudad del mismo nombre. Forma numerosas lagunas contenidas por un cerro de piedras que el mar arrima contra él, consiguiendo pasar con esfuerzo por un boquerón abierto entre las piedras o también por debajo de ellas. Es un río de aguas permanentes, aumentando su caudal en las épocas de lluvias de la sierra (enero a abril).

Foto 15. Río Pativilca



Foto: C. Espinoza, (2004).

Atractivos Turísticos

- **Casa Museo Simón Bolívar**

Constituye un testimonio histórico de primer orden. Fue ocupada por el libertador durante su permanencia en la costa norte. Dentro encontramos un museo que posee valiosos objetos, muebles y oleos del pintor neoacadémico Daniel Hernández. Allí también podemos apreciar maquinas de imprenta de el diario “El Peruano” de 1823, fundado por Simón Bolívar. Actualmente, el Proyecto Arqueológico Norte Chico ha preparado en las instalaciones del museo una Sala de Historia Antigua del Norte Chico, en donde se muestran evidencias arqueológicas pertenecientes a la región.

- **Gastronomía**

Chupe de yuyos. Plato típico de este pueblo, está hecho a base de queso, leche, papas, choclo y yuyos.

Camarones

- **Festividades**

Fiesta de San Jerónimo. Se celebra en el mes de octubre.

C.4 Distrito de Paramonga

Recursos Turísticos

- **Río Fortaleza**

Nace en la Cordillera Negra, en la provincia de Recuay, departamento de Ancash. Hace su recorrido inicial de este a oeste desde el poblado de Pillocancha hasta el de Chancayán, para luego dirigirse al suroeste internándose en el departamento de Lima para desembocar en el Océano Pacífico. Durante su recorrido por la provincia de Bolognesi recibe como afluentes por la margen izquierda al río Purísima y al riachuelo San Marcos. Después de un recorrido interandino a lo largo de imponentes cañones, penetra en la costa y forma un valle agrícola de importancia. Su cuenca es de aproximadamente 2300 kilómetros cuadrados. La variación de su caudal es grande y en época de estiaje sus aguas no llegan al Pacífico. Desemboca al norte de Pativilca, en territorio del departamento de Lima, formando un valle dedicado al monocultivo de la caña de azúcar perteneciente a la Cooperativa Agrícola de Paramonga.

- **Cerro La Horca**

Ubicado frente a la Fortaleza de Paramonga. Se dice que allí daban castigo a quienes infringían la ley. Se trata de un promontorio natural de fuerte pendiente, con una altura aproximada de 100 metros. Ubicado al margen derecho del río Fortaleza, posee en la cima restos de estructuras o construcciones en donde el general francés Langlois encontró un ídolo de madera en 1937, arrojando la hipótesis de un adoratorio u observatorio. Una segunda hipótesis sostiene que el cerro pudo haber sido utilizado como torreón militar por su estratégica ubicación. En las faldas del cerro se encumbran innumerables vestigios arqueológicos disturbados, correspondientes al período Horizonte medio (del 500 al 900 d. C.)

- Casa de las Brujas o Casa Grace
Construcción de estilo neoclásico inglés, llamada “casa de las brujas” por su arquitectura. Edificada alrededor de 1920 por la familia Canaval, inicia sus operaciones como casa de huéspedes en el año 1923.
- Cerro Blanco
Centro poblado ubicado a 7 kilómetros de Paramonga. Recibe ese nombre por la coloración blanquecina de la tierra en los cerros circundantes. Este centro poblado cuenta con 700 habitantes aproximadamente. Su celebración principal es la Fiesta de la Cruz, que se repite cada año en el mes de mayo. Es muy conocido “El Castillo”, estructura rectangular de aproximadamente 100 metros de largo por 85 metros de ancho, construida en adobe y piedras con terrazas y muros de contención. Los muros rodean un promontorio rocoso natural. Aparentemente esta edificación corresponde al horizonte medio y al intermedio tardío.

Foto 16. Sitio Arqueológico de Cerro Blanco



Foto: C. Espinoza, (2004).

Foto 17. Sitio Arqueológico de Cerro Blanco



Foto: C. Espinoza, (2004).

- Huaricanga

También denominado Huaritambo o Huarcanga, está ubicado a 21 kilómetros de la ciudad de Paramonga. Cuenta con una población de 350 habitantes aproximadamente, que celebran su fiesta patronal el 24 de junio en honor a “San Juan Bautista”. En febrero también se celebra la fiesta de la Santa Cruz. Algunos metros antes de llegar al centro poblado, se encuentran los Monolitos de Huaricanga o “Las Tres Cruces”. El primer monolito presenta incisiones horizontales y tiene una altura de tres metros. El segundo monolito, de igual altura, presenta incisiones similares a las encontradas en un monolito en la localidad de Caballete. Una de las hipótesis es la de su utilización como una especie de carta para la observación de astros, considerando que el monolito se encontraba originalmente en posición horizontal, y ha sido erguido por los pobladores del lugar utilizando maquinaria pesada.

Foto 18. Monolitos de Huaricanga



Fotos: C. Espinoza, (2004).

- Caballete

El sitio ocupa un área de 100 hectáreas y está dominado por un gran montículo piramidal de adobe (142 X 66 X 20 m) y cuatro pequeños montículos. El sitio presenta tres plazas circulares, una asociada al Montículo A y las otras dos asociadas con montículos más pequeños. La plaza circular anexa al Montículo A es única en el Norte Chico en cuanto consta de un anillo de grandes estelas de piedra o “huancas”. Existen indicios de temprana ocupación inicial a comienzos del tercer milenio antes de Cristo.

Foto 19. Sitio Arqueológico de Caballete



Foto: C. Espinoza, (2004).

Foto 20. Sitio Arqueológico de Caballete



Foto: C. Espinoza, (2004).

- **Porvenir**

El sitio ocupa un área de 60 hectáreas con siete montículos de plataforma y dos plazas circulares asociadas. Los dos montículos mayores miden entre 60 X 80 X 12 m y 80 X 58 X 8 m respectivamente, mientras que los otros cinco miden entre 40 X 40 X 4 m. Las excavaciones revelaron alrededor de dos metros de basura estratificada, piso de habitaciones en el área residencial indicando ocupación extensiva alrededor del tercer milenio antes de Cristo.

Atractivos Turísticos

- **Fortaleza de Paramonga**

Fue una importante ciudad construida en la frontera sur del Reino de Chimú (Período Intermedio Tardío, del 1 200 al 1 400 d.C.). De ella se dice que era un importante adoratorio, tal como Pachacamac. Los incas finalmente lograron incorporar dicho reino al Tahuantinsuyo, ocupando esta construcción. Es el monumento más importante y mejor conservado de todo el conjunto. Presenta una estructura escalonada en la que fueron empleados diversos tipos de adobe. Se emplaza sobre un promontorio rocoso, siguiendo el relieve del terreno. Está formada por cuatro plataformas macizas con recintos en la parte alta. Tiene 30 metros de altura. Posee un único acceso en la esquina sur. Los muros son rectos y forman plataformas pentagonales, tiene contrafuertes en cuatro de sus esquinas. Estos han sido vistos como bastiones, por ello se le atribuyó un carácter militar a esta estructura. Las hileras de adobes siguen las irregularidades del terreno, nivelándose hasta llegar al final de la plataforma. El monumento estuvo pintado de color ocre, y según cuentan los cronistas, con murales con representaciones iconográficas de aves y felinos. A unos 22 metros al oeste de "La Fortaleza" sobre una pequeña colina, existe un edificio anexo, con la forma de una pirámide escalonada adaptada a la irregularidad del terreno sobre el que se asienta. Construida con muros de adobes y cimientos de piedra, como en Pachacamac (Lima), se asigna este edificio al período Intermedio Tardío (1,200 - 1,450 d.C.). Sin lugar a dudas sus constructores fueron ingenieros Chimús . Al igual que la fortaleza, este anexo ostenta muros con restos de pinturas de colores rojo y ocre.

- **Gastronomía**

Picante de cuy

- Festividades
 - Virgen de las Mercedes: 23 y 24 de setiembre
 - Fiesta del Calvario (Cruz): 28 y 29 de julio
 - San Juan de Tunán: 24 de junio
 - San Juan Bautista: 24 de junio
 - Santa Cruz: 14 de febrero
 - Aniversario: 16 al 23 de noviembre

Se puede conocer la ubicación geográfica de cada uno de los recursos y atractivos turísticos de la zona de estudio en el Mapa 4 Mapa de Ubicación de Recursos y Atractivos Turísticos en la Zona de Estudio.

5.3 Resultados de la identificación de las ventajas competitivas para el desarrollo del ecoturismo en la zona de estudio

5.3.1 RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN SOBRE LA REALIDAD SOCIOECONÓMICA DE LA ZONA DE ESTUDIO

Se obtuvo el siguiente panorama económico regional.

- Aspectos socioeconómicos

El norte chico tiene como pilares de su economía la actividad agrícola, el comercio y fundamentalmente la pesca, que tuvo un rol determinante en la configuración socioeconómica de la región. El 50% de los recursos y atractivos turísticos identificados están vinculados a ecosistemas marinos, playas y lugares de pesca, a los que se dará énfasis dado el carácter del mito.

La historia del norte chico está siempre vinculada al mar. La zona cuenta con importantes puertos y caletas, muchos de ellos involucrados en la presente investigación: Supe Puerto, Barranca, Végueta, Huacho, Carquín, Caleta Vidal y Chancay.

En la región, la pesca artesanal adquirió carácter industrial a partir de la segunda guerra mundial. El auge de la pesca anchovetera para proveer las

fábricas de harina de pescado se registró en la década del 60, incidiendo en el comercio, en la industria e intensificando el proceso de migración. (ARAMBULO, 1982)

El norte chico con sus puertos Chancay, Huacho y Supe tuvieron un rol significativo en la industria pesquera nacional. La pesca para la exportación de harina de anchoveta durante la década del 60 desplazó de los primeros lugares a la exportación del algodón, a la pasta de semilla de algodón y al azúcar. (FUDRINI, 1983). La pesca entra en decadencia hacia 1972.

Actualmente, el comercio, la pesca y la agricultura continúan siendo los pilares de la economía regional.

- Aspectos medioambientales

Los efectos negativos de la principal actividad económica, la pesca, son advertidos por la población. La contaminación y el mal manejo de residuos en los puertos y desembarcaderos son considerados graves desventajas para su desarrollo turístico. Se suman al diagnóstico las empresas avícolas y recientemente la actividad minera.

- Aspectos socioculturales

Con el auge de la pesca industrial se intensifica el proceso de migración en la zona. En Chancay, ya para el año de 1961, más del 70% de los pescadores provenían de otras regiones diferentes a la costa central. (ARAMBULO, 1982). Es también en esta época en que se configuran los barrios marginales o barriadas en las principales ciudades de la zona. El declive de la pesca hacia 1972, concluye en la liquidación de fábricas y en la desocupación de cientos de obreros, un incremento en los índices de mendicidad, delincuencia, y el deterioro de la ciudad. En este contexto se advierte un avance de carácter económico en el sector urbano, esta vez erigido sobre el comercio, dejando atrás el carácter artesanal y tradicional del norte chico.

