

PONENCIA COMPLETA

La demanda turística en el Valle del Colca

Simon Bidwell

Universidad de Victoria de Wellington, Nueva Zelanda¹

simon.bidwell@vuw.ac.nz

Introducción

Hay grandes expectativas que el turismo puede funcionar como un motor del desarrollo sostenible e inclusivo en la región andina (Maldonado, 2002; Viceministerio de Turismo, 2006). En los últimos años estas expectativas se han traducido en una gama de proyectos, propuestas e iniciativas para conectar el turismo con el desarrollo rural. No obstante, hasta ahora hay poca investigación detallada sobre la realidad del turismo en el contexto social y geográfico del mundo andino que ayude a orientar estas iniciativas o medir sus efectos.

Un caso específico es el Valle del Colca de Arequipa, que ha llegado a estar entre los destinos turísticos más populares del país, con un número de visitantes que ha crecido de 30,000 en 1998 a más de 175,000 en 2012, la mayoría de ellos extranjeros. Este desarrollo turístico representa no sólo una oportunidad económica para los aproximadamente 33,000 residentes del Valle, sino también un caso ejemplar de la evolución de una nueva industria en la sierra peruana, sus potenciales, y sus desafíos (Bidwell, 2011).

En la última década, ha surgido un creciente interés en el desarrollo del turismo en el Colca, la cuestión de su sostenibilidad, y sus vínculos con las poblaciones locales. Una variedad de instituciones ha empezado a desarrollar proyectos relacionados con el turismo en el Colca, incluyendo los ministerios, las agencias de cooperación, ONGs, gobiernos locales, gremios y asociaciones. La necesidad de tener una visión concertada del turismo en el Colca se vio reflejada en la producción del primer Plan Maestro para el Valle del Colca en el año 2006, bajo los auspicios de Autocolca (Autocolca, 2006).

¹ Magister en Estudios de Desarrollo y Candidato de Doctorado en Geografía Humana, Universidad de Victoria de Wellington, Nueva Zelanda. Investigador invitado en el Instituto de Investigaciones Sociales, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa.

Casi una década más tarde, surge la necesidad de generar información actualizada sobre el estado de turismo en el Colca, sus impactos, y los efectos de las diversas iniciativas para impulsar un turismo más sostenible e inclusivo. Puesto que el turismo es fundamentalmente una actividad de mercado, un estudio de la demanda representa un aporte importante en este sentido. ¿Quiénes son los turistas? ¿Qué les atrae al Colca? ¿Cómo planifican su viaje? ¿Adónde van, cuánto gastan, y qué opinan de sus experiencias?

El estudio que se resume en este informe partió de un intento de responder a estas preguntas claves. Se ofrece como una fuente de datos cuantitativos para informar los esfuerzos de planificación, desarrollo, marketing y monitoreo de parte de los distintos actores que participan en el turismo en el Valle del Colca. Además, sirve como una línea de base para futuras investigaciones, lo que permitirá medir los cambios a través de tiempo.

Contexto del estudio

El Valle del Colca se encuentra dentro de la provincia de Caylloma en la región Arequipa en el sur del Perú. Tiene una orientación de este a oeste, ocupando el espacio entre la Cordillera del Chila al norte, y el macizo volcánico al sur, del que se levantan los imponentes nevados Ampato, Sabancaya y Hualca Hualca. El accionar de las aguas del Río Colca en la parte baja del Valle lo ha convertido en el Cañón del Colca, que investigaciones científicas han concluido puede ser el más profundo del mundo. Esta diversidad geológica se traduce en una variedad de pisos ecológicos, desde huertas subtropicales a puna frígida, permitiendo una gran variedad de actividades de agricultura y ganadería.

Cuna de las culturas Cabana y Collagua, con un legado de los imperios Wari e Inca, en los siglos XX y XI el Valle de Colca ha visto una serie de transformaciones que lo ha convertido en uno de los destinos turísticos más populares del Perú. En las décadas de los 1960 y 1970 el Proyecto Majes mejora las rutas de acceso al Valle y extiende la carretera hasta la parte baja. En 1981, una expedición científica de Polonia viaja en balsa por el Río Colca y estima que el Cañón del Colca es el más profundo de la tierra, lo que atrae la atención del mundo; en 1986 el Congreso peruano reconoce la potencial turística del Valle del Colca, estableciendo legislación que crea la Autoridad Autónoma del Colca (Autocolca) con el objetivo de velar por el desarrollo sostenible del turismo en la zona (Bidwell, 2011). Es a partir de 1995 que el flujo turístico hacia el Colca empieza a crecer rápidamente, impulsada por la construcción de una carretera asfaltada entre Arequipa y Puno que se completa en 1999 y reduce el tiempo de tránsito entre Arequipa y el Valle: entre 1998 y 2012 el número de turistas crece más de 5 veces, de 30,000 a 175,000 (Bidwell y Murray, 2015).

