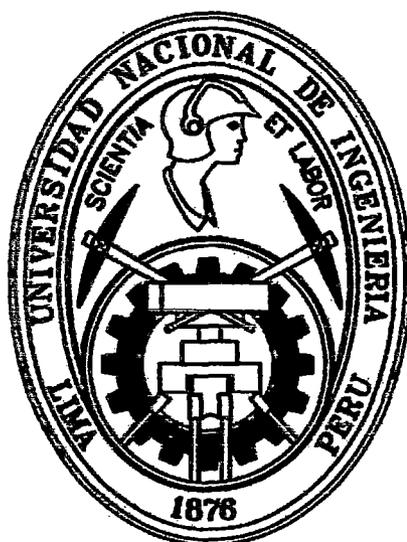


**UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERIA
FACULTAD DE INGENIERIA INDUSTRIAL Y DE SISTEMAS**



**“DIAGNOSTICO Y DESARROLLO
ESTRATEGICO DEL TURISMO EN LA
PROVINCIA DE
BOLOGNESI – ANCASH”**

TESIS

**Para optar el Título Profesional de:
Ingeniero Industrial**

CARLOS FIDEL PONCE SÁNCHEZ

**Lima – Perú
2002**

Digitalizado por:

**Consortio Digital del
Conocimiento MebLatam,
Hemisferio y Dalse**

Agradecimientos:

A mi Alma Mater, la UNI y a todos mis queridos profesores que me guiaron en el camino de la cultura y el saber durante mis años de permanencia .

Agradecimientos:

A mis asesores que supieron guiarme con sus conocimientos y experiencia en la realización del presente trabajo de tesis, Ing. Silvio Quinteros, Ing. Rodolfo Falconi e Ing. Inocente Sedano.

Dedicatorias :

A Dios:

Toda la felicidad y los beneficios que he recibido en mi vida te los debo sin duda alguna a ti Dios. No ha habido ocasión en que no estés conmigo. Gracias Señor mío por estar aquí siempre.

A. Gloria Eufracina Sánchez R. Mi Madre:

A ti te doy gracias por todos tus cuidados y por que siempre creíste en mí. Eres la mejor, te dedico este trabajo por que es algo que sin tus desvelos no hubiera podido ser.

A. Yesenia Ayuque Quispe. Mi Novia

A ti amor, gracias por todo tu apoyo y tu confianza. Por ser el aliento que me da ánimo para seguir siempre adelante y por tus consejos, gracias. Gracias por ayudarme a hacerle caso a mis sentimientos. Eres la mujer de mi vida.

Te amo.

A. Miguel Ángel Ponce E. Mi Padre:

Que puedo decirte, sino mil gracias por ser el mejor ejemplo que he podido tener. Te lo he dicho y lo repito eres el mejor padre que existe en el mundo. No puedo expresar aquí mismo todo lo que siento por ti, así es que solamente digo GRACIAS. Este trabajo es tuyo.

A mis Hermanos.

Agradezco a Miguel, Roger, Vladimir por estar siempre juntos y sentir siempre hasta nunca acabar el calor de ustedes comprometidos por un futuro mejor y unidos por ser siempre ustedes mis hermanos gracias.

INDICE GENERAL

Página

INTRODUCCIÓN		
CAPITULO I	<u>ASPECTOS GENERALES</u>	12
	1.1 Antecedentes	12
	1.2 Objetivos	15
	1.3 Área de estudio	16
	1.4 Promotor del Turismo	16
CAPITULO II	<u>EL IMPACTO DEL TURISMO EN LA ECONOMIA DEL PERU</u>	17
	2.1 Concepto de turismo y turista	17
	2.2 Tipos de Turismo que se puede desarrollar en el país y características principales	19
	2.3 Importancia del Turismo en la Economía	25
	2.4 Normatividad que regula las actividades de turismo	35
CAPITULO III	<u>DIAGNOSTICO SITUACIONAL DE LAS CONDICIONES ACTUALES PARA REALIZAR TURISMO EN PROVINCIA BOLOGNESI- ANCASH</u>	52
	3.1 Revisión de las condiciones existentes :	52
	3.1.1 Localización Geográfica	52
	3.1.2 Características Geográficas	53
	3.1.3 Población	54
	3.1.4 Población Económicamente Activa	54
	3.1.5 Actividades Económicas Principales	56
	3.1.6 Equipamiento Urbano y Turístico	61
	3.1.7 Principales Festividades	68
	3.1.8 Circuito e Itinerarios Turísticos	68
	3.1.9 Inventario de Recursos Turísticos	72
	3.2 Cuantificación del mercado turístico	82
	3.2.1 Estudio de Mercado	82
	3.2.2 Demanda turística de la Región Chavín	98
	3.3 Análisis FODA del turismo en la provincia de Bolognesi.	103

CAPITULO IV	<u>MEDIDAS ESTRATEGICAS PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO</u>	111
4.1	Formulación de Itinerarios y fortalecimiento del Corredor Turístico	111
4.2	Diversificación de los productos turísticos	123
4.3	Conservación de los atractivos turísticos	127
4.4	Mejoramiento de los Atractivos Turísticos y de las facilidades para realizar actividades Turísticas	129
4.5	Promoción turística	133
CAPITULO V	<u>PROPUESTA DE ORGANIZACIÓN Y GESTION DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE BOLOGNESI</u>	137
CAPITULO VI	<u>DESCRIPCIÓN DE PROYECTOS A DESARROLLAR</u>	
6.1	Mejoramiento de Servicios Básicos	153
6.2	Mejoramiento Carretero	153
6.3	Promoción de Ferias de Productores	153
6.4	Desarrollo de Instalaciones de Alojamiento	154
6.5	Mejoramiento de Atractivos Turísticos Huallanca	154
CAPITULO VII	<u>IMPACTO ECONOMICO SOCIAL</u>	
7.1	Repercusión en el Aspecto Económico.	158
7.2	Efectos en el Empleo.	158
7.3	Impacto Social.	159
7.4	Efectos en el Sector Productivo / Artesanal.	160
	<u>CONCLUSIONES</u>	162
	<u>RECOMENDACIONES</u>	164
	BIBLIOGRAFÍA	165
	ANEXOS	166

INDICE DE CUADROS

		Página
Cuadro N° 01 :	Distribución de la población por Estratos económicos	28
Cuadro N° 02 :	Datos macroeconómicos	29
Cuadro N° 03 :	Participación del sector turismo en el P.B.I	31
Cuadro N° 04 :	Ingresos por turismo y exportación	32
Cuadro N° 05 :	Inversión Extranjera en Turismo (1990 – 1997)	33
Cuadro N° 06 :	Inversión Extranjera directa en el sector de turismo	34
Cuadro N° 07 :	Empleo directo	35
Cuadro N° 08 :	Funciones de las entidades del Sector Público en el ámbito turístico	46
Cuadro N° 09 :	Externalidades generadas entre entidades del Sector Público	46
Cuadro N° 10 :	Provincia de Bolognesi : Población por área urbana y rural	54
Cuadro N° 11 :	Población económicamente activa de 6 años y más, según actividad económica	55
Cuadro N° 12 :	Bolognesi : Producción de los principales cultivos 1998	56
Cuadro N° 13 :	Superficie agrícola y sus componentes bajo riego y en secado, según provincia, distrito y tamaño de unidades agropecuarias.	57
Cuadro N° 14 :	Productores y superficies agropecuarias según provincia , distrito y tamaño de unidades agropecuarias	58
Cuadro N° 15 :	Población de ganado vacuno, ovino, porcino y pollo de engorde, según provincia, distrito y tamaño de unidades agropecuarias.	59
Cuadro N° 16 :	Bolognesi: Relación de empresas mineras poli metálicas y no metálicas	60
Cuadro N° 17 :	Bolognesi: Equipamiento urbano y turístico por distritos, año 2000.	63
Cuadro N° 18 :	Bolognesi : Oferta de Hospedaje año 2000	64
Cuadro N° 19 :	Bolognesi : Instituciones y profesionales de la salud de los distritos de la provincia.	66
Cuadro N° 20 :	Bolognesi: Instituciones educativas de las principales provincias.	67
Cuadro N° 21 :	Principales festividades de la provincia de Bolognesi	69
Cuadro N° 22 :	Inventario de recursos turísticos de la provincia de Bolognesi	73
Cuadro N° 23 :	Gasto diario turista interno	83
Cuadro N° 24 :	Gasto per cápita diario por motivo de viaje	84
Cuadro N° 25 :	Gasto promedio diario per cápita por rubro	84
Cuadro N° 26 :	Resumen de encuestas de estudio de mercado: preguntas dicotómicas	91
Cuadro N° 27 :	Resumen de encuestas de estudio de mercado: preguntas tricotómicas	94
Cuadro N° 28 :	Resumen de encuestas de estudio de mercado: preguntas con alternativas varias.	95

Cuadro N° 29 :	Resumen de encuestas de estudio de mercado: preguntas con alternativas de Decisión.	96
Cuadro N° 30 :	Región Chavín : Proyección de arribos de turistas (Miles personas) Bolognesi : Oferta de hospedaje	98
Cuadro N° 31 :	Provincia de Bolognesi : Proyección de arribos turísticos (personas)	99
Cuadro N° 32 :	Fortalezas y debilidades de los principales distritos de la provincia de Bolognesi.	103
Cuadro N° 33 :	Oportunidades y amenazas de los principales distritos de la provincia de Bolognesi.	105
Cuadro N° 34 :	Cronograma para la formulación del Plan Operativo	145
Cuadro N° 35 :	Cronograma de actividades área de Marketing	147
Cuadro N° 36 :	Cronograma de actividades área de Proyectos	148
Cuadro N° 37 :	Cronograma de actividades área de Administración	149
Cuadro N° 38 :	Cronograma de actividades de Seguimiento y control	150
Cuadro N° 39 :	Presupuesto de proyectos a desarrollar en el corto, mediano y largo plazo para el desarrollo del turismo en la zona de estudio.	153
Cuadro N° 40 :	Desagregado de proyectos a corto plazo.	156
Cuadro N° 41 :	Estimación de efectos sobre el empleo (miles de personas).	159

INDICE DE GRAFICOS

		Página
Gráfico N° 01 :	Población económicamente de 6 años y más, según actividad económica	55
Gráfico N° 02 :	Superficie agrícola en la provincia de Bolognesi (Has.)	57
Gráfico N° 03 :	Población de ganado vacuno, porcino y pollo de engorde según la provincia de Bolognesi.	59
Gráfico N° 04 :	Predisposición a realizar viajes de turismo en U. Alas Peruanas (UAP)	91
Gráfico N° 05 :	Predisposición a realizar viajes de turismo en Universidad de Lima (UL)	91
Gráfico N° 06 :	Predisposición a realizar viajes de turismo en U. Federico Villarreal (UFV)	91
Gráfico N° 07 :	Predisposición a realizar viajes de turismo en Universidad San Ignacio de Loyola (USIL)	92
Gráfico N° 08 :	Predisposición a realizar turismo de aventura en UAP.	92
Gráfico N° 09 :	Predisposición a realizar turismo de aventura en UL.	92
Gráfico N° 10 :	Predisposición a realizar turismo de aventura en UFV.	92
Gráfico N° 11 :	Predisposición a realizar turismo de aventura en USIL.	92
Gráfico N° 12 :	Predisposición a pernoctar en la cordillera de Huayhuash en UAP	92
Gráfico N° 13 :	Predisposición a pernoctar en la cordillera de Huayhuash en UL	93
Gráfico N° 14 :	Predisposición a pernoctar en la cordillera de Huayhuash en UFV.	93
Gráfico N° 15 :	Predisposición a pernoctar en la cordillera de Huayhuash en USIL.	93
Gráfico N° 16 :	Predisposición a viajar a Huallanca a practicar deportes de aventura en UAP.	94
Gráfico N° 17 :	Predisposición a viajar a Huallanca a practicar deportes de aventura en UL.	94
Gráfico N° 18 :	Predisposición a viajar a Huallanca a practicar deportes de aventura en UFV.	94
Gráfico N° 19 :	Predisposición a viajar a Huallanca a practicar deportes de aventura en USIL.	94
Gráfico N° 20 :	Predisposición a viajar al circuito turístico con carro propio en UAP	94
Gráfico N° 21 :	Predisposición a viajar al circuito turístico con carro propio en UL.	94
Gráfico N° 22 :	Predisposición a viajar al circuito turístico con carro propio en UFV.	94
Gráfico N° 23 :	Predisposición a viajar al circuito turístico con carro propio en USIL.	94
Gráfico N° 24 :	Gráfico comparativo de preferencia de tipo de alojamiento.	97
Gráfico N° 25 :	Gráfico comparativo de atractivos turísticos de la zona que conoce.	97
Gráfico N° 26 :	Gráfico comparativo de días de permanencia en zonas turísticas.	97
Gráfico N° 27 :	Gráfico comparativo de cantidad monetaria dispuesto a gastar por día.	97
Gráfico N° 28 :	Resumen de las fortalezas y oportunidades de los principales distritos de	109

	Bolognesi.	
Gráfico N° 29 :	Organigrama referencial de trabajo bajo un esquema de labor designado por áreas	142

INDICE DE MAPAS

Mapa 01 :	Localización geográfica de la provincia de Bolognesi- departamento de Ancash	13
Mapa 02 :	Principales provincias del departamento de Ancash	14

DESCRIPTORES TEMÁTICOS

- Turismo de Aventura
- Departamento de Ancash
- Provincia de Bolognesi
- Escalada en Roca
- Parapente
- Ala Delta
- Itinerarios Turísticos
- Circuito Turístico
- Ecología
- Impacto Ambiental
- Oro de los Andes
- Gestión Turística

RESUMEN

“ El aprovechamiento sostenible del potencial natural y cultural de los pueblos ,traerá desarrollo y progreso a sus pobladores, por la posibilidad que representa para la integración de la población local a la vida nacional y a la economía global ”.

El presente proyecto de tesis abarca nuevas maneras de pensamiento y/o enfoque para promover la oferta turística, así como asegurar su materialización según una secuencia de trabajo que se puede replicar en otros escenarios de desarrollo.

El desarrollo de la actividad turística es muy importante en nuestro país, por que posee, por excelencia, un importante potencial turístico, es una importante fuente de empleo directo e indirecto, dado que su demanda se dirige a actividades de uso intenso de mano de obra, principalmente el sector servicios. Además también crea demanda de consumo e inversión en otros sectores que igualmente utiliza mano de obra, como la manufactura, el agro y la construcción.

El área de estudio presenta recursos, atractivos y potencial turístico por explotar y que todavía no son promocionados, se maneja la información de existencia pero no hay los estudios que garanticen o certifiquen que tales recursos con potencial turístico puedan ser transformados en productos turísticos. De manera general y básica se realizó el diagnóstico respectivo de la provincia de Bolognesi en sus principales distritos y sus principales recursos turísticos, se plantea el análisis FODA respectivo, se formulan las estrategias y proyectos a desarrollar en el corto, mediano y largo plazo. Una estrategia importante es empezar a trabajar con lo que se tiene confiando en las iniciativas de la comunidad y el mercado. Se proponen nuevos lugares de destino, nuevos itinerarios con el objetivo de conocer mayores recursos turísticos y atractivos turísticos; al respecto es interesante ver como los alcaldes quieren promocionar la actividad turística en sus localidades para ello se propone un capítulo adicional de propuesta de organización y gestión del turismo en la provincia de Bolognesi en Ancash.

Esta propuesta trata de tener una relación directa entre la entidad Estado (de apoyar las leyes propuestas), los municipios (impulsar el turismo en al comunidad, juntando empresarios que apoyen las actividades turísticas y proyectos para el desarrollo del turismo, promover el trabajo conjunto con las demás municipalidades de la región), y por ultimo las instituciones académicas (soporte técnico para realizar estudios vinculados al turismo).

INTRODUCCION

El turismo es una actividad que genera gran expectativa de desarrollo y un fenómeno económico que integra varios sectores económicos de producción y servicios, tales como transporte, hospedaje, alimentación, industria de artículos de viaje, lugares de recreo y diversión, medios de comunicación, productos artesanales y productos agropecuarios, por las razones antes mencionadas esta actividad es una fuente principal generadora de empleo y divisas, representando una de las actividades económicas dinámicas de la economía peruana.

El desarrollo del turismo representa la posibilidad de integrar la población local a la vida nacional, y a la economía global, por lo cual el turismo puede ser también un acelerador fundamental del desarrollo de los pueblos .

En muchos pueblos del interior de nuestro país la actividad turística no es vista como una actividad económica que genere ingresos, debido a la falta de conciencia de los recursos turísticos y la necesidad de capacitar al personal para la oferta de productos – servicios turísticos, también al desconocimiento del potencial de los recursos turísticos y a la falta de conocimiento de parte de la autoridades para gestionar este tipo de actividades.

La Provincia de Bolognesi – Ancash, cuenta con una importante cantidad de recursos turísticos que no son explotados debidamente, siendo el desarrollo de esta actividad en la actualidad pequeña, no contamos con empresas turísticas afincadas en la localidad, a todo lo

anterior se suma la falta de recursos económicos, financieros, tecnológicos, informáticos y vías de comunicación suficientes que permitan explotar todos los recursos turísticos en los distritos principales de la provincia de Bolognesi.

Es en base a estas ideas que se planteó el desarrollo del presente trabajo, que lleva como título "DIAGNOSTICO Y DESARROLLO ESTRATÉGICO DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE BOLOGNESI – ANCASH.

La elaboración del presente trabajo, empieza con la recopilación de información respecto al medio físico y el hombre, para luego con la investigación y análisis realizar el diagnóstico de su situación.

El primer capítulo trata aspectos generales relacionados a antecedentes en el área de estudio. En el capítulo dos trata lo relacionado al impacto del turismo en la economía del Perú. El capítulo tres se hace un diagnóstico de las condiciones actuales para realizar turismo en la provincia de Bolognesi Ancash, se cuantifica el mercado turístico interno, externo y un análisis FODA del turismo en la provincia. En el capítulo cuatro se establecen las medidas estratégicas para el desarrollo del turismo. En el capítulo cinco se realiza una propuesta de organización y gestión del turismo en la provincia de Bolognesi. En el capítulo seis se hace una descripción de los proyectos a desarrollar para promover el turismo. En el capítulo siete se analiza el impacto económico social del desarrollo turístico en la zona. Finalmente se encuentran las conclusiones y se hacen las recomendaciones del caso.

La metodología utilizada se inicia con la definición de los objetivos del estudio en lo general y lo específico, para luego realizar el diagnóstico situacional que comprende todo el capítulo III, en el cual se trata las condiciones existentes, cuantificación del mercado turístico y el análisis FODA del turismo en la provincia, después de ello se plantean las estrategias para el

desarrollo del turismo en la zona de estudio y se proponen propuestas de organización y gestión del turismo en la provincia de Bolognesi con las prioridades de desarrollar proyectos de mejoramiento de servicios, atractivos y promoción. En el capítulo VII se trata del impacto económico social.

CAPITULO I ASPECTOS GENERALES

1.1 ANTECEDENTES.

El presente estudio se realiza en la Provincia de Bolognesi principalmente, incluyendo por razones estratégicas las provincias de Huamalies y Dos de Mayo del departamento de Huanuco para poder aprovechar sus recursos turísticos que están muy cerca de la provincia de Bolognesi.

Su localización geográfica se encuentra ubicada en el extremo Sur-Oriental del Departamento entre los $77^{\circ}05'45''$ a $77^{\circ}44'27''$ de longitud Oeste y los $09^{\circ}49'20''$ a $10^{\circ}46'31''$ de latitud Sur, limita por el Norte con la Provincia de Huari, por el Nor-Oeste con la Provincia de Recuay, por el Sur con el Departamento de Lima, en el Este con el Departamento de Huanuco y Oeste la Provincia de Recuay, como se puede observar en los Mapas N° 01 y N° 02.

Su capital es la ciudad de Chiquian que se encuentra a 3,374 m.s.n.m. Sus características geográficas de la Provincia de Bolognesi es que tiene una superficie de 3,065.56 Km², su territorio es accidentado y se extiende desde la Cordillera Negra en el límite con el departamento de Lima hasta las cumbres, en los Nevados de la Cordillera Blanca destaca el nevado de Yerupaja de 6,617 m.s.n.m.

De acuerdo a los documentos consultados, podemos mencionar como antecedentes al presente estudio la siguiente información :

- Plan de la Región Ancash y el Desarrollo Turístico, que están elaborando por la Dirección Regional de Industria y Turismo de la Región mencionada.
- Perfiles de proyectos de Desarrollo Turístico, que están preparando las provincias que forman parte del circuito “ ORO DE LOS ANDES ”, en donde participan la provincia de Bolognesi – Ancash y las provincias de La Unión y Dos de Mayo que pertenecen al Departamento de Huanuco.

1.2 OBJETIVOS:

1.2.1 Objetivo General

- El estudio busca en contribuir a través de las propuestas presentadas, al desarrollo socio – económico de la Provincia de Bolognesi, promoviendo el desarrollo del turismo.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Contribuir al desarrollo económico de la Provincia, formando para ello una mesa de concertación de los diferentes entes involucrados como son: CTAR – Ancash, municipalidades, gremios empresariales, instituciones del estado que promuevan el turismo, etc.
- Promover la integración de las pequeñas y medianas empresas de la Provincia : Hospedaje, artesanía, productos agrarios, Restaurante, Transporte, guías de Turismo.
- Contribuir al desarrollo social, creando empleo y proporcionando oportunidades a pequeñas empresas de productos y servicios de la localidad.

- Contribuir a la conservación del patrimonio natural y cultural de la provincia.
- Generar las condiciones de sitio para motivar la participación de la empresa privada en actividades relacionadas al sector turismo.
- Promover el Turismo de Aventura y Cultural Histórico de la Provincia.
- Promover Proyectos Turísticos para la financiación del Gobierno Central y de la Cooperación Extranjera.

1.3 ÁREA DE ESTUDIO:

El estudio tendrá como área principal de estudio la Provincia de Bolognesi, pero también se incluyen las provincias de Huamalíes, Dos de Mayo que pertenecen al Departamento de Huanuco.

1.4 PROMOTOR DEL ESTUDIO:

Los promotores del Presente Estudio son las Municipalidades Distritales de la Provincia de Bolognesi, siendo en la actualidad Coordinador General el Alcalde de la Municipalidad Distrital de Huallanca Ing. Luis Barrenechea Martel.

CAPITULO II EL IMPACTO DEL TURISMO EN LA ECONOMIA DEL PERU

2.1 CONCEPTO DE TURISMO Y TURISTA :

2.1.1 Definición de Turismo:

Turismo es el complejo de actividades originales por el desplazamiento temporal y voluntario de las personas, fuera de su lugar de residencia habitual, invirtiendo en sus gastos recursos que no provienen del lugar visitado.

2.1.2 Clases de Turismo:

El turismo se puede clasificar de la siguiente manera:

a) Por la finalidad perseguida u objeto de viaje:

Por causas o motivaciones objetivas

1) Turismo terapéutico

- Balnearismo (aguas termales)
- Climatismo (climas variables de determinado lugar)

2) Turismo deportivo

- Caza y pesca
- Excursionismo:

- Pedestrismo
- Ciclismo
- Motociclismo
- Automovilismo
- Aviación deportiva
- Montañismo
- Deporte de nieve
- Camping
- Trecking
- Deportes de aventura
 - Canotaje y Kayac
 - Ala Delta, parapente, parasailing
 - Escalada en roca
 - Andinismo
 - Ciclismo de montaña

- 3) Ecoturismo
- 4) Veraneo
- 5) Turismo gastronómico
- 6) Turismo recreativo

Por causas o motivaciones subjetivas:

1. Turismo religioso
2. Turismo cultural:
 - Artístico
 - Histórico – educativo

3. Turismo profesional Acontecimientos programables

- Viajes de negocios

4. Turismo tecnológico: minas

b) Por su manifestación cuantitativa

Turismo de minorías

1. Pequeños corrientes hacia un destino turístico específico.
2. Pequeños grupos de turistas procedentes de un lugar que significan minoría dentro del volumen total de visitantes que reciben .
3. Turismo personal
4. Referida a lugares que no cuentan con muchas visitantes.
5. Referida a la practica de turismo selectivo o actividad desarrollada en forma exclusiva.

Turismo de Masas

Es practicado por la mayoría, referido al volumen creciente de turistas.

c) Por su nacionalidad

Turismo Nacional { Turismo nacional interno (turismo interno)
Turismo nacional externo (turismo externo)

Turismo internacional (Turismo receptivo)

Nota : Mayor Información ANEXO 1 (Turismo, Fundamento y Desarrollo)

2.2 TIPOS DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS QUE SE PUEDEN DESARROLLAR EN EL PAÍS Y CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES.

En el Perú se pueden desarrollar una gran variedad de actividades turísticas, debido a la cultura que se desarrollan en la antigüedad, a la variedad de micro climas, a las bondades de las regiones costa, sierra y selva; cada una con sus propios atractivos y la riqueza de nuestra fauna y flora.

En resumen las actividades turísticas que se pueden desarrollar son las siguientes:

- ◆ Ecoturismo
- ◆ Treeting
- ◆ Alta montaña
- ◆ Playas y olas
- ◆ Vivencial
- ◆ Místico
- ◆ Arqueológico / cultural
- ◆ Termalismo
- ◆ Pesca y caza submarina
- ◆ Turismo de aventura (canotaje, parapente, a la Delta)
- ◆ Tecnológico

ACTIVIDADES TURISTICAS Y LUGARES DE DESARROLLO

- A. Ecoturismo : Ancash (parque Nacional Huascarán)
Ica (Paracas)
Arequipa (Cañón del Colca)
Puno (Reserva Nac. del Titicaca)
Loreto (Iquitos, Río Amazonas)
Madre de Dios (El Manu)
- B. Treeting : Ancash (Callejón de Huaylas)
Arequipa (Cañón del Colca)

		Cusco	(Caminos del Inca)
		Madre de Dios	(El Manu)
C. Alta Montaña	:	Ancash	(Cordillera Blanca)
		Arequipa	(Valle de los Volcanes)
		Cusco	(Cordilleras Vilcanota)
D. Playas y Olas	:	Tumbes	(Puerto Pizarro y Punta Sal)
		Piura	(Mancora y Cabo Blanco)
		La Libertad	(Chicama)
		Lima	(Playas del Sur)
E. Canotaje	:	Ancash	(Río Santa)
		Lima	(Río Cañete)
		Arequipa	(Río Colca)
		Cusco	(Río Urubamba)
F. Místico	:	Lima	(Marcahuasi)
		Ica	(Nazca)
		Cusco	(Machu Picchu y Kenko)
G. Arqueológico	:	Lambayeque	(Sipan)
		La Libertad	(Chan Chan)
		Lima	(Pachacamac)

		Cusco	(MachuPichu, Ciudad, Valle Sagrado de los Incas)
H. Termalismo	:	Cajamarca	(Baños del Inca)
		Ancash	(Monterrey)
		Lima	(Churín)
		Arequipa	(Yura)
		Cusco	(Aguas Calientes)
I. Pesca y Caza	:	Tumbes	(Zorritos)
Submarina		Piura	(Cabo Blanco)
		Lima	(Pucusana y Pachacamac)
		Arequipa	(Mollendo Mataraní)
		Moquegua	(Ilo)
		Tacna	(Villa – Villa y Boca del Río)

CENTROS Y ACTIVIDADES TURISTICAS

1. Ancash : Ecoturismo (Parque Nacional Huascarán)
Trekking (Callejón de Huaylas)
Alta Montaña (Cordillera Blanca)
Canotaje (Río Santa)
Termalismo (Monterrey)

2. Ica : Ecoturismo (Paracas)
Místico (Nazca)

3. Arequipa : Ecoturismo (Cañón del Colca)
Trekking (Cañón del Colca)
Alta Montaña (Valle de los Volcanes)
Canotaje (Río Colca)
Termalismo (Yura)
Pesca y Caza Submarina (Mollendo Mataran)

4. Puno : Ecoturismo (Reserva Nacional del Titicaca)

5. Loreto : Ecoturismo (Iquitos, Río Amazonas)

6. Madre de Dios : Ecoturismo (Manu)
Trekking (Manu)

7. Cusco : Trecking (Caminos del Inca).
Alta Montaña (Cordillera Vilcanota).
Canotaje (Río Urubamba).
Místico (MachuPichu y Kenko).
Arqueológico (MachuPichu, Ciudad, Valle Sagrado de los Incas).
Termalismo (aguas Calientes).
8. Tumbes : Playas y Olas (Pto. Pizarro y Punta Sal).
Pesca y Caza Submarina (Zorritos).
9. Piura : Playas y Olas (Mancora y Cabo Blanco).
Pesca y Caza Submarina (Cabo Blanco).
10. La Libertad : Playas y Olas (Chicama).
Arqueológico (Chan Chan).
11. Lima : Playas y Olas (Playas del Sur).
Místico (Marcahuasi).
Arqueológico (Pachacamac).
Termalismo (Churin).
Pesca y Caza Submarina (Pucusana y Pachacamac).
Canotaje (Río Cañete).
12. Lambayeque : Arqueológico (Sipan).

13. Moquegua : Pesca y Caza Submarina (Ilo).
14. Tacna : Pesca y Caza Submarina (Vila – Vila y Boca del Río).
15. Cajamarca : Termalismo (Baños del Inca).

2.3 IMPORTANCIA DEL TURISMO EN LA ECONOMÍA :

El turismo es un fenómeno económico, que integra varios sectores económicos de producción y servicios como:

- Servicios de alojamiento y alimentación
- Servicio de transporte
- Industria de artículos de viaje
- Lugares de recreo y diversión
- Medios de comunicación
- Comercio y bancos en lugares turísticos
- Productos artesanales
- Empresas industriales y agrícolas
- Productos agropecuarios de la zona

a) Generar Divisas

- 1) Representa el sector mas dinámico de la economía peruana en el intercambio comercial internacional, y crece a un ritmo que casi dobla el crecimiento promedio de las demás exportaciones (+ 10% anual)

2) Desde el punto de vista del ingreso de divisas, el turismo debe analizarse bajo tres aspectos:

- Por las inversiones en el sector y sus diversos canales de reembolsos
- Por los gastos efectivos realizados por los turistas extranjeros en el país.
- Por el efecto de retención de turistas nacionales que constituyen viajes al extranjero por vacaciones dentro del país.

b) Generación de empleo

El turismo incide en primer lugar en la mano de obra, cumple función fundamental por la mano de obra absorbida en la industria hotelera, complementada por el sector terciario especializado y la actividad de la construcción.

Es además importante por la mano de obra que insume la construcción de infraestructura vial, la puesta en valor de monumentos, el mejoramiento de la población urbana y rural, etc.

Además el turismo crea en el campo laboral un fenómeno sociológico de la mayor importancia y es que produce una migración a las zonas turísticas lo que constituye un acelerador fundamental en el proceso de un pueblo.

c) Redistribución del Ingreso y Nivel de Vida

El turismo es un medio de redistribución de ingresos por el efecto de arrastre que ejerce al resto de la economía nacional, así como propicia dicha redistribución los diferentes espacios económicos donde se localizan los atractivos turísticos, es decir, se constituye en un factor poderoso en la activación de las economías regionales a través de las actividades agropecuarias industriales y comerciales.

d) La Artesanía

Hablar de la actividad artesanal, es hablar de una forma de producción horizontal en las actividades económicas y sociales de las artesanías.

Esta actividad implica el desarrollo de las pequeñas empresas de la región dedicadas a la artesanía, lo cual es una fuente importante de ingresos para un porcentaje de la población que encuentra en el turismo un mercado interesante.

2.3.1 Condiciones Económicas:

Desde 1993, el Perú viene gozando de condiciones económicas favorables. El índice inflacionario que llegó a un nivel de 7481.7% en 1990, decreció a 6.46% en 1997, y el PBI creció 7.4% en 1997. Las reservas internacionales excedieron los 10 mil millones de dólares y el déficit comercial ha venido disminuyendo los últimos tres años. El empleo aún es un problema persistente.

La estabilización de la economía peruana fue lograda luego de adoptar políticas económicas de tipo liberal basadas en el mercado, lo que implicó políticas de estricta disciplina fiscal y monetaria. Estas políticas llevaron a la privatización, entre otros, de la cadena de hoteles nacionales y de la aerolínea. La mejora de las condiciones de seguridad, a la par con las políticas de libre mercado y la recuperación de la credibilidad internacional, han contribuido sustancialmente para atraer nuevamente la inversión extranjera al Perú.

Un problema persistente es el relacionado con la desigualdad social y económica. En el cuadro N°1 se muestra la información relacionada a este tema:

Cuadro N°1

Distribución de la población por estratos económicos

	1985	1991	1994
Pobreza extrema	18.4%	23.7%	20.2%
Pobre	41.6%	55.1%	49.6%
Otros	58.4%	44.9%	50.4%

Fuente: MEF 1985 – 1986, MEF 1991 Y 1994

Tal como se muestra en la tabla anterior, la participación de los estratos clasificados como de Pobreza Extrema y Pobre no han tendido a mejorar, aún con la mejora de las condiciones macroeconómicas. El gobierno ha establecido programas de alivio de la pobreza y creación de empleos con el fin de solucionar los problemas de pobreza, pero estos aún son insuficientes para mejorar las condiciones de pobreza y de desequilibrio social.

Una mejor imagen de la evolución de las condiciones macroeconómicas desde 1980 puede conseguirse refiriéndose a la información contenida en el Cuadro N°2.

Cuadro N°2

Datos macroeconómicos

Variables	1980 Anual	1990 Anual	1995 Anual	1996 Anual	1997 Anual
Inflación de precios al consumidor %	60.82	7,481.7	10.2	11.8	6.46
Inflación mensual de precios al consumidor %	4.2	43.7	0.9	0.94	0.8
Inflación de precios mayoristas %	53.8	6737.5	10.5	9.4	5.0
Inflación mensual de precios mayoristas %	4.1	41.9	0.7	0.91	0.69
PBI millones de US\$	20,652	34293	45.180	47,600	50,222
PBI per cápita en millones de US\$	1,192	1,590	1,971	1,979	2,051
PBI variación global %	5.4	-3.8	7.2	2.8	7.4
PBI agricultura%	-4.2	-8.8	7.6	5.7	4.9
PBI pesca %	-5.1	0.3	-19.1	-0.5	-9.7
PBI manufactura %	-44.5	1.3	2.6	2.8	5.4
PBI construcción %	5.3	-2.6	4.2	2.7	6.5
PBI comercio %	18.8	2.8	17.5	-4.6	21.3
PBI otros sectores %	5	-0.1	12.4	3	7.8
Indice de crecimiento anual	4.2	7	7	3.2	6.2
Fuerza laboral (millones de personas)	2.6	1.9	1.7	1.8	1.7
Adecuadamente empleadas %	5.9	7.18	8.7	8.4	10.25
Subempleadas %	41.8	18.9	17.91	45	45
Desempleados %	51.2	72.8	75	46.6	46.6
Salario mínimo US\$	7.0	8.3	8.4	7.9	7.9
Sueldo mensual promedio US\$	42.79	93.2	66.87	82.39	125.91
(firmas con más de 100 empleados)	281	311	800	765	822
Sueldo mensual promedio (Sector públ.) US\$	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a
Canasta de consumo familiar básica US\$	298	241	291	356	358
Tasa de cambio promedio S/.	0.01	0.52	2.32	2.46	2.74
Devaluación %	30.43	10,316	5.9	12	4.98

Reservas internacionales netas millones US\$	11,482	531	6,693	8,862	10,169
Deuda externa millones US\$	9,595	22,857	33,515	33,513	27,520
Deuda externa / exportación %	245	555	393	456	316
Balanza comercial millones US\$	826	391	-2116	-1855	-1815
Exportación millones US\$	3,916	3,321	5,591	5,897	6,757
Importaciones millones US\$	3,090	2,885	7,688	7,873	8,568
Saldo en cuenta corriente millones US\$	-102	-678	-3,748	2545	-265.4
Saldo en cuenta corriente / PBI US\$	-0.63	-3.4	-7.3	-5.9	5.2
Rentas por impuestos millones S/.	9,674	611	18,009	19,941	22,934
Déficit Fiscal / PBI %	-2.3	-2.6	-2.1	-1.35	0.1
Inversión bruta / PBI %	28.8	15.7	24.3	23.3	24.3
Ahorro interno / PBI %	28.3	11.9	17.0	17.4	17.3

Nota: n.d = no disponible

Fuente: MEF, BCRP, INEI, Ministerios, Aduanas, Sunat, Avance Económico

2.3.2 PBI del Turismo

El cuadro N°3 muestra datos del PBI global y del PBI del turismo, que incluye la información abarca el periodo 1980 a 1997 y se da en términos constantes de nuevos soles de 1979.

Cuadro N°3

Participación de sector turismo en el PBI

Año	PBI Global	PBI del Sector Turismo	Participación %
1980	3,646.637	125,152	3.4
1981	3,807.715	127,026	3.3
1982	3,815.751	130,289	3.4
1983	3,334.220	131,811	4.0
1984	2,494.773	136,734	3.9
1985	3,573.928	146,005	4.1
1986	3,904.219	161,736	4.1
1987	4,234.711	177,830	4.2
1988	3,881.284	164,960	4.0
1989	3,428.614	132,709	3.9
1990	3,243.760	124,189	3.8
1991	3,334.495	127,905	3.0
1992	3,207.198	118,294	3.6
1993	3,497.230	124,918	3.6
1994	3,950.932	139,833	3.5
1995	4,240.312	148,838	3.5
1996	4,350.040	157,247	3.6
1997	4,663.886	177,227	3.8

Nota: Nuevo soles constante de 1979

Fuente: Banco Central de Reserva

Durante el periodo 1980 – 97, el PBI creció a una tasa anual de 1.45%, mientras que el PBI del turismo creció a una tasa de 2.1%. la participación del PBI del turismo dentro del PBI global se incrementó de 3.4% en 1980 a 3.8% en 1997.

Nota : Mayor Información ANEXO 2 (Manual de Importancia e Impacto del Turismo en el Perú)

2.3.3 Generación de ingresos por el intercambio con el exterior

El Cuadro N°4 muestra el intercambio con el exterior generado por las exportaciones y el turismo.

Cuadro N°4

Ingresos por turismo y exportación

	1985	1990	1995	1996	1997
EXPORTACIONES	3,047	3,321	5,591	5,897	6,754
TRADICIONAL	2,259	2,259	3,990	4,213	4,640
Minería	1,266	1,481	2,616	2,664	2,672
Petróleo	636	258	241	353	373
Agricultura	230	174	346	297	471
Pesca	126	345	787	909	1,125
NO TRADICIONAL	728	989	1,445	1,590	2,035
Agricultura	94	119	275	323	339
Textil	244	364	441	455	569
Pesca	123	107	224	212	277
Metal – mecánica	44	43	40	49	56
Química	57	90	133	167	205
Acero	77	151	145	141	234
Minerales No metálicos	14	16	30	37	51
Otros	76	99	157	206	304
OTROS	60	74	157	94	79
Turismo	189	217	428	632	805
Turismo/Total exportaciones	6.2	6.5	7.7	10.7	11.9
Turismo / exportación tradicional	8.4	9.6	10.7	15.0	17.4
Turismo / exportación no-tradicional	25.9	21.9	29.6	39.7	39.6

Nota : Elaborado por MITINCI/SG/OGIER- Oficina de Estadística
Unidad: millón USS

Fuente: Banco Central de Reserva (BCRP)

De la tabla arriba indicada se puede ver que la participación del intercambio con el exterior generada por el sector turismo, en comparación con las exportaciones ha crecido de 6.2% en 1985 a 11.9% en 1997.

La tasa del intercambio generado por el turismo, al compararse con aquellos generados por la exportación tradicional, se ha incrementado de 8.4% en 1995 a 17.9% en 1997. Para el caso de la tasa turismo / exportaciones no tradicionales, esta ha variado de 25.9% en 1985 a 39.6% en 1997. Para 1996 y 1997 el turismo ha sido el

tercer mayor generador de divisas del intercambio con el exterior, solo sobrepasado por el cobre y la harina de pescado.

2.3.4 Inversión turística

Debido a la mejora de las condiciones económicas y legales para la inversión en el Perú, además de haber alcanzado la estabilidad política y mejores condiciones de seguridad; la inversión, tanto local como extranjera, han sido incrementándose sostenidamente en el sector turismo. De acuerdo al documento, “Perú: Proyecto Nacional de Turismo” elaborado por José L. Hauyón Dall’Oroto (Universidad San Martín de Porres, 1998), hasta Diciembre de 1997, habían 108 proyectos de gran escala en 18 departamentos que representaba una inversión a ser implementada de US \$ 656 millones que generaría 8,616 nuevas habitaciones hoteleras. Este nivel de inversión podría ser aún mayor si los proyectos de mediana y pequeña escala fuesen incluidos (no existe información disponible para estos proyectos). En lo referente a la inversión directa extranjera en el sector turismo, esta ha venido creciendo a un paso muy alentador, tal como se muestra en el Cuadro N°5.

Cuadro N°5

Inversión Extranjera en Turismo (1990 – 1997)

Año	Dólares
1990	10,263.384
1991	10,263.384
1992	10,263.384
1993	12,415.699
1994	18,626.235
1995	25,636.235
1996	36,637.242
1997	36,637.242
1990-97	160,742.805

Fuente: MEF, “ PERU : PROYECTO NACIONAL DE TURISMO ”

En 1997, la inversión extranjera directa en el sector turismo representó 0.13% del total de la inversión extranjera directa en el Perú. Los principales países que intervienen en el sector turismo peruano son los Estados Unidos de Norteamérica y el Reino Unido, compartiendo el 96% de la inversión total; además de esos dos países, hubieron 6 países europeos y 2 latinoamericanos.

El cuadro N°6 muestra la inversión extranjera directa al Perú en el año 1997.

Cuadro N° 6

Inversión Extranjera directa en el sector de turismo

País	Miles dólares
United Kingdom	18,590.00
Estados Unidos	16,471.33
Panamá	1,001.39
Belgium	305.14
Italy	182.30
Switzerland	52.01
Argentina	30.81
Austria	4.28

Fuente: MEF, "Perú: Proyecto Nacional de Turismo"

Nota : Mayor Información ANEXO 3 (Perfil del Turista Extranjero 2000)

2.3.5 Empleo

Las actividades turísticas generan empleo directo e indirecto; el empleo indirecto, se refiere al personal involucrado en las actividades operativas que no son permanentes y que son empleadas sobre la base de eventos estacionales.

De acuerdo al MITINCI, el empleo directo es el siguiente:

Cuadro N°7

Empleo directo

	1997
Alojamiento	21,661
Restaurantes	139.201
Agencias de Viaje	5,353
Otros	12.512
Total	178.727

Fuente : MITINCI

MITINCI considera que por cada empleo directo creado, se generan 1.5 empleos indirectos.

Por otro lado, CANATUR calcula que el empleo directo para 1997 representaba 163,000 personas, mientras que el empleo indirecto era de 267,000. CANATUR considera que por cada empleo directo, se generan 1.6 empleos indirectos. De acuerdo al documento "Perú: Proyecto Nacional de Turismo", la información de MITINCI, sobre el empleo directo está sobredimensionada al incluir una alta proporción de establecimientos dedicados a actividades completamente diferentes a las relacionadas con el mercado turístico.

La mayor parte de los trabajos indirectos son proporcionados por suministradores de información para la elaboración y comercialización de productos turísticos.

2.4 NORMATIVIDAD QUE REGULA LAS ACTIVIDADES DE TURISMO

El marco normativo debe, principalmente, asegurar un fácil acceso al mercado turístico que permita la participación efectiva de la mayor cantidad posible de proveedores turísticos. Para ellos se debe intentar minimizar los costos prescindibles,

especialmente los costos de transacción y facilitar la defensa de la leal y honesta competencia entre los agentes privados. Además específicamente, se debe promover el uso sostenible, cuidadoso y responsable de los recursos turísticos que conforman el patrimonio nacional.

Una característica a la que debe sujetarse la actualización normativa es que resulte predecible.

Ello supone que se conozcan los principios que rigen el desarrollo de la legislación turística y que los lineamientos de la política correspondiente sean coherentes con ellos. Así el sector privado podrá prever las acciones estatales a partir de los últimos cambios realizados y no habrá lo que se consideran cambios bruscos de las "reglas de juego".

Sin duda resulta imprescindible la participación del sector privado en la formulación de la política turística, dada su experiencia en el mercado y su trato directo con los turistas. Sus preocupaciones, proyectos, comentarios y sugerencias deben ser recogidos e incluidos en el diseño de las diversas iniciativas referidas a la promoción los planes maestros el desarrollo de zonas o recursos específicos entre otras.

El marco legal actual, en parte como reflejo de la multiplicidad de factores que confluyen en la actividad turísticas, contiene normas que parecen inspiradas en principios distintos y hasta contradictorios entre si. Con el fin de solucionar esta deficiencia se promulgó a mediados de 1998, la Ley para el desarrollo de la Actividad Turística, con lo que se buscó unificar todos aquellos aspectos que directa o

indirectamente estén relacionados al ámbito turístico. Y a principios del 2000 se aprobó el reglamento correspondiente.

Si bien se nota el esfuerzo realizado por incluir diferentes posiciones razonables respecto de los múltiples temas relacionados al turismo, un análisis algo más detallado de éstos podría sugerir los lineamientos exactos de una política turística integral. En especial se ha mantenido una gran dispersión de funciones entre diferentes entidades públicas, sin que exista una instancia apropiada que defina la pertinencia de las medidas de cada una de estas entidades ponderando, por ejemplo, las necesidades del desarrollo turístico con la conservación del patrimonio natural y cultural de la nación.

La norma actual concentra diversas funciones en el Mitinci, específicamente en el Viceministro de Turismo en su calidad de ente rector de la actividad turística. Sin embargo, la conformación de una mega institución que pudiera efectivamente decidir sobre todos los temas relacionados a una actividad tan compleja como es el turismo, probablemente determinaría una mayor inhibición del sector privado y de la competencia. En cambio la existencia de agencias de tipo autónomo, pero con una instancia de coordinación en caso de posiciones encontradas o el reclamo justificado de un operador privado. Resulta en un aparato estatal que se sostienen en la actividad misma de las diversas empresas o instituciones privadas, y supone menores costos en general.

En cuanto a la participación en el diseño normativo del sector privado, éste podría proponer cambios o modificaciones que se traduzcan en la vigencia de un marco más eficiente. Este tipo de iniciativa debería ser asumido principalmente por las organizaciones gremiales, dado que la actuación de una empresa individual podría

confundirse con un pedido que la beneficia exclusivamente a ella. En cualquier caso, las instancias encargadas de actualizar las normas deben evaluar los cambios propuestos a través del análisis del total de sus implicancias.

APORTE PRINCIPAL DE LA NORMATIVIDAD TURISTICA: Reducir los costos de transacción

En el ámbito normativo se debe definir las leyes, disposiciones y reglamentos, buscando una gran coherencia respecto de una política turística única o general. Respecto del sector privado, que debe ser reconocido como el protagonista principal del desarrollo turístico, uno de los objetivos centrales de la estrategia turística debe ser facilitar el acceso al mercado de la mayor cantidad posible de proveedores turísticos. Para ello se debe buscar la máxima reducción posible de los costos generados por controles previos que pueden llegar a representar barreras al ingreso de operadores al mercado y diferentes costos de transacción administrativos o legales.

El correcto funcionamiento del mercado turístico supone que es la interacción entre turistas y los proveedores que atienden sus demandas la que define el diseño de los productos las inversiones a realizarse, los diferentes niveles de precio y calidad, y la permanencia o no de las diferentes empresas turísticas.

Entonces, si bien el marco normativo debe promover la actividad privada principalmente a través del fomento de nuevas inversiones, las normas deben aplicarse por igual a todas las empresas o agentes interesados en realizar cualquier actividad económica, de manera que la responsabilidad por las decisiones adoptadas corresponda a riesgos particulares.