De las viviendas el 25% corresponden a pueblos jóvenes. En cuanto a las áreas comerciales, se distinguen la avenida 28 de Julio y la avenida Túpac Amaru y la Carretera Panamericana. (ARAMBULO, 1982).

5.3.2 RESULTADOS DEL TALLER PARTICIPATIVO: “DIAGNÓSTICO DEL NORTE CHICO PARA EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN CIRCUITO TURÍSTICO VICHAMA”

Se trabajó en la identificación de actores clave cuya participación en la actividad turística de la región pueda ser considerada de gran importancia.

Durante la dinámica, la actuación de estos actores podía ser valorada como positiva y negativa. Se procedió al análisis de los resultados, fomentando y dirigiendo el debate, el intercambio de ideas y opiniones.

Se consideran a las empresas turísticas de región (hoteles, restaurantes, operadores turísticos, entre otras) como entidades positivas para el desarrollo del turismo en la zona.

Asimismo, los asistentes al taller identificaron como actores negativos para el desarrollo turístico del norte chico a las siguientes entidades:

- Desembarcaderos; desembarcadero de Puerto Supe
- Compañías mineras
- Empresas avícolas
- Empresas eléctricas
- Lubricentros

Todas estas entidades han sido calificadas como negativas al generar un impacto severo en el entorno medioambiental.

Finalmente, se interpretó que aquellas personas o instituciones cuyo desempeño haya sido nominado tanto negativo como positivo, eran las personas o instituciones clave en el desarrollo del sector, puesto que el balance significa que hacen bien su actual función y que son las llamadas a asumir la conducción de nuevas propuestas. (Anexo 4). Estos actores identificados son:

- Gobierno Regional
- Dirección Regional de Turismo
- Dirección Regional de Educación UGEL

- Gobiernos Locales o Municipalidades
- Medios de Comunicación
- Cámara de Turismo de Barranca
- Cámara de Turismo de Huacho
- Patronato Turístico de Paramonga
- Patronato Turístico Caral
- Cámaras de Comercio o Producción
- Empresarios turísticos locales: hoteles, operadores turísticos

Llama poderosamente la atención que instituciones de carácter cultural o educacional como el Proyecto Arqueológico Especial Caral, el Proyecto Arqueológico Norte Chico y la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión de Huacho son observadas como entidad positivas pero no principales, es decir, el aporte de estas entidades no se percibe como determinante para el desarrollo turístico de la zona.

A partir de esta identificación de actores clave, se procedió a realizar un mapeo para visualizar las interrelaciones entre éstos desde sus diferentes ámbitos de influencia (Anexo 5). Existen tres ámbitos o niveles de trabajo: el nivel macro, el nivel meso y el nivel micro. En el nivel macro se encuentra el sector público o sector gubernamental. En el nivel meso, se ubican los gobiernos regionales. A nivel micro están los gobiernos locales que tienen dos instancias, la local (patronatos) y la ejecutiva (cámaras de comercio, de producción, de turismo), en donde están las direcciones. La problemática identificada es la falta de coordinación entre ambas instancias.

En el mapeo realizado se ubica a la población en general en el nivel bajo. Esto significa que los pobladores requieren ser informados de la existencia de los diversos proyectos o esfuerzos turísticos en sus localidades, fundamentalmente a través de los gobiernos locales y a través de los medios de comunicación, cerrando el circuito de información y concientización del proceso de desarrollo turístico a ese nivel. En un nivel independiente se encuentran las universidades e institutos, que son importantes en cuanto realizan investigación, creación y generación de nuevas tecnologías y sobretodo la formación del recurso humano.

Foto 21. Taller participativo en Barranca



Foto: M. Advincula, (2004).

La cooperación internacional no fue nominada por ninguno de los asistentes al taller. Sin embargo se dieron lineamientos para el concurso a financiamiento de proyectos, enfatizando los siguientes caracteres, afines también a la propuesta del Circuito Ecoturístico Vichama:

- consenso;
- rescate de los valores locales;
- conservación del medio ambiente;
- carácter participativo.

Finalmente, la conclusión más importante a la que se arribó con la ejecución del Taller Participativo: “Diagnóstico del Norte Chico para el Proyecto de Investigación Circuito Ecoturístico Vichama” es que, a pesar de la renuencia de ciertos sectores al tema del mito, existe potencial para la acción colectiva y aceptación del modelo ecoturístico planteado, dando como resultado que las más de 25 instituciones del norte chico que se vieron representadas en este primer evento brinden su total respaldo, anuencia y aval al modelo turístico formulado y expuesto.

La confección del mapeo fue aprovechada para concientizar a los asistentes en que el desarrollo turístico de la región será factible únicamente si se realiza un trabajo coordinado en todas las instancias, y si existe constante interrelación, comunicación e ínter actuación entre todas las entidades clave.

Foto 22. Taller participativo en Barranca



Foto: M. Advíncula, (2004).

5.4 Zonificación y Jerarquización Turística de la Zona de Estudio

Teniendo en cuenta los resultados del inventario turístico de la zona de estudio y los resultados del proceso de identificación de ventajas competitivas para el desarrollo del ecoturismo en la zona, se procedió a escrutar el espacio geográfico. En el análisis de la configuración espacial resaltaron los siguientes aspectos:

- Como se observa en el Mapa de Ubicación de Recursos y Atractivos Turísticos en la Zona de Estudio (Mapa 4), el distrito de Aucallama se encuentra dissociado del resto del espacio, tanto políticamente (no hay referencias en el mito a ninguna localidad en Chancay ni en Huaural).
- Como se observa en el Mapa 4, la mayor cantidad de recursos y atractivos turísticos se registran a partir del distrito de Huacho. Por lo tanto, se plantea una zona turística que inicia por el sur en el distrito de Huacho y concluye en el distrito de Paramonga

por el norte. El límite oeste será el océano pacífico y el límite este se configurará de acuerdo a los límites distritales. A ésta zona turística se le denominará Zona Vichama para efectos del presente estudio.

- La zona de estudio, presenta dos centros turísticos o centros base: la ciudad de Huacho y la ciudad de Barranca. Un centro base es la localidad o ciudad que posee el nivel adecuado de servicios para el programa. Deben ser los centros con mayor movimiento urbano, que ofrezcan posibilidades de realizar actividades recreativas y de esparcimiento, y se encontrarán equidistantes de los otros centros considerados.
- La zona Vichama cuenta con un núcleo turístico; el distrito de Aucallama con atractivos de jerarquía uno potencial como la Iglesia Matriz, el sitio arqueológico de Pisquillo y los Baños de Boza.
- La zona Vichama cuenta con un corredor turístico de traslado: la carretera Panamericana Norte, que se encuentra en perfectas condiciones dada la Concesión Ancón - Pativilca.
- La zona Vichama cuenta con una unidad turística potencial: El Complejo Arqueológico de Caral.

Dado este análisis se pueden determinar las áreas turísticas. Se presentan tres áreas muy bien definidas:

Área A: en los distritos de Huacho y Huaura.

- Distrito de Huacho:
 - Ciudad de Huacho (con su pintoresca Plaza de Armas y el Malecón Roca)
 - Playa Hornillos – Colorado
 - Playa Chica
 - Gatronomía
- Distrito de Huaura:
 - Fortaleza de Acaray
 - Hacienda Rontoy
 - Capilla de la Virgen del Carmen
 - Río Huaura (como atractivo potencial)
 - Ciudad de Huaura (con la Iglesia San Francisco, Iglesia San José, la Plaza de Armas y las Campanas de la Libertad)
 - Casa Memorial del General Don José de San Martín (Museo de Sitio)

Fiesta de la Virgen del Carmen (16 de julio)

Licor Guinda

Área B: en los distritos de Végueta y Supe.

- Distrito de Végueta:
Playa Los Viños Chico
Playa Los Viños Grande
Albufera de Medio Mundo
Caleta de Vegueta
Playa Tambo de Mora
Isla Don Martín
Tejido en Junco
- Distrito de Supe:
Complejo arqueológico de Caral
Playa Quitacalzón
Gastronomía

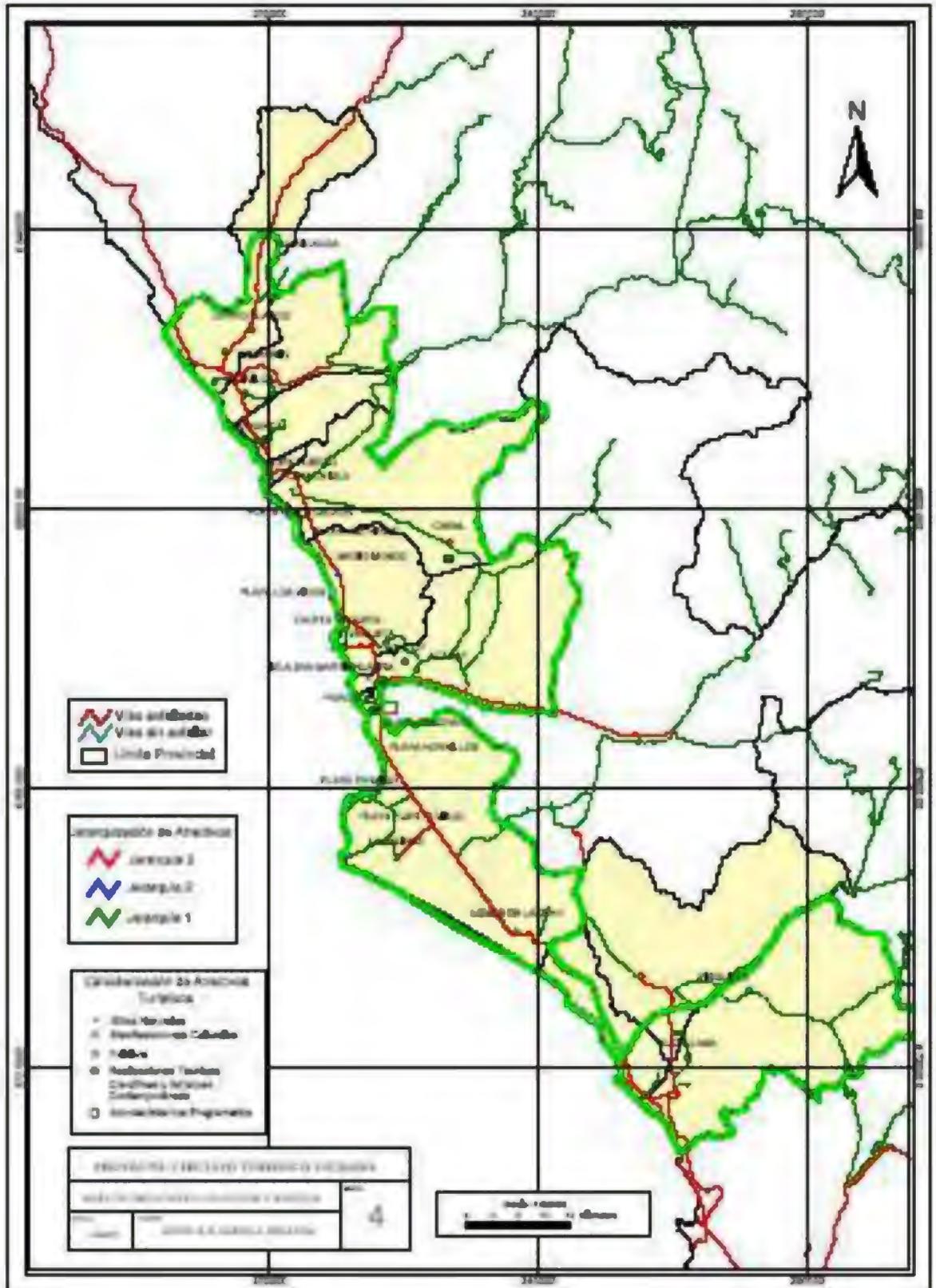
Área C: en los distritos de Barranca, Pativilca y Paramonga.

