

ESPACIO Y DESARROLLO, N.º 15, 2003

**TURISMO EN EL VALLE DEL COLCA Y SUS
IMPACTOS EN EL DESARROLLO**

*Hildegardo Córdova Aguilar**

* Doctor en Geografía, Director Ejecutivo del CIGA y profesor en la Pontificia Universidad Católica del Perú. Correo electrónico: <hcordov@pucp.edu.pe.>.

RESUMEN

El turismo es una actividad que se viene proponiendo como la salida a los cuellos de botella que aparecen en la gestión de los procesos de desarrollo en territorios marginales, tal como es el caso de los Andes. La pobreza de las poblaciones que viven en zonas montañosas obliga a repensar las formas de desarrollo, para que las mismas les permitan una transferencia real de bienes materiales y los lleven a elevar su calidad de vida. Estos bienes, por lo general, no se producen localmente y ello obliga a disponer de recursos económicos en mayores volúmenes para tener acceso a ellos. La escasez de industrias locales también frena las oportunidades de trabajo y el campo no puede atender a una creciente mano de obra que busca empleo.

Frente a tales condiciones, aparece el desarrollo del turismo rural como alternativa. Este turismo es un proceso especializado en vender naturaleza, paisaje geográfico e identidades de lugares, entre otros, para lo cual se requiere una infraestructura que permita atender a los visitantes en todas las necesidades, así como facilitar el acceso al producto que se oferta. Dado que el consumo turístico se caracteriza por su heterogeneidad y arrastra simultáneamente a diferentes sectores, sus efectos, adecuadamente canalizados, pueden servir de base a un desarrollo económico y social más autosostenido y equilibrado. El ecoturismo aparece entonces como una alternativa a la destrucción y deterioro del ambiente y de las sociedades tradicionales, ya que justamente lo que ofrece es la calidad y originalidad de los paisajes.

Los objetivos del turismo rural se dirigen tanto a los turistas como a los individuos que ocupan permanentemente el espacio en el cual se manifiesta el turismo. Las comunidades locales o receptoras son tan importantes en este sistema como lo es el paisaje y el turista. En este sentido, las acciones del desarrollo deben enmarcarse dentro de estos parámetros si es que se quiere mejorar la calidad de vida de las poblaciones de montañas.

Para este estudio se ha escogido la experiencia del valle del Colca, Región Arequipa, Perú. El Colca es un valle que se encuentra entre los 3400 y 4200 m de altitud, de clima templado frío y laderas con pendientes medias de 30 y 60 %. En el sector inferior se han venido utilizando intensamente los suelos volcánicos desde hace unos 15 siglos, para lo cual se han construido terrazas en varios cientos de hectáreas. Estas muestran, ahora, un paisaje

enteramente cultural que se matiza con los centros poblados allí asentados. A este hecho se agrega la existencia de un cañón considerado como el más profundo del mundo y en el que los cóndores han construido sus nidos. Allí se inició la actividad turística a mediados de la década de los 80 y, poco a poco, fueron apareciendo hoteles, restaurantes y guías de turismo, entre otros, para atender a los visitantes. En 1985, la capital de la provincia Caylloma, Chivay (que cubre al valle del Colca), tenía 3400 habitantes con un solo hostel y un par de restaurantes que atendían especialmente a los transportistas que cruzaban el pueblo en sus rutas hacia las alturas de Caylloma y la margen derecha del río Colca.

En 1998 ya existían 12 hostales y, en junio del 2003, habían llegado a 20, con capacidad para recibir a un centenar de viajeros simultáneamente. ¿Cuáles son los efectos del desarrollo del turismo en la población local? ¿Quiénes se benefician? ¿Cuál es la percepción de los locales acerca de su propio desarrollo? ¿Qué recursos se utilizan y qué otros podrían utilizarse para optimizar el desarrollo? ¿Qué cuidados se están dando al ambiente rural y urbano locales?

Estas y otras preguntas son parte de esta ponencia, en la que se identificarán no solo las formas de actuación de los involucrados sino, también, alternativas para ampliar la base de participación local y que de ponerse en práctica llevarían al desarrollo no solo del valle del Colca sino de ambientes de montañas en otras partes del mundo.

Palabras claves: Arequipa, desarrollo económico autosostenido, ecoturismo, turismo, turismo rural, Valle del Colca.

ABSTRACT

Tourism is being proposed as a gate to the bottle-neck that appears when dealing with development of marginal areas, such as the Andes. The poverty levels of the people that live in mountain environments forces us to rethink the ways of development that may allow them to get a real transfer of material goods to help rise their means for living. In general, these goods are not produced locally and that forces the people to use greater scarce economic resources to have access to them. The scarcity of local industries also constrain the opportunities to work and the land can not hold the increasing labor that is looking for a job.

To these conditions, tourism appears as an alternative. This is a process specialized in selling nature, geographical landscapes, identities of places, etc., to which there is a need for infrastructure that may take care of the visitors in all their needs, as well as to facilitate the access to the product offered. In attention to the fact that tourism is much heterogeneous and pulls many other sectors of the economy, its well managed effects may be the basis of a more self-sustainable and equilibrated economic and social development. Thus, ecotourism is an alternative to the deterioration and destruction of the environment and native societies, because it offers quality and originality of landscapes.

The objectives of rural tourism are directed to both the tourists and to the shareholders of the tourism lands. Local communities are as important in this system as are the landscape and the tourist. Thus, the development actions should be framed by this parameters if we want to better the quality of life of the mountain people.

In this study I have selected the Colca Valley in the Arequipa Region, Southern Peru. The Colca is located between 3400 and 4200 m above seal level, with a temperate-cold climate and sideslopes with 30-60 % declination. In the lower sections of the valley, soil has been intensively used for 15 centuries, in which people have constructed well elaborated terraces that are now part of the cultural landscape of the area. To this, there is the Colca canyon, considered as one of the deepest of the world where the condors have their nests. Tourism to this area started in the 1980's and little by little some infrastructure appeared such as hotels, restaurants, tourism guides, etc. In 1985, Chivay, the provincial capital, had 3400 inhabitants with only one hostel and a couple of restaurants that served the truck drivers in their way to the town of Caylloma and the right edge of the Colca valley.

In 1988 there were 12 hostels, and in June 2003, there were 20, with a lodging capacity for more than 100 passengers. What are the effects of tourism development in the local people? Who benefits? What is the local perception about their development? What resources are used and what others may be used to optimize development? What steps are being taken to preserve the local environment and the culture?

These and other questions are part of this paper. I intend to identify not only the ways how the people involved behave but also alternatives to widen the participation of the locals which if practiced may lead not only to the development of the valley but also to other mountain areas of the world.

Key words: Arequipa, Colca Valley, ecotourism, rural tourism, self-sustainable development, tourism.

INTRODUCCIÓN

Al llegar los europeos a los Andes encontraron a grupos humanos que ya habían desarrollado una cultura impresionante, con técnicas de manejo de los suelos tan eficientes que hasta ahora causan admiración del mundo. Uno de estos espacios es el valle del Colca, que desde hace unos 15 años se está promocionando al turismo nacional e internacional.

