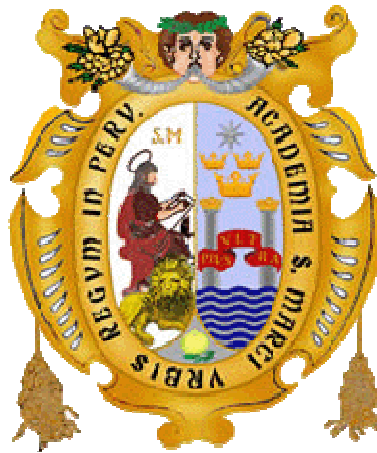


**UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS  
(Universidad del Perú, Decana de América)**

**FACULTAD DE INGENIERÍA GEOLÓGICA, MINERA,  
METALÚRGICA Y GEOGRÁFICA**

**UNIDAD DE POST GRADO**



**“EL CAÑÓN DEL COTAHUASI COMO  
PRODUCTO TURISTICO”**

**TESIS**

**para obtener el Grado Académico de Magíster en  
Geografía con Mención en Gestion Turistica del Territorio**

**AUTOR**

**Ricardo Aspilcueta Aspilcueta**

**Lima – Perú**

**2007**

## **DEDICATORIA**

**A Cotahuasi, una ciudad postergada, no obstante poseer el más profundo y bello Cañón del planeta.**

## INDICE

	Pag.
INTRODUCCION	
<b>CAPITULO I</b>	11
1.1. FORMULACION DEL PROBLEMA	11
1.2. OBJETIVOS	12
1.3. JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION	13
1.4. IMPORTANCIA	13
1.5. HIPOTESIS GENERAL	14
1.6. VARIABLES	14
1.6.1 INDEPENDIENTE	14
1.6.2 DEPENDIENTE	15
1.7. METODOLOGÍA	15
1.8. MARCO LEGAL	15
1.8.1 ASPECTO LEGAL	16
1.8.2 INTERNACIONALIZACIÓN	17
1.8.3 FORMA SOCIETARIA DEL PROYECTO	17
1.8.4 LICENCIA MUNICIPAL	19
<b>CAPITULO II</b>	19
MARCO TEORICO	19
2.1. NOMBRE DEL PROYECTO	19
2.2. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA	21
2.3. HIDROGRAFÍA	22
2.4. CLIMA	23
2.5. ZONAS DE VIDA	27
2.6. RECURSOS NATURALES	28
2.7. FISIOGRAFÍA Y GEOMORFOLOGÍA	29
2.8. NATURALEZA DEL PROYECTO	30
2.9. PLAN DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL – POT	31
2.10. REVERTIR LA EXTREMADA POBREZA DE LA UNIÓN	32

<b>CAPITULO III</b>	36
ESTUDIO DEL MERCADO	36
3.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO	36
3.1.1. CRECIMIENTO DEL MERCADO TURÍSTICO	38
3.1.2. EL PERÚ COMO DESTINO ECOTURÍSTICO	50
3.1.3 ENSEÑANZAS EN EL GRADO DE SATISFACCION DEL TURISTA EN COMPARACION AL COLCA	
3.1.4. ROL DEL GOBIERNO REGIONAL Y MUNICIPAL	52
3.1.5. INFRAESTRUCTURA VIAL	55
3.1.6. DEMANDA DEL SEGMENTO TURÍSTICO DE AVENTURA DE ORIGEN NORTEAMERICANO	56
3.1.7 MERCADO OBJETIVO	62
3.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA	63
3.2.1 ATRACTIVOS NATURALES	64
3.2.2 ATRACTIVOS CULTURALES	68
3.3 ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN	80
3.4 MERCADO PROVEEDOR DE ALOJAMIENTO Y ALIMENTACION	87
 <b>CAPÍTULO IV</b>	 88
4.1 CRONOGRAMA E ITININERARIO DEL CIRCUITO	88
 <b>CAPÍTULO V</b>	 92
ESTUDIO DE LA ORGANIZACIÓN	92
5.1 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	92
 <b>CAPITULO VI</b>	 95
ESTUDIO AMBIENTAL	95
6.1 POLÍTICAS CONTENIDAS EN EL CÓDIGO DE DERECHO AMBIENTAL	95
6.2 PROBLEMAS AMBIENTALES DEL CAÑON DEL COTAHUASI	96

6.3 OTRAS DIRECTRICES AMBIENTALES	99
6.4 EXPERIENCIAS DEL VALLE DEL COLCA	100
6.5 CREACIÓN DE UNA “AUTORIDAD AUTONOMA DEL CAÑÓN DEL COTAHUASI”	101
<b>CAPITULO VII</b>	<b>103</b>
ESTUDIO FINANCIERO	103
7.1 PROYECCIÓN DE TURISTAS NORTEAMERICANOS	103
7.2 INGRESOS POR VENTAS EN DÓLARES DEL SEGMENTO PRINCIPAL.	105
7.3 COSTOS UNITARIOS PARA EL SEGMENTO OBJETIVO.	106
7.4 PRECIO UNITARIO A NIVEL NACIONAL	106
7.5 COSTOS OPERATIVOS MENSUALES	106
7.6 PROBABLES RESULTADOS ECONÓMICOS	107
7.7 GASTOS PROMOCIONALES	107
CONCLUSIONES	108
RECOMENDACIONES	110
BIBLIOGRAFIA	112

## ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
Cuadro PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS MUNDIALES	37
Cuadro ARRIBOS INTERNACIONALES AL PERÚ	40
Cuadro N° 1 LOS 10 PRIMEROS DESTINOS TURÍSTICOS DEL MUNDO 2000-2005 Y CUOTA DE MERCADO	44
Cuadro Nro. 2 TURISMO RECEPTOR INTERNO POR SECTORES PRODUCTIVOS	46
CUADRO N° 3 TURISMO INTERNO	46
Cuadro N° 4 LOS 10 PRIMEROS DEPARTAMENTOS DEL PERU 2000-2004	47
CUADRO N° 5 AREQUIPA: TURISMO AL VALLE DEL COLCA 2001-2004	48
CUADRO Nro. 6 AREQUIPA: ESTACIONALIDAD DEL TURISMO RECEPTOR AL COLCA 2001 – 2005	48

Cuadro N° 7	49
INDICADORES DE SEGMENTOS TURÍSTICOS A NIVEL MUNDIAL	
CUADRO Nro. 8	49
ARRIBOS DE EXTRANJEROS A LA REGIÓN AREQUIPA	
CUADRO Nro. 9	50
ARRIBOS DE NACIONALES A LA REGIÓN AREQUIPA	
Cuadro N° 10	59
DESTINO ECO TURÍSTICOS VISITADOS POR LOS TURISTAS NORTEAMERICANOS	
Cuadro N° 11	60
FLUJO DE TURISTAS ESTADOUNIDENSES AL PERÚ 1990 AL 2005	
Cuadro N° 12	
PRONÓSTICOS DE DEMANDA FUTURA DE TURISTAS ESTADOUNIDENSES DEL 2004 AL 2007	61
Cuadro N° 13	
ESTIMACIÓN DE ECO TURISTAS ESTADOUNIDENSES AL PERÚ 2004-2007	61
Cuadro N° 14	
PROYECCIÓN DEL MERCADO DE NATURALEZA AVENTURA DEL 2005 AL 2007	62
Cuadro N° 15	

CUADRO DE ITINERARIO DEL CIRCUITO	90
Cuadro N° 16	
FUNCIONAL LA AGENCIA DE VIAJES	94
Cuadro N° 17	
CUADRO DE PROYECCIÓN DE TURISTAS NORTEAMERICANOS	103
Cuadro N° 18	
CUADRO DE INGRESOS POR VENTAS EN DÓLARES	105
Cuadro N° 19	
PROBABLES RESULTADOS ECONÓMICOS	107

## INTRODUCCIÓN

El Perú viene logrando un incremento sustancial de divisas para el erario nacional por los ingresos que genera el turismo como actividad económica. Desde esta perspectiva, la Provincia de La Unión, ubicada en la zona alto andina del Departamento de Arequipa, posee el Cañón del Cotahuasi, catalogado por diversas expediciones científicas del mundo, así como, por las Universidades San Agustín de Arequipa y Federico Villarreal de Lima, como el más hondo del mundo, con 3,535 metros de profundidad.

Sin embargo, este importante recurso geográfico todavía no es explotado por su lejanía y, por no haber sido transformado en producto turístico comercial, que de concretarse, serviría, para revertir la extrema situación de pobreza por las que atraviesa esta Provincia.

Como se sabe el Perú se caracteriza por ser anfitrión del turismo cultural, circunscrito básicamente al atractivo que constituye Machu Picchu y el Cuzco, considerada una ciudad marketing, en igual parangón que México, El Cairo, Roma, Río de Janeiro. Además recientemente ha sido elegida como el mejor destino turístico del mundo, por lo que, se le otorgó el premio "TOP CITY GOLD AWARD 2005" a cargo de la prestigiosa revista inglesa "Turismo Wanderlust".

Por si fuera poco, Machu Picchu ha sido declarado el presente año entre las "Siete maravillas del mundo" y, al Cañón del Cotahuasi le esta promocionando para la lección de las "7 Maravillas Naturales del Perú".

Como sabemos, Cuzco capta un 32% de turistas, con un promedio de más de mil visitantes diarios, le siguen en porcentajes Puno con 11%, Arequipa 10%, Iquitos con 6% y Huaraz con 4%.

El Cañón del Colca, el segundo Cañón en profundidad, en sus inicios tenía un incipiente flujo de visitantes y, una vez convertido en Producto Turístico, viene recibiendo cerca de 70 mil turistas por año. Muchos entendidos, afirman que el Cañón del Cotahuasi es su sustituto natural porque lo supera en atractivos de similares características naturales y culturales. Entonces, la pregunta que el presente trabajo pretende responder es ¿Qué debe hacerse para lograr que los turistas, tengan como destino el Cañón del Cotahuasi?.

Por último el Cañón del Cotahuasi, desde el 27 de Mayo del 2005, cuenta con la Ley N° 28533 de “Promoción y Desarrollo”, pero lamentablemente hasta ahora los organismos pertinentes no han aprobado el “Plan de Protección, Conservación, Promoción y Desarrollo Turístico de Cotahuasi y de su zona de Influencia”, ni se ha expedido las normas reglamentarias y complementarias de dicha Ley. Por lo que, el presente trabajo también intentará contribuir a la formulación de dicho vacío legal.

El trabajo está dividido en siete capítulos que abordan temas, cómo: La formulación del problema, el marco teórico y aspectos empresariales del nuevo producto en un mundo de negocios tan competitivo como el turístico.

## **CAPITULO I**

### **1.6. FORMULACION DEL PROBLEMA**

El turismo como actividad económica adquiere importancia relevante para el desarrollo nacional y regional. Como se sabe la actividad turística, consiste en el desplazamiento de personas de manera temporal en dirección de otras localidades, con la finalidad de aprovechar su tiempo libre en actividades recreativas, de ocio, de descanso, de salud, de negocios, de aventura, de ecoturismo, y de conocimiento de intereses diversos como lo religioso, científico, político, deportivo, etc.

Es decir, cada vez que un turista se traslada a un lugar determinado, requiere transporte, hospedaje, alimentación, para disfrutar de los paisajes naturales e históricos. El uso o consumo de estos servicios dinamiza la economía y, contribuye a la creación de nuevas fuentes de empleo, elevando el nivel de vida de los lugareños, quienes con ayuda del Estado y de los gobiernos locales, deben asumir el compromiso de impulsar un turismo sustentable para la gente del presente y del futuro.

En ese contexto teórico, constatamos que el Cañón del Cotahuasi puede constituir un gran producto turístico. Para lo cual, se plantean las interrogantes siguientes:

1. ¿Existe un Plan Estratégico para hacer del Cañón más profundo del planeta un producto turístico?.
2. ¿La peculiar condición geográfica de la Provincia de La Unión es una ventaja diferencial y posibilita su conversión en exitoso polo de desarrollo turístico?.

#### **1.7. OBJETIVO**

##### **a. General**

Demostrar un nuevo e importante destino turístico para las modalidades ecoturísticas, a fin de contribuir con el incremento de más divisas para el erario nacional como consecuencia de ofertar un producto turístico de calidad.

##### **b. Específico**

Demostrar que con la Construcción de cinco obras de infraestructura turística, el Cañón del Cotahuasi se transformaría en un importante y competidor Producto Turístico, cuya explotación redundará también en elevar el nivel de vida de los habitantes de esta provincia postergada económica y socialmente.

## **1.8. JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION**

La presente investigación “El Cañón del Cotahuasi como Producto turístico” se justifica, por:

- a.** Porque el turismo receptivo en la Provincia de La Unión no es significativo, al extremo de no figurar el flujo de turistas en las estadísticas oficiales de la Región Arequipa.
- b.** Porque dinamizaría la construcción de hospedajes, restaurantes, y demás servicios conexos.
- c.** Porque el turismo más que otra actividad económica, significa para la Provincia de La Unión un futuro promisor.
- d.** Porque se pondría en valor el atractivo de ser el más profundo y bello del mundo.
- e.** Porque habría un compromiso de implementar una cultura de desarrollo sostenible.

## **1.9. IMPORTANCIA**

**1.4.1** La propuesta es importante porque constituye una demostración de cómo explotar los recursos naturales y culturales de la Provincia de La Unión con fines turísticos.

## **1.10. HIPOTESIS GENERAL**

- El Cañón del Cotahuasi, desde la óptica turística es todavía desconocido por su difícil accesibilidad, ausencia de promoción y falta de una infraestructura adecuada. Factores ventajosos, que por el contrario, abundan en el Cañón del Colca, que en poco tiempo se ha convertido en Producto Turístico de interés nacional e internacional.
- Existe poca afluencia de turistas por la lejanía y mal estado de la carretera que dura doce horas de viaje desde la ciudad de Arequipa y, en épocas de lluvia la cosa se agrava.
- El fomento, desarrollo y posicionamiento del Cañón del Cotahuasi como Producto Turístico, diversificará la creación y comercialización local de bienes y servicios conexos, como: alojamiento, transporte, restauración, artesanía, locutorios e internet, deporte del canotaje y distracción.

## **1.9 VARIABLES**

### **1.9.1 Independiente**

Esta variable está constituida por los principales atractivos:

La profundidad del Cañón, la Catarata de Sipia, la diversidad paisajista, los restos arqueológicos y culturales.

Es decir, el medio físico con sus fortalezas (profundidad y belleza) y sus amenazas (acantilados y riesgos) constituyen variables autónomas, hasta ahora inexploradas, que poseen segmentos de mercado de turistas insatisfechos.

### 1.9.2 Dependiente

Lo componen el conjunto de procesos sociales, económicos y culturales que posibilitarán una mayor afluencia turística a la Provincia de La Unión, a la Región Arequipa y al Perú, a condición de una satisfacción personal que deben experimentar los visitantes. Beneficiando socioeconómicamente al poblador local actual y sus generaciones futuras. Es decir, implementando y garantizando un turismo sostenible.

## 1.10 **METODOLOGÍA**

Se utilizó el método descriptivo y de análisis de los aspectos físicos, como parte de las técnicas de diagnósticos FODA (Fortalezas, Amenazas, Debilidades, Oportunidades) para el ordenamiento territorial en los sectores oriental y occidental, teniendo como punto central en la ciudad de Cotahuasi.

## 1.11 **MARCO LEGAL**

### 1.8.1 ASPECTO LEGAL

El paquete turístico por el Cañón del Cotahuasi tiene su basamento legal en la Ley N°28533 “Ley de Promoción y Desarrollo Turístico del Cañón del Cotahuasi” (27.05.05) que declara de interés nacional y necesidad pública la promoción y desarrollo turístico en la Provincia de La Unión, así como la protección y conservación ambiental de las áreas adyacentes.

Dicha ley manda al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, Gobierno Regional de Arequipa, al Consejo Nacional del Ambiente – CONAM, al Instituto Nacional de Recursos Naturales – INRENA, Instituto Nacional de Cultura, INC, la Comisión de Promoción del Perú – PROMPERU y las once Municipalidades Distritales de la Provincia de La Unión, coordinar y aprobar el plan respectivo.

Además otorga al Gobierno Regional de Arequipa la responsabilidad de ejecutar dicho plan de desarrollo turístico.

Asimismo, el desarrollo turístico se impulsa mediante el D.S. 027-2005-AG (27.05.05) que establece la “Reserva Paisajista para la Subcuenca del Cotahuasi” sobre una superficie de 490,550 hectáreas, a fin de que en esta área se conserven los valores de la diversidad.

También garantizan el marco legal las siguientes normas:

- Ley N° 26961 del 29 de mayo de 1998 “Ley para el desarrollo de la actividad turística”.
- D.S. N° 002 – 2000 – MITINCI del 27 de enero del 2000 “Reglamento de la ley para el desarrollo de la actividad turística”.
- Ley N° 26962 del 3 de junio de 1998 “Ley de modificación de disposiciones tributarias para el desarrollo de la actividad turística”.
- D.S. N° 037 – 2000 – MITINCI del 10 de diciembre del 2000 “Reglamento de Agencias de viaje y turismo”.