- Distrito de Barranca:
Ciudad de Barranca (con la Parroquia San Ildefonso, la Gruta de la Virgen de Lourdes, el Mirador Cristo Redentor)
Playa Chorrillos
Gastronomía
- Distrito de Pativilca:
Río Pativilca
Paisajes de cañaverales
Casa Museo Simón Bolívar
- Distrito de Paramonga:
Río Paramonga
Fortaleza de Paramonga
Cerro La Horca (con las historias y leyendas surgidas alrededor de él)
Casa Grace o Casa de las Brujas

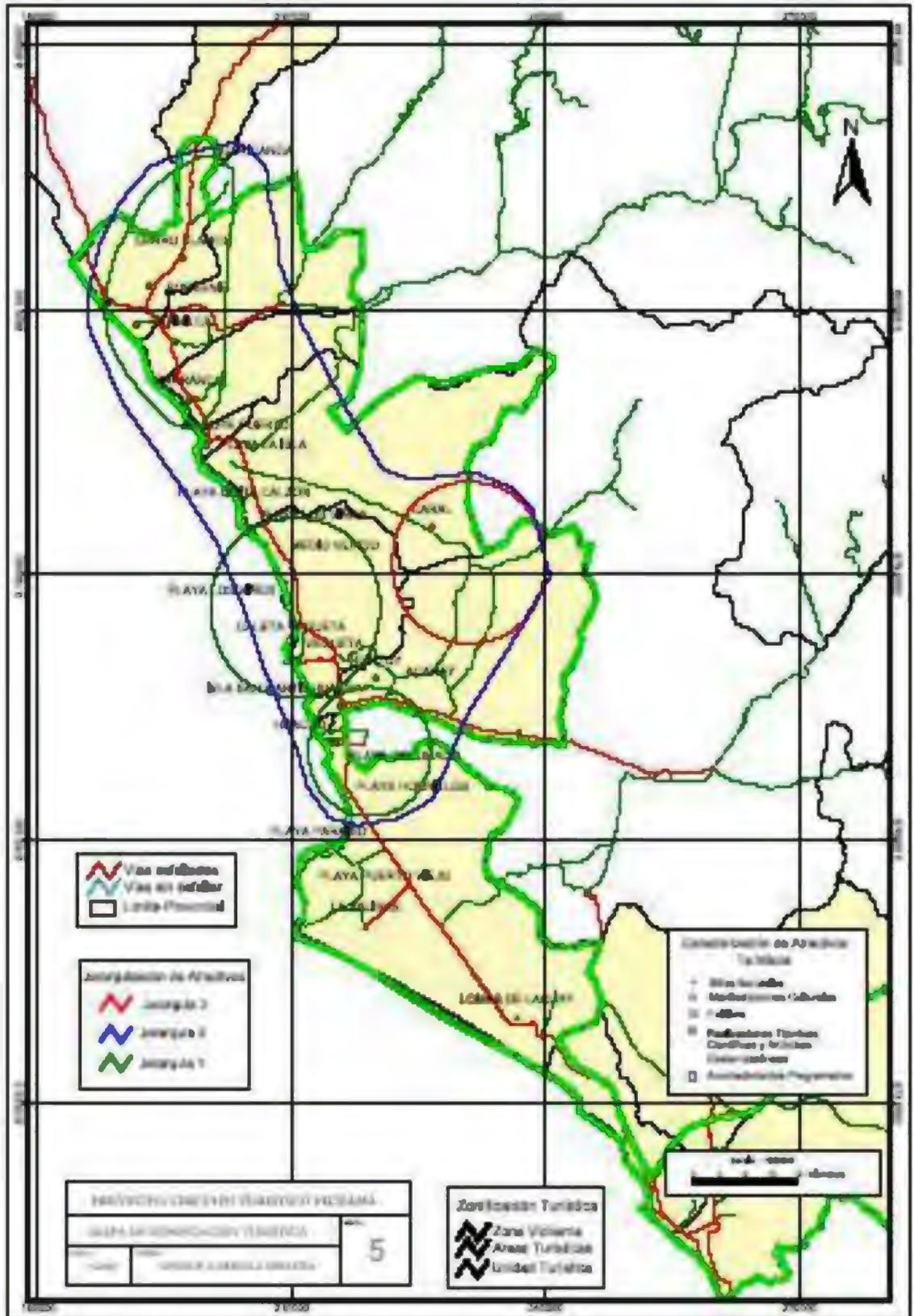
Valle de Paramonga (con las comunidades de Cerro Blanco, Huaricanga, Caballete y Porvenir, con una pintoresca campiña y sitios arqueológicos de importancia)

Los resultados de esta evaluación pueden ser apreciados en el Mapa de Zonificación Turística (Mapa 5). Como se observa, la gran mayoría de atractivos turísticos son de jerarquía uno, presentándose sólo dos atractivos con jerarquía dos (las Albufera de Medio Mundo y la Fortaleza de Paramonga) y solamente uno con jerarquía tres (el Complejo Arqueológico de Caral, que constituye una unidad turística potencial). Dada la naturaleza y la jerarquía de los atractivos, el circuito turístico estará dirigido al mercado nacional o local, siendo el más grande mercado emisor la ciudad de Lima.

4. MAPA DE UBICACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN LA ZONA DE ESTUDIO



5. MAPA DE ZONIFICACIÓN TURÍSTICA DE LA ZONA DE ESTUDIO



Selección de áreas prioritarias

Se utilizó la Matriz de Selección de Áreas Prioritarias (Cuadro N° 6), en la que se consideraron los siguientes aspectos:

1. Cantidad de atractivos que presenta el área.
2. Categorías de los atractivos que presenta el área.
3. Diversidad de categorías de atractivos que presenta el área.
4. Jerarquía de los atractivos.
5. Estado de conservación de los atractivos.
6. Seguridad para visitar los atractivos.
7. Producción de artesanías
8. Nivel de desarrollo de planta turística en la zona
9. Niveles de calidad en la prestación de servicios turísticos en el área
10. Estado de las vías de acceso hacia el área

1. En cuanto a la cantidad de los atractivos.- A cada área se otorgó un punto por cada atractivo. Al final se procede a la sumatoria del puntaje total del área.
2. En cuanto a la categoría de los atractivos.- Las categorías de Naturaleza y Cultura reciben tres puntos cada una; a la categoría Folclore se concedieron dos puntos; y a Realizaciones Técnico Científicas Contemporáneas y a la categoría de Acontecimientos Programados se les asignó un punto. Luego se procedió a la sumatoria del puntaje total del área.
3. En cuanto a la diversidad de categorías.- A las áreas que ostentan de una a dos categorías se concede un punto; a las que muestran de tres a cuatro categorías se otorgan dos puntos, y a las áreas que poseen las cinco categorías de atractivos se atribuyeron tres puntos.
4. En cuanto a la jerarquía de los atractivos. A los atractivos de jerarquía tres se asignaron diez puntos; a la jerarquía dos se concedió tres puntos; a la jerarquía uno se otorgó un punto y a la jerarquía cero, cero puntos. Luego se procede a la sumatoria del puntaje total del área.
5. En cuanto al estado de conservación. A un estado de conservación bueno se asignaron tres puntos; a uno regular dos puntos y a uno malo un punto. Luego se procede a la sumatoria del puntaje total del área.

6. En cuanto la seguridad para el visitante. Cuando el atractivo presenta buenos niveles de seguridad, se le otorgan tres puntos; a niveles regulares corresponden dos puntos, y a bajos niveles un punto. Luego se procede a la sumatoria del puntaje total del área.
7. En cuanto a las artesanías. Si en el área se producen artesanías se anotan diez puntos.
8. En cuanto a los servicios turísticos. Si el área no presenta ningún desarrollo se le califica con cero; si presenta un desarrollo escaso el valor asignado es uno; si presenta un desarrollo mediano la calificación es dos y si es un área con una planta turística desarrollada el valor será tres.
9. En cuanto a los niveles de calidad en el servicio. A elevados niveles de calidad en los servicios corresponden tres puntos; a niveles regulares dos puntos y a niveles pobres un punto.
10. En cuanto al estado de las vías de acceso. A una carretera asfaltada se otorgaron diez puntos; a una carretera afirmada cinco y a una trocha carrozable un punto.

En las categorías segunda, cuarta, quinta y sexta, previamente fueron evaluados y calificados cada uno de los atractivos del área para obtener al final la sumatoria de valores.

Como puede observarse en la columna Ponderación Final de la Matriz de Selección de Áreas Prioritarias (Cuadro N° 6), el área “a” cuenta con 111 puntos superando a las demás. Le sigue el área “c” con 100 puntos, y finalmente el área “b”, que recibe 107 puntos, a pesar de que en ella se encuentra el Complejo Arqueológico de Caral.