El turismo como actividad económica empieza a desarrollarse después de la Segunda Guerra Mundial, cuando los incrementos de productividad permiten ahorros para entretener el ocio. Actualmente, es una de las principales actividades económicas del mundo y existe una percepción extendida de que el turismo ayudará a salir de la pobreza a los lugares más deprimidos de la tierra. Las motivaciones del desplazamiento son variadas, pero normalmente se basan en el atractivo que ofrece un recurso, sea cultural o natural. Dadas las características muy heterogéneas de los consumidores, las ofertas turísticas se han ido adecuando a las demandas y así van cambiando en el tiempo o se van diversificando. Es importante hacer notar que los primeros flujos turísticos fueron a las ciudades y a los

lugares que muestran huellas culturales profundas de una cultura anterior, como edificios, canales y fortalezas, entre otros. Luego entran en escena los paisajes naturales en donde las fuerzas de la naturaleza han modelado el relieve de manera impresionante y, finalmente, está el interés en los paisajes naturales de las zonas montañosas en donde se juntan las escenas del relieve con una diversidad biológica muy grande.

El dinamismo de turismo resulta en cambios importantes en el paisaje natural, cultural y económico de los lugares. Así, un lugar puede ser muy atractivo en un momento y luego de un tiempo convertirse en un lugar olvidado, especialmente cuando el atractivo especial ha sido destruido.

A partir de la década de los 60 se ha venido notando un incremento constante del interés por visitas a las zonas montañosas del mundo, en donde el interés no solo se dirige al hecho de conquistar las cumbres más agrestes sino, también, a la posibilidad de observar la biodiversidad de sus laderas, quebradas y explanadas, entre otros. Reportes de científicos sociales, entre los cuales se encuentran los de algunos geógrafos, señalan que cerca del 10% de la población mundial vive en zonas montañosas (Grötzbach y Stadel 1997). Si solo consideramos a las altas montañas del mundo, entonces la concentración de población se reduciría a un 2% (Grötzbach y Stadel 1997). Por supuesto, estas figuras globales no indican que los espacios montañosos del mundo sean ocupados de manera heterogénea, sino que hay lugares donde la densidad y, con ello, la demanda por el suelo son intensas, así como otros donde existe una carencia de población y que se caracterizan por usos del suelo muy débiles, dedicados al pastoreo; a estos lugares se agregan aquellos espacios muy escarpados o muy frágiles que no resisten usos permanentes sin llegar a un deterioro ambiental inmediato. Estas condiciones ambientales reducen la oferta para que las poblaciones de las montañas desarrollen una economía competitiva en relación con las de los sectores bajos: reducidos espacios para la producción de comida, variaciones altitudinales que afectan los tipos de cultivos y barreras topográficas fuertes para la construcción de caminos, entre otros. Frente a estas resistencias ambientales, los primeros habitantes de las montañas utilizaron su inteligencia para entender los procesos naturales y fueron capaces de domesticar un gran número de plantas y animales, y construir terrazas, canales de riego y edificios que han quedado como su más rico legado para la humanidad. Sin embargo, ello no impide que la población de las nuevas generaciones opte por seguir los cursos de agua hacia los sectores bajos, sobrecargando a las ciudades allí ubicadas. Las montañas encierran gran cantidad de recursos minerales que enriquecen a empresas ajenas a esos lugares y permiten que aquí se encuentren las poblaciones más pobres del mundo en relación con sus entornos.

Vistas desde afuera, las poblaciones de algunas montañas son consideradas como tradicionales, conservadoras, pasivas y atrasadas, y se usan términos peyorativos para referirse a ellas, como el de «indios» en los Andes, «kohistani» en Irán y «pahariya» en Nepal, entre otros (Grötzbach y Stadel 1997: 18).

A nivel internacional, la industria del turismo ocupó a finales de la década de los 80 el tercer lugar en la generación de divisas. Hoy día, se considera al turismo como el sector industrial más grande, junto con la industria automovilística. Al inicio de los años 90, 127

millones de personas fueron empleadas por el turismo, hecho que lo convirtió en la fuente laboral más grande del mundo (Zimmer 1993: 35). El 90% de los turistas proceden del 20% de la población mundial, principalmente de Europa occidental, Japón, Australia y EE.UU. Europa se considera como el centro turístico número uno en el mundo (Zimmer 1993: 36 y Ludwig 1990: 9). Los viajes turísticos a los países llamados «en vía de desarrollo» aumentaron, entre 1970 y 1990, de 16,1 millones a 95,5 millones, es decir, se multiplicaron por siete en 20 años (BMZ 1993: 21). El continente americano recibió, en 1999, alrededor de 122,7 millones de turistas. En cuanto a América Latina se tienen los datos de la Organización Mundial de Turismo (OMT) que, para 1999, daba 16,1 millones de turistas para el Caribe, de los cuales el 14,7 % fue para República Dominicana y 12,3 % para Cuba; América Central recibió 4,0 millones, siendo los más importantes Costa Rica y Guatemala. América del Sur recibió alrededor de 15,5 millones de turistas que visitaron Brasil, Argentina y Uruguay (Kamp 2000). En el año 2001, América del Sur recibió solo 14,5 millones de los 692,7 turistas del mundo.

A medida que el mundo se urbaniza, se incrementan las demandas turísticas. Este hecho viene dando lugar a que los lugares tradicionales de visitas turísticas ya no sean suficientes y se busquen alternativas. Al mismo tiempo, se viene exigiendo una mayor calidad de servicio. Surgen nuevas formas de demanda turística, las mismas que exigen una mayor calidad en la gastronomía, aguas limpias, aire más puro, así como nuevas instalaciones en las que se tome en cuenta aspectos deportivos de control de dietas, tranquilidad y buen trato, como elementos básicos.

Es necesario mencionar que un factor determinante en la selección de un lugar o destino de viaje es la experiencia positiva o negativa que hayan tenido anteriores turistas en dicho lugar. Las recomendaciones son de carácter decisivo en el proceso de selección.

Otro elemento de importancia en las decisiones se encuentra en el prestigio con el cual se vincula un país, una región o una forma de viajar. En eso es decisivo la exclusividad, el reconocimiento social y el deseo de ser diferente a la mayoría de los turistas (Kalulu-Danza y Helvetas 1999). Para este tipo de turistas se ofrecen cada vez más ofertas y se trata de un turismo «que se da en áreas poco desarrolladas, y consiste en la búsqueda de actividades únicas en su género» (Budowski, T 1993: 74).

En este sentido, aparece el desarrollo del turismo rural como un proceso especializado en vender naturaleza y paisaje, entre otros, para lo cual se requiere de una infraestructura que permita atender a los visitantes en todas sus necesidades, así como facilitar el acceso al producto que se oferta: el paisaje con todos sus componentes.

Latinoamérica y el Perú, en especial, pueden responder eficientemente a estas demandas de nuevos intereses turísticos poniendo énfasis en el valor de sus recursos. De este modo, estará en condiciones de:

1. Ofrecer su patrimonio natural y hacer de la calidad ambiental un factor esencial. Esta demanda turística implica el desarrollo de un modelo basado no solo en la visita y disfrute de paisajes pintorescos, como parques naturales y/u otros atractivos del paisaje,

sino en la calidad del medio. Aquí se busca encontrar equilibrios entre las actividades turísticas y el medio natural.