### **1.8.2 INTERNACIONALIZACIÓN**

- ✓ Se propiciará la alianza con Operadores especializados, para lo cual, previamente se promocionará con afiches y boletines

alusivos al “Viaje por el Cañón más profundo del mundo”.

- ✓ El Gobierno Central y el Gobierno Regional de Arequipa, deben participar en la promoción mundial, mediante la difusión de un spot televisivo que deberá transmitirse por la televisión de los países del primero y segundo mundo.
- ✓ Es pertinente la creación de una Agencia de viajes exclusiva para participar en todo evento mundial de ecoturismo, buscando el apoyo del Estado e instituciones especializados.

### **1.8.3 FORMA SOCIETARIA DEL PROYECTO**

Empresarialmente se debe propiciar la conformación de una Agencia de viajes con un nombre alusivo, siendo de preferencia una Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada en base a la Ley General de Sociedades, por lo tanto no tendrá más de 20 socios y por Escritura Pública se consagrará su inscripción en los Registros Públicos.

Contará con toda la formalidad empresarial como RUC y Comprobantes de Pago, pues sus ingresos el primer año (2008) superarán las 100 UIT que obliga tener una contabilidad completa.

### **1.8.4 LICENCIA MUNICIPAL**

Se tramitará la licencia en la Municipalidad de Arequipa, donde funcionará la oficina principal con radio, fax, Internet, teléfono y

personal ejecutivo y operativo de un mínimo de tres personas para iniciar sus actividades.

En Cotahuasi se establecerá la oficina de enlace a cargo de un administrador, personal contratado, vehículos y equipos necesarios como telefónica, fax, radio y botiquín móvil de primeros auxilios médicos.

Obviamente, tal como afirmara la revista "SOLIMANA"<sup>(1)</sup> en el Cañón del Cotahuasi los gobiernos locales no solo deben otorgar licencias, promover el turismo, si no que, ante todo, deben dedicarse a cautelar la preservación ecológica, evitando que sea perturbada por los impactos y efectos negativos que suele dejar la revolución industrial y los adelantos de la modernidad y la implementación irresponsable de la actividad turística desde el punto de vista comercial.

Así mismo, la hipotética "Agencia de Viajes" propuesta en el presente trabajo debe hacer conciencia de la envergadura del negocio que se pretende explotar, en definitiva, se trata de liderar al colectivo de agencias de viaje que explotan los atractivos ecoturísticos que exhiben los dos cañones más profundo del globo terráqueo.

Para tal efecto, como empresa de servicios, la agencia de viajes contará con todos los elementos de modernidad que permita la comunicación fluida con la red de agencias de viajes mundiales, como por ejemplo Amadeus.

---

<sup>(1)</sup> "Solimana" Pág. 4, Mayo 2000

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEORICO**

#### **2.1. NOMBRE DEL PROYECTO**

"El Cañón del Cotahuasi como Producto Turístico".

#### **2.2. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA**

El Cañón de Cotahuasi se encuentra ubicado entre las cordilleras Huanzo y Anchala en la Provincia de La Unión, al noreste de la Región Arequipa. Teniendo como eternos guardianes de su inigualable belleza y profundidad a los nevados: Solimana de 6,093, Firura de 5,477 m.s.n.m ubicados totalmente en su territorio, Sarasara de 5,050 m perteneciente a la vecina Provincia Paúcar del Sarasara de la Región de Ayacucho y Corpuna en la Provincia de Condesuyos de la Región Arequipa

Los límites de la Provincia de La Unión son:

**Por el Este:** Con la Provincia de Condesuyos.

**Por el Oeste:** Con la Provincia de Paúcar del Sarasara del Departamento de Ayacucho.

**Por el Sur:** Con la Provincia de Condesuyos y Provincia de Caravelí.

**Por el Norte:** Con la Provincia de Antabamba del Departamento de Apurímac. Con la Provincia de Paúcar del Sarasara del Departamento de Ayacucho y la Provincia de Chumbivilcas del Departamento del Cuzco.

La zona más profunda del Cañón del Cotahuasi está ubicada en el paraje "Hushua" del Distrito de Quechualla, donde la hondura llega a los 3,535 metros, por ello, se le cataloga como el Cañón más profundo del globo terráqueo, ya que, el Cañón del Colca tiene 3,091 metros y el Cañón del Colorado 1,427 metros.

Para la localización del presente trabajo se utiliza la información de la Carta Nacional 1/250000, cuyos puntos extremos que la delimitan se expresan en las siguientes coordenadas:

### **Coordenadas geográficas:**

Longitud 72° 22'W

Longitud 73° 15'W

Latitud 14° 38'S

Latitud 15° 37'S

El mapa fue Elaborado a escala 1w250,000

Fuente: Carta Nacional de Chuquibamba S.O 18 -16

Carta Nacional de Chalhuanca S.D 18 -12

### **2.3 HIDROGRAFÍA**

Las mesetas ubicadas en las riberas del río Cotahuasi, empiezan en la región Puna en forma de lava volcánica, por la pendiente fuerte del río que va erosionando en forma de terraza aluvial.

(Mapas N° 1, N° 2, N° 3)

El río Cotahuasi nace de las lagunas Igma a 4,700 m.s.n.m. y Huanzo a 4,800 m.s.n.m. y se forma por la unión de los ríos Sumana y Huarcaya, formando parte del sistema hidrográfico del Océano Pacífico. Tiene como sus principales afluentes en la ribera izquierda a los ríos Chococo y Arma, en la ribera derecha a los ríos Mungui y Marán que aguas abajo confluyen formando el gran río Ocoña.

Las principales características geomorfológicas son:

Cordillera: Con una superficie de 900 km<sup>2</sup> con pendientes que facilitan la circulación de las aguas provenientes de glaciares con régimen de escurrimiento.

Puna: Con 2,400 Km<sup>2</sup> de área plana ubicada entre los 3,800 y 4,500 m.s.n.m de altitud.

Cuencas de Erosión: Conformada por valles y quebradas entre los 2,000 y 3,800 m.s.n.m de altitud.

## 2.4 CLIMA

La temperatura media anual es de 18º, dando lugar a un clima templado y seco. Durante la mayor parte del año se congela el agua en las partes altas y en verano existen fuertes precipitaciones.

Posee 12 zonas de vida y diversos microclimas a lo largo del Cañón que van desde el más frígido a cero grados centígrados en el abra de Occoruro a 5,100 m.s.n.m en Huanzo, donde curiosamente existe una tienda comercial, hasta el clima más cálido al extremo oeste en Hushua (Ninacocha), considerando como el lugar lo más profundo del Cañón, donde existen plantaciones de vid y diversos árboles frutales, y el clima es cálido.

Tiene cuatro tipos de climas:

- **Clima de Estepa:** Seco y semicálido en parajes y valles como Quechualla, Velinga, Chaupo, Chaucalla.

- **Clima Frío Boreal:** En poblados como Locrahuanca, Achambi, Puyca, Huaynacotas, Pampamarca, Huarhua, Charcana, Sayla. En verano la temperatura varía de 12° a 17° y en invierno de 1° a 14°C.
- **Clima de Tundra Seca de Alta Montaña:** A partir de los 3,500 hasta los 4,600 m.s.n.m de altitud. Aquí existen estancias de crianza de camélidos con temperaturas de 5° a 12°C en verano y -10°C a 9°C en invierno.
- **Clima de Nieve Perpetua de Alta Montaña:** Con temperaturas bajo cero todo el año y presencia de permanente turbulencia atmosférica con fuertes nevadas y vientos.

## 2.5 ZONAS DE VIDA

Esta clasificación se basa en un sistema básicamente ecológico y en el mundo existen 104 zonas de vida. En la Provincia de La Unión se presentan 12 zonas de vida, siendo estas las siguientes:

### 1. **Matorral Desértico - Subtropical**

Las partes bajas de Tauría, Toro, Quechualla y Charcana. Su límite superior está en los 1,900 m.s.n.m. y con una temperatura media de 17°C.

Sus suelos son de naturaleza litosólica y su vegetación está compuesta básicamente por cactáceas, cactus, molle, tara,

caña brava, pájaro bobo y áreas de cultivo de subsistencia. Es árido.

**2. Matorral Desértico- Montano Subtropical**

Se distribuye a lo largo del río Cotahuasi y su configuración topográfica es abrupta con laderas con mucha inclinación de influencia volcánica. Su vegetación está constituida por cactáceas y arbustos, sin potencial forestal, siendo su agricultura de carácter de subsistencia. Es semiárido.

**3. Matorral Desértico - Montano Bajo Subtropical**

Entre los 2,000 y 2,900 m.s.n.m de altitud. Sus suelos son superficiales de naturaleza calcárea. Su vegetación es escasa de carácter gramínea. Los cultivos son de maíz, cebada, papa, oca y forrajes. Es árido.

**4. Matorral Desértico - Subalpino Subtropical**

Entre 4,000 y 4,200 m.s.n.m de altitud en las alturas de Toro y Tauría a una temperatura de 3° y 6°C. Es sub húmedo.

Su suelo de materiales volcánicos típicos del borde occidental andino. Su vegetación dominante es la yareta.

**5. Desierto Perárido - Subtropical**

En la parte baja de Tauría y Toro. Es perárido.

Los suelos son rocosos o peñascosos y su vegetación está compuesta por cactáceas y matorrales propicios para la ganadería productiva.

#### **6. Estepa - Montano Subtropical**

Pertenece a las áreas y centros urbanos de todos los Distritos ubicados entre los 2,800 y 3,800 m.s.n.m. La temperatura media anual máxima es de 11.3°C y la mínima de 7.1°C. Es subhúmedo.

El relieve topográfico es dominante empinado y tiene suelos calcáreos profundos.

La vegetación natural está representada por las poaceas de género Poa, Stipa, Festuca, Calamagrostis y Eragrostis, con extensas áreas de la invasora tola que como se sabe es planta no comestible por el ganado y que ha degradado los suelos. Ejemplo el picanco.

#### **7. Estepa Espinosa - Montano Bajo Subtropical**

Incluye las partes bajas de Cotahuasi, Alca, Tomepampa y Pampamarca. Se extienden a lo largo de las vertientes de los valles interandinos entre los 2,000 y 3,100 m.s.n.m. La temperatura media anual máxima es de 12.8°C y la mínima de 7.7°C. Es de humedad Semiárido.

Su topografía es empinada y sus suelos son de naturaleza calcárea y arcillosa.

En su vegetación destacan el molle, tuna, gramíneas, maíz, haba, hortalizas y frutales de hueso.

Existe un sobre pastoreo del ganado caprino, por lo que, se debe proporcionar la reforestación con la tara de buen precio en el mercado internacional.

#### **8. Páramo Húmedo - Subalpino Subtropical**

Es la zona de vida más extensa y abarca todos los Distritos de La Unión con excepción de Tauría. Se circunscriben en los 4,000 y 4,300 m.s.n.m, la temperatura máxima es de 7.2°C y la media anual de 3.2°C. Es húmedo. Sus suelos son ricos en materia orgánica. La vegetación natural la constituye las gramíneas llamadas "ichu puma" que se usa como combustible. Es zona ganadera.

#### **9. Páramo Muy Húmedo Subalpino Subtropical**

Abarca áreas en las partes altas de Puyca, Pampamarca, Huaynacotas entre los 3,900 y 4,500 m.s.n.m, siendo su temperatura media anual de 4.6°C a 9°C. Es perhúmedo.

Son áreas extensas con suelos profundos.

Su vegetación es de gramíneas y hierbas silvestres y la puya de Raimondi y cactáceas diversas.

Es zona de excelentes pastos naturales para intenso pastoreo.

**10. Tundra Muy Húmeda - Alpino Subtropical**

Esta zona incluye las partes altas de todos los Distritos y la temperatura media anual es de 3.3°C. Es perhúmedo.

Su topografía es accidentada de formación glacial y volcánica.

La vegetación se caracteriza por pastos naturales como el ichu y tola.

Mantiene una actividad ganadera lanar ovina y auquénida.

**11. Tundra Pluvial - Alpino Subtropical**

Se encuentran en las partes altas de Puyca y Huaynacotas entre los 4,300 y 5,000 m.s.n.m a lo largo de la cordillera.

Su temperatura anual es de 3.2° y 2.5°C. Es superhúmedo.

Su topografía es accidentada y sus suelos ácidos son ricos en materia orgánica de naturaleza peñascosa y rocosa.

La vegetación es diversificada de arbustos, semiarbustos y hierbas gramíneas y pajonales. Es zona de pastoreo indiscriminado que llega a degradar los pastos.

**12. Nivel Subalpino**

Incluye las partes altas de La Unión, donde los glaciares están por encima, los 5,000 m.s.n.m. La temperatura promedio anual está por debajo de los 1.5°C. Su configuración topofisiográfica es abrupta por sus suelos líticos y rocosos.

Su vegetación la constituyen algunas algas y líquenes que crecen sobre la nieve perpetua.

Por su régimen hidrológico que da origen natural a ríos y lagunas, constituye importante y potencial atractivo turístico.

## **2.6. RECURSOS NATURALES**

En 1988 el Cañón del Cotahuasi fue declarado ZONA DE RESERVA NATURAL TURÍSTICA. Sus recursos naturales lo componen 10 mil hectáreas aptas para el cultivo, pero solo se cultivan la tercera parte. Posee decenas de caídas de agua para hidroeléctricas. Es zona minera por excelencia, tiene yacimientos de oro, plata, cobre y plomo en: Huaylluna, Pararapa, Tanizca, Palmaderas, Picha que no se explotan. Su agricultura y ganadería es incipiente, no llegando, si quiera a satisfacer las necesidades locales, por lo que, con toda razón se le considera zona de extrema pobreza socio económica.

Es evidente que la categoría de RESERVA corresponde al hecho que el Cañón del Cotahuasi en el futuro será un área destinada a la conservación de la diversidad biológica y sus recursos podrán ser utilizados comercialmente, pero previamente aprobados, así como supervisados por la autoridad nacional y, siempre consultando a las poblaciones residentes.

Además esta área reservada permitirá el uso científico, recreacional y turístico pero monitoreados para no permitir cambios importantes del paisaje y ambiente natural, cuya integridad geográfica siempre deberá mostrar una relación entre el hombre y la naturaleza.

En ningún caso, ni siquiera para el uso agrícola y pecuario se podrá sobrepasar el 20% de la superficie total del área que implique una transformación del ecosistema original.

No hay producción industrial, sus habitantes se dedican a la agricultura, ganadería y explotación lanar, vinícola y textil en pequeña escala, lo que da lugar a una alarmante emigración de tal manera que ahora existe menos población que el año 1960.

## **2.7. FISIOGRAFÍA Y GEOMORFOLOGÍA**

Las características fisiográficas y geomorfológicas más relevantes del Cañón del Cotahuasi están representadas por sus flancos abruptos y muy empinados a ambos márgenes del río Cotahuasi. En el fondo del Cañón se observan como terrazas áreas de cultivo principalmente alfalfa, frutales, vid y cereales diversos.

En las paredes del Cañón se encuentran afloramientos sedimentarios, metamórficos e intrusivos, expuestas como rocas volcánicas estratificadas horizontalmente.

La erosión es fluvial y el curso del río es casi paralelo al eje de los pliegues y fallas geológicas.

(Croquis Geomorfológico)

## **2.8 NATURALEZA DEL PROYECTO**

Como su nombre lo indica se trata de un estudio de los extraordinarios recursos Turísticos que posee el Cañón del Río Cotahuasi, a fin de demostrar que con la implementación de una adecuada infraestructura, a nivel de vías de comunicación modernas y rápidas, hoteles y restaurantes y debe convertir a la Provincia de La Unión en un importante escenario ecoturístico del Sur del Perú, junto al Cañón del Colca y las Líneas de Nazca, que ya están posicionados en el mercado mundial.

En realidad el ecoturismo viene hacer una rama del turismo de aventura, cuyos objetivos, principalmente están dirigidos hacia una conciencia ambiental de proteger las áreas naturales como afirmar el estudio Laarman en 1987.

Otras teorías afirman que el ecoturismo es un modelo de desarrollo dentro del cual las áreas naturales se planifican como integrantes de la atracción turística de una determinada región.

La estudiosa Elizabeth Boc (1989) sostiene que el viajero motivado por el ecoturismo gasta más dinero en el país receptor que el turista de placer. Turistas que visitaron parques nacionales y áreas protegidas en Brasil, Costa Rica, México gastaron por una estadía de 2 semanas mil dólares más que otra clase de turistas.

Según Laarman y Durst (1987) especialistas en esta materia, el ecoturismo tiene auge y se desarrolló, por las razones siguientes:

- Es un turismo sano y atrae turistas deseables.
- Dirige la economía hacia comunidades lejanas no concentrando los gastos en ciudades.
- Crece sin depender necesariamente de grandes inversiones de capital.
- Es el “boom” de la recreación al aire libre, recreación en bosques, monumentos históricos, cadenas montañosas llenos de accidentes geográficos.