CUADRO N° 6. MATRIZ DE SELECCIÓN DE ÁREAS PRIORITARIAS

ÁREAS	Evaluación del Atractivo							Evaluación General de Planta			PONDERACIÓN FINAL
	1. Cantidad	2. Categorías	3. Diversidad de Categorías	4. Jerarquías	5. Estado de Conservación	6. Seguridad para el Visitante	7. Artesanías	8. Servicios	9. Calidad de los Servicios	10. Estado de las Vías de Acceso	
AREA A	12	32	3	12	17	16	10	2	2	5	111
AREA B	10	29	1	21	18	13	10	0	0	5	107
AREA C	11	29	2	12	18	15	0	2	1	10	100

Criterios de Calificación

1. Cantidad de Atractivos: Sumatoria por área	3. Diversidad de Categorías: De 1 a 2 categorías: 1 punto De 3 a 4 categorías: 2 puntos 5 categorías: 3 puntos	5. Conservación:* Bueno: 3 puntos Regular: 2 puntos Malo: 1 punto Sumatoria por área	7. Artesanías: Si: 10 puntos No: 0 puntos	9. Calidad de los servicios: Buena: 3 puntos Regular: 2 puntos Mala: 1 punto
2. Categoría de Atractivos: Naturaleza: 3 puntos Cultura: 3 puntos Folklore: 2 puntos R.T.C.C: 1 punto A.P.: 1 punto Sumatoria por área	4. Jerarquía de Atractivos: Jerarquía 3: 10 puntos Jerarquía 2: 3 puntos Jerarquía 1: 1 punto Jerarquía 0: 0 puntos Sumatoria por área	6. Seguridad:* Buena: 3 puntos Regular: 2 puntos Malo: 1 punto Sumatoria por área	8. Servicios Turísticos: Inexistentes: 0 punto Escasos: 1 puntos Regulares: 2 puntos Desarrollados: 3 puntos	10. Estado de las Vías de Acceso a sus principales atractivos: Carretera asfaltada: 10 puntos Carretera afirmada: 5 puntos Trocha carrozable: 1 punto
Fuente: Elaboración propia (2005)		*: sólo se aplica a atractivos de sitio culturales y naturales		

5.5 Diseño del Circuito Turístico Vichama

Una vez establecida la Zona Vichama, diseñar el circuito turístico se minimiza a la selección y priorización de los atractivos para enlazarlos en un recorrido que tendrá como tema el mito Vichama, considerando tiempos de visita y actividades a desarrollar.

El Circuito Ecoturístico Vichama ha sido configurado en rutas que pueden ser completadas en una jornada, a manera de excursión o *full day*. De esta manera, el visitante tiene cinco rutas diferentes que resaltan los valores naturales y culturales de las distintas áreas del norte chico.

El vínculo con el mito será establecido principalmente a través del guión interpretativo ofrecido a los visitantes a manera de cuento o relato por los guías de turismo. Este guión será estructurado en torno al mito Vichama. Por ello, se considera viable invitar a las instituciones educativas y centros de enseñanza a utilizar las diferentes rutas del circuito turístico Vichama para complementar y profundizar el aprendizaje de los estudiantes sobre su patrimonio cultural y natural, logrando reforzar su identidad.

Asimismo, se recomienda incluir la Semana Turística de Paramonga, celebrada del 25 al 29 de Julio, durante la cual se realiza el Festival Vichama Raymi, en el que grupos de actores locales representan el mito a manera de teatralización. En el Cuadro N° 7: Circuito Turístico Vichama, se aprecia el circuito estructurado en rutas.

CUADRO N° 7. CIRCUITO ECOTURÍSTICO VICHAMA

RUTA 1			
HORAS	ATRACTIVO	TEV	TET
9:00	Ciudad de Huacho: Plaza de Armas, Malecón Roca, Museo de Arqueología José Faustino Sánchez Carrión y Heladería Caplina.	2° 30'	
			30'
12:00	Ciudad de Huacho: Almuerzo gastronomía huachana	1° 30'	
			15'
1:45	Playa Chica, Hornillos, Colorado	4°	
			15'
6:00	FIN DEL RECORRIDO		

RUTA 2			
HORAS	ATRACTIVO	TEV	TET
9:00	Punto de partida: ciudad de Huacho		
			30'
9:30	Caleta de Végueta (Playa Tambo de Mora, Isla Don Martín, Totorales)	2° 15'	
			15'
12:00	Albuferas de Medio Mundo: Almuerzo campestre	2° 30'	
2:30	Caminata Albufera – Playa Los Viños – Quitacalzón - Lampay - Caleta Vidal	3°	
5:30	Retorno a la ciudad de Huacho desde la Caleta Vidal		30'
6:00	FIN DEL RECORRIDO		

RUTA 3			
HORAS	ATRACTIVO	TEV	TET
9:00	Punto de partida: ciudad de Huacho		
			15'
9:15	Ciudad de Huaura: Puente Huaura - Río Huaura - Capilla de la Virgen del Carmen - Plaza de Armas – Campanas de la Libertad - Casa Don José de San Martín - Iglesias	2° 15'	
			15'
11:45	Visita a bodegas de preparación del tradicional licor Guinda. Degustación	1°	
			15'
1:00	Hacienda Rontoy: Almuerzo típico campestre	2° 20'	
			10'
3:30	Sitio Arqueológico de Acaray	1°30'	
5:40	Retorno a la ciudad de Huacho desde el Sitio Arqueológico de Acaray		20'
6:00	FIN DEL RECORRIDO		

RUTA 4			
HORAS	ATRACTIVO	TEV	TET
9:00	Punto de partida: ciudad de Barranca		
			1°
10:00	Ciudad Sagrada de Caral	4°	
			1°
3:00	Balneario Chorrillos: Almuerzo de pescados y mariscos	2°	
5:00	Ciudad de Barranca (Atardecer en playa Chorrillos, Gruta de la Virgen de Lourdes y Mirador Cristo Redentor; Plaza Principal, Parroquia San Ildefonso)	1°	
6:00	FIN DEL RECORRIDO		

RUTA 5			
HORAS	ATRACTIVO	TEV	TET
9:00	Punto de partida: ciudad de Barranca		
			15'
9:15	Casa Museo Simón Bolívar de Pativilca	1°	
			20'
9:30	Valle del río Fortaleza (Caballote, Cerro Blanco, Huaricanga)	4°	
1:30	Huaricanga: Almuerzo Pachamanca	2°	
			10'
3:40	Fortaleza de Paramonga	1°	
			10'
4:50	Templo Chino. Atardecer en Pativilca (cañaverales, río Pativilca)	1°	
	Retorno a la ciudad de Barranca desde Pativilca		10'
6:00	FIN DEL RECORRIDO		

TEV: Tiempo estimado de visita

TET: Tiempo estimado de traslado

Fuente: Elaboración propia, (2004)

6. MAPA DEL CIRCUITO ECOTURÍSTICO VICHAMA



5.6 Lineamientos para la Implementación del Circuito Vichama

El diseño de lineamientos para la implementación del circuito consiste básicamente en identificar los requerimientos para el desarrollo de la actividad turística en cada una de las áreas incluidas. Para dar solución a cada una de estas necesidades no satisfechas, se plantearán micro proyectos de inversión o desarrollo.

El espacio definido como zona Vichama, consta de tres áreas turísticas. Se procedió a escudriñar cada área respondiendo a las siguientes preguntas:

- ¿Cuáles son las necesidades básicas del área que aún no están cubiertas?
- ¿Cuáles son los requerimientos específicos del área para el desarrollo de la actividad turística?

Las respuestas a estas preguntas se estructuraron en el Cuadro N° 8: Cuadro de identificación de necesidades básicas y requerimientos específicos para el desarrollo de la actividad turística. En este destacan las siguientes columnas:

1. Infraestructura básica

La columna de infraestructura básica, se subdivide a su vez en dos: una de transporte y otra de acondicionamiento urbano. En la de transporte se van a anotar las urgencias de mejoramiento de pistas y veredas y/o de las vías de acceso (según sea el caso); y también se observará el reordenamiento del tránsito, que por ejemplo, en la localidad de Huaura, irrumpe negativamente en todo el contexto histórico. Una recomendación general para toda la zona vendría a ser la de mejorar los servicios de transporte Lima – Huacho - Barranca que son bastante malos; no así la carretera, que se encuentra en perfectas condiciones. En la columna de acondicionamiento urbano se señala la falta de servicios básicos, ornato y limpieza y seguridad. Cabe resaltar que todas las necesidades del rubro de infraestructura básica, son consideradas competencia del gobierno regional o provincial. Al municipio se le asignan responsabilidades puntuales de acuerdo a los rangos presupuestales que manejan.

2. Puesta en Valor

En la columna de puesta en valor se han indicado los casos que requieren de un proceso de aprovechamiento y desarrollo de recursos turísticos. Debido a que este

proceso presenta una metodología particular, estos casos serán especificados en el cuadro N° 9: Puesta en Valor de Atractivos Turísticos.

3. Estudios

En esta columna, se señala la oportunidad y pertinencia de realizar estudios y trabajos de investigación que podrían servir para la puesta en valor del atractivo o zona turística y, posteriormente para su promoción. Este listado puede proporcionar ideas para el desarrollo de tesis, artículos, entre otros.

En el cuadro N° 9 se destacan las siguientes columnas:

1. Definición de las actividades turísticas y recreativas

A partir del conocimiento de la naturaleza y posibilidades de uso de cada atractivo, se ha establecido un listado de actividades recreativas dispositivas. Las actividades pueden ser organizadas y proporcionadas por guías, grupos de turismo, organizaciones comunales o locales y municipios. Cada actividad requiere asimismo, de materiales y equipos deportivos según el caso.

2. Acondicionamiento físico

El atractivo no solamente podrá contar con instalaciones deportivas y recreativas sino que además requiere de planta e infraestructura turística adecuada. Es muy importante resaltar que toda instalación debe ser totalmente compatible con el entorno ecológico, tanto en su arquitectura como en los materiales empleados.

3. Implementación y/o mejoramiento de servicios turísticos.

En esta columna se señala la necesidad de implementar, organizar, mejorar o potenciar la oferta de un determinado servicio turístico.

4. Recomendaciones

Aquí se registran recomendaciones de carácter general esbozadas teniendo en consideración la realidad turística de la zona. Una recomendación general para toda la zona de estudio sería la de realizar campañas promocionales. La promoción turística está implícita en el plan de marketing que se recomienda efectuar en el capítulo VIII.