2. Ofrecer satisfacciones a la demanda del turismo verde que busca espacios de máxima calidad ambiental, pureza de vida y ausencia de productos contaminantes de cualquier tipo.
3. Ofrecer, al visitante, los productos monumentales del patrimonio cultural.
4. Abrir rutas al turismo rural y agroturismo para satisfacer las necesidades de descanso y contacto con la naturaleza. Este rubro viene incrementándose notablemente en Europa y, también, en algunos lugares de América Latina como el valle del Cauca en Colombia.
5. Ofrecer los productos relacionados con la salud, identidad o reciclaje espiritual, elementos de fuerte demanda como resultado de una mayor valoración del cuerpo humano. Aquí se incluye todo aquello que lleve a una recreación terapéutica.

De acuerdo con estudios realizados por PromPerú (Perfil del Turista Extranjero 1999), a pesar de la carencia de servicios referidos al alojamiento, alimentación de los turistas y transporte, un 85% de los turistas entrevistados se sentía satisfecho por encima de sus expectativas con su visita al Perú y solo 2% demostraba lo contrario. Esta valoración positiva podría deberse a razones más relacionadas con la belleza propia del país y el trato cordial recibido por parte de los peruanos, que hacen revertir carencias y aspectos negativos de logística y servicios. Estas razones justifican porque ocho de cada diez turistas recomendaría sin ninguna duda, a sus familiares y amigos, venir al Perú; de hecho, la mitad de los turistas manifestó sus deseos de volver.

Sin embargo, el turismo internacional en el Perú es todavía muy débil —en el 2002 llegaron 1 052 991 turistas (Dirección General del Migraciones y Naturalización)— y se dirige mayormente a Cusco, Arequipa, Puno, el Callejón de Huaylas, etc. Otros lugares reciben menos atención debido, en la mayoría de los casos, a falta de publicidad.

El turismo en ambientes de montañas

La pobreza de las poblaciones de las montañas se ha visto aliviada en gran parte por el desarrollo del turismo, que a su vez ha reforzado la accesibilidad a lugares tradicionalmente aislados de las actividades económicas dominantes de los países. El mejoramiento de las carreteras facilita los flujos turísticos pero también ocasiona impactos ambientales negativos en las poblaciones, las mismas que, en muchos casos, todavía no llegan a entenderlos completamente. Es el caso del polvo que se levanta en las vías afirmadas y que afecta directamente a los cultivos y a las poblaciones de las viviendas aledañas a los caminos. Por otro lado, los turistas urbanos van imponiendo poco a poco su cultura en el paisaje rural y lo transforman hasta poner en riesgo, en algunos casos, el atractivo turístico en sí mismo.

El desarrollo sostenible en los ambientes de montañas no solo debe buscar el resguardo y mantenimiento de las condiciones de vida de las poblaciones locales y de su entorno

paisajístico, sino que debe procurar la conservación y revaloración de las culturas y las herencias locales para permitir la elevación de la autoestima de las personas en interrelación con su ambiente natural y cultural. Lamentablemente, los reportes sobre la actividad turística en ambientes de montañas en el mundo coinciden en hacer notar los deterioros paisajísticos producidos por la proliferación de plásticos y, también, los cambios en los modos de vida de las comunidades locales y las deformaciones de sus patrimonios culturales para adecuarlos a los gustos de los turistas. Es el caso de la música cuzqueña, que poco a poco va cediendo el paso a otros ritmos considerados «latinoamericanos» pero que no reflejan el folclore local. En este sentido, es pertinente la observación de Alberto Capacci (2002: 68) cuando señala que: «[...] el turismo aunque sea una actividad económica de gran importancia, arriesga, sin una adecuada política de tutela, de destruir irreversiblemente el patrimonio ambiental que es la base de su existencia y de su correcto desarrollo».

Para revertir estas tendencias se necesitan estudios integrales de los lugares. Estos deben tomar en consideración no solo los aspectos históricos sino, también, las herencias que dan identidad a los lugares que en buena cuenta son el resultado de las interacciones sociales con el medio natural. Se trata de prestar atención a las características de los paisajes como un recurso que debe mantenerse para satisfacción de los visitantes. Algunos geógrafos (Acevedo Rodríguez 2002: 28-29) se refieren a este tipo de estudios con el nombre de estudios geoecológicos de los paisajes, que no son otra cosa que el estudio de la morfología del paisaje propuesto por Sauer desde 1925.

La cuestión primaria en el desarrollo del turismo de montañas es ¿cómo hacer para que este sea sostenible en el tiempo haciendo participar a las comunidades en las zonas de interés? Alfonso Fernández Tabales (2002) propone una metodología de gestión dividida en cuatro fases con tareas que van desde la selección de los lugares, la organización y exploración de temas de interés, pasando por un análisis externo y de proyecciones, así como un análisis interno y de evaluación (diagnóstico situacional), hasta la parte operativa que consiste en el establecimiento de los objetivos y diseño de estrategias, desarrollo del plan e implantación. Claro que, como el mismo autor es consciente, si esta metodología es utilizada por los Estados, corre el riesgo de politizarse y desviarse para ajustarse a los planes de una administración. Para evitar esta posibilidad debe incentivarse a las instituciones privadas, que entrarían en acuerdos con los pobladores de los lugares, y convencerlos de los beneficios que recibirían al entrar en una asociación empresarial.

La escasez de capital en manos de las poblaciones de los lugares de montañas y, también, la falta de organización y de información les impide dirigir sus propias empresas turísticas, y eso es aprovechado por los empresarios privados para establecer sus negocios dejando a los locales sin mayor participación en las ganancias producidas por el turismo. Sin embargo, este hecho no es general en todas las montañas y, en casos como los Alpes de Suiza y de Austria, el turismo es la principal fuente de ingresos para la población local que se ha organizado y alquila cuartos o apartamentos y opera casas de huéspedes u hoteles como complemento de sus muchas otras ocupaciones. De igual forma ocurre en Nepal, donde los albergues para turistas están manejados directamente por los rurales locales y algunos de ellos, como los Sherpas, son propietarios de modernos hoteles en Katmandú (Grötzbach y Stadel 1997: 36). Existe una experiencia en el Altiplano con la comunidad

de Taquile, en donde también se da alojamiento y comida en las casas de los comuneros; esta experiencia viene produciendo resultados positivos.

Evidentemente, a medida que se incrementan los flujos turísticos a las montañas, se abren nuevos atractivos en donde no solo se ofrecen los paisajes geográficos, sino que se complementan con aspectos culturales como artesanías, comidas y bailes, entre otros. Asimismo, aparecen actividades de agroturismo, ecoturismo, turismo deportivo y otras. De este modo, el turismo dinamiza a los locales y les ofrece nuevas posibilidades de aumentar sus ingresos. La demanda turística obliga a un equipamiento que provea los servicios de transporte, alojamiento y comida en los diferentes lugares de los circuitos que quieran visitarse. La provisión de servicios da lugar a empleos y negocios de cobertura muy amplia, al punto que se le ha dado en llamar al turismo «industria sin chimeneas».