## **2.9 PLAN DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL – POT**

Para fines de planificación y desarrollo de un turismo sostenible, se utiliza el POT que es un instrumento territorial de reubicación física. En ese sentido, se propondrá al Municipio Provincial de La Unión, y al Gobierno Regional de Arequipa para que La Cuenca del río Cotahuasi inicialmente se divida en 2 zonas, a saber:

### **ZONA ORIENTAL**

Comprende la parte del Cañón que se extiende desde la Capital de la Provincia (Cotahuasi) ubicado a una altura de 2683 m.s.n.m hasta el distrito de Puyca, situado a 4300 m.s.n.m

Esta zona comprende paisajes y atractivos para ser recorridos en vehículos motorizados, siguiendo la margen izquierda del río,

aguas arriba, hasta las ruinas de Maucallaccta, pasando por Tomepampa y Alca, pueblitos españolizados de clima templado.

### **ZONA OCCIDENTAL**

Es el recorrido por el otro extremo del Cañón en dirección al Pacífico y se inicia en Cotahuasi, siguiendo la ruta por la ribera del río aguas abajo, hasta llegar al cálido paraje de “Hushua” ubicado en el Distrito Quechualla a 1500 m.s.n.m

La primera estación en esta parte del Tour se hace en la Catarata de Sipia, distante a 9 Km de la Capital, hasta donde se llega en microbuses y de allí la expedición de visitantes debe estar compuesta solo por turistas jóvenes y amantes al turismo de aventura, ya que comenzará la caminata por caminos de herradura que recorren acantilados de cierto riesgo accidentado.

En ambas zonas de 90 Km de recorrido, la debilidad de la oferta turística actualmente recae en la falta de restaurantes y servicios higiénicos que deberán construirse en las obras de infraestructura que se plantean en el presente trabajo.

## **2.10 REVERTIR LA EXTREMADA POBREZA Y FRUSTRACIONES QUE CRÓNICAMENTE EXPERIMENTA LA UNIÓN**

Debido a la crónica situación de extrema pobreza y abandono de la Provincia de La Unión, durante los últimos años, se han desarrollado importantes eventos de análisis y propuestas de

solución a dicha situación socio económica imperante, cuyos resultados nunca se concretizaron, entre otros factores, por la indiferencia de sus propias autoridades, falta de voluntad política de los sucesivos gobiernos de turno, no seguimiento a las gestiones tenuemente iniciadas y hasta por incoherencias en el señalamiento de las obras factibles y prioritarias a implementarse a corto, mediano o largo plazo.

A las frustraciones descritas hay que agregar históricos e ingratos episodios de ignominia en contra del progreso de La Unión, como por ejemplo, lo ocurrido en 1923, en que, en un recorrido de más de 250 kilómetros, desde Aplao en la vecina provincia de Castilla, en hombros fue llevado un camión marca Ford modelo "Gran Brother", con la delictiva finalidad de apropiarse de la jugosa partida presupuestal asignada para la carretera que recién se pudo concretar el año 1960, Es decir 37 años después de semejante engaño. Otro hecho negativo ocurrió en 1941 cuando con velas y candiles se procedió a inaugurar la inconclusa Hidroeléctrica de Veringata. Igualmente en 1975, felizmente se rechazó la inauguración del aeropuerto de AYMAÑA porque aterrizó un helicóptero en lugar de una avioneta. A este rosario de acontecimientos vergonzantes hay que agregar lo que sucedió en 1984, cuando la entonces CORDEAREQUIPA presentó un falso proyecto para la irrigación de 22 mil hectáreas INEXISTENTES.

Por ultimo, partiendo de la premisa que PRIORIDAD significa "anterioridad de una cosa respecto a otra, en tiempo o en orden", sobre obras públicas, algunos técnicos y oriundos unionenses manifiestan que es de prioridad el asfaltado de 200 km de carretera desde Chuquibamba hasta Cotahuasi, otros señalan que solo es necesario la rectificación y afirmación de la misma. Así mismo, hay voces discrepantes que opinan olvidarse de la actual carretera y ventajosamente conseguir la construcción de una nueva vía con dirección de Cotahuasi a Ocoña. Por otro lado, opiniones respetables enfatizan que en ésta etapa se debe concentrar esfuerzos para conseguir la culminación de los trabajos de irrigación agrícola de Aranjuez, Huansococha y Chococo (4,000 hectáreas), porque el problema fundamental es la pobreza por falta de agua de regadío. Por último, no faltan los que afirman que el turismo es la actividad económica con futuro promisor para lograr el desarrollo de esta olvidada Provincia y, por lo tanto es urgente la habilitación del aeropuerto en Aymaña, o en todo caso la construcción de otro más grande y menos peligroso en el paraje Allahuay, así como el asfalto de la carretera son obras indispensables.

Lo cierto es que cualquier esfuerzo de desarrollo socio económico en la Provincia de La Unión deberá realizarse de acuerdo a los fundamentos del desarrollo sostenible, que sostiene que los viajes son deseos y derechos esenciales de los ciudadanos del

globo terráqueo, pero deberán ser satisfechos dejando a las generaciones venideras las mismas posibilidades de ser vividas y satisfechas. Es decir, preservando y conservando el medio ambiente natural.

En consecuencia, el nuevo milenio para la Provincia de La Unión debe constituir una nueva era de modernidad y desarrollo por la justiciera razón de que los pueblos que la conforman, son considerados de extremo atraso, según el mapa de pobreza descrito todos los años por Foncodes.

## **CAPITULO III**

### **ESTUDIO DEL MERCADO**

#### **3.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO**

##### **3.1.1. CRECIMIENTO DEL MERCADO TURÍSTICO**

Para entender mejor el fenómeno turístico, como actividad económica y su importancia para el desarrollo de las regiones deprimidas y abandonadas del Perú, es necesario tener en cuenta la diferencia que existe en "viajar" y de "hacer turismo".

En el primer caso se puede "viajar" de un lugar a otro sin necesidad de pernoctar en dicho destino. Eso es lo que ocurre, por ejemplo, con la visita o excursión al Cañón del Colca, distante desde Arequipa entre 6 y 8 horas de recorrido ida y vuelta en un solo día.

En tanto el "hacer turismo" es un concepto más amplio, e implica el desplazamiento temporal desde un lugar a otro, teniendo la obligatoriedad de pernoctar al menos una noche en

el destino determinado, en este caso de ecoturismo y aventura, que es el ofertado por el Cañón del Río Cotahuasi.

En ese sentido, la OMT<sup>(2)</sup> considera al turismo como un hecho social que genera una serie de intercambios con consecuencias económicas y ecológicas que debe tratarse técnicamente.

En el mundo empresarial y académico a la actividad turística se le denomina como la industria sin chimeneas, porque su producción casi no afecta el medio ambiente, si es que, los países receptores adoptan políticas y controles de conservación en relación al flujo de turistas.

Por consiguiente, la OMT recomienda que el sector privado colabore con la protección ecológica, dado que del 2000 al 2005, los diez primeros países del mercado internacional de turismo, han tenido el destino evolutivo siguiente:

PAÍSES	AÑO 2000	AÑO 2005
Francia recibió	75.5	75.1
España recibió	48.2	53.6
Estados Unidos recibió	50.9	46.1
Italia recibió	41.2	37.1
China recibió	31.2	41.8
Reyno Unido recibió	25.2	27.7
Rusia Federal recibió	21.2	22.5
México recibió	20.6	20.6
Canadá recibió	20.4	17.0
Alemania recibió	19.0	20.1

.....  
(2) "La Organización Mundial de Turismo - OMT y el turismo sostenible",  
2005

Sin embargo, es necesario precisar que ésta cuota de mercado representa menos del 50% del turismo mundial anual.

### **3.1.2. EL PERÚ COMO DESTINO ECOTURÍSTICO**

Nuestro país tiene una cordillera extensa, un mar rico, bosques inmensos, es decir, las características especiales para convertirse en poco tiempo en el país receptor de turistas más importante de Latinoamérica.

También nuestro país posee el 12% de especies de flora y fauna con una diversidad de climas y ecosistemas, que atraen la venida de turistas que deseen satisfacer sus necesidades de gozar de la vida silvestre y las aventuras ecológicas.

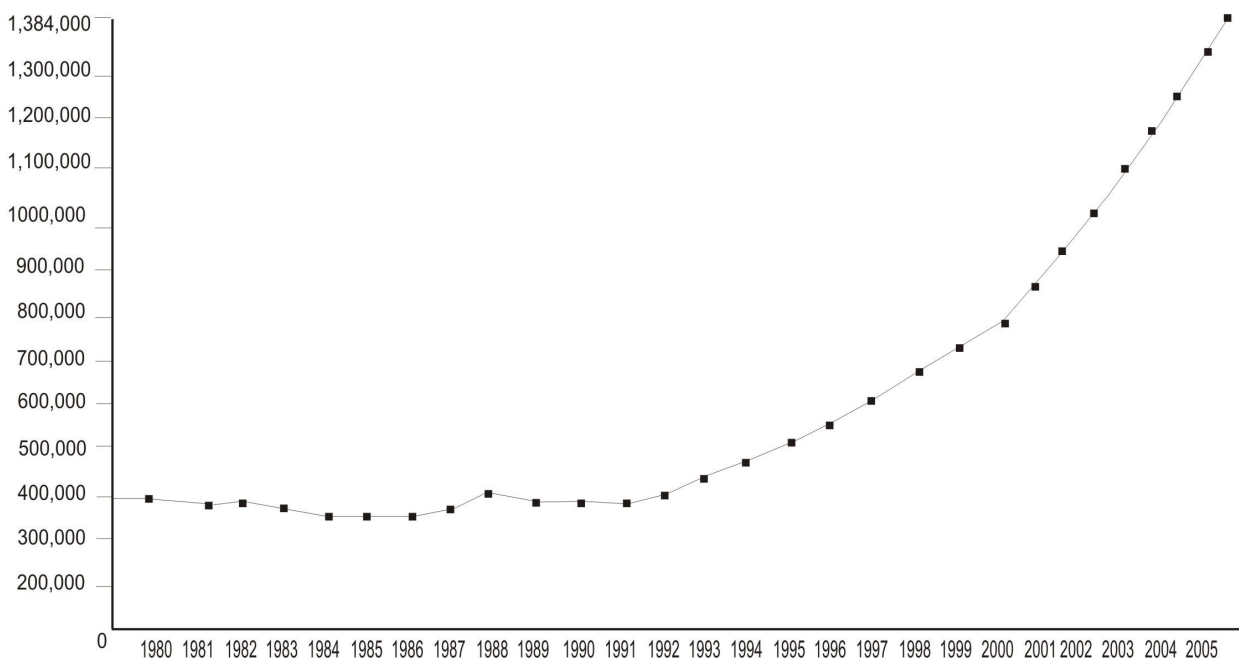
El Perú es un país de la Mega diversidad biológica, pues encontramos en su territorio 84 zonas de vida de las 120 conocidas, lo cual le permite tener una gran variedad de especies de flora y fauna silvestres, cómo 1,800 especies de aves, 362 de mamíferos, 296 de de reptiles, miles de anfibios

Nuestra oferta ecoturística tiene competencia con países como Costa Rica, Ecuador, Bolivia, Nepal, Kenya, Brasil, Australia. Costa Rica que ha revolucionado su oferta turística a través de una ofensiva marketera, ya que, solamente tiene 237 clases de mamíferos y 847 clases de aves.

Ecuador tiene importancia por las islas Galápagos, pero Perú potencialmente tiene más atractivos ecoturísticos.

Siempre hay que tener en cuenta que el turismo mundial en los últimos 50 años experimentó un gran auge, superando a la industria del petróleo y a la automotriz, sólo para dar dos ejemplos. El número de llegadas en el mundo, en este nuevo siglo, va superando los 700 millones cada año.

Dentro de ese contexto internacional, el potencial turístico del Perú se hace importante y no se ha explotado todavía en el mercado mundial, por haber tenido grandes dificultades por la inseguridad imperante en la década del 80. Esa década disminuye la llegada de turistas extranjeros y, por otro lado la recesión económica influyó en el turismo interno que descendió al máximo con el correr de los años. Evidentemente la desaparición de las incursiones terroristas mejoró la imagen del Perú y el turismo se reactivó, principalmente el turismo externo, según se demuestra con los arribos internacionales de 1980 al 2005, cuya gráfica se expresa, así:



\* Fuente MITINCI, 2006

De ésta gráfica se desprende que durante la década del 80 el desarrollo del turismo fue escaso. Luego, entre 1980 y 1993, el número de turismo extranjero, en cifras globales, se redujo de 400 mil a 350 mil visitantes, debido principalmente a dos factores negativos: La inestabilidad económica y la inseguridad ciudadana, como consecuencia de la violencia subversiva que vivió el país en esa época.

En 1990 comienza la aplicación de una serie de medidas conducentes a reformar el patrón de estabilidad económica que originó un periodo de dos años de estancamiento del turismo.

A partir de 1993 los correctivos económicos comienzan a dar resultados y paralelamente la violencia política comienza a disminuir, comenzando a mejorar la imagen del Perú en el exterior. En suma, en la década de los noventa, social y económicamente se comienza a estabilizar el país, lo cual, comenzó a generar un clima de confianza por parte de la comunidad internacional.

El nuevo auge de la actividad turística en el Perú dio lugar a mayor inversión privada que mejoró la infraestructura y los servicios turísticos que representaron un notable ingreso de divisas a partir de 1993 y, al llegar el nuevo milenio se pasó los mil millones de dólares de ingresos de divisas, ocupando el 97 puesto en lo que se refiere al número de llegada de turistas, representando con este indicador el 0.1% del total del mundo turístico.

Por otro lado, lo negativo y contraproducente al auge del turismo se dio con la política privatista que impulsó el gobierno Fujimorista, al rematar una serie de hoteles de propiedad del Estado. Por ejemplo los hoteles del Chiclayo, Chimbote, Huaraz, Ica, Iquitos, Piura, Moyobamba y Arequipa han sido privatizados y sus nuevos propietarios hasta la fecha adeudan más de 10 millones de dólares que el Estado no les cobra.

Cabe señalar, que lo mismo sucedió con inversiones industriales del Estado, como: Siderperú que debe 83'560,921 dólares; del sector pesquero, empresas como Epsep, Samanco, Pescaperú, Chancay, Pisco, Supe, Tambo de Mora que adeudan 13'924,807 dólares y del sector agropecuario las empresas Chavimochic, Majes, Sihuas, Jequetepeque, Zaña, Batan Grande, Erguía y Cedegat que adeudan 21'418,080 dólares. Siendo un total de 65 empresas públicas vendidas, cuya deuda sin intereses, haciende a 128'033,204 dólares que no se cobran hasta la fecha.

El Perú en los próximos 25 años debe convertirse en potencia turística sudamericana, para ello, debe construirse una buena infraestructura a nivel de alojamiento, restauración y transporte. Por otro lado, no se debe descuidar la promoción del turismo interno (25%), cuyos segmentos de mercado se diferencian a nivel de gastos, entre otras cosas, por estar compuestos por un 60% de menores de 35 años y poseer mayores ingresos económicos los que les permite un destino turístico con una duración de promedio de 8 días y gastos equivalentes a 150 dólares, de los cuales el 20% es en transporte, que representa un 25% menos de los que gasta un turista extranjero para visitar el mismo destino turístico.

Los connacionales básicamente concentran sus viajes en el periodo vacacional escolar, los universitarios lo hacen de enero a

marzo y el público en general en semana santa, fiestas patrias y los días feriados de fin de semana que con buenos resultados se ha expandido últimamente.

Lo real es que el turismo es una actividad económica y social y fuente de generación de empleo que actualmente da ocupación a más de medio millón de personas y a nivel de restaurantes y hoteles genera 20 puestos de trabajo por cada 300 mil soles de inversión en el sector.

#### **PRINCIPALES DESTINOS ECOTURÍSTICOS DEL PERÚ VISITADOS POR EL MERCADO OBJETIVO EL 2004**

Cañón del Colca.....	14%
Huaraz.....	4
Iquitos (Ciudad/Selva).....	8
Iquitos (Albergues).....	4
Lago Titicaca.....	12
Machu Picchu.....	42
Paracas.....	4
Parque Nacional del Huascarán.....	3
Puerto Maldonado (Selva).....	2
Valle Sagrado.....	7

Fuente: MITINCI,2007

Se observa que el Cañón del Colca ha experimentado un crecimiento porcentual importante de visitantes Norteamericanos. En todo caso, es un indicador que demuestra el segmento de mercado a nivel de país que se debe captar como potenciales visitantes turistas al Cañón del Cotahuasi que se convertiría en excelente Producto Sustituto a ofertar mundialmente.