**CUADRO N° 8 CUADRO DE IDENTIFICACION DE NECESIDADES BASICAS Y REQUERIMIENTO ESPECIFICOS PARA EL
DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURISTICA**

AREAS TURISTICAS	INFRAESTRUCTURA					REQUIERE PUESTA EN VALOR	REQUIERE ESTUDIOS
	TRANSPORTE		ACONDICIONAMIENTO URBANO				
	MEJORAMIENTO DE PISTAS Y VEREDAS VIAS DE ACCESO	REORDENAMIENTO DEL TRANSITO	SERVICIOS BASICOS	LIMPIEZA Y ORNATO	SEGURIDA		
AREA A <u>Distrito de Huacho</u> Ciudad de Huacho ()	X	X		X	X		
Playas de Huacho	X			X	X	X	
Gastronomía						X	Antropología e historia de la gastronomía
<u>Distrito de Huaura</u> Fortaleza de Acaray	X		X		X	X	Investigación arqueológica
Hacienda Rontoy	X		X		X	X	Investigación histórica
Capilla de la Virgen del Carmen		X		X		X	Antropología de religiosidad popular
Río Huaura ()		X		X		X	Potencial y características de la cuenca del río Huaura
Ciudad de Huaura ()	X	X		X	X		
Casa Museo Don José de San Martín							
Licor Guinda						X	Antropología e historia de la gastronomía

AREAS TURISTICAS	INFRAESTRUCTURA					REQUIERE PUESTA EN VALOR	REQUIERE ESTUDIOS
	TRANSPORTE		ACONDICIONAMIENTO URBANO				
	MEJORAMIENTO DE PISTAS Y VEREDAS VIAS DE ACCESO	REORDENAMIENTO DEL TRANSITO	SERVICIOS BASICOS	LIMPIEZA Y ORNATO	SEGURIDA		
AREA B <u>Distrito de Végueta</u> Playa Los Viños	X			X	X	X	
Albufera de Medio Mundo	X			X	X	X	Inventario de especies de flora y fauna
Caleta de Végueta	X		X		X	X	Investigación histórica arqueológica
Playa Tambo de Mora	X		X	X	X	X	Investigación histórica arqueológica
Isla Don Martín						X	Investigación histórica arqueológica
Tejido en junco							Antropología e historia del tejido en junco
Ruto de trekking ()					X	X	
<u>Distrito de Supe</u> Caral	X		X		X	X	Investigación arqueológica
Playa Quita calzón					X	X	
Gastronomía						X	Antropología e historia de la Gastronomía

AREAS TURISTICAS	INFRAESTRUCTURA					REQUIERE PUESTA EN VALOR	REQUIERE ESTUDIOS
	TRANSPORTE		ACONDICIONAMIENTO URBANO				
	MEJORAMIENTO DE PISTAS Y VEREDAS VIAS DE ACCESO	REORDENAMIENTO DEL TRANSITO	SERVICIOS BASICOS	LIMPIEZA Y ORNATO	SEGURIDA		
AREA C <u>Distrito de Barranca</u> Ciudad de Barranca ()	X	X		X	X		
Playa de Chorrillos	X			X	X	X	
Gastronomía						X	Antropología e historia de la gastronomía
<u>Distrito de Pativilca</u> Río Pativilca ()						X	Potencial y características de la cuenca del río Pativilca
Paisajes						X	
Casa Museo Simón Bolívar							
Templo Chino						X	Historia de la migración china al Perú y su llegada a la zona del norte chico
<u>Distrito de Paramanga</u> Río Fortaleza						X	Potencial y características de la cuenca del río Fortaleza
Fortaleza de Paramanga						X	
Cerro la Horca	X		X		X	X	Investigación histórico arqueológica
Casa Grace						X	
Valle del Fortaleza ()			X			X	Investigación arqueológica

*(): Conjunto monumental o conjunto de atractivos.

CUADRO N° 9: PUESTA EN VALOR DE ATRACTIVOS TURISTICOS

ATRACTIVO	ACTIVIDADES TURISTICAS Y RECREATIVAS	ACONDICIONAMIENTO FISICO	IMPLEMENTACION Y/O MEJORAMIENTO DE SERVICIOS	RECOMENDACIONES GENERALES
Playas de Huacho (Hornillos, Colorado, Playa chica)	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación del mito a través de una representación teatral por parte de grupos de teatro aficionados locales. • Deportes: fútbol, volley y paletas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ramadas turísticas para expendio de alimentos y bebidas • Servicios higiénicos 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar servicios de alimentación • Implementar servicios de diversión y entretenimiento (teatro, danzas, organización de actividades deportivas) 	<ul style="list-style-type: none"> • Realización de talleres de capacitación para los prestadores de servicios de alimentación. • Creación de talleres de teatro, arte y deportes locales.
Ciudad de Huacho (Plaza de Armas, Malecón Roca, Museo de Arqueología y heladería Caplina)	<ul style="list-style-type: none"> • Visita guiada 		<ul style="list-style-type: none"> • Implementar servicios de guía 	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de un grupo de guías de turismo • Realización de talleres de capacitación para los guías de turismo. • Fortalecimiento de las instituciones de turismo del norte chico y de reforzamiento de los canales de comunicación.
Gastronomía	<ul style="list-style-type: none"> • Exposición histórica antropológica sobre la gastronomía huachana. • Almuerzo: gastronomía huachana 			<ul style="list-style-type: none"> • Promoción de la gastronomía huachana realizando festivales gastronómicos.
Fortaleza de Acaray	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación del mito a través de una representación teatral por parte de grupos de teatro aficionados locales. • Visita guiada 	<ul style="list-style-type: none"> • Mirador turístico • Caminos y senderos • Señalización turística • Caseta de información y vigilancia • Servicios higiénicos 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar servicios de guía 	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de un grupo de guías de turismo. • Realización de talleres de capacitación para los guías de turismo.

ATRACTIVO	ACTIVIDADES TURISTICAS Y RECREATIVAS	ACONDICIONAMIENTO FISICO	IMPLEMENTACION Y/O MEJORAMIENTO DE SERVICIOS	RECOMENDACIONES GENERALES
Hacienda Rontoy	<ul style="list-style-type: none"> • Agroturismo • Almuerzo campestre: menú diseñado con productos nativos. • Paseos a caballo 	<ul style="list-style-type: none"> • Señalización turística • Ramadas turísticas para expendio de alimentos y bebidas • Servicios higiénicos • Recro campestre (lugares turísticos, esparcimiento zonas de camping con instalaciones para parrilla) • Modulo de agricultura. • Caseta de información 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar servicios de alimentación • Implementar servicios de guía • Implementar venta de productos apícolas • Implementar servicios de paseos a caballo 	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de un grupo de guías de turismo. • Realización de talleres de capacitación para los guías de turismo. • Realización de talleres de capacitación para los prestadores de servicios de alimentación. • Realización de talleres de capacitación para los prestadores de servicios en general.
Capilla de la Virgen del Carmen	<ul style="list-style-type: none"> • Visita guiada (sincretismo y religiosidad popular) 		<ul style="list-style-type: none"> • Implementar servicios de guía 	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de un grupo de guías de turismo. • Realización de talleres de capacitación para los guías de turismo.
Río Huaura				<ul style="list-style-type: none"> • Implementar un sistema de manejo y tratamiento de residuos sólidos para mantener la limpieza de la rivera
Ciudad de Huaura (Plaza de Armas, Campanas de la Libertad, Casa Museo Don José de San Martín, Iglesias)	<ul style="list-style-type: none"> • Visita guiada 		<ul style="list-style-type: none"> • Implementar servicios de guía 	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de un grupo de guías de turismo. • Realizar talleres de capacitación para los guías de turismo

ATRACTIVO	ACTIVIDADES TURISTICAS Y RECREATIVAS	ACONDICIONAMIENTO FISICO	IMPLEMENTACION Y/O MEJORAMIENTO DE SERVICIOS	RECOMENDACIONES GENERALES
Licor Guinda	<ul style="list-style-type: none"> • Degustación. Conocer procesos de fabricación 	<ul style="list-style-type: none"> • Centro de visitantes para el licor Guinda 		<ul style="list-style-type: none"> • Realizar talleres para elevar los estándares de calidad en la elaboración del licor Guindo • Implementar un plan de marketing para lanzar el licor Guinda como producto bandera
Playa Los Viños	<ul style="list-style-type: none"> • Deportes: fútbol, volley y paletas. 		<ul style="list-style-type: none"> • Implementar servicios de diversión y entretenimiento (teatro, danzas, organización de actividades deportivas) 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar sistema de manejo y tratamiento de residuos sólidos para mantener la limpieza del balneario
Albufera de Medio mundo	<ul style="list-style-type: none"> • Almuerzo campestre • Observación de aves 	<ul style="list-style-type: none"> • Caseta de información • Ramadas turísticas para expendio de alimentos y bebidas • Bungalow y Cabañas 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar servicios de alimentación • Mejorar servicios de hospedaje • Implementar alquiler de carpas y artículos de camping • Implementar servicios de diversión y entretenimiento (teatro, danzas, organización de actividades deportivas) • Implementar servicios de guías especializados en observación de aves. 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar sistema de manejo y tratamiento de residuos sólidos para mantener la limpieza de la albufera. • Realizar talleres de capacitación para los prestadores de servicios de alimentación. • Realizar talleres de capacitación para los prestadores de servicios de hospedaje. • Creación de un grupo de guías de turismo. • Realizar talleres de capacitación para los guías de turismo. • Creación de un equipo de animación turística.

ATRACTIVO	ACTIVIDADES TURISTICAS Y RECREATIVAS	ACONDICIONAMIENTO FISICO	IMPLEMENTACION Y/O MEJORAMIENTO DE SERVICIOS	RECOMENDACIONES GENERALES
Caleta de Végueta	<ul style="list-style-type: none"> Taller de Cestería en Junco 	<ul style="list-style-type: none"> Centro de visitantes o de interpretación para la cestería en junco 	<ul style="list-style-type: none"> Organizar talleres de cestería en junco para los visitantes 	<ul style="list-style-type: none"> Fortalecimiento de las organizaciones de base: mujeres artesanas, pescadores, agricultores, extractores de junco.
Playa Tambo de Mora		<ul style="list-style-type: none"> Mirador turístico Embarcadero 	<ul style="list-style-type: none"> Implementar servicios de paseos en bote hacia la Isla Dos Martín 	<ul style="list-style-type: none"> Realizar talleres de capacitación para los prestadores de servicios de paseos en bote.
Isla Don Martín	<ul style="list-style-type: none"> Caminata exploratoria Visita guiada 	<ul style="list-style-type: none"> Señalización turística Embarcadero Servicios higiénicos 	<ul style="list-style-type: none"> Implementar servicios de guía 	<ul style="list-style-type: none"> Realización de talleres de capacitación para los guías de turismo.
Ruta de trekking ()	<ul style="list-style-type: none"> Trekking Presentación del mito a través de una representación teatral por parte de grupos de teatro aficionados locales. 	<ul style="list-style-type: none"> Señalización turística 	<ul style="list-style-type: none"> Implementar servicios de guía Implementar servicios de diversión y entretenimiento (teatro, danzas, organización de actividades deportivas) 	<ul style="list-style-type: none"> Realizar talleres de capacitación para los guías de turismo. Creación de talleres de teatro, arte y deportes locales
Caral	<ul style="list-style-type: none"> Visita guiada 	<ul style="list-style-type: none"> Señalización turística 		
Ciudad de Barranca (Plaza de Armas, Parroquia, Gruta de la Virgen de Lourdes, mirador, balneario)	<ul style="list-style-type: none"> Presentación del mito a través de una representación teatral por parte de grupos de teatro aficionados locales. Avistamiento del atardecer 		<ul style="list-style-type: none"> Implementar servicios de diversión y entretenimiento (teatro, danzas, organización de actividades deportivas) 	<ul style="list-style-type: none"> Creación de talleres de teatro, arte y deportes locales.
Gastronomía	<ul style="list-style-type: none"> Exposición histórico-antropológica sobre la gastronomía de Barranca. Almuerzo: gastronomía de Barranca 			<ul style="list-style-type: none"> Promoción de la gastronomía barranquina realizando festivales gastronómicos.