En esta ponencia se trata de divulgar los recursos turísticos de un valle de montaña en el sur peruano, en donde se juntan los paisajes naturales y geográficos en una simbiosis que parece especialmente arreglada por un artífice extraordinario.

El valle del Colca

La sierra peruana tiene paisajes muy destacados en todo su ámbito geográfico: las vertientes occidentales, las punas, las altas montañas, los valles interandinos, las vertientes orientales y las aguas termales y curativas. La diversidad biológica de flora, fauna, especies domésticas, recursos genéticos y ecosistemas es de lo más variado. La diversidad cultural de grupos humanos y tradiciones culturales, agropecuarias y culinarias, además de las muestras del pasado histórico, son únicas (CONAM 1999).

El valle del Colca ofrece la conjunción de estas características, engarzando estupendamente el ambiente natural, la diversidad biológica y la diversidad cultural. Se ubica al norte-noroeste de la ciudad de Arequipa entre los 3200 y casi 4500 metros de altitud. Administrativamente pertenece a la provincia de Caylloma, cuya capital, la ciudad de Chivay, se conecta con la ciudad de Arequipa por un camino parcialmente asfaltado de 110 km de longitud, que se recorren en unas 2 horas y media (Figura n.º 1).

El valle del Colca se ha formado por el trabajo milenario de las aguas del río Colca, que se originan en el nevado de Yanasalla a 4886 msnm (Peñaherrera 1969:123) al noreste del departamento de Arequipa, sobre un material volcánico. En el sector de nuestro estudio, este valle tiene la forma de «L» invertida con el extremo inferior orientado hacia el Oeste. Al extremo oeste se encuentra el cañón del Colca, formado por la erosión hídrica a lo largo de un posible plano de falla tectónica que corta el macizo montañoso de más de 5000 metros de altitud a la altura del pueblo Pinchollo (Figura. n.º 2). Aparentemente, este macizo, en un principio, sirvió de barrera para las aguas del Colca que se empozaron en el lado oriental y daba lugar a un enorme lago, resultado del cual se produjeron depósitos de sedimentos que hoy constituyen parte de la riqueza agrícola del valle. A medida que se fue desaguando este lago se fueron formando las ocho terrazas aluvio-lacustres a ambos lados del valle, las mismas que hasta ahora están totalmente cubiertas de andenes. En altitudes mayores a la zona agrícola, se encuentran extensas mesetas que sirven de pastos

para una ganadería extensiva. Avanzando un poco más lejos, se encuentran los nevados guardianes del Colca: Hualca Hualca (6025 msnm) y Ambato (6288 msnm) en el lado sur del valle, y Coropuna (6425 msnm) y Mismi (5597 msnm) en el lado norte (Denevan, 1986).

El suelo del Valle del Colca es predominantemente de tipo aluvial y coluvial de origen volcánico, y eso le da una fertilidad natural que fue la que, tal vez, incentivó a los antiguos peruanos en la construcción de los andenes. Este material, formado probablemente en el pleistoceno, es de textura limosa y arenosa, hecho que facilita la formación de grandes barrancas y cárcavas en los lados del valle. En algunos casos, como a la altura de Maca y Chivay, se vienen produciendo asentamientos de material en bloque con grandes pérdidas de suelos para la agricultura.

Las evidencias de una actividad volcánica en gran escala todavía pueden identificarse en algunas partes del valle, especialmente entre Chivay y Coporaque, donde existe una formación de lava basáltica, y en Maca, donde hay un gran depósito de ceniza volcánica fresca. A ello se agregan pequeños efluentes de aguas calientes a lo largo del valle y cerca del río Colca.

El clima es frío moderado en las noches y templado durante el día. Tiene las características ambientales de un piso de Quechua en el sector bajo, pero de Suni y Puna en los sectores altos (Pulgar Vidal 1996). De acuerdo con la clasificación de Holdridge, este valle corresponde a un ambiente de estepa montano subtropical en los sectores bajos y de páramo húmedo subalpino subtropical en los sectores altos (ONERN 1976).

La vegetación natural es de tipo matorral espinoso con alturas medias inferiores a los tres metros. No hay árboles nativos y los que adornan el paisaje son eucaliptos que, de manera dispersa, aparecen como solitarios guardianes de las parcelas. El eucalipto, especie exótica para los Andes, fue traído al Perú a fines del siglo XIX y se ha adaptado tan bien que ahora forma parte obligada en los elementos del paisaje quechua andino. En efecto, no encontramos un pueblo entre los 2500 y 3500 m de altitud que no tenga al eucalipto como símbolo de su paisaje, tal como lo es el algarrobo en la costa noroccidental peruana.

A excepción de la capital de la provincia de Caylloma, Chivay, la población es eminentemente rural y está agrupada en 13 centros poblados desde Cabanaconde hasta Tuti. Mantiene una identidad cultural propia, adaptada a los ecosistemas locales, pero en la que sobresale, a primera vista, la pobreza material de sus viviendas.

La población practica una economía de subsistencia basada en la agricultura. Esta aprovecha un sistema de andenerías construido en tiempos prehispánicos, el mismo que cubre casi enteramente las laderas del valle, aun en los taludes de las terrazas aluvio-lacustres. Las laderas altas no aptas para agricultura, encima de los 3800 m de altitud, están dedicadas al pastoreo de ovinos, vacunos y algunas llamas. Son escasos los equinos, aun cuando unos se mantienen como apoyo para el transporte de la producción de las chacras a los domicilios.