La responsabilidad estatal debe limitarse principalmente a la defensa de la libre y leal competencia entre los agentes privados (que implica facilitar el ingreso al mercado de eventuales competidores) y evitar, al mismo tiempo, un uso irracional de los recursos turísticos de la nación. En cualquier caso el Estado debe velar porque existan leyes, normas y reglamentaciones claras, eficaces y simples que sean respetadas por todos los participantes en el mercado.

El objetivo es facilitar el desarrollo de la iniciativa privada, creando condiciones de transparencia y estabilidad, dado que la mayoría de servicios turísticos es brindada por operadores privados en condiciones de una economía de mercado por lo que se espera que paulatinamente la calidad de éstos mejore y se amplíen las opciones entre las que pueda escoger todo visitante.

La realización efectiva de inversiones turística depende de diferentes variables como adecuados niveles de infraestructura pública, un buen posicionamiento del destino en el mercado internacional, la actuación del resto de empresarios que deben brindar los servicios turísticos complementarios o de que se disponga en la zona de mano de obra adecuadamente capacitada, entre otros; pero un requisito imprescindible si se quiere atraer a operadores de calidad es la existencia de un marco normativo claro y coherente, para que cada uno de los distintos subsectores involucrados sepa exactamente a qué condiciones debe sujetarse.

Respecto del mejor uso de los recursos turísticos nacionales, el Estado tiene la responsabilidad de preservar los restos arqueológicos, zonas con un equilibrio ecológico sumamente frágil o el propio medio ambiente. Sin embargo, existen

mecanismos a través de los cuales se pueden motivar la participación del sector privado con relación a ciertas funciones de conservación, de mantenimiento o de la inversión requerida para convertir un recurso turístico en un producto adecuadamente posicionado en el mercado.

Por tanto, aspectos medulares como el régimen aplicable a las concesiones, el tratamiento de restos arqueológicos o del patrimonio monumental del Estado, normas ambientales derechos de los consumidores etc., deben estar contemplados en normas de fácil aplicación de las que se deriven resultados previsibles y transparentes. Ello determinará que los costos de transacción se reduzcan sustantivamente, ya que cada participante en el mercado turístico conocerá sus derechos y deberes.

Pero, además, debe asegurarse un sistema que permita una aplicación eficiente del marco legal y que garantice la vigencia efectiva de los derechos y obligaciones que emanan de las normas. Debe contarse con mecanismos que solucionen de manera efectiva los conflictos que surjan de la aplicación de los diferentes agentes en el mercado turístico.

Un ejemplo de ello es el Servicio de Protección al Turista creado por el convenio suscrito entre PromPerú e Indecopi. Este sistema, basado en la atención de reclamos y promoción de la conciliación, permite hacer efectiva la aplicación de los derechos del turista en su calidad de consumidor.

La existencia de este servicio le otorga a los turistas una "mayor sensación de seguridad" respecto de que no se incumplirán con los términos y condiciones ofrecidos.

Constituye, sin embargo, un gran reto conformar un marco legal detallado , completo, claro, coherente y cuya operatividad se mantenga simple , de un sector tan amplio como el turístico. Aspectos como la estructura y las funciones de los diversos organismos estatales, el rol del sector privado , las políticas de garantía a la información, o en la preservación de los recursos naturales o culturales de la nación, son elementos que deberían estar incorporados de manera orgánica en la política de turismo.

El marco normativo directo e indirecto

Si bien existe una serie de normas vinculadas directamente a la actividad turística, también se encuentran vigentes diversas normas referidas a otros sectores o actividades que influyen en el desarrollo del sector. Por ejemplo, la actividad turística depende también de las normas sobre patrimonio cultural y monumental del Estado. Dado el carácter histórico cultural del turismo hacia el Perú.

En lo que se refiere a la inversión privada, las normas de concesiones tienen injerencia directa en el desarrollo de la inversión en el sector. Y se podría hacer una larga enumeración de cuerpos normativos que afectan directa o indirectamente al desarrollo turístico.

Defectos normativos: Yuxtaposición y vacíos

La naturaleza del mercado turístico, que involucra la producción y suministro de numerosas y diversos bienes y servicios, requiere de un esquema normativo. Por un lado, no debe darse la yuxtaposición de normas que implica la regulación del mismo tema en varias normas con sentidos diferentes. Esta incoherencia genera incertidumbre

ente los particulares que no saben a que reglas están sometidos. Por otro lado, no deben darse vacíos legales, es decir, temas o situaciones, que debiendo estar regulados, carecen de normas que aclaren el caso que se puedan estar presentando.

Muchas veces, la proliferancia de normas que regulen aspectos específicos del sector turístico de manera dispersa genera problemas. Tales normas suelen ser producidas en distintos momentos y concebidas como respuesta a temas puntuales, por lo que no fueron pensadas en función a una estructura orgánica y consistente. El resultado suele ser que no existe claridad respecto de las instancias, los principios, definiciones, objetivos ni de los mecanismos de coordinación.

Otro factor que contribuye a la complejidad del marco normativo es que además, de los operadores de turismo y sus distintas organizaciones de representación gremial, existen diversas entidades estatales que ejercen funciones que, directa o indirectamente, afectan al desarrollo del turismo. La gran cantidad de entidades públicas involucradas constituye un indicador de la complejidad que el turismo implica solo desde la perspectiva del sector público.

Como ejemplo de yuxtaposición o duplicidad normativa está el caso de la existencia de distintas entidades de coordinación. Según la Ley para el desarrollo de la Actividad Turística. El Comité Consultivo de Turismo y el Mitinci son las instancias de coordinación entre entidades del sector público y el privado en materia turística. Sin embargo, según la Ley de Áreas Naturales Protegidas, la entidad coordinadora en el Consejo de Coordinación del Sistema Nacional de Áreas Protegidas.

Por tanto, como es usual que atractivos turísticos involucren áreas naturales protegidas, se tendrá duplicidad en las instancias de coordinación sectorial y ello, como es evidente, incrementará los costos de transacción de adoptar cada decisión referente al desarrollo de un recurso turístico que sea parte del patrimonio natural.

En lo que respecta a vacíos normativos, a título de ejemplo el MITINCI el INRENA y el INC son las entidades competentes en materia normativa y de ejecución de acciones en el ámbito turístico, de protección del patrimonio natural y de resguardo del patrimonio cultural de la Nación, respectivamente. Tratándose de áreas con prioridades diferentes, es relativamente común la existencia de conflictos en la aplicación de sus respectivas políticas. A pesar de ello no se ha definido una instancia que defina la pertinencia de las medida de cada una de estas entidades, ponderando las necesidades del desarrollo turístico con la conservación del patrimonio natural y cultural de la nación. Por el momento muchos proyectos turísticos pueden ser obstaculizados o entorpecidos por decisiones del INRENA o del INC, cuya pertinencia no puede ser materia de discusión.

La norma general del turismo: todavía insuficiente

La amplitud y dispersión del marco normativo suelen generar incertidumbre y dificultan la formulación y percepción de una política clara y coherente. Frente a ello las normas generales de turismo deberían actuar como un prisma que descomponga la política (entendida como un conjunto de principios que inspiran la organización y objetivos de la actividad turística) en distintos "colores" que iluminen cada una de las actividades específicas concretas. (transporte, rol del estado, hospedaje, concesiones, resguardo y conservación del patrimonio cultural y medio ambiente, entre otros).

En cambio las normas vigentes no deben estar inspirados cada una en principios distintos y hasta contradictorios entre sí, lo que lleva a distintas áreas sean "iluminadas" por políticas diferentes.

Sin embargo, el análisis de la norma permite afirmar que aún se puede perfeccionar la estructuración de los principios objetivos y definiciones establecidas en ella, si bien se nota el esfuerzo realizado por incluir diferentes posiciones razonables respecto de los múltiples temas relacionados al turismo, un análisis algo más detallado de éstos podría sugerir los lineamientos exactos de una política turística integral.

Por ejemplo entre los principios de la actividad turística se señala "establecer el uso turístico racional y sostenible del patrimonio cultural y natural de la Nación", para luego agregar como otro principio que las labores de conservación del patrimonio cultural y nacional no dependen necesariamente de las actividades turísticas ni responden a la política general de turismo, sino a la política que las entidades competentes, (INRENA e INC) establezcan en concordancia con el Mitinci, en tanto hay intereses comunes en juego.

La ley también establece una serie de definiciones. La finalidad de señalar definiciones. La finalidad de señalar definiciones en el ámbito legal es dar un mejor y mayor sentido a las normas y asegurar su aplicación a las situaciones comprendidas en los supuestos de hecho de las normas. Por lo tanto un principio básico es que las definiciones deben ser estrictas y aplicarse en todo lo referente a la actividad. En cambio, mientras la ley actual señala una definición legal de prestador de servicio turístico, también establece una enumeración taxativa de quienes son considerados

como prestadores turísticos de acuerdo a otros criterios. Como resultado, una empresa podrá ser prestadora turística según la definición legal, pero no podría serlo si su actividad no es reconocida como tal por la enumeración taxativa de la propia ley o no se dicta una resolución ministerial que la incorpore como tal.

También se define lo que es una "facilitación turística", vinculada directamente al ámbito administrativo, particularmente a todo "trámite relacionado con la actividad turística". Sin embargo en la propia ley se señala una serie de "facilitaciones turísticas" con muy poca relación a los trámites de empresas turísticas como el fomento del turismo social o aquellos referidas a las prestaciones de servicios turísticos en beneficio de personas con discapacidad y de la tercera edad.

Así el análisis realizado indica que la norma actual constituye un esfuerzo por conjugar diversos postulados sobre diferentes aspectos y objetivos a los que debe aspirar el desarrollo turístico en el país.

Permanecerían, sin embargo, contradicciones implícitas entre diferentes ideas planteadas. Ello dificulta que se pueda desprender de la norma actual una política integral y única de desarrollo turístico. Ello quedaría como una tarea pendiente en el sector.

A continuación se presenta las funciones de las entidades del sector público en el ámbito Turístico, en el Cuadro N° 8. Las externalidades generadas entre entidades del sector público se detalla en el Cuadro N° 9.

Cuadro N° 8

Funciones de las entidades del sector público en el ámbito turístico

	Regulación Directa	Regulación Conexa	Coordinación	Promoción	Información	Infraestructura	Derechos del turista
Congreso	X	X					
Comité Consultivo De Turismo			X				
Gobiernos locales	X	X		X	X	X	
INC		X					
Indecopi							X
Inrena		X					
Ministerio Público							X
Mipre						X	
Mitinci	X		X	X	X		X
MTC		X				X	
Poltur	X				X		X
PromPerú			X	X	X		
SPT/SIT					X		X

Cuadro N° 9

Externalidades generadas entre entidades del Sector Público

Efecto Causa	Mitinci	Comité Consultivo de Turismo	PromPerú	Gobiernos Locales	Mipre
MITINCI		Falta de definición de objetivos comunes con el Sector Privado	Falta de coordinación en las estrategias para la promoción del turismo	Falta de regulación homogénea de instalaciones y servicios turísticos locales	Falta de definición adecuada de la infraestructura básica deseada.
Comité Consultivo de Turismo	Falta de participación de participación del sector privado en la elaboración del Plan Nacional de Turismo		Inexistencia de compromiso de los prestadores de servicios turísticos en el desarrollo de los atractivos turísticos promocionados	Ineficacia de las acciones de los gobiernos locales por falta de participación del Sector Privado en el desarrollo de atractivos	Infraestructura básica que no responde a las expectativas de los prestadores de servicios turísticos
PromPerú	Falta de coordinación en	Incremento de los costos de		Ausencia de promoción para el	Infraestructura de un atractivo

	las estrategias para la promoción del turismo	transacción entre el estado y el sector privado por falta de información		desarrollo de atractivos específicos	turístico no aprovechada por existencia de barreras burocráticas establecidas por los municipios
Gobiernos Locales	Obstaculización de los objetivos del Plan Nacional del Turismo.	Incremento de los costos de transacción con el Estado por barreras burocráticas establecidas por las autoridades regionales	Falta de credibilidad y/o efectividad de la promoción de atractivos turísticos específicos		Infraestructura de un atractivo turístico no aprovechada por existencia de barreras burocráticas establecidas por los municipios
MIPRE	Inexistencia de infraestructura básica para el Desarrollo Nacional del Turismo.	Falta de compromisos del sector privado por inexistencia de infraestructura para desarrollar un recurso turístico	Imposibilidad de aprovechar los atractivos turísticos promocionados	Inexistencia de infraestructura básica para el desarrollo de recursos turísticos específicos	
INRENA	Obstaculización de los objetivos del Plan Nacional del Turismo	Incremento de los costos de transacción con el Estado por imitaciones establecidas para el aprovechamiento de los recursos turísticos	Falta de credibilidad y/o efectividad de la promoción de los atractivos turísticos específicos	Obstaculización de las acciones de desarrollo de atractivos turísticos específicos	Utilización ineficiente de infraestructura básica por limitaciones establecidas para aprovechamiento de recursos turísticos
INC	Obstaculización de los objetivos del Plan Nacional del Turismo	Incremento de los costos de transacción con el Estado por imitaciones establecidas para el aprovechamiento de los recursos turísticos	Falta de credibilidad y/o efectividad de la promoción de los atractivos turísticos específicos	Obstaculización de las acciones de desarrollo de atractivos turísticos específicos	Utilización ineficiente de infraestructura básica por limitaciones establecidas para aprovechamiento de recursos turísticos

Fuente : PromPerú

En lo que respecta a las actividades normativas éstas deben ser desarrolladas por dos órganos básicos. En primera instancia esta el Congreso de la República. Su función primordial es establecer un marco legal claro y estable (equivalente al rol de la Junta de Accionistas en el caso de una empresa).

No es su función definir los detalles que deben ajustarse a las coyunturas que surjan, sino definir las grandes líneas de acción. La función normativa no implica generar un marco profuso y complejo, sino dictar lineamientos de política turística eficaces, que "iluminen" todo sistema.

Corresponde a las leyes que dicte el Congreso delimitar las funciones y facultades de los organismos del Estado, establecer los límites de la acción estatal a fin de permitir un actuar confiado y seguro por parte del sector privado, dar garantías a la inversión, creando un marco adecuado para tal fin, entre otros. Como se ha dicho, su función es definir las columnas matrices de la política de turismo.

Por su parte Mitinci, como ente rector del turismo en el país, le corresponde dictar la normatividad complementaria y reglamentaria necesaria para desarrollar los grandes principios normativos contenidos en las leyes que dicte el Congreso. Su función es esencial para darle estabilidad y visibilidad a la política y para ajustarla a las distintas coyunturas que se presenten.

En cuanto al resto de funciones estatales si bien gran parte de ellas están concentradas en el Mitinci diversas instituciones públicas tienen injerencia en temas que afectan la actividad turística privada.

Pero al margen de tomar debida cuenta de las funciones de dichas entidades no debe perderse la perspectiva de que cada una de estas funciones tiene efectos en los prestadores de servicios turísticos y en los turistas, pero también en las funciones que cumple otro organismo público.

Una estrategia integral para el sector turístico en el ámbito estatal debe involucrar al conjunto de entidades vinculados a este tipo de actividad. De lo contrario, si una entidad no realiza sus

funciones afectará al resto de las entidades y se distorsionaran los objetivos planteados y la ejecución de cualquier programa de desarrollo del turismo.

A título ilustrativo, se señalan las externalidades que algunas de las entidades públicas involucradas pueden generar en el cumplimiento de las funciones del Mitinci (Se toma como punto de referencia al Mitinci, en tanto constituye el punto central en el diseño de la estructura estatal en el sector turismo).

1. Instituto Nacional de Recursos Naturales (INRENA). Los atractivos turísticos del Perú están en muchos casos vinculados a la existencia de recursos naturales. Sin embargo el INRENA como entidad encargada de la formulación y ejecución de la política referida al uso racional y a la conservación de los recursos naturales, puede considerar la actividad turística solo como un riesgo par los recurso naturales de nuestro país. En tal sentido, las acciones de este organismo han implicado diversas restricciones para la política nacional de turismo.
2. Instituto Nacional de Cultura (INC) . Es un caso similar al mencionado anteriormente ya que mucho de los destinos turísticos están vinculados a los atractivos del patrimonio cultural y arqueológico del país, y el INC es la entidad encargada de formular y ejecutar la política de defensa de este tipo de bienes. Tanto en el caso del INC como del INRENA, el no compartir una visión que haga compatible sus roles de protección del patrimonio cultural y natural del país con la política del turismo constituye un freno permanente al desarrollo del turismo nacional
3. Gobiernos Locales. Estos cuentan con autonomía en sus decisiones incluso con relación al gobierno central y con amplias facultades en el ámbito turístico desde actividades de

promoción hasta la organización de servicios turísticos de interés local. Están a cargo, además, de la regulación de instalaciones y servicios destinados al turismo, con sus correspondientes acciones de supervisión y control. Sin embargo, diversas acciones de las autoridades locales podrían no guardar coherencia con la política nacional de turismo.

4. Ministerio de la Presidencia (MIPRE). Este tiene como función promover y ejecutar obras de infraestructura turística. De este tipo de bienes públicos (infraestructura básica), depende, en buena parte, tanto el desarrollo de servicios turísticos privados respecto de ciertos recursos turísticos, como en la ejecución de la política del turismo establecida por el MITINCI, en consecuencia, una inadecuada decisión , bien por inacción o por que las obras de infraestructura respondan a las necesidades o metas turísticas trazadas, se constituirá en una demora en el desarrollo turístico nacional.
5. Comité Consultivo de Turismo. Es la instancia de coordinación entre el gobierno y el sector privado. Reconocido el Rol subsidiario del estado en cuanto a la prestación de los servicios turísticos, no es posible aspirar a la formulación de una adecuada y eficaz política de turismo sin la participación activa del sector privado. Si este comité no cumpliera adecuadamente sus funciones se haría mas difícil que la ejecución de la política turística alcance a ser exitosa al no contar con el compromiso o participación de los distintos operadores involucrados.
6. Comisión de Promoción del Perú (PROM PERU). La función de Prom. Perú es promover una imagen integrada y atractiva del Perú en el exterior que sea propicia para, entre otros, fomentar el turismo. Dado que la labor de promoción abarca una amplia gama de actividades que no solo incluyen la difusión de información, sino todo lo que implica el

ejecutar una estrategia de marketing, ello puede indicar la necesidad de una coordinación estrecha con la política nacional del Turismo. Por ello se hace necesario una permanente coordinación entre PROM PERU y en MITINCI

**CAPITULO III DIAGNOSTICO SITUACIONAL DE LAS CONDICIONES
ACTUALES PARA REALIZAR TURISMO EN LA PROVINCIA
DE BOLOGNESI – ANCASH**

3.1 REVISION DE LAS CONDICIONES EXISTENTES

3.1.1 Localización Geográfica

Localización

Se encuentra ubicada en el extremo Sur- Oriental del Departamento entre los 77° 05'45" a 77° 44'27" de longitud Oeste y los 09°49'20" a 10° 46 3 1" de latitud Sur.

Límites :

NORTE	:	Provincia de Huari
NOR-OESTE	:	Provincia de Recuay
SUR	:	Departamento de Lima
ESTE	:	Departamento de Huanuco
OESTE	:	Provincia de Recuay

Altitud :

Su capital es la ciudad de Chiquian se encuentra a 3,374 m.s.n.m

3.1.2 Características Geográficas

La provincia tiene una superficie de 3,065 .56 Km².

Su territorio es accidentado y se extiende desde la Cordillera Negra en el límite con el departamento de Lima hasta las cumbres nevadas de la Cordillera Blanca donde destaca el nevado de Yerupajá de 6,617 m.s.n.m.

El principal río que atraviesa su territorio es el Pativilca que nace de la confluencia de Shigra y el Pichcaragra cerca del poblado Pachapaqui , hace su recorrido hacia el Sur, hasta el límite con el departamento de Lima, luego hacia el Sub.- Oeste formando el límite del departamento de Ancash con Lima en una longitud de 24 Km. Para luego dirigirse al Oeste atravesando el territorio de la parte Sur de la provincia y penetrar al departamento de Lima Para llegar al Océano Pacífico. El río Pativilca durante su recorrido en la provincia recibe como afluentes de la margen izquierda a los ríos Cóndor, Llámac y Huampay ; por la margen derecha el Yanayaco , Llacllin y Huanchay.

Otro río importante es, el Fortaleza que nace dentro de la Provincia y forma parte del límite con la provincia de Recuay haciendo su recorrido inicial de Este a Oeste internándose en el departamento de Lima para desembocar como afluentes por la margen izquierda al río Purísima y al riachuelo San Marcos.

Dentro de su territorio existen numerosas lagunas, siendo las de mayor importancia , Juitoccocha , Jahuacocha y Yanacocha .La principal carretera de acceso al departamento que va de Pativilca en la costa de Huaraz se desarrolla paralela al curso de este río desde 2331 m.s.n.m el límite con Lima hasta el poblado de Pillo Cancha donde inicia su recorrido.

3.1.3 Población

La población de la provincia de Bolognesi – Departamento Ancash , se detalla en el cuadro N° 10.

Cuadro N° 10

Provincia de Bolognesi : Población por área rural y urbana Año 2000

Provincia y distrito	Población Total		
	Total	Urbana	Rural
Bolognesi	29073	15296	13777
Chiquian	4462	3560	902
Abelardo Pardo Lezameta	350	320	30
Antonio Raymondi	1340	285	1055
Aquia	3421	850	2571
Cajacay	1687	628	1059
Canis	320	320	0
Colquioc	2018	1221	797
Huallanca	7760	4958	2802
Huasta	2754	776	1978
Huayllacayán	1600	338	1262
La Primeravera	490	329	161
Mangas	687	447	240
Pacllón	1061	654	407
San Miguel de Corpanqui	407	277	130
Tiellos	716	331	385

Fuente : CTAR ANCASH

3.1.4 Población Económicamente Activa (PEA)

La población económicamente activa (PEA) esta constituida por las personas que están desarrollando alguna actividad económica o que están buscando trabajo. Se considera a los 6 años como edad mínima debido a la magnitud de niños que trabajan en la provincia de Bolognesi como se puede apreciar en el cuadro N° 11.

Los principales actividades económicas son: Agropecuaria , minería , industria , construcción, comercio, servicios y turismo.

Los que no es están considerados dentro de la PEA se encuentran en el siguiente estado : cuidado del hogar , estudiantes , jubilado , pensionistas, otros.

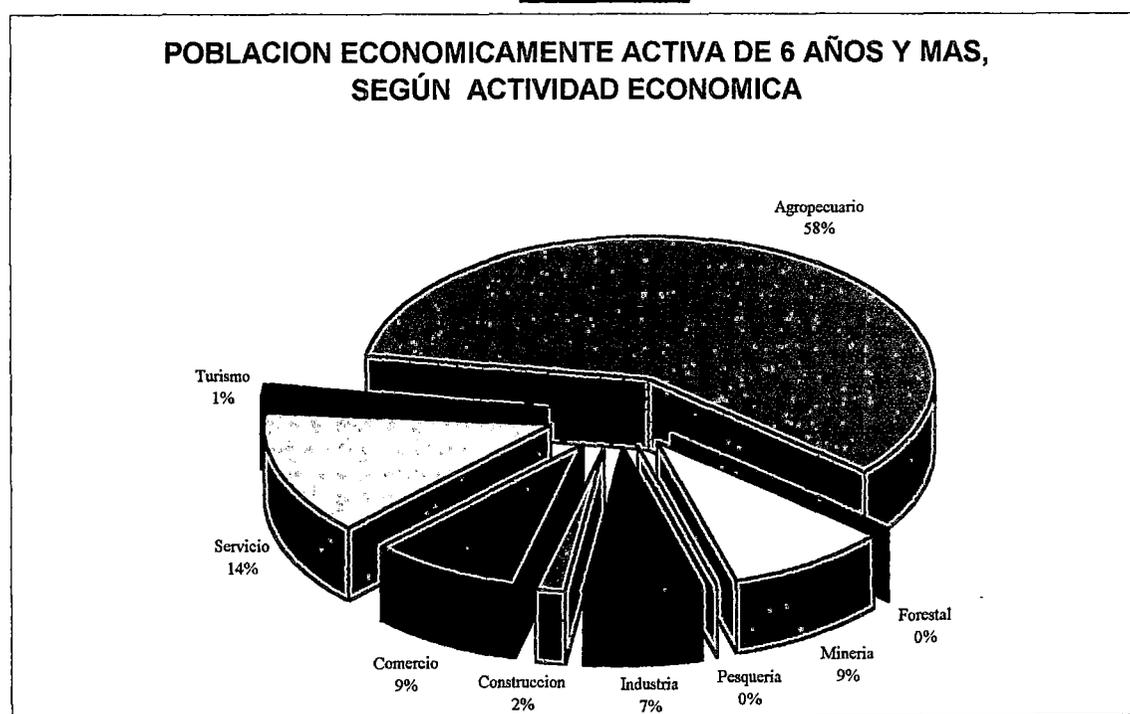
Cuadro N° 11

Población económicamente activa de 6 años y más, según actividad económica

Nivel de actividad económica	Actividad Económica	Provincia de Bolognesi	
		PEA	%
	Total	6,301	100
Primario	Agropecuaria	3,701	58.7
	Forestal	0	0
	Minería	569	9
	Pesquería	0	0
Secundario	Industria	420	6.7
	Construcción	113	1.8
Terciario	Comercio	539	8.6
	Servicio	875	13.9
	Turismo	84	1.3

Fuente : CTAR - Ancash

Gráfico N° 1



Fuente : Elaboración Propia

3.1.5 Actividades Económicas Principales

a) ACTIVIDAD AGRARIA .

La producción de los principales cultivos en la Provincia se menciona a continuación en el cuadro N° 12 .

Cuadro N° 12

Bolognesi: Producción de los principales cultivos - 1998

Productos	Cantidad en TM.
Maíz. Amiláceo	574
Fréjol G.S.	82.06
Papa	3,990
Trigo	848.50
Maíz Duro	90
Cebada Grano	733
Quinoa	3,75
Arveja	16,70
Oca	174
Olluco	249
Yuca	166
Haba	62.50

Fuente: Dirección regional de Agricultura

Del cuadro se deduce que los principales productos agrícolas de la provincia son: papa, trigo, cebada , y maíz amiláceo.

En el cuadro N° 13, se muestra la superficie agrícola de la provincia en los entornos:

- Tierras de labranza
- Tierras de cultivo permanente
- Cultivos asociados .

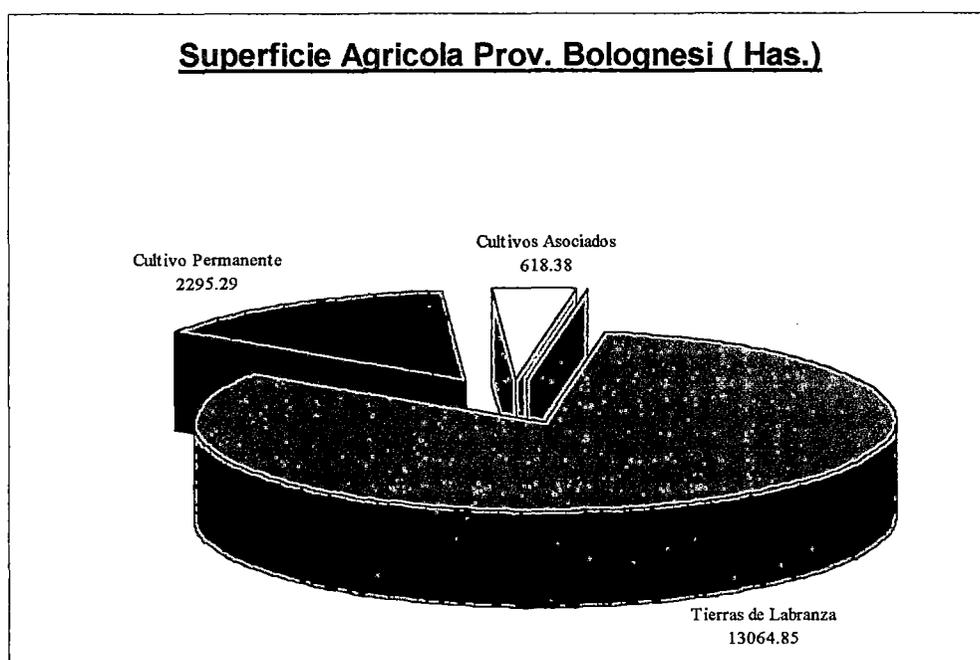
Cuadro N° 13

**Superficie agrícola y sus componentes bajo riego y secado ; según provincia ,
distrito y tamaño de unidades agropecuarias**

Superficie Agrícola	Provincia de Bolognesi (HA)
Tierras de labranza	13064,85
Con Cultivo Transitorio	3191,60
En Barbecho	1817,63
En Descanso	4266,97
Tierras no trabajadas	3788,63
Tierras de cultivo permanente	2295,29
Propiamente dichas	498,89
Pastos Cultivados	1794,92
Cultivos forestales	1,48
Cultivos asociados	618,38
TOTAL	152386,84

Fuente: INE- III Censo Nacional Agropecuario 1994.

Gráfico N° 2



Fuente : Elaboración propia

En el cuadro N° 14 , se indica el núcleo de productores agrarios de la provincia de Bolognesi y la cantidad de superficie de tierra en Ha. que poseen:

Cuadro N° 14

Productores y superficie agropecuaria según provincia distrito y tamaño de unidades agropecuarias

Provincia /distrito productores /superficie	Provincias de Bolognesi	
	Cantidad (Poblac. / Has.)	%
TOTAL		
Productores	5,584.00	100
Superficie	152,487.05	100
MENOS DE 0.5 HAS		
Productores	1,290.00	23.1
Superficie	305	0.2
DE 0.5 A 4.9 HAS		
Productores	2,951.00	52.85
Superficie	5,556.30	3.64
DE 5 A 9.9 HAS		
Productores	564	10.1
Superficie	3,871.02	2.54
DE 10.0 A 19.9 HAS		
Productores	300	5.37
Superficie	4,074.12	2.67
DE 20.0 A 49.HAS		
Productores	291	5.21
Superficie	7,930.73	5.2
DE 50.0 Y MAS HAS		
Productores	171	3.06
Superficie	130.649.11	85.68
U.A.ABAND		
Productores	17	0.3
Superficie	100.21	0.07

1/ No incluye las unidades agropecuarias abandonadas y las que no poseen tierras .
Fuente: INE -III Censo Nacional Agropecuario 1994.

b) ACTIVIDAD PECUARIA

La actividad pecuaria es considerada una fuente de empleo y subsistencia dentro de la provincia , la cual se basa en la ganadería como una de las principales actividades económicas .

La provincia de Bolognesi produce vacunos , ovinos, porcinos, y pollos , de la población del ganado mencionado se detalla en el cuadro N° 15

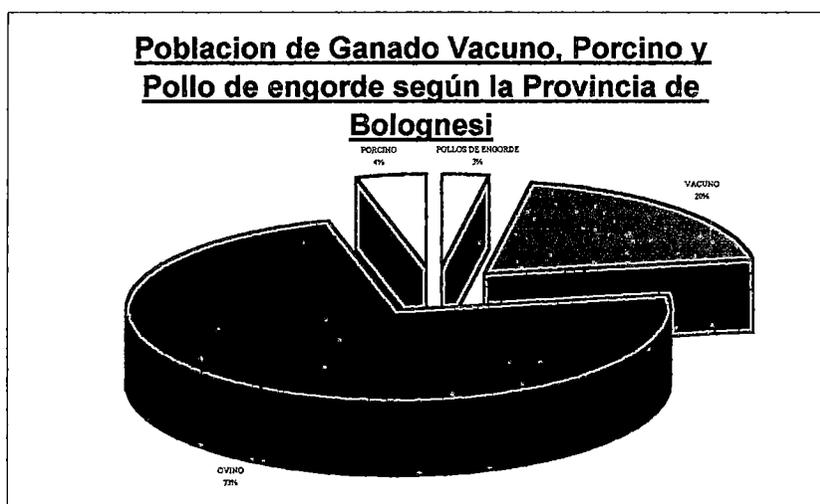
Cuadro N° 15

Población de ganado vacuno , ovino , porcino y pollo de engorde ; según provincia , distrito y tamaño de unidades agropecuarias

Especies	Provincia Bolognesi (N° de cabezas)
Vacuno	25,218
Ovino	93,175
Porcino	5,360
Pollos de engorde	3,536

Fuente: Dirección Regional de Agricultura 1998 .

Gráfico N° 3



Elaboración Propia

c) **ACTIVIDAD MINERA**

Ancash es un departamento de tradición minera , con una zona minera interesante por la gran variedad de sus yacimientos. Tiene importantes reservas de Oro, Plata , Cobre, Zinc, Plomo , Antimonio , Estaño , Molibdeno , Hierro. Entre los no metálicos existen grandes yacimientos de Arcilla , Calizas, Mármol y Carbón.

No obstante que es importante ese potencial minero, la falta de caminos vecinales tiene postrada a la minería Ancashina , debido a que sus yacimientos están muy diseminados.

Una de las provincias que cuenta con un gran potencial minero, es la provincia de Bolognesi. Las minas que en la actualidad se encuentran en explotación se muestran en el **cuadro N° 16**, también se encuentran en estudios , otras zonas mineras de la provincia.

Cuadro N° 16

Bolognesi : Relación de empresas mineras poli metálicas y no metálicas

Empresa Minera	Distrito	Productos
PRODUCTOS POLI METÁLICOS		
(*) Antamina	San Marcos	Au, Cu, Hg
Mina Pucaraju	Yanashallash	Pb, Ag, Zn
Mina San Ilarian	Huayhuash	Cu, Pb, Ag, Zn
Mina Pallca	Huasta	Cu, Pb
Cia . Mina Santa Luisa S.A.	Huallanca	Cu, Pb, Zn
Mínera Magistral de Huaraz	Aquia	Pb, Zinc, Plata
Cia. Mínera Pachapaqui S.A.	Aquia	Pb, Zinc, Plata
PRODUCTOS NO METALICOS		
S. Mínera Domingo Savio de Huanuco .	Huallanca	
Cia Mínera Agregados Calcareos S.A.	Ticlllos	

Fuentes: Ministerio de Energía y Minas – Ancash.

(*) Inicio de Explotación de la Empresa Mínera Julio 2001

d) ACTIVIDAD EN EL SECTOR SECUNDARIO

INDUSTRIA MANUFACTURERA .-

La provincia no tiene grandes industrias pero existen pequeñas microempresas que se dedican a :

- Artesanías
- Tejidos

- Derivados Lácteos (queso)
- Panadería
- Carpintería
- Cerrajería

Cabe mencionar que existe una cooperativa de Producción de San Marcelo - Chiquian, gerenciada por religiosos, que están produciendo diversos artículos con fibra de alpaca y ovino, cuya producción se vende al exterior, principalmente a Alemania , alcanzando a exportar aproximadamente \$ 60,000 anuales.

e) ACTIVIDAD EN EL SECTOR TERCIARIO

COMERCIO

El movimiento comercial en la provincia de Bolognesi es importante resaltando los distritos de: Chiquian, Aquia,y Huallanca .

Las principales actividades comerciales son:

- Abarrotes
- Artefactos
- Verduras
- Panaderías

3.1.6 Equipamiento Urbano y Turístico

En el Cuadro N° 17 se detalla el equipamiento urbano y turístico de todos los Distritos

de la Provincia de Bolognesi.

SERVICIOS DE AGUA, DESAGUE Y ENERGIA ELECTRICA

Si bien es cierto, la población tiene más acceso a estos servicios básicos, aun presenta poblados alejados a los diferentes distritos pertenecientes a la provincia de Bolognesi con carencia de estos servicios.

ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

En la actualidad se presenta 7 establecimientos de hospedaje con una total de 160 camas, ubicadas principalmente en Chiquian, Huallanca y Aquia, como se puede observar en el Cuadro N° 18.

RESTAURANTS

En la actualidad el número de restaurantes es de 6, con 115 sillas, ubicados en los distritos de Chiquian, Huallanca y Aquia., pero no tienen el nivel de calidad para atender a los turistas (Ver Cuadro N° 18).

Cuadro N° 17

Equipamiento Urbano y Turístico por distritos, Año 2000 Provincia de Bolognesi

PROVINCIA/DISTRITO	TOTAL VIVIENDA	TOTAL POBLACION	EQUIPAMIENTO URBANO						EQUIPAMIENTO TURISTICO					
			AGUA		DESAGUE		ALUMBRADO ELECTRICO		EMPRESAS DE HOSPEDAJE		RESTAURANTES		AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO	
			TIENE	NO TIENE	TIENE	NO TIENE	TIENE	NO TIENE	NUM ESTAB	NUM CAMAS	NUM ESTAB	NUM SILLAS	NUM ESTAB	NUM ASIEN
BOLOGNESI	6793	29073	4340	2453	4012	2781	3711	3082	7	160	7	125	-	-
Chiquián	1141	4462	1024	117	998	143	954	187	4	80	3	60	-	-
Abelardo Pardo Lezameta	55	350	36	19	32	23	32	23	-	-	-	-	-	-
Antonio Raymondi	341	1340	154	187	126	215	98	243	-	-	-	-	-	-
Aquia	885	3421	264	621	214	671	226	659	1	15	1	15	-	-
Cajacay	395	1687	269	126	236	159	214	181	-	-	-	-	-	-
Canis	69	320	36	33	32	37	28	41	-	-	-	-	-	-
Colquioc	379	2018	236	143	236	143	120	259	-	-	-	-	-	-
Huallanca	1610	7760	1256	354	1184	426	1254	356	2	65	2	40	-	-
Huasta	562	2754	226	336	187	375	169	393	-	-	1	10	-	-
Huayllacayán	428	1600	186	242	156	272	148	280	-	-	-	-	-	-
La Primavera	100	490	87	13	87	13	21	79	-	-	-	-	-	-
Mangas	206	687	148	58	148	58	86	120	-	-	-	-	-	-
Pacllón	326	1061	248	78	206	120	206	120	-	-	-	-	-	-
San Miguel de Corpanqui	89	407	74	15	74	15	70	19	-	-	-	-	-	-
Ticllós	207	716	96	111	96	111	85	122	-	-	-	-	-	-

Fuente: CTAR - Ancash

Cuadro N° 18

Bolognesi: Oferta de Hospedaje, año 2000

PROVINCIA BOLOGNESI	EMPRESAS DE HOSPEDAJE		EMPRESAS DE RESTAURANTES	
	N° Total de Estab.	N° Total de Camas.	N° Total de. Rest.	N° Total de. Sillas
Chiquian	04	80	3	60
AQUIA	01	15	1	15
HUALLANCA	02	65	2	40
Huasta	00	00	1	10
TOTAL	07	160	6	115

Fuente: Propia

AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO

No existe en la provincia de Bolognesi agencias de viaje y turismo, como se puede observar en el Cuadro N° 17.

EMPRESAS DE TRANSPORTE

Las agencias de transporte que hay en la provincia de Bolognesi, son interprovinciales y se mencionan a continuación:

- Empresa CAVASA.
- Empresa ESTRELLA POLAR.
- Empresa ARMONIA.

No cuenta con unidades de transporte para uso exclusivo de turistas.

EMPRESAS DE COMUNICACIONES

- No cuenta con servicio de correo a nivel de provincia
- Teléfonos públicos, cuentan con este servicio todos los distritos de la provincia de Bolognesi.

- Telefonía Fija, solamente las municipalidades distritales cuentan con este servicio.

SERVICIOS DE SALUD

La provincia de Bolognesi cuenta con los siguientes servicios :

▪ Hospital	2 (La Unión, Llata).
▪ Centro de Salud	7
▪ Posta Medica	1
▪ Médicos	22
▪ Enfermeras	30
▪ Técnicos	87

(Para mayor información ver Cuadro N° 19)

SERVICIOS EDUCATIVOS

La provincia de Bolognesi cuenta con los siguientes niveles de enseñanza :

▪ Nivel Inicial	9 Colegios
▪ Nivel Primaria	35 Colegios
▪ Nivel Secundaria	8 Colegios
▪ Nivel Superior	1 Universidad en La Unión
	1 Instituto Tecnolog. En Chiquian

(Para mayor información ver Cuadro N° 20)

ENTIDADES FINANCIERAS

Solo se cuenta a nivel de toda la provincia con sucursales del Banco de la Nación, en cada uno de los distritos.

Cuadro N° 19

Bolognesi : Instituciones y Profesionales de la Salud de los Distritos de la provincia

DISTRITOS	INSTITUCIONES DE SALUD				PROFESIONALES DE SALUD			
	Hospital	Centro de Salud	Posta Medica	Botiquin Comunal	Médicos	Enfermeras	Técnicos	Otro (Obstetris, Dentista)
AQUIA			1	2	1		2	
CHIQUIAN		1		1	4	1	2	3 Obstetris
HUALLANCA		1			2	4	6	1 Dentista
LA UNION	1	1			7	9	35	4 Obst, 2 Dent
CAJACAY		1	2		2	1	6	
COLQUIOC		1			2	1	6	
LLATA	1	4			7	15	30	4 Obst, 2 Dent
PACHAS			2		1	1	2	1 Dentista
TANTAMAYO		1			1	2	4	1 Obstetris
SINGA		1	2		1	2	2	

Fuente : CTAR - Ancash

Cuadro N° 20

Bolognesi : Instituciones educativas de los principales distritos de la provincia

DISTRITOS	NIVEL EDUCATIVO									Instituto, Universidad
	INICIAL			PRIMARIA			SECUNDARIA			
	N° Coleg.	N° Alum.	N° Prof.	N° Coleg.	N° Alum.	N° Prof.	N° Coleg.	N° Alum.	N° Prof.	
AQUIA	2	50	2	9	430	25	1	80	8	Inst. Tecnolog. Univ. Inst. Tecnolog. Inst. Tecnolog.
CHIQUIAN	3	239	8	7	903	40	2	612	32	
HUALLANCA	2	122	4	12	1560	53	2	1210	31	
LA UNION	2	130	5	10	1719	59	3	1248	57	
CAJACAY	1	45	1	6	500	16	2	150	10	
COLQUIOC	1	60	3	1	268	10	1	209	9	
LLATA	2	200	7	36	3000	89	5	1500	60	
PACHAS	6	191	6	28	2298	67	4	729	43	
SINGA	6	200	7	9	980	55	2	430	19	

Fuente : CTAR - Ancash

3.1.7 Principales Festividades de la provincia de Bolognesi

Las principales festividades (Patronales, religiosos y otros) que se celebran en los diferentes distritos de la provincia de Bolognesi se detallan a continuación, en el Cuadro N° 21.

3.1.8 Circuito e Itinerarios Turísticos

La provincia de Bolognesi, por su gran extensión cuenta con recursos muy importantes y como tal tiene una configuración característica y propia, se pueden establecer circuitos y/o Itinerarios Turísticos convencionales y de aventura que tiene gran trascendencia en el desarrollo turístico de la Región.

A) Itinerario Turístico Convencional: Chiquián – Huasta – Aquia y Huallanca

Es una ruta convencional que sigue el trayecto de la Carretera afirmada partiendo de Conococha, llegando a Chiquián, Quebrada Aynin, pintoresco distrito de Huasta que se encuentra sobre una suave meseta, zona de desarrollo agrícola y ganadera; siguiendo el trayecto, se accede al pintoresco distrito de Aquia con características propias; desde este lugar se accede hacia la parte alta de la ruta denominado Yanashallash (4800 msnm), siguiendo el trayecto se llega a la Compañía Minera de Santa Luisa, finalmente al distrito de Huallanca.

El trayecto tiene una distancia aproximada de 150 Km. y el recorrido se puede realizar en 10 horas en carro.