**Cuadro N° 1**  
**CUOTA DE MERCADO PORCENTUAL DE**  
**LOS 10 PRIMEROS DESTINOS TURISTICOS DEL MUNDO 2000-2005**

O R D E N	DESTINO	2000	2001	2002	2003	2004	CUOTA DE MERCADO		INGRESO EN BILLONES \$	
							2003	2004	2003	2004
1	Francia	75.5	76.5	77.7	75.0	75.1	11%	10%	36.6	40.8
2	España	48.2	49.5	51.7	51.8	53.6	7%	7%	39.60	45.2
3	Estados Unidos	50.9	44.5	41.9	41.2	46.1	6%	6%	64.3	74.5
4	Italia	41.2	39.1	39.8	39.6	37.1	6%	5%	31.2	35.7
5	China	31.2	33.2	36.8	33.0	41.8	5%	5%	17.4	25.7
6	Reyno Unido	25.2	25.2		24.7	27.7	4%	4%	22.7	27.3
7	Rusia Federal	21.2								
8	México	20.6		19.7	18.7	20.6	3%	3%		
9	Canadá	20.4		20.0	17.5	17.0	3%	0%		
10	Alemania	19.0		18.0	18.4	20.1	3%	3%	23.1	27.7
<b>Total de llegadas en el Mundo</b>		<b>687</b>	<b>684</b>	<b>703</b>	<b>694.0</b>	<b>763.0</b>	<b>48 %</b>	<b>43%</b>		

Fuente: CTAR – AREQUIPA, 2006

Según la OMT el turismo es un sector de la producción que agrupa varias actividades económicas vinculadas, entre ellas, el transporte la hotelería, los servicios gastronómicos, espectáculos, artesanía, etc. Partiendo de esa

premisa global de producción los 10 países señalados se benefician con las multimillonarias cantidades de dinero que dejan casi la mitad de turistas (763 millones), lo que significa que la otra mitad viaja a otros 200 países del mundo, incluyendo Perú.

Incluso, las estadísticas señalan que existen países cuya balanza comercial depende básicamente de la actividad turística, como España, México, Bahamas, Costa Rica, hecho que indica que esta actividad es determinante y de efectos multiplicadores por lo menos en 38 actividades económicas en el Perú, agrupados en lo que se denomina “Gremios”, según registro elaborado por el Instituto Nacional de Estadística.

El cuadro también muestra cifras millonarias y la cuota porcentual anual, lo que demuestra que en el nuevo milenio es la industria turística la base fundamental del desarrollo de la economía mundial, superando a la industria, al comercio y todo los bienes y servicios existentes.

El cuadro expresa que el mercado Norteamericano, no obstante, la tragedia del derramamiento de las torres gemelas de New York ocurrida el año 2001, encabeza las estadísticas referentes a la captación de divisas turísticas y, junto a México son los países representantes de América, sin Latinoamérica tener representante en esta vitrina mundial.

## Cuadro Nro. 2

### TURISMO RECEPTOR

<b>AÑO</b>	<b>PERU</b>	<b>AREQUIPA</b>
1994	386120	34977
1995	479231	46522
1996	551938	57522
1997	611009	59191
1998	725589	74268
1999	694084	76343
2000	800491	85631
2001	801334	86607
2002	865602	78792
2003	933643	98070
2004	1164033	124055
2005	1384000	56961

Fuente: CTAR – AREQUIPA, 2006

### CUADRO N° 3 TURISMO INTERNO

<b>AÑO</b>	<b>AREQUIPA</b>
1994	263142
1995	282087
1996	244473
1997	234197
1998	225150
1999	194901
2000	256534
2001	250328
2002	266210
2003	472769
2004	436092
2005	219356

Fuente: CTAR – AREQUIPA, 2006

Estos cuadros comparativos demuestran, cómo un promedio de 10 a 12 % de turistas internacionales que arribaron al Perú de 1994 al 2004, escogen como destino turístico Arequipa, básicamente por el atractivo del Colca.

Asimismo, el turismo interno en dirección de Arequipa que el 2003 fue de 472,769 turistas, el 2005 en términos porcentuales cae a menos de la mitad.

**Cuadro Nº 4  
LOS 10 PRIMEROS DEPARTAMENTOS DEL PERU 2000 - 2004**

Nº	DESTINO	2000	2001	2002	2003	2004	CUOTA DE MERCADO (%)				
							2000	2001	2002	2003	2004
1	Lima	591479	560357	590802	592917	707617	74	70	74	74	88
2	Cuzco	361211	410448	366325	487056	369016	45	51	46	61	46
3	Puno	94192	88590	108922	118528	131095	12	11	14	15	16
4	Arequipa	81194	81328	74833	133978	188071	10	10	9	17	23
5	Ica	76211	79780	71084	95117	112968	10	10	9	12	14
6	Madre de Dios	29195	33997	36948	35581	41928	4	4	5	4	5
7	Loreto	31041	33615	35858	35502	36085	4	4	4	4	5
8	La Libertad	27515	32955	28379	40088	36373	3	4	4	5	5
9	Tacna	37406	30372	25395	24771	31501	5	4	3	3	4
10	Ancash	21215	24817	27026	22036	23291	3	3	3	3	3
	Arribos Nacional	1412686	1446188	1434327	1678369	1994739					
Turistas Internacionales al Perú		<b>800491</b>	<b>801334</b>	<b>866602</b>	<b>933643</b>	<b>1164033</b>					

Fuente: CTAR – AREQUIPA, 2006

Este cuadro explica que los turistas extranjeros buscan en el Perú la arqueología y el ecoturismo. Es decir, arriban al aeropuerto Jorge Chávez de Lima e inmediatamente se trasladan a Cuzco, Puno, Arequipa e Ica.

Este tipo de preferencias permite considerar que el turismo recreacional y de visita a destinos históricos sigue siendo el más importante en comparación al turismo de negocios o de playa que en otros países tienen mucho arraigo.

**CUADRO N° 5  
AREQUIPA: TURISMO AL VALLE DEL COLCA 2001-2005**

<b>AÑOS</b>	<b>NACIONALES</b>	<b>EXTRANJEROS</b>	<b>TOTAL</b>
2001	9,775	36,470	46,245
2002	9,749	43,221	52,970
2003	10,668	48,374	59,042
2004	12,084	53,012	65,053
2005	4,467	61,096	65,563

Fuente: CTAR – AREQUIPA, 2006

**CUADRO Nro. 6  
AREQUIPA: ESTACIONALIDAD DEL TURISMO RECEPTOR AL COLCA  
2001 – 2005**

<b>Años</b>	<b>Ene</b>	<b>Feb</b>	<b>Mar</b>	<b>Abr</b>	<b>May</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Ago</b>	<b>Set</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>Total</b>
2001	2016	1851	1985	2206	2396	2960	4544	6439	4456	3496	2536	1585	36,470
2002	1704	1592	2205	2507	3261	2625	5289	7639	5698	4789	3234	2678	43,221
2003	1981	1892	2303	3479	4271	3476	5990	7551	5978	5563	4058	1845	48,387
2004	1848	1830	2413	3645	3539	3435	6302	9291	6296	6920	5012	2481	53,012
2005	3151	2421	3894	3914	3358	5926	6500	9856	7222	7040	7800	3014	61,096

Fuente: CTAR – AREQUIPA, 2006

Los cuadros 5 y 6 nos hacen ver que la demanda turística al valle del Colca ha experimentado un crecimiento sostenido, llegando el 2005 a más de 65 mil turistas, siendo extranjeros más del 90% de visitantes.

Ello se debe a que la oferta de servicios ha mejorado a nivel de transporte, hospedaje y alimentación, obviamente la belleza del Cañón es el atractivo principal, pero también se ha desarrollado la artesanía confeccionada manualmente y la diversión en discotecas modernas y cómodas.

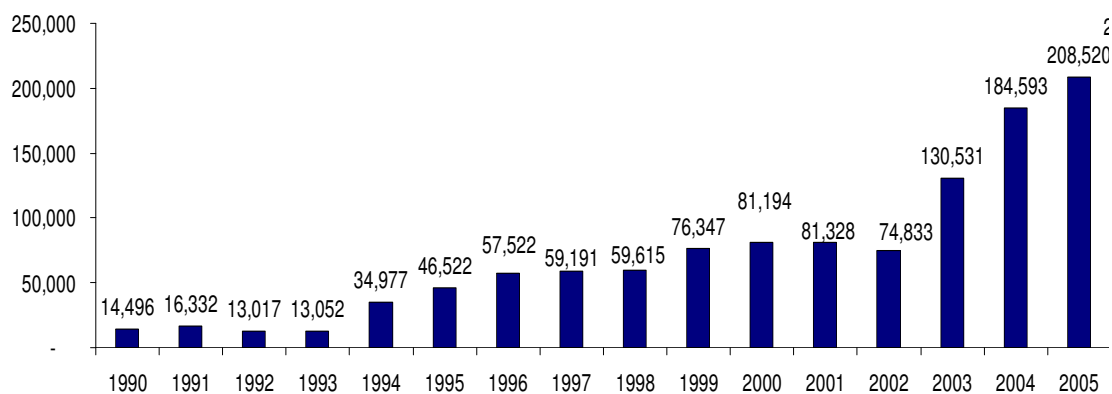
Asimismo, los indicadores señalan a los meses de julio a noviembre como alta estacionalidad, donde el gasto diario del turista llega a un promedio de 100 dólares.

**Cuadro N° 7  
INDICADORES DE SEGMENTOS TURÍSTICOS A NIVEL MUNDIAL**

Segmento	Viajes potenciales	Empleos(*)	Valor en millones \$
Sol y playa	300,000	150,000	240
Deportes	300,000	150	300
Aventura	850	425	1,080
Ecoturismo (Nat)	600	300	580
Cultural	801	400	192
Rural	240	120	23
Cruceros	750	375	780
Parques temáticos	780	390	1,940
Urbano	2,425	1,212	3,200
Congresos	1,600	800	9,355
Totales	8'646,000	4'322,000	* OIT (por cada 2 turistas, 1 puesto de trabajo)

Fuente: CTAR – AREQUIPA, 2006

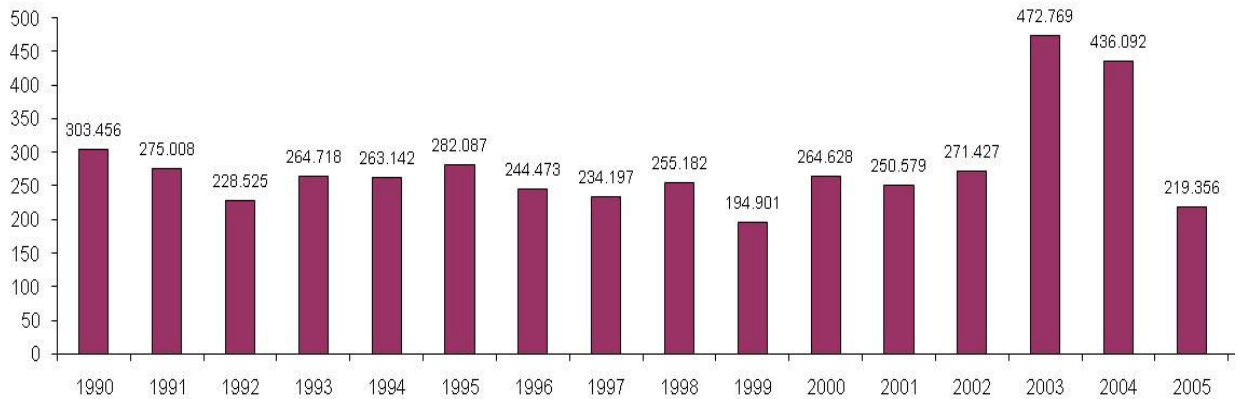
**CUADRO Nro. 8  
ARRIBOS DE EXTRANJEROS A LA REGIÓN AREQUIPA**



Fuente: CTAR – AREQUIPA, 2006

## CUADRO Nro. 9

### ARRIBOS DE NACIONALES A LA REGIÓN AREQUIPA



Fuente: CTAR – AREQUIPA, 2006

### 3.1.3 ENSEÑANZAS EN EL GRADO DE SATISFACCION DEL TURISTA EN COMPARACION AL COLCA

Según Promperú la satisfacción general del turista en relación al Valle del Colca, arroja los resultados siguientes:

- El 95% de los turistas extranjeros se sintieron satisfechos con la visita al Colca. De este porcentaje el 79% lo recomendaría sin ninguna duda y el 18% con alguna reserva. Los motivos para la reserva se relacionan al mal estado de la carretera, que en su mayor parte de recorrido es de trocha. Esta desventaja se acentúa sobre todo en las vías de acceso a los diferentes pueblitos del recorrido.

El anterior es un indicador válido para la estrategia de trasladar la misma clase de turistas al Cañón del Cotahuasi, por la sencilla razón de que el producto ecoturístico es similar y muy acogedor. Lo desventajoso igualmente es la carretera que está en peor estado que la del Colca.

- La belleza del paisaje del Cañón del Colca es formidable, pero reiteramos que los expertos señalan que el Cañón del Cotahuasi es superior. Por si fuera poco, también posee vuelos de cóndores cuyo espectáculo es muy valorado por los turistas que van al Colca.
- Un atractivo a emular es el trato de la población muy bien calificado, seguido de la seguridad de los lugares en cuanto se refiere a la no presencia de actos delictivos.
- Otros atributos que requieren una profunda evaluación es la atención de los servicios higiénicos, percibidos como insuficientes, sucios y descuidados. Esta observación en relación a La Unión es dramática, por la inexistencia de servicios higiénicos a lo largo del Cañón, con excepción de la capital Cotahuasi, Alca, Tomepampa, Puyca, donde existe agua, desagüe y fluido eléctrico.

En realidad se deberá evaluar la instalación de servicios eficientes de restaurantes, alojamientos, bus y servicio aéreo con avionetas, guías y servicio de movilidad en taxis y acémilas en algunos casos.

En el Colca la evaluación desaprobó el servicio de transporte en ómnibus, para visitar el Cañón del Cotahuasi, por los 390 km de distancia y tiempo (12 horas de recorrido desde Arequipa). Se optaría por su sustituto el transporte aéreo. Además el turista extranjero no se anima a invertir tiempo y sufrimiento para trasladarse a este maravilloso atractivo natural, en cambio si se pondría en uso el aeropuerto y un servicio de aéreo taxis, la cosa sería diferente y a eso apunta este trabajo.

#### **3.1.4. ROL DEL GOBIERNO REGIONAL Y MUNICIPAL**

Por la Ley N° 27680; Ley de Reforma Constitucional, se estipula en el Art. 192° que los Gobiernos Regionales promueven el desarrollo y la economía regional, fomentan las inversiones, actividades y servicios públicos de su responsabilidad, en armonía con las políticas y planes nacionales y locales de desarrollo; especificando en el numeral 7) que los Gobiernos Regionales son competentes para: Promover y regular actividades y/o servicios en materia de agricultura, pesquería, industria, agroindustria, comercio,

turismo, energía, minería, vialidad, comunicaciones, educación, salud y medio ambiente, conforme a ley.

El inciso h) del Artículo 35° de la Ley de Bases de la Descentralización N° 27783 otorga competencias exclusivas a los Gobiernos Regionales para "Desarrollar circuitos turísticos que puedan convertirse en ejes de desarrollo". Asimismo, la aludida Ley manda que la "Cultura, turismo, recreación y deportes" son competencias compartidas con los Gobiernos Locales o Municipales; pudiendo en virtud del numeral 51.1 del Artículo 51° "Promover y mantener relaciones de cooperación técnica y financiera con organismos internacionales, estando facultados para celebrar y suscribir convenios y contratos vinculados a los asuntos de su conveniencia, con arreglo a ley".

Así mismo, el numeral 15) del Artículo 82° de la Ley Orgánica de Municipalidades N° 27972, establece que son competencias y funciones de las Municipalidades: "Fomentar el turismo sostenible y regular los servicios destinados a este fin, en cooperación con las entidades competentes".

Asimismo, refiere el Artículo 66° de la misma Ley, que la donación, cesión o concesión de bienes de las municipalidades

se aprueban con el voto conforme de dos tercios del número legal de regidores que integran el Concejo Municipal.

Por otro lado, los artículos 66 y 67 del capítulo II del título tercero de la Constitución Política del Perú trata sobre los recursos naturales renovables y no renovables, señalando en el Art. 88º que el Estado es responsable de la seguridad nacional, siendo la conservación de la diversidad biológica y áreas naturales un elementos esencial de dicha seguridad.

También el Código de Medio Ambiente y los Recursos Naturales que se promulgaron en 1990 (Al conmemorarse el centenario del fallecimiento del sabio Antonio Raimondi) contienen títulos capítulos y disposiciones de defensa del medio ambiente. Por ejemplo, el Art. 50º dice: “Es obligación del estado proteger los diversos tipos de ecosistemas naturales existentes en el territorio nacional a través de un sistema de áreas protegidas”. Siendo entre otras, estas áreas:

- Parque Nacional
- Santuario Nacional
- Santuario Histórico
- Refugio Silvestre
- Reserva Paisajista Nacional
- Reserva Nacional

A nivel Regional las áreas naturales protegidas tienen las categorías siguientes:

- Reserva Regional
- Reserva Comunal
- Bosques y otras zonas de protección
- Coto de caza

A nivel municipal el sistema considera “área de conservación municipal” que son lugares donde se producen ecosistemas, comunidades o el hábitat de una determinada especie de flora o fauna silvestre o que pueda albergar rasgos paisajísticos de importancia para el gobierno local.

Por último a nivel privado existen áreas protegidas y para ceder a dicho reconocimiento los postulantes a propietarios deben expresar su voluntad y compromiso de dedicarlas a dicho uso y por ende al turismo. El incumplimiento de dichas obligaciones y el buen manejo del área asignada significara el retiro inmediato del reconocimiento otorgado.