ATRACTIVO	ACTIVIDADES TURISTICAS Y RECREATIVAS	ACONDICIONAMIENTO FISICO	IMPLEMENTACION Y/O MEJORAMIENTO DE SERVICIOS	RECOMENDACIONES GENERALES
Río Pativilca (Huayto, Upacá), Paisajes	<ul style="list-style-type: none"> • Avistamiento del atardecer 	<ul style="list-style-type: none"> • Mirador turístico • Ramadas turísticas para expendio de platos en base a camarón 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar servicios de alimentación en base a camarones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecimiento de las organizaciones de base: extractores de camarón. • Realización de talleres de capacitación para los prestadores de servicios de alimentación.
Templo chino	<ul style="list-style-type: none"> • Visita guiada • Lectura del oráculo: I ching 	<ul style="list-style-type: none"> • Caseta de información y venta de souvenirs. • Embellecimiento y restauración del templo chino 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar venta de souvenirs. • Implementar servicios de guías. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar talleres de capacitación para los guías de turismo.
Valle del río Fortaleza: Caballete, Huaricanga, Cerro Blanco, Porvenir.	<ul style="list-style-type: none"> • Taller de arqueología • PAGAPU • Almuerzo: Pachamanca • Paseos a caballo 	<ul style="list-style-type: none"> • Centro de visitantes o de interpretación. • Ramadas turísticas • Recreos campestres • Servicios higiénicos • Señalización turística • Caseta de información 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar servicios de guía • Implementar venta de productos apícolas. • Implementar servicios de alimentación • Implementar servicios de paseos a caballo 	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de un comité de turismo. • Realizar talleres de capacitación a los distintos prestadores de servicios

5.7 Identificación de Micro Proyectos de Inversión que Beneficien a las Poblaciones Involucradas en el Desarrollo del Circuito.

El Circuito Ecoturístico Vichama, al asumir los criterios básicos del ecoturismo, considera la maximización de beneficios para la comunidad receptora. Una forma de lograrlo es involucrando a los locales en el diseño, implementación, manejo y control de proyectos. Con este fin, se identificaron las necesidades que pueden ser cubiertas a través de la aplicación de proyectos de investigación, desarrollo o inversión basados en la comunidad, obteniendo así el listado indicativo de micro proyectos de inversión que benefician a las poblaciones involucradas en el desarrollo del circuito. Cuadro 10: Listado Indicativo de Micro Proyectos de Inversión que Beneficien a las poblaciones Involucradas en el Desarrollo del Circuito. Se entiende que todos los proyectos nominados son de base comunal, es decir, proyectos en los que la población tenga un rol preponderante en la implementación, operación, control, monitoreo y administración de los recursos generados.

Cuadro N° 10: Listado Indicativo de Micro Proyectos de Inversión que Beneficien a las Poblaciones Involucradas en el Desarrollo del Circuito

LOCALIDAD	PROYECTO
Distrito de Huacho	
Para todo el distrito	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de una empresa prestadora de servicios de guías y animadores turísticos. • Creación de grupos y talleres de teatro que puedan brindar entretenimiento a los turistas (o potenciar los que ya existen).
Playas de Huacho	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de una empresa prestadora de servicios de alimentos y bebidas (ramadas turísticas).
Distrito de Huaura	
Para todo el distrito	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de una empresa prestadora de servicios de guías y animadores turísticos. • Creación de grupos y talleres de teatro que puedan brindar entretenimiento a los turistas (o potenciar los que ya existen). • Potenciar a las empresas productoras del licor guinda y crear un centro de visitantes.
Rontoy	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de una empresa prestadora de servicios de alimentos y bebidas (ramadas turísticas). • Creación de una empresa prestadora de servicios e instalaciones de esparcimiento y diversión, como paseos a caballo, instalaciones para parrilla, entre otras, (recreo campestre). • Módulos de apicultura.
Albuferas	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de una empresa prestadora de servicios de alimentos y bebidas (ramadas turísticas). • Creación de una empresa prestadora de servicios de alojamiento (bungalows, cabañas, y espacios y equipos de camping). • Conformación de un equipo de guías especializados en observación de aves.
Végueta	<ul style="list-style-type: none"> • Potenciar el arte del tejido en junco y crear un centro de visitantes. • Creación de una empresa prestadora de servicios de tours y paseos en bote.

Distrito de Barranca	
Para todo el distrito	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de una empresa prestadora de servicios de guías y animadores turísticos.
Distrito de Pativilca	
Río Pativilca (comunidades de Huayto, Upacá)	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de una empresa prestadora de servicios de alimentos y bebidas (ramadas turísticas). • Creación de una empresa prestadora de servicios de guías y animadores turísticos. • Creación de una empresa prestadora de servicios e instalaciones de esparcimiento y diversión, como paseos a caballo, instalaciones para parrilla, entre otras, (recreo campestre). • Módulos de apicultura.
Templo Chino	<ul style="list-style-type: none"> • Conformación de un equipo de guías especializados en la historia de la migración china al Perú.
Distrito de Paramonga	
Río Fortaleza (localidades de Caballete, Cerro Blanco, Huaricanga)	<ul style="list-style-type: none"> • Conformación de un equipo de guías especializados en la arqueología del valle. • Módulos de apicultura. • Creación de una empresa prestadora de servicios e instalaciones de esparcimiento y diversión, como paseos a caballo, instalaciones para parrilla, entre otras, (recreo campestre). • Creación de una empresa prestadora de servicios de alimentos y bebidas (ramadas turísticas).

VII. CONCLUSIONES

Conclusiones en cuanto al ecoturismo

- El ecoturismo se alza como la modalidad turística que implica el cumplimiento de una serie de criterios de respeto por la naturaleza, maximización de beneficios para la conservación y las comunidades locales, minimización de impactos negativos y educación ambiental.
- Dadas las particularidades del ecoturismo, se registrarían impactos mínimos o nulos en las características físicas y connotaciones simbólicas del patrimonio cultural, de aplicarse el modelo como se indica.
- El circuito ecoturístico puede desarrollarse con una temática cultural en cuanto el ecoturismo implica visitas a áreas naturales y culturales.

Conclusiones con respecto al potencial ecoturístico de la zona de estudio

- El norte chico (franja costera comprendida entre el distrito de Chancay en la provincia de Huaral hasta el distrito de Paramonga en la provincia de Barranca) cuenta con potencial para el desarrollo del ecoturismo por la naturaleza y jerarquía de los atractivos.
- El norte chico cuenta con potencial para el desarrollo del ecoturismo por su cercanía y conectividad con la ciudad de Lima, primera ciudad emisora de turistas nacionales al resto del país.
- El norte chico cuenta con potencial para el desarrollo del ecoturismo porque existe aceptación del modelo ecoturístico planteado y por la disponibilidad y voluntad de los actores turísticos clave para la acción colectiva.
- El potencial turístico que poseen los atractivos del norte chico para el desarrollo del ecoturismo no está siendo aprovechado por falta de infraestructura básica y porque no son ofertados de manera atrayente.

Conclusiones con respecto al inventario del patrimonio turístico de la zona de estudio

- Se identificaron un total de 79 recursos y atractivos turísticos en el norte chico.
- La mayor cantidad de recursos y atractivos turísticos se registran a partir del distrito de Huacho hacia el norte.
- El 96.2 % de los recursos y atractivos turísticos (76) son de jerarquía cero y uno, presentándose sólo dos atractivos con jerarquía dos (las Albufera de Medio Mundo y

la Fortaleza de Paramonga) y solamente uno con jerarquía tres (el Complejo Arqueológico de Caral, que constituye una unidad turística potencial).

- De todos los recursos y atractivos turísticos identificados, 33 corresponden a la categoría de manifestaciones culturales, 29 son de tipo de naturaleza, 14 han sido clasificados como folclore y tres pertenecen al rubro de las realizaciones técnicas científicas artísticas contemporáneas.
- Dada la naturaleza y la jerarquía de los atractivos, el circuito turístico estará dirigido al mercado nacional o local, siendo el más grande mercado emisor la ciudad de Lima.
- La zona turística Vichama se extiende desde el sur en el distrito de Huacho y concluye en el distrito de Paramonga por el norte. El límite oeste será el océano pacífico y el límite este se configurará de acuerdo a los límites distritales.
- La zona turística Vichama está conformada por tres áreas turísticas bien definidas: el Área A, en los distritos de Huacho y Huaura; Área B en las localidades de Végueta y Supe y el Área C emplazada en Barranca, Pativilca y Paramonga.
- La zona turística Vichama, presenta dos centros turísticos o centros base: la ciudad de Huacho y la ciudad de Barranca.
- La zona turística Vichama cuenta con un núcleo turístico; el distrito de Aucallama con atractivos de jerarquía uno potencial como la Iglesia Matriz, el sitio arqueológico de Pisquillo y los Baños de Boza.
- La zona turística Vichama cuenta con un corredor turístico de traslado: la carretera Panamericana Norte, que se encuentra en perfectas condiciones dada la Concesión Ancón - Pativilca.
- La zona turística Vichama cuenta con una unidad turística potencial: El Complejo Arqueológico de Caral.

Conclusiones con respecto al diseño del circuito ecoturístico

- El circuito ecoturístico Vichama ha sido configurado en cinco rutas que pueden ser completadas en una jornada, a manera de excursión o *full day*.
- El vínculo con el mito Vichama será establecido principalmente a través del guión interpretativo ofrecido a los visitantes por los guías de turismo.
- El circuito turístico Vichama brinda la oportunidad de conocer la zona Vichama y todos sus atractivos de una manera organizada.

Conclusiones con respecto al mito de Vichama

- El mito es una manifestación cultural que puede considerarse parte del patrimonio cultural intangible, y como tal reviste singular importancia dado su carácter simbólico.
- El mito andino prehispánico de Vichama es de significativa importancia. Conocerlo resulta necesario para comprender la formación de las culturas asentadas en esta porción de la costa peruana. Se considera que el culto al dios Vichama fue una constante en casi toda la costa según evidencia arqueológica hallada en los valles Fortaleza, Pativilca, Huaura y Chancay.
- Existe aceptación del tema Vichama entre la mayoría de los actores entrevistados.
- A través del circuito ecoturístico Vichama, se puede cumplir el rol de activadores del repertorio patrimonial del norte chico y revalorizar expresiones culturales como el mito Vichama.

VIII. RECOMENDACIONES

- Para que el circuito se pueda desarrollar es importante incidir en el fortalecimiento de las organizaciones de base y el involucramiento de las comunidades locales en la prestación de los servicios requeridos a través de los proyectos de desarrollo identificados.
- Para la puesta en valor de los diferentes atractivos turísticos que forman parte del circuito, se requiere del concurso de las entidades públicas (municipalidades, gobierno provincial y regional) y del sector privado (pequeña y micro empresa). También puede apelarse a la ayuda internacional a través de organismos no gubernamentales.
- Resulta indispensable la acción conjunta de los organismos públicos y privados de la zona para lograr los objetivos del circuito, creando un clima de interés por apoyar la iniciativa a través de la realización de estudios de factibilidad de las ideas de negocio propuestas.
- Realizar un estudio de mercado específico para una mejor comercialización del circuito ecoturístico Vichama.
- Según los resultados del estudio de mercado, puede asignarse un nombre a cada una de las cinco rutas que conforman el circuito ecoturístico Vichama, con fines promocionales y para lograr el posicionamiento del circuito.
- Invitar a las diversas instituciones educativas y centros de enseñanza a utilizar las diferentes rutas del circuito turístico Vichama para complementar y profundizar el aprendizaje de los estudiantes sobre su patrimonio cultural y natural, logrando reforzar su identidad.
- Incidir en la difusión del circuito ecoturístico Vichama, especialmente con ocasión de la Semana Turística de Paramonga, celebrada del 25 al 29 de Julio, durante la cual se realiza el Festival Vichama Raymi, en el que grupos de actores locales representan el mito a manera de teatralización.