Además de su paisaje espectacular, el Colca tiene diversidad cultural, danzas únicas, iglesias coloniales, restos arqueológicos, y fuentes de aguas termales. Sin embargo, el atractivo hoy en día más conocido del Colca es la Cruz del Condor, un

mirador a lado de la carretera con vistas sobre la profundidad del Cañón, y por donde suelen volar cóndores andinos por las mañanas, usando las corrientes termales de aire para ganar altura y pasando solo metros de los turistas que quedan con miradas fascinadas.

Métodos

La investigación se realizó bajo los auspicios del Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa (la UNSA), y contó con el apoyo logístico de CID-AQP, Desco y la Gerencia Regional de Turismo de Arequipa. El método empleado fue una encuesta escrita, que fue aplicada a un total de 822 turistas extranjeros y nacionales que salían de la región Arequipa después de realizar un viaje al Valle del Colca.

En el diseño de la encuesta se tomó en cuenta las investigaciones anteriores (por ejemplo, Succlla y Palacios en Autocolca, 2006; PromPeru, sin fecha [a]). Se estableció la meta de actualizar y profundizar estas investigaciones, además de abarcar nuevos temas.

La encuesta estaba disponible en 4 idiomas: castellano, inglés, francés y alemán, con todas las versiones traducidas por un hablante nativo. Esto significaba que la mayoría de turistas podía llenar la encuesta en su lengua materna o al menos en un idioma en el que eran competentes. En junio de 2013, se realizó un piloto de la encuesta con un grupo de 35 turistas, luego del cual se hicieron algunas modificaciones al contenido y formato del cuestionario.

Entre el 16 de septiembre hasta y el 30 de octubre de 2013, un equipo de 7 asistentes de investigación de la Instituto de Investigaciones Sociales de la UNSA, bajo la dirección del investigador principal, aplicó la encuesta en los tres lugares donde la mayoría de los turistas que han visitado el Valle del Colca salen de la región Arequipa:

- El Terrapuerto de Arequipa – punto de salida de la mayoría de los buses interprovinciales con destino a ciudades como Lima, Ica, Nazca, Cuzco, Puno y Tacna
- El Aeropuerto Alfredo Rodríguez Ballón – punto de salida de los vuelos a Lima, Cuzco y Juliaca
- El pueblo de Chivay, el centro turístico del Valle del Colca donde dos compañías (4M y Sillustani) ofrecen salidas directas a la ciudad de Puno en transporte turístico compartido.

La tabla 1 muestra el número de encuestas aplicadas en cada sitio. Se estima que esto corresponde aproximadamente con las proporciones de visitantes al Colca que salen de los lugares respectivos.

Tabla 1: Número de encuestas aplicadas en los sitios respectivos

	Terrapuerto	Chivay (4M y Sillustani)	Aeropuerto
Fechas de aplicación	16 de septiembre - 4 octubre	23 de septiembre – 30 octubre	11- 23 de octubre
Horarios	1830-2130	1230-1330	0630-1030; 930-1300; 1730-2100
No. total de encuestas aplicadas	404	267	154

La intención original era de aplicar la encuesta solo a turistas internacionales, que representan entre el 60 a 70% de todos los turistas al Colca (aunque esta proporción esta disminuyendo en los últimos años) y que son más fáciles de identificar. Sin embargo, en el aeropuerto se pudo encuestar a 47 turistas nacionales, que se han incluido en los resultados, excepto en la parte sobre el impacto económico.

Resultados

Los resultados se dividieron en cuatro temas:

1. Demografía de los turistas
2. Estructura de la actividad turística
3. Impacto económico
4. Opiniones y preferencias de los turistas

Demografía de los turistas

La investigación comprobó que la mayoría de los turistas extranjeros que visitan el Colca son de países europeos, especialmente de Francia, Alemania, España, y el Reino Unido. Los turistas de Francia representan un 17% de los visitantes internacionales al Colca, comparado con solo el 3% a nivel nacional; mientras los visitantes de los Estados Unidos (8.5%) y Chile (1.3%) tienen mucho menos presencia que a nivel nacional, donde representan el 18% y el 25% de los visitantes, respectivamente.

La recolección y análisis de los datos por diferentes sitios mostró que el mercado turístico del Colca tiene distintos segmentos con diferencias marcadas. Como se ve en las tablas 2 y 3, los turistas que salen de Arequipa en bus público después de viajar al Colca tienen una edad promedio de 31.8 años, la gran mayoría viaja al Colca independientemente o con agencias de viaje de Arequipa, y un porcentaje significativo realiza caminatas en el Cañón del Colca. Mientras los turistas que viajan en la ruta Chivay-Puno en transporte turístico tienen una edad promedio de 43.9 años, la mayoría viaja con paquetes comprados fuera de la región Arequipa (en su país o en Lima), y generalmente practican un turismo convencional.