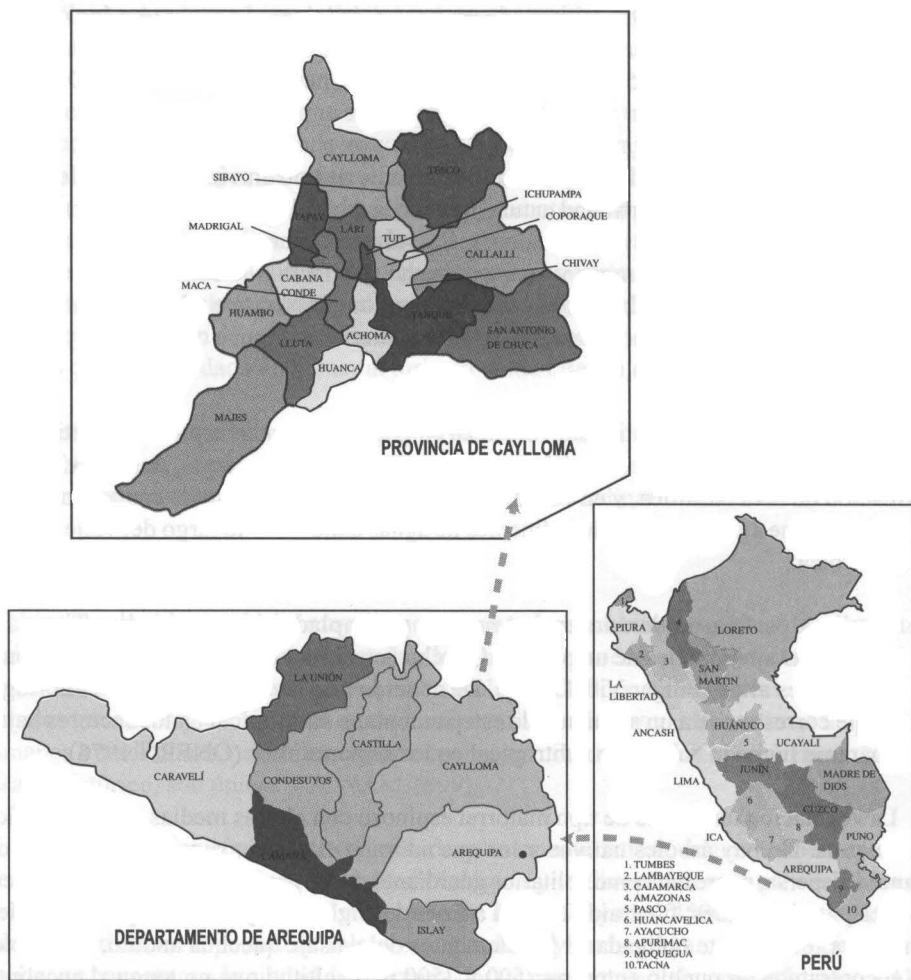


FIG. 1: LOCALIZACIÓN DEL VALLE DEL COLCA EN LA PROVINCIA DE CAYLLOMA

El turismo en el valle del Colca

El paisaje del Colca se mantuvo casi escondido del turismo hasta mediados de la década de los 80. Hasta aquel entonces, la capital de la provincia de Caylloma, Chivay, era un pueblo de 3400 habitantes con un solo hostel y un par de restaurantes que atendían especialmente a los transportistas que cruzaban el pueblo en sus rutas hacia las alturas de Caylloma y a la margen derecha del río Colca. En 1998, ya existían 12 hostales con capacidad para recibir a un centenar de viajeros simultáneamente y, en junio del 2003, llegaban a 20, con capacidad para atender a turistas más exigentes. Asimismo, había ya una buena infraestructura de restaurantes con comidas variadas para atender las demandas de todos los visitantes.

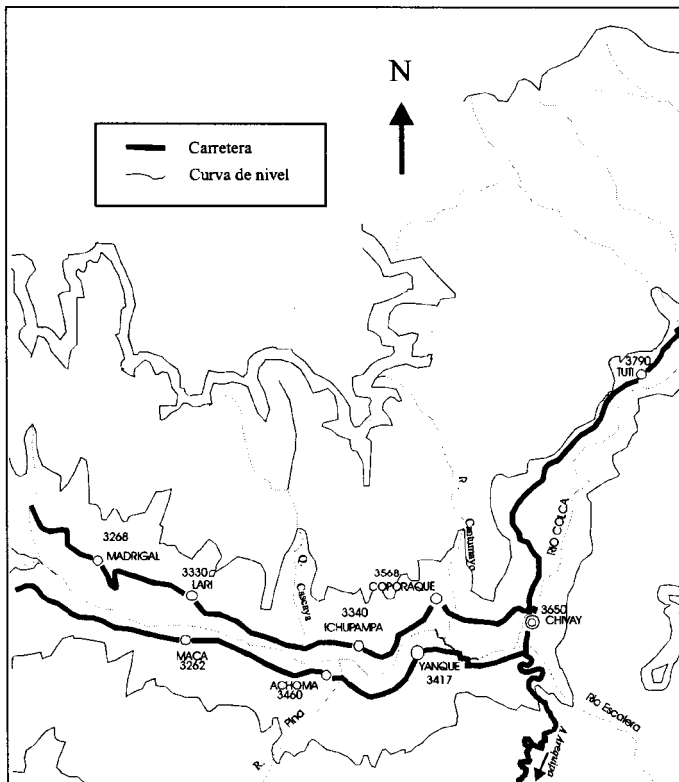


FIG. 2: LOCALIZACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO EN EL VALLE DEL COLCA, AREQUIPA

Lamentablemente, casi toda la infraestructura de turismo se ha ido concentrando en Chivay, y eso ha dado lugar a un proceso de expansión urbana y crecimiento demográfico que, en el año 1993, hizo que la población llegase a 3672 habitantes y, en el 2002, a 4000 (INEI), cantidad que representan el 30,7% de la población urbana total del sector estudiado. El resto de pueblos participa muy poco de los beneficios turísticos y recién están empezando a equiparse con alojamientos y restaurantes controlados por pequeños empresarios de Arequipa.

La falta de participación comunal no es responsabilidad solamente de los líderes locales sino de los que manejan los servicios turísticos. Son ellos los que vienen distorsionando las ofertas del paisaje del Colca para el turismo, al reducirlo a un corredor que conecta Chivay - La Calera con el cañón del Colca, sin considerar los espacios agrícolas intermedios, ni sus poblaciones y monumentos, especialmente los ubicados en la margen derecha del río Colca.

Desde 1985, se han venido incrementando las agencias de turismo que promocionan al Colca. Es cierto que este cañón constituye un fenómeno geológico y orográfico

impresionante, en cuyas paredes anidan los cóndores, pero su presencia es solo uno de los atractivos del valle de Colca. En realidad, este valle tiene atractivo por las labores ahí practicadas por poblaciones durante más de 15 siglos. Los sistemas de andenerías que se extienden aún en los taludes de las laderas cerca al lecho del río forman anfiteatros y alineamientos de terrazas que parecen representar curvas de nivel en tercera dimensión. La destreza de su construcción y conservación, más la presencia de las personas que habitan los pueblos custodiados por enormes templos, hacen del valle del Colca un lugar de atractivo turístico de primer orden.

Una encuesta aplicada a cinco guías de turismo en el Colca confirmó lo arriba enunciado acerca del sesgo en la información para los turistas. Se les preguntó sobre los recursos turísticos que consideran importantes y lo que observan que atrae a los turistas. El resultado aparece en el gráfico que se presenta continuación:

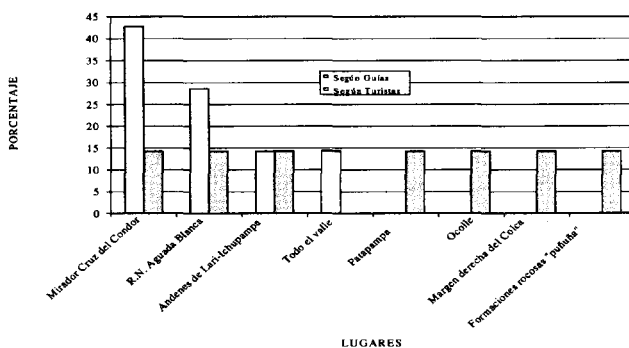


GRÁFICO N.º 1: PAISAJES MÁS IMPORTANTES DEL COLCA

Aquí se nota el divorcio entre lo que los guías y los turistas consideran como lo más importante, según la versión de los mismos guías. Lo mismo puede decirse de los atractivos coloniales, en relación con los cuales los guías se esfuerzan en resaltar las iglesias que están más accesibles en la ruta turística como Yanque, Maca y las de Lari y Coporaque. En cambio, los turistas parecen preferir, además de Yanque, a Sibayo que se encuentra en la parte superior del valle del Colca.

Según los guías, los turistas gustan mucho de la vestimenta típica de la población del Colca, así como de sus bailes y danzas. Sin embargo, se viene introduciendo música extraña al Colca, llevada por los grupos folclóricos que entretienen a los visitantes.