Cuadro N° 21

Principales Festividades de la Provincia de Bolognesi

Recursos Humanos de la provincia de Bolognesi

DISTRITO	NOMBRE Y DESCRIPCION DEL ATRACTIVO - TIPOLOGIA	UBICACIÓN ESPECIFICA	FECHA DE DURAC.	CARACTERIS. FISICAS		VIAS DE ACCESO			SERV. TURIST.		
				CLIMA	ALT. msnm	C	T	C	H	A	B/O
CHIQUIAN	SANTA ROSA.- Festividad patronal de gran importancia en la zona, se realizan actividades religiosas, deportiva, sociales, fuegos artificiales, corridas de toros, festivales.	En mismo Chiquián	23 al 30 de Agosto	templado	3374	X	-	-	X	X	X
	SAN FRANCISCO.- Festividad de menor jerarquía, se desarrollan actividades religiosas, deportivas y fuegos artificiales.	En mismo Chiquián	04 de Octubre	templado	3374	X	-	-	X	X	X
	VIRGEN DEL CARMEN.- Festividad de menor jerarquía con eventos religiosos y danzas de pallas.	En mismo Chiquián	30 de Julio	templado	3374	X	-	-	X	X	X
	DANZAS.- En fiesta existen variedad de danzas, concursos y desfiles de Incas, huanquillas, Negritos Paki, Huanraca, Pallas.	En Chiquian y en comunidades	23 al 30 de Agosto	templado	3374	X	-	-	X	X	X
	VESTIMENTA TIPICA.- Generalmente lo usan en días de fiestas patronales, sombreros de jipe, adornados con cinta roja y Tul Negro. Liclla roja ribeteada, monillo o blusa de corte especial: faldellin de bayeta negra y una Cenafa de Tela Roja, el varón viste un poncho de tejido fino generalmente avicuñadas.	En Chiquian y en comunidades	23 al 30 de Agosto	templado	3374	X	-	-	X	X	X
	ARTESANIA.- La tradición Chiquiana sobresale por su gran poncho fino, que se teje en la zona y la comercializan en otros mercados de Huaraz y Lima.	En Chiquian y en comunidades	En todos los tiempos	templado	3374	X	-	-	X	X	X
ABELARDO PARDO LEZAMETA LLACLLA	SEÑOR DE MAYO.- Festividad patronal tradicional: con actividades religiosas, culturales, sociales, danzas con diferentes costumbres propios de la zona.	En mismo Llaclla	02 al 05 de Mayo	templado	2096	-	-	X	-	-	-
	FIESTA DE LA CRUZ.- Festividad de menor importancia, actos religiosos.	En mismo Llaclla	02 de Mayo	templado	2096	-	-	X	-	-	-
	SANTO ANGEL.- Festividad patronal, en la que realizan actividades Religiosas, Danzas, deportes y Concursos varios.	En mismo Raquia	25 de Diciembre	templado	2162	X	-	-	-	-	-
	SAN JOSE APAC.- Festividad tradicional en la que participan danzantes, concursos varios.	En mismo Raquia	14 de Setiembre	templado	2162	X	-	-	-	-	-
AQUIA	SAN MIGUEL DE ARCANGEL.- Festividad patronal tradicional se realizan actividades religiosas procesiones fuegos artificiales, tarde taurinas, bandas de músicos.	En mismo Aquia	26 al 28 de Setiembre	templado	3337	X	-	-	-	-	-
CAJACAY	SEÑOR DE MAYO.- Festividad Patronal tradicional, se realizan actividades religiosas, culturales, deportivas, con participación de bandas de músicos y danzas.	En mismo Cajacay	02 al 05 de Mayo	templado	2599	X	-	-	-	-	-
	SEÑOR DE CHAUCAYAN.- Evento tradicional religioso con actividades festivas.	En Cajacay	03 de Mayo	templado	2599	X	-	-	-	-	-

	PATRON SAN AGUSTIN.- Evento religioso tradicional con actividades culturales.	En Cajacay	28 de Agosto	templado	2599	X	-	-	-	-	-	-
CANIS	SANTA ROSA DE LIMA.- Evento religioso con actividades deportivas.	En Cajacay	30 de Agosto	templado	2599	X	-	-	-	-	-	-
	No existe información sobre evento tradicional calificado su gente muy amante a la música típica	En mismo Canis	Sin información	templado	2460	-	-	X	-	-	-	-
COKQUIOC CHASQUI TAMBO	CARNAVALES.- Es un evento de mayor trascendencia se realizan a través de cortamonte con bandas de músicos y actividades sociales.	En mismo Chasquitambo	Carnavales (Movable)	templado	743	X	-	-	-	X	X	
	SANTA ROSA DE LIMA.- Festividad patronal en la que realizan actos religiosos.	En Chasquitambo	30 de Agosto	templado	743	X	-	-	-	X	X	
	SAN JUAN.- Evento festivo con actividades religiosas, culturales y deportivas.	En Chasquitambo	24 de Junio	templado	743	X	-	-	-	X	X	
HUALLAN CA	VIRGEN DEL CARMEN.- Festividad patronal de gran importancia, con actividades culturales, religiosas y presentación de los tradicionales negritos.	En mismo Huallanca	15 al 20 de Julio	templado	3536	X	-	-	-	X	X	
	FIESTA PATRIAS.- Es otro evento que se festeja con gran pleitesia, en estos días se realizan varias tardes de corridas de toros.	En mismo Huallanca	25 al 30 de Julio	templado	3536	X	-	-	-	X	X	
HUASTA	SANTO DOMINGO DE GUZMAN.- Festividad patronal tradicional con actividades religiosas culturales, sociales de gran colorido.	En mismo Huasta	02 al 06 de Agosto	templado	3385	X	-	-	-	X	X	
	DANZAS.- En la festividad patronal salen danzas como Huanquillas, Chapetones y Capitanes y conjunto musicales.	En mismo Huasta	02 al 06 de Agosto	templado	3385	X	-	-	-	X	X	
	ARTESANIA.- Elaboración de Tejidos, Llicllas, ponchos, y frazadas con características muy propias.	En mismo Huasta	02 al 06 de Agosto	templado	3385	X	-	-	-	X	X	
HUAYLLA- CAYAN	VIRGEN PURISIMA.- Festividad patronal Tradicional, presencia de danzas, música típica actos religiosos y festivales.	En Huayllacayán	08 de Diciembre	templado	3256	-	X	-	-	-	-	
	VIRGEN NATIVIDAD.- Festividad religiosas tradicional, se realizan actividades religiosas, deportes ferias y festivales.	En Huayllacayán	08 de Diciembre	templado	3256	-	X	-	-	-	-	
	VIRGEN DE LAS MERCEDES.- Festividad tradicional con actividades religiosas, culturales, ferias y eventos deportivos.	En Huayllacayán	24 de Setiembre	templado	3256	-	X	-	-	-	-	
LA PRIMA VERA GORGO RILLO	CARNAVALES.- Es un evento muy bien festejado en dicha jurisdicción con costumbres folklóricos propios de la zona con música expresado en bandas de músicos preferentemente.	En mismo Gorgorillo	Febrero fecha movable	templado	2644	-	-	X	-	-	-	
	LOS MASHAS.- Danza típica tradicional con características de singular variación.	En mismo Gorgorillo	30 de noviembre	templado	2644	-	-	X	-	-	-	
	LOS NEGRITOS.- Danza de corte negroide con vestimentas multicolores, con máscaras de cuero negro.	En mismo Gorgorillo	15 de noviembre	templado	2644	-	-	X	-	-	-	
MANGAS	SAN FRANCISCO.- Festividad patronal tradicional, se realizan actividades religiosas, festivales sociales, deportes	En mismo Mangas	12 de Octubre	templado	3495	-	-	X	-	-	-	
PACLON	SAN BARTOLOME.- Festividad patronal tradicional, se realizan danzas, coreografías de pallas, bandas de músicos y las tradicionales tardes taurinas.	En mismo Pacclón	23 al 27 de Agosto	templado	3292	-	-	X	-	-	-	
SAN MIGUEL DE	SAN MIGUEL ARCANGEL.- Festividad patronal con danzas, bandas de músicos, fuegos artificiales, y las tradicionales tardes Taurinas.	En mismo Corpanqui	27 setiembre al 02 de Octubre	templado	3379	-	X	-	-	-	-	

CORPANQUI	SEÑOR DE LOS MILAGROS.- Festividad religiosas de menor importancia, igual se realizan actividades religiosas y sociales.	En mismo Corpanqui	28 al 30 de Octubre	templado	3379	-	X	-	-	-	-
	SAN SANTIAGO.- Festividad religiosas de menor importancia, se realizan fiestas sociales, actividades culturales.	En mismo Corpanqui	24 al 26 de Julio	templado	3379	-	X	-	-	-	-
TICLLOS	SAN PEDRO.- Festividad tradicional, con eventos sociales y culturales.	Ticlos	29 de Junio	templado	3655	-	X	-	-	-	-
	VIRGEN DEL ROSARIO.- Festividad patronal, se realizan fuegos artificiales, deportes procesines, corridas de toros.	Ticlos	07 de Octubre	templado	3655	-	X	-	-	-	-
	VIRGEN DE ASUNCION.- Festividad religiosa con presencia de danzas, fuegos artificiales, deportes y actos culturales.	Ticlos	15 de Octubre	templado	3655	-	X	-	-	-	-

B) Circuito Turístico: Chiquian Puente Cora – Llámac Pocpa – Jahuacocha Rondoy – Janca – Mitacocha – Queroplaca – Carbón Mina – Quebrada – Carnicero – Azul Cocha – Huayhuash – Laguna Aguascocha – Quebrada Pumarinri – Huayllapa – Surucocha – Jahuacocha Paclón – Chiquián:

Indudablemente este circuito es el más extenso que existe en la actualidad, se realizan una vuelta completa por la agreste Cordillera Huayhuash. Este circuito abarca prácticamente a tres provincias Bolognesi (Ancash), Cajatambo (Lima) y Dos de Mayo (Huanuco); se inicia el recorrido en Chiquian y se retorna a la misma zona; ó también sale por el Distrito de Cajatambo y posteriormente hacia los Baños termomedicinales de Churin – Lima. En el trayecto se pueden observar, paisajes de gran colorido, pisos ecológicos muy especiales, atractivos naturales únicos, abundante flora y fauna naturales; así como la agreste y caprichosos nevados:

La distancia aproximada es de 300 Km. y se realiza en 15 días, la vuelta completa del circuito.

C) Itinerarios Turístico : Conococha – Ticllos – Corpanqui – Llaclla – Canis

Es una ruta que se puede utilizar en mediano y largo plazo; existe carretera afirmada hasta los distritos de Ticllos y Corpanqui; desde estos pueblos de gran vocación y desarrollo agrícola y ganadera, se puede acceder a la localidad de Llaclla y posteriormente Canis; en estas rutas se pueden aprovechar las fuentes termomedicinales, restos arqueológicos y la singular topografía de la zona.

La distancia aproximada es de 180 Km. y se puede realizar el recorrido en dos días.

3.1.9 Inventario de Recursos Turísticos

En el Cuadro N° 22 se detallan todos los recursos Turísticos.

Cuadro N° 22
Inventario de Recursos Turísticos de la Provincia de Bolognesi

A. RECURSOS FISICO RECREACIONALES DE LA PROVINCIA DE BOLOGNESI

DISTRITO	NOMBRE Y DESCRIPCION DEL RECURSO	UBICACI. ESPECIFIC.	CARACTERIST.		VIAS DE ACCESO			DISTAN. KMS.	TIEMPO DE VIAJE	SERVICIOS TURISTICOS			FLUJO DE TURISTICO ESTIMADO Y MODALIDAD	EPOCA CONSEJABL DE VISITA	CIRCUITO TURISTICO QUE COMPRENDE
			CLIMA	ALTIT (msnm)	C	C	C			H	A	B/O			
CHIQUIAN	PLAZA PRINCIPAL.- Es el atractivo de gran colorido en la ciudad de Chiquian, con jardines interiores muy floridos, con pileta de fuente poligonal, en un costado se ubica la glorieta circular.	En la misma ciudad	templado	3374	X	-	-	En la ciudad	En la ciudad	X	X	X	2000 visitantes internos	Todo el año	Ciudad de Chiquián
	PLAZA BOLOGNESI.- Es un mirador aparente para la campiña y las colinas cubiertas de verdor y la vegetación de la zona.	En la misma ciudad	templado	3374	X	-	-	En la ciudad	En la ciudad	X	X	X	2000 visitantes internos y receptivos	Todo el año	Ciudad de Chiquián
	LA CAMPIÑA.- A el área urbana la circundan apacibles campiñas, en los que se observan campos de cultivos a lo lejos se observa la agreste Cordillera Huayhuash.	Circunda a la ciudad de Chiquián	templado	3374	X	-	-	En la ciudad	En la ciudad	X	X	X	Sin información	Todo el año	Chiquián y alrededores
	USGOR.- Cascada singular que se encuentra en la Quebrada de Mataragra, lugar aparente para paseos, deportes de aire libre se observa abundante vegetación.	Al Este de Chiquian	templado	3000	X	-	-	1.5 Km.	1 hora	-	-	-	Sin información	Todo el año	Chiquián y alrededores
	AYNIN.- Río que atraviesa al territorio distrital propicia para paseos y deportes.	Al Este de Chiquian	templado	3000	X	-	-	2 Kms.	1 hora	-	-	-	Sin información	Todo el año	Chiquián y alrededores
	MUJON.- Meseta que se encuentra en la parte occidental, sirve de mirador para la Cordillera Huayhuash y la zona de Huasta.	Al Oeste de Chiquian	templado	3800	X	-	-	15 Kms.	1 hora	-	-	-	Sin información	Todo el año	Chiquián y alrededores
	FLORA Y FAUNA.- En el distrito de Chiquián es mínimo en flora y fauna con plantas en zonas bajas y animales generalmente domésticos.	En la ciudad	templado	3374	X	-	-	En la ciudad	En la zona	-	-	-	Sin información	Todo el año	Chiquián y alrededores
ABELARDO PARDO LEZAMETA LLACLLA	LLACLLA.- Fuente termal de propiedades curativas, sus características son cloruradas sódica y magnesiana, tiene 49°C se encuentra abandonada.	Al Norte de Llaclla	templado	2096	-	X	X	3 Kms.	1 día	-	-	-	Sin información	Todo el año	Conococha-Llaclla
	OCSHAHIRCA.- Cerro para mirador de toda la zona se puede observar la Quebrada del río Pativilca y Centros Poblados.	Al este de Llaclla	templado	3175	-	-	-	4 Kms.	1 día	-	-	-	Sin información	Todo el año	

ANTONIO RAYMONDI	PUEBLO LUIS PARDO.- Lugar Histórico donde se capturó al legendario Luis Pardo, luego de un feroz persecución, se encuentra en la misma vía de carretera Huaraz-Pativilca.	Al Norte de Raquia	templado	2162	X	-	-	2 Kms	1 día	-	-	-	Sin información	Todo el año	Pativilca-Conococha
RAQUIA	CERRO SHUSHIN.- Mirador por toda la zona se observa las Campañas de Colca, Raquia y alrededores.	Al Nor Este de Raquia	templado	3000	-	-	X	5 Kms	1 día	-	-	-	Sin información	Todo el año	Pativilca-Conococha
AQUIA	QUEBRADA PATIVILCA.- Quebrada extensa por donde corre el río Pativilca, formando campiñas propicias para descanso y deportes.	Al Oeste de Raquia	templado	3370	X	X	-	3 Kms	1 día	-	-	-	Sin información	Todo el año	Chiquián-Aquia
	PACARENCA.- Configuración Geográfica especial, donde se encuentra una Central hidroeléctrica.	Al Norte de Raquia	templado	3400	X	-	-	6 Kms	1 día	-	-	-	Sin información	Todo el año	Chiquián-Aquia
	CORDILLERA HUAMAN HUEQUE.- Cordillera de menor extensión de fácil ascensión para la escalada.	Al Este de Raquia	frígido	5338	-	X	-	20 Kms	1 día	-	-	-	Sin información	Todo el año	Chiquián-Aquia
CAJACAY	PUEBLO VIEJO.- Cerro que constituye mirador para toda la zona y las Quebradas del río Fortaleza y las campiñas cercanas al distrito de Cajacay.	Al Norte de Cajacay	templado	3610	-	-	X	5 Kms	1 día	-	-	-	Sin información	Todo el año	Pativilca-Conococha
CANIS	QUEBRADA JELLE RAGRA.- Singular zona agrícola, apacible lugar para descanso y campos de cultivo.	Al Sur de Canis	templado	3008	-	-	X	2 Kms	1 día	-	-	-	Sin información	Todo el año	Conococha-Canis
COLQUIOC CHASQUITAMBO	QUEBRADA DE CHASQUITAMBO.- Apacible zona frutícola de clima cálido propicio para descanso y deporte al aire libre.	Chasquitambo y alrededores	Cálido	802	X	X	-	3 Kms	1 día	-	X	X	Sin información	Todo el año	Pativilca-Conococha
HUASTA	MESETA DE HUASTA.- Meseta de suave pendiente adornado con campos de cultivo abundante ganadería, propicio para descanso.	Huasta	templado frígido	3870	X	-	X	2 Kms	1 día	-	-	-	Sin información	Todo el año	Chiquián-Huasta
	LAGUNA MAKÁ.- Laguna entre plataforma de cerros con criaderos de truchas, abundan venados, vizcachas, abundante flora y fauna.	Al Este de Huasta	frígido	3950	-	-	X	20 Kms	1 día	-	-	-	Sin información	Todo el año	Chiquián-Huasta
HUAYLLA-CAYAN	Zona agrícola, no se tiene información exacta en este rubro de recursos propicio para la ganadería.	Huayllacayan	templado	3500	-	-	X	50 Kms	3 días	-	-	-	Sin información	Todo el año	Sin información
LA PRIMAVE GORGORILLO	ZONA GORGORILLO.- Impresionante campo de cultivo y ganadero, adornado por los sembríos y ganadería.	Gorgorillo	templado	2644	-	-	X	1 Kms	1 día	-	-	-	Sin información	Todo el año	Llalla-Mangas
MANGAS	MINA ACHICAY.- Mina abandonada, presenta configuración especial se puede aprovechar como recurso natural.	Al este de Mangas	templado	3459	-	-	-	1 Kms	1 día	-	-	-	Sin información	Todo el año	Llalla-Mangas
PACLLON	ACHIN.- Río que baña la meseta de Pacllón baja de la quebrada de Jahuacocha.	Al Norte de Pacllón	templado	3100	-	-	X	2 Kms	1 día	-	-	-	Sin información	Todo el año	Cordillera Huayhuash
	RIO LLAMAC POCPA.- Quebrada por donde corre el río Llamac adornado con campos de cultivos y abundante ganadería.	Al Norte de Pacllón	templado	3120	-	-	X	6 Kms	1 día	-	-	-	Sin información	Todo el año	Cordillera Huayhuash

JAHUACOCHA.- Laguna de singular belleza, ubicado en el campo base del Nevado Yerupajá, se aprecia abundante flora y fauna natural.	Al Sur Este de Paclón	frígido	3950	-	-	X	15 Kms	2 días	-	-	-	2000 visitantes internos y receptivos	Mayo a Setiembre	Cordillera Huayhuash
SOLTEROCOCHA.- Laguna de coloración característico especial, adornado de flora de alto andina y abundante trucha de buena calidad.	Al este de Paclón	frígido	4050	-	-	X	20 Kms	4 días	-	-	-	2000 visitantes internos y receptivos	Mayo a Setiembre	Cordillera Huayhuash
MITACOCHA.- Laguna de característica singular que se encuentra en el circuito de la Cordillera Huayhuash.	Al este de Paclón	frígido	4200	-	-	X	22 Kms	5 días	-	-	-	2000 visitantes internos y receptivos	Mayo a Setiembre	Cordillera Huayhuash
CARHUACOCHA.- Laguna de gran extensión con 2'000.00m3 de agua de coloración especial con abundante flora y fauna natural.	Al este de Paclón	frígido	4210	-	-	X	23 Kms	6 días	-	-	-	2000 visitantes internos y receptivos	Mayo a Setiembre	Cordillera Huayhuash
ATOCSHAICO.- Laguna de gran importancia en este circuito, tiene características de coloración de verde Turquia.	Al este de Paclón	frígido	4630	-	-	X	25 Kms	6 días	-	-	-	2000 visitantes internos y receptivos	Mayo a Setiembre	Cordillera Huayhuash
VICONGA.- Laguna de gran extensión con abundante flora y fauna naturales y truchas de gran calidad.	Al este de Paclón	frígido	4850	-	-	X	45 Kms	7 días	-	-	-	2000 visitantes internos y receptivos	Mayo a Setiembre	Cordillera Huayhuash
RIO PUMARINRI.- Rio que baja por la quebrada hacia Cajatambo, siguiendo el trayecto del circuito.	Al Sur de Paclón	frígido	4000	-	-	X	70 Kms	10 días	-	-	-	2000 visitantes internos y receptivos	Mayo a Setiembre	Cordillera Huayhuash
YERUPAJA.- Nevado de gran altitud de difícil acceso para la escalada en Alta Montaña, es el segundo pico más alto del Perú.	Al Sur Este de Paclón	frígido Polar	6634	-	-	X	20 Kms	5 días	-	-	-	3000 visitantes internos y receptivos	Mayo a Octubre	Cordillera Huayhuash
JIRISHANCA.- Nevado de acceso difícil para la práctica de escala de Alta Montaña, el acceso es por Jahuacocha.	Al Sur Este de Paclón	frígido Polar	6044	-	-	X	20 Kms	5 días	-	-	-	2500 visitantes internos y receptivos	Mayo a Octubre	Cordillera Huayhuash
RONDOY.- Nevado de difícil acceso para la escalada en Alto Montaña por su configuración y características.	Al Sur Este de Paclón	frígido Polar	5879	-	-	X	25 Kms	5 días	-	-	-	2000 visitantes internos y receptivos	Mayo a Octubre	Cordillera Huayhuash
YERUPAJA CHICO.- Nevado de difícil acceso para la escala en Alta Montaña por su configuración característica.	Al Sur Este de Paclón	frígido Polar	6121	-	-	X	23 Kms	5 días	-	-	-	2000 visitantes internos y receptivos	Mayo a Octubre	Cordillera Huayhuash
SIULA GRANDE.- Nevado de difícil ascenso para la escalada el Alta Montaña por las características que posee este recurso.	Al Sur Este de Paclón	frígido Polar	6344	-	-	X	25 Kms	6 días	-	-	-	2000 visitantes internos y receptivos	Mayo a Octubre	Cordillera Huayhuash
SIULA CHICO.- Nevado de difícil ascenso para la escalada el Alta Montaña por las características que posee este recurso.	Al Sur Este de Paclón	frígido Polar	6265	-	-	X	24 Kms	6 días	-	-	-	2000 visitantes internos y recep.	Mayo a Octubre	Cordillera Huayhuash
CARNICERO.- Nevado de difícil acceso para la escalada en Alta montaña por las características de la zona.	Al Sur Este de Paclón	frígido	5960	-	-	X	30 Kms	7 días	-	-	-	2000 visitantes internos y recep.	Mayo a Octubre	Cordillera Huayhuash

	TRAPECIO.- Nevado de difícil ascenso para la escala en Alta Montaña, se encuentra en la cadena de Cordillera Huayhuash.	Al Sur Este de Pacllón	frígido Polar	5644	-	-	X	25 Kms	6 días	-	-	-	2000 visitantes internos y receptivos	Mayo a Octubre	Cordillera Huayhuash
	PUSCANTURPA.- Nevado de mediano dificultad para la escalada en Alta Montaña, se encuentra en el circuito cordillera Huayhuash.	Al Sur Este de Pacllón	frígido Polar	5442	-	-	X	32 Kms	8 días	-	-	-	2000 visitantes internos y receptivos	Mayo a Octubre	Cordillera Huayhuash
	SARAPO.- Nevado de difícil acceso para escalada en Alta Montaña, ubicado en la cadena de Cordillera Huayhuash.	Al Sur de Pacllón	frígido Polar	6127	-	-	X	22 Kms	6 días	-	-	-	2000 visitantes internos y receptivos	Mayo a Octubre	Cordillera Huayhuash
	HUCSHASH.- Nevado de mediana dificultad para escalada en Alta Montaña	Al Sur de Pacllón	frígido Polar	5644	-	-	X	40 Kms	10 días	-	-	-	500 visitantes internos y receptivos	Mayo a Octubre	Cordillera Huayhuash
	COCHAPATA.- Nevado de mediana dificultad para escalada en Alta Montaña.	Al Sur de Pacllón	frígido Polar	5540	-	-	X	38 Kms	9 días	-	-	-	500 visitantes internos y receptivos	Mayo a Octubre	Cordillera Huayhuash
	MITAPUNTA.- Nevado mediana dificultad para escalada en alta Montaña.	Al Sur de Pacllón	frígido Polar	5572	-	-	X	37 Kms	9 días	-	-	-	500 visitantes internos y receptivos	Mayo a Octubre	Cordillera Huayhuash
	CUYOC.- Nevado de mediana dificultad para escalada en alta Montaña.	Al Sur de Pacllón	frígido Polar	5248	-	-	X	40 Kms	10 días	-	-	-	500 visitantes internos y receptivos	Mayo a Octubre	Cordillera Huayhuash
	DIABLOMUDO.- Nevado de fácil ascensión para escalada en alta Montaña.	Al Sur Este de Pacllón	frígido	5223	-	-	X	17 Kms	5 días	-	-	-	1000 visitantes internos y receptivos	Mayo a Octubre	Cordillera Huayhuash
	RASAC.- Nevado de mediana dificultad para escalada en Alta Montaña.	Al Sur Este de Pacllón	frígido Polar	5548	-	-	X	18 Kms	6 días	-	-	-	1000 visitantes internos y receptivos	Mayo a Octubre	Cordillera Huayhuash
SAN MIGUEL DE CORPAN QUI	PILA PAMPA.- Mirador de gran importancia para la zona, de aquí se observa el panorama de San Miguel de Corpanqui.	Al Oeste de Corpanqui	templado	3879	X	-	-	4 Kms	1 día	-	-	-	Sin información	Todo el año	Ticlos-Corpanqui
	QUEYAU.- Fuente Termal de importancia es explotable sus propiedades son sulfurosas en su composición química.	En mismo Corpanqui	templado	3379	X	-	-	1 Kms	1 día	-	-	-	Sin información	Todo el año	Ticlos-Corpanqui
TICLLOS	SAUCAN.- Quebrada muy singular por su configuración geográfica, adornado por campos de cultivo.	Al Norte de Ticlos	templado	3700	X	-	-	2 Kms	1 día	-	-	-	Sin información	Todo el año	Ticlos-Corpanqui
HUALLANCA	AZUL MINA.- Fuente termal de propiedad curativa, la temperatura es de 70° aproximadamente.	Al Norte de Huallanca	templado	3510	-	-	X	6 Kms	1 día	-	-	-	Sin información	Todo el año	Chiquian-Huallanca

B. RECURSOS HISTORICO CULTURALES : DE LA PROVINCIA DE BOLOGNESI:

DISTRITO	NOMBRE Y DESCRIPCION DEL RECURSO	UBICACI. ESPECIFIC.	CARACTERIST.		VIAS DE ACCESO			DISTAN. KMS.	TIEMPO DE VIAJE	SERVICIOS TURISTICOS			FLUJO DE TURISTICO ESTIMADO Y MODALIDAD	EPOCA CONSEJABL DE VISITA	CIRCUITO TURISTICO QUE COMPRENDE
			CLIMA	ALTIT (msnm)	C	C	C			H	A	B/O			
CHIQUIAN	HUANCAS.- Restos Arqueológicos, construcciones de viviendas, Tambos y algunas Chullpas.	Al Sur de Chiquián	templado	3800	-	-	X	5 Kms	1 día	-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Chiquián y Alrededores
	PUSCANHUARA.- Resto Arqueológico, con construcciones de viviendas pre - incas.	Al Norte de Chiquián	templado	3750 msnm	-	-	X	8 Kms	1 día	-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Chiquián y Alrededores
	CALLANA.- Resto Arqueológico, construcciones y evidencias de canales de regadio.	Al Oeste de Chiquian	templado	3950	-	-	X	10 Kms	1 día	-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Conococha y Chiquián y
ABELARDO PARDO LEZAMETA LLACLLA	MINA JIRCANPUNTA.- Resto Arqueológico, construcciones en cerros y faldas.	Al Oeste de Llaclla	templado	3600	-	-	X	5 Kms	1 día	-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Conococha y Llaclla
	CUSCHIPAMPA.- Resto Arqueológico con evidencias de construcciones de viviendas pre - incas.	Al Oeste de Llaclla	templado	3250	-	-	X	7 Kms	1 día	-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Conococha y Llaclla
ANTONIO RAYMONDI	APAC.- Restos Arqueológicos, construcciones de canales.	Al Norte de Raquia	templado	2950	-	X	-	3 Kms	1 día	-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Pativilca Conococha
	CORICOTO.- Resto Arqueológico, sistema de evidencias de andenería.	Al Sur de Raquia	templado	2500	-	-	X	5 Kms	1 día	-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Pativilca Conococha
AQUIA	CERNAN.- Resto Arqueológico, construcciones de viviendas y Chullpas.	Al Este de Aquia	templado	3206	-	-	X	6 Kms	1 día	-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Chiquián - Aquia
	BOCA DE TIERRA.- Resto Arqueológico, construcciones y muros de gran extensión.	Al Este de Aquia	templado	3210	-	-	X	3 Kms	1 día	-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Chiquián - Aquia
	CANTO CUTA.- Resto Arqueológico, estructuras de construcciones semicirculares.	Al Sur de Aquia	templado	3300	-	-	X	5 Kms	1 día	-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Chiquián - Aquia
	PURUNMARCA.- Resto Arqueológico, evidencia de una gran ciudadela.	Al Norte de Aquia	templado	3310	-	-	X	6 Kms	1 día	-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Chiquián - Aquia
	CERRO AYNUC.- Resto Arqueológico, presenta estructuras de construcciones semicirculares pre-incas.	Al Este de Aquia	templado	3120	-	-	X	3 Kms	1 día	-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Chiquián - Aquia
CAJACAY	PALLPIN.- Restos Arqueológicos, evidencias de viviendas y muros con piedras labradas.	Al Este de Cajacay	templado	2550	-	-	X	20 Kms	1 día	-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Chiquián - Pativilca
	KORI PARAS.- Restos Arqueológicos, evidencias de viviendas y muros con piedras labradas.	Al Este de Cajacay	templado	2900	-	-	X	10 Kms	1 día	-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Pativilca - Conococha
	CALLAN.- Restos Arqueológicos, construcciones de Chullpas y viviendas pre-incas.	Al Sur de Cajacay	templado	2350	-	-	X	5 Kms	1 día	-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Conococha - Pativilca
CANIS	MARAPAMPA.- Resto Arqueológico, sistema de andenerías y construcciones de canales de regadio en amplia pendiente.	Al Este de Canis	templado	3050	-	-	X	10 Kms	1 día	-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Conococha - Canis

COLQUIOC CHASQUI - TAMBO	HUARICANGA.- Resto Arqueológico con evidencias de poblamiento pre Inca.	Al Norte de Chasquitambo	Cálido	590	X	-	-	10 Kms	1 día	-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Pativilca-Conococha
HUASTA	YAUCAPUNTA.- Resto Arqueológico formado por escalinatas y construcciones varias.	Al Sur de Huasta	templado	3250	-	-	X	12 Kms	1 día	-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Chiquián-Huasta
	IGLESIA SANTO DOMINGO DE HUASTA.- Iglesia de tipo Colonial en regular conservación, se puede explotar con fines turísticos.	En mismo Huasta	templado	3250	X	-	-	En mismo Huasta		-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Chiquián-Huasta
	PUEBLO VIEJO.- Resto Arqueológico, construcciones de viviendas con piedras labradas.	Al Norte de Huasta	templado	3300	-	-	X	20 Kms		-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Chiquián-Huasta
	SAN IGNACIO.- Resto Arqueológico, construcciones viviendas en forma de ciudadela.	Al Este de Huasta	templado	3350	-	-	X	10 Kms	1 día	-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Chiquián-Huasta
	COCHACOCHA.- Resto Arqueológico, sistema de andenería y construcciones pre-incas.	Al Sur de Huasta	templado	3500	-	-	X	8 Kms	1 día	-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Chiquián-Huasta
HUALLANCA	SHIPAN.- Resto Arqueológico en forma de complejo de época pre Inca piedra Tallada.	Al Este de Huallanca	templado	3600	-	-	X	6 Kms	1 día	-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Chiquián-Huallanca
	HUANUCO PAMPA.- Resto Arqueológico de gran importancia construcciones varias pre-incas.	Al Oeste de Huallanca	templado	3500	X	-	-	15 Kms	1 día	-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Chiquián-Huallanca
HUAYLLA-CAYAN	SAN LORENZO.- Resto Arqueológico, resto de poblamiento pre Inca abundante.	Al Sur de Huayllanca yán	templado	3600	-	-	X	3 Kms	1 día	-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Chiquián-Huayllanca yán
	CERRO PUCLLA.- Resto Arqueológico, restos de cerámica y construcciones varias pre-incas.	Al Norte de Huayllanca yán	templado	3700	-	-	X	5 Kms	1 día	-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Chiquián-Huayllanca yán
	CHINCHASMARCA.- Resto Arqueológico, construcciones de viviendas y estructuras pre-incas.	Al Sur de Huayllanca yán	templado	3550	-	-	X	6 Kms	1 día	-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Chiquián-Huayllanca yán
LA PRIMA VERA	CALANDRADA.- Resto Arqueológico sistema de canales pre incas de riego.	Al Sur de Gorgorillo	templado	3150	-	-	X	7 Kms	1 día	-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Chiquián-Gorgorillo
GORGORILLO	CHONTA.- Resto Arqueológico construcciones de viviendas y Chullpas.	Al Norte de Gorgorillo	templado	3350	-	-	X	5 Kms	1 día	-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Chiquián-Gorgorillo
MANGAS	CAMPANA MARIA ANGOLA.- Campana de época colonial, en una torre de piedra de 64 m2.	En mismo Mangas	templado	3459	-	-	X	En mismo Mangas	en mismo Mangas	-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Conococha-Mangas
	ARAPAYOC.- Resto Arqueológico en forma de ciudadela construido en 25.000m2.	Al Este de Mangas	templado	3459	-	-	X	10 Kms	1 día	-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Conococha-Mangas
	IGLESIA COLONIAL.- Construcción de época colonial de una sola nave.	En mismo Mangas	templado	3459	-	-	X	En mismo Mangas	en mismo Mangas	-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Conococha-Mangas

	NANIS.- Resto Arqueológico en forma de una pequeña ciudadela.	Al Sur de Mangas	templado	3500	-	-	X	7 Kms	1 día	-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Conococha-Mangas
PACLLON	RICRASH.- Resto Arqueológico, ciudadela y Chullpas alrededor.	Al Este de Pacllón	templado	3100	-	-	X	15 Kms	1 día	-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Cordillera Huayhuash
SAN MIGUEL DE CORPAN QUI	HUAPCHO.- Resto Arqueológico, construcciones de Chullpas en un amplio espacio.	Al Este de Corpanqui	templado	3550	-	-	X	6 Kms	1 día	-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Conococha-Corpanqui
	JARPIN.- Resto Arqueológico, sistema pre Inca de canales de regadío extenso.	Al Sur de Corpanqui	templado	3700	-	-	X	5 Kms	1 día	-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Conococha-Corpanqui
	MACASHMARCA.- Resto Arqueológico en forma de Castillo adoratorio.	Al Norte de Corpanqui	templado	3600	-	-	X	8 Kms	1 día	-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Conococha-Corpanqui
	UNCIAL.- Resto Arqueológico forma de ciudadela pre Inca extensa.	Al Oeste de Corpanqui	templado	3450	-	-	X	7 Kms	1 día	-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Conococha-Corpanqui
	PLAZA PAMPA.- Resto Arqueológico abundante material de cerámica y óseos.	Al Este de Corpanqui	templado	3460	-	-	X	10 Kms	1 día	-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Conococha-Corpanqui
TICLLOS	EL CASTILLO.- Resto Arqueológico, estructuras en forma de Castillo, posible centro adoratorio.	Al Este de Ticllos	templado	3900	-	-	X	3 Kms	1 día	-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Conococha-Ticllos
	CURCUY.- Resto Arqueológico, estructuras de construcciones de viviendas.	Al Este de Ticllos	templado	3900	-	-	X	4 Kms	1 día	-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Conococha-Ticllos
	HUIQUISPUNTA.- Resto Arqueológico en un cerro extenso construcciones pre Incas.	Al Sur de Ticllos	templado	3900	-	-	X	3 Kms	1 día	-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Conococha-Ticllos
	HUACHAC.- Resto Arqueológico, estructuras construcciones de vivienda	Al Este de Ticllos	templado	3900	-	-		7 Kms	1 día	-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Conococha-Ticllos
	MACASH.- Resto Arqueológico, construcciones de Chullpas extensas.	Al Norte de Ticllos	templado	3400	-	-	X	6 Kms	1 día	-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Conococha-Ticllos
	CHAUPICOSHTO.- Resto Arqueológico en forma de construcciones extensas.	Al Sur de Ticllos	templado	2800	-	-	X	7 Kms	1 día	-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Conococha-Ticllos
	RODA PUNTA.- Resto Arqueológico, estructuras construidas de gran extensión pre-incas.	Al Este de Ticllos	templado	3655	-	-	X	4 Kms	1 día	-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Conococha-Ticllos
	ICHICTAMBO.- Resto Arqueológico en forma de Tambos y Chullpas chicas y pequeños.	Al Sur de Ticllos	templado	3600	-	-	X	3 Kms	1 día	-	-	-	Sin Información	Todo el Año	Conococha-Ticllos

CONCLUSIONES PRELIMINARES (3.1)

Servicios

Comercio.- La provincia de Bolognesi no tiene un flujo comercial interno debido al poco movimiento de turistas y por el bajo nivel de compras de las personas de la localidad.

Equipamiento Urbano y Turístico.-

Restaurantes. Los restaurantes con los que cuenta en la actualidad, no tienen la calidad de servicio que requieren los turistas.

Agencias de Viaje. No existe agencias de viaje en toda la provincia de Bolognesi

Establecimientos de Hospedaje. Lo que hay como hospedaje hay en modalidad de Hostales, la provincia no cuenta con buena infraestructura de Hospedaje para acoger a los turistas.

Servicios de Energía Eléctrica. Del total de la provincia de Bolognesi solamente tiene energía eléctrica un 58 % del total de la población que es insuficiente.

Comunicación. Las oficinas de correo que existen son solamente los teléfonos públicos en la actualidad, y las encomiendas cartas, sobres son enviadas por las empresas interprovinciales.

Medios de Transporte. Solamente cuenta con unidades de transporte, que son insuficientes, si se quiere potenciar el turismo.

Servicios de Salud. Respecto a postas medicas, clínicas y hospitales podemos mencionar que son insuficientes.

Servicios de Educación. Pocos centros de educación a nivel universitario e institutos.

Entidades Financieras. La provincia de Bolognesi cuenta solamente con sucursales del Banco de la Nación.

Servicios Turísticos. La provincia de Bolognesi no cuenta con los siguientes servicios:

- Centros de Información Turística
- Guías de Turismo
- Agencias de Viaje
- Oficinas de quejas al Turista.

Lo que se aprovecha es de realizar eventos por el cual se pone en conocimiento a la población nacional y extranjera para poder participar por medio de comunicación vía televisión, radio, prensa escrita y medios de marketing para dichos eventos.

Festividades de la provincia

- Falta promover las principales festividades de los distritos de la provincia de Bolognesi
- También no se realiza una buena organización de las fiestas patronales.

Circuitos e Itinerarios Turísticos

- Falta desarrollar circuitos turísticos.
- No se promueve los circuitos turísticos para los turistas.

Recursos Turísticos

- En la actualidad la provincia de Bolognesi cuenta con importantes recursos turísticos que no son aprovechados en beneficios de la comunidad.

Restos Arqueológicos

Recursos para realizar deporte de Aventura.

3.2 CUANTIFICACION DEL MERCADO TURÍSTICO

3.2.1 Estudio de Mercado

3.2.1.1 Objetivo General

Conocer si la Provincia de Bolognesi con todos sus recursos Turísticos es un Potencial destino de los turistas Limeños.

3.2.1.2 Objetivos Especificos

- Determinar las características de los consumidores de Turismo de Aventura y cultural histórico.
- Proporcionar una descripción detallada de las necesidades y preferencias de los turistas en torno a este tema.
- Lograr que la investigación sirva de fuente de información de primera mano.

3.2.1.3 Estudio de Mercado Bases PROM PERU

Para poder complementar los datos cuantificados que se realizó en la Encuesta del Estudio de mercado, nos basamos en una fuente del Estado “Perfil del Turista Nacional 2000 “.

a.) Nivel de Gasto Nacional

El gasto per. cápita diario es de S/. 79. En promedio, el mayor gasto realizado por el turista en su viaje por el interior del país es en el rubro de alojamiento, seguido de comidas y visitas turísticas.

a.1) Gasto total o por grupo

En los viajes realizados al interior del país, el turista nacional realiza un gasto promedio total de S/. 777, el cual no incluye costo de pasajes o gastos en transporte al destino.

Cabe añadir que el 77% de los turistas internos realiza gastos menores de S/. 1000.

a.2) Gasto per. cápita y diario

El gasto diario del turista interno en este caso es de S/. 79. El 75% de los turistas realizó diariamente gastos menores a S/. 100.

Cuadro N° 23

Gasto Diario turista interno

Gasto per. cápita diario	%
Menos de S/. 99	75
De S/. 100 a S/. 499	24
De S/. 500 a más	1

Fuente : Prom. Perú / Perfil del turista Nacional 2000

Los turistas internos que viajaron por motivos de salud y por negocios son los que presentan los mayores gastos per. capita (S/. 104 y S/. 102 respectivamente).

Los turistas que viajaban por motivos de salud representan mayores gastos en visitas turísticas, transporte dentro de la localidad y compra

de artesanías. Los turistas de Negocios deben su gasto al lugar de alojamiento (hoteles y hostales), o compras de artesanía/ souvenirs y otras compras.

Cuadro N° 24

Gasto per. capita diario por motivo de viaje

Gasto per cápita diario	S/.
Total	79
Vacaciones	79
Familiares / amigos	73
Estudios	83
Convenciones/ Congresos	94
Salud	104
Negocios	102

Fuente : Prom. Perú / Perfil del turista Nacional 2000

a.3) Gasto por rubro

En promedio, el mayor gasto realizado por el Turista Nacional en su viaje por el interior del país es en el rubro de alojamiento, siguen luego los gastos de comidas y visitas turísticas. Otro gasto importante es el que se realiza por otras compras y por entretenimiento/ recreación.

A continuación se presentan los promedios de gastos per capita diario por rubros, los cuales permiten estimar una participación en el gasto diario de un turista nacional.

Cuadro N° 25

Gasto diario promedio per. capita por rubro

Gasto diario promedio per. cápita por rubro	S/.	%
Alojamiento	27	20
Comidas	21	16
Bebidas fuera de las comidas	9	7
Compra de Artesanías / Souveniers	12	9

Otras compras	17	13
Visitas turísticas	21	16
Entretenimiento y Recreación	15	12
Transporte dentro de las localidades	9	7

Fuente : Prom Perú / Perfil del turista Nacional 2000

3.2.1.4 Planeación de la Información

Enfoque de la Investigación.

La investigación busca determinar el perfil demográfico y socio-económico, modalidad de viaje, duración, capacidad de gasto.

Método de Contado

La Técnica de encuestas, será del tipo no personalizado se realizara por grupos, basándose en un cuestionario previamente elaborado.

Plan de Muestreo

Población : La población para el proyecto tendrá las siguientes características :

Edad : Jóvenes de edades entre 17 – 30 años

Lugar : Lima Metropolitana

Zonas : San Miguel, La Molina, Miraflores,

Barranco, San Borja, San Isidro, Magdalena, (potencial humano, jóvenes de diferentes distritos que estudian en las universidades encuestadas).

La Encuesta esta dirigido a personas de ambos sexos con edades en los rangos de (17 – 30) años por el cual para este estudio se plantearon las siguientes estrategias:

- Elaboración de la Encuesta con el asesoramiento respectivo de los Ingenieros asesores del trabajo de tesis.
- Identificando el mercado, personas de condiciones económicas medianas, medianas altas, altas.
- Apuntando a objetivos concretos, en donde se encuentra la juventud activa de nuestra población.
- Como se sabe el que reúne condiciones económicas y puede estudiar o realizar otra actividad relacionada a ella, no necesariamente puede residir en lugares o distritos donde son considerados distritos de condiciones económicas de clase media alta.
- Pero si a nivel de población se puede decir que los distritos como: Magdalena, Pueblo Libre, San Isidro, San Borja, Miraflores, La Molina, Jesús María, San Miguel, reúne la población con estatus económico en su gran mayoría aceptable comparado con la mayoría de población por distritos de los no

mencionados, esto mas sirve para tomar la referencia del tamaño de la muestra. (N)

N = 60,000 jóvenes en el rango de edades anteriormente especificado.

- Por eso la encuesta no se da por distritos, se da por solvencia de estatus fuese el lugar donde se encuentre estudiando, este un factor importante que se darán cuenta en el resumen global de las encuestas (resultados).

- Encuesta a mercados masivos

- **Universidades :**

Universidad de Lima.

Universidad San Ignacio de Loyola.

Universidad Tecnológica del Perú.

Universidad Alas Peruanas.

Universidad Federico Villareal.

- La Distribución Binomial es un factor importante por que es una condición importante de la aceptación y el rechazo.

$$P = 0.5$$

$$Q = 0.5$$

$$S = 0.05$$

$$Z = 95\%$$

- La formula a aplicar es la siguiente:

$$(n) = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{S^2(N-1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$(n) = \frac{(1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5 \cdot 60000}{(0.05)^2 (60000 - 1) + (1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}$$

$$(n) = 381.2$$

- Entonces podemos decir que contamos con una muestra de 382 encuestas por el cual es un indicador necesario en el trabajo adjunto.
- La encuesta se presenta a continuación en la página siguiente, con sus respectivos análisis y cuadro resumen de la información recabada.

Nota : Mayor Información ANEXO 4

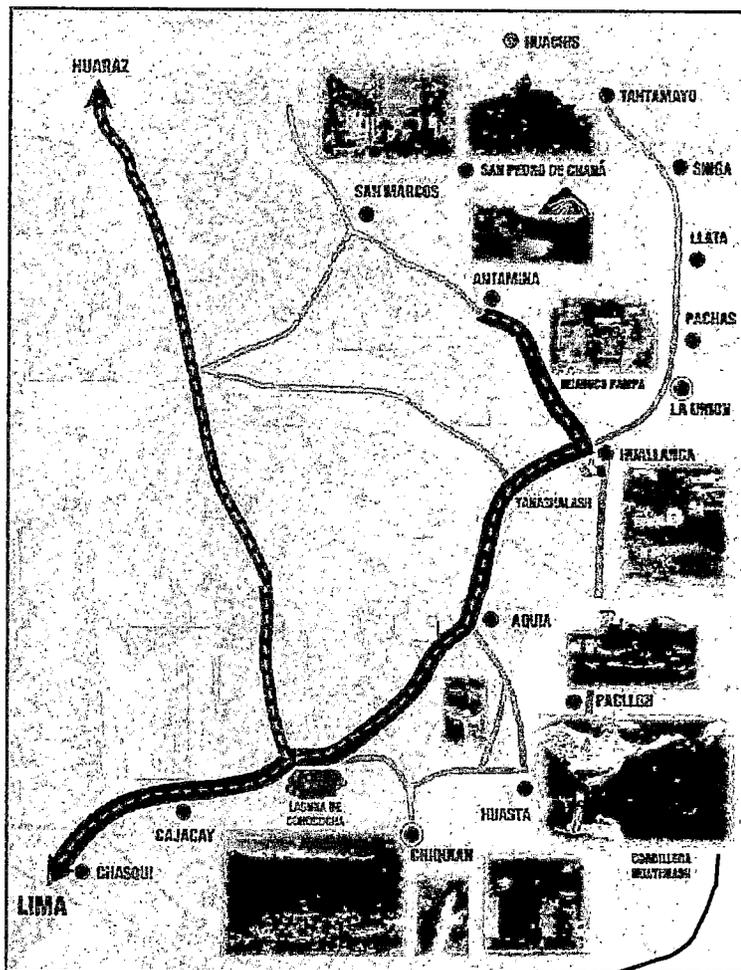
(Total de encuestas realizadas a las diferentes universidades de Lima)

DISTRITO :.....
 EDAD :.....
 SEXO M L F L

CIRCUITO TURÍSTICO ORO DE LOS ANDES

• Antes de llenar la encuesta ubíquese con el grafico y sus contenidos

- Le gustaría realizar viajes de Turismo
 SI L NO L
- Le gustaría realizar Turismo de Aventura
 SI L NO L
- Que Tipo de Deporte de Aventura Practicaría
 Ciclismo L Ala Delta L
 Escalada en Roca L Caminatas L
 Parapentes L Andinismo L
 Alpinismo L Trekking L
 Canotaje L Rally 4X4 L
 Pesca de Río y Lago..... L
 Otros:..... L
- Para poder realizar Deporte de Aventura :
 • Yo llevaría mis propios Equipos..... L
 • Alquilaría los Equipos..... L
- En donde le gustaría alojarse ;
 HOTEL 1Estrella.... L, 2 Estrellas.... L
 HOSTAL 1Estrella.... L, 2 Estrellas... L
 Loogue Hostal..... L
 Casas Acondicionadas..... L
 Otros:..... L
- Si usted eligiera el Circuito Oro de los Andes:
 Saldría con Amigos L
 Saldría solo L
 Saldría con familia L
 Saldría Acompañado L
- Usted conoce estos Atractivos Turísticos:
 Cordillera Huayhuash L
 Ciudadela Inca "HUANUCO PAMPA" L
 Baños Termo medicinales "AZULMINA" L
 Imperio Yarowilca "TANTAMAYO" L
 Estancias Ganaderas L
 Otros de la Provincia de Bolognesi ¿ cuales? L



La Cordillera Huayhuash con sus imponentes picos nevados Rondoy, Jirishanca, y el famoso Yurupaja 6634 m.s.n.m. un verdadero reto para los andinistas peruanos y extranjeros, también cuenta con la laguna de Jahuacocha donde se puede pescar trucha y cazar patillos.
 A 8 horas de Lima como cede en Huallanca se puede visitar este hermoso Atractivo Aventurero.

- Es importante para el viaje si pudieras realizar contar con :
 Una pista asfaltada..... L
 Una pista Afirmada..... L
 No necesariamente ambos anteriores.... L
- Cuales son tus expectativas en un viaje de Turismo de Aventura.

- Cual de los Atractivos mencionados a continuación le gustaría a usted conocer:
 Conocer los Nevados de la Cordillera de Huayhuash L
 Conocer los Baños Termo medicinales Azul Mina L
 Conocer el Imperio Yarowilca TANTAMAYO L
 Conocer la Ciudadela Inca HUANUCO PAMPA L
 Conocer las Estancias Ganaderas L
 Conocer todos los Atractivos por que están cerca de la localidad de Huallanca L



Cordillera Huayhuash

11. Le gustaría a Usted pernoctar en la Cordillera Huayhuash
 SI NO
12. Si su respuesta fuese (SI), que condiciones mínimas necesarias le gustaría a Usted tener:

13. El Distrito de Huallanca esta cerca de todos estos atractivos mencionados anteriormente si Usted se animara a viajar y conocer todo este circuito , ¿ Pernoctaría en dicho distrito o en cercanías de cada atractivo turístico?
 Pernoctaría en Huallanca
 Pernoctaría en la Cordillera Huayhuash
 Pernoctaría en las Estancias Ganaderas
 Pernoctaría en la Ciudadela Inca Huanuco Pampa
 Pernoctaría en la Cultura Yarowilca Tantamayo
 Pernoctaría en la Baños termo medicinales Azul Mina
- 
14. Cuantos días en promedio le gustaría realizar Turismo de Aventura en “ ORO DE LOS ANDES ”
 3 días..... 4 días... 5 días... 7 días..... 9 días.....
15. Cuanto estaría Usted dispuesto a gastar por Día en este Circuito ORO DE LOS ANDES :
 \$ 35... \$ 45... \$ 55... \$ 65...
 Elija otro precio sugerido a gastar por día (\$).....
16. El poblado mas cercano a estos atractivos es el distrito de Huallanca y se encuentra a 8hrs. De Lima con una pista asfaltada, usted viajaría para poder realizar estos deportes mencionados:
 Si..... No..... Mas Adelante.....
17. Si Usted tiene vehículo le gustaría llevar y conocer este Circuito Turístico:
 Si..... No..... Mas Adelante.....
18. Que espera del viaje al Circuito Turístico “ ORO DE LOS ANDES ”
 Diversión.... Nuevas Aventuras.... Adrenalina.... Conocer el Circuito....
 Otros:.....
19. Que espera del viaje al Circuito Turístico “ ORO DE LOS ANDES ”
 Diversión.... Nuevas Aventuras.... Adrenalina.... Conocer el Circuito....
 Otros:.....
20. Como Usted respondió esta encuesta que otras sugerencias podría adicionarse :

- Escriba su E-mail:**

A continuación se presentan a los Atractivos Turísticos con sus referencias:



Huanuco Pampa, 2.5 Km^2 , convirtiéndose en un importante centro urbano a 3336 m.s.n.m., en dicho centro se pueden observar palacios reales, el Templo del Sol, cuarteles y almacenes de alimentos, e incluso un lago artificial. Según el cronista Cieza de León, Huanuco Pampa albergo a mas de 30,000 personas en pleno esplendor del Tawantinsuyo. Se encuentra a 1h30min. Del Distrito de Huallanca.