Tabla 2: Edad de los turistas que visitan el Valle del Colca

	Terrapuerto	Chivay	Aeropuerto	Total
<15	0.3%	0.0%	1.3%	0.4%
15-24	19.3%	4.9%	8.4%	12.6%
25-34	57.8%	32.0%	32.5%	44.6%
35-44	11.3%	13.9%	16.2%	13.1%
45-54	4.5%	23.3%	17.5%	13.1%
55-64	4.8%	15.0%	11.7%	9.4%
>65	2.0%	10.9%	12.3%	6.8%
Edad promedio	31.8	43.9	42.0	37.7

Fuente: encuesta realizada durante septiembre-octubre 2013. No. de respuestas válidas: 818

Tabla 3: Forma de viajar de los turistas que visitan el Valle del Colca

	Terrapuerto	Chivay	Aeropuerto	Total
Independiente	20.7%	14.5%	13.9%	17.7%
Paquete Arequipa	57.7%	21.6%	42.6%	43.4%
Paquete internacional	10.1%	47.7%	26.9%	25.1%
Paquete otra ciudad	11.4%	16.2%	16.7%	13.8%

Fuente: encuesta realizada durante septiembre-octubre 2013. No. de respuestas válidas: 725 (excl nacionales)

Estructura de la actividad turística

La investigación encontró que la estadía promedio de los turistas extranjeros es 2.3 días y 1.4 noches en el Valle del Colca, 4.7 días en la región Arequipa y 22.4 días en el Perú, Estos resultados son similares a los de estudios anteriores, que datan de 2004-2006. Los que viajan al Valle del Colca independientemente (sin agencia de viajes) quedan cerca de un día y una noche más que los viajan con una agencia. Los que compran un tour en la ciudad de Arequipa suelen tener una estadía más corta, con un promedio de solo 2.1 días y 1.1 noches. Un 8.4% de los turistas visitan el Colca por sólo un día, sin pernoctar.

Tabla 4: Tiempo de estadía de los turistas que visitan el Valle del Colca, por forma de viajar

	Independiente	Paquete Arequipa	Paquete otra ciudad	Paquete internacional	Total
Colca días	3.02	2.10	2.17	2.34	2.35
Colca noches	2.07	1.11	1.20	1.39	1.38
Arequipa días	5.56	5.12	3.95	3.66	4.65
Perú días	25.94	23.18	27.12	16.76	22.41

Fuente: encuesta realizada durante septiembre-octubre 2013. No. de respuestas válidas: 761

Los datos recolectados sobre los sitios visitados y lugares de pernocte confirmaron que casi todos los turistas se dirigen por uno de dos circuitos populares. El primero es el circuito 'convencional', que se enfoca en el centro del Valle e incluye una visita a la Cruz del Cóndor. En esta zona, un 97.7% de los turistas visitó Chivay y un 44.3% pernoctó ahí; mientras el distrito de Yanque recibió el 33.1% de los visitantes y 13.9% de los pernoctes. El segundo es el circuito de trekking, centrado en los distritos de Cabanaconde y Tapay. Un 33.1% de los turistas visitó el pueblo de Cabanaconde y un total de 24.5% pernoctó en la localidad de Sangalle, en el fondo del Cañón del Colca. A comparación, las otras partes del Valle recibieron pocos visitantes. En la margen derecha, un 13.2% visitó el pueblo de Coporaque (donde se ubica dos hoteles de categoría para los turistas convencionales), pero muy pocos visitaron uno de los otros distritos en esta margen del Río Colca. En la parte alta del Valle, el lugar con más visitantes fue Sibayo con un 2.9% de los turistas encuestados.

Otro resultado claro de la investigación fue la alta concentración de la actividad turística en unos pocos atractivos en el Valle del Colca. Un 94% visitó la Cruz del Cóndor y un 72.8% visitó uno de los miradores en la margen izquierda del Río Colca entre Pinchollo y Maca, mientras apenas se visitó atractivos como la Fortaleza de Chimpa, el Geiser de Pinchollo y las Cuevas de Mollepunku (menos de un 2% de los encuestados visitaron estos lugares, dentro del margen de error de la encuesta).

En cuanto a las actividades que los turistas realizan, un 66.9% se baña en aguas termales, un 59% va de compras, y un 28.3% realiza una caminata de más de un día. La actividad cultural más común es la observación de música típica (35%), que ocurre mayormente en las peñas de Chivay, mientras un porcentaje reducido realiza actividades que se puedan clasificar como 'vivenciales': en total, un 22.2% observa o participa en una actividad relacionada con la artesanía, gastronomía, agricultura o de significado religioso o cultural.