### **3.1.5. INFRAESTRUCTURA VIAL**

Los turistas extranjeros, principalmente ingresan al Perú por el aeropuerto Jorge Chávez, luego si el paquete y/o motivación

incluye la visita a la Ciudad de Arequipa, el viaje prosigue por vía aérea a esta segunda ciudad en importancia nacional.

De Arequipa al Cañón del Colca el viaje es por vía carrozable que se realiza a veces en 6 a 8 horas de ida y vuelta.

De Arequipa al Cañón del Río Cotahuasi el viaje es también por vía carrozable peligrosa y de mal estado, con una distancia de 390 Km., que se hacen en 12 horas de recorrido que obligaría al turista pernoctar por lo menos 3 ó 4 noches en Cotahuasi, para luego iniciar el retorno a Arequipa, cosa que no está dispuesto a someterse.

En concreto para solucionar tan larga distancia se debe habilitar el aeropuerto de “Aymaña” hasta ahora inservible y/o construir una pista de aterrizaje en el paraje “Allahuay”, para avionetas y aviones que harían el servicio de aéreo taxis entre Arequipa – Cotahuasi y viceversa.

### **3.1.6. DEMANDA DEL SEGMENTO TURÍSTICO DE AVENTURA DE ORIGEN NORTEAMERICANO**

Las estadísticas ecoturísticas indican que los turistas estadounidenses son los que más viajan al Perú. Además específicamente en la Región Arequipa es al Cañón del Colca donde el turista busca la interacción activa con la naturaleza la

fauna y flora silvestre que crecen en acantilados y ríos riesgosos.

En 1993 la consultora Monitor Company llegó a la conclusión que se debería invertir en este segmento, que además para servirlo no requiere de mucha infraestructura.

Otro dato importante para optar por la atención al turismo de naturaleza aventura era que en los Estados Unidos crecía en 8% este segmento de viajeros, siendo al Perú sus principales destinos: Al Valle Sagrado, Puno, Iquitos, Puerto Maldonado, Paracas, Huaraz, Colca y Manú.

Además Monitor considera que dentro del segmento norteamericano de turismo de naturaleza aventura existen tres subsegmentos:

- a) **Económico** representado por los mochileros que gastan un promedio de 12 dólares al día.
- b) **Emoción y calidad** que no exige lujos pero desea experiencias emocionantes a cambio de un promedio de gasto diario del orden de 173 dólares.
- c) **Pagan todo** con tal de tener comodidad a un promedio de gasto diario de 271 dólares.

La necesidad de satisfacción de los ecoturistas es conocer destinos con peculiaridades similares y/o mejores que los ofrecidos por la belleza del Colca y eso es lo que precisamente posee el Cañón del Cotahuasi, considerado el más profundo y bello del planeta.

Además la composición de esta clase de turistas responde al siguiente grado de instrucción:

<b>Grado de instrucción</b>	<b>%</b>
- Universitario	56
- Post Grado	9
- Técnica	4
- Secundaria	6
- Maestría	16
- Doctorado	9
- Primaria	0

Fuente: CTAR 2005

Otro indicador interesante es el alojamiento utilizado por el turista norteamericano, que se explica en el cuadro siguiente:

<b>Tipo de alojamiento utilizado (Estadía 2 ó 3 días)</b>	<b>%</b>
- Hotel 5 estrellas.	11
- Hotel 4 estrellas	13
- Hotel 3 estrellas	31
- Hotel de 1 y 2 estrellas	20
- Hostal	43
- Camping	28
- Casa de familia	12
- Pensión familiar	8
- Albergue	8

Fuente: CTAR 2005

**Cuadro N° 10**

**DESTINO ECO TURÍSTICOS VISITADOS POR LOS TURISTAS  
NORTEAMERICANOS**

<b>Principales destinos Eco Turísticos visitados por norteamericanos</b>	<b>Año 2005</b>
Cañón del Colca	18%
Huaraz	4%
Iquitos (Ciudad / Selva)	8%
Iquitos (Albergues)	4%
Lago Titicaca	14%
Machu Picchu y Valle Sagrado	48%
Paracas	4%
Parque Nacional de Huascarán	3%
Parque Nacional del Manú	2%
Puerto Maldonado (Selva)	5%

Fuente: PromPerú, 2002

Se aprecia que hay un crecimiento de visitantes al Cañón del Colca, sin embargo, el cuadro expresa que Machupicchu y el Valle Sagrado en la Región del Cusco, sigue constituyendo el atractivo símbolo turístico nacional que últimamente ha incrementado al doble el número de turistas (2,000 diarios) que preocupa al gobierno Regional y a la propia UNESCO sobre el impacto que está causando el sobrepeso de pisadas a sus instalaciones físicas que debe urgentemente corregirse.

**Cuadro N° 11**  
**FLUJO DE TURISTAS ESTADOUNIDENSES AL PERÚ**  
**1990 AL 2005**

<b>AÑO</b>	<b>TURISTAS ESTADOUNIDENSES</b>
1990	55,882
1991	45,928
1992	43,457
1993	55,850
1994	81,293
1994	81,293
1995	102,902
1996	125,603
1997	141,577
1998	162,039
1999	188,800
2000	205,400
2001	202,000
2002	225,400
2003	202,000
2004	215,326
2005	218,428

Fuente: PromPerú, 2006

Una comparación con las llegadas anuales al Perú (Más de 1'384,000 el 2005) nos hace ver que México recibe 20 millones de turistas Norteamericanas al año.

**Cuadro N° 12**  
**PRONÓSTICOS DE DEMANDA FUTURA DE TURISTAS**  
**ESTADOUNIDENSES DEL 2004 AL 2007**

<b>AÑO</b>	<b>TURISTAS USA</b>
2004	260,000
2005	277,000
2006	294,000
2007	310,000

Elaboración: Centro de Estudios Turísticos CET, año 2007

Del flujo proyectado de turistas estadounidenses, sabemos por dato que aproximadamente el 10% practica el eco turismo.

**Cuadro N° 13**  
**ESTIMACIÓN DE ECO TURISTAS ESTADOUNIDENSES AL PERÚ**  
**2004-2007**

<b>AÑO</b>	<b>TURISTAS USA</b>
2004	26,000
2005	28,000
2006	29,000
2007	31,000

Elaboración: Centro de Estudios Turísticos CET, año 2007

La proyección para captar 1800 turistas Norteamericanos que practican el ecoturismo directamente al Cañón del Cotahuasi, hasta el año 2,010, es una cifra realista pero aparentemente conservadora.

Lo cierto, es que una vez posicionado mundialmente el paquete turístico al Cañón del Cotahuasi, evidentemente la demanda crecerá significativamente, para lo cual se debe ofertar un producto de calidad.

## Cuadro N° 14

### PROYECCIÓN DEL MERCADO DE NATURALEZA AVENTURA DEL 2005 AL 2007

<b>Año</b>	<b>Turistas extranjeros</b>	<b>Turistas estadounidenses</b>	<b>Eco turistas estadounidenses</b>	<b>Mercado disponible de naturaleza aventura</b>
2005	1'384,085	276,817	27,682	\$23'723,474
2006	1'467,905	293,581	29,358	\$25'159,806
2007	1'551,725	310,345	31,034	\$26'596,138

Fuente: Centro de Estudios Turísticos, 2007

#### 3.1.7 MERCADO OBJETIVO

El mercado objetivo potencial del presente proyecto estará conformado por la captación de 1800 estadounidenses que practican el ecoturismo en su país de origen. En los tres primeros años de vida del proyecto, el paquete turístico se ofertará a US\$ 600 dólares americanos, el costo incluye la comisión para el canal mayorista de US\$ 200 por paquete vendido y los impuestos de ley. Evidentemente, el otro segmento objetivo serán los turistas que deseen ampliar y/o sustituir su visita al Cañón del Colca, cuya cifra anualmente bordean los 70 mil turistas.

Es decir el Cañón de Cotahuasi que cuenta con destinos históricos culturales y ecoturísticos similares al Cañón del Colca, podría también captar un buen porcentaje de turistas que arriban a esta localidad en busca de un destino ecoturístico.

### **3.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA**

La oferta turística técnicamente está constituida por el producto turístico que es el resultante de la sumatoria de: Atractivos, facilidades y accesibilidad. Los atractivos turísticos se sub clasifican a su vez en naturales y culturales, los mismos que si no están acompañados por las facilidades que constituyen los diversos servicios conexos, como alojamiento, alimentación, entretenimiento y diversión no se podría llamar producto turístico. Por su puesto que a esta complejidad de bienes y servicios hay que agregarle la infraestructura que son inversiones costosas y de magnitud mayor.

En el caso del Cañón del Cotahuasi, que es el atractivo principal puesta en valor, la accesibilidad es el componente mayor o central para su conversión en producto turístico, en razón de que para venderlo como destino, deberá contar con la vía de acceso más segura y cómoda. Por ello, dada la distancia de 390 Km de camino carretero accidentado y su recorrido de 12 horas desde la ciudad de Arequipa, el transporte aéreo es el más adecuado que otorgará al turista de origen extranjero un viaje placentero de 1 hora (ida y vuelta), con una estadía de 2 días y 2 noches superando las expectativas ecológicas y de aventura.

El Cañón de Cotahuasi de punta a punta tiene diversidad de atractivos que sino están acompañados por las facilidades de alojamiento, alimentación, entretenimiento y otros servicios, así como por los medios de transporte cómodos, no podrá ser considerado como producto turístico, por más bellos que sean estos atractivos. Los cierto

es que una vez convertido en producto turístico, recién llegarán inversionistas como los hoteleros, o los que realizan labores de restauración, comestible o actividades de transporte aéreo a nivel de servicios de avionetas.

### **3.2.1 ATRACTIVOS NATURALES**

Los atractivos principales del Cañón de Cotahuasi, nos muestra el siguiente inventario:

#### **♦ Todo el Cañón del Cotahuasi**

Considerado como el más profundo y bello del planeta. La parte alta del valle de Cotahuasi, es el inicio donde nace el río Cotahuasi en la quebrada Jocha. De allí el río baja en dirección Este-Oeste hasta el Océano Pacífico en un recorrido de 150 Km.

El río en toda su extensión poco accidentada tiene 100 Km, y ofrece excepcionales rápidos para practicar el deporte del canotaje, obviamente exceptuando la Catarata de Sipia cuya caída es súper mortal. La cuenca del afluyente río Mungui, representa también un maravilloso paisaje con sus pueblos Mungui y Pampamarca que dan acceso a vistosas andenerías productivas.

Su biodiversidad es importante ya que en el Cañón del Cotahuasi se puede encontrar 106 especies de vertebrados: 19

mamíferos, 65 aves, 6 reptiles, 2 anfibios, 3 peces. Además 56 clases de insectos. Este dato es importante toda vez que a mediano plazo la diversidad de aves (El Colca con similar altitud reporta 51 especies) que exhiben los valles de Cotahuasi, Piro, Mungui, Taurosmá, Chaupo, Velinga y Quechualla, harán posible el TURISMO DE CONTEMPLACIÓN, es decir, la observación de aves cuyos segmentos turístico se denomina los “birdwatchers” y provienen principalmente del Reino Unido. Esta clase de turismo se viene experimentando en los pantanos de la playa Mejía (Arequipa) y en Cajamarca.

Al lado occidental del Cañón se encuentra el pueblo de Huarhua, famoso por su producción milenaria de sal y ser el lugar de nacimiento del que fuera Maestro Ezequiel Ataucusi Gamonal, líder y guía de la secta religiosa Israelí “Nuevo Testamento” y tres veces candidato a la Presidencia de la República. Cabe destacar que a éste lugar lejano, que se llega en acémilas, frecuentemente vienen delegaciones científicas de origen europeo y asiático, que estudian la vida de este religioso fallecido en Lima el año 2001.

◆ **La Catarata de Sipia**

Ubicada a 10 km al Este de Cotahuasi y a menos de un kilómetro de la hacienda Lancaroya, se sitúa a 2,000 m.s.n.m,

y se considerada espectacular por sus tres caídas de 30 m<sup>3</sup> de estiaje, doblendo este volumen en tiempos de lluvia, donde la primera vertiente es vertical, con más de 150 m de caída que hace mortal cualquier deporte de canotaje.

En junio de 1985, una expedición científica integrada por los peruanos Juan José López, Duilio Vellutino y los norteamericanos Kurt Casey, John Fors, Franz Helfenstein y la chilena Eva Luna verificaron con un GPS las cartas topográficas que confirmaron lo que ya habían afirmado el cotahuasino Fredy Flores Barreda de ACUPTUR y la Facultad de Ingeniería Geográfica de la UNFV, en el sentido, de que el Cañón de Cotahuasi tiene una profundidad de 3,354 metros, en tanto el Cañón del Colca es de sólo 3,200 metros y el Cañón del Colorado tiene 1,427 metros. Por otro lado, otras mediciones comparadas entre los dos Cañones más profundos del planeta son:

1. La efectuada el año 1992 por la Universidad Nacional Federico Villarreal que demostró que el Cañón del Cotahuasi tiene una profundidad de 3,535 metros de profundidad y el Colca tiene 3,200, con una diferencia de 355 metros.
2. La tomada por el Instituto Nacional Geographic y publicada por la revista caminante de ecología y turismo (Nº 5) del año 2003 que afirma las siguientes diferencias:

- Cañón del Cotahuasi 4,023 metros de profundidad
- Cañón del Colca 3,205 metros de profundidad

Es decir una diferencia marcada de 818 metros

◆ **La Catarata de Uscuny**

Ubicada en Pampamarca con una caída de 70 metros de altura.

◆ **El bosque de piedras "Santo Santo"**

Ubicado en el Distrito de Huaynacotas a 4,500 m.s.n.m.

◆ **Lagunas, Glaciares y Nevados**

Igma, Ranracocha, Huanzo, Ynaquilli, Huansacocha; Solimana, Firuya, Tintaya, etc.

◆ **Baños termales de más de 45°C**

Luicho, Lucha, Josla, Antabamba, etc.

Un análisis químico de las aguas termales de Luicho realizada por la Universidad San Agustín en 1991, arrojó el resultado siguiente:

Temperatura	45°	Centígrados
Turbidez ppm	00	
Olor	00	
Sabor agradable	7.2	
Anhídrido	75	
Carbónico	00	
Cloruros	195	
Alcanicidad	406	
Dureza total	226	
Magnesio	120	
Calcio	142	
Sólidos totales	876	
Sólidos volátiles	208	
Sólidos fijos	668	

### 3.2.2 Atractivos Culturales

- **Restos arqueológicos**

35 ruinas arqueológicas, siendo las más importantes: Maucallacta y Marpa e iglesias coloniales en casi todos los pueblos.

La Provincia de La Unión tiene como capital a la ciudad de Cotahuasi, posee 16 pueblos importantes, 87 caseríos, 48 anexos y 143 centros poblados menores; siendo sus 11 Distritos los siguientes:

- ◆ **Cotahuasi**

Es capital de la Provincia de La Unión, ubicada a 2450 m.s.n.m. y a una distancia de 390 Kms al noroeste de Arequipa, enlazada con carretera de trocha desde Chuquibamba. Su nombre quechua quiere decir “Casa de las estrellas” debido a que en las noches, las estrellas del firmamento parecerían estar al alcance de las personas.

Sobre su primera fundación nada se sabe, más bien se puede deducir que habría ocurrido entre los años 700 y 1,000 después de Cristo en el Horizonte Medio. Lo que si está registrado es que el Corregidor Francisco Acuña<sup>(3)</sup> luego de su visita ocurrida en 1586 en su informe la llama Trujillo de Cotahuasi, además narra que cada pueblo importante tiene su iglesia y cura, que hay viñas y se

---

<sup>(3)</sup>Marcos Jiménez de la Espada, “Relaciones Geográficas de Indias – Perú” 1586, Revista HATARIY 1972

produce abundante vino, que hay frutos de Castilla como duraznos, membrillos, granadas, peras, ciruelas, etc.

La anterior versión testimonial nos lleva a suponer que los conquistadores españoles por el buen clima y la existencia de muchos yacimientos mineros, se afianzaron a lo largo del Cañón, procediendo a refundar Cotahuasi, Tomepampa, Alca, Taurisma, Mungui, Pampamarca, Puyca, Toro, Charcana, Velinga y Quechualla, castellanizándolos y acondicionando su original plano urbano en similitud a Andalucía con plaza, iglesia y pequeña acequia al centro de la calle principal.

La iglesia La Matriz bella e imponente fue construida en 1668 y la Iglesia Inmaculada Concepción en 1710. Actualmente cuenta con servicios de agua, desagüe, luz, teléfono, televisión, internet, aunque es justo reconocer que su "Planta Turística" es completamente deficiente y desventajosa, pues a nivel de hospedaje se reduce a siete establecimientos con poca comodidad e higiene.

Su aniversario del 4 de mayo, constituye una gran fiesta regional, donde se puede disfrutar del rico vino y una gastronomía variada de picantes, cuyes, chicharrones.

Desde el mirador natural de "Allahuay" al turista nacional o extranjero que llega a Cotahuasi se le ofrece como atractivo el espectacular gran Cañón, su río serpenteante y pueblitos interandinos. Desde este lugar a 4,100 m.s.n.m. se puede observar la magia de la belleza del Cañón, donde las montañas se cortan con el azul del cielo esplendoroso; así mismo la campiña sirve de telón de fondo a las altas planicies de ambas riberas del río Cotahuasino donde en cada pueblo dormitan sus majestuosas iglesias a través del tiempo.