La Estancia Ganadera un Atractivo Hermoso a 1hora del Distrito de Huallanca en este atractivo se puede practicar la pesca, el paseo a caballo, la caza, corrida de Toros, ordeñar vacas, pachamancas de la zona, como también conocer los caminos incas, además es la nueva ruta por donde se llega a la Cordillera Huayhuash en este tramo de la ruta se llega a caballo observando el hermoso paisaje que nos dejan nuestra naturaleza y nuestros antepasados.

Cuadro N° 26

Resumen de Encuestas de Estudio de mercado: Preguntas dicotómicas

	Universidades							
	Universidad Alas Peruanas		Universidad de Lima		Universidad Federico Villarreal		Universidad San Ignacio de Loyola	
Tamaño de la muestra	63		38		54		47	
Preguntas	Opciones							
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1. ¿Le gustaría realizar viajes de turismo?	63	0	36	2	54	0	44	3
2. ¿Le gustaría realizar turismo de aventura?	61	2	36	2	53	1	45	2
3. ¿Le gustaría a Ud. pernoctar en la Cordillera Huayhuash?	38	24	23	12	48	6	36	11

Gráfico N° 04:
Predisposición a realizar viajes de turismo en UAP

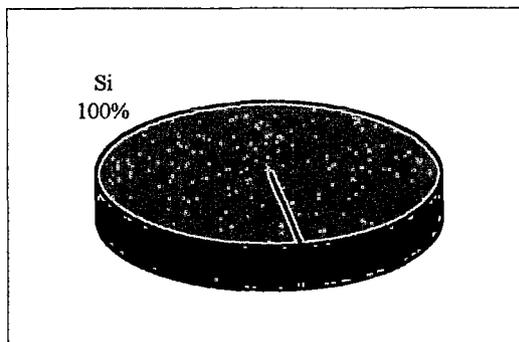


Gráfico N° 05:
Predisposición a realizar viajes de turismo en UL

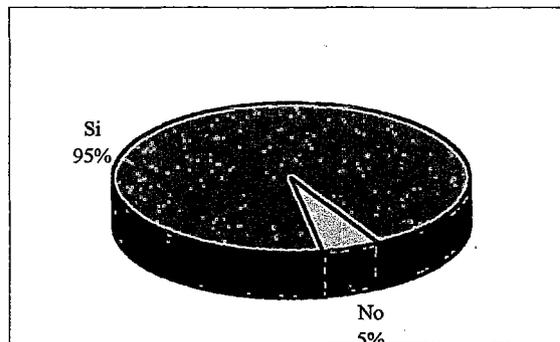


Gráfico N° 06:
Predisposición a realizar viajes de turismo en UFV

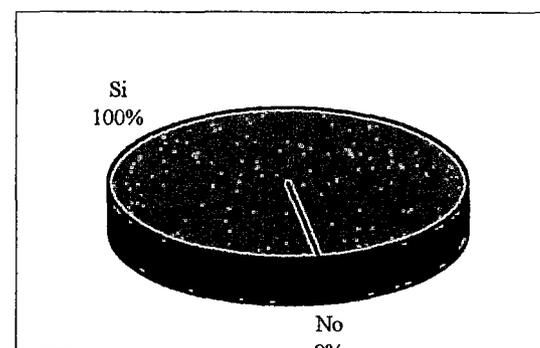


Gráfico N° 07
Predisposición a realizar viajes de turismo en USIL

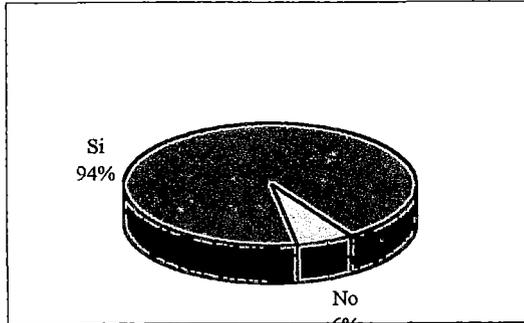


Gráfico N° 08
Predisposición a realizar turismo de aventura en UAP

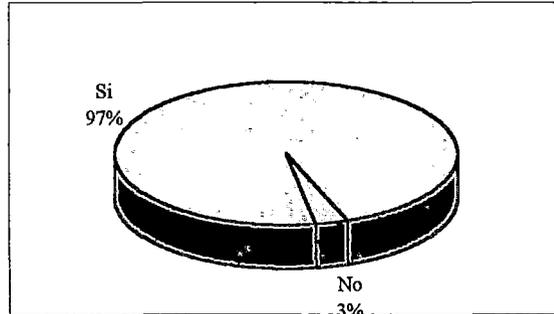


Gráfico N° 09
Predisposición a realizar turismo de aventura en UL

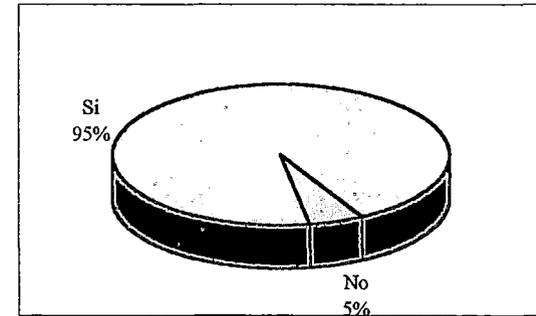


Gráfico N° 10
Predisposición a realizar turismo de aventura en UFV

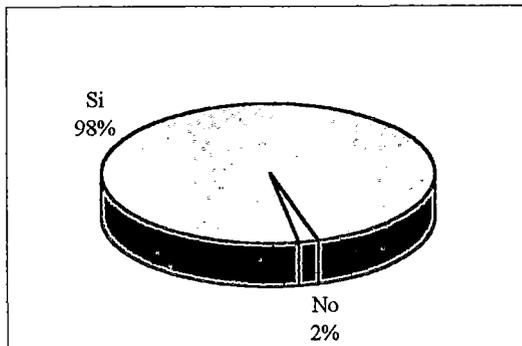


Gráfico N° 11
Predisposición a realizar turismo de aventura en USIL

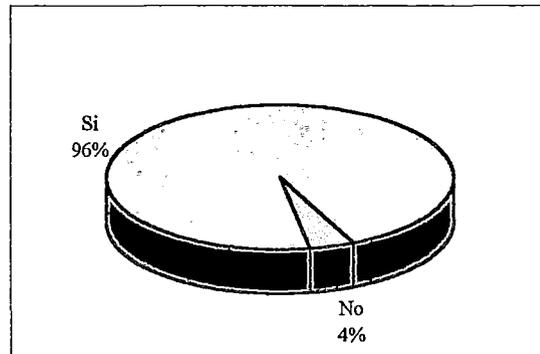


Gráfico N° 12
Predisposición a pernoctar en la Cordillera de Huayhuash en UAP

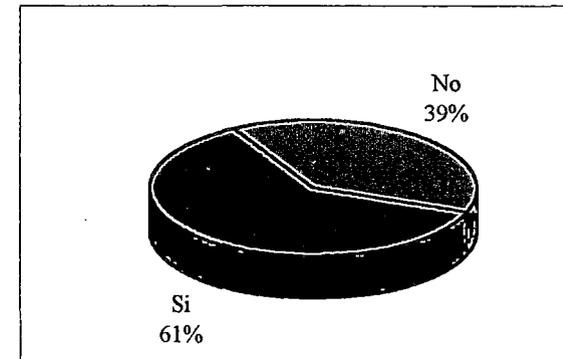


Gráfico N° 13
Predisposición a pernoctar en la Cordillera de Huayhuash en UL

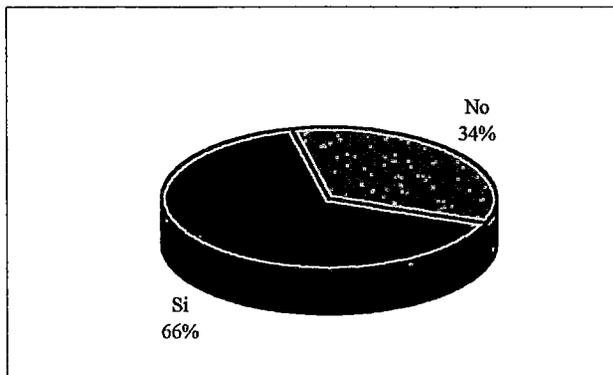


Gráfico N° 14
Predisposición a pernoctar en la Cordillera de Huayhuash en UFV

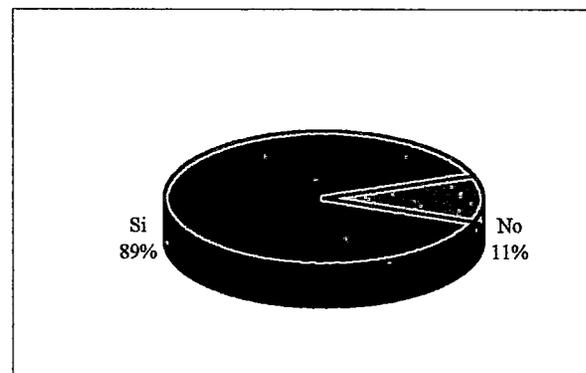
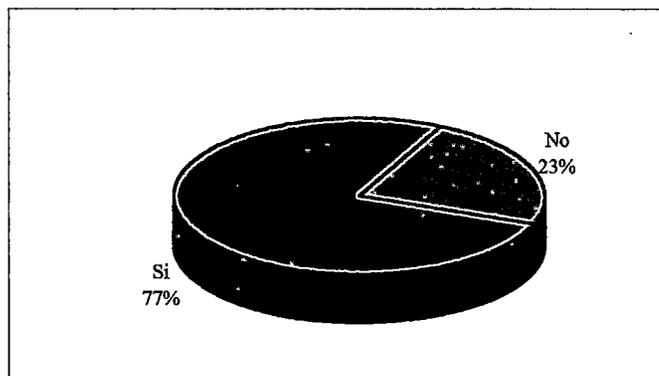


Gráfico N° 15
Predisposición a pernoctar en la Cordillera de Huayhuash en USIL



Cuadro N° 27

Resumen de Encuestas de Estudio de mercado: Preguntas tricotómicas

Preguntas	Universidades											
	Univ. Alas Peruanas			Univ. de Lima			Univ. Federico Villarreal			Univ. San Ignacio de Loyola		
	Si	No	M. A.	Si	No	M.A.	Si	No	M.A.	Si	No	M.A.
Tamaño de la muestra	63			38			54			47		
4. El poblado más cercano a estos atractivos es el distrito de Huallanca y se encuentra a 8 horas de Lima con una pista asfaltada, Ud. viajaría para poder realizar estos deportes mencionados	42	1	20	24	1	10	35	0	16	30	7	10
5. Si Ud. tiene vehículo, le gustaría llevar y conocer este circuito turístico	46	4	8	12	4	9	29	7	9	20	4	8

* M. A : más adelante

Gráfico N° 16

Predisposición de viajar a Huallanca a practicar deportes de aventura en UAP

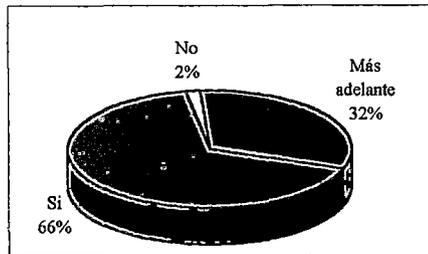


Gráfico N° 20

Predisposición a viajar al circuito turístico con carro propio en UAP

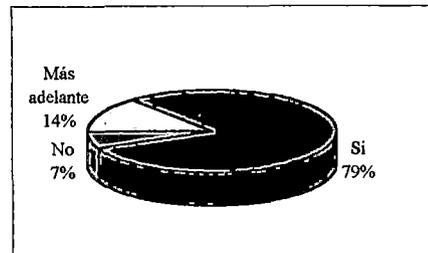


Gráfico N° 17

Predisposición de viajar a Huallanca a practicar deportes de aventura en UL

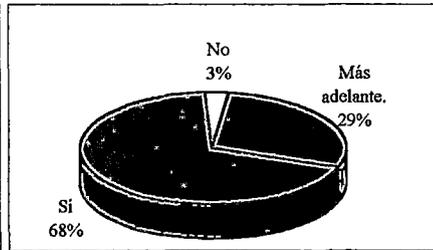


Gráfico N° 21

Predisposición a viajar al circuito turístico con carro propio en UL

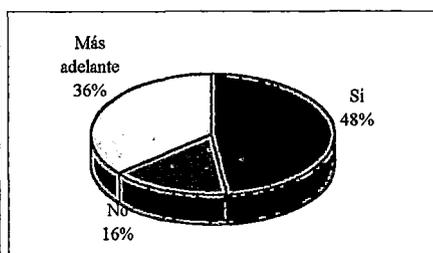


Gráfico N° 18

Predisposición de viajar a Huallanca a practicar deportes de aventura en UFV

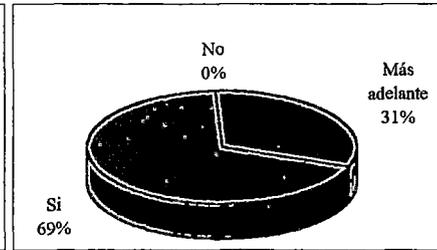


Gráfico N° 22

Predisposición a viajar al circuito turístico con carro propio en UFV

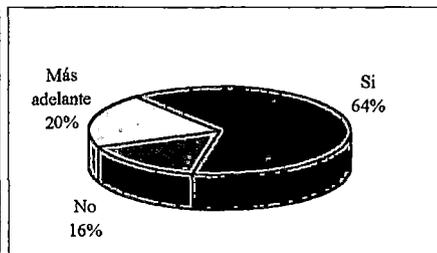


Gráfico N° 19

Predisposición de viajar a Huallanca a practicar deportes de aventura en USIL

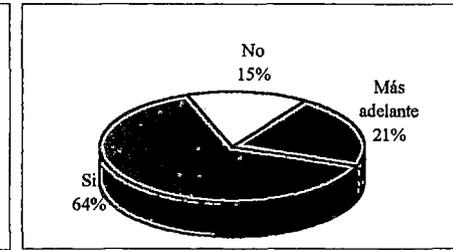
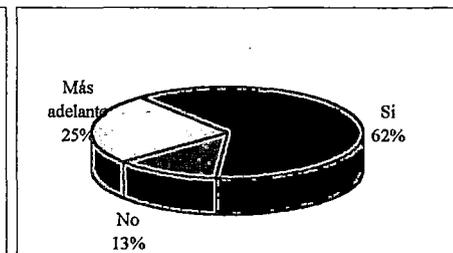


Gráfico N° 23

Predisposición a viajar al circuito turístico con carro propio en USIL



Fuente : Propia

Cuadro N° 28

Resumen de Encuestas de Estudio de Mercado: Preguntas con alternativas varias

		Universidades									
		Universidad Alas Peruanas		Universidad de Lima		Universidad Federico Villarreal		Universidad San Ignacio de Loyola			
		63		38		54		47			
Preguntas		Op		Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
A	¿Que tipo de deporte de aventura practicaría?										
1	ciclismo	17	46	8	30	17	37	8	39		
2	Escalada en roca	17	46	11	27	11	27	11	36		
3	Parapentes	17	46	6	32	10	44	6	41		
4	Alpinismo	14	49	7	31	8	46	7	40		
5	Canotaje	22	41	13	25	13	41	13	34		
6	Ala Delta	10	53	11	27	9	45	11	36		
7	Caminatas	14	49	11	27	23	31	11	36		
8	Andinismo	3	60	8	30	7	47	8	39		
9	Trekking	5	58	5	33	4	50	5	42		
10	Rally 4x4	19	44	8	30	15	39	8	39		
11	Pesca de río y lago	7	56	2	36	12	42	2	45		
B	¿Cual de los atractivos mencionados a continuación le gustaría a Ud. conocer?										
1	Nevados Cordillera Huayhuash	36	27	18	20	28	26	18	29		
2	Baños termomedicinales de "Azulmina"	19	44	13	25	16	38	13	34		
3	Imperio Yarowilka	7	56	13	25	15	39	13	34		
4	Ciudadela Inca Tantamayo	18	45	17	21	18	36	17	30		
5	Estancias ganaderas	5	58	7	31	12	42	7	40		
6	Todos los atractivos mencionados	18	45	11	27	20	34	11	36		
C	¿Que espera del viaje al circuito turístico "Oro de los Andes"?										
1	Diversión	33	30	13	25	17	37	13	34		
2	Nuevas aventuras	40	23	20	18	32	22	20	27		
3	Adrenalina	20	43	5	33	21	33	5	42		
4	Conocer el circuito	17	46	4	34	16	38	4	43		



La primera opción más preferida por los encuestados



La segunda opción más preferida por los encuestados

Cuadro N° 29
Resumen de Encuestas de Estudio de Mercado: Preguntas con alternativas de decisión

	Universidades			
	Univ. Alas Peruanas (1)	Univ. de Lima (2)	Univ. Federico Villarreal (3)	Univ. San Ignacio de Loyola (4)
Tamaño de la muestra	63	38	54	47
¿Donde le gustaría alojarse?				
Hotel una estrella	2	4	5	4
Hotel dos estrellas	27	12	17	27
Hostal una estrella	3	3	2	3
Hostal dos estrellas	4	9	9	4
Loogue hostal	1	1	0	1
casas acondicionadas	23	6	17	2
Usted conoce los siguientes atractivos turísticos de la zona:				
Cordillera de Huayhuash	4	6	2	10
Ciudadela inca de Huanucopampa	3	0	1	8
Baños termomedicinales de Azulmina	4	1	0	8
Imperio Yarowilka "Tantamayo"	3	1	2	6
Estancias ganaderas	3	2	3	6
Ninguno	46	28	46	9
Días promedio de permanencia en las zonas turísticas				
Tres días	0	5	6	5
Cuatro días	5	9	5	9
Cinco días	17	12	14	17
Siete días	12	9	17	12
Nueve días	27	1	11	4
¿Cuánto esta dispuesto Ud. a gastar en este circuito por día?				
\$35	21	14	22	20
\$45	15	6	8	6
\$55	8	3	6	3
\$65	5	0	2	1
\$10	3	3	6	3
\$15	2	1	3	1
\$20	6	7	4	9
\$30	3	1	3	3
\$40	0	1	0	1

Gráfico N° 24
Gráfico comparativo de preferencia de tipo de alojamiento

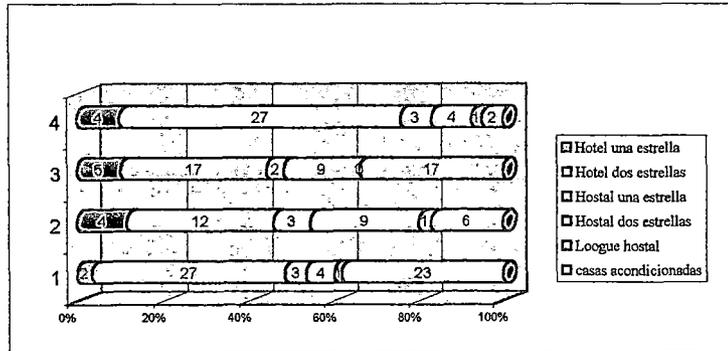


Gráfico N° 25
Gráfico comparativo de atractivos turísticos de la zona que conoce

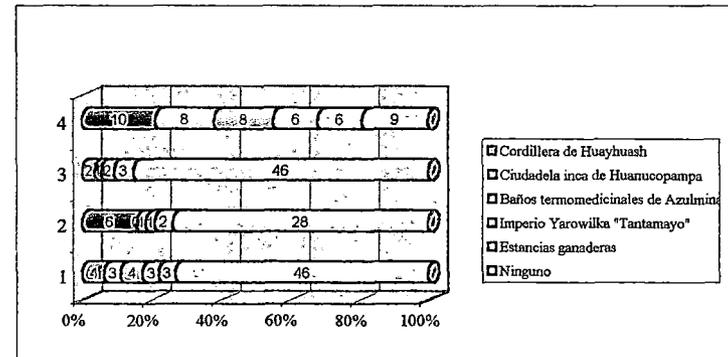


Gráfico N° 26
Gráfico comparativo de días de permanencia en zonas turísticas

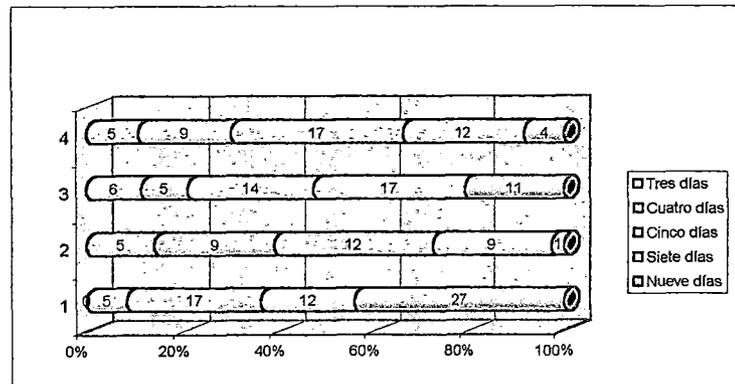
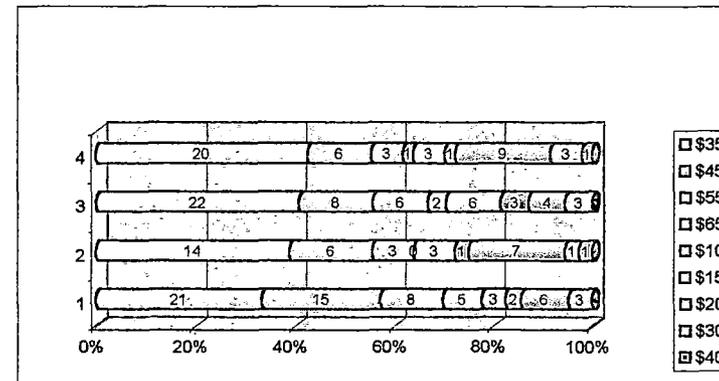


Gráfico N° 27
Gráfico comparativo de cantidad monetaria dispuesto a gastar por día



3.2.2 Demanda Turística de la Región Chavín

De acuerdo a información de la dirección Regional de Industria y Turismo – CTAR Ancash, JICA, CANATUR, PROM PERU, se tiene la proyección de arribo de turistas a la Región Chavin, en el año 2005 al 2015 (ver cuadro N° 30).

Cuadro N° 30

Región Chavin : Proyección de arribos de turistas (Miles de personas)

PERIODO ANUAL	ZONA SIERRA		ZONA COSTA		TOTAL REGION		TOTAL
	Turista Nacional	Turista Externo	Turista Nacional	Turista Externo	Turista Nacional	Turista Externo	
2000	112391	18208	142568	23097	275049	21215	296264
2001	129485	20978	164252	26610	293737	47588	341325
2002	149180	24168	189235	30658	338415	54826	393241
2003	171870	27845	218017	35321	389888	63165	453053
2004	198012	32080	251178	40693	449189	72773	521962
2005	228174	36966	289438	46891	517611	83858	601469
2010	314387	50934	398800	64609	713187	115543	828730
2015	433176	70178	549483	89021	982660	159199	1141859

Fuente: Elaboración Propia, con referencias a estudios JICA

Es bueno mencionar que la tasa promedio de permanencia de turistas nacionales y extranjeros para el año 1999 en el Departamento de Ancash fue de:

	Nacional	Extranjera
Tasa promedio permanencia (Días)	1.41	1.55

Nota: De acuerdo al Plan de desarrollo turístico nacional

Arribos

<u>Año</u>	<u>Tur. Nacional</u>	<u>Tur. Interno</u>	<u>Total</u>	<u>% Total</u>
2005	517,611	83,858	601,469	4.2%

Nota : Mayor Información ANEXO 5

(Plan Maestro de Desarrollo Turístico Nacional en la Republica del Perú)

Demanda Turística Proyectada de la Provincia de Bolognesi

Para la proyección de los arribos de turistas a la Provincia de Bolognesi, representará en promedio un 3.5% de lo proyectado a los arribos de turistas nacionales y extranjeros, a la zona sierra de Ancash. (Ver cuadro N° 31)

Cuadro N° 31

Provincia Bolognesi: Proyección de arribos turísticos (Personas)

AÑO	ARRIBOS		TOTAL
	NACIONAL	EXTRANJEROS	
2001	4532	734	5266
2002	5221	846	6067
2003	6015	975	6990
2004	6930	1123	8053
2005	7986	1294	9280
2006	8515	1379	9894
2007	9078	1471	10549
2008	9680	1568	11248
2009	10320	1672	11992
2010	11004	1783	12787
2011	11732	1901	13633
2012	12509	2027	14536
2013	13337	2161	15498
2014	14220	2304	16524
2015	15161	2456	17617

Fuente: Elaboración Propia

Análisis de necesidad de Centros de Hospedaje

La oferta en cuanto a hospedaje de la Provincia de Bolognesi, esta compuesta por las empresas de hospedaje de los distritos de Chiquian, Aquia y Huallanca.

Se sabe que la tasa promedio de permanencia de extranjeros y nacionales en Ancash, es de 1.5 días, entonces la capacidad de atención de la infraestructura de hospedaje será: $160 \times 30 \text{ días} \times 12 / 1.5 = 38,400$ turistas, tomando la información del Cuadro N° 18

En otras palabras se podrá atender con la capacidad actual a 38,400 turistas / año, considerando el 100% de la capacidad de Hospedaje, pero los hoteles en el Perú están trabajando a un 40% de su capacidad considerando en ellos los Hoteles de 2 estrellas, 3 estrellas, Hospedajes de 2 estrellas, 3 estrellas, y albergues, cabe mencionar que para la provincia de Bolognesi no hay registro de Categoría en los Hospedajes en el cual, en sus principales distritos que son Chiquian, Huallanca, Aquia su capacidad de alojamiento a los turistas se puede tomar un porcentaje referencial del 16% de su capacidad de la provincia de Bolognesi, implicaría que su capacidad de alojamiento es de 6,144 turistas en el año.

CONCLUSIONES PRELIMINMARES (3.2)

En la cuantificación de Mercado tomamos como base :

- PROM PERU
- JICA (Agencia de Cooperación Internacional del Japón)

El estudio de mercado nos da una referencia del comportamiento de la población limeña indicándose en el trabajo adjunto.

Se diseñó la respectiva encuesta con preguntas de acuerdo a la información que deseamos recabar , donde el encuestado optará por una o más alternativas de acuerdo al tipo de pregunta. Esta encuesta es muy importante por que nos permite saber las opiniones de poder realizar turismo por la provincia de Bolognesi.

La muestra considera a personas activas con edades entre 17- 30 años, es por eso que las encuestas se realizan en las Universidades, por tener en mayor cantidad de personas que cumplan con estas características. Las universidades donde se llevó a cabo las encuestas son :

Universidad de Lima

Universidad San Ignacio de Loyola

Universidad Alas Peruanas

Universidad Federico Villareal

Los resultados finales de las encuestas fueron favorables, los detalles se encuentran en los cuadros y gráficos de las encuestas tomadas en cada universidad .

Los pobladores de los principales distritos de la provincia de Bolognesi que serían beneficiarios del mayor flujo turístico, tiene bastante expectativa por las diversas consecuencias que traería esta actividad en el desarrollo de sus pueblos y en la mejora de la calidad de vida de sus pobladores. Actualmente se realizan en la municipalidad de Huallanca,

charlas sobre todo lo relacionado al trato al turista, mantener un estándar en la calidad de los servicios de sus hospedajes, restaurantes, asesoría en lo relacionado a la preservación y mantenimiento de los atractivos turísticos, formación de guías turísticos (niños y adultos voluntarios) , apoyado por la Minera Antamina. El presente trabajo de tesis presenta las etapas a seguir para llevar a cabo el desarrollo turístico, mas allá de realizar solo un diagnóstico. Como parte de estas etapas se esta considerando la realización de una Mesa de Concertación entre todos los alcaldes para realizar propuestas de trabajo supervisadas por una entidad con experiencia en este tipo de trabajos.

3.3 ANÁLISIS FODA DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE BOLOGNESI

En este punto analizaremos las Fortalezas y Debilidades, Oportunidades y Amenazas, para el turismo en la Provincia de Bolognesi.

Cuadro N° 32

Fortalezas y Debilidades de los Distritos principales de la Provincia de Bolognesi

DISTRITOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
CHIQUIAN	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La gestión municipal es democrática ▪ Ser reconocidos como elaboradores de productos lácteos de calidad ▪ Ofertas de cooperación por parte de sus profesionales ▪ El pueblo es trabajador ▪ Buscan la superación ▪ Pueblo perseverante, decidido a trabajar ▪ Son hospitalarios ▪ Cuentan con el apoyo de la Iglesia ▪ Tener el privilegio de vivir en una zona minera y ecológica muy rica ▪ Cuentan con recursos naturales. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desperdician el tiempo ▪ Incumplidos ▪ No usan bien sus recursos naturales ▪ Buscan las cosas fáciles ▪ Predican el evangelio del lamento ▪ No participan en cosas buenas, teniendo capacidad para hacerlo ▪ Existe individualismo y egoísmo. ▪ Buscan la facilidad de las cosas. ▪ Es evidente el escaso espíritu solidario, la falta de personalidad y el conformismo.
HUASTA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Acceso a mercados y disponibilidad de tierras y ganado ▪ Comprometidos con su labor de asistencia social y proyección a la comunidad ▪ Vocación de servicio ▪ Organización de recursos Humanos ▪ Eficiente profesionalismo identificación con su pueblo. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Falta de capacitación agropecuaria ▪ Limitación en los recursos económicos y capacitación técnica ▪ Presupuesto limitado ▪ Alto grado de dependencia ▪ Deficiencia en los servicios que prestan ▪ No tienen iniciativa de organizarse ▪ Proliferación de religiones ▪ Extralimitación de sus facultades ▪ Falta de innovación tecnológica

<p style="text-align: center;">AQUIA</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Producción quesera reconocida ▪ Santuario Señor de Cayac ▪ Paisajes y atractivos turísticos naturales (lagunas, nevados, bosques, etc.) ▪ Restos arqueológicos ▪ Producción de carne con métodos no tecnificados ▪ Producción de papá nativa ▪ Red de relaciones con parientes que migraron (residentes interesados en el desarrollo de su pueblo). ▪ Tradiciones culturales que se mantienen a través de festividades. ▪ Buenas relaciones con los alcaldes de la región ▪ Especies nativas y variedades de plantas medicinales. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desconfianza y egoísmo en el sector de la población ▪ Baja productividad y calidad agrícola y pecuaria. ▪ Precariedad de los servicios de salud, educación. ▪ Falta de alumbrado eléctrico. ▪ Falta de innovación tecnológica. ▪ Presupuesto limitado ▪ Alto grado de dependencia.
<p style="text-align: center;">HUALLANCA</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tierras propicias para actividades agropecuarias. ▪ Recursos Turísticos Naturales ▪ Fuentes termales, lagunas, Cordilleras ▪ Restos Arqueológicos ▪ Capacidad de Organización y Liderazgo de las actividades locales. ▪ Los pobladores del distrito quieren mejorar el nivel de vida a través de actividades productivas y de turismo. ▪ Organismos No gubernamentales ubicados en la zona que apoyan el desarrollo de la comunidad a través de proyectos (agua, desagüé, catastro) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Escasa capacitación en aspectos productivos y de turismo. ▪ Recursos económicos limitados. ▪ Manejo deficiente de tierras para la agricultura. ▪ Caminos que conducen a atractivos, no se encuentran en buenas condiciones. ▪ No hay organizaciones empresariales. ▪ No hay agencias de turismo.

Cuadro N° 33

Oportunidades y Amenazas de los Distritos principales de la Provincia de Bolognesi

DISTRITOS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p align="center">CHIQUIAN</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La institución apoya el desarrollo ▪ Empresas mineras importantes operan en la zona. ▪ Muy cerca hay una buena carretera construida por la minera Antamina. ▪ Es posible firmar convenios con universidades ▪ Los organismos de cooperación internacional están interesados en apoyar el desarrollo de la zona. ▪ (Conocer a los posibles aliados y se les puede comprometer con el desarrollo). 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Es evidente la interferencia autoritaria de organismos estatales ▪ Se ha detectado la reaparición de pequeños brotes de violencia ▪ Las ofertas de políticos en campaña esta provocando la división de la población. ▪ Muchas empresas e instituciones no cumplen con sus compromisos ▪ El turismo esta disminuyendo ▪ Existen limitados recursos presupuéstales para el desarrollo local.
<p align="center">HUASTA</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Acceso a mercados y disponibilidad de tierras y ganado ▪ Comprometidos con su labor de asistencia social y proyección a la comunidad ▪ Vocación de servicio ▪ Organización de recursos Humanos ▪ Eficiente profesionalismo identificación con su pueblo ▪ Abundante recurso. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Contaminación Ambiental. ▪ El turismo esta disminuyendo ▪ Adversidad Climática y desastres naturales. ▪ Política centralista por parte del gobierno central. ▪ Incremento del costo de vida. ▪
<p align="center">AQUIA</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desarrollo del turismo. ▪ Desarrollo de la gran actividad minera. ▪ Construcción de carretera. ▪ Crecimiento de la demanda regional de alimentos. ▪ Crecimiento de productos naturales. ▪ Nuevas tecnologías y profesionales ▪ Aumento de cobertura de medios de comunicación ▪ Aumento de la importancia de los distritos para el desarrollo del país. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Contaminación Ambiental. ▪ Adversidad Climática y desastres naturales. ▪ Política centralista por parte del gobierno central. ▪ El turismo esta disminuyendo ▪ Incremento del costo de vida.

HUALLANCA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Convenio con Universidades (UNASAM, AGRARIA, UNIFE). ▪ La Empresa Minera Antamina financiara proyectos de desarrollo local. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Contaminación Ambiental. ▪ Adversidad Climática y desastres naturales. ▪ Política centralista por parte del gobierno central. ▪ Incremento del costo de vida.
------------------	--	--

a) Fortalezas.

- Cuenta con gran número de recursos turísticos como: restos arqueológicos Pre – Incas, Iglesias coloniales, Aguas termales, reservas naturales, lagunas y su principal atractivo turístico es la Cordillera de Huayhuash, con sus imponentes picos nevados.
- La provincia cuenta con los recursos turísticos para realizar ecoturismo y turismo de aventura (bicicleta de montaña, Ala delta, parapente, canotaje, escalamiento de nevado, escalado en roca)
Plan regional de desarrollo turístico – Ancash.
- Existe publicidad y promoción, a través del “Primer Festival de Aventura Circuito Oro de Los Andes” y de otros esfuerzos de promociones turísticas por parte de los alcaldes distritales de la Provincia de Bolognesi, se esta dando a conocer a una mayor cantidad de pueblos peruanos al extranjero.
- Se cuenta con una pagina Web en donde las personas pueden obtener información a través de Internet, respecto a actividades turísticas en la zona.

<http://www.geo.ya.com/carfid>
- Empresas mineras que operan en la Provincia están apoyando proyectos para mejorar la infraestructura vial, promoción de eventos turísticos y construcción

de recintos para eventos culturales.

- Fiestas patronales en la provincia de Bolognesi. Corridas de Toros de Lidia con la población.

b) Debilidades.

- La promoción, publicidad, eventos en turismo es insuficiente, por lo que los turistas internos y extranjeros no conocen los recursos turísticos de la provincia de Bolognesi.
- Falta adecuar los atractivos turísticos, que tiene la provincia para darle un mayor valor agregado.
- No hay infraestructura hotelera suficiente para atender las necesidades de hospedaje si ocurriera un incremento del turismo en la actualidad.
- La infraestructura de apoyo turístico es generalmente pobre. Ejemplo, la red de caminos (lo que incrementa el costo del viaje), energía eléctrica baños públicos, etc.
- No hay vinculo económico entre el lugar turístico y la comunidad local colindante.
- No hay instituciones encargadas a poder fomentar el turismo en la provincia de Bolognesi.
- Insuficiente capacidad de guías turísticas.
- Insuficiente iniciativa local para la conservación de recursos naturales y culturales.
- Falta de apoyo de la Dirección Regional de Industria y Turismo – CTAR – Ancash, en la publicidad y promoción de eventos turísticos en la Provincia.

- No hay suficientes y adecuadas unidades de transporte; para brindar un mejor servicio al turista.

c) **Oportunidades:**

- Realizar alianzas estratégicas con empresas mineras, para financiar actividades turísticas en la Provincia.
- Actualmente la empresa Minera Antamina destinara cien millones de dólares en la regiones del entorno de la minera por el cual se beneficiaran muchos pueblos, destinándose por lo menos 60 millones de dólares en el famoso corredor “ ORO DE LOS ANDES ”.
- A través de la pagina Web de la Provincia, promocionar a todo el Mundo, los recursos turísticos que posee.
- La Cooperación Técnica Internacional esta financiando prioritariamente en la actualidad proyectos de Ecoturismo.
- La tendencia Mundial en el Turismo, es desarrollar Turismo de Aventura y Ecoturismo.
- Tendencia a una política de Descentralización del País, por parte del gobierno actual.
- Mayor apoyo a las actividades vinculadas al Turismo.
- Aprovechar el vinculo con las Universidades, presentar proyectos que involucren un beneficio en el Corredor para las comunidades. (Cabe mencionar que el corredor corresponde a la provincia de Bolognesi y parte del Departamento de Huanuco).

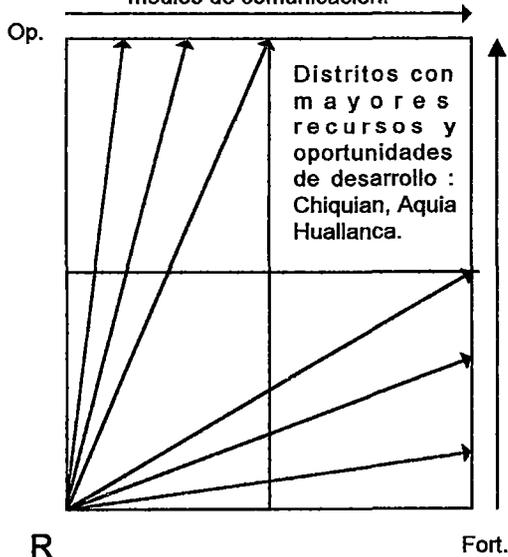
d) **Amenazas:**

- No hay mecanismos para la conservación de los sitios arqueológicos la flora, y la fauna de la Provincia.
- El medio ambiente puede ser afectado, si las empresas mineras de la provincia, no tienen los medios previos a través de estudios de impacto ambiental y darle solución al problema.
- Recesion económica actual (Clase Media).
- Carencia de Seguridad para el Turista.

Gráfico N° 28

Resumen de las Fortalezas y Oportunidades de la provincia de Bolognesi (principales distritos)

- Organismos aliados comprometidos al desarrollo (Zum - Canada).
- Organismos de Cooperacion Internacional dispuestos a apoyar.
- Financiamiento Minero (Antamina).
- Convenios con Universidades.
- Desarrollo del Turismo.
- Incremento de la cobertura de los medios de comunicacion.



- Ser reconocidos como elaboradores de productos lacteos de calidad.
- La poblacion es Hospitalaria.
- Tener el privilegio de vivir en una zona minera y ecologica muy rica.
- Acceso a mercados y disponibilidad de tierras y ganado.
- Paisajes y potencialidad en recursos turisticos por explotar.
- Tradiciones culturales que se mantienen a travez de festividades.
- La poblacion con voluntad de progreso en mejorar el nivel de vida a travez de actividades productivas y de turismo.
- Consientes de su realidad y creando los escenarios para el cambio.

Fuente: Propia

CONCLUSIONES PRELIMINARES (3.3)

Resumiendo el análisis FODA nos permitió identificar la situación real interna y externa a la población de la provincia de Bolognesi, dando prioridad al potencial de recursos turísticos que presenta la provincia, los cuales podrán ser difundidos como lugares de destino para los turistas con el apoyo de PROM PERU y entidades no gubernamentales de promoción turística que constantemente tendrán que impulsar el turismo con diferentes tipos de actividades a realizar en la provincia de Bolognesi, invitando a los diferentes medios de prensa y entidades canalizadoras del potencial humano que visita nuestro país. pero todo esto se concretizará a medida que se presente un comité organizador representado por un alcalde (coordinador general del desarrollo), el cual propondrá de manera concertada con todas las entidades cooperantes para la explotación racional de los atractivos turísticos y además será necesario la concertación entre todas estas personas involucradas como alcaldes, comunidades vecinales, la misma población, las cuales expondrán las necesidades y se podrá priorizar y poner en marcha la actividad turística de acuerdo a los presupuestos establecidos por las municipales y la ayuda económica de las mineras del entorno en especial a la Minera Antamina. También determinar las principales amenazas al desarrollo turístico en la zona, así como la oportunidad que ofrece la presencia de las compañías mineras en la zona, especialmente Antamina que es la inversión más importante en la actualidad, cabe resaltar que a partir de este análisis FODA, se proponen estrategias y desarrollarán proyectos realizables a corto, mediano y largo plazo.

CAPITULO IV MEDIDAS ESTRATEGICAS PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO

4.1 FORMULACIÓN DE ITINERARIOS Y FORTALECIMIENTO DEL CORREDOR TURÍSTICO

CORREDOR TURÍSTICO

Es una ruta de viaje entre dos zonas de desarrollo turístico, preferentemente con sitios turísticos en el camino, actualmente tenemos al corredor turístico “Oro de los Andes” que comprende a dos departamentos con potenciales recursos turísticos. El CTAR de Huanuco, no esta apoyando a la promoción de sus atractivos turísticos, en forma conjunta con el CTAR de Ancash, si ambas regiones se unieran para trabajar en forma conjunta e impulsar más el turismo, sus atractivos turísticos serían más conocidos.

Los recursos turísticos principales que tiene el corredor son:

- a.- Restos Arqueológicos, visitas de centros culturales, restos Pre Incas.
- b.- Cordilleras para realizar turismo de aventura ligera.

De lo antes mencionados consideremos que se deben promocionar los atractivos restos arqueológicos y cordilleras formando paquetes turísticos, que pueden satisfacer

las necesidades de turistas nacionales y extranjeros, por conocer nuestra cultura Pre-Inca y por realizar deportes de aventura.

PROPUESTA DE ITINERARIOS

Se hace de conocimiento lo siguiente:

- Se toma como centro de hospedaje al distrito de Huallanca
- Es un lugar Estratégico por que se pueden visitar mas atractivos que en otros distritos.
- La llegada al Atractivo Turístico “ Cordillera Huayhuash ” se hace mas viable por Huallanca que partiendo por Chiquian.
- La llegada al Distrito es vía la famosa carretera nueva financiada por la Minera Antamina 12 metros de ancho la mejor carretera del Perú.
- El Distrito de Huallanca presenta Restaurantes, Hospedaje, Vías de Comunicación, Servicios de Transporte (Municipalidad).

Partiendo de Lima y con 8 hrs. de Viaje se llega al Distrito de Huallanca que es bastante acogedor, los turistas se pueden establecer y comenzar el recorrido del circuito a partir de los atractivos turísticos de esta zona como parte del Circuito Turístico “ORO DE LOS ANDES”.

Itinerarios Huallanca : (1 – 2 – 3 – 4 días).

- Huallanca – Estancias Ganaderas – Baños Termo medicinales “ Azul Mina ” – Huallanca.
- Huallanca - Rasca Cielos de América “ Tantamayo ” – Ciudadela Inca “ Huanuco Pampa ” – Huallanca.

- Huallanca - Ciudadela Inca “ Huanuco Pampa ” - Baños Termo medicinales “ Azul Mina ” - Huallanca.
- Huallanca – Fundo “ OGOPAMPA ” – Ruinas de SHIPAN - Baños Termo medicinales “ Azul Mina ” – Huallanca.

Itinerarios Huallanca - Chiquian : (12 – 15 días).

- **Huallanca – Estancias Ganaderas - Baños Termo medicinales “ Azul Mina ” – Campamento cerca de las Estancias Ganaderas – Cordillera Huayhuash – Distrito de Chiquian – Lima (recomendado).**

Para los Itinerarios de Huallanca en el primero seria de la siguiente manera:

Huallanca – Estancias Ganaderas – Baños Termo medicinales “ Azul Mina ” – Huallanca.

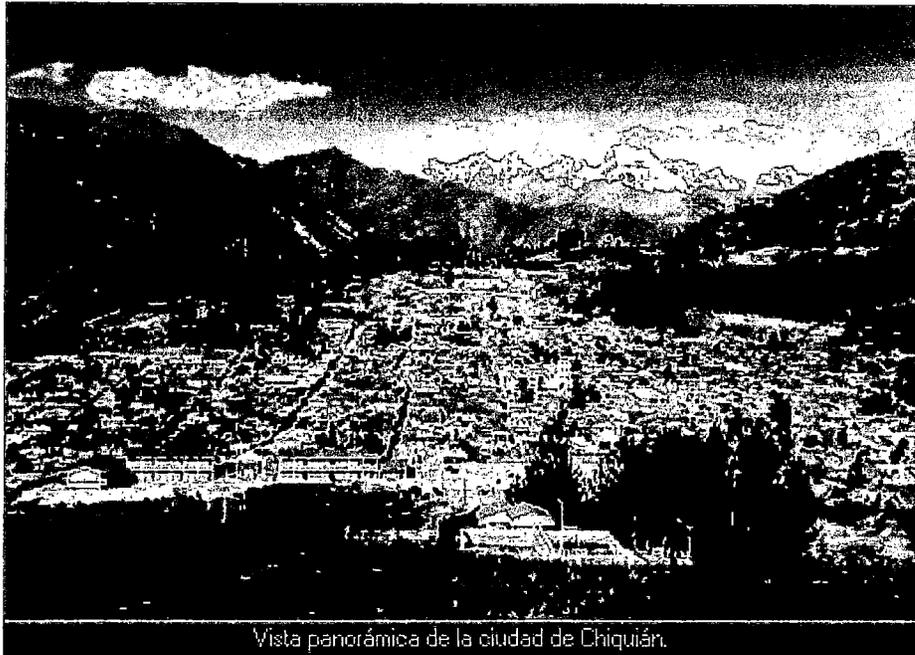
Partiendo muy temprano rumbo a las Estancias Ganaderas en este atractivo el turista podrá practicar diferentes deportes como se presenta a continuación :

- Caza de animales silvestres (patos salvajes, liebres, pájaros silvestres)
- Pesca (Trucha)
- Paseos a Caballo
- Se le enseña al participante ordeñar vacas compartir vivencias con los pobladores de la zona.
- Caminos Inca , Arte Rupestre de nuestros antepasados
- Practicas de Corrida de Toros de LIDIA
- Practicar Ala Delta, Parapente, Escalada en Roca.