Impacto económico

La encuesta incluyó una pregunta sobre el gasto directo del turista en el Valle del Colca bajo diferentes categorías, además de otra que indagó sobre el precio que había pagado por el paquete turístico con el que había viajado al Colca (o el costo de su transporte, en el caso de los turistas independientes). En base de un análisis de estas cifras, se estimó que los turistas extranjeros que visitan el Colca gastan un promedio de \$162 USD por su viaje, excluyendo el boleto turístico. De este gasto, se estima que \$68 se gasta en el Colca, \$47 directamente y \$21 indirectamente a través de las agencias y operadores.² Un 80% de los visitantes tiene un gasto directo en el Colca en alimentación, mientras un 33% compra artesanía y souvenirs. Además de este gasto en bienes y servicios turísticos, el turista extranjero paga un promedio de \$24 por el boleto turístico, lo que por ende representa la cuarta parte de su aporte económico a la zona.

² El 'gasto directo' refiere a todo lo que el turista paga o contrata directamente en el destino, mientras el gasto indirecto refiere a los servicios que están incluido en un paquete turístico y que paga la agencia o operador.

La tabla 6 multiplica estos promedios por los aproximadamente 117,000 turistas extranjeros que visitaron el Valle del Colca en el año 2012, para estimar el valor total del turismo en el Colca. Como se nota, se estima que el aporte a la economía local es aproximadamente \$USD 9 millones, más los \$2.8 millones por concepto del boleto turístico.

Tabla 5: Gasto total del turista extranjero en el Valle del Colca (\$USD)

	Gasto directo en el Colca	Valor del paquete atribuido al Colca	Estimado gasto indirecto en el Colca	Gasto total atribuido al Colca	Estimado gasto total que va al Colca	Boleto turístico
Independientes	64.5	27.3	-	91.8	64.5	24.0
Paquete Arequipa	37.7	59.8	19.7	97.5	57.4	24.0
Paquete otra ciudad (solo Colca)	49.6	129.8	32.4	179.4	82.0	24.0
Paquete otra ciudad (varios destinos)	49.6	265.8	66.5	315.4	116.0	24.0
Paquete internacional	49.7	345.8	69.2	395.5	118.9	24.0
Total (\$ USD)				162.4	68.0	24.0

Fuente: encuesta realizada durante septiembre-octubre 2013. No. de respuestas válidas: 624 (excluyendo turistas nacionales)

Tabla 6: Valor total del turismo extranjero en el Valle del Colca, 2012 (\$USD)

	Estimado valor total / año atribuido al Colca (excl boleto turístico)	Estimado gasto /año que va al Colca (excl boleto turístico)	Boleto turístico
Independientes	1,896,404	1,332,830	495,757
Paquete Arequipa	4,954,775	2,919,580	1,220,028
Paquete otra ciudad (solo Colca)	1,574,178	719,855	210,642
Paquete otra ciudad (varios destinos)	2,321,838	839,539	176,668
Paquete internacional	11,616,737	3,490,952	704,905
Total (\$ USD)	22,363,932	9,302,757	2,799,643

Fuente: elaboración propia basada en las tablas 21 y 22 con datos de Autocolca para el año 2012

Opiniones y preferencias de los turistas

La encuesta incluyó tres preguntas sobre las opiniones y preferencias de los turistas, cubriendo los siguientes temas:

1. Los aspectos del Colca que más interesaron al turista, antes del viaje
2. Los aspectos del Colca que más le gustaron durante el viaje
3. Los aspectos que creen que podrían ser mejores.

El encuestado anotó y priorizó 4 aspectos para cada pregunta, lo que permitió el desarrollo de un sistema de puntaje (ver las tablas 7 a 9).

Los resultados demuestran que la naturaleza es lo que más atrae al turista al Colca y lo que más le gusta del viaje. Los aspectos del Colca que más atraen y agradan a los visitantes son, en orden de prioridad: el paisaje en general, los cóndores, trekking/actividades de aventura, otra flora y fauna, las aguas termales, y contacto con la gente local. Como se puede ver con una comparación de las tablas 7 y 8, en algunos casos las experiencias de los turistas fueron diferentes de sus expectativas antes del viaje. El aspecto que más superó las expectativas fue la comida local, mientras los sitios arqueológicos fueron de relativamente menos interés a comparación con las expectativas antes del viaje.