Lo cierto es que en éste apacible territorio llamado el Cañón del Cotahuasi, el turista podrá hacer canotaje, podrá cruzar puentes malabarísticamente, podrá observar vuelos de cóndores y águilas, podrá bañarse tranquilamente en el río y en aguas termales de diversas temperaturas, podrá visitar 35 monumentos arqueológicos y una docena de iglesias coloniales, podrá visitar tierra fértil y volcánica, observará con admiración la catarata de "Sipia", el bosque de lava "Santo Santo" y la belleza de los nevados Solimana y Firuya.

En suma, los turistas podrán disfrutar de la biodiversidad más variada donde sus acantilados profundos en sus entrañas guardan las vetas más ricas de oro, tal como lo afirmara el sabio Antonio Raymondi y el científico Isaíah

Bowman en 1910, en su libro "Los Andes del sur del Perú"<sup>(4)</sup> al respecto decía: "... en las paredes del gran Cañón de Cotahuasi se ven más de cien flujos de lava superpuestas que hoy forman una gran masa de siete mil pies de profundidad".

Por estas razones en mayo del 2005 el Ministerio del Ramo e INRENA declararon al Cañón del Cotahuasi como "Reserva Paisajista".

Desde la óptica histórica se puede señalar que esta ciudad se convirtió en capital de la Provincia de La Unión, del Departamento de Arequipa, por creación política del Presidente Orbegoso, gracias a la recomendación del General Ramón Castilla, pero sobre todo, en virtud de la participación de habitantes cotahuasinos en las batallas de Junín y Ayacucho bajo la jefatura del Coronel Casimiro Peralta, máximo héroe que también tuvo que vencer en otras cuatro batallas (Chahua, Miraflores, Gramadal y Socabaya) para lograr la creación de La Unión por Decreto del 4 de mayo de 1835 rubricado en Arequipa.

Años después el 12 de septiembre de 1898 el Presidente Nicolás de Piérola por Decreto del Congreso la elevó a la

---

<sup>(4)</sup> "Los Andes del Sur del Perú", Isaiáh Bowman, 1910

categoría de ciudad y la declaró “Ciudad de Villa de Cotahuasi”.

(Fotos 1 y 2)

◆ **Alca**

Está unida a Cotahuasi por una carretera afirmada de 20 kms con servicio permanente de minibuses.

Cuenta la tradición que la Tribu de los Allccas era aguerrida, el Inca Mayta Capac intentó someterlos pero encontró férrea resistencia, librándose cruentas batallas en Huillacc, Cahuana y Ayahuasi hasta rechazar a las huestes imperiales. Posteriormente llegaron los españoles con el descubrimiento de yacimientos de oro, quienes dejaron el influjo de su raza, idioma, religión y costumbres.

En el Cuzco, el 11 de septiembre de 1620 ante el Vicario Alonso Sánchez y su Obispado Lorenzo Pérez<sup>(5)</sup> se constituyó la Cofradía de Nuestra Señora de la Soledad fundada previamente en la Iglesia de Allca por los señores: Diego Casca Huamán, oficial zapatero y Joana Vequemanya, su mujer y don Juan Surcamaya Cacique Principal, don Lorenzo Vilcapin, Don Juan Vilcamaco y don Cristóbal Yasca Cabana, don Martín Yayme.

---

<sup>(5)</sup> Documento inédito “Cofradía Nuestra Señora de la Soledad”, Cuzco 1620.

Su rica tradición se manifiesta en la fiesta del Espíritu Santo, la fiesta de San Pedro (Patrono de ALCA), cuya particularidad es la carrera de caballos; el 16 de julio la fiesta de la Virgen del Carmen. Casi en todas estas festividades encontramos las célebres corridas de toros.

Entre los vestigios arqueológicos tenemos: La llamada "biblioteca lítica" de Tiknay; el complejo arqueológico pre-inca de Kayak, en el anexo de Cahuana, las edificaciones de Waqchar; los Molinos de Piedra de Canchata, Huayco y Chococo.

Sus anexos de Willaq, Ayahuasi, Yumasqa, Cahuana y Lucha, son pueblos típicos y pintorescos, donde las costumbres y tradiciones de sus pobladores se mantienen intactas.

#### ◆ **Charcana**

Fue fundada a la usanza española, con su Plaza de Armas en el centro del pueblo, la iglesia, el cabildo con hermosos portales y la casa cural a su contorno.

Posee miradores naturales como: La Plaza de Armas, desde donde se contempla el nevado de Solimana y el imponente Ccaisampo, (4,583 m.s.n.m.); el mirador de

Sonega y el mirador de Huayhuancca desde donde se aprecia el lugar más profundo del Cañón y el serpentear del río Cotahuasi.

La Catarata de Sipia, está en el límite con el Distrito de Toro y el puente Pucunsali, singular obra de ingeniería inca construida en piedra.

Aquí vivieron los primeros pobladores de la Provincia de La Unión, seis mil años a. de C. hecho probado por las pinturas rupestres encontradas en las Cuevas de Huancarama.

◆ **Huaynacotas**

Ubicado al norte de la ciudad de Cotahuasi, está dividido en cuatro ayllus.

Taurisma, su capital posee una iglesia construida en 1680, que alberga pinturas de la Escuela Cusqueña. En su territorio están las cristalinas aguas termales de Coñecc. Los pueblos de Visbe y San José de Luicho tienen el privilegio de contar con maravillosas aguas termomedicinales en los baños de Luicho y los de Antabamba en el pueblo del mismo nombre.

En los pueblos de Huaynacotas, Piramarca, Huzccay y Tarhuara encontramos restos arqueológicos incas, también están los Quimbaletes de Huanso que durante la colonia se molía oro, cerca a las lagunas de Huansoccocha y Huanso. Los restos arqueológicos más relevantes de este Distrito que aún sigue conservando su autenticidad cultural indígena, son: “Akapana” en castellano resbaladero; las andenerías de “Ayasongo” o montículos de muertos; la piedra “Tótem” usada actualmente como puente, en cuya parte posterior se puede observar un tallado aún no descifrado , así como las ruinas de “Tulla” que habría sido un campo santo de una familia notable y las ruinas de “Collota” que habría sido un pequeño fuerte y centro de aprovisionamiento alimenticio.

◆ **Pampamarca**

Está situado al noreste de la Provincia de La Unión. Su capital es el pueblo de Mungui. En su relieve predominan dos zonas:

La zona Cuenca de Erosión, donde se encuentran los pueblos de Mungui, Huarhua y Pampamarca.

La zona de Alta Montaña, donde están los caseríos de Laxa, Chaclani, Muytta, Larcco, Ñegeta, Ayapata y Tecca.

El nativo pampamarquino heredó de sus ancestros el arte de tejer las alfombras en lana de llama, alpaca, oveja y vicuña. La máxima expresión de este arte fue la alfombra de 250 m<sup>2</sup> que la Provincia de La Unión obsequió al Presidente Leguía por la falsa “llegada” de la carretera el año 1924, exhibiéndose tan majestuosa obra artesanal en el salón Pizarro hasta el año 2000 en que fue dada de baja y reemplazada por una alfombra de fabricación extranjera.

Pampamarca es un cúmulo de atractivos turísticos naturales y culturales. Existen los restos arqueológicos pre – incas de Cruz Pata, Pata Capilla, Witto, Cuñapampa, Saca, Joshojoyo, con vestigios de utensilios de labranza y cocina. Monumentos arquitectónicos coloniales como la Iglesia Matriz de la Virgen Inmaculada, en Mungui la Iglesia de la Virgen de la Candelaria donde el 2 de febrero hay fiestas costumbristas de mucho arraigo y, en Huarhua el ex pueblo salinero se encuentra el templo de San Francisco.

◆ **Puyca**

Está ubicado al norte de la Provincia de La Unión. Cuenta con nueve anexos: Pettce, Suni, Maghuancca, Huactapa,

Churca, Chincayllapa, Cuspa Sayrosa y Ocururo y cuatro caseríos: Ccalla y Mecla, Sumana, Syparara y Lauripampa.

Es la parte más alta de la Provincia de La Unión, siendo sus principales atractivos turísticos: La laguna de Ranracocha, el valle de los Geiser, el Bosque de Puyas de Raymondi, los restos arqueológicos de Maucallacta, Tambo Sumana, las Ventanas de Elimbra, las cataratas de Allco Yacu y el pantano de Cuspa.

◆ **Quechualla**

Está situada en la parte más profunda del Cañón de Cotahuasi a 1600 m.s.n.m, por lo que su clima es permanentemente cálido, lo que favorece la producción de toda clase de frutas, especialmente la vid para producir vino de mucha demanda local.

Su capital es Velinga y sus anexos Allancay, Picha, Chaupo, Huanuca y pueblos aledaños que están ubicados en ambas márgenes del río Cotahuasi.

En Quechualla se puede practicar el deporte de la pesca de camarones y truchas a lo largo del río Cotahuasi.

En este Distrito se ubica el paraje Hushua donde la profundidad llega a los 3535 metros, es decir, más profundo que el Cañón del Colca.

◆ **Sayla**

Está ubicado en el extremo noreste de la Provincia de La Unión, tiene varios pisos ecológicos desde 1,200 m.s.n.m. hasta nevados muy elevados. Tiene un anexo Saina y cuatro caseríos: Yanapa, Surupampa, Huaycaya y Sañocc.

Los restos arqueológicos toman el nombre de "gentilares", siendo los más notables en Puculliniyocc al final del Cerro Kello Kello de pequeñas construcciones como habitaciones y en Chollocce, tumbas incas y pre-incas.

Destacan también los andenes y el mirador natural de Chocca desde donde se aprecia el Distrito y la vecina Provincia de Paúcar del Sarasara en el Departamento de Ayacucho.

◆ **Tauría**

Es un antiguo Ayllu inca, que se dedicó a la minería. Sus principales yacimientos son: Huayllura, Palmaderas, Tanisca. Por su clima templado produce frutales como duraznos, manzanas y tunas. Sus restos arqueológicos son:

Lahuachi, Orocesa, Ochaya. Sus fiestas costumbristas son la Virgen de la Exaltación y las Cruces.

◆ **Tomepampa**

Pueblo hermoso con eterna primavera, flanqueado por su Apu tutelar Yananza. Su ubicación cerca al río Cotahuasi permite a los visitantes la práctica del canotaje. Posee dos miradores naturales: Locrahuanca y Permatorio. También restos arqueológicos en Achambi y andenerías diversas: Su Iglesia Matriz es una de las más bellas de la región. Su imagen la Virgen del Rosario es la Patrona del pueblo y fue llevada de Valencia (España) en 1680. Está ubicada a 11 Km de Cotahuasi y posee buen servicio de microbuses y hospedajes.

◆ **Toro**

En su jurisdicción está el nevado Solimana (Pareja del nevado Corpuma), así como la fabulosa Catarata de Sipia a 2000 m.s.n.m y la mina Montesclaros que es aludida por Ricardo Palma como una de las minas de oro más ricas del Perú, cuya beta esta tapada en los acantilados más peligrosos e inaccesibles del gran Cañón del Cotahuasi. Posee dos baños termales: Sirhua y Siringay. Restos arqueológicos importantes como Marpa y Patapa. Su fiesta

más tradicional es la celebración es a la Virgen del Rosario y Santa Catalina.

### **3.3 ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN**

#### **◆ Producto**

“Solimana Tours S.R.L.” es una marca totalmente nueva que ofertará como producto ecoturístico los atractivos naturales de la parte oriental y occidental del gran “Cañón del Cotahuasi”, acreditado como el más profundo del mundo.

Teniendo de eje Central a Cotahuasi, el recorrido de 90 km por las orillas del río permitirá disfrutar de vistas paisajistas originales y bellas. Al lado oriental encontramos el mirador Huiñao, los pueblos de Taurisma, Tomepampa, Alca y Puyca con sus iglesias coloniales, las ruinas del Maucallacta y los baños termales de Luicho y Lucha. Por el lado occidental se encuentra la Catatara de Sipia, las ruinas de Marpa, los videños de Velinga y Quechualla y el paraje “Hushua” que es el sitio de más profundidad. Adicionalmente y como preámbulo a este paquete se sobrevolará el “Valle de los Volcanes” de Andahua en la Provincia de Castilla. Este circuito se detalla con más precisión más adelante.

#### **◆ Atractivo símbolo el paraje “Hushua”**

El Cañón en toda su extensión constituye el gran atractivo, dentro del recorrido, adquiere singular significado el paraje “Hushua”

catalogado como el lugar más profundo del Cañón a una profundidad de 3,535 metros y con un clima benigno de 18° a 22° grados permanentemente.

En este lugar la inversión municipal y/o privada debe construir un hospedaje moderno con un capital de \$ 120 mil, con capacidad para 50 camas, según diseño adjunto.

◆ **Atractivo natural la “Catarata de Sipia”**

Esta caída de 150 metros de altura de todo el caudal del río Cotahuasi es un espectáculo muy visitado pese a no contar con las facilidades necesarias. El Gobierno Regional de Arequipa debe invertir y/o licitar la construcción de miradores en ambas riberas y la implementación de un moderno puente colgante.

Otras cataratas son ofertadas mundialmente como sellos atractivos que incrementan el flujo de turistas a sus regiones como: “El Salto del Ángel” en Venezuela que es la caída más alta del mundo con 972 m de altura. “Tugela Falls” en el África con 948 m de altura y “Cocta” en el Departamento de Amazonas con 771 m de altura.

Para posibilitar una visión integral de la hermosura de la Catarata de Sipia a un costo estimado de 120 mil dólares se deberá construir un puente, miradores a ambos costados, así como un ambiente con servicios higiénicos y otros de atención de refrigerio al paso. Se propone también, eliminar una protuberancia rocosa que esconde

en sus entrañas un tercio de la caída, según se demuestra en las fotografías anexadas.

(Fotos 5, 6, 7 y 8)

◆ **Mirador Huiñao**

Ubicado en la cima del cerro del mismo nombre, cuya construcción con acceso carrozable se estima en no más de 40 mil dólares, incluyendo la iluminación y modernización de la ancestral Cruz del Señor. Inversión que la Municipalidad Provincial está en condiciones de afrontar para brindar comodidad y satisfacción al turista.

(Fotos 9 y 10)

◆ **Remodelación del Aeropuerto de Aymaña**

Este aeropuerto sirvió y el temor de que era inservible se disipó en la década del 90 cuando en su pista aterrizó una avioneta, rompiéndose el mito de que era una obra peligrosa desde su construcción ocurrida en 1,975, gracias a la gestión personal del General Jorge Rosas Benavides <sup>(6)</sup> y del Crl. Raúl Vera Rosas.

La importancia de esta importante obra estratégica, radica en que disminuiría el viaje de 12 horas a sólo 30 minutos de Arequipa a Cotahuasi y viceversa. Su refacción o la construcción de un aeropuerto sustituto en la localidad de Allahuay no costaría más de \$150 mil dólares, haciendo rentable y permanente un servicio moderno de aéreo taxis, como existen en toda la selva peruana.

(Foto N° 11)

---

<sup>(6)</sup> Revista Solimana, 1997

◆ **Construcción del “Restaurante Turístico Puyca”**

El circuito incluye visitar las ruinas arqueológicas de Maucallacta, ubicado a 15 minutos del Distrito de Puyca, donde se propone construir dicho restaurante y la visita a este lugar histórico sería de 2 a 4 pm después de servirse el almuerzo. El costo para su construcción estimadamente sería de 70 mil dólares.

Además para su operatividad se deberá tener en cuenta el “Reglamento para Establecimientos de Restaurantes” que establece que los restaurantes turísticos deberán tener las siguientes condiciones:

- a) Se ubiquen en inmuebles declarados monumentos históricos o que constituyan un atractivo turístico por su diseño arquitectónico especial.
- b) Se dediquen predominantemente a la explotación de recursos gastronómicos de alguna región del País, en condiciones aptas para el turismo, deberá ofrecer un menú turístico y platos a la carta del día, destacando en lugar visible al público tanto los menús, platos a la carta y el horario de atención.

Como quiera que el Restaurante será de 3 tenedores, no es necesario que el 70% de su personal sea calificado, ni la carta de platos deberá estar por lo menos en 2 idiomas, pero eso sí es obligatorio contar con la autorización del Gobierno Regional.

(Fotos N° 12, 13 14, 15 y 16)

◆ **Características del Paquete Turístico**

- ✓ El paquete es para grupos de cinco personas como mínimo y máximo de 10 por viaje en dos días y dos noches, iniciando y concluyendo la travesía en Arequipa.
- ✓ El paquete incluye una guía bilingüe, buscando la participación de las comunidades y visita a zonas arqueológicas.
- ✓ De existir temporadas altas con fuerte demanda exterior, se diseñará una nueva ruta en dirección al bosque de piedras en la localidad de Huaynacotas y sub cuenca del río Mungui.
- ✓ La oferta potencialmente será dirigida al segmento de turistas Estadounidenses que aprecie el ecoturismo, la aventura y el medio ambiente natural, dándoles la sensación de conocer un lugar que pocos tienen acceso.