- Después de practicar cualquiera de estos deportes antes de regresar se manifiesta la pachamanca campestre Huallanquina de mucho agrado para los visitantes, después de un descanso se regresa ya por la tarde a los Baños Termo medicinales “ Azul Mina ” donde es un descanso tremendo se pueden encontrar pozas personales, familiares, grupales, y piscinas temperadas, estas aguas son curativas al reumatismo, artritis, mejora el espíritu de la persona, solidifica los huesos, elimina la piel muerta y otras propiedades curativas que hacen al turista volver de nuevo permitiendo en ella un profundo descanso que reposara de regreso a Huallanca.
- Por la noche se presenta el grupo folklore Alma India y otros en el coliseo de Huallanca en donde el turista podrá espectar la acogida de su música con el sentimiento que lo caracteriza terminando la jornada del día.

A continuación se presentan a manera de ilustración las Fotos de La capital de la provincia de Bolognesi (Chiquian), y los atractivos turísticos pertenecientes al entorno cercano del Distrito de Huallanca.

Los cuales son las propuestas de desarrollo turístico, que el presente trabajo de tesis propone.



Vista panorámica de la ciudad de Chiquián.



Laguna Carhuapochin
Nevado Yerupajá
Cordillera de Huayhuash

Reserva Chavin - Puro
Palacio Julio César Sotillo

Nevado Yerupajá - Chiquián.



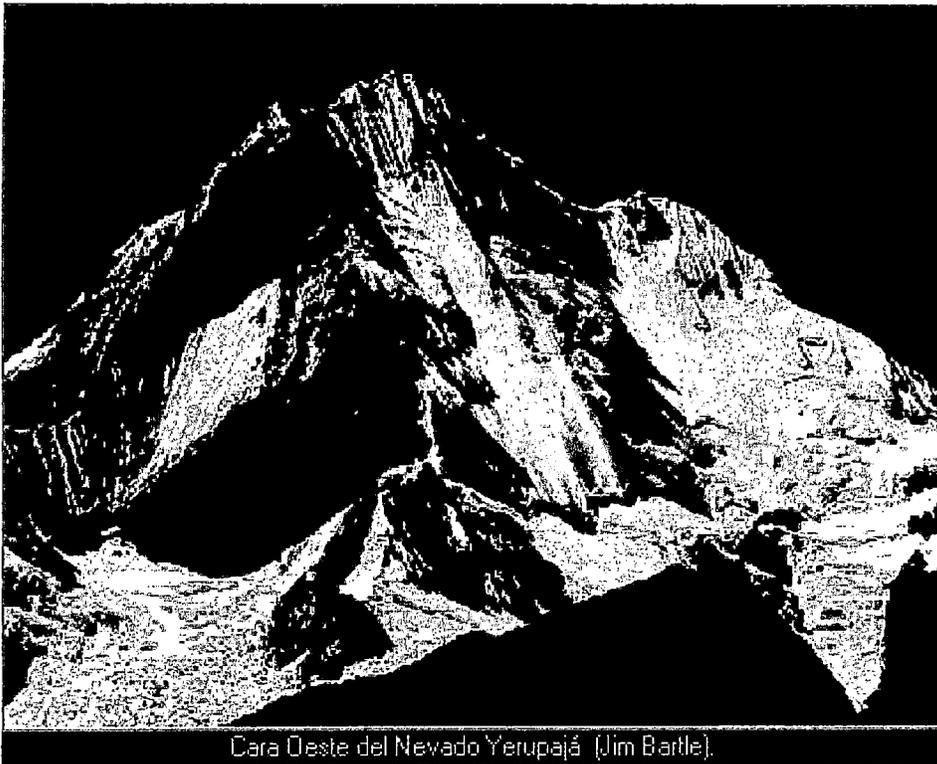
Amanecer desde Punta Cuyoc (Jim Bartle).



Laguna Atocshaico cerca de Huayhuash (Jim Bartle).



Laguna Jahuacocha (Jim Bartle).



Cara Oeste del Nevado Yerupajá (Jim Bartle).



Piachucho (Jim Bartle)



Rebaño de Alpacas (Jim Bartle)

ESTANCIA GANADERA

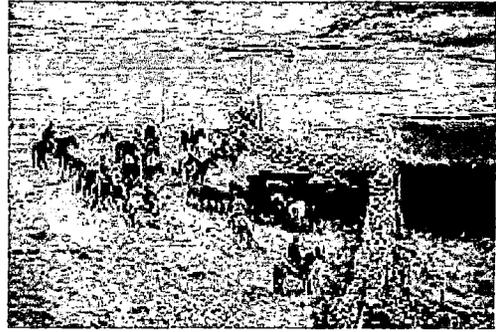
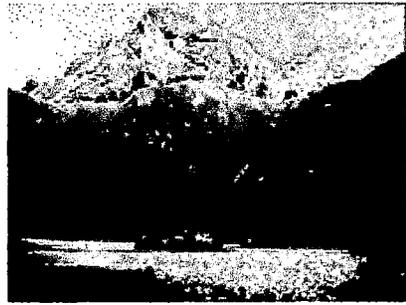
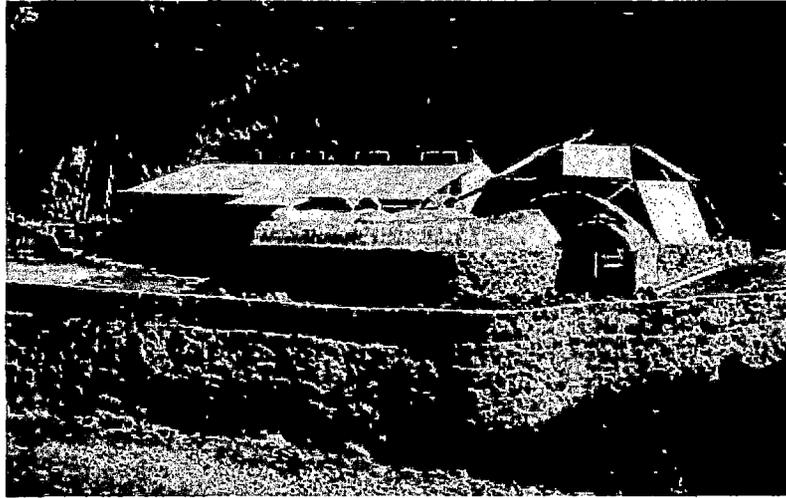


foto 3

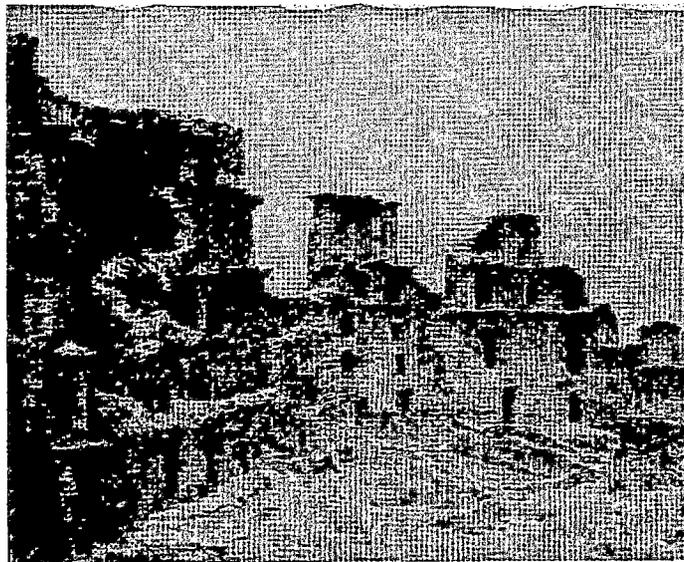
CORDILLERA HUAYHUASH



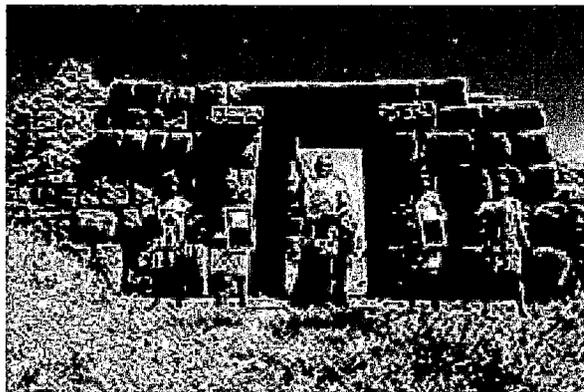
Baños Termomedicinales Azul Mina



Imperio Yarowilka “Tantamayo”



CIUDADELA INCA “ HUANUCO PAMPA ”



4.2 DIVERSIFICACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

La variedad de recursos turísticos que tiene la provincia de Bolognesi – Corredor Oro de los Andes, permiten que se pueda ofrecer a los turistas productos turísticos de acuerdo a la preferencia de los turistas.

4.21. Desarrollo de productos basados en recursos históricos – culturales

Este producto comprende visitas a Restos Arqueológicos Pre - Incas, como :

- Ciudades (viviendas)
- Canales de Regadío
- Tambos
- Chullpas

También forma parte de este producto: las edificaciones de la época colonial; como:

- Iglesia Colonial
- Otros

CHIQUIAN

- ❖ **Plaza de Armas :** Iglesia Colonial
- ❖ **Puscahuara :** Resto arqueológico con construcciones de viviendas Pre Incas.
- ❖ **Huancas :** Construcciones de viviendas, tumbas y algunas chullpas

HUALLANCA

- ❖ **Ruinas de Sagra Petaca :** Pre - Inca
- ❖ **Ruinas de Shipan :** Resto arqueológico en forma de complejo de **Pre - Inca**

AQUIA

- ❖ Iglesia Colonial
- ❖ Cernan : Construcciones de viviendas y chullpas . Pre-incas.
Boca de Tierra / canto cuta/Purun marca / cerro Aynuc

HUASTA

- ❖ Iglesia Santo Domingo : Iglesia Colonial de Huerta
- ❖ Pueblo viejo : Resto arqueológico . construcciones de viviendas con piedras labradas.

CAJACAY

- ❖ **PALLPIN :** Restos arqueológicos, evidencia de viviendas y con Piedras labradas.
- ❖ **COLLAN :** Restos arqueológicos, construcciones de chullpas y viviendas Pre - Incas.

LA UNIÓN

- ❖ Resto arqueológico de Huanuco – Pampa
- ❖ Resto arqueológico de Sahuay

SINGA : Arte Rupestre de Quilcas.

PACHAS : Ruinas de Nurish

TANTAMAYO

❖ Arte rupestre con representaciones de figuras de animales de la zona (llama) Chullpas “Potga”.

❖ Rasca cielos de América : Susipillo/Piruro

4.2.2 Desarrollo de productos basados en turismo de Aventura ligera – Ecoturismo – Recreacional.

CHIQUIAN

USGOR .- Catarata que tiene cascada singular, lugar para realizar paseos , deportes al aire libre - realizar trekking / Kayac / cicloturismo.

AYMIN .- Río que atraviesa el territorio distrital propicio para paseos y deportes (canotaje).

MUJON .- Meseta que se encuentra en la parte occidental, sirve de mirador para apreciar la cordillera de Huayhuash y la zona de Huasta.

AQUIA

Cordillera Huaman Hueque : Cordillera de menor extensión de

Fácil ascenso para escalar.
Lagunas : Huaman Hueque, cococha.

HUALLANCA

Azulmina : Fuente de aguas termales con
Propiedades curativas.

Cordillera de huayhuash : Escalamiento, esquiar.

Estancia Ganadera : Realizar paseos a caballo, pesca,
visita a centro ganadero y realizar
ecoturismo.

Nevado de Chaupijanca : Escalamiento, esquiar.

Laguna de Taucan

HUASTA

Meseta de Huasta : Meseta de suave pendiente con campos
De cultivo, abundante ganadería, propicio
para el descanso.

Laguna de Maka : Laguna entre plataforma de cerros con
criadero de truchas, abundan venados,
vizcachas y abundante flora y fauna –
Ecoturismo.

LA UNIÓN

Aguas termales de CONAC y de Tauripampa.

PACHAS

- Cerro de Cunyas
- Cerro de Garhuahuyna
- Laguna de Rondó bamba

SINGA

- Cerro Paucar

TANTAMAYO

- Laguna Carpa – Truchas Arco Iris

4.3 CONSERVACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Proteger y conservar los recursos turísticos culturales, tanto del tráfico ilegal como el impacto negativo que pueda provocar el desarrollo del turismo cultural. Conservar la capacidad de los recursos culturales como atractivo turístico y como parte del Patrimonio Cultural.

Correspondiendo a la tendencia global de reducción del aparato gubernamental, el turismo se está viendo cada vez más como una fuente creciente de recursos para la conservación cultural y natural, basado en el principio de que los que se benefician pagan. Bajo la situación anterior, los planes de conservación deberían incluir la estrategia turística para su viabilidad financiera, mientras que se espera que el sector

turístico coopere con aquellos que trabajan para la conservación. La coordinación entre el sector turístico, el INC y el INRENA sería cada vez más importante. Áreas naturales y sitios arqueológicos deberían lograr la autosuficiencia financiera para generar fondos dedicados a la conservación, el conocimiento práctico del sector privado, en particular del sector turístico en lo respecta a la generación de ingresos, es indispensable para lograr la autosuficiencia.

CONSERVACIÓN DE RECURSOS TURISTICOS NATURALES

Para lograr la conservación del patrimonio cultural, la participación del gobierno Local, de la comunidad y del sector privado, conjuntamente con una colaboración entre ellos, es crucial. Se espera que el turismo juegue un rol para promover la conservación de dicho patrimonio.

DESARROLLO DE UN SISTEMA DE PARQUES NACIONALES

El sistema de Parques Naturales es una propuesta para el establecimiento de un sistema para la administración de los sitios arqueológicos con la participación de la comunidad local incluyendo la adopción de un método de planeación participatoria.

PROMOCIÓN DE EXCURSIONES DE VOLUNTARIOS

La introducción de excursiones de voluntarios contribuirá a la conservación de los sitios naturales y culturales. La labor de estos voluntarios sería la de ayudar en trabajos de investigación, excavación y mejoras de facilidades para los visitantes.

INTRODUCCIÓN DE UN SISTEMA DE CERTIFICACIÓN ECO - TURÍSTICA

La introducción de un sistema de certificación para el ecoturismo podría ser efectiva para ayudar a formular la deseada relación triangular entre el huésped, el anfitrión y la diversidad cultural y biológica. Por otro lado, la certificación podría ser una buena herramienta para la comercialización para las agencias de viaje. Por lo tanto el sistema de certificación podría difundir la idea correcta sobre el ecoturismo mejorar la calidad de los productos turísticos y promover las ventas.

4.4 MEJORAMIENTO DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS Y DE LAS FACILIDADES PARA REALIZAR ACTIVIDADES TURÍSTICAS.

➔ Mejoramiento de Servicios Básicos

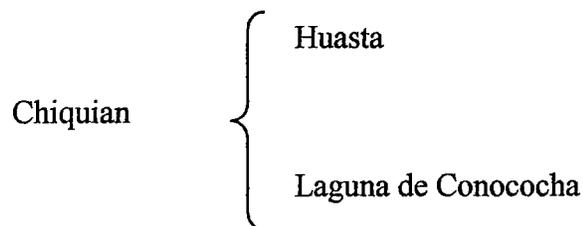
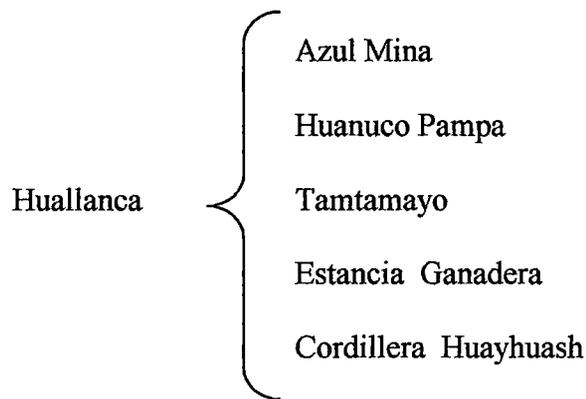
Los turistas requieren servicios básicos, para realizar sus actividades en forma placentera como :

- Centro de Información turística (5)
- Restaurantes aceptables (mejoramiento)
- Hospedajes que tengan la garantía de certificación.
- Baños limpios; (baños públicos)
- Miradores, para apreciar la belleza de los paisajes.
- Transporte, para brindarle facilidades y comodidad.

- Señalización, de los ciudades que forman parte del corredor Oro de los Andes y de los Atractivos Turísticos.

➔ **Mejoramiento Carretero**

Asfaltar las carreteras que unen los distritos que tienen mayor cantidad de atractivos turísticos, también asfaltar carreteras que unen los Principales distritos con sus respectivos atractivos



➔ **Promoción de Ferias de Productores**

Apoyo y promoción de centros de productores de Artesanía.

Apoyo y promoción de productores de lácteos.

➔ **Desarrollo de Instalaciones de Alojamiento**

En la actualidad el corredor Oro de los Andes no cuenta con buenos Hoteles y Hostales, por lo que consideran conveniente construir : 5 tambos y 1Lodge hostel .

Los tambos se construirán en:

Chiquian.

Aquia.

Huasta

Huallanca.

la Unión.

El Lodge Hostel se construirá en : **Huallanca**

➔ **Mejoramiento de los Atractivos Turísticos**

• **HUALLANCA**

Azulmina : Mejorar la infraestructura y darle
Mejores acabados, señalizaciones.

Estancia Ganadera :

- Cercamiento de Camales
- Mantenimiento de Animales
- Implementos para pescar
- Armadura para caballos
- Señalizaciones (2000 Hectáreas)

Ruinas de Shipan :

- Cercado

- Realizar limpieza
 - Señalización
- Huayhuash :
- Albergue
 - Implementos de Seguridad
 - Equipos para escalamiento
 - Señalización
 - Guías de Turismo

**Embelllecimiento de Plaza de Armas (Iglesia
jardines, señalización)**

• **CHIQUAN**

- Plaza de Armas : Realizar limpieza
- Puscanhuari : Cercado
- Huancas : Realizar limpieza PRE - INCA
señalización
- Usgor : Cataratas

• **AQUIA**

- Iglesia Colonial : Mejoramiento de infraestructura
- Cernan : Restos arqueológica
- Cordillera Huaman Hueque

• **HUASTA**

- Iglesia santo Domingo

Pueblo Viejo : Restos Pre Incas

Laguna de Maka

- **LA UNION**

Resto Arqueológico de Huanuco Pampa Señalización

Aguas termales de COMAC Limpieza

- **TANTAMAYO**

Arte Rupestre

Chulpas

Rascacielos de América / Susupillu / Piruro

Laguna Carpa – Truchas (Arco Iris)

4.5 PROMOCIÓN TURÍSTICA

Después de evaluar el potencial turístico del “Corredor oro de los Andes, consideramos importante dar los siguientes orientaciones para mejora la Promoción Turística y las facilidades para los visitantes.

a. **Participar dentro de la Propaganda Turística que realizan organismos del Estado.**

- PROMPERU, no solo debe promocionar sitios turísticos ya conocidos, si no también debe promocionar nuevos atractivos turísticos, para lo cual los alcaldes de las Municipalidades que conforman el “corredor oro de los

Andes”, deben realizar las gestiones pertinentes para que forme parte de la propaganda que realiza esta entidad.

- Por lo general PROMPERU, realiza promoción para el extranjero lo cual nos parece importante, para lograr nuestros objetivos.
- Para esta actividad se debe invitar a estaciones extranjeras y peruanas filmar los atractivos del corredor.
- Invitar a empresas dedicadas a actividades turísticos, a la zona para conocer las potencialidades turísticas y ver la posibilidad de realizar inversiones.
- Preparar folletos, documentos filmicos y todo tipo de propaganda, para que los visitantes tengan una mejor idea de los atractivos turísticos.

b. Participación de los Municipios

- Los municipios del “Corredor Oro de los Andes”, deben participar activamente en las actividades de promoción, a través de las siguientes medidas:
 - Coordinar con la Región turística de Ancash y PROMPERU, e impulsarlos a realizar actividades de Promoción Turística orientada al Mercado Internacional.
 - Realizar sus propias actividades, en los distritos, y también actividades en forma coordinada para promocionar los atractivos turísticos del corredor, orientadas al Mercado Nacional y Extranjero.

c. **Intercambio de Base de Datos con los Organismos Públicos.**

Consideramos importante el intercambio de Base de Datos con los organismos Públicos, para que puedan recolectar la información de todos los atractivos turísticos del Corredor.

- MITINCI : Sub. Base de Datos de facilidades turísticas
- PROMPERU : Sub-Base de datos de mercado turístico y Servicio de facilidades para los visitantes.
- INC : Sub-Base de datos de sitios arqueológicos.

d. **Medios para la Difusión**

• **Uso de Internet**

El Internet, es una herramienta de comercialización ideal, para promocionar productos turísticos.

El corredor en la actualidad tiene una página web, al cual le falta mayor difusión.

• **Material Impreso**

Folletos turísticos

- Folletos para estimular a los consumidores y visitar varios destinos.
- Folletos para proporcionar a los Visitantes información y conocimientos prácticos para explorar varios destinos.
- Carteles, donde se presenta los mejores atractivos del corredor y un plano del recorrido.

- **Publicaciones**

Revistas: en la actualidad existen varias revistas que fomentan el turismo, una de ellas es EL DORADO, editada por PROMPERU, en la cual se debe enviar la información correspondiente de los atractivos del corredor, para que en su oportunidad sean publicados.

- **Medios Gráficos**

- video: Los miembros del corredor (Municipalidades), deban mandar a producir un video de los atractivos con una duración de 10 a 15 min.
- Fotografías: Las fotografías en folletos, diarios, y revistas de viaje, patrocinados del concurso anual de fotografía.

e. **Relaciones Publicas:**

- Participar en escritos vinculados al turismo como ferias, seminarios, conferencias
- Boletines de Prensa, para presentar en los principales medios de comunicación.
- Invitar a la zona a importantes empresas vinculadas al turismo.
- Invitar a Agencias de Cooperación Técnica Internacional.

f. **Encuesta de Mercado**

Con la finalidad de conocer.

- La tendencia turística de la región.
- Tipo de Turismo y atractivos que desean conocer.
- Características de los Productos Turísticos.

CAPITULO V PROPUESTA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE BOLOGNESI

Diversos procesos sociales, económicos e institucionales, particularmente en los niveles locales, muestran la vitalidad de nuestras poblaciones que resurgen con una renovada actitud y disposición, luego de los largos años de crisis y violencia.

Por las características que asumen y las dimensiones que tocan, se trata no de procesos marginales sino fundamentales para abordar, de manera diferente y con mayores perspectivas de eficacia y eficiencia, problemas cruciales del desarrollo en el Perú. Lucha contra la pobreza, potenciación del desarrollo económico productivo, ampliación de mercados, aprovechamiento sostenible del potencial natural y cultura, esfuerzos de concertación para superar la vieja cultura colonial de la confrontación, nueva relación entre Estado y sociedad civil, entre poblaciones y empresas privadas. Para posibilitarlo, la creciente comprensión sobre la importancia de desarrollar capacidades humanas e institucionales y el papel estratégico de los gobiernos locales, como promotores del desarrollo local, en el marco de los desafíos de la globalización.

Es en el contexto de estos procesos que se debe formar la iniciativa del grupo de alcaldes distritales y provinciales de Ancash y Huanuco, de la zona de estudio reunirse para buscar mecanismos de gestión común en determinados aspectos de su realidad, avanzando luego mas

allá de ese objetivo, para buscar dotarse de visiones compartidas sobre el desarrollo y de estrategias comunes, en un ámbito con múltiples vinculaciones y dinámicas internas.

Esta propuesta parte del análisis desarrollado en los capítulos anteriores, y a su vez consideramos las siguientes fases para lograr el éxito de la gestión del Turismo en la Provincia de Bolognesi.

Fase 1 Coordinación

En la primera fase los principales actores son :

El Gobierno, la Municipalidad y las Instituciones Académicas

El Gobierno.-

Su rol será apoyar las Leyes y Presupuestos

La Municipalidad.-

Impulsara el Turismo en su comunidad, juntando Empresarios, ONG, que apoyen actividades Turísticas y estudios de desarrollo del Turismo, promover el trabajo conjunto de las demás municipalidades de la región.

Las Instituciones Académicas.-

Serán el soporte técnico para realizar los estudios de investigación vinculados al turismo.

Coordinación de planes, visiones y trabajos que se puedan presentar :

- Con relación al Objetivo de afirmar visiones comunes
- Con relación al Objetivo de poder “ ESTABLECER ” una metodología que se basara en consolidar procesos de planificación de desarrollo institucional que

sean una base sólida para la coordinación adecuada para la conformación y desempeño del área de estudio.

- Transmitir conocimientos básicos y experiencias sobre los comités de desarrollo distritales, aporte en la Gestión Municipal, las nuevas visiones.
- Logro de un trabajo conjunto.

Fase 2 Organización

Desarrollar una Organización para ejecutar las Estrategias desarrolladas en el Capítulo IV.

Los Alcaldes de la Provincia de Bolognesi – Ancash y de las Provincias de Huamalíes y Dos de Mayo – Huanuco, se reunirán para definir un comité de organización para desarrollar el turismo en las Provincias antes mencionadas

Organización de Acuerdos a trabajar :

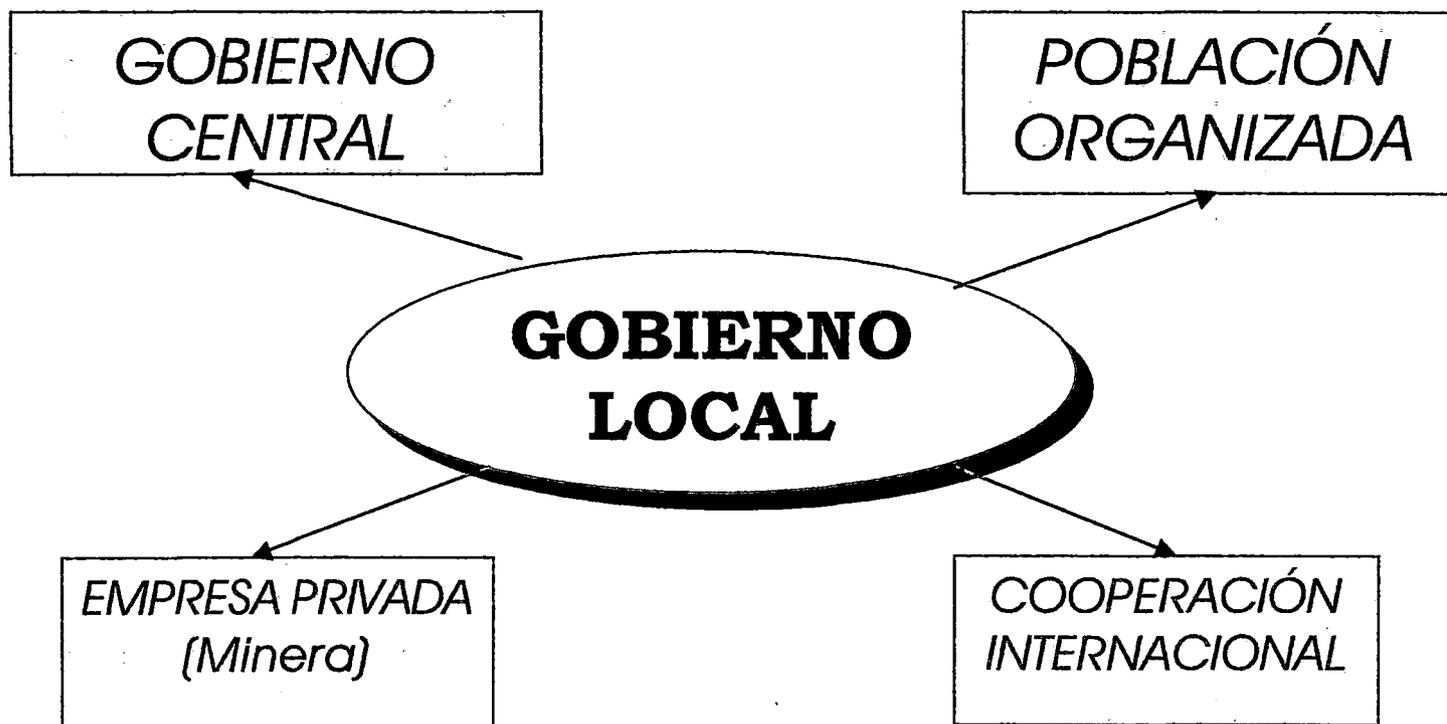
- Definir el nombre del Comité
- Elegir el Coordinador General del Total de alcaldes participantes.
- Cada municipio se compromete a conformar sus propios comités de desarrollo distrital.
- El Coordinador General se encarga de gestionar las reuniones en trabajos llamándose los famosos talleres en donde tocan el tema de Planeamiento Estratégico reuniones en donde queda a responsabilidad de cada alcalde de su respectivo distrito involucrado, comprometido por un bien común.
- Posteriormente realización de talleres de Planeamiento Estratégico a nivel de cada Distrito.

- Para todo ello se debe nombrar a una Institución X. S.A. de comité consultivo que acompañara, asesorara, y conducirá los trabajos previa coordinación con el Coordinador General.
- El comité coordinara, definirá los términos de referencia del convenio respectivo.

NUEVO MARCO

- **NUEVO ESCENARIO.**
- **NUEVOS DESAFÍOS.**
- **NUEVAS OPORTUNIDADES.**
- **NUEVAS TECNOLOGÍAS.**
- **DESARROLLO MINERO. RESPONSABLE.**
- **NUEVA POLÍTICA AMBIENTAL.**

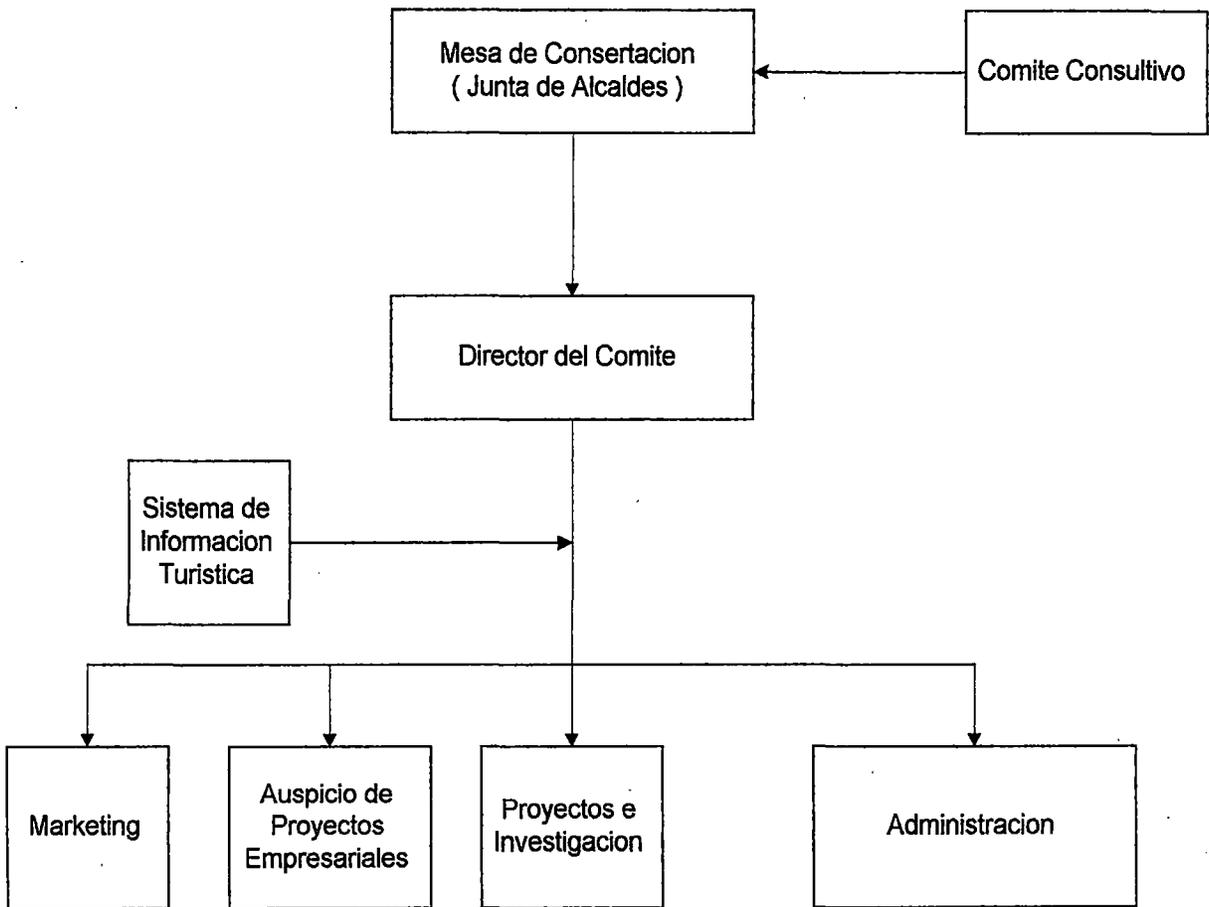
Actores de la Concertación hacia el Desarrollo



Se propone el organigrama siguiente :

Gráfico N° 29

Organigrama referencial de trabajo bajo un esquema de labor designado por áreas.



Fuente Propia

Después de definir el organigrama se realizarán las siguientes actividades :

- Definición de Objetivos y Políticas.
- Definición de funciones por puestos de Trabajo.
- Selección de Personal.
- Capacitación.

Fase 3 Implementación

Para poder realizar la implementación de la propuesta se debe considerar los siguientes elementos :

Elementos para el funcionamiento de un Sistema de Turismo

Participación del Sector Privado.

- Es importante que las políticas gubernamentales den prioridad al sector privado a través de leyes
- El gobierno debe crear las condiciones mínimas, para poder facilitar la inversión privada .

Recursos Naturales.

- Aprovechar los Recursos Naturales (fauna, flora, lagunas, cataratas, etc.)

Recursos Culturales.

- Lugares Arqueológicos y Pre Hispánicos.

Liderazgo de Organización

- Debe involucrar a líderes políticos de la región, líderes locales, la comunidad financiera el sector privado y las agencias de viaje.

Financiamiento

- Fondos del Estado, son muy reducidos
- Dar mayor énfasis a la búsqueda de financiamiento de Cooperación Técnica Internacional y ONG
- Para la búsqueda de financiamiento es presentar proyectos realizados por personal con experiencia en este trabajo.
- Generar sus propios productos de producción.

Apoyo a la Comunidad en General

Competencia

- Se refiere a la Competencia de Empresas de Turismo (Hoteles, Restaurantes, paquetes turísticos por distrito).

Conocimiento de las Oportunidades Existentes.

Imagen	Educación Turística
Prioridad	Inventarios Periódicos
El Sistemas de Transporte	Creación de Eventos Especiales
Los agentes de Viaje	Mercadeo.
El Mercado Permanente	Evaluación Permanente.

Considerando los elementos antes mencionados se desarrollaran los siguientes cronogramas :

1. **Cronograma para la Formulación del Plan de Trabajo, en el Cuadro N° 34.**

**CUADRO N° 34
CRONOGRAMA PARA LA FORMULACION DEL PLAN OPERATIVO**

Id	Nombre de tarea	noviembre				diciembre				enero				febrero				marzo				abril						
		21 O	28 O	04 N	11 N	18 N	25 N	02 D	09 D	16 D	23 D	30 D	06 E	13 E	20 E	27 E	03 F	10 F	17 F	24 F	03 M	10 M	17 M	24 M	31 M	07 A	14 A	
1	CRONOGRAMA PARA LA FORMULACION DEL PLAN DE TRABAJO																											
2	Solicitud de Programacion de Actividades y Presupuesto de las diversas areas.																											
5	Presentacion y Aprobacion del Trabajo por parte de la Junta de Alcaldes																											
3	Recopilacion, revision y presentacion de observaciones, sugerencias y/o ajustes a la programacion de actividades																											
4	Revison y Consolidacion de Propuestas finales del Plan de trabajo.																											

Proyecto: Organización y Gestion del Turismo Fecha: 14/01/02	Tarea crítica		Hito		Línea de base resumida	
	División crítica		Progreso del resumen		Hito de línea de base resumida	
	Progreso de tarea crítica		Resumen		Hito resumido	
	Tarea		Tarea crítica resumida		Tareas externas	
	División		División crítica resumida		Resumen del proyecto	
	Progreso de tarea		Progreso crítico resumido		Hito externo	
	Línea de base		Tarea resumida		Fecha límite	
	División prevista		División resumida			
	Hito de línea de base		Progreso de tarea resumido			

2. Cronograma de Actividades del Primer Año, para las siguientes áreas :

Cronograma de actividades área de Marketing en el Cuadro N° 35.

Cronograma de actividades área de Proyectos en el Cuadro N° 36.

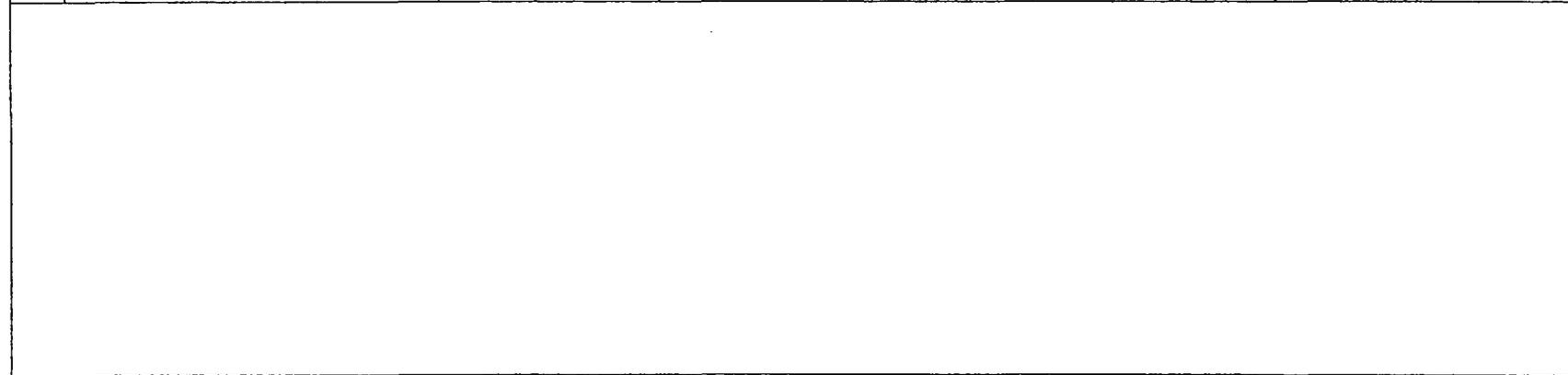
Cronograma de actividades área de Administración en el Cuadro N° 37

Cronograma de actividades de Seguimiento y controlen el Cuadro N° 38

Los cuales han sido elaborados con el software Microsoft Project.

**CUADRO N° 35
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DEL AREA DE MARKETING**

Id	Nombre de tarea	1999			2000			
		sep	oct	nov	dic	ene	feb	mar
1								
2	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DEL PRIMER AÑO							
3	Marketing							
4	Solicitud a la MITINCI, la acreditacion para poder respaldar las actividades turisticas							
5	Editar Boletines Mensuales							
6	Elaboracion de Materiales de Propaganda (folletos, afichez, tripticos, posters, etc.)							
7	Elaboracion de Documentos Filmicos							
8	Generar un Evento Turístico, para poder convocar a potenciales fuentes de Financiamiento, (Cooperacion Internacional, Operadores de Turismo, Empresarios Privados, etc.)							
9	Promover la Conciencia Turística en la Poblacion							
10	Capacitacion							



Proyecto: Organizacion y Gestion del Turismo Fecha : 14/01/02	Tarea		Resumen		Progreso resumido		Fecha Ilmite	
	División		Tarea resumida		Tareas externas			
	Progreso		División resumida		Resumen del proyecto			
	Hito		Hito resumido		Hito externo			

**CUADRO N° 36
PLAN OPERATIVO AREA DE PROYECTOS**

Id	Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin	sep	oct	nov	dic	ene	feb	mar
1											
2	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DEL PRIMER AÑO	26 días	jue 24/01/02	jue 28/02/02							
3	Proyectos	26 días	jue 24/01/02	jue 28/02/02							
4	Realización de Convenios con INC, INRENA, y Organizaciones Internacionales para poder realizar estudios arqueológicos, como también con Universidades de la Región que tengan propuestas de proyectos en Turismo.	22 días	jue 24/01/02	vie 22/02/02							
5	Inventario de los Atractivos Turísticos de los Distritos (Chiquian, Aquia, Huasta, Huallanca, LA Unión, Tantamayo).	18 días	jue 24/01/02	lun 18/02/02							
6	Análisis y Clasificación de la Situación en la que se encuentran los Atractivos, los plazos y la Inversión que requieren para su mejoramiento.	14 días	jue 24/01/02	mar 12/02/02							
7	Presentación de Proyectos a ser financiados en el Corto Plazo.	7 días	mié 20/02/02	jue 28/02/02							

Proyecto: Organización y Gestión del Turismo
Fecha : 14/01/02

Tarea		Resumen		Progreso resumido		Fecha límite	
División		Tarea resumida		Tareas externas			
Progreso		División resumida		Resumen del proyecto			
Hito		Hito resumido		Hito externo			

**CUADRO N°37
PLAN OPERATIVO AREA DE ADMINISTRACION**

Id	i	Nombre de tarea	Duración	2002						
				sep	oct	nov	dic	ene	feb	mar
1										
2		CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DEL PRIMER AÑO	18 días							
3		Administracion	5 días							
4		Priorizar la ejecucion de los proyectos de Corto Plazo (Selección), Analizar Beneficio / Costo y del Impacto Social.	12 días							
5		Estimar presupuestos de cada una de las areas y los proyectos a desarrollar	6 días							
6		Gestion de Financiamiento. (Fondo de Municipalidades, Empresas Privadas, ONGs, Cooperacion Internacional, etc.)	10 días							

Proyecto: Organizacion y Gestion del Turismo Fecha : 14/01/02	Tarea		Hito resumido	
	División		Progreso resumido	
	Progreso		Tareas externas	
	Hito		Resumen del proyecto	
	Resumen		Hito externo	
	Tarea resumida		Fecha límite	
	División resumida			

**CUADRO N°38
PLAN OPERATIVO (SEGUIMIENTO Y CONTROL)**

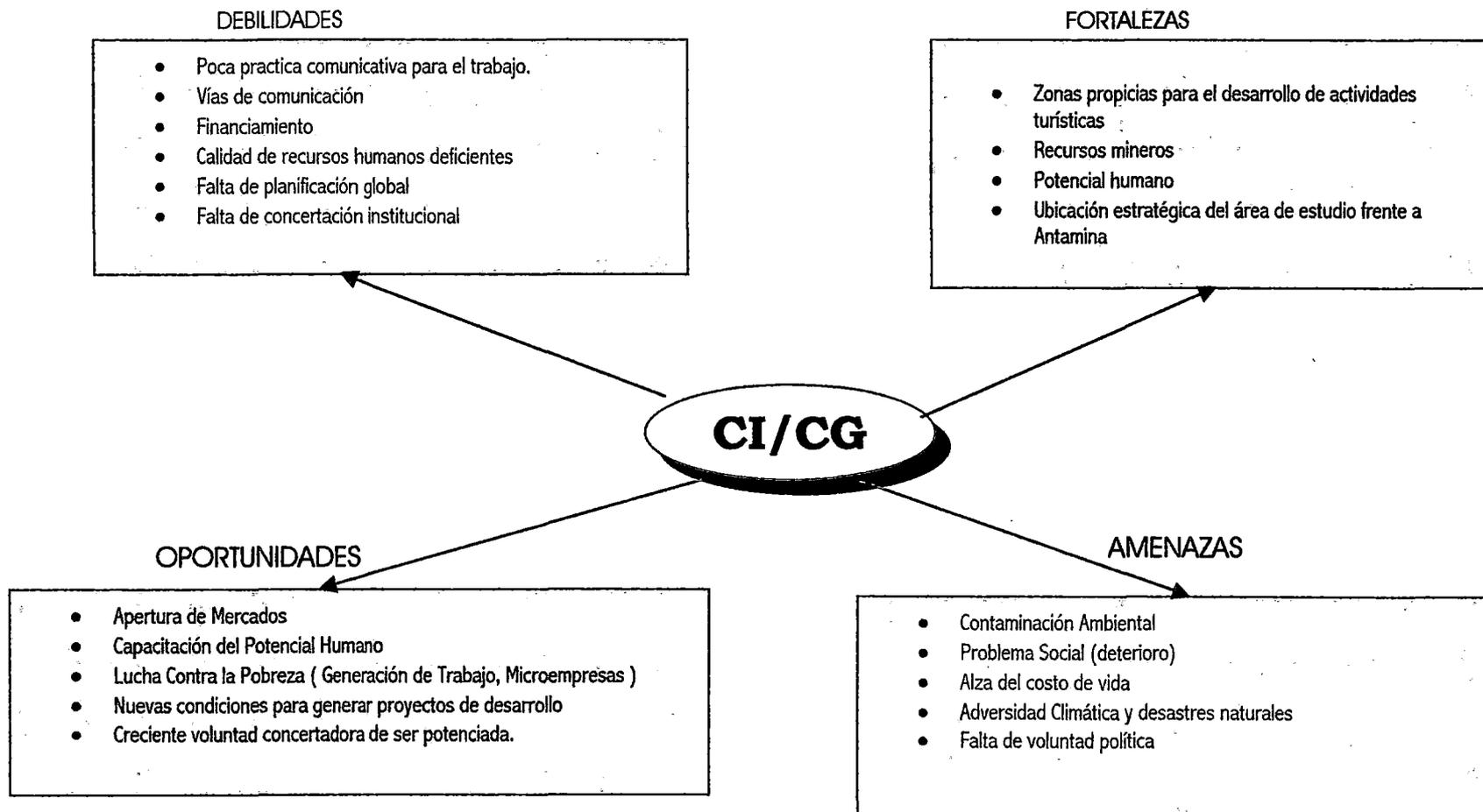
Id	Nombre de tarea	Duración	Comienzo	2002						
				sep	nov	ene	mar	may	jul	
1										
2	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DEL PRIMER AÑO	80 días	lun 21/01/02							
3										
4	Seguimiento y Control	61 días	lun 21/01/02							
5	Realizacion de Seguimiento de Actividades Programadas por Area.	49 días	lun 21/01/02							
6	Ajustes al Plan.	10 días	lun 29/04/02							

Proyecto: Organización y Gestion del Turismo
Fecha : 14/01/02

Tarea		Tarea resumida		Resumen del proyecto	
División		División resumida		Hito externo	
Progreso		Hito resumido		Fecha límite	
Hito		Progreso resumido			
Resumen		Tareas externas			

FODA ORGANIZACIONAL

COMITÉ INSTITUCIONAL vs. COORDINADOR GENERAL



Presupuesto Tentativo

(Periodo de trabajo 3 meses)

➤ **Flujo de efectivo por actividades operativas**

Estudio por áreas

- Área de Marketing
- Área de Proyectos
- Área de Administración

Sub total : \$. 7, 000.00

➤ **Flujo de efectivo por actividades de inversión**

- Alojamiento
- Consumo
- Talleres de Concertación
- Diagnostico Situacional
- Propuestas de Planeamiento mejora continua

Sub total : \$. 3, 500.00

➤ **Flujo de efectivo por actividades financiadas**

- Municipalidades
- Instituciones Universitarias

Sub total : \$. 2, 500.00

Total Inversion \$/. 13, 000.00

CAPITULO VI PROYECTOS A DESARROLLAR

Después de explicar las estrategias a desarrollar en el capítulo anterior, en el presente capítulo realizaremos una breve descripción de los Proyectos, que se desprenden de las estrategias indicadas.