Tabla 7: Aspectos que más les interesaron a los turistas al Valle del Colca, antes de su viaje

	Veces mencionado	Puntaje total
1. El paisaje en general	558	1871
2. Cóndores	512	1531
3. Actividades de aventura, por ejemplo, trekking, andinismo, ciclismo	214	568
4. Otra flora y fauna	192	380
5. Aguas termales	192	366
6. Contacto con la gente local	141	267
7. Sitios arqueológicos	119	239
8. Iglesias y arquitectura	119	232
9. Comida local	112	169
10. Vestido, danzas o música locales	68	124
11. Actividades productivas locales, por ejemplo la agricultura y ganadería	59	100
12. Artesanía local	49	82
13. Otro	11	25

Fuente: encuesta realizada durante septiembre-octubre 2013. No. de respuestas válidas: 601

Tabla 8: Aspectos que más les gustaron a los turistas al Valle del Colca

	Veces mencionado	Puntaje total
1. El paisaje en general	574	1920
2. Cóndores	474	1301
3. Actividades de aventura, por ejemplo, trekking, andinismo, ciclismo	193	555
4. Aguas termales	241	492
5. Otra flora y fauna	194	416
6. Contacto con la gente local	139	326
7. Iglesias y arquitectura	130	256
8. Comida local	139	246
9. Sitios arqueológicos	93	197
10. Vestido, danzas o música locales	104	177
11. Actividades productivas locales, por ejemplo la agricultura y ganadería	66	133
12. Artesanía local	67	105
13. Otro	14	29

Fuente: encuesta realizada durante septiembre-octubre 2013. No. de respuestas válidas: 629

La primera prioridad para el mejoramiento del turismo en el Colca, según los encuestados, es el estado de las carreteras, y esto es seguido por el cuidado del medio ambiente. Las próximas prioridades para mejorar son el transporte y el alojamiento, seguidas por la calidad y disponibilidad de información y la señalización de caminos y sitios turísticos. Entre las alternativas para atractivos o actividades adicionales, lo que más quisieran los visitantes es 'más contacto con la gente local', lo que es la séptima prioridad global.

Tabla 9: Aspectos que los visitantes al Valle del Colca creen que deben ser mejores

	Veces mencionado	Puntaje total
1. El estado de las carreteras	417	1335
2. El cuidado del medio ambiente	281	849
3. Alojamiento	179	460
4. Transporte	187	460
5. Señalización de rutas de caminata y sitios turísticos	151	379
6. Disponibilidad y calidad de información	159	367
7. Oportunidades para tener contacto con la gente local	160	357
8. Alimentación	137	329
9. Oportunidades de actividades culturales / entretenimiento	108	234
10. Guiado (si es aplicable)	82	207
11. Oportunidades de actividades de aventura	86	188
12. El servicio en negocios locales	70	151
13. Otro (describe)	43	118
14. Disponibilidad y calidad de artesanías y souvenirs	34	61

Fuente: encuesta realizada durante septiembre-octubre 2013. No. de respuestas válidas: 610

Finalmente, cada encuestado tuvo un espacio libre para comentar u opinar a su gusto. Un total de 233 turistas (28%) tomó la oportunidad de escribir algo adicional, un número bastante alto considerando que la mayoría de los encuestados tuvo poco tiempo antes de abordar su transporte. Esto se puede tomar como evidencia de la importancia que los turistas dieron a la encuesta y su interés en compartir sus experiencias y recomendaciones.

Más numerosos fueron los comentarios positivos sobre el destino, las experiencias de los turistas y el trato de la gente local. Entre los reclamos y críticas, el estado del medio ambiente fue el tema más destacado, con 27 comentarios que pidieron más esfuerzos para conservar el medio ambiente y 22 que mencionaron el problema específico de la basura. En esta sección cualitativa, las preocupaciones sobre el medio ambiente superaron las quejas sobre el estado de las carreteras (18 comentarios). Otro tema importante fue la disponibilidad y calidad de la información turística y señalización, mientras hubo 20 comentarios que no estuvieron de acuerdo con el boleto turístico, la manera de cobrarlo, o el destino de sus fondos.