Para fines didácticos y de sustentación práctica de la estrategia comercial, ficticiamente crearemos una Agencia de Viajes denominada “Solimana Tours S.R.L.”

◆ **Precio**

La Agencia de Viajes ofrecerá un costo intermedio del Paquete Arequipa – Cañón del Cotahuasi – Arequipa, en relación con los ofrecidos por la competencia del Cañón del Colca, Manú, Tambopata.

- ✓ Se utilizará un canal mayorista a un precio de \$400 incluyendo IGV.
  - ✓ El canal podrá ofrecer el paquete a no más de \$600, comisionándose \$200 por paquete vendido, además de incluir ganancias por la venta de pasajes internacionales hasta Arequipa.
  - ✓ Se mantendrá el precio del paquete por dos años.
  - ✓ El mayorista enviará las transferencias por concepto de venta de paquetes de 5 a 10 con una antelación 10 días de fijada la fecha del viaje.
- ◆ **Canales de Distribución**
- ✓ Se obtendrán convenios con operadores del ecoturismo de Estados Unidos para obtener de ellos una emisión de turistas.
  - ✓ Se les ofrecerá \$200 de comisión por cada paquete (1 persona) vendido.
  - ✓ El precio mayorista será de \$600 y sólo incluye el circuito al Cañón de Cotahuasi.

- ✓ Se invitará un viaje de reconocimiento y familiarización a dos operadores interesados, todo pagado, a fin de estrechar confianza y disipar dudas.
  - ✓ La gran ventaja es que permite reducir el riesgo de la cobranza que será realizada por el operador extranjero.
  - ✓ Se obtendrá una relación de Operadores Mayoristas y de Centrales de viaje de todo el mundo para con ellos firmar convenios comerciales.
- ◆ **Promoción**
- ✓ Se promocionará una alianza estratégica con operadores especializados nacionales y extranjeros, para lo cual, se enviará películas, afiches y boletines alusivos al “Viaje por el Cañón más profundo del mundo”.
  - ✓ Se obtendrá un sitio en el Internet para hacer conocer la oferta de la Agencia de Viajes.
  - ✓ “Solimana Tours S.R.L.” participará en todo evento de ecoturismo a nivel mundial, buscando el apoyo del Estado, del Gobierno Regional y Municipalidad Provincial e Instituciones especializadas.

- ✓ Evidentemente la mejor promoción de la actividad turística es la implementada de boca a oído que consiste en que el turista satisfecho en su lugar de origen difundirá a su entorno familiar y amical las bondades de los lugares visitados y la excelencia de los servicios recibidos.

### **3.4 MERCADO PROVEEDOR DE ALOJAMIENTO Y ALIMENTACION**

En Cotahuasi se contará con una hostel competitiva con habitaciones amplias y modernas, baños privados, agua caliente, televisión, Internet y alimentación internacional.

En el paraje “Hushua” la Municipalidad distrital de Quechualla y/o la inversión privada deberá construir un albergue campestre con capacidad de 50 camas y buena atención.

A nivel de transporte se requiere el servicio de una Cia de avionetas, con naves entre 5 y 12 pasajeros como mínimo, garantizándoles el precio de 150 dólares ida y vuelta entre Arequipa – Cotahuasi, viceversa.

En Cotahuasi se dispondrá de camionetas 4 por 4 para el recorrido terrestre del Cañón.

Se contará con los servicios de empresas turísticas experimentadas en este negocio y que cuenten con ISO 9002.

## **CAPÍTULO IV**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

#### **4.2 CRONOGRAMA E ITINERARIO DEL CIRCUITO**

El cronograma de actividades que ofrecerá la Agencia de Viajes será el siguiente:

##### **Día 1 (Lunes: Inicio 6.00 hrs.)**

- Recepción de turistas (Grupos de 5) en el aeropuerto de Arequipa y viaje a Cotahuasi en avioneta sobre volando el “Valle de Volcanes” de la localidad de Andahua de la Provincia de Castilla.
- Desayuno en hostel de Cotahuasi e inicio del circuito por la parte oriental del Cañón en camioneta 4 x 4, recorrido que comprende:  
Mirador “Huiñao” en la cima del cerro del mismo nombre, luego el recorrido continua por los pueblos de Tomepampa, Alca y Puyca donde se almorzará.

Seguidamente se recorrerá las ruinas de “Maucallacta” para en horas del cierre de la tarde disfrutar de los baños termales de “Luicho” y retornar a Cotahuasi a las 9.00 p.m. en que se cenará y pernoctará.

**Día 2 (Martes: Inicio 6.00 hrs.)**

- Desayuno en hostel de Cotahuasi e inicio de la segunda etapa del circuito por la parte occidental del Cañón en camioneta 4 x 4 recorrido que comprende:

Mirador de “Sipia” y de allí la expedición proseguirá su recorrido a pie, por el valle hasta Velinga, donde se servirá un almuerzo campestre. Se reiniciará la caminata en dirección de “Hushua” donde se cenará y pernoctará en el “Albergue Municipal”.

**Día 3 (Miércoles: Inicio 6.00 hrs.)**

- Desayuno en el “Albergue Municipal” y partida en dirección de Cotahuasi donde se debe arribar a las 12.30 p.m. para luego emprender el viaje de retorno aéreo en dirección de Arequipa donde se llegará a la 1 pm. Dándose fin a una travesía inolvidable que por la experiencia vivida, los satisfechos turistas, con toda seguridad, promocionarán de boca a oído a sus familiares, compañeros de trabajo y amigos en general en los lugares de su residencia.

**Cuadro N° 15**  
**CUADRO DE ITINERARIO DEL CIRCUITO**

<b>Actividad</b>	<b>Lunes (Día 1)</b>	<b>Martes (Día 2)</b>	<b>Miércoles (Día 3)</b>
Llegada a aeropuerto de Arequipa	6.00 a.m.		
Partida a Cotahuasi	6.30 a.m.		
Sobrevuelo "Valle de Volcanes"	6.45 a.m.		
Arribo a Cotahuasi	7.00 a.m.		
Traslado a hostal.	7.15 a.m.		
Desayuno	8.00 a.m.		
Visita Mirador "Huiñao"	8.45 a.m.		
Visita y recorrido de Tomepampa	9.30 a.m.		
Visita y recorrido de Alca	10.30 a.m.		
Arribo a Puyca	12.30 a.m.		
Almuerzo	1.00 p.m.		
Descanso	2.00 a 2:30 p.m.		
Visita a "Maucallacta"	3.00 – 4.00 p.m.		
Visita a baños de Luicho	5.00 – 7.00 p.m.		
Llegada a Cotahuasi	7.30 p.m.		
Cena	8.00 p.m.		
Descanso para dormir	9.00 p.m.		
Desayuno		6.30 a.m.	
Visita a catarata de Sipia		8.00 a.m.	
Almuerzo campestre		12.00 m.	
Inicio de la caminata a Hushua		1:00 pm	
Arribo a Hushua		6.00 p.m.	
Cena		7.00 p.m.	
Descanso para dormir		9.00 p.m.	
Desayuno			6.00 a.m.
Regreso a Cotahuasi			6:30 a.m.
Arribo a Cotahuasi			3.30 p.m.
Llegada a Arequipa			5.00 pm

### **Equipos necesarios**

La Agencia de Viajes deberá contar con: carpas, capas, impermeables, botas, chalecos, salvavidas y equipos de primeros auxilios y hasta acémilas que servirán para el desarrollo normal del circuito turístico.

### **Magnitud del proyecto**

La Agencia de Viajes a través del producto “El Cañón del Cotahuasi” en el primer año captará 300 turistas directamente enviados por los operadores norteamericanos, triplicando esta cantidad a los tres años siguientes.

En realidad es una mínima porción del mercado ecoturístico de los Estados Unidos. Obviamente el gran mercado lo conforman segmentos de turistas europeos y asiáticos, un segmento de tercer orden lo constituyen turistas latinoamericanos y connacionales, que son captados en Arequipa y Lima, donde la Agencia de Viajes tendrá oficinas promotoras y de venta, que concentrarán sus esfuerzos comerciales para captar un gran porcentaje de turistas (70,000 el año 2007) que visitan el Cañón del Colca.

## **CAPÍTULO V**

### **ESTUDIO DE LA ORGANIZACIÓN**

#### **5.1 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA**

◆ **Misión:**

La Agencia de Viajes, constituye una entidad promotora del ecoturismo hacia la Provincia de La Unión de la Región Arequipa.

◆ **Visión:**

Sacar ventaja de las potencialidades ecoturísticas del Cañón del Cotahuasi para ofertarlas al turista internacional, nacional y regional que visita el Cañón del Colca.

◆ **Objetivos:**

La Agencia de Viajes desde la perspectiva económica:

- Contribuirá al desarrollo tanto de la Provincia de La Unión como de la Región Arequipa y Estado peruano.

- Ofertará un paquete turístico atractivo, ágil y barato.

Desde la perspectiva ambiental:

- Desarrollará una actividad rentable respetando y protegiendo el medio ambiente y el hábitat natural de la flora y fauna.

Desde la perspectiva cultural:

- Promocionará el mensaje cultural del poblador antiguo y actual de la zona.

#### ◆ **Estrategia de La Agencia de Viajes**

- Sin excluir otros segmentos concentrará sus esfuerzos mercadotécnicos en captar el mercado norteamericano del ecoturismo.
- El paquete turístico igualmente estará dirigido al consumidor europeo, asiático, latino y nacional.
- Ofrecerá guías conoedores de la zona con dominio del inglés, así como la puntualidad será su característica.

#### ◆ **Definición de actividades funcionales**

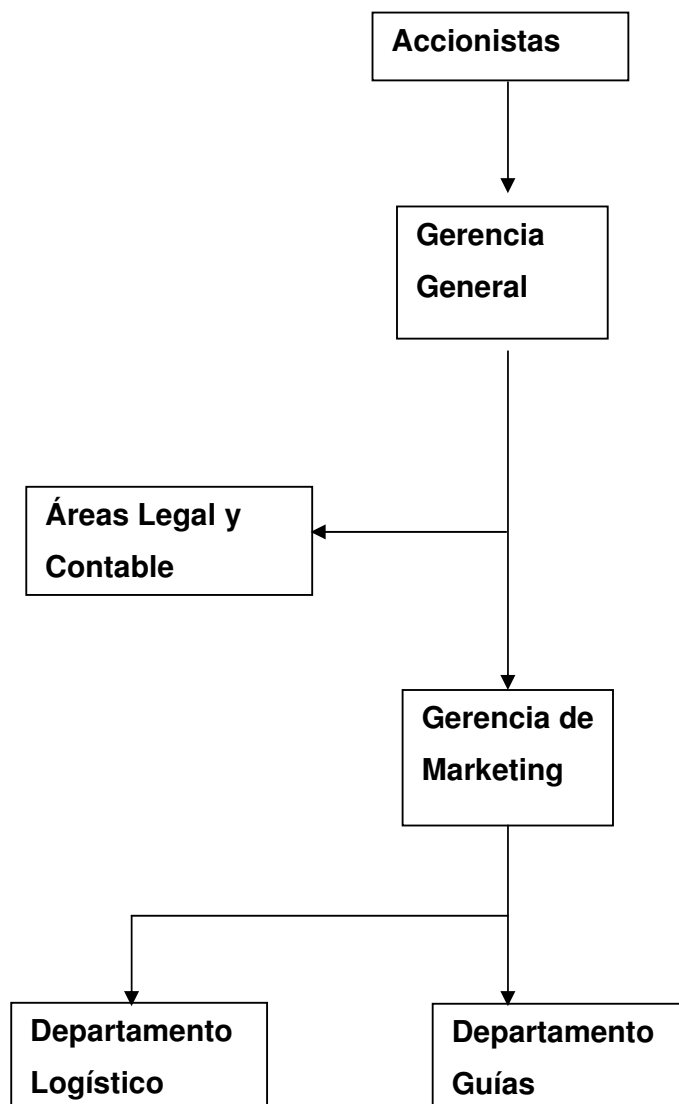
La Agencia de Viajes se esmerará en:

- La promoción y captación del mayor número de turistas que busquen satisfacer sus deseos ecoturistas.

- La atención esmerada deberá constituir su preocupación fundamental.
- La evaluación de resultados será el indicador para determinar los ingresos y los ajustes necesarios a nivel de todos los agentes.

## ORGANIGRAMA FUNCIONAL

### LA AGENCIA DE VIAJES



## **CAPITULO VI**

### **ESTUDIO AMBIENTAL**

#### **6.1 POLÍTICAS CONTENIDAS EN EL CÓDIGO DE DERECHO AMBIENTAL**

Las consecuencias sociales y económicas de los proyectos que tengan efectos ambientales, son estudios obligatorios que deben realizarse antes de iniciar una inversión. Partiendo de esta premisa preventiva, la publicación de los EIA (Estudios de Impacto Ambiental) inducen a la participación del público y organizaciones representativas.

Los EIA según el Código de Medio Ambiente y de recursos Naturales (D.L. 613 de Set. 1991) están sujetos a la aprobación de la autoridad competente que esta imbuida de poderes para determinar cuando una actividad determinada implica riesgos ambientales que exceda los niveles tolerables de contaminación.

Los EIA deberán contener una descripción de la actividad propuesta y de sus efectos principales tanto directos e indirectos a corto y largo plazo. En ese sentido, como quiera que el turismo es una actividad que no incurre significativamente en el deterioro del medio ambiente, sin embargo, en el caso del Cañón del Cotahuasi, del albergue de Quechualla, del restaurante Puyca, y, en especial de la ampliación de vista y miradores de la Catarata de Sipia, así como para los trabajos de adecuación física del aeropuerto de Aymaña, se deben realizar con la debida anticipación estudios del EIA.

## **6.2 PROBLEMAS AMBIENTALES DEL CAÑÓN DEL COTAHUASI**

El turismo como actividad económica es un negocio que implica obtener lucro y, como fenómeno incluye realizar actividades productivas y de consumo, obviamente demandando servicios diversos.

En ese sentido, el turismo para la Provincia de La Unión, constituye una real alternativa de desarrollo, así como el fortalecimiento de su ámbito rural y generación de valor agregado a la agricultura, ganadería, y artesanía, pero siempre contribuyendo a la sustentabilidad del medio ambiente.

El Cañón del Cotahuasi hasta ahora se encuentra sin explotarse, se puede comprobar que existe escasez de hoteles y restaurantes,

siendo la dificultad mayor el mal estado de los 190 Km de carretera sin asfalto desde Chuquibamba.

No existe ningún trabajo de investigación relacionada a los impactos económicos y ambientales en la última década de turismo insignificante, donde su capital Cotahuasi se ha expandido urbanísticamente en desorden alrededor del aeropuerto hasta ahora inservible.

Sin embargo no se debe esperar que las cosas tomen caracteres nocivos y se pueda llegar a variables incontrolables. Se trata de actuar a tiempo, ya que, la experiencia nos demuestra que el impacto turístico tiene que ser medido y previsto, pues esta actividad trae consigo: Contaminación ambiental, basura, humos, ruidos, alteraciones de formas de trabajo, cambio de tradiciones, delincuencia, prostitución e inseguridad ciudadana.

A corto plazo, a través de las municipalidades se debe implementar un “Plan de educación” y otro de “Conciencia turística” dirigido a todos los ciudadanos y autoridades a lo largo de los pueblos del Cañón del Cotahuasi.

El deterioro ambiental se presenta en la trocha vial de vehículos que corren en paralelo al cauce del río, donde por estrechos kilómetros se presentan tierras agrícolas que se desmoronan por la erosión fluvial y

destrucción de de la cobertura vegetal de molles, eucaliptos, magueyes que sirven de protección natural de laderas y barrancos.

Este problema se agudiza aún más en el valle profundo, donde pueblos como: Velinga, Chusacay, Quechualla y Chaucalla que son productores del caracterizado vino cotahuasino y, por cierto lugares enigmáticos de belleza natural, donde año tras año se reduce y sobre utiliza la cobertura vegetal, pues los lugareños al no tener acceso al querosene, ron o gas se ven obligados a cocinar con los últimos restos de matorrales y bosques silvestres.

Felizmente por el momento el río Cotahuasi no ha sido contaminado por los dañinos relaves mineros que afectan flora, fauna y cursos de agua En especial sería catastrófico para la riqueza de peces y camarones que milenariamente alimentan estos pueblos.

Los EIA deberán mostrar básicamente:

- Que con el advenimiento de centenas y miles de turistas al Cañón del Cotahuasi, esta zona geográfica, no tendrá riesgos ambientales que excedan los niveles o estándares tolerables de contaminación o deterioro del medio ambiente.
- Que el advenimiento de turistas no saturará la capacidad de auto-depuración del ambiente, no afectará la calidad de vida de las personas que habitan estos lugares, no afectará el nivel de disponibilidad de otros recursos y sobre todo que la tecnología disponible que se utilizará será la mejor.