Cuadro N° 39

Presupuesto de proyectos a desarrollar en el corto, mediano y largo plazo para el desarrollo del turismo en la zona de estudio

NOMBRE DEL PROYECTO	COSTO (\$)	PLAZO			ORGANISMO EJECUTOR	DESCRIPCION
		C	M	L		
I. MEJORAMIENTO DE SERVICIOS BASICOS						
- Centro de información Turístico (5)	5,000	X			Municipalidad	
- Mejoramiento de Servicios de Restaurante (5)	15,000	X			Privado	
- Baños Públicos (incluye duchas) (5)	35,000	X			Municipalidad	
- Miradores (5)	2,500	X			Municipalidad	
- Transporte (5 combis)	35,000				Privado	
- Señalización (5 distritos)	10,000	X			Municipalidad	
II. MEJORAMIENTO CARRETERO						
- Chiquian - Aquia (18 Km.)	540,000		X		Ministerio Transportes, construcción	
- Conococha - Chiquian (18 Km.)	540,000		X		Ministerio Transportes, construcción	
- Huallanca - Azul Mina (10 Km.)	300,000		X		Ministerio Transportes, construcción	
- La Union - Huanuco - Pampa (8km)	240,000			X	Ministerio Transportes, construcción	
- Huallanca - Tantamayo (85 Km.)	2'550,000		X		Ministerio Transportes, construcción	
- Huallanca - Estancia Ganadera (8 Km.)	240,000			X	Ministerio Transportes, construcción	
- Huallanca - Cordillera Huayhuash (35 Km.)	1'050,000				Ministerio Transportes, construcción	
III. PROMOCION DE FERIAS DE PRODUCTORES						
- Promoción de Centro de Producción de Artesanía	3,000	X			Municipalidad y Productores	
- Promoción de Productores de lácteos	3,000	X				

IV. DESARROLLO DE INSTALACIONES DE ALOJAMIENTO						
- Construcción de TAMBOS (5) \$ 2 500 c/u	12,500		X		Privado	=>1 en cada Distrito
- Construcción de LODGE HOSTAL						
1 Huallanca	120,000		X		Privado	⇨ En HUALLANCA
1 Chiquian	120,000		X		Privado	⇨ En Chiquian
V. MEJORAMIENTO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS HUALLANCA						
- Baños termales AZULMINA-Mejorar Infraestructura	20,000		X		Municipalidad	
- Estancia Ganadera	35,000		X		Municipalidad / privado	
- Ruinas de Shipan (Remodelación)	5,000		X		Municipalidad	
- Cordillera Huayhuash (facilidades de infraestructura)	20,000		X		Municipalidad / privado	
- Embellecimiento de Plaza de Armas	15,000		X		Municipalidad	
CHIQUIAN						
• Embellecimiento de Plaza de Armas	15,000		X		Municipalidad	
• Remodelación Centro Arqueológico PUSCANHUARA	15,000		X		Municipalidad	
• USGOR – CATARATAS - MIRADOR	5,000	X			Municipalidad	
AQUIA						
- Remodelación Iglesia Colonial	10,000		X		Municipalidad	
- Señalización y cerco de Ruinas Pre Incas Huaman Hueque	15,000		X		Municipalidad	
- Remodelación de Resto Arqueológico CERNAN (Señalización y cerco de Ruinas).	10,000		X		Municipalidad	
HUASTA						
- Iglesia de Santo Domingo			X		Municipalidad	
- Señalización y cerco de Ruinas Pre Incas Pueblo Viejo			X		Municipalidad	
- Laguna de Maka.		X			Municipalidad	

LA UNION					
- Resto Arqueológico de HUANUCO PAMPA – señalización y Limpieza.	10,000		X		Municipalidad
- Remodelación aguas termales de CONAC	20,000		X		Municipalidad
TANTAMAYO					
- Limpieza y Señalización de lagunas donde se encuentran ARTE RUPESTRE	15,000		X		Municipalidad
- Limpieza, señalización ARTE RUPESTRE de RASCACIELOS DE AMERICA	20,000		X		Municipalidad
- Laguna CARPA- Truchas Arco iris Señalización, limpieza	15,000		X		Municipalidad

<p>Imperio Yarowilca “ Tamtamayo ”. Baños Termo medicinales “ Azul Mina ”. Cordillera Huayhuash.</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Servicios Higiénicos cómodos para damas y caballeros.▪ Mantenimiento de los servicios▪ Ubicación adecuada a las mejores distancias de los atractivos turísticos.▪ Ubicación de silos en lugares alejados de los atractivos.		
---	--	--

CAPITULO VII IMPACTO ECONOMICO - SOCIAL

7.1 REPERCUSSION EN EL ASPECTO ECONÓMICO EN LA PROVINCIA – BOLOGNESI

- Incremento del Comercio
- Captación de Personal por empresas Turísticas Generación de empleo.
- Venta de productos de Artesanía
- Venta de productos lácteos
- Venta de productos Agropecuarios (Restaurante)
- Incremento de la recaudación Tributaria, para la municipalidad y que esta puede mejorar lo servicios para la población con esos ingresos (agua, desagüé, salud, educación).
- Proyectos que se seguirán financiando con el apoyo de las mineras del entorno de la provincia de Bolognesi.
- Apoyo de la Cooperación Internacional en proyectos de Impacto Ambiental.

7.2 EFFECTOS EN EL EMPLEO

Un beneficio importante del presente estudio son los efectos sobre el empleo. Para medir el efecto se consideran los datos obtenidos por el equipo de estudio de JICA

*** Agencia de Cooperación Internacional . del Japón**

- a. Un cuarto de Hotel /Hostal genera 1 empleo directo.
- b. Un empleo directo en el sector hotelero genera 1.31 empleos en otros sectores relacionados con el Territorio, pero fuera del sector hotelero.
- c. Un empleo directo en el sector hotelero genera 1.6 empleos indirectos:

Cuadro N° 41

Estimación de efectos sobre el Empleo (miles de Personas).

	ACTIVIDAD	Año 1	Año 5	Año 15
(1)	Empleo directo en el Sector Hotelero		120	
(2)	Empleo directo fuera del Sector Hotelero (1) 1.31		157.2	
(3)	Total empleo directo (1) + (2)		277.2	
(4)	Total empleo indirecto (1) x 1.6		192	
(5)	Gran Total (3) + (4)		469.2	

7.3 IMPACTO SOCIAL

Tendrá impactos positivos y negativos:

Positivos:

- El impacto del estudio en la población local es importante porque produciría la descentralización, la reducción de la pobreza y mejoramiento de la calidad de vida a partir de puestos de trabajo en la venta y promoción de la artesanía y otras actividades.

- El desarrollo de los atractivos turísticos o productos turísticos, a partir de recursos turísticos, en zonas deprimidas, impactará en la población local, porque se tendrán que mejorar las carreteras, de agua y desagüe, energía eléctrica, para darle un buen servicio al turista.
- Descubrimiento de sus propias características y re-evaluación de su propia identidad fortaleciéndose la identidad cultural de la comunidad y lograr que las poblaciones se comprometan con las actividades para mejorar los servicios.
- Integración de la población local al mundo global.

Negativos :

- Cambios abruptos en el sistema social a través de la influencia de otras culturas muy diferentes a las de la zona.
- Ensanchamiento de la brecha entre el rico y el pobre.
- Deterioro cultural, por influencias de malas costumbres de algunos visitantes.

7.4 EFFECTOS EN EL SECTOR PRODUCTIVO ARTESANAL

- Crecimiento de las microempresas dedicadas a la producción de artesanías en arcilla, lana, madera, piedra, y otros productos autóctonos.
- Generación de PYMES con apoyo de Cooperación Internacional, Compañías Mineras y apoyo del estado, facilitando canales de comercialización a nivel nacional e internacional, elevando los niveles de competitividad a través de la formación empresarial y asistencia técnica.

- Propicia un mayor dinamismo de las actividades económicas locales.
- Es el impulso socio económico generadora de puestos directos e indirectos de actividad laboral bajo la comercialización de estos productos.

CONCLUSIONES

- El turismo es una actividad importante en la economía del País, desarrollar turismo en la provincia de Bolognesi departamento de Ancash es considerar muchos aspectos favorables para la población, el impulso de esta actividad turística dependerá de manera concertada entre los pobladores y sus representantes locales como los alcaldes en crear las promoción turística poder realizar eventos constantes como ya se hizo en mayo del 99' donde intervinieron diferentes medios de prensa nacional y extranjera.
- Los recursos naturales, culturales y históricos de estos pueblos es un gran potencial de desarrollo y progreso, a través de la actividad turística.
- La inversión privada de las compañías mineras en especial Antamina que cuenta con el recurso económico para proyectos de desarrollo local, es un aliado importante y crea oportunidades de desarrollo para los pueblos.
- Las estrategias que se pueden crear constantemente es la promoción turística financiada esta actividad por organismos comprometidos en el desarrollo de la población, por otra parte unir esfuerzos concertados con los diferentes organismos del estado como : PROM PERU, INC, INRENA, MITINCE, y también Universidades en trabajos de campo en proyectos de propuesta que pueden ser tema de tesis.

- La actividad turística generará el desarrollo de otras actividades conexas que permitan dar mas posibilidad de ocupación laboral, como también poder tener una mejor condición de vida que estará en progreso a medida de cómo se trabaje en forma conjunta y concertada, esto es importante por que la actividad turística mas que un marketing bien elaborado dependerá de la misma población que esta al buen trato y satisfacción de nuestros visitantes.
- c
- La realización de la recopilación de información en la provincia de Bolognesi es necesaria se pudo obtener muchos resultados para poder realizar la presentación respectiva del análisis FODA, también se plantearon las estrategias y proyectos a desarrollar en corto, mediano y largo plazo , todo ello implico desarrollar la gestión turística para su desarrollo implicando una manera de realizar un trabajo de gestión manifestando lo siguiente :
 - Se plantearon los objetivos de que es lo que se buscaba en el trabajo, se realizo el Diagnostico, se plantea el análisis FODA respectivo se proponen las propuestas como centro de inicio de actividades en el distrito de Huallanca.
 - Las ventajas son en diversidad de recursos, atractivos y potencial turístico, vías de acceso, facilidad de llegada, servicios, etc.
 - Lo que si se espera es una buena gestión controlada por una organización experta en este tipo de actividades para poner en marcha el desarrollo de la actividad turística en la provincia de Bolognesi.
 - Las municipalidades con los mismos alcaldes comprometidos al desarrollo tendrán mucha voluntad de hacer un bien para su distrito en la actividad turística
 - Los poblados están preparados para el cambio, el asesoramiento esta siempre constante con el apoyo de las, municipalidades que participan en el apoyo de la comunidad.

RECOMENDACIONES

- Se recomendaría tomar en cuenta este estudio a las autoridades de estos pueblos pues les permitirá tener una base para poder iniciar sus propuestas de desarrollo en la actividad turística.
- Trabajar de manera conjunta y concertada con el Gobierno, la Municipalidad y las Instituciones Académicas para coordinar Planes, visiones, trabajos concertados y plantear los Objetivos de prioridad de desarrollo turístico de la provincia de Bolognesi.
- El desarrollo sostenible de los pueblos esta dado bajo un trabajo conjunto concertado con el apoyo estratégico de los vecinos que son las empresas mineras como entidades no gubernamentales que pueden apoyar estos trabajos.
- Seguir siendo constantes en el cambio con nuevas actitudes, nuevos desafíos para el progreso de los pueblos y estos consientes en poder trabajar conjuntamente con todas las empresas amigas para un bien progresivo de la población.

BIBLIOGRAFÍA

- **“ Turismo fundamento y desarrollo ”.** N. Cecilia Yui.
Segunda Edición.
Taller Grafico de Art. Lautrec S. R. Ltda..
- **“ Marketing Turistico ”.** Aníbal Baca Astete.
Primera Edición
H. F. Impresiones S. R. L.
- **“ Plan Maestro ”**
 - Desarrollo Turístico Nacional en la Republica del Perú.
Fase 1 Resumen.
 - Desarrollo Turístico Nacional en la Republica del Perú.
Fase 2 Principales Temas.
 - Desarrollo Turístico Nacional en la Republica del Perú.
Fase 3 Documentos Técnicos.Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA).
Pacific Consultants International.
- **“ Consejo Transitorio de la Administración Regional ” (CTAR – Ancash).**
Plan Regional de Desarrollo Turístico
- **“ Prom. Perú ”**
 - Manual del marco conceptual del turismo en el Perú.
 - Manual de importancia e impacto del turismo en el Perú.
 - Perfil del turista nacional 2000.
 - Perfil del turista extranjero 2000.

ANEXOS

ANEXO I



Para clasificar al turismo es necesario tomar en cuenta una serie de aspectos que permitan en forma general comprender las diferentes formas de turismo que admite una corriente de viajeros que por ser tan diversos los fines e intereses que se persiguen desde distintos puntos de vista (social, económico, etc.) es muy relativo, y que por esta razón habrá clasificaciones que perfectamente se encuentran dentro de otras dependiendo del punto de vista que se tome para su estudio.

Depende en gran parte de las causas y motivaciones que originan las corrientes de viajeros lo que ha dado lugar a clasificar el turismo como sigue:

6.1. POR SU MANIFESTACION CUANTITATIVA

Esta clasificación está muy ligada a la renta que perciba un trabajador dentro de sus distintos estratos sociales que, de acuerdo a dispositivos políticos y legales han permitido mejorar sus ingresos y por consiguiente al aumento de quienes disponen de medios para practicar turismo.

Se puede distinguir dos categorías:

A. Turismo de Minorías: Esta expresión se puede utilizar:

1. Para referirnos al escaso número de personas de un lugar que practican viajes de turismo, en comparación al flujo turístico que tienen otras zonas o países internamente. Ejemplo: turismo africano.
2. Para referirnos a las personas procedentes del extranjero que llegan a

otros países en número reducido, si se compara con la totalidad de visitantes que ese país recibe. Ejemplo: Turismo hindú en el Perú.

3. Para referirnos al turismo practicado en forma individual o en grupos reducidos.

4. Desde el punto de vista del turismo receptivo podemos pensar que turismo de minorías es el que se practica en las regiones donde no llegan turistas con frecuencia. Ejemplo: Turismo a Madre de Dios.

Nos hemos referido al turismo de minorías desde un punto de vista cuantitativo pero generalmente la expresión se refiere a la actividad turística de tipo selectivo.

B. Turismo de Masas: Es, en forma genérica, el de la mayoría. Sus características son:

1. Viajes de grupos organizados por agentes de viajes o instituciones creadas para fomento de un turismo al alcance de las mayorías.

2. Desplazamientos limitados en cuanto a distancia y duración.

3. El tipo de transporte es masivo, los más utilizados son: ferrocarril, autobús y automóvil.

4. Gastos por persona: los necesarios sin excederse.

6.2. POR SU NACIONALIDAD

Teniendo en cuenta la nacionalidad del turista en el país que visita, hay dos categorías:

A. Turismo Nacional: Que se subdivide en:

1. Turismo Nacional Interno, referido al turismo practicado por nacionales dentro de su propio territorio. El Turismo Nacional Interno proporciona ventajas y beneficios directos porque:

— Contribuye a que el nacional solidifique su formación cívica, afianza el patriotismo y toma conciencia turística; aprendiendo a valorar lo que conoce y a comprender su realidad.

— El desplazamiento de nacionales por motivo de turismo dentro de su propio territorio genera la circulación monetaria de una economía

originada en una zona y gastada en otra, es decir diferente al de su residencia habitual de donde proviene el dinero que trae consigo el turista; dando lugar al efecto multiplicador del turismo.

— Al producirse el Turismo Nacional Interno va a fomentar y determinar los elementos necesarios para la creación y mejoramiento de la planta turística existente, preparando bases para una mayor promoción y desarrollo del Turismo Receptivo. También es conveniente porque contribuye a la elevación del nivel cultural y crea el hábito de viajar.

2. Turismo Nacional Externo, es el turismo practicado por los nacionales de un país que se desplazan temporalmente fuera de su territorio nacional.

La importancia del Turismo Nacional Exterior es definida en el aspecto económico porque los gastos y beneficios del turismo no se distribuyen en forma equitativa, porque lo que puede ser beneficioso para un país no lo será para otro. En el caso del Turismo Nacional Exterior, la salida de nacionales afecta desfavorablemente la Balanza de Pagos del país, porque su salida va acompañada de divisas que el país captó por Turismo Receptivo entre otros motivos, o cuando el dinero deja una economía al adquirir bienes y servicios fuera en otro país.

B. Turismo Internacional: Se denomina así al desplazamiento de la corriente turística que circula por el mundo en todas direcciones.

En otras palabras el total del conjunto del Turismo Receptivo y Egresivo.

6.3. POR SU COMPOSICION SOCIAL

A. Nivel Social Alto: Se incluyen a todas las personas que por sus posibilidades económicas disponen de medios suficientes para desplazarse al exterior y ponerse en contacto con ambientes que su cultura les ha permitido conocer.

Características:

1. Gastos por día elevado.

2. Elevado porcentaje de gastos superfluos en relación con los necesarios.

3. Indiferencia respecto al nivel de precios del país que desean visitar.

4. Utilización de medios de transporte rápidos y cómodos (primera clase, de lujo)
5. Alojamientos selectos.
6. Utilización media de las agencias de viaje: sólo para trámites.
7. Utilización frecuente de guías o intérpretes exclusivos.
8. Preferencia de los viajes al extranjero sobre los nacionales.
9. La distancia no afecta entre el país de origen y el que se desea visitar.
10. Permanencias prolongadas en cada lugar.
11. Recorridos extensos en cada país.
12. Distribución bastante regular durante todos los meses del año.
13. Preferencia por los lugares turísticos de carácter cosmopolita.
14. Tienden a ser individuales o de grupos familiares reducidos.
15. Dentro del tráfico turístico este tipo de viajes son realizados por grupos reducidos.

B. Nivel Social Medio: Construida por personas de nivel social medio, gente de profesiones liberales, funcionarios, empleados de cierta categoría, etc. que gozan de cierta holgura económica y poseen un grado considerable de cultura.

Características:

1. Gastos por día reducidos porque en ellos invierten sus ahorros.
2. La mayor parte de los gastos corresponden a necesidades primarias.
3. Relación inversa entre el costo de vida de cada país y el número de turistas de este nivel que el país recibe.
4. Preferente utilización del automóvil propio o de los servicios de transporte público de categoría media.

5. Hoteles de categoría intermedia.
6. Preferente utilización del viaje a forfait.
7. Utilización escasa de guías e intérpretes, generalmente en forma colectiva.
8. Preferencia por el turismo nacional o internacional de carácter limítrofe.
9. La distancia entre el país de origen y el de destino afecta notoriamente.
10. Estancias relativamente cortas en cada lugar.
11. Poco itinerante.
12. Carácter estacional veraniego, coincidiendo con las épocas de vacaciones.
13. Visita casi exclusiva a centros de arte, centros típicos, balnearios y playas populares.
14. Turismo predominantemente familiar.
15. Integran los grandes contingentes de turistas en la época actual.

C. Turismo Juvenil: Integrado en su mayor parte por estudiantes. Es objeto de especial atención de muchos Estados, que le van concediendo beneficio.

Características:

1. Gastos por día muy reducidos.
2. Los gastos superfluos desaparecen.
3. El nivel de precios del país visitado casi no les afecta.
4. Los medios de transporte que utilizan son los más económicos.
5. Los alojamientos son generalmente albergues o alojamientos módicos.

6. Nula utilización de los servicios de agencias de viaje, en caso de requerir trámites quedan a cargo de asociaciones juveniles, culturales, sociales, etc.
7. No utilizan guías ni intérpretes.
8. Sienten similar atracción por el turismo nacional o extranjero, aún cuando el primero sea el más practicado.
9. La distancia entre el país de origen y el de destino les afecta por el poco tiempo de que disponen para viajar.
10. Permanencias cortas en cada lugar, especialmente si se trata de recorrer ciudades.
11. Muy itinerante.
12. Se practica sobre todo en las vacaciones de medio año académico.
13. Preferencia por los lugares naturales, artísticos e históricos.
14. Preferencia por los viajes en grupos reducidos bajo un cierto control de asociaciones juveniles, culturales o sociales.
15. Actualmente constituye una pequeña proporción dentro del tráfico turístico, que va progresando notoriamente de acuerdo a la protección que recibe.
16. Turismo protegido especialmente cuando se produce en el ámbito nacional; esta protección la pueden recibir del Estado o de entidades no gubernamentales y está orientada fundamentalmente hacia transportes y alojamientos (reducción de precios).
 - a) Transportes: en el caso del Perú está establecido que los estudiantes universitarios disfruten de un 25% de descuento en pasajes aéreos.
 - b) Alojamientos: la organización más importante es la de albergues de la juventud.

D. Turismo Popular y/o Social: Es el turismo practicado por los trabajadores que se ha ido extendiendo con rapidez debido a la generalización de las vacaciones retribuidas. Es relativamente reciente.

Características:

1. Gastos reducidísimos por día.
2. No hay gastos superfluos.
3. Medio de transporte más utilizado: ferrocarril y ómnibus.
4. Creación de alojamientos especiales por la empresa donde labora, asociaciones laborales y otras organizaciones.
5. No utiliza las agencias de turismo.
6. No utiliza guías ni intérpretes los conducen quienes organizan el programa.
7. Es exclusivamente nacional, en muy raras ocasiones llega a tener proyección internacional.
8. Tiempo invertido en el viaje, muy breve.
9. Prefieren la estancia en una sola localidad.
10. Carácter estacional veraniego.
11. Prefieren los lugares de descanso más que cualquier otro centro turístico.
12. Viajes colectivos.
13. La proporción de estos viajes dentro del tráfico turístico es variable según los países y el grado de protección.
14. Es turismo protegido (protección de organismos oficiales y privados) la protección se concentra en transportes y alojamientos.

6.4. POR SU REFLEJO EN LA BALANZA DE PAGOS

La Balanza de Pagos es un instrumento contable a escala nacional que permite medir las transacciones que un determinado país realiza con otros países, en el cual refleja el valor en metálico de entradas y salidas de bienes y capitales y figuran los ingresos y pagos por conceptos comerciales y financieros que afectan a un país.

A. Balanza Turística: El sector turismo forma parte de la Balanza de Pagos formada por los ingresos y pagos realizados por concepto de turismo. Los ingresos turísticos de un núcleo receptor está formado por los ingresos de extranjeros que lo visitan, los pagos turísticos, por la salida de capital originado por los nacionales en su viaje al exterior.

Atendiendo al movimiento contable que se refleja en la Balanza de Pagos por concepto de turismo, puede ser:

— Turismo Activo, originado por los ingresos o entrada de divisas de cambio del exterior al interior del país. El Turismo Receptivo refleja el Activo en la Balanza de Pagos. El Turismo Interno o viaje de nacionales dentro de su propio país redistribuyen la moneda nacional.

— Turismo Pasivo, lo inverso al Activo, originado por las divisas que salen del país por concepto de turismo. El turismo egresivo refleja el pasivo en la Balanza de Pagos.

B. Efecto Multiplicador del Turismo (1): En términos económicos las divisas que ingresan a un país por turismo es un artículo de exportación que aportará dinero nuevo. La parte que se quedará en la economía se puede ahorrar y prestar a otro consumidor, invertir o utilizarlo para gastos. Técnicamente, a esto se le llama el "primer round del desembolso". Parte de lo que se gasta pasa por un desembolso posterior en un "segundo round". Mientras el dinero que está dentro de una economía se gaste una y otra vez, se estimula la economía, provocando posteriores desembolsos. En términos económicos, el dólar del turista es un artículo de exportación que aportará dinero nuevo. La parte que se quedará en la economía local, gastándola una y otra vez, dispone una reduplicación de ingresos turísticos. Cuando mayor sea el porcentaje del dólar del turista que permanezca en esa economía y cuanto más rápidamente circule, mayor será su efecto de "activador" de la economía de una zona.

Ejemplo:

1. Cuando llega un visitante a su destino, una considerable cantidad de dinero ya se ha gastado en esa zona para su traslado. Supóngase que el viajero llega en avión. La compañía aérea se gastará una cierta cantidad del dinero del viajero en ese destino: se necesitan mecánicos en el aeropuerto; puede que algunos de los pilotos y de los ayudantes de vuelo residan ahí; el combustible para los aviones puede estar suministrado

por un proveedor que saca provecho del combustible y a la vez emplea personal local. Se ha iniciado ya el efecto multiplicador. Los empleados y los proveedores gastan una cierta cantidad de dinero que reciben dentro de la economía local, pudiendo ingresar en el banco una parte en un depósito con intereses. El banco se beneficia y, simultáneamente, el dinero se puede utilizar para construir una casa o empezar un negocio en dicha zona.

2. Si el visitante se queda en un hotel, entre un 20 y un 40% de la factura irá a parar a los empleados locales del hotel. Es probable que éstos se gasten una parte considerable de lo que ganan dentro de esa zona. De nuevo el efecto multiplicador, ya que cada vez que se gaste ese dinero la economía resulta estimulada.

3. El turista paga veinte dólares para realizar una excursión. El tour operador compra la gasolina, y la mayor parte del precio desembolsado se va fuera de la economía local. Pero el tour operador paga también a conductores locales, obtiene una ganancia personal y se gastará una parte grande o pequeña de esos beneficios dentro de la citada economía.

En términos económicos, los distintos sectores de una economía están todos unidos, afectando cada parte a las restantes. Cuando estas uniones se incrementan en número y fuerza, las consecuencias del dólar del turista sobre esa economía también se incrementan y hay menos dinero que salga de ella. En otras palabras, a menores pérdidas hacia fuera mayor efecto multiplicador.

6.5. POR LA FINALIDAD PERSEGUIDA U OBJETO DEL VIAJE

Esta clasificación está vinculada a las motivaciones o causas que originan los desplazamientos de las corrientes de viajeros. A su vez se subdivide en:

A. Por causas o motivaciones objetivas

1. Turismo terapéutico

- balnearismo
- climatismo

2. Turismo deportivo

- caza y pesca
- excursionismo:
 - montañismo
 - deportes de nieve
 - pedestrismo
 - ciclismo

(1) Manual de Organización y Administración de Turismo.
Lundberg E. Donald, Pág. 226.

- motociclismo
- automovilismo
- camping
- trekking
- otros

3. Veraneo

4. Turismo Gastronómico

5. Turismo Recreativo

1. Turismo Terapéutico: Desde muy antiguo una de las primeras motivaciones de desplazamiento fueron en busca de lugares curativos para ser tratadas enfermedades corporales.

— Balnearismo:

Probablemente la más antigua forma de turismo vió desarrollarse, en torno a los centros de aguas de virtud curativa, núcleos más o menos grandes de población permanente desde los primeros tiempos de la historia.

El siglo XIX, especialmente en su primera mitad, es la época brillante del balneario, dotado de un carácter aristocrático y privilegiado. Es la época de las grandes estaciones tales como Baden Baden, Vichy, Marienbad; hasta principios del siglo XX la gran sociedad europea se dió cita en estos lugares.

El período posterior a la Primera Guerra Mundial significó la decadencia. Desde entonces data el cierre de muchos de ellos que no supieron adaptarse a las nuevas tendencias del turismo moderno. Los avances médicos en el tratamiento de enfermedades que hasta entonces eran privativas de los Balnearios dió otro golpe fatal. Hoy, sin embargo, se asiste a un renacer que conjunta ambos métodos y agrega la "curación del espíritu" que proporciona el reposo y el paisaje y la aplicación de todos los medios que la técnica turística puede poner en práctica para levantar un núcleo en decadencia.

Varios aspectos de carácter técnico presenta una explotación balnearia. Destacaremos:

La declaración de "utilidad pública" es indispensable para la puesta en marcha, tanto del balneario como centro de cura, como para la venta de

Su dominio se adquiere, como en las aguas superficiales o subterráneas, por el dominio del predio en que afloran, bien por el propietario de éste, o del descubridor, mediante expropiación. Así las aguas se dividen por sus efectos curativos en:

- Aparato digestivo, nutrición y piel.
- Aparato circulatorio y respiratorio
- Reumatismo
- Sistema Nervioso.

Asimismo por su administración:

- Establecimientos exclusivamente dedicados a balnearios
- Establecimientos exclusivamente dedicados al envase de sus aguas de régimen y de mesa.
- Establecimientos que explotan la temporada balnearia y el embotellado.

— Climatismo, las propiedades terapéuticas de determinadas localidades a causa de la temperatura, grado de humedad, altitud, siempre se han reconocido como elemento que puede contribuir no solo a curar determinadas enfermedades sino también a aquellas personas que sin llegar a estar enfermas tienen una salud que deben recuperar.

Hipócrates es considerado como el padre del climatismo. Escribió el "Tratado de los aires, de las aguas y de los lugares", donde puntualiza la influencia de los vientos, el sol y las estaciones sobre el nacimiento, desarrollo y cura de ciertas enfermedades. Este trabajo no se tuvo en cuenta ni en la Edad Media ni en el Renacimiento, fué necesario esperar hasta finales del siglo XIX para encontrar tratados de climato-terapia; y en base a ellos se desarrolló en el siglo XX el turismo climático, con su centro de iniciación en Suiza.

Para los efectos de promoción de estaciones climáticas debemos tener en cuenta:

- a) El climatismo es más practicado por los nacionales que por los extranjeros
- b) Es un turismo que registra permanencias prolongadas (2 a 3 semanas)

2. Turismo Deportivo: Se entiende como Turismo Deportivo a aquellos desplazamientos motivados por actividades turísticas de tipo natural-

físico-recreacional y también como aquellos eventos deportivos programados que motivan el desplazamiento de corrientes turísticas.

De esta manera se puede diferenciar el Turismo Deportivo del Deporte Turístico siendo este último la actividad en sí misma, practicada por el turista.

No se puede olvidar la importancia que el deporte tiene en los países desarrollados que proporciona las más importantes y nutridas corrientes turísticas y que se le considera como "ocio activo". Siendo en su mayoría los llamados turistas gente de vida activa, el deporte y los ejercicios físicos constituyen una necesidad por haberse convertido para ellos en una costumbre.

Por otra parte, no se puede desconocer que el deporte, ya sea a nivel de competiciones o simplemente por el puro placer de practicarlo u observarlo es, en muchos casos, origen y causa del turismo en sí, al que denominamos Turismo Deportivo; de esta manera tiene gran importancia el facilitar la satisfacción de sus necesidades y deseos de muchos turistas y conocer las posibilidades que tienen de practicar sus deportes favoritos en nuestro país durante su permanencia.

El conocimiento del deporte en nuestro país tiene como objetivo principal el de proporcionar a los profesionales en turismo una fuente de orientación para promocionar el turismo a través de las diversas modalidades deportivas en sus distintas vertientes. Para un mejor aporte de este turismo No Convencional se hace necesario realizar una exposición de todos los deportes que se practican en el Perú y los cuales están reconocidos internacionalmente, así como aquellos que se consideran olímpicos. Posteriormente, realizar una descripción o idea de cada deporte, incluyendo datos que se consideran de interés a efectos de información para dar a conocer al turista las posibilidades de practicar su deporte favorito en los desplazamientos al punto donde piensa residir durante una época más o menos larga.

Finalmente, realizar un somero estudio socio-económico para poder determinar la clase de turista que puede acoger cada deporte de acuerdo con sus características, nivel económico, y los que se consideran eminentemente turísticos, también se debe tratar al deportista espectador, aspecto que se debe considerar dentro de una necesidad de promocionar turismo.

Si el deporte proporciona salud para el cuerpo y la mente también origina una función social de suma importancia, como son las relaciones hu-

manas, por la necesidad de agrupamiento en la formación de equipos o la presencia de otros practicantes que lo hacen más atractivo, aunque se trate de pura diversión y sin espíritu de competición, dar al turista estas posibilidades de función de todo profesional de turismo.

Debemos analizar el fenómeno deportivo en las vertientes que pueden interesar al turista y que se distinguen en:

— Ejercicio de un deporte como diversión.— Se trata de personas que solamente buscan una distracción en sus ratos de ocio y pretenden encontrar en el lugar elegido para su residencia la forma de hacer, sin complicaciones, su o sus deportes de preferencia.

— Práctica del deporte como expresión de un culto a la educación física. Son deportistas que cuidan su salud corporal y expansión de sus aficiones deportivas, para ello requieren instalaciones adecuadas que les permitan sacar el máximo rendimiento a sus afanes deportivos.

— Participación en una actividad específica deportiva, con preparación a la competición.— Son personas debidamente capacitadas, entrenadas y con preparación física suficiente, por ello gozan en la competición y requieren de una organización que les permita demostrar sus cualidades deportivas.

— Afición a los espectáculos deportivos, bien en general o en cualquier especialidad.— Se necesita disponer de espectáculos deportivos de sus preferencias y cuanto mayor sea su importancia más grande será también su interés por asistir a los mismos.

Algunos Deportes Turísticos:

— Caza y pesca, es practicado por turistas selectos que requieren equipo y servicios especiales, se realiza en lugares de poca densidad de población, no cultivables y se efectúa después de cumplir con requisitos oficiales que dan el permiso correspondiente para la actividad en fechas pre-establecidas.

— Excursionismo, es desplazarse por el placer de viajar y cambiar de ambiente, la atracción del paseo lo constituyen en sí rutas turísticas o pintorescas que permitan la contemplación de paisajes y panoramas impresionantes.

Entre las variedades del excursionismo se puede nombrar:

* Pedestrismo, placer de andar por andar.

* Ciclismo, la bicicleta es un medio de transporte de carácter deportivo que permite hacer recorridos más largos de los que se hacen a pie, sin implicar disminución de esfuerzo físico.

* Motociclismo, la motocicleta es un medio que permite recorrer largas distancias a determinadas velocidades y requiere de un ejercicio físico menor. Hay lugares apropiados para realizar motociclismo deportivo. En casi todos los países existen grandes premios en competencias de esta rama deportiva.

* Automovilismo, es el preferido para el excursionismo porque es más económico y autónomo que otros medios de transporte y es el preferido para realizar viajes familiares. Desde el punto de vista deportivo, hay carreras automovilísticas, y han sido motivaciones turísticas de antaño, en el Perú muchos pueblos del interior han sido testigos de estas competiciones auspiciadas por el Touring y Automóvil Club del Perú en los ya tradicionales Rallyes "Caminos del Inca".

* Balandrismo o Yachting o turismo náutico, es el excursionismo marítimo de tipo selectivo que comprende paseos en yate ligero (snipes), y motores fuera de borda que se aplican a lanchas, sumándose a él otras actividades acuáticas como el esquí, pesca submarina, etc.

* Aviación Deportiva, no está debidamente desarrollada ni vinculada con el excursionismo, pero algunos técnicos la incluyen. El aviador aficionado es el interesado en volar, hacer acrobacias, alcanzar marcas de velocidad, horas de vuelo, etc.

* Montañismo, es una variedad del excursionismo (pedestrismo). Es objeto de especial predilección y atención porque requiere en el que lo practica un temple especial, es decir capacidad de autogobierno y autosuficiencia.

Es la forma de turismo deportivo que proporciona mayores satisfacciones y su objetivo es alcanzar cimas y cumbres de gran altura, para lo que se requiere una preparación física y moral especial. Para su práctica se necesitan elementos y técnica especiales y recibe el nombre de escalada.

* Deporte de Nieve, la afición a estos deportes, principalmente el esquí, nace en Suiza después de la afición al montañismo. Suiza es el primer país que supo aprovechar la nieve desde un punto de vista industrial turístico. Chamonix fue el primer centro consagrado.

El desarrollo de los deportes de nieve implicó ventajas desde el punto de vista turístico para los centros de montaña porque la mayoría pudieron explotar sus instalaciones en forma continuada durante todo el año.

También implicó ventajas para otras industrias y actividades. Las principales diferencias entre los deportes de nieve y el montañismo son:

- a. Los sitios para practicar el esquí son menos que para el montañismo.
- b. El equipo es más costoso.
- c. Los aficionados a los deportes exigen mejores servicios turísticos.
- d. La práctica de estos deportes exige mejores medios de comunicación.

Estas diferencias han determinado el nacimiento de una serie de instalaciones (ferrocarril, teleférico, albergues, refugios, etc.) de gran rendimiento y han exigido además la implantación de nuevos servicios y profesiones liberales por ejemplo profesores de esquí.

Muchas de estas instalaciones, industrias y profesiones tenían vida con el montañismo pero la aparición de los deportes de nieve ha determinado su perfección técnica y su mayor desarrollo gracias a una demanda continuada.

* Camping, es una forma de vida en plena naturaleza donde el propio ingenio del deportista es el elemento principal que determinará el alojamiento y la forma de cobijarse.

El camping nació como complemento del excursionismo, primero con el deseo de explorar los alrededores y después se independiza y el arte de vivir en el campo con recursos propios dio lugar a esta nueva actividad.

Clases de Camping, hay dos categorías fundamentales:

- a. Camping abiertos, no tienen instalaciones. Son terrenos donde se permite el ingreso y la permanencia de visitas. En la mayor parte de los casos están ubicados en bosques.
- b. Camping cerrados, hay de diferentes niveles y servicios, van desde los que sólo tienen señalización de rutas, agua potable, servicios higiénicos y servicio de guardiana hasta los que son auténticas ciudades que cuentan con todas las instalaciones que permite al visitante autoabastecerse en el lugar.

* **Trecking.** La palabra viene del verbo inglés "to trek", que significa viajar despacio, pausadamente. De este modo el trekking es tan viejo como la humanidad, pero su lanzamiento actual, ya que se van formando asociaciones nacionales que cuentan con una Asociación Internacional de Trecking, INTREK, ha variado algo el primitivo concepto para convertirlo en una excursión de algunas semanas de duración a un lugar desconocido y preferiblemente primitivo, donde el grupo excursionista deba vivir sobre el terreno sin recurrir a ayudas de ningún tipo. Por un lado es una huida del mundo cotidiano, por la otra es un fusionarse con la naturaleza para conocerla y adaptarse a ella.

El trekking sería así la última evolución del camping dejando a éste de lado por la continuada humanización de sus instalaciones. La vuelta a la naturaleza del trekking incluye una postura de amor a lo desconocido, un gusto por la aventura y una confianza en las propias fuerzas físicas, morales e intelectuales.

Se dan ejemplos de trekking en que el destino del viaje, la zona a recorrer, es desconocida por el viajero hasta el mismo momento de llegar a ella. Otras veces, las más frecuentes, son excursiones de dos a cuatro semanas de duración a lugares cuyos nombres encierran, para el europeo actual, toda una extraña resonancia de leyenda, misterio y sugestión, como por ejemplo los Andes de América del Sur (Perú). Es lógico en estos viajes a tierras lejanas que exista una delimitación de los días que pueden llamarse "de aproximación", que comprenden transportes en avión, alojamiento, alimentación, etc., como en cualquier tour, de los días de trekking propiamente dichos, en que el grupo tendrá que caminar y alojarse en viviendas rústicas muy alejadas de toda idea de confort.

3. Veraneo: Se refiere a la temporada vacacional de verano, que incluye viajes a lugares naturales (playas principalmente) y realizar distintas actividades turísticas recreacionales y también de descanso, en épocas de verano durante las vacaciones. Su práctica está generalizada en grupos familiares.

4. Turismo Gastronómico: Se produce en base a la cocina y bebida con rasgos propios del lugar, donde se da a conocer las especialidades de la comida típica y ciencia del buen comer que se pone de manifiesto siempre en festividades lugareñas considerada como complemento importante de atracción. El turismo gastronómico no se realiza aislado. Lo acompaña siempre otra motivación de viaje.

5. Turismo Recreativo: Al escoger un destino turístico, decidirse a viajar y empezar los preparativos ya es todo un acontecimiento que el individuo empieza a disfrutar. Actualmente un viaje puede suponer la práctica de un deporte, veranear, visitar paseando, etc. o suponer otros motivos diferentes, pero todos tratan de encontrar placer en un viaje por el cambio anímico que esto representa en sus vidas; la recreación, las diversiones de distintas categorías son un aliciente para el Turismo y la razón principal por la que ha realizado el viaje. También se entiende como diversión la asistencia a lugares de juegos de azar y envite, de apostar, alternado y amenizado con espectáculos artísticos nocturnos de corte revisteril. Se puede motivar solo o como complemento de otras motivaciones de viaje reforzando la atracción que se tenga de algún destino turístico.

B: Por causas o motivaciones subjetivas:

1. Turismo religioso

2. Turismo Cultural

- * Artístico
- * Histórico educativo

3. Turismo Profesional

- * Acontecimientos programados
- * Viajes de negocios.

1. Turismo Religioso: El viaje por razones de fe a un determinado lugar como las peregrinaciones se consideran viajes turísticos. Esto se debe a:

* El peregrino actual no se comporta en forma distinta que los demás turistas en lo referente a transportes y alojamientos.

* Su conducta externa tampoco es distinta, es sólo espiritual. No sólo los lugares, templos e imágenes pueden ser considerados como recursos o atractivos turísticos sino que también se consideran como tales las manifestaciones religiosas.

Para la propaganda se debe distinguir entre dos categorías:

— Carácter regional y fama nacional, aptos para atraer a gentes de poblaciones vecinas. Ejemplo: La Virgen de Chapi en Arequipa, el Santuario de Lúren en Ica.

— Carácter nacional y fama internacional, aptos para atraer turismo ex-

tranjero, ejemplo: La Virgen de Lourdes, en Portugal.

2. Turismo Cultural: Se consideran diversos tipos de viajes:

* Artísticos, los motivados por el deseo de aumentar los conocimientos artísticos o de disfrutar de emociones estéticas ante la contemplación directa de obras de arte.

* Histórico-Educativo, viajes para llevar a cabo estudios o investigaciones especiales en determinados centros docentes, archivos, bibliotecas o establecimientos destinados a la investigación, que por el material científico de que disponen, las facilidades que otorgan o por el prestigio de sus profesores se consideran aptos para adquirir, ampliar y profundizar conocimientos en alguna materia específica.

3. Turismo Profesional:

* Viaje por Acontecimientos programados: El turismo de Congresos y Convenciones surge como una de las manifestaciones culturales de mayor significación e importancia en la actualidad. Estimula la movilización de profesionales políticos, técnicos, científicos, etc. con la finalidad de exponer y debatir en público temas de actualidad en las diferentes especialidades creando gran expectativa de lo que se puede concluir en dichas reuniones.

Los congresos, reuniones intelectuales que toman diferentes nombres se han incrementado casi paralelamente a las actividades impulsoras del turismo, tal vez como consecuencia de la dinámica del mundo actual y a la aparición de una serie de organizaciones de diferente ámbito territorial que tienen por necesidad común intercambiar, analizar y concretar sobre diferentes materias que le compete su actividad profesional, dando lugar a la creación de una infraestructura adecuada que posibilite el desarrollo de esta actividad.

Los congresos representan un importante intercambio de grupos programados constituyéndose un rubro de la actividad humana que tiene gran repercusión económica y social.

* Viaje de negocios: Hay un grupo considerable de viajeros cuya motivación principal es efectuar citas y concretar transacciones comerciales y/o negocios. Estos grupos están formados por representantes de ventas, profesionales, ejecutivos que necesariamente deben desplazarse para realizar sus contactos comerciales, efectuar sus ventas y toda actividad relacionada con sus negocios.

Sin embargo, aunque sea ésta su principal finalidad de viaje se comporta como un turista común y corriente al finalizar su jornada diaria de trabajo y emplea los servicios de prestación turística normales asimilando lleva consigo una bolsa de viajes para gastos originada en otro sector económico al que se encuentra de visita y los gastos que realiza mientras dure la misma deja beneficios a la economía local.

CAPITULO VI

CLASES DE TURISMO

6.1 POR SU MANIFESTACION CUANTITATIVA:

A. *Turismo de Minorías*: se interpreta de varias formas:

1. Pequeñas corrientes turísticas hacia un destino turístico, en comparación a otros destinos de mayor afluencia.
2. Pequeños grupos de turistas procedentes de un lugar, que significan minoría dentro del volumen total de visitantes que reciben.
3. Turismo personal o pequeños grupos.
4. Referido a lugares que no cuentan con muchos visitantes.
5. Referido a la práctica de Turismo selectivo o actividad desarrollada en forma exclusiva.

B. *Turismo de Masas*: el practicado por la mayoría, referido al volumen contable.

6.2 POR SU NACIONALIDAD:

A. *Turismo Nacional*: — Turismo Nacional Interno. (Turismo Interno)
— Turismo Nacional Externo. (Turismo Emisivo o egresivo)

B. *Turismo Internacional*. (Turismo Receptivo)

6.3 POR SU COMPOSICION SOCIAL:

- A. Nivel social alto
- B. Nivel social medio
- C. Turismo juvenil
- D. Turismo popular y/o social.

6.4 POR SU REFLEJO EN LA BALANZA DE PAGOS:

A. *Balanza Turística*. — Turismo Activo
— Turismo Pasivo

B. *Efecto multiplicador del Turismo*.

6.5 POR LA FINALIDAD PERSEGUIDA U OBJETO DEL VIAJE:

A. Por causas o motivaciones objetivas:

1. Turismo Terapéutico:

- Balnearismo
- Climatismo

2. Turismo Deportivo:

- Caza y pesca
- Excursionismo: . Pedestrismo
- . Ciclismo
- . Motociclismo
- . Automovilismo
- . Balandrismo
- . Aviación Deportiva
- . Montañismo
- . Deporte de Nieve
- . Camping
- . Trekking
- . Otros

3. Veraneo

4. Turismo Gastronómico

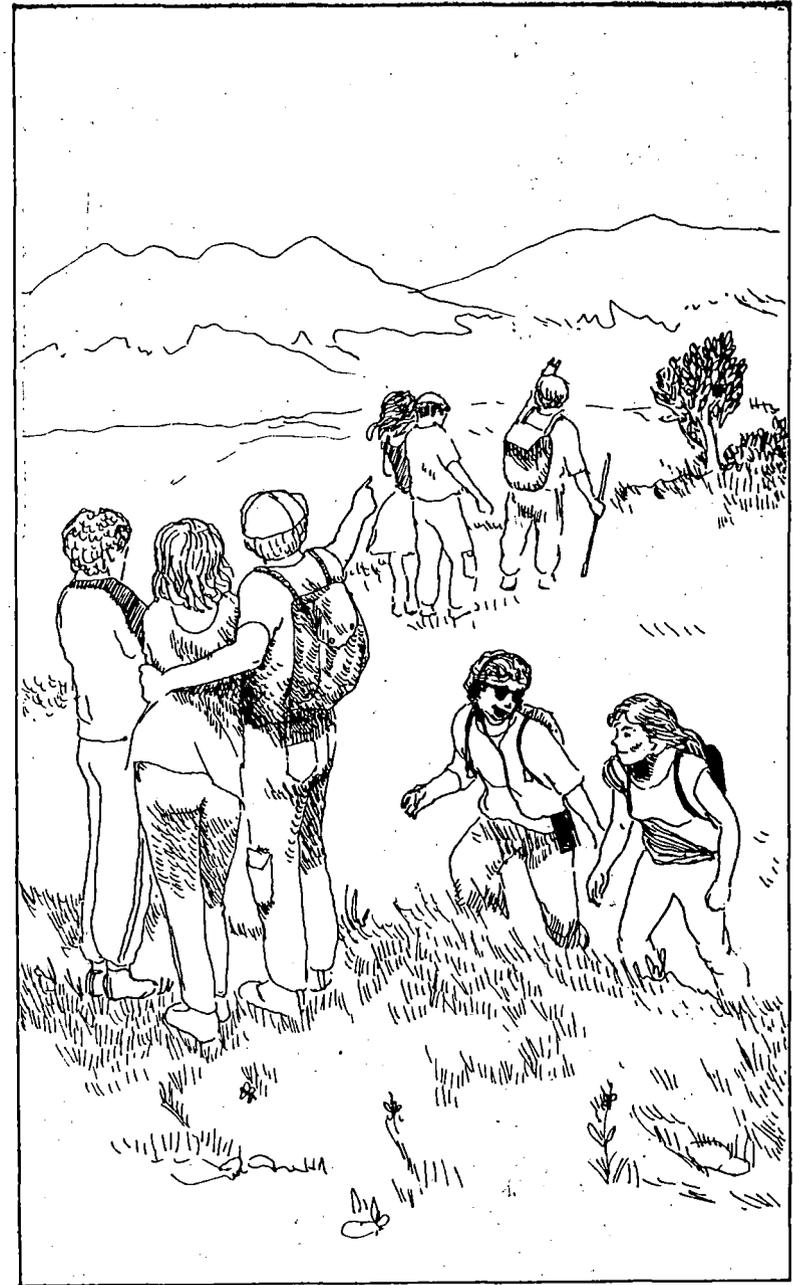
5. Turismo Recreativo

B. Por causas o motivaciones subjetivas:

1. Turismo Religioso

- #### 2. Turismo Cultural:
- Artístico
 - Histórico-Educativo

- #### 3. Turismo Profesional:
- Acontecimientos programados
 - Viajes de negocios.