Tabla 10: Temas de los comentarios libres de los visitantes al Valle del Colca

Tema general	Tema específico	No. de comentarios
El viaje	Le gustó el viaje al Colca / la experiencia en general	65
	Tiene intención de regresar / recomendar	12
	Le gustó el Perú en general	11
	Hubiera querido más tiempo en el Colca	7
	Le gustó Arequipa en general	5
Destino / atractivos y medio ambiente	Comenta sobre la belleza del paisaje, positivo sobre área en general	37
	Pide que se conserve el medio ambiente / que el turismo sea sostenible	27
	Comenta sobre la basura / contaminación	22
	Demasiada explotación / concentración en algunos sitios	13
	Le gustó el ambiente auténtico / rústico / poder viajar independiente	7
	Recomienda ordenamiento urbano	3
Cóndores / flora y fauna	No los vio / no vio 'suficientes'	6
	Le gustaron / impresionaron	5
	Preocupación por trato de animales / aves	5
Gente local	La gente local era amable / interesante, recibió buen trato	26
	Que haya más contacto / beneficio para la gente local	12
	Le gustaron las experiencias vivenciales / opina que debe haber más	9
	Le desagradó presión por dinero, esp. de niños	7
	Falta de identidad / autenticidad (artesanía)	3
Tour paquete / agencia	No le gustó convencional, hubiera preferido trekking / otras actividades	12
	No había transparencia (p. ej. alojamiento, transporte, precios)	6
	Reclama por precios altos / mala relación precio – calidad	5
	No se recomienda el tour de un día	4
	No había elección donde comer	4
	Comentario positivo	2
Guía	Comentario positivo sobre el guía	10
	Critica, le hubiera gustado más información, mejor manejo de idiomas	10
Alojamiento	Comentario positivo	12
	Comentario crítico	6
Comida	Comentario positivo	3
	Comentario crítico	2
Información	Falta señalización, más información in situ, buenos mapas, más información en inglés	15
	Más información sobre actividades / atractivos antes del viaje	11
	No se explicó bien / no sabía la dificultad del trekking	6
	Insuficiente información para permitir visita independiente	5
Infraestructura	Estado de las carreteras	18
	ATMs / tarjetas de crédito	11
	Baños públicos	7
	Aguas termales (critica higiene, servicios, precio)	5

Tema general	Tema específico	No. de comentarios
	Internet	3
Transporte	Critica el transporte (peligroso, incómodo, aire acondicionado)	8
	Horarios de salida / retorno (de las agencias)	6
	Que haya más transporte público / directo	4
Boleto turístico	Caro / discriminatorio / debe recibir más a cambio	20
	Critica falta de transparencia de Autocolca	3
	Está de acuerdo / contento de pagar	2
La encuesta	Suerte / gracias	8
Otro		37

Análisis de los resultados

La presente investigación ha confirmado algunos de los resultados de estudios anteriores sobre el Valle del Colca, ha revelado algunos cambios y ha tocado nuevos temas. El tema global es la naturaleza única y especial del Colca y la importancia de conservarla. Si bien los turistas a nivel nacional indican que el patrimonio histórico y cultural es el motivo más importante para su visita al Perú (PromPeru, sin fecha [b]), en el Valle del Colca el atractivo más importante es la naturaleza y la interacción con ella. Los aspectos que más agradan a los visitantes son el paisaje, los cóndores, otra flora y fauna, y actividades como realizar caminatas y bañarse en aguas termales; así como la interacción con las poblaciones locales, siempre que ésta sea personal y auténtica. Los visitantes sí aprecian aspectos del patrimonio cultural, como iglesias y sitios arqueológicos, pero estos están en el segundo plano, lo que no es sorprendente, puesto que otras partes del país ofrecen ejemplos más destacados de estos atractivos, mientras pocos lugares pueden comparar con la belleza natural del Colca.

El estudio confirma que el trekking (las caminatas en la zona del Cañón) es una actividad muy importante para los turistas internacionales, siendo el tercer motivo más importante para su visita. Este resultado difiere de algunos estudios y comentarios que han tratado el turismo de trekking como una actividad minoritaria (Hernández Asensio, 2009; Jaime Pastor et al, 2011; Poma y Aronés, 2011). Subraya la necesidad de hacer más para asegurar su sostenibilidad y desarrollar rutas alternativas y complementarias.³

Un problema que se reveló, tanto por los comentarios de los turistas como por los datos cuantitativos, es que muchos no tienen la oportunidad de apreciar toda la diversidad que ofrece el Colca. En este sentido, los resultados que mostraron una alta concentración en poco atractivos y rutas, coincidieron con los reclamos de los turistas que querían hacer actividades menos convencionales o tener más contacto

³ Al subestimar la importancia del trekking, quizás no se presta suficiente atención a las amenazas como la erosión que acompaña la construcción de carreteras y el desarrollo de actividades extractivas en la zona del Cañón.

con la gente local, pero les faltaban la oportunidad o la información necesaria. Esto es una llamada de atención a las agencias de viaje, para diversificar su oferta, así como a las autoridades públicas, para difundir la información turística en una forma que oriente a los turistas hacia los diferentes atractivos y experiencias.

En relación a lo económico, el estudio ayuda a concretar y cuantificar algunas tendencias que hasta ahora solo han tenido el estatus de anécdota. El gasto turístico se comparte entre los participantes locales, regionales y nacionales (solamente un porcentaje pequeño 'se filtra' a las agencias extranjeras). Si bien una proporción de los beneficios del turismo va a las agencias, guías y transportistas de las ciudades, también deja aproximadamente \$10 millones por año en la economía local, lo que pone el turismo en competencia con la agricultura como la actividad económica más importante de la zona, en términos de ingresos, si no en términos de empleo directo.