### 6.3 OTRAS DIRECTRICES AMBIENTALES

A fin de evitar daños y riesgos ecológicos en el gran “Cañón de Cotahuasi”, se optará por las recomendaciones siguientes:

- Los grupos de viaje deberán estar constituidos por 5 y/o 10 personas.
- Se deberá respetar el itinerario ofertado.
- En las caminatas se evitará toda clase de perturbaciones (ruidos, desechos al aire libre, etc.) que puedan afectar la diversidad biológica.
- Los alojamientos brindarán comodidad en el hospedaje, aseo y alimentación.
- Las actividades recreacionales serán libres y dentro de los niveles permitidos.
- Habrá un respeto a las costumbres y valores nativos.
- No se permitirá fomentar y generar residuos sólidos, para lo cual, se creará un sistema adecuado de manejo de la basura, además de impartirse educación ambiental y desarrollo de capacidades locales.
- Se prepondera a la mejora de la calidad de vida de los lugareños, adquiriéndoles sus artesanías, bienes y servicios.
- Se promocionará la restauración de Iglesias, ruinas arqueológicas y en especial la extraordinaria andenería.
- En suma se prepondera a tomar medidas que cuiden el patrimonio natural, cultural e histórico del “Cañón del Cotahuasi”, impidiendo

la fractura del ecosistema preservando su medio ambiente, la riqueza arqueológica, artesanal y la paisajista.

#### **6.4 EXPERIENCIAS DEL VALLE DEL COLCA**

Al igual que el Cañón del Cotahuasi, el ahora concurridísimo Valle del Colca, se mantuvo escondido, hasta que comenzó a crecer la demanda de visitantes, pues su capital Chivay tenía 3,500 habitantes, un solo hospedaje, dos restaurantes y con el despegue turístico existen ahora dos docenas de hospedajes, restaurantes diversos, industria, artesanal y alimenticia.

Sin embargo, casi todo, se ha concentrado en Chivay, lo que, ha dado lugar a una expansión urbana, llegando ahora su población alrededor de 5,000 habitantes que se benefician directa o indirectamente con el turismo y actividades conexas.

Lo cierto es que existen dificultades, pero también grandes y ventajosas oportunidades para desarrollar negocios, pues las cifras y volúmenes de turistas y el nivel de gastos así lo demuestran.

Por lo tanto el Cañón del Cotahuasi debe ver como un espejo lo que sucede con el Colca, para lograr su desarrollo y planificadamente hacer negocios no sólo turísticos, sino de actividades agrícolas, ganaderas y artesanía como las otroras promocionadas alfombras de lana de alpaca.

## **6.5 CREACIÓN DE UNA “AUTORIDAD AUTONOMA DEL CAÑÓN DEL COTAHUASI”**

La creación por Ley de la “Autoridad Autónoma del Cañón del Cotahuasi” constituye un imperativo para impulsar adecuada, ordenada y eficientemente el turismo, básicamente en los aspectos económicos y de generación de ingresos para los habitantes de La Unión.

Este objetivo debe ser perseguido unitariamente por las autoridades locales y población general de la Provincia de La Unión, ya que, puede suceder que dicha norma legal se promulgue anexando los procedimientos al CTAR y, ello implicaría que el pliego administrativo sea ejercido desde este nuevo y burocrático eje central y la “Autoridad Autónoma” no tenga carácter de UNIDAD EJECUTORA dentro del Pliego del Gobierno Regional de Arequipa.

Por ejemplo, como experiencia, aleccionadora la siguiente observación es válida: En el Presupuesto Fiscal del año 2,000 se incluyó el Presupuesto de “AUTOCOLCA”, asignándole 524 soles como crédito suplementario, pero con recursos directamente recaudados por la “Unidad Ejecutora” con cede en CTAR. Esto significó que el dinero provendría de los aportes de los turistas que visitaban el Cañón del Colca, pero con el inconveniente de ser desembolsados luego de meses y hasta años por culpa de la burocracia existente.

Los derechos de visita turística es la única fuente de financiamiento de AUTOCOLCA pero bajo el control administrativo de CTAR, calculándose que sean actualmente unos doscientos mil dólares anuales lo recaudado por “Boletaje Turístico” que se cobra vía agencias de viaje.

Además, tal como lo formulan los petitorios de las autoridades de la Provincia de Caylloma, la forma actual a los procedimientos dependientes de CTAR limita las posibilidades de concretar convenios nacionales e internacionales, cosa que no ocurrirá si se creara eventualmente una “Autoridad Autónoma del Cañón del Cotahuasi”.

## **CAPITULO VII**

### **ESTUDIO FINANCIERO**

#### **7.1 PROYECCIÓN DE TURISTAS NORTEAMERICANOS**

Dos días y una noche visitando el Cañón de Cotahuasi se venderá en Estados Unidos \$ 600 y tendrá la siguiente meta:

	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
<b>Enero</b>	10	20	30
<b>Febrero</b>	20	40	60
<b>Marzo</b>	20	40	60
<b>Abril</b>	30	60	90
<b>Mayo</b>	30	60	90
<b>Junio</b>	30	60	90
<b>Julio</b>	30	60	90
<b>Agosto</b>	30	60	90
<b>Setiembre</b>	30	60	90
<b>Octubre</b>	30	60	90
<b>Noviembre</b>	20	40	60
<b>Diciembre</b>	20	40	60
<b>Total</b>	300	600	900

- De acuerdo al pronóstico se comienza el año 2008 captando 300 turistas y la meta conservadora al tercer año (2010) es llegar a los 900 turistas extranjeros. Es decir, 300 el año 2008, 600 el año 2009 y 900 el año 2010.
- La temporada alta es en los meses de mayo a octubre.
- La temporada baja en los meses de lluvia (Diciembre, enero, febrero y marzo). Imposibilitaría un desarrollo normal de actividades y servicios.
- Conforme se promociona y posiciona el producto en el mercado internacional se incrementará considerablemente las ventas.
- El incremento de ventas, dará lugar a ofertar alternativamente el bosque de la luna (rocas como árboles petrificados) la catarata de Uscuni y las andenerías de Pampamarca que extendieran un día más el paquete turístico al Cañón de Cotahuasi.
- Como quiere que la Oficina Central está ubicada en Arequipa, en esta ciudad, se implementará una promoción del Circuito al “Cañón del Cotahuasi” para turistas extranjeros y/o nacionales a \$ 400 por persona, incluyendo el viaje aéreo ida y vuelta.
- Los operadores en los Estados Unidos han ofrecido una cuota permanente de visitantes ecoturísticos.
- Evaluando los resultados, en épocas de alta temporada se incrementará la frecuencia de vuelos, conforme aumenta la demanda.

## 7.2 INGRESOS POR VENTAS EN DÓLARES.

	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
<b>Enero</b>	6,000	12,000	18,000
<b>Febrero</b>	12,000	24,000	36,000
<b>Marzo</b>	12,000	24,000	36,000
<b>Abril</b>	18,000	36,000	54,000
<b>Mayo</b>	18,000	36,000	54,000
<b>Junio</b>	18,000	36,000	54,000
<b>Julio</b>	18,000	36,000	54,000
<b>Agosto</b>	18,000	36,000	54,000
<b>Setiembre</b>	18,000	36,000	54,000
<b>Octubre</b>	18,000	36,000	54,000
<b>Noviembre</b>	12,000	24,000	36,000
<b>Diciembre</b>	12,000	24,000	36,000
<b>Total</b>	180,000	360,000	540,000

- El paquete turístico al Cañón de Cotahuasi cuesta para los operadores \$ 600 Dólares americanos sin IGV.
- El circuito incluye Arequipa – Cotahuasi – Arequipa según itinerario.
- El primer año se captarían 300 turistas que dejarían un ingreso bruto de 180,000 dólares, el segundo año los ingresos serán de 360,000 y el tercer año 540,000 dólares con la captación de 900 turistas.
- El punto de equilibrio anual está considerado en la captación de 338 turistas.

### 7.3 COSTOS UNITARIOS PARA EL SEGMENTO OBJETIVO.

En dos días y una noche los costos unitarios serían los siguientes:

Pasaje aéreo de Arequipa a Cotahuasi .....	\$75.00
Dos desayunos .....	5.00
Dos almuerzos .....	10.00
Una cena .....	10.00
Una noche de alojamiento .....	20.00
Otros.....	5.00
Pasaje aéreo de Cotahuasi a Arequipa.....	<u>75.00</u>
	200.00
IGV .....	<u>36.00</u>
Total .....	\$236.00

### 7.4 PRECIO UNITARIO A NIVEL NACIONAL

El precio será de \$ 400, con una comisión del 10% para las agencias de viaje nacionales.

### 7.5 COSTOS OPERATIVOS MENSUALES

- Oficina en Arequipa.....	300
- Oficina en Cotahuasi.....	100
- Servicios (Tel, Fax, gas).....	200
- Sueldos (2 Administradores, 2 Secretarias, 1 guía, 1 chofer)...	2200
- Otros .....	<u>600</u>
- Total \$ 6,000 cada mes.	

## 7.6 PROBABLES RESULTADOS ECONÓMICOS

Venta efectuada a 600 dólares por operadores Norteamericanos.

<b>AÑO</b>	<b>TURISTA</b>	<b>INGRESO BRUTO</b>	<b>GASTOS GENERALES</b>	<b>UTILIDAD</b>
2008	300	180,000	202,800	-22,800
2009	600	360,000	333,600	26,400
2010	900	540,000	464,400	75,600
<b>TOTALES</b>	<b>1,800</b>	<b>1'800,000</b>	<b>1'000,800</b>	<b>79,400</b>

## 7.7 GASTOS PROMOCIONALES

El Gobierno Central y Gobierno Regional deberán invertir 9 mil dólares mensuales durante un año, cuya programación promocional se realizará en los principales medios televisivos nacionales.

Asimismo, se gestionarán para que PROMPERU haga realidad el STOP alusivo al “Cañón del Cotahuasi”. Cabe señalar que la difusión nacional e internacional sobre el Cañón del Colca en los años 1993, 1994 y 1995, hicieron posible el incremento de la demanda turística a esa zona, llegándose en la actualidad a más de 70 mil turistas por año y la demanda seguirá creciendo ahora que Machupicchu está valorada entre las 7 primeras maravillas del mundo.

## **CONCLUSIONES**

1. El Cañón del Cotahuasi, como producto turístico servirá para elevar el nivel de bienestar a la mayoría de los 20 mil pobladores lugareños que empobrecidamente habitan la Provincia de La Unión.
2. El proyecto es viable, factible y austero, pues, consiste en dar valor agregado a tan inigualable recurso natural. En la primera etapa estimativamente se requiere 500 mil dólares de inversión.
3. La accesibilidad es el obstáculo principal para el objetivo propuesto, ya que, los turistas no están dispuestos a recorrer 390 Km de pésima carretera en 12 horas de viaje en forma totalmente incómodo, principalmente en la etapa final del viaje por carretera de trocha, por lo tanto se impone el funcionamiento de un aeropuerto.
4. Puesta en punto la oferta, la demanda potencial está constituida por 2 segmentos de mercados existentes y habidos de ser satisfechos. El ecoturista de origen norteamericano y los turistas internacionales y nacionales que anualmente arriban a Arequipa rumbo al Cañón del Colca, gran parte de los cuales, desean visitar un destino cercano

con mejores atractivos como representa el Cañón del Cotahuasi, considerado el más profundo y bello del planeta. Es decir, por un lado, turistas potenciales enviados directamente al Cañón del Cotahuasi por Operadores estadounidenses y, por otro lado, fundamentalmente un buen porcentaje de los 70 mil turistas que cada año visitan el Cañón del Colca.

5. Existen otros atractivos turísticos a lo largo del Cañón del Cotahuasi, entre ellos el deporte del canotaje y por si fuera poco una biodiversidad de especies vivientes no dañinos a la salud. Así mismo, desde la perspectiva cultural hay 35 ruinas arqueológicas y una docena de iglesias coloniales poco conocidas pero de incalculable valor histórico.

Por su puesto, el circuito en un futuro cercano incluirá también el recorrido por la sub cuenca del rio Mungui que tiene como atractivos la Catarata de Uscuny, los baños termales de “Josla” y por encima de los 4500 m.s.n.m el bosque de piedras “Santo Santo” a cuyos lugares muy pronto se podrá acceder en vehículos, cuya carretera ya tiene conexión tanto con Apurímac, Cuzco por el lado Oriental y, con la Provincia de Parinacochas del departamento de Ayacucho, con salida a la Panamericana Sur. Este nuevo recorrido aminorará el recorrido terrestre desde Lima a Cotahuasi a solo 20 horas, recorrido vía Majes que actualmente en forma penosa se realiza en largas 28 horas.

## RECOMENDACIONES

1. El Municipio Provincial y los Municipios Distritales deben elaborar el “Plan de Desarrollo Turístico Sostenible de la Provincia de La Unión”, considerando la construcción prioritaria de las 5 obras de infraestructura propuestas en el presente trabajo.  
  
Este plan deberá hacerse en coordinación con el Ministerio de Industria y Turismo, el Gobierno Regional de Arequipa, el CONAM, el INRENA, el INC, PROMPERU, tal como manda la ley 28533 (Ley de Desarrollo Turístico de la Provincia de La Unión).
2. Con fines de desarrollo turístico el Municipio Provincial debe crear la “Autoridad Autónoma del Cañón del Cotahuasi” con sede en Cotahuasi.
3. El Municipio Provincial como complemento a las 5 obras propuestas, debe proceder a asfaltar y arborizar la carretera desde el paraje “Allahuay” hasta el Distrito de Puyca por la parte oriental y hasta la Catarata de Sipia por la parte occidental.
4. El Municipio Distrital de Alca debe concluir la construcción de los baños de “Lucha” con toda las comodidades modernas, para que,

junto a los baños de “Luicho”, constituya importante oferta turística termo-medicinal que viene adquiriendo importancia y desarrollo.

5. Exigir al Ministerio de Industria y Turismo, para que cumpla con su obligación de difundir el spot televisivo que contiene la potencialidad turística del Cañón del Cotahuasi: “El más profundo y más bello del planeta” a nivel nacional e internacional, documental archivado desde el Gobierno de Fujimori.
6. Se debe promocionar nacional e internacionalmente los recursos turísticos de la Provincia de La Unión a través de guías turísticas, boletines, revistas especializadas, página Web, etc.
7. Los municipios deben elaborar proyectos de factibilidad turística para ser presentados al Gobierno Central o Instituciones Internacionales, a fin de conseguir su financiamiento para la inversión pública y/o privada.
8. Se debe coordinar entre las instituciones para que exista una adecuada promoción y capacitación turística, con la participación de todos los regidores de los 11 Distritos, alumnos de 4to y 5to de Educación Secundaria, a fin de educar para preservar una auténtica identidad cultural, mediante la promoción del folklore, artesanía y gastronomía lugareña.
9. Se debe realizar un análisis científico de la composición química de las aguas termo-medicinales de Luicho y Lucha. Este aporte debe estar a cargo de la Universidad Nacional de San Agustín, entidad que señalará sus propiedades medicinales.

## **BIBLIOGRAFIA**

- ASPILCUETA M. José 1967: “Geología del Valle Cotahuasi”, Perú
- BELLIDO M. y Simón F.: 1957: “Memoria Explicativa del Mapa Geológico del Perú”, Perú.
- BOWMAN, I: 1930: “Los Andes del Sur del Perú”, Perú
- ARREDONDO POLAR Alberto; 1979: “Bases para una Propuestas de Reconstitución y Desarrollo del Turismo en la Región Arequipa”, Perú.
- DRITINCI – UCSM; 1997: “El Producto Turístico desde la Perspectiva del que visita Arequipa”, Perú.
- CTAR Arequipa; 2005: “Estadísticas del Mercado turístico de Arequipa 2005”, Perú.
- REVISTA HATARIY; 1970: Perú.
- REVISTA SOLIMANA; 2000: Perú
- UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTA MARÍA; 2000: “Guía Turística del Departamento de Arequipa”, Perú.
- AGENCIA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL – GICA: 1999: “Plan Maestro”, Perú.
- ACERENZA Miguel: 1987: “Administración del Turismo, Planificación y Dirección”, España.
- HAUYON DALL’ José: 2006: “Turismo el Futuro del Perú”, Perú
- MITINCI: 1992: “Guía Metodológica para la Formulación del Inventario y Evaluación del Patrimonio Turístico Nacional”, Perú.
- CONAN – MINCETUR; 2002: “Programa Nacional de Turismo

Sostenible” Perú.

PENTUR 2004: “Plan Estratégico Nacional de Turismo 2005-2015”, Perú  
CONCYTEC; 1998: “Diseño y Evaluación de Proyecto de Inversión”,  
Perú.

HERNÁNDEZ DÍAZ EDGAR, 1983: ”Proyectos Turísticos, Formulación y  
Evaluación”, México.

AEDES 1998 ”Estudio de la biodiversidad en la Cuenca del rio  
Cotahuasi”.

ONERN: “Mapa Ecológico del Perú – Guía Explicativa”, 1976, Perú

LEONARD L. BERRY; 1993: “Marketing en las Empresas de Servicios”,  
Colombia.

MONTANER M. JORDI; 1991: “Estructura del Mercado Turístico”, 1991,  
España.

PROMPERU; 2005: “Nivel de Satisfacción del Turista Extranjero”, Perú

ASPILCUETA RICARDO; 2002: “Historias y Relatos de Cotahuasi”,  
Perú.

CLIFOR SOSA; 2000: “Como Elaborar un Proyecto de Inversión  
Turística”, Perú.