



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA
SECCIÓN DE POSGRADO**

**PROPUESTA PARA LA INCORPORACIÓN DE LOS DISTRITOS
DE PACARÁN Y ZÚÑIGA AL CIRCUITO TURÍSTICO CAÑETE –
LUNAHUANÁ**

**PRESENTADA POR
ROSSANA SORAIDA DÍAZ PÉREZ**

**ASESORA
ABIGAIL LUISA IBAÑEZ CABRERA**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRA EN
MARKETING TURÍSTICO Y HOTELERO**

LIMA – PERÚ

2012



**Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada
CC BY-NC-ND**

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

UNIVERSIDAD DE SAN MARTIN DE PORRES

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA

SECCIÓN DE POST GRADO:

MAESTRÍA EN MARKETING TURÍSTICO Y HOTELERO



**“PROPUESTA PARA LA INCORPORACIÓN DE LOS DISTRITOS DE
PACARÁN Y ZÚÑIGA AL CIRCUITO TURÍSTICO CAÑETE – LUNAHUANÁ”**

TESIS

**Para optar el Grado Académico de
Maestro en Marketing Turístico y Hotelero**

Presentada por

ROSSANA SORAIDA DÍAZ PÉREZ

ASESORA:

MG. ABIGAIL LUISA IBAÑEZ CABRERA

Lima – Perú

2012

DEDICATORIA

A Dios, por todas las bendiciones recibidas
a lo largo de mi vida.

A mi hija, Luz Andrea Díaz Pérez, que es
el amor y motor de mi vida, gracias a su
amor, he logrado esta nueva meta.

AGRADECIMIENTOS

A la Mg. Abigail Luisa Ibáñez Cabrera, mi gran ejemplo. Ella despertó en mí el amor, la pasión, el interés por mi profesión. Una de las mejores docentes que conocí. La mejor profesional en Turismo, cada palabra, cada consejo, cada mirada suya, me hizo mejor persona y mejor profesional. Eres el Ángel que guía mis pasos.

Gracias Aby, gracias por todo tu amor.

Te amo por siempre

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO PRIMERO: EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	12
1. Planteamiento del Problema	12
1.1 Descripción de la Situación Problemática	12
1.2 Objetivos	12
1.2.1 Objetivo General	15
1.2.2 Objetivos Específicos	15
1.3 Justificación de la Investigación	15
1.4 Delimitación del Estudio	16
1.5 Metodología	17
CAPÍTULO SEGUNDO: BALANCE DE LA LITERATURA	18
2.1 El Turismo como Agente del Desarrollo Nacional	18
2.1.1 Capacidad Descentralizadora	18
2.1.2 Importancia de la Actividad Turística	22
2.2 El Departamento de Lima como Destino Turístico	24
2.2.1 Características de las Zonas Turísticas	26
2.2.2 Características Principales de la Provincia de Cañete	30
2.3 El sur chico como producto turístico	32
2.3.1 Delimitación Geográfica	33
2.3.2 Tipos y Condiciones del Producto Turístico	36
CAPÍTULO TERCERO: MARCO TEÓRICO	42
3.1 Desarrollo Local	42
3.1.1 Conceptos de Desarrollo Local y de Desarrollo Sostenible	43
3.1.2 Efectos del Desarrollo Turístico Local	48

3.2	Destino Turístico	50
3.2.1	Concepto y Tipos de Destino Turístico	52
3.2.2	Condiciones para ser un Destino Turístico	58
3.3	Recreación	60
3.3.1	Conceptos de Tiempo Libre	60
3.3.2	Conceptos de Recreación	62
3.3.3	Necesidades de Recreación para la Población	63