Sería recomendable realizar estudios económicos más detallados para evaluar las diferentes maneras en que este gasto turístico beneficia a las poblaciones locales, y así identificar los mecanismos para mejorar su impacto en el desarrollo socioeconómico de la zona (Ashley & Mitchell, 2008). Esto abarca, por un lado, el análisis cuantitativo para estimar la distribución del gasto y su efecto multiplicador; y por otro, estudios cualitativos para entender más sobre el tipo de empleo que ofrece el turismo, las condiciones de trabajo, y las barreras a su mejoramiento.

El gasto en la alimentación y el interés de los turistas en la comida local apunta a la posibilidad de aprovechar de la creciente atención turística a la gastronomía peruana como algo arraigado en la identidad local y la diversidad biocultural. Hay oportunidades para desarrollar nuevos circuitos y cadenas cortas que vinculan la producción y transformación agrícola con el turismo y la gastronomía (Fonte, 2009; Ranaboldo, 2009).

Un resultado que quizás requiera más investigación es el hecho de que un 60% de los turistas va de compras, pero solamente un 33% indica un gasto en artesanía o souvenirs. Varios turistas indicaron su dificultad en distinguir la artesanía auténtica y de calidad (en particular, se criticó la 'mentira' que objetos de producción masiva eran locales y estaban hechas a mano), y puesto que el Colca es una zona conocida por su patrimonio artístico, probablemente se pueda hacer más para resaltar los productos más auténticos y originales de sus artesanos.

Para enfrentar este desafío, se puede considerar el desarrollo de una 'marca Colca' que dé evidencia del origen y la calidad de los productos locales como la artesanía, lo que permitiría al turista tener más confianza a la hora de realizar gastos significativos en la compra de productos locales. Otra posibilidad sería el desarrollo de una marca de calidad para las agencias y tour operadores, que ayudaría a orientar a los turistas y premiaría la calidad de servicio, la transparencia y el comercio justo.

En cuanto al estado del destino y la gestión sostenible, la investigación llegó a unas conclusiones muy claras. Los turistas coinciden con la gente local en reclamar una infraestructura vial más adecuado, lo que no solo es necesario para un viaje cómodo

por las rutas actuales, sino también para el desarrollo de rutas alternativas, como en la margen derecha del Río Colca. Sin embargo, el problema más urgente tiene que ver con el medio ambiente. Esto abarca un rango de preocupaciones, desde el trato de los animales y aves, a la contaminación del agua, la erosión, y sobre todo la basura que es esparce y amontona, malogrando los lugares naturales.

Básicamente, el medio ambiente es la base fundamental del turismo en el Valle del Colca (así como de la actividad agropecuaria) y si no se conserva, el turismo no será sostenible en el tiempo. Este reconocimiento debe orientar las prioridades para todos los participantes en el sector turístico y ser el punto de partida para todos los proyectos e iniciativas en el Colca.

Conclusiones

Esta investigación ha producido datos nuevos e importantes sobre el turismo en el Valle del Colca, lo que han servido para plantear un rango de recomendaciones y sugerencias. Para darles coherencia a estas recomendaciones y aclarar la responsabilidad para su implementación, se recomienda la elaboración de un nuevo plan estratégico para el turismo en el Valle del Colca. El último plan estratégico data de 2006, y si bien ofrece un panorama del turismo al Colca y una importante visión estratégica, carece de un programa de acciones concretas o indicadores específicos para medir el progreso. Además, es recomendable renovar los planes estratégicos al menos a cada 5 a 10 años, para tomar en cuenta los cambios que han ocurrido y los nuevos desafíos que hace falta enfrentar.

Un nuevo plan debería ser desarrollado en conjunto con los distintos actores en el Colca (las poblaciones locales, los gobiernos, el sector privado, las ONGs y las agencias de cooperación) y debe contener objetivos y acciones claras, concretas y priorizadas. Esta investigación ha brindado una línea de base de información sobre la demanda turística que se puede actualizar en futuras repeticiones de la misma y así medir progreso con los objetivos del plan. Por ejemplo, se puede establecer las siguientes indicadores:

- La extensión de la estadía promedio en el Colca, y la reducción de la proporción de turistas que visita el Valle por un solo día
La reducción de la estacionalidad
- La diversificación de las actividades, incluyendo la proporción de turistas que visita atractivos alternativos
- El nivel del gasto directo, y la proporción que se gasta en los servicios que ofrece la población local.

El plan también debería incluir indicadores ambientales y sociales que midan y ayuden a evaluar el impacto que tiene el turismo en otros sentidos que el macroeconómico. Estos son muy importantes para asegurar la sostenibilidad del destino a largo plazo y confirmar que el turismo ofrece beneficios netos para la zona.