IX. GLOSARIO

Áreas turísticas

Es una superficie de extensión menor que la de las zonas dotadas de atractivos turísticos contiguos, en número también menor que el de las zonas, y provista de una estructura de transporte que relacione, entre sí, a todos los elementos turísticos que la integren. Las áreas son las partes en las que se puede dividir una zona y cada una de ellas debe ser abarcada en un viaje corriente de turismo interno. Son unidades que, por su constitución, pueden ser puestas al mercado como paquete turístico. Puede no tener centros turísticos.

Atractivos turísticos

Es todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico, capaz de generar el desplazamiento de flujos regulares de visitantes. Existen cinco categorías de atractivos:

Sitios Naturales

Manifestaciones Culturales

Folklore

Realizaciones Técnicas, Científicas o Artísticas Contemporáneas

Acontecimientos Programados

Centro turístico

Son ciudades que cumplen una función turística como centro de operaciones. Son centros urbanos que cuentan con atractivos turísticos dentro de su radio de influencia. El radio de influencia se ha estimado en dos horas distancia – tiempo. Son también llamados centros base.

Circuito turístico

Articulación en forma ordenada y priorizada de atractivos, facilitando el conocimiento de los valores turísticos al visitante y permitiendo presentar un mejor producto al organizador de viajes.

Ecoturismo

Aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural y propicia el involucramiento activo y socio económicamente benéfico a las poblaciones locales.

Infraestructura turística

Es el conjunto de instalaciones que permitirán operar la planta turística: sistemas de comunicación, transporte y provisión de energía, agua y desagüe.

Jerarquía 0*

Recursos y/o atractivos sin mérito suficiente para considerarlos al nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente, forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden completar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo de complejos turísticos.

Jerarquía 1*

Recursos y/o atractivos con algún rasgo llamativo, capaces de interesar a visitantes de larga distancias, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas locales.

Jerarquía 2*

Recursos y/o atractivos con rasgos excepcionales, capaces de motivar por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos, una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros.

Jerarquía 3*

Recursos y/o atractivos excepcionales y de gran significación para el mercado turístico internacional, capaces, por sí solos, de motivar una importante corriente de visitantes (actuales o potenciales).

Núcleo turístico

Son los espacios territoriales en donde se reúnen de dos a nueve atractivos turísticos aislados, de diferentes jerarquías, que tienen una función turística rudimentaria o carecen de ella por el hecho de estar incomunicados.

Patrimonio turístico

Se entiende por patrimonio turístico la disponibilidad mediata o inmediata de los elementos turísticos con que cuenta un país o una región en un momento determinado.

Planta Turística

Se considera la “estructura de producción” del sector. La planta, también denominada “equipamiento turístico” o “facilidades turísticas”, se subdivide en las siguientes categorías: alojamiento, alimentación, esparcimiento y otros servicios.

Puesta en valor

La puesta en valor de atractivos turísticos viene a ser la acción creativa que se aplica para acondicionarlos, definir su imagen y prepararlos para presentarlos adecuadamente a los visitantes.

Recursos turísticos

Es todo lugar, objeto o acontecimiento que es factible de explotarse turísticamente, pero que aún le falta mejorar o implementar algún servicio.

Superestructura turística

Es parte del sistema económico y está constituida por el conjunto de instituciones que abarcan las actividades turísticas incluyendo recursos humanos que permiten operar el sistema turístico.

Turismo

La Organización Mundial de Turismo (OMT) define el turismo internacional como las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual de

residencia por no más de un año consecutivo por ocio, negocios y otros motivos.

Turismo cultural

De acuerdo a la finalidad perseguida u objeto del viaje, y atendiendo a las motivaciones subjetivas del viajero, el turismo se clasifica en: turismo cultural; turismo religioso y turismo profesional.

Turismo participativo

Tipo de turismo no convencional que se realiza en una comunidad que mantiene antiguas costumbres con el fin de conocerlas.

Turismo de naturaleza

Aquel que se realiza en el medio natural, incluyendo turismo deportivo, de aventura, cinegético, entre otros.

Unidades turísticas

Es toda instalación turística ejecutada para explotar uno o varios atractivos muy próximos. Implica la concentración, en un punto, del equipamiento turístico necesario para permitir el uso intensivo de un recurso.

Zonas turísticas

Es la unidad mayor de análisis y estructura del universo turístico de un país. Su superficie es variable, pues depende de la extensión total de cada país y de la forma de distribución de los atractivos turísticos, que son los elementos básicos a tomar en cuenta para su delimitación. Lo que define principalmente las zonas es la presencia o aglutinación de atractivos turísticos articulados en número igual o mayor a 10. Las zonas contienen además uno o varios centros turísticos.

X. BIBLIOGRAFÍA

- Alegre, M. 2002. Los Museos: custodios del Patrimonio, Turismo y Patrimonio en el siglo XXI, Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos CIET, Buenos Aires, p. 49-50.
- Alva, W. & Otros. 2000. Patrimonio Cultural del Perú, Congreso del Perú, Lima, 400 p.
- Arambulo, A. 1982. Huacho en la historia del Perú. Rapid Print, Lima, 167 p.
- Arriola, A. 2003. La técnica de crear circuitos turísticos, Revista Canatur, Universidad San Martín de Porres – Escuela profesional de Turismo y Hotelería, Lima.
- Aryear, G. 1995. El Agente de Viajes. Diana, México, 490 p.
- Azcueta, M. 2001. Competitividad y Desarrollo Económico, Retos Municipales, Boletín Informativo N°7, Año 3, Escuela mayor de gestión Municipal, Lima.
- Boullón, R. 1994. Planificación del Espacio Turístico, Trillas, México, 245 p.
- Castillo, C. 1990. Turismo, Fundamento y Desarrollo. Segunda Edición. Talleres Gráficos Art Lautrec, Lima, 246 p.
- Ceballos-Lascuráin, H. 1996. Tourism, ecotourism and protected areas: the state of nature based tourism around the world and guidelines for its development. IUCN, Gland, Switzerland and Cambridge, United Kingdom, xiv + 301 p.
- Chan, N. 1994. Circuitos Turísticos. Programación y Cotización. Temas de Turismo, Buenos Aires, 194 p.
- Cortazar, P. 1969. Documental del Perú: Lima. Editorial Océano S. A., Lima, 160 p.
- CONAM. 2001. Aportes para una Estrategia Nacional de Turismo con Énfasis en el Desarrollo Sostenible. Primera Edición. Consejo Nacional del Ambiente – CONAM, Lima, 66 p.
- Espinoza, R. 1997. El Perú a toda Costa. Editorial EDITUR S.A., Lima, 128 p.
- Fernández F., L. 1985. Introducción a la Teoría y Técnica del Turismo, Alianza, Madrid.
- Fudrini, A. 1982. Huacho. 2da mitad del siglo XX. Estudios Chancay Huaral, Lima, 129 p.
- Gándara, M. La interpretación temática como estrategia para la conservación del patrimonio cultural, Cárdenas, E. (Comp.), Memoria: 60 Años de la ENAH, Escuela Nacional de Antropología e Historia, México, 484 p.
- García Canclini, N. 1999. Narrativas sobre fronteras móviles entre Estados Unidos y América Latina, La dinámica global/local. Cultura y comunicación: Nuevos desafíos, CICCUS La Crujía, Buenos Aires.
- Gonzalez-Varas, I. 2000. Conservación de Bienes Culturales. Teoría. Historia, principios y normas. Segunda Edición. Manuales Arte Cátedra. Madrid, 629 p.

- Ham, S. 1992. Interpretación Ambiental. Una guía práctica para gente con grandes ideas y presupuestos pequeños, North American Press, Colorado, 437 p.
- Hauyón D., J. 1998. Perú: Proyecto Nacional de Turismo. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología de la Universidad de San Martín de Porres, Lima, 345 p.
- INRENA. 2000. Áreas Naturales Protegidas: Inrena. Lima.
- Instituto Nacional de Cultura. <http://inc.perucultural.org.pe>
- Kauffman, F. 1988. Historia General de los Peruanos, Tomo I. PEISA, Lima, 783 p.
- Lopez-Tarasido, G. 2002. Activación Turística del Patrimonio, Turismo y Patrimonio en el siglo XXI, Centro de Investigación y Estudios Turísticos CIET, Buenos Aires, p. 27.
- Lozada, A. s.f.e. Guía Turística Barranca. Edición de Antonio Contreras, Lima, 40 p.
- Meyer-Stamer, J. 2000. PACA Participatory Appraisal of Competitive Advantage Evaluación Participativa de la Ventaja Competitiva (proyecto de Marketing Municipal) Versión 2.1, Joinville, Brasil, 83 p.
- MINCETUR. 2003. Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. www.mincetur.gob.pe
- Morales, L. 1995. Teoría, Técnica y Práctica del Turismo en el Perú. El Patrimonio Turístico Nacional y las Alternativas Turísticas, Tomo II – A, GUCALO E.I.R.L, Lima, 320 p.
- Norrild, J. 2002. Patrimonio. Características y Uso, Turismo y Patrimonio en el Siglo XXI, Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos CIET, Buenos Aires.
- Olivas, M. 1999. Peregrinaciones en el Perú. Antiguas Rutas Devocionales. Universidad San Martín de Porres. Escuela Profesional de Turismo y Hotelería, Lima, 393 p.
- Organización Mundial de Turismo. 2002. Tendencias de los Mercados Turísticos. Las Américas. Organización Mundial de Turismo, Madrid, 381 p.
- Organización Mundial de Turismo. 2000. Turismo: Panorama 2020. Organización Mundial de Turismo, Madrid.
- Organización Mundial de Turismo. 2004. Tourism Market Trends, 2003 Edition – World Overview & Tourism Topics. Organización Mundial de Turismo, Madrid.
- Organización Mundial de Turismo. 2004. Desarrollo Sostenible del Turismo Definición conceptual. Organización Mundial de Turismo. <http://www.world-tourism.org/sustainable/esp/top/concepts.html>
- Pazos, A. 2002. La importancia del marketing en las organizaciones empresariales que enfrentan a la globalización, Cultura 16, Año XX, N° 16, Asociación de Docentes de la Universidad de San Martín de Porres, Lima, p. 465 – 481.