La raíz del problema se encuentra en que no se entiende al valle del Colca como un todo, un sistema de entradas y salidas, con componentes tanto físicos como humanos, que se encuentra en constante interacción e interdependencia; sino, más bien, como una entidad desintegrada y desarticulada, respecto a la cual solo se oferta aquello que se cree tiene *valor* turístico. Esta visión ha sido desarrollada y vendida por las empresas de turismo, por lo que dentro de los recorridos que se ofertan solo se incluye la margen izquierda del

cañón y, de esta, solo la visita de algunos pueblos. El problema que ha traído consigo esta visión es la centralización de las actividades turísticas y, consecuentemente, sus beneficios en pocos pueblos, siendo el mayor beneficiado Chivay. En los últimos dos años, se han construido cuatro hostales en Yanque, que, sumadas a dos ya existentes, están atrayendo a los turistas interesados en ecoturismo.

Sin embargo, se nota una tendencia, no solo en el Colca sino en la mayoría de los recorridos turísticos en Perú, de querer dotar al turista de las mismas comodidades que este tiene en su lugar de origen, haciendo que las actividades se conviertan en enclaves artificiales, con un contacto reducido con la población nativa. (Sejenovich 1983). No se recogen las experiencias de otros lugares en donde el éxito se ha conseguido desarrollando un turismo alternativo, es decir, dando valor a lo tradicional y rural.

En Europa se han adoptado formas alternativas y económicamente más rentables tanto para los turistas como para las poblaciones locales en relación al hospedaje. Por ejemplo, en Francia existe una cadena voluntaria de alojamientos independientes llamada «Gites de France» (casas, apartamentos, chalés, etc.), situados en una zona rural, que se alquilan generalmente por semanas o fines de semana. La *gite* es una fórmula atractiva de alojamiento en espacio rural por la calidad, en muchas ocasiones, de la infraestructura (tradicional o típica) y por la acogida y contacto que permite entre los turistas, el propietario y su familia, y la población rural en general (Gómez 1988).

Aprovechando la calidad paisajística que tenemos en el valle del Colca, se podría desarrollar lo que se conoce como «*camping* en finca». Esta alternativa de hospedaje constituye la oferta fundamental del agroturismo en los Países Bajos y está relativamente desarrollado en Francia y Alemania. Las ventajas de este «*camping* en finca» es que no exige instalaciones fijas, tiene un límite en cuanto a tamaño y cuenta con dotaciones de servicios (retrete, ducha, etc.) en las instalaciones del propio lugar de explotación.

Vale rescatar que el mayor logro que implican estas experiencias es, además de la puesta en valor de las características rurales de estos países, permitir generar ganancias directas a las poblaciones locales, involucrando altos niveles de organización y administración de sus recursos.

El error en el que más cae la mayoría de los proyectos de ecoturismo es el no incluir activamente a las poblaciones locales dentro de los procesos de planificación o implementación de sus proyectos. Aquello genera, en consecuencia, resentimientos e indiferencia frente al proyecto y hacia los turistas que de una u otra manera sienten que los han suplantado.

Las poblaciones locales, al no verse ni sentirse involucradas dentro de estos proyectos ecoturísticos, no generan ni reproducen ningún tipo de conciencia por la preservación de su medio ambiente, por lo que actividades como la deforestación, la agricultura agresiva, la caza y el tráfico de plantas medicinales y animales silvestres, surgen como medios legales para lograr su subsistencia.

Por este motivo, es importante mantener informadas a las poblaciones y hacerlas partícipes de los cambios que puede generar el turismo, ya que eso ayudaría a manejar mejor los posibles impactos y disiparía falsas expectativas. Usualmente, el turismo es visto como si con el desarrollo de esta actividad se fueran a resolver inmediatamente los problemas de pobreza y desempleo de la región. Esta posibilidad, en la realidad, no se concreta, y eso genera frustraciones y resentimientos entre los miembros de la comunidad. Una exacta descripción de los costos y beneficios que puede traer consigo el desarrollo de esta actividad generaría un continuo crecimiento del conocimiento de la comunidad acerca de cómo es que el turismo actúa e interactúa en la economía de sus sociedades, para que a futuro sean ellos mismos quienes manejen ese negocio (Barkin 1998).

Los turistas en el valle del Colca

De acuerdo con la información estadística recogida por la Dirección Regional de Turismo de Arequipa, de septiembre de 1996 hasta junio de 1999 llegaron 59 303 turistas al valle del Colca. Esta cifra es pequeña y no representa el total de visitantes, pues según los mismos responsables del control estadístico solo se estaría cubriendo a un 80 % debido a la falta de una regulación que obligue a las empresas a reportar un listado de turistas y al elevado número de turistas que llegan de manera individual. Extraoficialmente, se tiene una versión de ocupación de camas al 100% durante el invierno de 1999, porcentaje que equivaldría a 300 turistas diarios.

En general, la composición de turistas que llegan al Perú según región de origen permaneció, a noviembre de 1998, similar a la registrada en 1997. En ella, Sudamérica destaca como el principal emisor de turistas hacia el Perú con un 37%. En segundo lugar están Europa y Norteamérica con 27% cada uno. En cifras absolutas, se registraron 250 mil visitantes sudamericanos frente a 176 mil visitantes europeos y 174 mil norteamericanos. Por su parte, los visitantes asiáticos se estimaron en menos de 35 mil personas y los centroamericanos, en algo más de diez mil. Aquellos visitantes procedentes de África y Oceanía forman parte del rubro otros con cerca de 11 mil personas.

Del total de turistas extranjeros que llegaron al Perú en el año 2002 solo el 4,1 % incluyó al Colca en su plan de viaje. Según nacionalidad, dominan los peruanos, seguidos de los ingleses, franceses, italianos, alemanes, españoles, holandeses, norteamericanos, belgas, etc.

Según el lugar de procedencia de los extranjeros, se tiene una fuerte presencia de los europeos que representan el 81,2%, seguidos de los de América del Norte con 8,1%, de los de Australia y Polinesia con el 4,0%, de los América Latina con el 3,1%, de los del Asia Menor con el 2,4%, de los del Asia con el 1,0% y de los del África con el 0,2%. El mejoramiento de la calidad de vida de los europeos y la mayor disponibilidad de ocio con que cuentan facilitan que participen más del turismo internacional. En el caso del Colca, los turistas europeos han desplazado a los norteamericanos que tradicionalmente visitaban más América Latina. No es la intención de ahondar en las razones de viaje de los turistas, sino que estos datos pueden servir de apoyo a los empresarios de turismo para acondicionar

el equipamiento de los lugares de turismo tomando en cuenta los patrones culturales de los turistas y sus propios intereses para visitar el Colca.

Al respecto se hizo una encuesta a 58 turistas que visitaron el Colca en octubre de 1998. En ella, se les preguntó sobre la percepción y la valoración de los elementos del paisaje natural y cultural. Los elementos del paisaje natural que más gustaron a los visitantes del Colca son el cañón; la fauna, sin considerar al cóndor; el cóndor; y el paisaje natural en un contexto amplio. A estos elementos se suman los volcanes, la cordillera, las lagunas y los baños termales.