CAPÍTULO CUARTO: METODOLOGÍA 67

4.1	Técnicas de recolección de datos	67
4.2	Técnicas de análisis de los datos	71

CAPÍTULO QUINTO: VISIÓN GENERAL DE LA PROVINCIA DE CAÑETE 73

5.1	Características Geográficas	74
5.2	Características Históricas	77
5.3	Marco Institucional	78
5.4	Características Socio Económicas	79
5.4.1	Aspecto Demográfico	80
5.4.2	Aspectos Socio Económicos	81
5.5	Características de la Actividad Turística	90
5.5.1	Oferta Turística	90
5.5.2	Demanda de Viajeros	96
5.6	Proyectos para el Desarrollo Provincial	97

CAPÍTULO SEXTO: SITUACIÓN DEL TURISMO EN CERRO AZUL, SANTA CRUZ DE FLORES, SAN VICENTE DE CAÑETE, LUNAHUANÁ, PACARÁN Y ZÚÑIGA 100

6.1	Organización Institucional	101
6.1.1	Sector Público	101
6.1.2	Sector Privado	102

6.2	Destinos Turísticos en Operación	102
6.2.1	Distrito de Cerro Azul	103
6.2.2	Distrito de Santa Cruz de las Flores	110
6.2.3	Distrito de San Vicente de Cañete	116
6.2.4	Distrito de Lunahuaná	132
6.3	Destinos con Potencial Turístico	143
6.3.1	Distrito de Pacarán	144
6.3.2	Distrito de Zúñiga	149
6.4	Promoción y Comercialización Turística del Circuito	153
6.5	Proyectos Turísticos a mediano plazo	155
6.6	Análisis FODA del Turismo en Cañete	158

**CAPÍTULO SÉTIMO: POSIBILIDADES TURÍSTICAS DE LOS
DISTritos DE PACARÁN Y ZÚÑIGA, COMO INTEGRANTES
DEL CIRCUITO TURÍSTICO** 160

7.1	Factores Convergentes que contribuyen al desarrollo turístico	161
7.2	Percepción de la Actividad Turística	162
7.2.1	Encuesta a Turistas	164
7.2.2	Encuesta a Proveedores	169
7.2.3	Encuesta a Pobladores	175
7.3	Organización Espacial Turística	181
7.4	Organización y Gestión Institucional	185
7.5	Producto Turístico	186
7.6	Demanda Turística Potencial	188
7.7	Marca del Circuito Turístico	189

CONCLUSIONES 190

BIBLIOGRAFÍA 193

ANEXOS

Anexo I:	Guía para Entrevista	202
Anexo II:	Cuestionarios de Encuestas	203
Anexo III	Fotografías	210

CUADROS

Cuadro N° 1 Sitios Naturales Zona Costera	38
Cuadro N° 2 Gastronomía típica	40
Cuadro N° 3 Población Provincia de Cañete	79
Cuadro N° 4 Población Total de Nivel Distrital	80
Cuadro N° 5 Población Económicamente Activa	81
Cuadro N° 6 Indicadores Educativos	84
Cuadro N° 7 Instituciones y Programas Educativos	85
Cuadro N° 8 Matricula en el Sistema Educativo Provincia de Cañete	86
Cuadro N° 9 Restaurantes de la Provincia de Cañete	92
Cuadro N°10 Agencia de Viajes de la Provincia de Cañete	93
Cuadro N°11 Establecimientos de Hospedaje de la Provincia de Cañete	94
Cuadro N°12 Restaurantes de Cerro Azul	106
Cuadro N°13 Establecimientos de Hospedaje Cerro Azul	108
Cuadro N°14 Restaurantes Santa Cruz de Flores	112
Cuadro N°15 Establecimientos de Hospedaje de Santa Cruz de Flores	114
Cuadro N°16 Restaurantes de San Vicente de Cañete	122
Cuadro N°17 Establecimientos de Hospedaje de San Vicente de Cañete	129
Cuadro N°18 Agencia de Viajes de San Vicente de Cañete	130
Cuadro N°19 Restaurantes de Lunahuaná	136
Cuadro N°20 Establecimientos de Hospedaje de Lunahuaná	139
Cuadro N°21 Agencia de Viajes de Lunahuaná	140
Cuadro N°22 Restaurantes de Pacarán	145
Cuadro N°23 Establecimientos de Hospedaje de Pacarán	146
Cuadro N°24 Restaurantes de Zúñiga	150
Cuadro N°25 Establecimientos de Hospedaje de Zúñiga	151
Cuadro N°26 Visitas a Cañete	163
Cuadro N°27 Lo más disfrutado	174