ANEXO II

se estimaron en menos de 35 mil personas y los centroamericanos en algo más de once mil. Aquellos visitantes procedentes de África y Oceanía forman parte del rubro "otros", con poco más de 11 mil personas.

En cuanto a países, Estados Unidos figuró en 1998 como el principal mercado emisor de turistas hacia el Perú, con un total de 162.036 personas, lo que representó el 22% del total de visitantes extranjeros en el país. En segundo lugar se encuentra Chile (19%), seguido por Argentina (5%) y Francia (4%), según cifras proporcionadas por la Dirección General de Migraciones y Naturalización.

Visitantes por nacionalidad 1998

(Número de visitantes internacionales con pasaporte según nacionalidad, enero-diciembre 1998)

Nacionalidad del visitante	Total	%
Total:	723,665	100.0
Norteamérica	195,909	27.1
Canadá	18.232	2.5
Estados Unidos	162.036	22.4
México	15.641	2.2
Centroamérica y Caribe	11,205	1.5
Costa Rica	2.424	0.3
Cuba	1.579	0.2
El Salvador	1.025	0.1
Guatemala	1.293	0.2
Honduras	650	0.1
Jamaica	90	0.0
Nicaragua	562	0.1
Panamá	2.095	0.3
República Dominicana	1.078	0.1
Trinidad y Tobago	125	0.0
Otros	284	0.0
Sudamérica	275,993	38.1
Argentina	36.039	5.0
Bolivia	25.553	3.5
Brasil	23.894	3.3
Chile	136.763	18.9
Colombia	19.339	2.7
Ecuador	15.860	2.2
Paraguay	1.1618	0.2
Uruguay	3.364	0.5
Venezuela	12.995	1.8

Otros	568	0.1
Europa	192,528	26.6
Alemania	28.865	4.0
Austria	4.274	0.6
Bélgica	6.401	0.9
Checoslovaquia	1.000	0.1
Dinamarca	2.762	0.4
España	28.732	4.0
Finlandia	1.167	0.2
Francia	29.976	4.1
Grecia	694	0.1
Holanda	12.736	1.8
Hungría	560	0.1
Inglaterra	29.603	4.1
Irlanda	1.173	0.2
Italia	21.528	3.0
Luxemburgo	215	0.0
Noruega	2.299	0.3
Polonia	1.254	0.2
Portugal	1.150	0.2
Rumania	183	0.0
Rusia	1.435	0.2
Suecia	3.775	0.5
Suiza	10.143	1.4
Yugoslavia	403	0.0
Otros	1.642	0.2
Asia	35,450	4.9
Corea del Norte	59	0.0
Corea del Sur	4.153	0.6
China República Popular	3.623	0.5
China Taiwán	1.713	0.2
Filipinas	667	0.1
India	1,367	0.2
Indonesia	623	0.1
Irán	82	0.0
Israel	6.759	0.9
Japón	13,970	1.9
Jordania	131	0.0
Líbano	96	0.0
Malasia	157	0.0
Pakistán	1,117	0.2
Tailandia	118	0.0
Turquía	204	0.0
Otros	571	0.1
Africa	1,663	0.2
Egipto	122	0.0

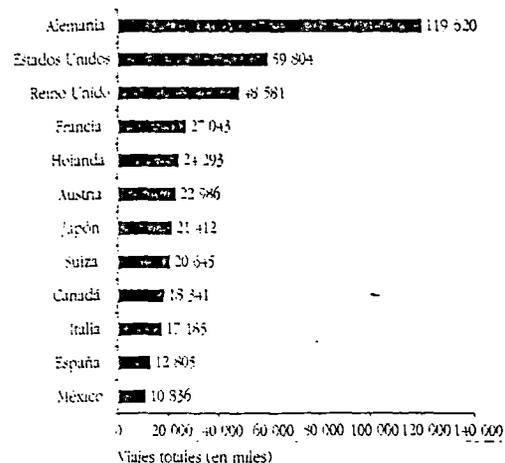
Sudáfrica	1,032	0.1
Otros	509	0.1
Oceanía	10,360	1.4
Australia	8,299	1.1
Nueva Zelanda	2,017	0.3
Otros	44	0.0
No especificado	557	0.1

Fuente: Dirección General de Migraciones y Naturalización.
Elaboración: PromPerú

A nivel mundial, Alemania figuró en 1999 como el primer mercado emisor con más de 119 millones de viajes al exterior, seguido por Estados Unidos y Reino Unido, con cerca de 60 y 49 millones de viajes, respectivamente. Cabe advertir que, a excepción de Estados Unidos, Canadá y México, los principales mercados emisores de turistas en el mundo son países europeos y asiáticos que se hallan geográficamente lejos del Perú, lo que supone viajes de larga distancia (*long haul*) que requieren mayor disponibilidad de tiempo y de recursos económicos por parte del turista que opta por venir al Perú.

Dentro de la región de Sudamérica, por su parte, Argentina representa el principal mercado emisor de turistas con más de cinco millones de viajes, seguido por Brasil y Chile, con algo más de dos y un millón de viajes, respectivamente.

Ranking de los principales mercados emisores a nivel mundial (1999)



Fuente: Organización Mundial de Turismo
Elaboración: PromPerú

4. Impacto e influencia del turismo en la economía peruana

En el ámbito macroeconómico, el Perú registró en 1999 un ingreso de divisas por concepto de turismo de US\$ 890 millones, según estimaciones del Banco Central de Reserva. Esta suma representa un incremento de 5.3% con respecto a 1998, año en el que las divisas habían alcanzado los US\$ 845 millones. Durante el período comprendido entre los años 1990 y 1999, el Perú registró en sus divisas por turismo un incremento de 17%, mientras que, a nivel mundial, la OMT estima un resultado global cercano al 6.5% anual.

En el Perú, el turismo es una actividad económica que en 1998 dio trabajo directo a más de cien mil personas. Esto implica un crecimiento del empleo en turismo superior al 6% respecto a 1997. Cabe advertir que estas cifras no incluyen el empleo informal ni los puestos de trabajo indirectos generados por otras actividades turísticas o por la demanda turística en general.

Contribución del turismo receptivo a la generación de empleo directo

Actividad	1996	1997	1998
Hospedaje	18.852	19.771	22.646
Restaurantes	71.219	81.942	86.384
Agencias de viaje	4.937	5.360	4.918

Fuente: Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales (MITINCI).

Elaboración: PromPerú

Por su parte, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) estima que en 1997 el turismo habría generado en el Perú 350 mil puestos de trabajo directos, lo que significaría el 5% del total del empleo urbano y 13% del empleo en el sector de servicios. Es importante explicar que los estimados de OIT incluyen los puestos de trabajo en los rubros de artesanías, hoteles, restaurantes, transporte y entretenimiento, registrado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) a nivel urbano a través de su Encuesta de Hogares.

Según cifras proporcionadas por Mitinci, la infraestructura turística comprende más de 5,500 establecimientos de hospedaje y cerca de 1.500 agencias de viaje.

Cantidad de servicios turísticos por rubros

Actividad	1996	1997	1998
Hospedajes	4.107	4.879	5.546
Restaurantes	32.353	37.140	39.905
Agencias de viaje	1.449	1.632	1.473
Compañías aéreas	22	23	27

Fuente: Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales (MITINCI) y Corporación Peruana de Aeropuertos y Aviación Comercial (CORPAC)

Elaboración: PromPerú

En el ámbito mundial, los ingresos por turismo en 1999 (excluido el monto gastado en transporte internacional) alcanzaron la cifra de US\$ 455 mil millones, según cifras estimadas por OMT. Ello significó

un aumento de 3.2% respecto de 1998 y un incremento de 6.5% anual en el período comprendido entre los años 1990 y 1999.

Por otro lado, Estados Unidos es el país que registra más ingresos por turismo internacional (excluyendo transporte internacional) con US\$ 74 mil millones. Existe una gran diferencia en comparación con los otros países. Así, por ejemplo, España y Francia obtienen montos significativamente menores, con US\$ 32,913 millones y US\$ 31.699 millones, respectivamente.

Con relación a los países cuyos ciudadanos gastan más cuando viajan, las cifras de OMT en 1999 señalan en primer lugar a Estados Unidos con alrededor de US\$ 60 mil millones, seguido de Alemania con US\$ 48,158 millones. Dentro de Sudamérica, Argentina fue el país de la región que registró el gasto más elevado, con US\$ 3 mil millones.



ANEXO IV

HORIZONTE HUALLANQUINO

Boletín informativo de gestión municipal

ANO 2 - N. 2 - Abril / Julio 1999

Editorial

El futuro se construye, no se adivina, criterio cierto y desafiante que hemos hecho nuestro; el camino no es ni será fácil, pero con la capacidad, visión, honestidad y respeto que siempre demostramos los huallanquinos aquí y donde quiera que estén; podremos construir ese gran futuro al que tenemos justo derecho.

Nuestro grandioso pasado tampoco fue obra de la casualidad, fue construido por hombres como nosotros, que años más tarde nos siguen desafiando y responsabilizando por el tiempo perdido, en irresponsables luchas fratricidas que nunca más deben tener cavida en nuestras mentes, menos en nuestros corazones.

Cumplidos seis meses de nuestra gestión hacemos llegar a ustedes este segundo boletín informativo que irá mejorando, esperamos con su aporte.

Difícil misión la de llenar un vacío de comunicación entre autoridades y población, pero poco a poco este objetivo será cubierto, apoyado en el futuro por el canal municipal de televisión y la hora radial diaria.

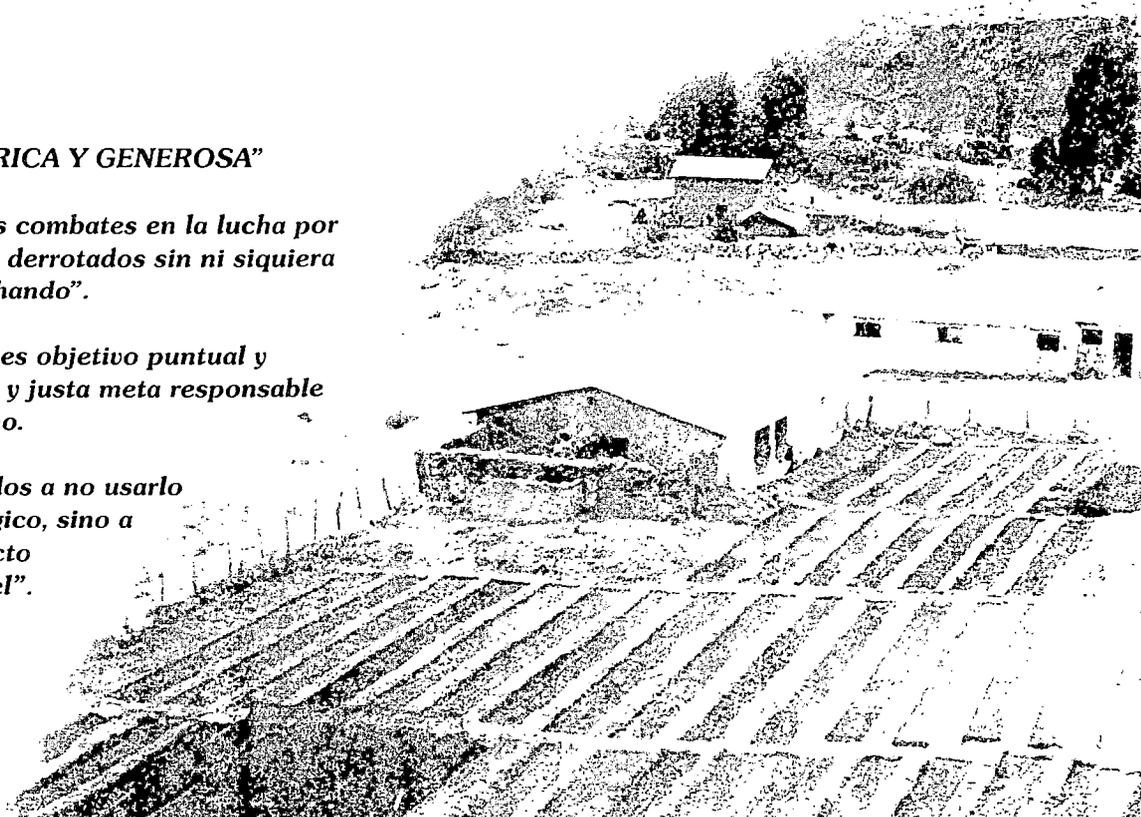
Mayor información sobre cualquier punto, favor solicitar en nuestras oficinas, es obligación y será agradable atenderlos.

"HUALLANCA TIERRA RICA Y GENEROSA"

"Es mejor perder algunos combates en la lucha por nuestros sueños, que ser derrotados sin ni siquiera saber porque se está luchando".

"La provincialización no es objetivo puntual y aislado, sino una antigua y justa meta responsable al que aspiramos derecho.

Por ello, estamos obligados a no usarlo como un vaiven demagógico, sino a asumirlo como un proyecto prioritario del mejor nivel".

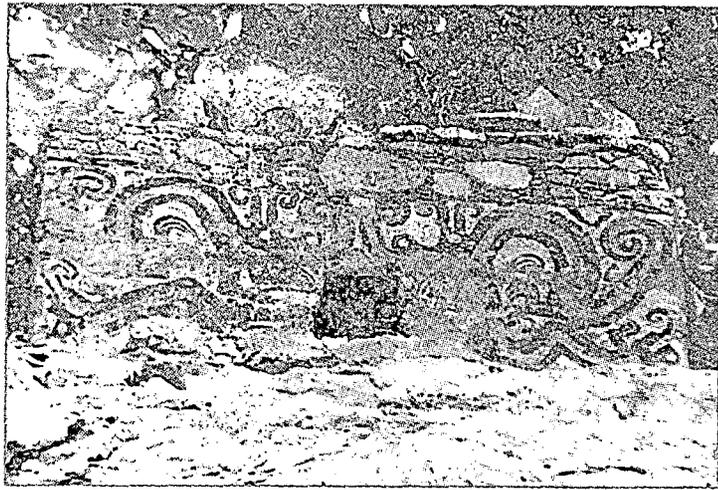


CONSEJO DISTRITAL DE HUALLANCA

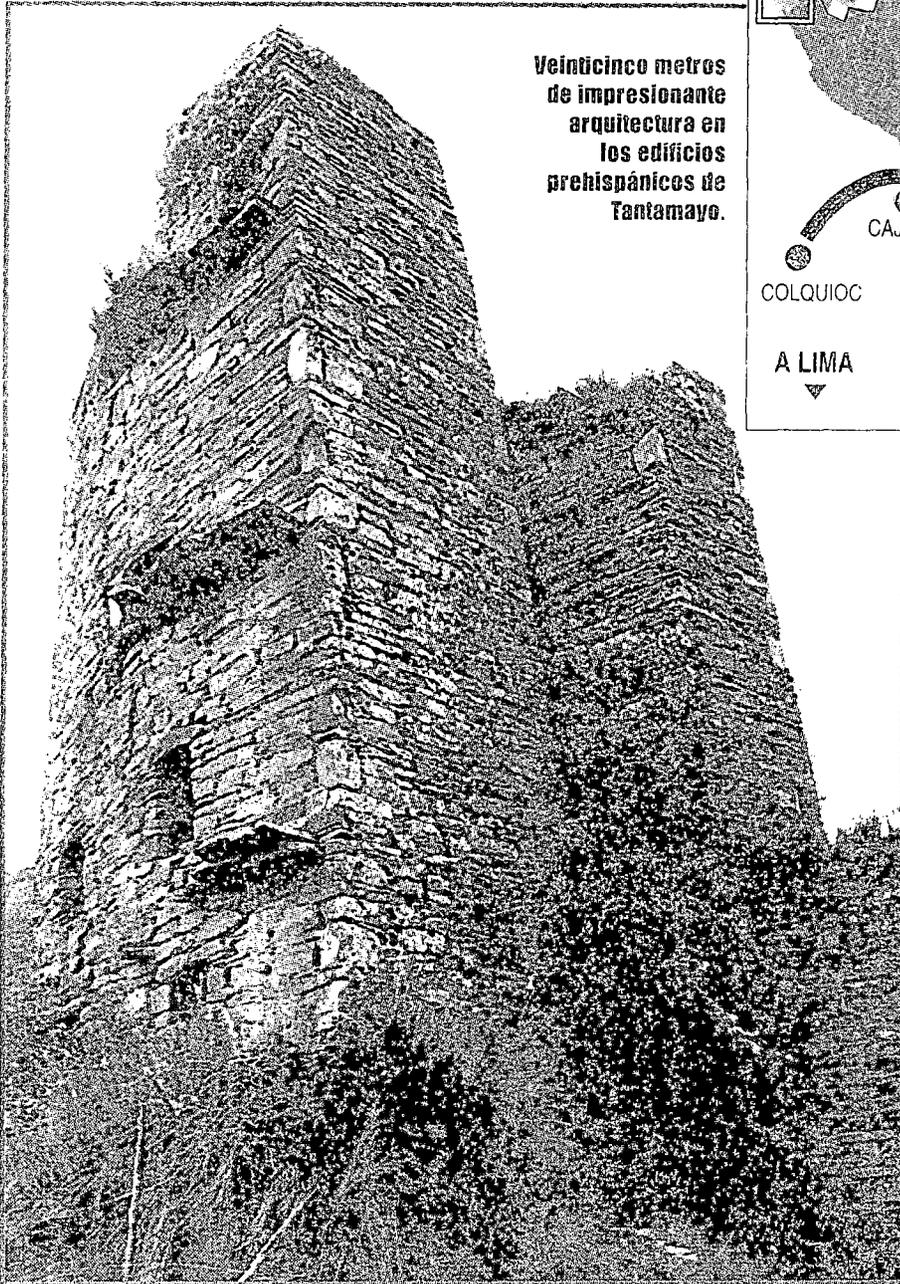
Alcalde: Ing. Luis Barrenechea Martel.

Regidores: Sres. Eulogio Pozo, Norma Mejía, Frida Espinoza, Oriol Huamán, Germán Barrenechea.

Director Municipal: Becker Soto.

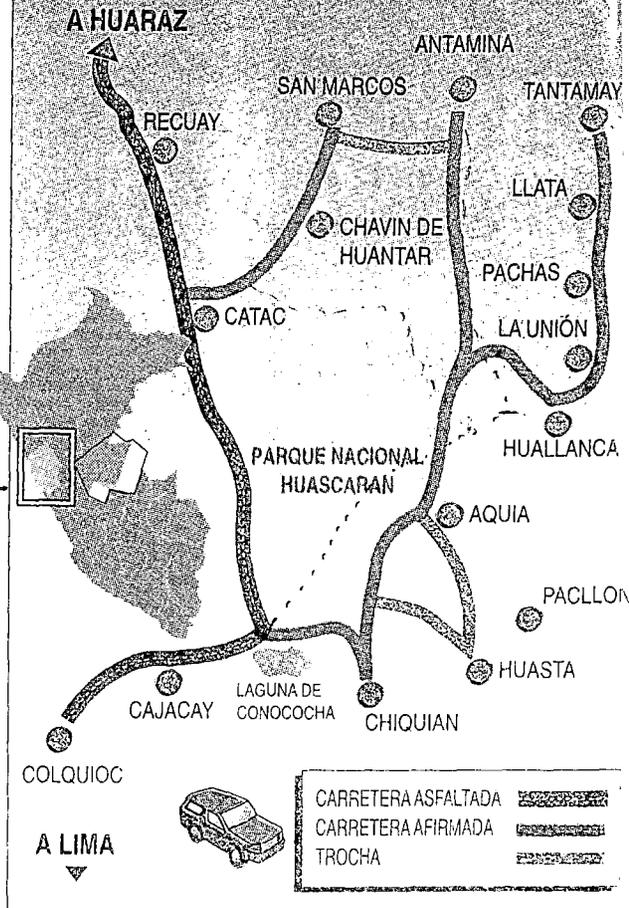


Impresionante tumba con enigmáticas y coloridas figuras en Quepacara-Cochapata.



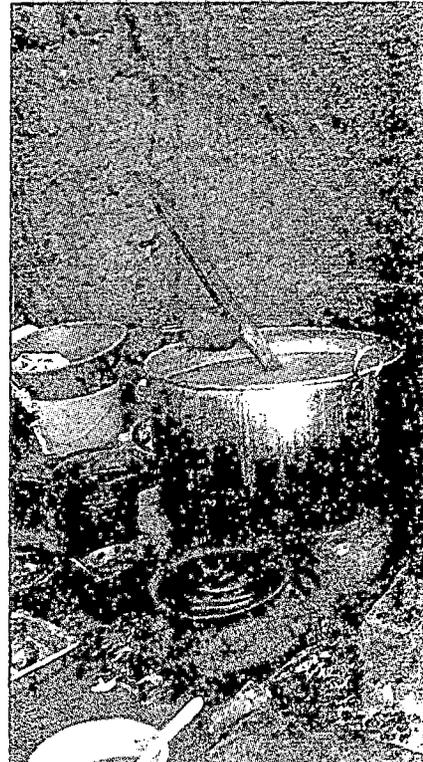
Veinticinco metros de impresionante arquitectura en los edificios prehispánicos de Tantamayo.

Circuito de Oro de Los Andes

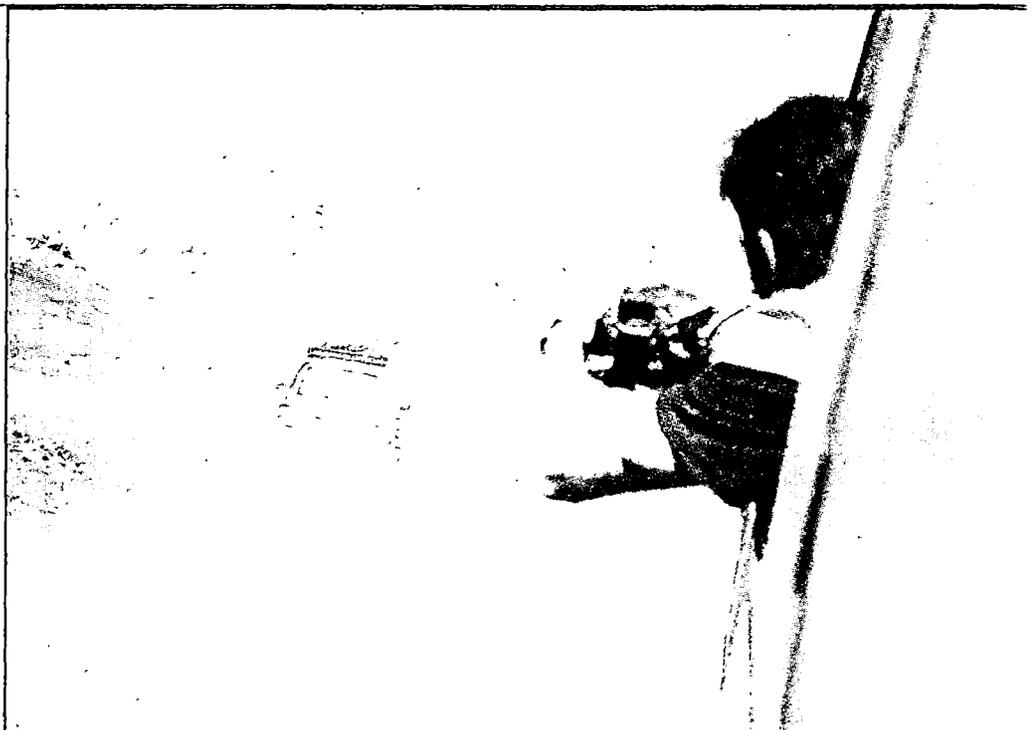


Andares: Orlando Ara

Los platos típicos estarán a la orden del día en este circuito de oro.



s de Lima, en un espacio que limita con el Parque Nacional Huascarán y que incluye la tercera mina más grande del planeta, Antamina, comienza una ruta que cobrará popularidad entre viajeros, deportistas de aventura, amantes de la naturaleza y en general. Admírela con sus propios ojos.



Espectacular rally con el fondo de la cordillera de Huallanca (derecha). Tradición ecuestre, arriba, con briosos caballos de paso, en la pampa de Huánuco Viejo. Izquierda: Ponches, quesos, choclos y leche recién ordeñada de La Unión. Divino desayuno.

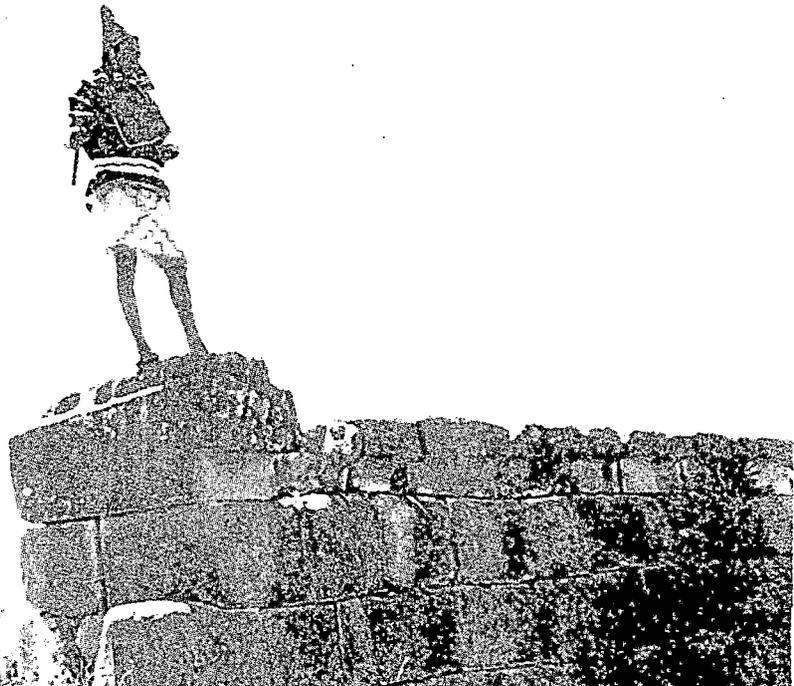
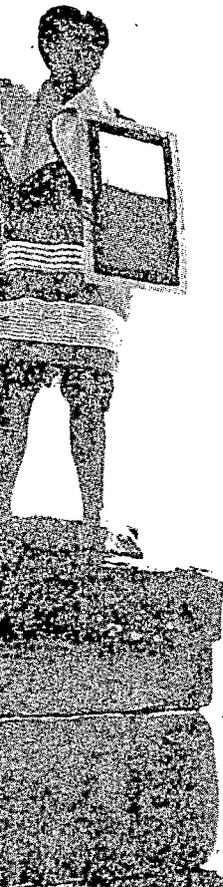


Inquietos niños en Chiquilán ante la iglesia principal. Izquierda, arriesgado porpenista a una altura de 4,700 msnm.



La fiesta no ha sido nunca. Arriba, los infantes en la ciudad de La Unión y D. La zona de los Ne. tos en Huallanca, en el distrito de Bolognes. Los alcaldes de una decena de distritos abren las puertas al viajero.

Chiquián- La Unión- Chavín



La Ruta

DOYADA



**Primer Festival de Aventura «Circuito de Oro de Los Andes»
Vistas de un emporio turístico por descubrir.**

IMPERIO RECOBRADO

El Inca da gracias al Sol por la llegada de más turistas a la vieja ciudad de Huánuco Pampa, punto principal del nuevo circuito Ancash-Huánuco, que incluye a la catarata de Urgor, en Chiquián (izquierda), apropiada para los practicantes del torrentismo, y la distinguida ciudad de Huallanca, con su hermosa cordillera nevada y la intensidad de sus fiestas, como este desfile de luciérnagas (derecha).

Fotos MAX CABELLO



I M A G E N E S

CAMBIO MAGAZINE DE TURISMO Y GASTRONOMÍA

Mapa del Correcaminos

ECO RALLY

NATURALEZA Y DEPORTES DE AVENTURA EN EL NUEVO "CIRCUITO DE ORO", QUE PARTE HOY A LAS 10:30 P.M.

Oxigenar los pulmones con el fresco y revitalizante aire serrano, mientras se disfruta de las más audaces competencias de deportes de aventura, es un privilegio que pocas veces nos podemos dar. Por eso Eco Aventura ha programado el "I Festival de Aventura", Circuito de Oro de los Andes, cuyo punto de partida es el bien llamado "espejito del cielo", Chiquián, y que se realizará del 20 al 23 de mayo, en medio de una serie de actividades especiales.

La promotora de ecoturismo y deportes de aventura, inaugura este nuevo circuito turístico que comprende las localidades de Bolognesi, Huari y Recuay en Ancash, Dos de Mayo y Huarijalés en Huánuco, cumpliendo así con su principal objetivo: la investigación y explotación de nuevas alternativas para el desarrollo del turismo nacional.

El presidente de Eco Aventura, Roberto Alcave, en coordinación con los municipios de las provincias mencionadas, invita a los amantes de la naturaleza y los deportes de aventura a ser partícipes de las inte-

resantes competencias, como el primer Eco Rally para pilotos de vehículos 4x4, en un espectacular recorrido por el "Circuito de Oro", alternando con el cumplimiento de diversas tareas como bicicleta de montaña, parapente, canotaje, escalada de roca, kayak y muchas sorpresas más.

Los asistentes y pobladores del lugar apreciarán también un festival musical y si el físico lo permite, serán los protagonistas de pintorescas competencias como la maratón del "burro cross", trekking, maratón de lucumagas, concurso de leñadores, caminatas con llamas, entre otros.

Como sabemos, los principales atractivos turísticos lo constituyen los imponentes centros arqueológicos como Chavin de Huantar, Huánuco Pampa, capital del Chinchaysuyo, y Tarmaayo, edificio prehistórico más alto del continente americano. Finalmente podemos enorgullocernos de contar en la localidad con importantes yacimientos mineros como Huancabamba y Antamuna.

IMÁGENES

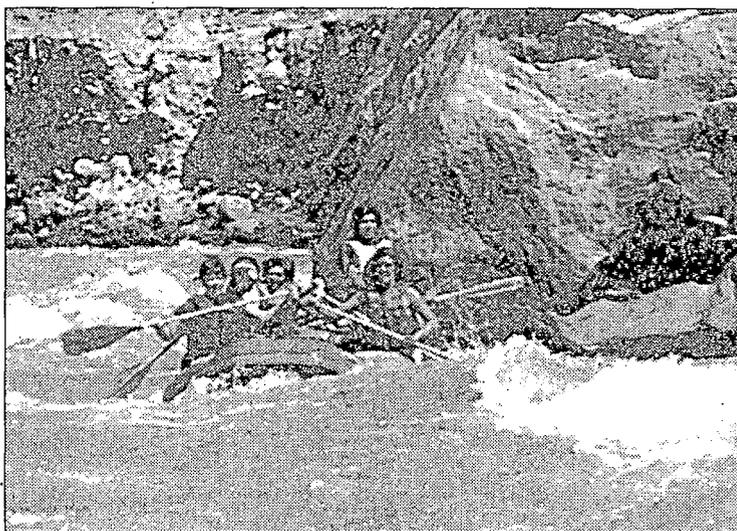
CAMBIO MAGAZINE DE TURISMO Y GASTRONOMÍA

Todo está listo para dar inicio al novedoso "Festival de Aventura Circuito de Oro de los Andes", que abarcará varias provincias de Ancash y Huánuco y que tiene como atractivo principal la realización del Primer Eco Rally para vehículos 4x4 recorriendo en su primera etapa la ruta Lima-Chiquián.

Para el evento de tres días, la promotora de turismo y deportes de aventura, Eco Aventura, en coordinación con las municipalidades de Chiquián, La Unión, Huallanca, Aquia Huasta y Cajacay, entre otras, vienen ultimando detalles para el recibimiento de las delegaciones de deportistas participantes así como de la prensa especializada, cumpliendo de esta manera con su objetivo principal que es promover y difundir la riqueza turística de dichas zonas.

"A la fecha contamos con más de veinte participantes inscritos para el Eco Rally, actividad que se viene coordinando con Luis Mendoza, presidente de Aventurismo 4x4, en un espectacular recorrido alternando con el cumplimiento de diversas tareas como bicicleta de montaña, parapente, canotaje, escalada de roca, Kajak y otros", expresa Roberto Aldave, presidente de Eco Aventura. Las autoridades y el pueblo en general darán la bienvenida a las de-

Festival de Aventura Circuito de Oro de los Andes



legaciones de visitantes. El día viernes 21 se dará inicio al Eco Rally y se cumplirá también con tareas de concientización ecológica como arborización, siembra de truchas entre otras.

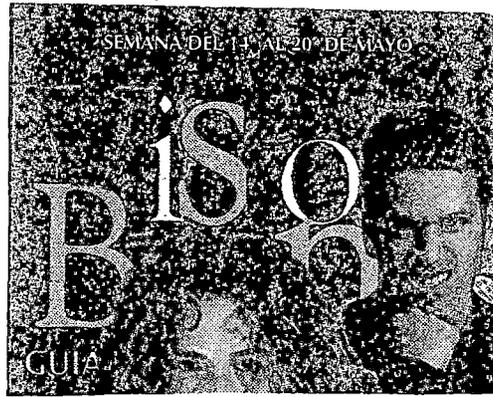
Antecede a las competencias de escalada de roca, ciclismo y demos-

tración de parapente, un city tour por las cascadas de Usgor, Putu, Tucco, Cerro San Juan Cruz; cerrando la tarde con un colorido desfile de comparsas folklóricas, maratón de luciérnagas y el concierto musical. Las competencias pintorescas como el burro cross, concurso de leñado-

res, se realizarán el sábado 22 muy de mañana. El Eco Rally entrará en su segunda etapa que comprende Chiquián-Huasta-Aquia, Huallanca, La Unión.

En todo el recorrido tendremos la oportunidad de apreciar el bosque de Puyas en la localidad de Pachapaqui y por supuesto admirar la riqueza de la fauna silvestre. En la llegada a la localidad de Huallanca se ha programado paseos a caballo, rodeo, toro match, demostraciones de parapente, kayak y pachamancas.

Todo por el mismo precio
El costo del tour no puede ser más económico: \$50, sin incluir víveres, pero si alojamiento. Si desea en Lima puede adquirir vales de comida para canjearse en el pueblo. Para los interesados en disfrutar de tres días de aventura en la mejor época del año, en mayo, mes de la primavera andina.



A TODA FURIA.- Eco Aventura asume el reto de promocionar un nuevo circuito turístico que comprende los pueblos de Chiquián, Huasta, Aquia y Huallanca en las provincias de Bolognesi (Ancash) y La Unión (Huánuco), como parte del evento **Festival de Aventura Circuito de Oro de los Andes**, que se desarrolla desde el 20 hasta el 23 de mayo. La actividad principal es el primer *eco rally* Circuito de Oro para vehículos 4 x 4: un singular recorrido por las ciudades mencionadas que alternará la diversión con tareas ecológicas, competencias, demostraciones de aventura, festivales musicales y actividades culturales en las que participarán los pobladores de las zonas a conocer. Informes a los teléfonos 433-0452 y 922-6873.



"Circuito de Oro de los Andes" se inicia el 20 de mayo

Festival de Aventura como parte del turismo interno

Todo está listo para dar inicio al novedoso "Festival de Aventura Circuito de Oro de los Andes" que tendrá como punto de partida la ciudad de Chiquián y abarcará varias provincias de Ancash y Huánuco.

Para el evento de tres días, la promotora de turismo y deportes de Aventura: ECO Aventura, en coordinación con algunas autoridades municipales provinciales, trasladarán una delegación de deportistas participantes así como la prensa especializada cumpliendo de esta manera con su objetivo principal que es la de promover y difundir la riqueza turística de dichas zonas.

"Contaremos con más de veinte participantes en el Eco Rally para pilotos de vehículos 4x4 en un espectacular recorrido alternando con el cumplimiento de diversas tareas como bicicleta de montaña, parapente, canotaje, escalada de roca, Kayac y otros", expresó Roberto Aldavez, presidente de Eco Aventura.

Las autoridades y el pueblo en general darán la bienvenida a las delegaciones de Lima. El día viernes 21 se dará inicio al Eco Rally y se cumplirá también con tareas de concientización ecológica como arborización, siembra



Un maravilloso paisaje es el que se puede apreciar en la prodigiosa tierra ancashina de Chiquián, ahora que se fomenta tanto el turismo interno.

de truchas, entre otras.

Antecede a las competencias de escalada de roca, ciclismo y demostración de parapente, un city tour por las cascadas de Usgor, Putu, Tucu, Cerro San Juan Cruz, cerrando la tarde con un colorido desfile de comparsas folclóricas, maratón de luciérnagas y el concierto musical.

Las pintorescas competencias como el burro cross, concurso de leñadores se realizarán el sábado 22 muy de mañana. El Eco Rally entrará en su segunda etapa que comprende Chiquián-Huasta-

Aquia, Huallanca, la Unión.

En todo este recorrido tendremos la oportunidad de apreciar el Bosque de Puyas en la localidad de Pachapaqui y por supuesto admirar la riqueza de la fauna silvestre. En la llegada se ha programado paseos a caballo, rodeo, toro mach, demostraciones de parapente, kayak y hasta pachamancas típicas de la zona.

Las personas interesadas en disfrutar de esta inolvidable experiencia pueden contactarse con Eco Aventura a los teléfonos 433-0452, 922-6873.

EXPOSICIÓN SECCIÓN B

Jueves 13 de mayo de 1999

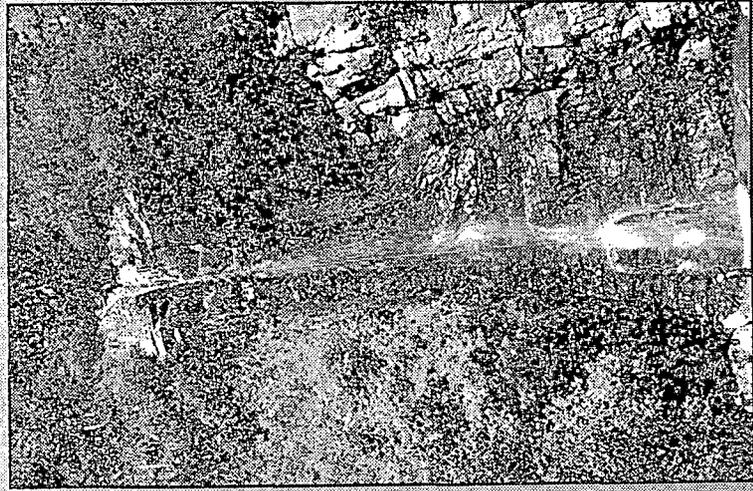
ESPECTACULOS

Chiquián:
Prodigio
natural
de Ancash
(Pág. 7)



IMAGINIS

CAMBIO MAGAZINE DE TURISMO Y GASTRONOMIA



Exótica cascada de Usgor.

Mapa del Correcaninos "Cascada de Usgor"

Bello y majestuoso paraje de siete cascadas naturales, Usgor es sin duda una de las más importantes de la zona, además de contar con una serie de leyendas. Situada a 2 kilómetros al este de la ciudad de Chiquián, en Aneash, en el arroyo de Mata-Raccra, que corre torrencioso por una quebrada estrecha y de gran declive.

La impresionante caída de agua tiene una altura de 30 metros, hallándose encajonada entre las pendientes rocosas del cerro, que se elevan verticalmente como si fueran verdaderas murallas.

En ella las aguas se precipitan ruidosas desde lo alto, a la manera

de grande copos de nieve que, al chocar contra las salientes de las rocas, se deslacen en una lluvia abundante cuyas microscópicas gotas se elevan como una niebla tenue, impulsadas por el viento que sopla desde la base de la cascada, en tanto que otros copos enormes caen con aparente lentitud.

Sus aguas discurren desde el nevado de Tucu, razón por la que conservan una temperatura muy baja, sin embargo esto no ha sido impedimento para que también los deportistas de aventura realicen prácticas de Canyoning (deslizamiento por sus aguas a través de una cuerda).

Y también es tierra de mitos. Por ejemplo, según la leyenda de Chiquián, poblado ubicado a 82 kilómetros de Huaraz exactamente, se cuenta que las parejas de enamorados beben sus aguas cristalinas para permanecer siempre unidos con las bendiciones que reciben de los Apus (dioses de los cerros) en las alturas.

Esta es la razón principal por la que Usgor se ha convertido en una de las cascadas más visitadas no sólo por los lugareños, sino también por turistas de diversas partes del mundo.

"Aguas de Usgor/ aguas hechizadas/ son tus quebradas/ testigo mudo de mis amores"

Antamina

y el desarrollo sostenible

AUGUSTO BAERTL
PRESIDENTE Y GERENTE GENERAL
DE COMPAÑÍA MINERA ANTAMINA

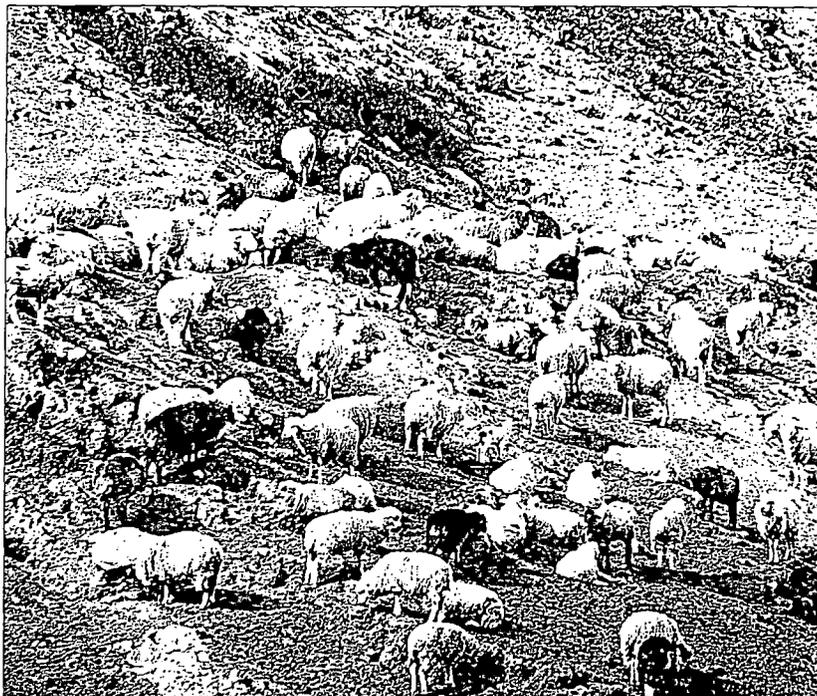
El Desarrollo Sostenible ya no es un tema ajeno a los intereses de cualquier industria. Cada vez más compañías mineras, incluyendo nuestros accionistas, la incorporan en sus estrategias. Esta tendencia gana aceptación porque la motiva una causa justa, pero también porque la globalización ha hecho que cada vez más personas en todo el mundo puedan informarse, opinar y defender sus intereses.

El Desarrollo Sostenible ha generado incluso el Dow Jones Sustainability Group Index, un ranking que mide los logros de las compañías privadas en el afán de contribuir al desarrollo de la gente y de su entorno. Este ranking incluye a 200 compañías líderes. Otros índices relativos a la reputación de las compañías incluyen su relación con la comunidad y con el desarrollo, como aspectos a ser evaluados, dentro de sus atributos de imagen pública.

En este marco es que pretendemos ubicar nuestro esfuerzo para relacionarnos con nuestro entorno.

Antamina es un proyecto que se desarrolla en un ámbito social y económico de bajos recursos. Especialmente en lo que se refiere al entorno más próximo a la mina, hay una realidad social y económica tradicionalmente postergada y que fue víctima de la violencia social en la década pasada. Esta es la realidad que se pretende transformar y mejorar.

No obstante que el área de influencia directa lo constituye las alturas del departamento de Ancash, el Callejón de los Conchucos, en el que se ubica el yacimiento, el impacto económico social de Antamina va más allá. De hecho, a lo largo del mineroducto y en la zona costera de Huarmey por las operaciones del puerto, actualmente en construcción, Antamina está relacionándose con



las poblaciones y ha comenzado a generar un impacto económico y social.

Estamos trabajando para hacer las cosas bien, desde el comienzo,



Antamina ha asumido un compromiso institucional con el desarrollo sostenible, pues la gestión y el éxito de las empresas debe medirse en tres aspectos: por sus resultados económico-financieros; por su gestión ambiental; y por su gestión social. Esto se traduce en un Balance Social, donde los hechos y las cifras deben mostrarse en azul.

superando las dificultades de comprensión de una operación compleja y de alta tecnología, mediante una relación directa y frecuente con las autoridades locales y las comunidades de la zona.

Sin embargo, y como puede entenderse, no todo es fácil, y las relaciones con las comunidades y las autoridades locales, requieren un mutuo progreso antes de convertirse en relaciones estables y perdurables. Estamos hablando de relaciones humanas, donde intermedian la subjetividad, la idiosincrasia y la legítima búsqueda del propio interés.

Por otro lado, hay que mencionar que este es un proyecto de primer nivel a escala internacional, donde concurren compañías contratistas, servicios y tecnologías impensadas para la zona. El proyecto tiene sus metas y sus plazos, y en el afán de su cumplimiento puede que algunas veces no hayamos prestado la suficiente atención a las preocupaciones de la comunidad.

Sin embargo, todos y cada uno de los temas de preocupación son materia de cuidadoso estudio y es-



tamos buscando las soluciones no solamente más justas sino las técnicamente adecuadas.

Prioridades claras

Para nuestra compañía está claro que debemos actuar en dos ámbitos, que a su vez implican conceptos y procedimientos distintos:

- ▶ Relaciones con la comunidad, que se dan, de hecho, debido a las negociaciones sobre uso de recursos naturales, como tierra, suelo, agua, así como para establecer relaciones vecinales estables y duraderas. Dentro de este ámbito hemos efectuado programas de re-ubicación y post-reubicación de algunas familias campesinas que vivían en las inmediaciones de la mina. También diversos esfuerzos para asesorar técnicamente a las comunidades en el uso de los recursos económicos que recibieron como compensación.
- ▶ Desarrollo comunitario, a través de la ejecución de programas dirigidos a facilitar el desarrollo sostenible en el tiempo de esas poblaciones, de modo independiente a la vida e impacto económico de la mina.

Creemos que con el aporte multilateral por parte del Gobierno, organismos internacionales, organizaciones no gubernamentales, instituciones cooperantes, entre otros, podemos enriquecer las soluciones y potenciar el desarrollo de estos pueblos.

Estos programas tienen una Estrategia de Implementación



Antamina se ha propuesto contribuir al desarrollo sostenible, bajo los siguientes principios:

- ▶ Evitar todo tipo de paternalismo.
- ▶ Suministrar todas las herramientas necesarias para que la comunidad por sí misma logre su desarrollo individual y colectivo.
- ▶ Convocar esfuerzos del Gobierno y de organizaciones tanto nacionales como extranjeras, a unirse en procura del desarrollo nacional.
- ▶ Complementar, y no reemplazar, las acciones y los grupos en su esfuerzo por disminuir los niveles de pobreza.
- ▶ Respetar la cultura, las costumbres y los valores de los individuos y los grupos cuyo sustento puede verse afectado por las actividades de Antamina.