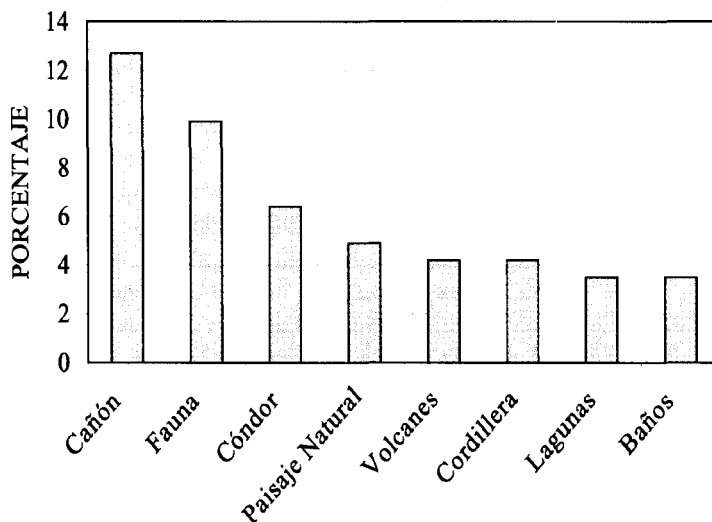


GRÁFICO N.º 3: ELEMENTOS DE IMPORTANCIA NATURAL

Generalmente, como estos *tours* son manejados por operadores foráneos al valle del Colca y los guías no son habitantes del valle sino arequipeños, es difícil que dentro de sus esquemas mentales consideren al valle del Colca como un sistema integrado e interdependiente, y que tengan un real conocimiento de los demás atractivos que ofrece este valle.

Actualmente, el procedimiento de un *tour* desde Arequipa al Colca consiste en lo siguiente: salida de Arequipa a las 09:00 horas y llegada a Chivay a las 12:30 horas, con paradas en dos o tres sitios durante la ruta. En la tarde, una visita a los baños termales La Calera y en la noche una cena con música folklórica. Al día siguiente, salen a las 06:00 horas rumbo a la Cruz del Cóndor (cañón del Colca) para esperar ver los cóndores cuando salen de sus nidos en la mañana. Luego, a eso de las 09:30 horas, inician el regreso con pequeñas paradas en la ruta para observar los andenes y en Maca para que los turistas se tomen fotos con un águila amansada y hagan una breve visita al pueblo. De ahí salen rápidamente a Chivay para almorzar y seguir viaje de regreso a Arequipa.

Una alternativa a esta visión desintegradora es desarrollar el concepto de región entre las comunidades locales, organizando y estructurando sus actividades bajo esquemas que resalten la originalidad y autonomía de cada poblado, así como la interrelación e interdependencia existente entre estos mismos, propios del contexto físico y cultural al cual pertenecen.

Cuando las comunidades locales trabajan bajo esta perspectiva, tienen la ventaja de acceder a una amplia y mayor base de recursos naturales, económicos, culturales y publicitarios, así como la posibilidad de desarrollar una mayor autonomía e independencia en la toma de decisiones. Sin embargo, la viabilidad de la organización de las comunidades bajo una perspectiva de región depende de la existencia de armonía y cohesión entre ellas.

Buscando entender un beneficio más cercano en cada comunidad del valle del Colca, se buscó averiguar en qué forma se dan los aportes del turismo. El resultado aparece en el Cuadro n.º1:

Cuadro n.º1
FORMAS DE BENEFICIO DEL TURISMO

	Tuti	Maca	Achoma	Yanque	Coporaque	Lari	Madrigal	Ichupampa	Chivay
1	12,5	16,6	03,5	06,9	13,8	16,6	20,0	23,3	26,6
2	09,4	25,0	21,4	06,9	17,2	16,6	20,0	13,3	10,0
3	75,0	54,1	75,0	82,7	69,0	66,6	56,1	63,3	60,0
4	03,1	04,1	—	03,4	—	—	03,3	—	03,3

1. Da trabajo.
2. Amplía la visión del mundo por la interacción con gente de otros lugares.
3. No beneficia en nada.
4. No sabe, no opina.

En términos de empleo se nota la diferencia en relación con Chivay, en donde hay un 26,6% que considera al turismo como una fuente de empleo. Sin embargo, la opinión de no recibir beneficios es abrumadoramente alta en todos los pueblos, aun cuando ya se está desarrollando una infraestructura en Yanque y Maca para retener a los visitantes y no ser simplemente centros de paso.

También se preguntó sobre la manera en que el turismo afecta las actividades cotidianas. Las respuestas estuvieron por encima del 65% en el sentido que no les afecta en nada. Solo en Lari y Achoma aparecen valores del 13,3 y 10,7%, porcentajes que indican una distracción en las labores agrícolas. La base de este problema radica en que esta actividad se desarrolla con muy escasa participación de la población; así, los mayores beneficiados son las empresas foráneas.

Como ya se dijo anteriormente, el paisaje natural en su conjunto constituye un atractivo todavía inexplorado. El ambiente natural resalta en un contexto global que debe valorizarse en los esquemas de los guías de turismo que manejan a los grupos en las visita al Colca.

Para eso deben diseñar rutas de ecoturismo que muestren la riqueza del paisaje vegetal y del conjunto del valle, establecer contacto con los agricultores en sus parcelas y conversar con ellos sobre sus tecnologías, estrategias de cultivos, etc.

Hoy, la participación de las comunidades locales en el desarrollo del ecoturismo sustentable debe ser vista como una necesidad crucial. Las poblaciones locales deben estar involucradas en todo desarrollo turístico y sus necesidades tienen que ser satisfechas. Por lo tanto, el compromiso comunitario en el ecoturismo debe considerarse como una premisa en la implementación de exitosos proyectos turísticos comunales.

CONCLUSIONES

El turismo urbano o rural bien manejado puede ayudar de manera muy significativa en el desarrollo sustentable de los pueblos, especialmente en aquellos lugares en donde otras formas de actividad tradicionales no ofrecen mayores expectativas. En el caso del Colca se viene desarrollando una actividad turística que muestra los desajustes propios de su juventud y en la que los términos de *ecoturismo*, *sostenibilidad ambiental* y *turismo de aventura*, entre otros, no son ajenos, pero falta una infraestructura que permita establecer rutas, tiempos y servicios.

La unidad del paisaje del valle del Colca es un atractivo turístico que atrae la atención de los visitantes en general y debe mantenerse. Por ello, la infraestructura a desarrollarse debe acomodarse (camuflarse) con las características del paisaje, estableciendo, por ejemplo, casas de hospedaje dentro de los pueblos; y guardando la arquitectura tradicional y no, como se viene haciendo, construyendo hoteles o recreos en lugares apartados y en terrenos dedicados a la agricultura en andenes. Asimismo, los caminos carrozables deben asfaltarse para evitar el polvo que en este caso actúa como una fuente importante de contaminación no solo para la población que se expone a ello sino, también, para la vegetación y agricultura aledañas. El polvo se pega en las hojas de las plantas y debilita sus procesos de fotosíntesis y, por consiguiente, su productividad. Un incremento del tráfico carrozable lleva a mayor contaminación por el polvo y afecta, además, a las poblaciones que viven cerca de los caminos. Por otro lado, no se han desarrollado rutas para caminantes de aventura ni se han valorado los caminos prehispánicos que todavía existen en el valle. Es el caso del camino inca que une Chivay con Canocota.