Cuadro N°28 Distritos más visitados	165
Cuadro N°29 Atractivos más visitados	165
Cuadro N°30 Actividades realizadas	166
Cuadro N°31 Interés por conocer otros distritos	166
Cuadro N°32 ¿Ha escuchado de Pacarán?	167
Cuadro N°33 Deseo de conocer Pacarán	167
Cuadro N°34 ¿Ha escuchado de Zúñiga?	167
Cuadro N°35 Deseo de conocer Zúñiga	168
Cuadro N°36 Agencias de Viajes encuestadas	169
Cuadro N°37 Antigüedad de la Agencia de Viajes	170
Cuadro N°38 Servicios que ofrece la Agencia de Viajes	170
Cuadro N°39 Productos que ofrece la Agencia de Viajes	171
Cuadro N°40 Uso de servicios del lugar	171
Cuadro N°41 Temporada de mayor demanda de servicios	172
Cuadro N°42 Mercado que demanda sus productos	172
Cuadro N°43 Temporada de menor demanda de servicios	173
Cuadro N°44 Incremento de oferta de servicios	173
Cuadro N°45 Incorporación de Pacarán al Circuito Turístico	174
Cuadro N°46 Incorporación de Zúñiga al Circuito Turístico	174
Cuadro N°47 Principal actividad económica	175
Cuadro N°48 Interés de participar en Turismo	176
Cuadro N°49 ¿Recibiría turistas en su hogar?	176
Cuadro N°50 Interés por capacitación	177
Cuadro N°51 ¿Brindaría servicios turísticos en su hogar?	177
Cuadro N°52 Participaría en proyectos turísticos	178
Cuadro N°53 Aspectos favorables del turismo	178
Cuadro N°54 Aspectos negativos del turismo	179
Cuadro N°55 Conocimiento sobre turismo vivencial	179
Cuadro N°56 Actividades a realizar por el turista	180
Cuadro N°57 Función por Centros Turísticos	184

GRÁFICOS

Gráfico N° 1	Mapa Político del Departamento de Lima	26
Gráfico N° 2	División Política Provincia de Cañete	74
Gráfico N° 3	Circuito Turístico Cañete - Lunahuaná - Pacarán - Zúñiga	103
Gráfico N° 4	Grupos Entrevistados	162

FOTOS

Foto N° 1	Lunahuaná - Casa Encantada	209
Foto N° 2	Lunahuaná - Entrada Sitio Arqueológico Incahuasi	209
Foto N° 3	Lunahuaná - Hotel Villa del Sol	210
Foto N° 4	Lunahuaná - Resort Rumihuasi	210
Foto N° 5	Lunahuaná - Canotaje en el Rio Cañete	211
Foto N° 6	Lunahuaná -Canotaje	211
Foto N° 7	Lunahuaná - Ciclismo de Montaña	212
Foto N° 8	Lunahuaná - Cuatrimoto	212
Foto N° 9	Lunahuaná - Iglesia Matriz Santiago Apóstol	213
Foto N° 10	Lunahuaná - Puente Colgante de Catapalla	213
Foto N° 11	Pacarán - Entrada	214
Foto N° 12	Pacarán - Iglesia San Francisco de Asís	214
Foto N° 13	Pacarán - Carretera Paisaje	215
Foto N° 14	Zúñiga - Entrada	215
Foto N° 15	Zúñiga - Criadero de Camarones	216
Foto N° 16	Zúñiga - Criadero de Camarones	216
Foto N° 17	Zúñiga - Formación Pétreo Cabeza de León	217
Foto N° 18	Zúñiga - Formación Pétreo La Calavera	217