Hemos diseñado unos Programas de Desarrollo Comunitario, que obedecen a los siguientes objetivos:

- ▶ Elevar la calidad de vida de las comunidades, a través de programas de mejoramiento de la calidad de los servicios educativos y de salud.
- ▶ Incrementar los niveles de producción y productividad del campo, mediante programas de capacitación técnica y de apoyo crediticio, centrados principalmente en las actividades agropecuarias y ganaderas.
- ▶ Promover la pequeña empresa, incluyendo el desarrollo de mercados para sus productos; y de la infraestructura para acceder a ellos.
- ▶ Apoyar actividades culturales y de promoción de la riqueza arqueológica de la zona, en coordinación permanente con el Instituto Nacional de Cultura.

que, entre otros puntos, consideran un compromiso de toda la organización de la Compañía para identificar oportunidades favorables para la comunidad; una transferencia de conocimientos y de tecnología a la propia población; y una política de compartir costos, inclusive con el aporte de los beneficiarios.

Esto supone un explícito reconocimiento de los roles de los diversos agentes que intervienen en la sociedad: desde el Estado, las instituciones cooperantes, hasta la comunidad, sus autoridades, y la empresa privada. Cada uno tiene una función que cumplir, y el respeto de estos roles hará que evitemos cualquier tipo de paternalismo o asistencia condicionada.

En consecuencia, Antamina no es un proyecto que se ejecuta con criterios ya superados de enclave de modernidad, sino con una estrategia de contribuir a la sostenibilidad del entorno, con visión de largo plazo y más allá de la vida útil de la mina. Nuestro Programa de Desarrollo Comunitario, que responde a nuestro Compromiso Social, busca lograr un impacto social y económico favorable para la región y para el país.

Lima Av. Alfonso Ugarte 873 ☎ 428-3460 / Callao Av. Dos de Mayo cuadra 5 ☎ 453-4101 / Los Olivos Av. Carlos Izaguirre 176 ☎ 521-6326 / Cañete Av. Dos de Mayo 640 ☎ 581-3412 / Chachapoyas Jr. Amazonas 616 ☎ (074) 77-8515 / Huaraz Av. Luzuriaga y 28 de Julio s/n ☎ (044) 72-7394 / Abancay Av. Díaz Bárceñas 100, 4° piso ☎ (084) 32-3732 / Arequipa Calle Consuelo 202 ☎ (054) 28-5972 / Ayacucho Portal Constitución 20 ☎ (064) 81-5614 / Cajamarca Jr. Cruz de Piedra 573 ☎ (044) 82-9567 / Cusco Av. El Sol s/n ☎ (084) 24-6528 / Huancavelica Jr. Torre Tagle s/n cuadra 3 ☎ (064) 75-1455 / Huánuco Calle Dámaso Beraún 675 ☎ (064) 518874 / Huacho Av. Echenique 898 ☎ 239-4868 / Ica Av. José Matías Manzanilla 706 ☎ (034) 22-7246 / Huancayo Jr. Parra del Riego 400 ☎ (064) 24-8259 / Trujillo Calle Bolívar 547, 3° piso, of. 308 ☎ (044) 22-2923 / Chiclayo Calle San José 1157 ☎ (074) 20-5211 / Iquitos Calle Putumayo 966 ☎ (094) 23-1401 / Piura Calle Lima 997 ☎ (074) 30-4417 / Puno Jr. Puno 459 ☎ (054) 36-9421 / Moyobamba Jr. Pedro Ganga 354 ☎ (094) 56-2058 / Chimbote Av. José Pardo s/n, cuadra 8, 1° piso ☎ (044) 32-1400 / Tacna Calle Inclán 138 ☎ (054) 72-8127 / Pucallpa Jr. 9 de Diciembre 336 ☎ (064) 59-1302
Depósito legal: N° 150101-95-0054 © Empresa Peruana de Servicios Editoriales S.A. Lima, 1999. Todos los derechos reservados. Ejemplares atrasados: Av. Alfonso Ugarte 873, Lima 1.

LA ULTIMA PAGINA

ROLLY VALDIVIA

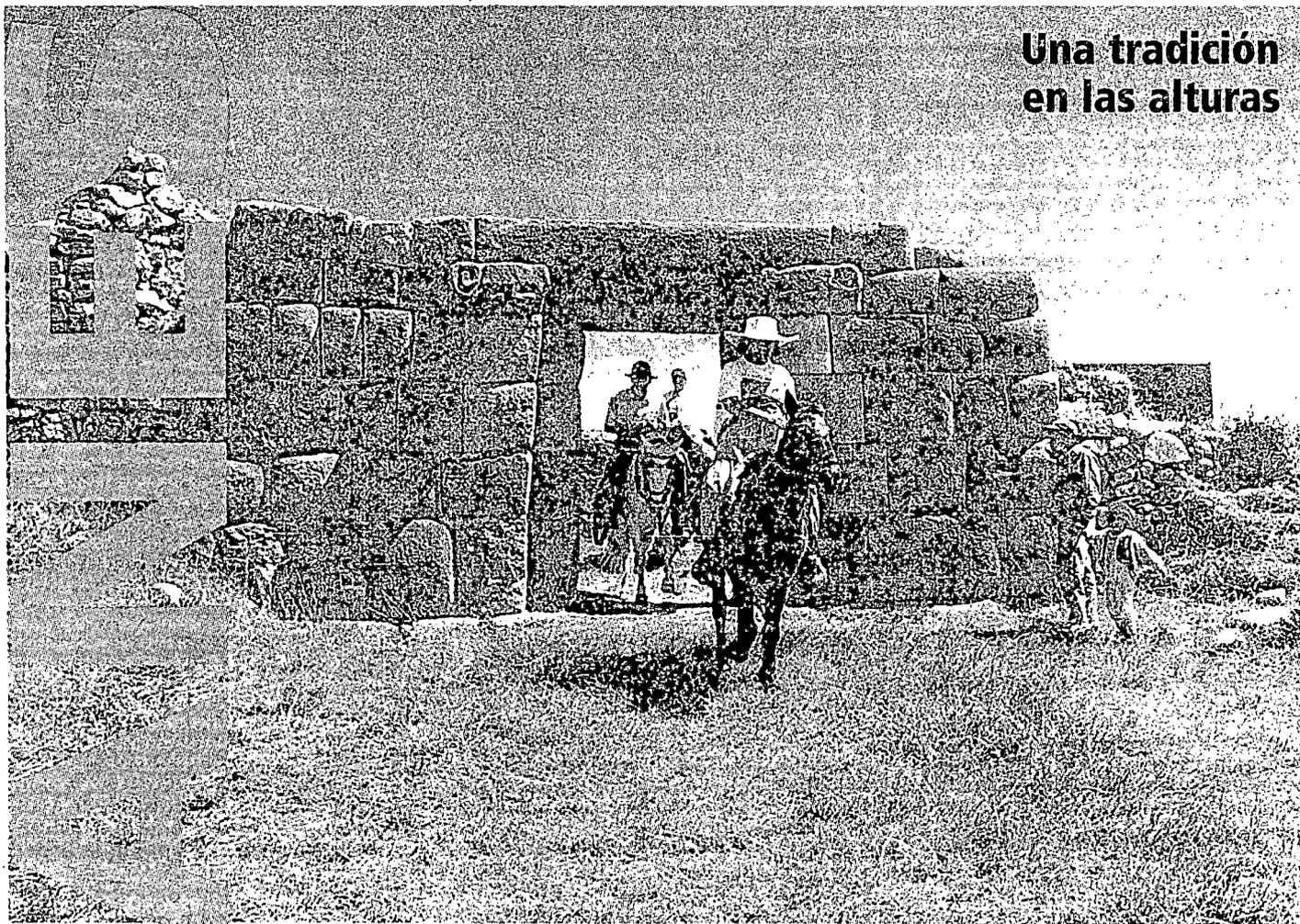
EL chalán –poncho blanco, pañuelo rojo anudado al cuello, sombrero de ala ancha– camina con paso decidido y regala sonrisas salpicadas de zalamería, a un público que no termina de aplaudir su elegancia.

Lucero –lunarcito blanco bajo un mechón negro, ojos de café tostado, silueta entre grácil y musculosa– espera algo inquieta el momento de “bailar”, porque la banda de músicos se olvidó de la pereza y comenzó a reventar sus instrumentos, en un derroche de notas musicales.

El encuentro ocurre. El chalán se apea; Lucero se encabrita; lo que sigue es un mágico despliegue de galanura y de prestancia, de quiebres y de andar exquisito, al compás de una marinera y no falta el revolotear de pañuelos.

Es como si un pedacito del norte se hubiera trasladado a Wuanuko Marka. La antigua capital del Chinchaysuyo, ubicada en la provincia de Dos de Mayo (Huánuco), es recorrida por nobles caballos

Una tradición
en las alturas



de paso, que poseen su querencia en esas tierras. “Esta es una tradición que no podemos olvidar ni matarla. La here-

DE LA CIUDA

Prodigio natural del departamento de Ancash

Chiquián,

espejito del cielo



Los nevados adornan esta región natural situada a más de 3,350 metros de altura. Al fondo el imponente nevado de Yerupajá

El hermoso departamento de Ancash está con diecinueve provincias, cada una con un valioso pasado histórico formó parte de la cultura Chavin y que en su momento logró sentar las bases de la civilización andina.

Uno de los principales atractivos turísticos de este departamento es la prodigiosa ciudad de Chiquián, capital de la provincia HUANUCO, que últimamente se ha convertido en un destino turístico alternativo al turismo ecológico y de aventura. Sus calles estrechas han sabido atraer en los últimos años a expediciones de turistas nacionales y extranjeros que se cita para escalar los nevados de la cordillera de Huayhuash, disfrutar de sus lagos cristalinos —santuarios de vida silvestre— y sus maravillosos paisajes. También el lugar brinda se acostumbra a pasar a disfrutar y practicar los deportes de aventura. Precisamente, el próximo 20 de mayo dará inicio a la celebración del "Primer Festival de Aventura Circuito de Oro de los Andes" (Eco-Aventura 99), que durará del día 23 y que congregará a los amantes de los deportes como la bicicleta montaña, parapente, canotaje, kayak, esqui en roca y otros. Se tiene registrado que hace 5 años aproximadamente, este

recorrido andino logró captar la atención de los amantes de la aventura gracias a la realización televisiva del productor Roberto Aldave —llamada "Chiquián, espejito del cielo"— quien rescató el atractivo natural de este singular pueblo de parajes idílicos.

¿Dónde está?

Chiquián está ubicada a 3350 m.s.n.m. en la vertiente occidental de la Cordillera de los Andes —a unos 270 kilómetros de Lima— y se llega solo por vía terrestre recorriendo la ruta hacia la ciudad de Huaraz hasta llegar a la laguna de Conococha (4100 m.s.n.m.). De allí se toma el desvío de carretera afirmada, 30 kilómetros a la derecha, en un viaje aproximado de siete horas.

El pueblo tiene construcciones antiguas, generalmente de adobe y yeso, y otras de material noble que han sabido darle el estilo característico de los pueblos andinos, techados con tejados rojos colocados perpendicularmente.

Toda la ciudad se encuentra rodeada de verdes colinas y extensas áreas de cultivo (maíz, papa, oca, habas, quinua, cebada y trigo) que son bañadas por las aguas del río Pativilca, el cual desemboca en el océano Pacífico.



La paz y tranquilidad que ofrecen las calles del pueblo de Chiquián es uno de los atractivos que llama la atención de numerosos turistas

La hospitalidad de este pueblo es histórica. En el año 1824, recibió la visita del Ejército Restaurador y de todo el grueso del ejército de la Confederación Peruano-Boliviana, con el general Santa Cruz a la cabeza rumbo al Callejón de Huaylas.

Atractivos Turísticos

No hay duda que el principal atractivo turístico de la zona es la cordillera de Huayhuash con sus imponentes picos nevados Rondoy, Jirishanca, Toro y el famoso Yerupajá (6634 m.s.n.m.), un verdadero reto para los andinistas peruanos y extranjeros. También cuenta con la laguna de Ja huacocha, donde se pueden pescar truchas y cazar patillos.

Otros atractivos de la ciudad son las iglesias coloniales de Huasta y Aquila; el origen data del siglo XVIII; las puyas de Raimondi en Pachapayqui y los baños termales de Yacilla.



La práctica de bicicleta de montaña es uno de los principales deportes practicados en Chiquián

¿Por qué Chiquián?

El pueblo de Chiquián se ha caracterizado por contar con habitantes alegres, amigables y sobre todo muy hospitalarios que en su mayoría se dedican a la agricultura y a la ganadería. Además, los chiquiános son bastante conocidos por su producción quesera y sus peines de cuero y toro.

Por otro lado, existen varias versiones sobre el origen de la palabra Chiquián. Algunos coinciden en que proviene del nombre de una laguna que antiguamente existía en el lugar: "Zegiancocha" y donde hoy se levanta la ciudad, y otra versión dice que proviene del sonido onomatopéyico que provoca una de las avesillas que abundan en la zona, llamada "Chiquia", cuyo canto, "chic, chic", anuncia algo agradable, como la llegada de un visitante o alguna carta trayendo alguna buena nueva. Esta última es sin duda la más aceptada por los propios chiquiános que, dueños de una tradición de hospitalidad, en el año de 1939 recibieron por el Congreso de la República el título de "incontrastable y generosa Villa".

Una de las creencias populares afirma que las personas que beben de las transparentes aguas de las cascadas de Usgoi que nacen en el nevado de Tucú— tienen mucho éxito en el amor.

El pueblo de Chiquián también conserva una profunda tradición religiosa. Tiene como patrona a Santa Rosa a la cual se recuerda en el calendario festivo el 30 de agosto, pero en Chiquián las celebraciones empiezan el 28. Las festividades duran aproximadamente 15 días y no faltan los platos típicos como el loero de cuy, la pachamanca, el chinguirito (licor de la zona) que son acompañados de alegres comparsas.

Si ya se animó a disfrutar de los encantos naturales de nuestros pueblos andinos, aventúrese a conocer Chiquián, lugar en el que bien ha recibido la denominación de "espejito del cielo".

Juan Pablo Chirto

Agenda de Aventura

CORDILLERA

Visita a las ruinas de "Cerro de Oro" en el distrito de San Luis de la provincia de Cañete. Salida el domingo 16 de mayo a las 7:30 a.m. Costo \$/. 16. Informes a los teléfonos: 420-1822 y 942-8063

CLUB DE ECOTURISMO Y AVENTURA VIDA

Visita a los baños de Chilca y Az-

piña. Salida el 23 de mayo. Costo \$/55. Incluye transporte, guía y almuerzo. Informes a los teléfonos 423-3329 / 860-2746

TARPUY

Visita a la Bahía de Paracas. Salida el domingo 16 de mayo. Excursión de un día. Costo \$/40. Informes a los teléfonos: 578-0330 / 991-4930

ANEXO V

E. FLUJO TURISTICO EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE

18.13 FLUJO TURISTICO NACIONAL Y EXTRANJERO EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE, 1994 - 2000

Variable	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Arribo							
Total	7 779 831	8 418 279	8 680 934	8 811 555	9 254 775	10 063 234	10 569 629
Nacional	7 089 737	7 544 436	7 657 977	7 749 568	8 134 348	8 706 263	9 156 943
Extranjero	690 094	873 843	1 022 957	1 061 987	1 120 427	1 356 971	1 412 686
Pernoctación							
Total	11 198 375	12 052 221	12 164 757	12 425 282	13 137 585	14 219 513	14 530 249
Nacional	9 611 405	10 165 706	10 129 890	10 326 141	10 964 408	11 516 157	11 828 356
Extranjero	1 586 970	1 886 515	2 034 867	2 099 141	2 173 177	2 703 356	2 701 893
Permanencia Promedio							
			(Días por persona)				
Total	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4
Nacional	1,4	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3
Extranjero	2,3	2,2	2,0	2,0	1,9	2,0	1,9

Nota: Hasta el año 1995 se utilizó una muestra de establecimientos en todas sus categorías (1 a 5 estrellas). A partir de 1996 la encuesta se aplica censalmente a los establecimientos 3, 4 y 5 estrellas, y a una muestra para los establecimientos de 1 y 2 estrellas.

Fuente: Ministerio de Industria Turismo Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales (MITINCI) Oficina de Desarrollo y Facilitación Turística

18.14 ARRIBO DEL TURISTA NACIONAL Y EXTRANJERO A LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE, SEGÚN DEPARTAMENTOS, 1999-2000

Departamento	1999			2000		
	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero
T total	10 063 234	8 706 263	1 356 971	10 569 629	9 156 943	1 412 686
Amazonas	84 864	83 198	1 666	61 157	59 745	1 412
Ancash	277 020	254 915	22 105	296 264	275 049	21 215
Apurímac	104 731	103 504	-1 227	107 802	106 136	-1 666
Arequipa	271 248	194 901	76 347	345 822	264 628	81 194
Ayacucho	99 379	93 456	5 923	103 766	99 484	4 282
Cajamarca	151 605	144 944	6 661	162 608	155 860	6 748
Cusco	562 419	232 070	330 349	579 694	218 483	361 211
Huancavelica	37 629	36 845	784	38 104	37 425	679
Huánuco	191 202	190 317	885	197 153	196 398	755
Ica	344 060	271 732	72 328	335 847	259 636	76 211
Junín	470 037	467 038	2 999	411 469	407 926	3 543
La Libertad	587 730	556 639	31 091	487 705	460 190	27 515
Lambayeque	439 295	420 482	18 813	453 105	435 851	17 254
Lima	5 086 763	4 508 618	578 145	5 650 654	5 059 175	591 479
Loreto	115 881	76 145	39 736	103 039	71 998	31 041
Madre de Dios	104 076	78 979	25 097	95 927	66 732	29 195
Moquegua	82 283	78 806	3 477	73 307	68 013	5 294
Pasco	70 421	69 998	423	71 120	70 795	325
Piura	237 066	225 390	11 676	245 530	236 256	9 274
Puno	222 655	135 388	87 267	237 643	143 451	94 192
San Martín	211 675	208 586	3 089	197 901	194 358	3 543
Tacna	198 761	169 322	29 439	199 914	162 508	37 406
Tumbes	62 167	56 995	5 172	54 495	49 443	5 052
Ucayali	50 267	47 995	2 272	59 603	57 403	2 200

Fuente: Ministerio de Industria Turismo Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales (MITINCI) Oficina de Desarrollo y Facilitación Turística

18.16 ARRIBOS Y PERNOCTACIONES DE EXTRANJEROS EN ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE, SEGUN NACIONALIDAD, 1999 - 2000

Nacionalidad	1999			2000		
	Arribos	Pernoctación	Permanencia	Arribos	Pernoctación	Permanencia
	Promedio			Promedio		
Total	1 356 971	2 703 356	2,0	1 412 686	2 701 893	1,9
Argentina	48 454	104 045	2,1	46 606	99 957	2,1
Alemania	81 895	156 733	1,9	94 850	175 922	1,9
Bolivia	14 946	29 463	2,0	15 134	31 865	2,1
Brasil	32 310	74 791	2,3	29 260	64 633	2,2
Canadá	37 597	78 991	2,1	40 131	82 814	2,1
Centro América	15 891	37 619	2,4	17 341	34 592	2,0
Colombia	31 721	78 004	2,5	34 212	78 217	2,3
Chile	82 226	157 718	1,9	87 822	162 377	1,8
Ecuador	21 906	47 728	2,2	24 454	44 682	1,8
Estados Unidos	329 850	657 317	2,0	333 384	642 879	1,9
España	75 941	158 762	2,1	62 210	125 735	2,0
Francia	97 627	178 233	1,8	120 275	207 553	1,7
Italia	58 977	106 946	1,8	53 693	100 020	1,9
Japón	59 072	121 159	2,1	67 617	130 829	1,9
México	24 190	57 876	2,4	23 425	51 634	2,2
Venezuela	16 440	38 620	2,3	19 673	36 932	1,9
Otros	327 928	619 351	1,9	342 599	631 252	1,8

Nota: Permanencia Promedio: Pernoctaciones por arribo.

Fuente: Ministerio de Industria Turismo Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales (MITINCI)
Oficina de Desarrollo y Facilitación Turística.

18.17 PERNOCTACION DEL TURISTA NACIONAL Y EXTRANJERO EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE, SEGUN DEPARTAMENTO, 1999-2000

Departamento	1999			2000		
	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero
Total	14 219 513	11 516 157	2 703 356	14 530 249	11 828 356	2 701 893
Amazonas	107 691	105 473	2 218	71 669	70 124	1 545
Ancash	392 460	358 179	34 281	454 864	410 825	44 039
Apurímac	125 618	124 142	1 476	145 612	143 038	2 574
Arequipa	357 722	240 146	117 576	446 264	319 266	126 998
Ayacucho	168 766	156 967	11 799	161 377	151 317	10 060
Cajamarca	251 979	236 995	14 984	249 079	229 418	19 661
Cusco	1 034 759	357 812	676 947	1 082 114	344 849	737 265
Huancavelica	48 450	47 396	1 054	50 154	49 163	991
Huánuco	269 788	267 204	2 584	266 665	264 903	1 762
Ica	481 678	389 593	92 085	448 666	354 559	94 107
Junín	597 797	593 167	4 630	538 474	532 912	5 562
La Libertad	790 623	729 879	60 744	643 581	592 827	50 754
Lambayeque	663 947	623 308	40 639	641 361	611 696	29 665
Lima y Callao	6 751 577	5 475 042	1 276 535	7 255 619	6 054 369	1 201 250
Loreto	282 558	194 476	88 082	199 859	138 401	61 458
Madre de Dios	179 615	127 803	51 812	183 227	127 533	55 694
Moquegua	127 103	118 841	8 262	111 410	96 238	15 172
Pasco	93 533	92 791	742	89 698	89 080	618
Piura	357 403	335 210	22 193	355 606	337 919	17 687
Puno	308 204	179 175	129 029	336 595	189 130	147 465
San Martín	321 532	314 116	7 416	308 471	300 082	8 389
Tacna	313 544	270 269	43 275	295 180	240 879	54 301
Tumbes	92 025	83 085	8 940	74 349	67 464	6 885
Ucayali	101 141	95 088	6 053	120 355	112 364	7 991

Fuente: Ministerio de Industria Turismo Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales (MITINCI)
Oficina de Desarrollo y Facilitación Turística.

DESTINO ANCASH

ANCASH 1999: Principales Indicadores de la Capacidad de Alojamiento según Meses y Categorías de los Establecimientos de Hospedaje

MES Y CATEGORIA	NUMERO DE ARRIBOS			NUMERO DE PERNOCTACIONES			DIAS PROMEDIO DE PERMANENCIA			TASA NETA DE OCUPACION	
	TOTAL	3 ESTRELLAS	2 ESTRELLAS	TOTAL	3 ESTRELLAS	2 ESTRELLAS	TOTAL	3 ESTRELLAS	2 ESTRELLAS	DE HABITACIONES	DE PLAZAS-CAMAS
ENERO	21,385	20,128	1,257	29,900	28,083	1,817	1.40	1.40	1.45	15.80	10.97
3 ESTRELLAS	3,931	3,448	482	7,467	6,829	638	1.80	1.92	1.74	17.13	15.47
2 ESTRELLAS	5,802	5,631	171	8,418	8,191	227	1.45	1.45	1.33	15.31	11.19
1 ESTRELLA	9,440	8,990	450	10,840	10,309	531	1.15	1.15	1.16	16.49	11.08
SIN CATEGORIA	2,212	2,058	154	3,181	2,954	227	1.44	1.44	1.47	13.44	8.21
FEBRERO	19,017	18,296	721	28,963	25,892	1,101	1.42	1.41	1.53	16.40	10.95
3 ESTRELLAS	3,566	3,161	405	7,206	6,549	657	2.02	2.07	1.62	21.06	16.70
2 ESTRELLAS	5,508	5,412	96	7,607	7,485	122	1.38	1.38	1.77	16.87	11.17
1 ESTRELLA	8,012	7,888	124	9,344	9,179	165	1.17	1.18	1.33	15.29	10.57
SIN CATEGORIA	1,931	1,835	96	2,806	2,649	157	1.45	1.44	1.64	13.28	6.06
MARZO	19,023	18,300	723	26,660	25,597	1,063	1.40	1.40	1.47	15.38	8.80
3 ESTRELLAS	3,603	3,313	290	6,230	5,647	583	1.69	1.70	1.58	18.34	13.02
2 ESTRELLAS	5,254	5,190	64	7,589	7,507	82	1.44	1.45	1.28	15.40	10.15
1 ESTRELLA	7,822	7,847	175	9,249	9,051	198	1.18	1.18	1.13	14.62	9.42
SIN CATEGORIA	2,264	2,150	114	3,592	3,392	200	1.59	1.58	1.75	13.94	7.03
ABRIL	22,484	21,443	1,041	32,845	31,039	1,806	1.45	1.45	1.54	16.93	12.14
3 ESTRELLAS	4,533	3,935	598	8,589	7,601	988	1.89	1.93	1.65	18.63	18.05
2 ESTRELLAS	6,392	6,271	121	9,400	9,237	172	1.47	1.47	1.42	16.64	13.06
1 ESTRELLA	9,312	9,110	202	11,104	10,891	213	1.19	1.20	1.05	17.03	11.21
SIN CATEGORIA	2,247	2,127	120	3,543	3,310	233	1.58	1.56	1.94	15.28	7.06
MAYO	22,387	20,909	1,478	30,483	28,318	2,174	1.36	1.35	1.47	16.64	10.95
3 ESTRELLAS	4,419	3,767	652	7,823	6,878	945	1.77	1.83	1.45	19.18	16.03
2 ESTRELLAS	6,272	6,080	192	7,697	7,386	306	1.23	1.21	1.59	16.62	10.42
1 ESTRELLA	8,751	8,345	408	10,099	9,624	475	1.15	1.15	1.17	14.61	9.77
SIN CATEGORIA	2,945	2,717	228	4,879	4,431	448	1.66	1.63	1.98	19.19	9.28
JUNIO	24,456	22,104	2,352	34,158	30,597	3,561	1.40	1.38	1.51	18.31	12.53
3 ESTRELLAS	5,163	4,070	1,093	8,880	7,221	1,669	1.72	1.77	1.53	20.83	17.69
2 ESTRELLAS	6,821	6,501	317	9,312	8,731	581	1.37	1.34	1.83	18.54	12.87
1 ESTRELLA	9,384	8,709	675	10,736	9,866	770	1.14	1.14	1.14	16.11	10.67
SIN CATEGORIA	3,088	2,821	267	5,220	4,678	541	1.69	1.66	2.03	20.81	10.58
JULIO	26,978	23,922	3,056	40,509	35,485	5,024	1.50	1.48	1.64	19.18	14.52
3 ESTRELLAS	6,387	4,997	1,390	11,143	8,820	2,323	1.74	1.73	1.82	22.46	21.48
2 ESTRELLAS	7,026	6,525	501	11,632	10,753	879	1.66	1.65	1.75	18.44	15.63
1 ESTRELLA	10,420	9,659	761	12,337	11,448	889	1.18	1.19	1.17	18.41	12.09
SIN CATEGORIA	3,145	2,741	404	5,397	4,664	733	1.72	1.70	1.81	18.49	10.67
AGOSTO	25,784	22,997	2,787	36,912	31,220	5,692	1.43	1.41	1.54	18.78	13.59
3 ESTRELLAS	6,159	4,503	1,656	11,359	8,322	3,037	1.84	1.85	1.83	22.70	22.87
2 ESTRELLAS	5,789	6,139	650	10,203	9,174	1,029	1.50	1.49	1.58	15.19	13.70
1 ESTRELLA	9,098	8,446	652	10,871	10,044	827	1.19	1.19	1.27	15.74	11.19
SIN CATEGORIA	3,738	3,004	734	4,479	3,680	799	1.20	1.23	1.09	15.43	8.91
SEPTIEMBRE	22,342	20,454	1,888	30,626	27,974	2,652	1.37	1.37	1.40	16.23	11.58
3 ESTRELLAS	4,593	3,768	825	8,097	6,833	1,264	1.76	1.81	1.53	21.35	16.86
2 ESTRELLAS	6,385	6,107	278	8,899	8,496	403	1.40	1.39	1.56	15.88	12.22
1 ESTRELLA	8,710	7,753	957	9,900	9,301	599	1.21	1.20	1.31	15.04	10.47
SIN CATEGORIA	3,174	2,826	348	3,730	3,344	386	1.16	1.18	1.11	14.02	7.62
OCTUBRE	26,209	24,308	1,901	36,546	33,428	3,118	1.39	1.38	1.64	15.32	13.24
3 ESTRELLAS	5,071	4,253	818	9,297	7,534	1,763	1.83	1.77	2.16	19.90	18.71
2 ESTRELLAS	6,932	6,708	224	9,515	9,165	350	1.37	1.37	1.56	15.09	12.73
1 ESTRELLA	8,988	8,656	332	11,688	11,269	419	1.30	1.30	1.26	14.00	12.33
SIN CATEGORIA	5,218	4,691	527	6,046	5,480	566	1.16	1.16	1.11	13.95	11.04
NOVIEMBRE	22,883	21,225	1,658	32,036	29,778	2,258	1.41	1.40	1.57	17.18	12.01
3 ESTRELLAS	3,786	3,202	584	7,335	6,318	1,017	1.94	1.97	1.74	17.88	15.27
2 ESTRELLAS	6,411	6,203	208	9,274	8,727	547	1.44	1.41	2.39	15.21	12.52
1 ESTRELLA	8,397	8,175	222	10,634	10,349	285	1.22	1.22	1.28	16.16	11.61
SIN CATEGORIA	4,069	3,645	424	4,843	4,384	459	1.19	1.20	1.08	21.76	9.06
DICIEMBRE	24,292	21,734	2,558	35,006	30,797	4,209	1.44	1.42	1.65	15.76	12.68
3 ESTRELLAS	3,976	3,400	576	7,615	6,531	984	1.94	1.95	1.90	18.95	15.34
2 ESTRELLAS	7,267	6,957	310	11,169	10,420	749	1.54	1.50	2.42	16.58	14.60
1 ESTRELLA	9,103	8,262	841	11,205	9,981	1,244	1.23	1.21	1.48	16.10	11.98
SIN CATEGORIA	3,946	3,106	890	5,017	3,785	1,232	1.26	1.22	1.38	12.67	8.91
ACUMULADO	277,020	254,915	22,105	392,460	358,179	34,281	1.42	1.41	1.55	16.89	12.27
3 ESTRELLAS	55,217	45,827	9,390	101,051	84,783	16,268	1.83	1.85	1.73	20.00	17.58
2 ESTRELLAS	78,839	73,727	3,112	110,669	105,272	5,397	1.44	1.43	1.73	16.53	12.70
1 ESTRELLA	108,937	101,640	5,297	128,007	121,392	6,615	1.20	1.19	1.25	16.03	11.18
SIN CATEGORIA	38,027	33,721	4,308	52,733	46,737	6,001	1.39	1.39	1.39	16.25	8.69

Fuente: Encuesta Mensual de Establecimientos de Hospedaje
CERITUR/2000/03/01
Elaboración: CANATUR



ZONA SIERRA DE ANCASH Movimiento de Viajeros y Ocupación de Hospedajes: 1988 - 99

ANOS	ARRIBOS			PERNOCTACION			CAPACIDAD INSTALADA		
	NACIONAL	EXTRANJ.	TOTAL	NACIONAL	EXTRANJ.	TOTAL	ESTABL.	HABITAC.	PLAZAS
1988	98 845	14.535	114.380	124.782	28.457	153.239		1.579	3.220
1989	66 155	5.870	72.025	86.274	12.386	99.180		1.700	3.621
1990	63.455	2.915	66.370	86.460	6.048	92.508		1.795	3.651
1991	46 339	2.148	48 987	58.823	3.949	62.772		1.795	3.651
1992	47 887	1.694	49.561	60.971	3.181	64.152		1.634	3.173
1993	72.297	3.083	75.360	96.108	5.953	102.061		1.738	3.651
1994	86 068	6.135	92.203	115.418	9.545	124.963		1.776	3.680
1995	86 772	10.596	97.368	127.652	19.682	147.344		1.359	3.718
1996	100.924	15.117	116.041	159.510	27.389	187.499		2.216	4.780
1997	110.118	13.608	123.726	154.823	17.899	172.722		2.955	4.463
1998	114.305	17.743	132.048	180.650	25.363	206.013	174	2.824	5.827
1999	125.478	19.943	145.421	192.338	30.523	222.861	174	2.624	5.827

ANOS	N. DE EMPLEO.	HABITAC. OCUPADAS	TN OCUPACION		PROM. PERMANENCIA		
			HABIT.	CAMAS	NAC.	EXTR.	TOTAL
1988		72.742	12.62	13.04	1.25	1.96	1.34
1989		55.539	8.95	7.50	1.30	2.20	1.38
1990		51.127	7.80	6.94	1.36	2.07	1.35
1991		37.814	5.77	4.71	1.26	1.34	1.26
1992		38.427	6.44	5.54	1.27	1.88	1.29
1993		57.724	9.10	7.87	1.33	1.94	1.36
1994		74.660	11.50	9.35	1.34	1.96	1.36
1995		81.532	12.02	10.86	1.47	1.86	1.51
1996		92.281	11.41	10.75	1.58	1.84	1.62
1997		104.410	9.68	10.60	1.41	1.32	1.40
1998	416	118.327	15.49	9.69	1.53	1.43	1.56
1999	416	162.508	16.97	10.48	1.53	1.53	1.53

Fuente: DRITINCI ANCASHWLM
Elaboración: CANATUR

Nivel de satisfacción de los turistas que visitan Huaraz

La Organización Mundial de Turismo (OMT) considera turista a la persona que viaja por un periodo no mayor a 12 meses, a un país distinto de aquél en donde vive habitualmente que no sea parte de su entorno habitual y cuyo motivo principal de la visita no es ejercer una actividad remunerada.

Arribos totales a establecimientos de hospedaje - Departamento de Ancash

Años	Total	Nacionales	Extranjeros
1994	231.329	225.194	6.135
1995	235.291	225.086	10.205
1996	255.879	239.416	16.463
1997	295.208	279.344	15.864
1998	303.586	283.724	19.862
1999	277.020	254.915	22.105

El presente estudio se realizó durante los últimos días del mes de julio y los primeros días de agosto de 1999 (del 29 de julio al 02 de agosto). Se realizaron 409 encuestas, entrevistando a aquellas personas que habi permanecido por lo menos 2 noches en la ciudad de Huaraz. Los principales resultados se detallan a continuación.

Fuente: MITINCI/SG/OGIER - Oficina de Estadística
Elaboración: PromPerú

• Motivo principal del viaje

El motivo principal de viaje de los visitantes que van a Huaraz es el turismo (89%), esto se da en mayor proporción en los turistas extranjeros (98%). Cabe mencionar que en segundo lugar, aunque con bastante distancia, se encuentra la visita a amigos y familiares (9%), destacando dentro de este grupo los turistas nacionales con 10% frente al 1% de los turistas extranjeros.

Motivo	%
Turismo	89
Visita a amigos/familiares	9
Negocios	1
Otros	1

Base: Total de entrevistados
Fuente: PromPerú/Nivel de Satisfacción de los Turistas 1999

Fuentes	%
Amigos o familiares	76
Guías Turísticas	14
Artículos en revistas/periódicos	10
Folleto	10
Publicidad o documental en TV	7
Agencias de viajes	7
Visita anterior / uno mismo	6
Internet	4
Otros	2

Opción Múltiple
Base: Total de entrevistados
Fuente: PromPerú/Nivel de Satisfacción de los Turistas 1999

• Fuentes de información usados para planear el viaje

Los amigos o familiares fueron la principal fuente de información utilizada para planear el viaje (76%), siendo más utilizada por los turistas nacionales (77%) que por los extranjeros (59%). Ocupando el segundo lugar estuvieron las guías turísticas (14%).

Cabe mencionar que en el caso de los turistas extranjeros los folletos (24%), artículos en revistas y/o periódicos (21%) y el internet (27%) fueron las principales fuentes de información utilizadas.

• Medio de transporte utilizado

La totalidad de los turistas que visitan Huaraz utilizaron el transporte terrestre (100%) para viajar a esta ciudad, destacando dentro de este medio de transporte el uso de buses interprovinciales (47%).

Medio de transporte	%
Terrestre	100
- Bus interprovincial	47
- Autobus de turismo	28
- Auto propio	21
- Vehículo alquilado	2
Otros	2

Base: Total de entrevistados
Fuente: PromPerú/Nivel de Satisfacción de los Turistas 1999

Lugar donde contrataron la agencia	%
En Huaraz	94
En Lima	9
En otra ciudad del Perú	1
Fuera del Perú	1

• Uso de agencia de viajes

El 53% de los entrevistados prefiere contratar los servicios de una agencia de viajes para conocer Huaraz. Cabe destacar que el mayor porcentaje de turistas que contrataron una agencia de viajes corresponde a los turistas nacionales con 54%, frente al 32% de los turistas extranjeros.

Asimismo, del grupo de turistas que contrató una agencia, el 94% lo hizo en la misma ciudad de Huaraz, 9% en Lima y solamente un 1% fuera del Perú. Tanto extranjeros como nacionales prefirieron contratar los servicios de un agencia de viajes en la misma ciudad de Huaraz (95% y 84% respectivamente).

• Calificación de los servicios de la agencia en Huaraz

(Para evaluar esta pregunta se utilizó una escala del 1 al 5, donde 1 es pésimo y 5 excelente)

Los turistas calificaron el servicio brindado por la agencia en esa ciudad con un promedio de 3.5 puntos, es decir entre regular y bueno.

Calificación	%
Excelente	9
Bueno	49
Regular	31
Malo	8
Pésimo	3

Los entrevistados que calificaron el servicio de la agencia de viajes como excelente/bueno, destacaron dentro de sus comentarios positivos el buen trato y atención de las agencias (33%). En cuanto a los entrevistados que calificaron el servicio brindado como regular, destacaron la impuntualidad (48%), la mala organización (14%) y la mala atención (12%).

• Acompañantes del viaje y Tamaño de grupo

Un considerable número de turistas que viajan a Huaraz (48%) lo hacen acompañados de amigos y/o parientes, destacando dentro de este grupo los turistas extranjeros (60%). Por otro lado, un 24% de entrevistados viaja con grupo familiar directo (padres e hijos), destacando el grupo de turistas nacionales (25%) frente al grupo de turistas extranjeros (7%). El número promedio del grupo es de 5 personas.

• Permanencia en las ciudades de Huaraz

El promedio de permanencia de los visitantes a la ciudades de Huaraz es de 5 noches. Los entrevistados de nacionalidad peruana permanecen un promedio de 5 noches, mientras que los extranjeros permanecen un promedio de 9 noches.

• Lugares Turísticos visitados

Lugares Turísticos	%
Ciudades / Pueblos	96
Yungay	75
Caraz	74
Carhuaz	66
Monterrey	64
Recuy	43
Chiquián ✓	6
Chancos	2
Tingua	1
Marcara	1
Tarica	1
Otras ciudades / pueblos	4
Áreas naturales / paisajes	91
Parque Nacional Huascarán	89
Callejón de Conchucos	12
Cañón del Pato	11
Cordillera Huaywash	0
Otras áreas naturales	4
Sitios arqueológicos	54
Chavin de Huantar	39
Wilkahuain	16
Warllac	4
Guilarrero	0
Otros sitios arqueológicos	0
Iglesias y Conventos	39
Templo del Señor de la Soledad	37
Templo de Belén	1
Santuario de la Virgen de las Mercedes	1
San Antonio	1
San Sebastián	0
Otras iglesias / conventos	1
Otros	93
Plaza de Armas	93
Museo Regional	41
Feria	1
Mirador de Requena	1
Piscicultura	0
Otros general	2

2015 Total		20,000,000	29,213,354	100%	10,084,514	22,679,999	100%	30,084,514	51,893,353	100%
Norte	Sub-total	8,531,908	13,428,682	46.0%	1,792,729	3,495,392	15.4%	10,324,637	16,924,074	32.6%
	Amazonas	299,017	332,939	1.1%	10,008	13,311	0.1%	309,028	336,250	0.6%
	Lambayeque	802,097	1,018,663	3.5%	239,916	357,475	1.6%	1,042,013	1,376,138	2.7%
	La Libertad	3,363,096	5,380,957	18.4%	669,963	1,487,317	6.6%	4,033,061	6,868,274	13.2%
	Cajamarca	794,660	1,080,737	3.7%	45,613	85,752	0.4%	840,272	1,166,489	2.2%
	Tumbes	500,227	815,369	2.8%	50,568	78,866	0.3%	550,794	894,255	1.7%
	Piura	937,650	1,537,746	5.3%	62,733	104,764	0.5%	1,000,383	1,642,510	3.2%
	Ancash	970,464	1,824,472	6.2%	171,395	378,784	1.7%	1,141,859	2,203,258	4.2%
	Loreto	516,012	970,103	3.3%	536,019	975,554	4.3%	1,052,031	1,945,657	3.7%
	San Martín	348,683	477,696	1.6%	6,514	13,549	0.1%	355,197	491,245	0.9%
Lima	Sub-total	7,538,765	9,531,782	32.6%	3,641,478	9,925,458	43.8%	11,180,243	19,457,238	37.5%
	Lima	5,838,633	7,123,131	24.4%	3,585,551	9,824,411	43.3%	9,424,184	16,947,542	32.7%
	Junín	765,581	954,632	3.3%	25,375	44,913	0.2%	790,956	1,009,545	1.9%
	Pasco	202,207	281,059	1.0%	2,534	2,965	0.0%	204,735	284,024	0.5%
	Ucayali	191,087	355,421	1.2%	18,694	34,397	0.2%	203,791	389,818	0.8%
	Huanuco	479,011	718,515	2.5%	5,452	14,566	0.1%	484,463	733,182	1.4%
	Huancavelica	62,253	89,022	0.3%	3,872	4,104	0.0%	66,125	93,129	0.2%
Sur	Sub-total	3,929,327	6,252,890	21.4%	4,650,307	9,259,151	40.8%	8,579,634	15,512,041	29.9%
	Ica	589,325	1,040,581	3.6%	613,279	815,661	3.6%	1,302,604	1,856,542	3.6%
	Arequipa	745,693	1,222,937	4.2%	629,826	1,165,178	5.1%	1,375,519	2,388,115	4.6%
	Puno	390,672	734,463	2.5%	839,134	1,854,487	8.2%	1,229,806	2,588,950	5.0%
	Cusco	935,064	1,449,349	5.0%	2,137,438	4,723,734	20.8%	3,072,500	6,173,083	11.9%
	Madre de Dios	259,189	443,211	1.5%	71,367	146,302	0.6%	330,555	589,513	1.1%
	Moquegua	244,574	379,089	1.3%	24,094	44,815	0.2%	268,668	423,904	0.8%
	Tacna	278,032	403,146	1.4%	300,855	445,265	2.0%	578,987	848,411	1.6%
	Apurímac	180,109	239,540	0.8%	5,602	8,291	0.0%	185,711	238,831	0.5%
	Ayacucho	206,671	349,274	1.2%	28,714	55,418	0.2%	235,385	404,692	0.8%

Nota: Cifras para 1997 son cifras reales.
Fuente: MITINCI, Equipo de Estudio de JICA

Plan Maestro de Desarrollo Turístico Nacional en la República del Perú

Año	Sub total	ANÁLISIS DE TURISMO NACIONAL		ANÁLISIS DE TURISMO INTERNACIONAL		TOTAL (MILLONES)				
		Valor	%	Valor	%	Valor	%	Valor	%	
2005	Sub total	1,389,711	2,184,638	20.3%	444,324	865,844	35.9%	1,834,035	3,070,482	23.2%
	Ica	306,656	463,051	4.3%	59,032	78,513	3.2%	365,688	541,563	4.1%
	Arequipa	234,197	384,083	3.6%	59,191	109,503	4.4%	293,388	493,586	3.7%
	Puno	130,300	244,964	2.3%	64,801	143,210	5.8%	195,101	388,174	2.9%
	Cusco	248,963	385,893	3.6%	218,752	483,442	19.6%	467,715	869,335	6.6%
	Madre de Dios	77,102	131,844	1.2%	10,732	22,001	0.9%	87,834	153,845	1.2%
	Moquegua	83,907	130,056	1.2%	2,570	4,780	0.2%	86,477	134,836	1.0%
	Tarma	145,251	210,514	2.0%	26,083	38,503	1.6%	171,334	249,217	1.9%
	Arequipa	102,202	130,819	1.2%	694	1,027	0.0%	102,896	131,846	1.0%
	Ayacucho	61,133	103,315	1.0%	2,469	4,765	0.2%	63,602	108,080	0.8%
2005 Total	11,500,000	16,603,747	100%	4,857,645	10,920,000	100%	16,357,644	27,523,747	100%	
Sur	Sub total	4,523,865	7,080,907	42.6%	869,895	1,693,186	15.5%	5,393,758	8,774,093	31.9%
	Amazonas	149,793	161,776	1.0%	4,849	6,450	0.1%	154,642	168,226	0.6%
	Lambayeque	489,243	621,339	3.7%	115,210	171,663	1.6%	604,453	793,002	2.9%
	La Libertad	1,543,701	2,469,921	14.9%	318,398	706,822	6.5%	1,862,089	3,176,743	11.5%
	Capuray	417,217	567,415	3.4%	21,304	40,051	0.4%	438,521	607,466	2.2%
	Tumbes	298,810	487,061	2.9%	24,917	38,870	0.4%	323,727	525,931	1.9%
	Piura	498,968	818,308	4.9%	33,829	56,494	0.5%	532,797	874,802	3.2%
	Ancash	518,505	974,789	5.9%	82,364	183,351	1.7%	601,469	1,158,140	4.2%
	Toronto	289,898	545,004	3.3%	264,816	481,964	4.4%	554,711	1,026,969	3.7%
	San Martín	317,732	435,293	2.6%	3,617	7,522	0.1%	321,349	442,815	1.6%
Cajamarca	Sub total	4,786,014	6,045,955	36.4%	1,749,062	4,757,467	43.7%	6,535,075	10,813,421	39.3%
	Tarma	3,714,810	4,532,068	27.3%	1,722,399	4,719,372	43.2%	5,437,208	9,251,440	33.6%
	Junín	512,483	645,729	3.9%	12,270	21,717	0.2%	524,753	667,446	2.4%
	Pasco	117,778	163,711	1.0%	1,212	1,418	0.0%	118,990	165,129	0.6%
	Huancabamba	127,017	236,251	1.4%	8,807	16,205	0.1%	135,824	252,456	0.9%
	Huancayo	275,446	413,169	2.5%	2,526	5,795	0.1%	277,972	419,964	1.5%
	Huancavelica	38,480	55,027	0.3%	1,249	1,960	0.0%	40,329	56,987	0.2%
	Sub total	2,190,121	3,476,886	20.9%	2,238,690	4,459,347	40.9%	4,428,811	7,936,233	28.8%
Sur	Ica	413,616	524,560	3.8%	295,544	393,974	3.5%	709,160	1,017,534	3.7%
	Arequipa	442,146	725,119	4.4%	294,420	544,677	5.0%	736,566	1,269,796	4.6%
	Puno	215,562	405,255	2.4%	420,230	928,709	8.5%	635,792	1,333,965	4.8%
	Cusco	515,057	799,338	4.8%	1,019,329	2,252,718	20.5%	1,534,386	3,051,056	11.1%
	Madre de Dios	124,898	213,575	1.3%	35,405	72,581	0.7%	160,304	286,157	1.0%
	Moquegua	127,254	197,243	1.2%	11,404	21,212	0.2%	138,658	218,455	0.8%
	Tarma	138,647	201,036	1.2%	146,085	216,205	2.0%	284,732	417,244	1.5%
	Arequipa	117,356	150,215	0.9%	2,742	4,059	0.0%	120,098	154,274	0.5%
	Ayacucho	95,566	161,540	1.0%	13,530	25,112	0.2%	109,116	187,652	0.7%

ANEXOS :

- Anexo 1 .- Turismo fundamental y desarrollo.
- Anexo 2 .- Manual de Importancia e Impacto del Turismo en el Perú.
- Anexo 3 .- Perfil del Turista Extranjero.
- Anexo 4 .- Todas las encuestas.
- Anexo 5 .- Plan Maestro de desarrollo del turismo.