El turismo en el Valle del Colca se encuentra en una encrucijada. Ha llegado a ser uno de los destinos más populares del país, y su naturaleza y cultura le dan una fama merecida a nivel internacional. Ha tenido innegables beneficios económicos para la zona y la región, y las relaciones entre los visitantes y las poblaciones locales son mayormente positivas. Sin embargo, el Colca se ve amenazado por la masificación descontrolada del turismo, la concentración en pocas rutas y actividades, y sobre todo el deterioro del medio ambiente. Es notable que al mismo tiempo que los turistas han indicado la naturaleza como el aspecto que más les atrae al Colca, han expresado preocupación por las amenazas que atentan contra ella, como la basura y la contaminación. Entonces, si bien esta investigación puede causar satisfacción por la popularidad del Colca y las buenas experiencias que tienen la mayoría de los turistas, también llama la atención a todos los participantes que hay mucho por hacer para proteger el Colca y asegurar el desarrollo continuo de un turismo sostenible.

Referencias

- Ashley, C. & Mitchell, J. (2008). Doing the right thing approximately not the wrong thing precisely: Challenges of monitoring impacts of pro-poor interventions in tourism value chains. ODI Working Paper No. 291. London: Overseas Development Institute.
- Autocolca. (2006). Plan Maestro para el Valle del Colca, el Valle de Volcanes, y la Reserva Nacional de Salinas y Aguada Blanca. Arequipa: Autocolca.
- Bidwell, S. (2011). The development impact of rural tourism in Peru's Colca Valley: Linking grassroots and structuralist perspectives. Presentado para cumplir los requisitos de una Maestría en Estudios de Desarrollo, Universidad de Victoria de Wellington, Nueva Zelanda.
- Bidwell, S., Merma, J., Galindo, A., Lipa, L., Pérez, E., Chancolla, J., Romero, M., Santander, T. (2014). La demanda turística en el Valle del Colca. Informe de investigación (no publicada). Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa.
- Bidwell, S. y Murray, W. (2015). Linking separate worlds: Tourism, migration and 'disorderly' development in the Colca Valley of Peru. Entregado a *Tourism Geographies*, noviembre de 2015.
- Bidwell, S. y Murray, W. (2013). The limits of microenterprise-based tourism development: A case study of Peru's Colca Valley. Entregado a *International Journal of Tourism Research*, mayo de 2013.
- Fonte, M. (2009). Hacia un sesgo rural en el desarrollo económico: la valoración de la riqueza cultural en Latinoamérica. En C. Ranaboldo and A. Schetjman (eds.), *El valor del patrimonio cultural* (pp.41-79). Lima: Instituto de Estudios Peruanos.
- Hernández Asensio, R. (2009). Posibilidades y límites de las estrategias de desarrollo local basadas en la identidad cultural en el Valle del Colca (Arequipa, Perú). En C. Ranaboldo y A. Schetjman (eds.). *El valor del patrimonio cultural:*

Territorios rurales, experiencias y proyecciones latinoamericanas. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.

Jaime Pastor, V.; Casas Jurado, C.; Soler Domingo, A. (2011). Desarrollo rural a través del turismo comunitario. Análisis del Valle y Cañón de Colca. *Gestión Turística* 15, 1-20.

Maldonado, C. (2002). Servicios empresariales para el desarrollo del etnoturismo comunitario en Bolivia, Ecuador y Perú. Lima: ILO.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR). Estadísticas. Recurso electrónico obtenido de: <http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Default.aspx?tabid=3459>

Poma, D. y Aronés, C. (2011). Impacto del turismo en el Valle del Colca. En E. M. Toche (ed.). *Perú Hoy, Ajustes al modelo económico. La promesa de la inclusión*. Lima: Desco.

PromPeru. (Sin fecha [a]). Perfil del turista extranjero que visita el Valle del Colca en Arequipa – 2006. Recurso electrónico obtenido de: <http://intranet.promperu.gob.pe>

PromPeru. (Sin fecha [b]). Perfil del turista extranjero 2011. Recurso electrónico obtenido de: <http://intranet.promperu.gob.pe/IMPP/2011/TurismoReceptivo/DemandaActual/PerfilTuristaExtranjero2011.pdf>

Ranaboldo, C. (2009). Recorridos de una mirada latinoamericana. In C. Ranaboldo and A. Schetjman (Eds.), *El valor del patrimonio cultural* (pp.13-38). Lima: Instituto de Estudios Peruanos.

Robles, J. (2012). El desarrollo del turismo en las comunidaes. Caso: Perú. Artículo basado en una tesis de presentada para cumplir los requisitos en una Maestría en Derecho, Economía y Administración, Universidad de Angers, Francia.

Viceministerio de Turismo. (2006). Lineamientos para el turismo rural comunitario. Lima: MINCETUR.