Actualmente, se siente un dominio del equipamiento turístico en Chivay. Sin embargo, se nota una deficiencia fuerte en los servicios ofrecidos. Los hoteles tienen una calificación que no corresponde a la categoría que ostentan y hay administradores mal educados. Lo mismo puede decirse de los restaurantes, en donde todavía se notan deficiencias en atención al cliente exigente.

Los demás pueblos del valle —excepto Yanque y Maca— no tienen restaurantes, ni hoteles, ni avisos publicitarios de la riqueza que guardan en su interior. Resultado de esto es que no participan de manera significativa en los beneficios del turismo en términos de proveedor de ingresos. Para ello, cada pueblo debe establecer por lo menos un restaurante, que en este caso podría ser manejado por los municipios o por los clubes de madres, para

especial cuidado en la limpieza del ambiente e higiene en la preparación de los alimentos. Además, debe considerarse que en el ambiente turístico se tiene dos tipos de clientes: los nacionales, que por lo general buscan productos típicos del lugar; y los extranjeros, que se inclinan por las comidas conocidas de la cocina internacional. Estos restaurantes deben pensar en esos clientes diferenciados y, por lo tanto, no tratar de preparar solo recetas internacionales, pues los nacionales todavía forman un porcentaje mayoritario entre los que visitan el Colca.

Además, deben promocionarse las artesanías que existen en Tuti, en Maca y en cada pueblo del valle. Por eso, se necesita un lugar de exposición de los productos y publicidad en las rutas a fin de que los turistas se informen de las ofertas de cada pueblo. Esta circunstancia también lleva a acuerdos con los agentes de turismo para que sus guías promuevan las visitas a los pueblos del Colca, no solo a lo largo del eje Chivay-Cruz del Cóndor sino Chivay-Coporaque-Madrigal y Chivay-Tuti.

Dentro del ecoturismo deben diseñarse rutas de caminatas a miradores ubicados en las laderas del valle, los mismos que permiten obtener una visión panorámica de este y contemplar, en la ruta, los tipos de agricultura, tecnología de andenes, petroglifos y animales domésticos. Debe considerarse que en el ambiente turístico se tiene clientes de diversas inquietudes. A todo este plan también debe agregarse un programa de educación ambiental y señalización de rutas en donde se vele por el cuidado de los espacios visitados y se evite ensuciarlos o destruirlos agregando cualquier elemento que no corresponda. De esta manera, se estaría asegurando estrategias de sustentabilidad que, agregadas a otras de manejo ambiental, contribuirán a un desarrollo ambientalmente sostenible.

BIBLIOGRAFÍA

ACEVEDO RODRÍGUEZ, Pedro

2002 «La proyección geoecológica en la planificación ambiental de áreas turísticas». En CAPACCI, Alberto (editor). *Turismo y sustentabilidad. Un acercamiento multidisciplinar por análisis del movimiento y de las estrategias de planificación territorial*. Génova: Brigatti, pp. 27-42

ADEX

1995 «Ecología y turismo». *Expoturismo*, n.º 221, Lima.

BUDOWSKI, T.

«Ecoturismo a la Aica». En HECKADON, S. *Hacia una Centroamérica Verde. Seis casos de conservación integrada*. San José de Costa Rica: DEI.

CAPACCI, Alberto

2002 «Turismo y ambiente: el caso de Italia». En CAPACCI, Alberto (editor). *Turismo y sustentabilidad. Un acercamiento multidisciplinar por análisis del movimiento y de las estrategias de planificación territorial*. Génova: Brigatti, pp. 57-72

CHÁVEZ DE LA PEÑA, Jorge

1997 «Desarrollo sustentable y ecoturismo». Encuentro de Organizaciones Indígenas de Proyectos Ecoturísticos. Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, México. En: <<http://www.txinfinet.com/mader/ecotravel/mexico/ecoturismo/jcp1197.htm>>

CLACSO

1983 *Medio Ambiente y turismo*. Buenos Aires: Clacso.

DENEVAN, William M.

1986 *The Cultural Ecology, Archaeology and History of Terracing and Terrace Abandonment in the Colca Valley of Southern Perú*. Technical Report to the National Science Foundation and the National Geographic Society, Madison, Wisconsin

FERNÁNDEZ TABALES, Alfonso

2002 «La gestión local del desarrollo turístico: competitividad, sostenibilidad y participación social». En CAPACCI, Alberto (editor). *Turismo y sustentabilidad. Un acercamiento multidisciplinar por análisis del movimiento y de las estrategias de planificación territorial*. Génova: Brigatti, pp. 111-121

GÓMEZ, Venancio

1988 «*Turismo en espacios rurales*»: *rehabilitación del patrimonio sociocultural y de la economía local*. Madrid: Editorial Popular.

GRÖTZBACH, Erwin y Christoph STADEL

1997 «Mountain Peoples and Cultures». En MESERLI, B. y J.D. IVES (editores). *Mountains of the World. A Global Priority*. Londres: The Parthenon Pub. Group, pp. 17-38.

KAMP, Christina

2000 «La Organización Mundial del Turismo (OMT) presenta nuevas estadísticas de América». En: <<http://www.world-tourism.org>>.

LEDA, Renato L.M.

1997 «Ecoturismo e consumo da paisagem na chapada diamantina: Bahía-Brasil». *Territorios en redefinición: lugar y mundo en América Latina*, VI Encuentro de Geógrafos de América Latina. Buenos Aires.

MENSI, Silvia A. y Mónica C. GARCÍA

1997 «Los nuevos espacios de integración turística» *Territorios en redefinición: lugar y mundo en América Latina*, VI Encuentro de Geógrafos de América Latina. Buenos Aires.

MICHELSTEIN, Ruth

1997 «Ecotourism», *Senior Seminar: Interdisciplinary Minor in Global Sustainability*. Irvine: University of California. En <http://mamba.bio.uci.edu/~pjbryant/global/sen_sem/michae97.html>.

OFICINA DE EVALUACIÓN DE RECURSOS NATURALES - ONERN

1976 *Mapa ecológico del Perú. Guía Explicativa*. Lima: ONERN.

PAVIANI, Aldo

1997 «Territorio e Turismo: Impactos socio-ambientais». *Territorios en redefinición: lugar y mundo en América Latina*, VI Encuentro de Geógrafos de América Latina. Buenos Aires.

PEÑAHERRERA DEL ÁGUILA, Carlos

1969 *Geografía del Perú: Síntesis*. Lima: Ausonia.

PROMPERÚ

1999 «Perfil del turista extranjero». Lima: PromPerú.

PULGAR VIDAL, Javier

1996 *Geografía del Perú: las ocho regiones naturales, la regionalización transversal, la sabiduría ecológica tradicional*. 10ª ed. Lima: PEISA.

SALVA TOMAS, Pere A.

1997 «Los recursos naturales y culturales de América Latina, como potencial turístico en las nuevas tendencias del turismo internacional». Artículo no publicado.