- Pérez De Las Heras, M. 1999. La Guía del Ecoturismo o cómo conservar la naturaleza a través del turismo, Mundi-Prensa, Madrid.
- Prats, Ll. 1997. Antropología y Patrimonio, Ariel, Barcelona, 171 p.
- PROMPERÚ. 1999. Perfil del Turista Extranjero. Promperu, Lima, 66 p.
- PROMPERU. 2000. Manual de Importancia e Impacto del Turismo en el Perú. Promperú, Lima, 66 p.
- PROMPERU. 2000. Manual del Perú como Producto Turístico Internacional. Promperu, Lima, 75 p.
- PROMPERÚ. 2002. Nivel de Satisfacción del Turista Extranjero. Resumen Ejecutivo. www.peru.org.pe
- PROMPERÚ. 2002. Nivel de Satisfacción del Turista Extranjero. Resumen Ejecutivo. www.peru.org.pe
- PROMPERÚ. 2003. Lima, Boletín de Difusión Turística. www.peru.org.pe
- PROMPERÚ. 2003. Fin de Semana largo 2002. www.peru.org.pe
- PROMPERU. 2003. Perfil del turista extranjero que visita Lima. Promperu, Lima. www.peru.org.pe
- PROMPERU. 2003. Perfil del turista nacional 2003. Caso Vacacionista. Promperu, Lima. www.peru.org.pe
- PROYECTO ESPECIAL ARQUEOLÓGICO CARAL – SUPE / INC. 2004. Caral: la ciudad más antigua de América. www.caral.org.pe
- Santana, A. Antropología y Turismo. Nuevas Hordas, Viejas Culturas?, Ariel, Barcelona, 1997, 221 p.
- Silva, F. 1977. Antropología. Universidad de Lima, Lima, 473 p.
- Tenier, M. 2000. En torno al debate sobre la noción de patrimonio. EN: “Turismo y Patrimonio”, N°1, Universidad San Martín de Porres, Lima, p. 179 – 181.
- Universidad San Martín de Porres. s.f.e. Inventario del Patrimonio Turístico de Huaral. Lima.
- Universidad San Martín de Porres. s.f.e. Inventario del Patrimonio Turístico del Distrito de Chancay. Lima.
- Urbano, H. 2000. Patrimonio y Modernidad. EN: “Turismo y Patrimonio”, N°1, Universidad San Martín de Porres, Lima, p. 13 – 25.
- Reguero, M. 1994. Ecoturismo. Nuevas Formas de Turismo en el Espacio Rural. Editorial Bosch. Barcelona, 311 p.
- Tilden, F. 1977. Interpreting our Heritage. University of North Carolina. Chapell Hill, 112 p.
- Vilcapoma, J. 1991. Folklore. De la Magia a la Ciencia. Pakarina, Lima, 296 p.

ANEXOS

ANEXO 1. PERSONAS ENTREVISTADAS EN APLICACIÓN DE METODOLOGIA PACA

1. Jorge Taboada, Regidor de la Municipalidad de Barranca, Presidente de la Comisión de Economía.
2. Haydeé de De La Rocha, Regidora de la Municipalidad de Barranca. Presidente de la Cámara de Turismo de Barranca.
3. José Córdova Espinoza, Teniente Alcalde de la Municipalidad de Barranca.
4. Francisco Ordoñez, empresario Bar Restaurante Ordoñez, balneario de Chorrillos, Barranca.
5. Gain Byrne, empresario Restaurante Las Gaviotas, balneario de Chorrillos, Barranca.
6. Kathy Ly, Regidora de la Municipalidad de Pativilca, Presidente de la Comisión de Deporte, Cultura y Turismo.
7. Arturo Chang, empresario, arquitecto, Municipalidad de Supe Pueblo.
8. Jesús Atanasio, Presidente de la Comunidad Campesina de Huaricanga, distrito de Paramonga.
9. Jorge Navincolqui Brito, Presidente de la Comunidad Campesina de Cerro Blanco, distrito de Paramonga.
10. Jean Paul Benalcazar, empresario Operador Turístico Dimensiones Perú, especialista en Lima.
11. Moisés Paucar Gonzáles, Alcalde de la Municipalidad de Supe Pueblo.
12. César Rivera, periodista Radio Fortaleza, Barranca.
13. Celso Solano, Presidente de la Cámara de Turismo de Paramonga. Presidente del Comité de Regantes de Paramonga.
14. Ofelia Flores, Secretaria de Turismo de la Municipalidad de Paramonga.
15. Lourdes Kolich, empresaria Agencia de Viajes SIBA Tours. Ex Presidente del Patronato Turístico de Barranca.
16. Vilma Huayanay, Presidente de la Asociación de Mujeres Artesanas del Norte Chico AMANCHI.
17. Maria Bastidas, Presidente de la ONG Asociación de Desarrollo Comunal, especialistas en el área del norte chico y estudios de género.
18. Henry Marcelo, Director de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión de Huacho.
19. Rosa Obregón, Regidora de la Municipalidad de Paramonga.

20. Enrique Respicio López, Alcalde de la Municipalidad de Paramonga.
21. Luz Maria Oliva Peirano, Directora Revista Suyos de América.
22. Arturo Espinoza, Alcalde de la Municipalidad de Pativilca.
23. Rosalinda Flores, periodista, Radio Fortaleza.
24. Celina Rodriguez, periodista, Radio Fortaleza.

ANEXO 2. ESQUEMA DE LAS ENTREVISTAS

Empresas

- Historia de la empresa, fecha de fundación, razón de su fundación, antecedentes del fundador
- Rotación, número de empleados, tendencias
- Productos importantes, principales competidores, relaciones con otras empresas
- Esfuerzo por mejorar la calidad
- Impresión de las instituciones de apoyo
- Impresión del gobierno local e interacción con el mismo

Instituciones de apoyo

- Historia de la institución, antecedentes de su fundación
- Presupuesto, número de empleados, tendencias a este respecto
- Principales actividades y ofertas, cooperación y rivalidad con otras instituciones
- Esfuerzo interno por mejorar la calidad
- Impresión de las empresas y de otros clientes e interacción con ambos; impresión del clima local respecto a la acción colectiva
- Impresión del gobierno local e interacción con el mismo

ANEXO 3. ENTREVISTAS REALIZADAS PARA LA DIFUSIÓN DEL PROYECTO

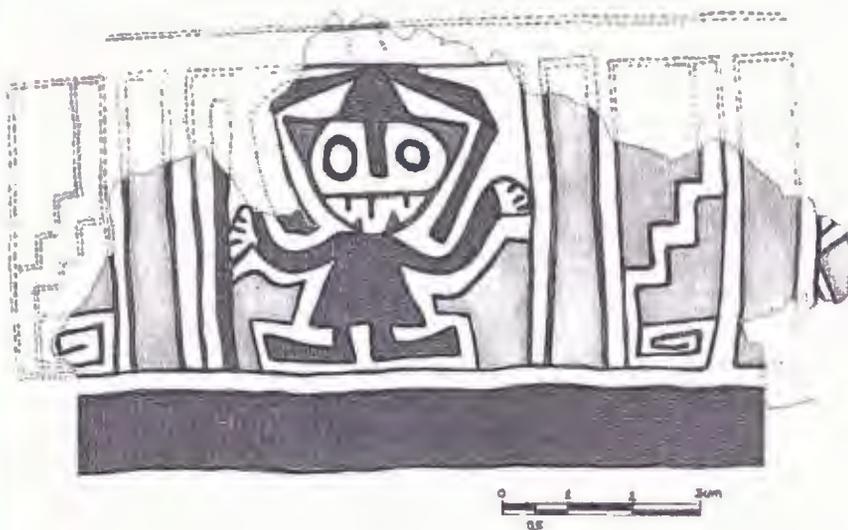
FECHA	CANAL	PROGRAMA	CONDUCTOR
24/04/04	TV Sam Noticias	La Noticia	César Rivera
01/05/04	Radio JCM	La Hora Mayor	Retamozo
01/05/04	Radio Fortaleza	La Noticia	César Rivera
27/05/04	Radio Fortaleza	Primera Edición	Rosalinda Flores

ANEXO 4. AFICHE PROMOCIONAL DEL TALLER

**TALLER PARTICIPATIVO:
DIAGNÓSTICO DEL NORTE CHICO
PARA EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
“CIRCUITO TURÍSTICO VICHAMA”**

Barranca 15 de Mayo del 2004

**EL ECOTURISMO COMO REVALORIZADOR DE MITOS ANDINOS:
PROPUESTA DE UN CIRCUITO TURÍSTICO BASADO EN
EL CULTO PREHISPÁNICO DE VICHAMA EN LAS PROVINCIAS DE HUARAL,
HUAURA Y BARRANCA, DEPARTAMENTO DE LIMA, PERÚ.**



**Con el apoyo de:
PROYECTO ARQUEOLÓGICO NORTE CHICO**

ANEXO 5. IDENTIFICACIÓN DE ACTORES CLAVE

<u>ENTIDADES POSITIVAS PARA EL TURISMO</u>	<u>ENTIDADES NEGATIVAS DE TURISMO</u>
<ul style="list-style-type: none"> - El Estado. - Gobierno Regional. - La Universidad. - Instituto Cultural Norte Chico. - Población. - Gob. Locales / Comisión Cultural de Turismo. - Medios de comunicación. - Cámaras de Turismo. - Patronato Turístico. - Cámara de Producción. - Dirección Regional de Turismo. - Escuela de Turismo y Hotelería. - Operadores Turísticos. - Hoteles. - Proyecto de Caral – Supe (INC). - Empresarios Locales. - Proyectos Arqueológicos. - Centros Educativos. - Dirección de Educación / UGEL. - PRODUCE y MINCETUR. - FONAVI 	<ul style="list-style-type: none"> - Empresas Privadas. - Municipalidades. - Gobiernos Regionales. - Políticos. - Presidente Patronato Turístico de Paramonga. - Alcalde de Barranca. - Cámara de Comercio de Barranca. - Ruth Shady (Proyecto Caral) - Presidente Cámara de Turismote Barranca: Haydee La Rocha. - Universidad Antunez de Mayolo (Barranca) - Entidades Comerciales “Egoístas”. - Patronato Turístico de Caral. - Comisión Turismo y Medio Ambiente (Barranca). - Gerencia de desarrollo Humano – Barranca. - Sra. Colish. - Centro de Salud. - UGEL - Desembarcadero de Puerto Supe. - Lubricentos. - Bomberos. - Empresa Poblete. - Medios de Comunicación. - Compañías Mineras. - Avícolas. - Empresas Eléctricas.
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> <ul style="list-style-type: none"> - SE CONSIDERAN COMO ENTIDADES POSITIVAS Y NEGATIVAS. - SE CONSIDERAN SÓLO COMO ENTIDADES NEGATIVAS. - SE CONSIDRAN SÓLO COMO ENTIDADES POSITIVAS. </div>	

Fuente: Elaboración Propia (2004)

ANEXO 6. MAPEO DEL SECTOR TURÍSTICO