INTRODUCCIÓN

El turismo se ha convertido en los últimos años en una actividad que contribuye de distintas formas al desarrollo de una localidad, región o país, es decir en una herramienta capaz de coadyuvar a la mejora de la calidad de vida del poblador residente, y esto, tanto el turismo receptor como el turismo interno. La Organización Mundial del Turismo- OMT (2010), reconoce el valor de los beneficios de las llegadas internacionales, sin embargo, estima que lo que produce el turismo interno es cuatro veces más en cuanto al beneficio económico y 10 veces más en el flujo de visitantes.

El turismo en el Perú se presenta como una real alternativa para cooperar con el proceso de descentralización y con el desarrollo nacional, considerando su variado y valioso patrimonio turístico sustentado en atractivos culturales y naturales, así como en las diversas actividades que se pueden realizar. Ello supone la incorporación al turismo de nuevas localidades con la consiguiente inclusión de la población residente y en los beneficios que el turismo puede generar.

Lima es el gran y prioritario mercado emisor del turismo interno y en una zona cercana como la provincia de Cañete se oferta productos turísticos de interés que de alguna manera ya están posicionados en el mercado. No obstante, ello necesita consolidarse y complementarse de tal manera de convertirse en destinos turísticos especializados.

Se han seleccionado los distritos de Pacarán y Zúñiga como potenciales y los de Cañete y Lunahuaná ya en operación con la finalidad de tener un conocimiento de la situación actual que permita determinar las posibilidades turísticas que ofrecen articulados y en conjunto. La Provincia de Cañete, conformante de la Región Lima, cuenta con dieciséis distritos, se encuentra a solo 143 Kms. de Lima presentando una gran conectividad tanto por la carretera Panamericana Sur como por los medios de transporte existentes que articulan algunas poblaciones.

Actualmente San Vicente de Cañete es un distrito de movimiento comercial y administrativo, mientras Lunahuaná es el distrito turístico principal existiendo una demanda interna en aumento aún insatisfecha.

Por otra parte, la vía de acceso, que se interna hacia la zona andina y que comunica San Vicente de Cañete con Lunahuaná continúa hacia Pacarán y Zúñiga, antes de ingresar a la Provincia de Yauyos, se encuentra en muy buen estado facilitando el acceso.

Lunahuana es un destino para el turismo de aventura y recreación y por lo tanto demanda contar con una serie de servicios y facilidades de calidad, que posibiliten la permanencia del visitante y su posterior satisfacción que conlleve a una promoción directa en su lugar de residencia habitual. A ello cabe agregar que la ubicación de Pacarán y Zúñiga podría significar un complemento a la visita a Lunahuaná extendiéndose más la permanencia con los beneficios consiguientes.

La investigación ha sido aplicada, de nivel descriptivo- explicativo, teniendo en cuenta que de esa manera es posible conocer la situación actual del turismo en los distritos mencionados. Así se han identificado las condiciones y

características que presentan actualmente y sus perspectivas para el desarrollo turístico, con una visión integral al considerar un corredor turístico.

Durante la investigación se ha visitado en varias oportunidades en la zona de Cañete, los distritos de Cerro Azul, Santa Cruz de Flores, San Vicente de Cañete, Lunahuaná, Pacarán y Zúñiga. También se han realizado entrevistas y una Encuesta dirigida a turistas, proveedores de servicios agencias de viajes y pobladores residentes con la finalidad de conocer su apreciación con respecto a la actividad turística en los destinos mencionados. Asimismo, se ha recurrido a fuentes bibliográficas, hemerotecas, videotecas, entre otras. La investigación se llevó a cabo entre abril y noviembre del 2010.

CAPÍTULO PRIMERO

EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1. Planteamiento del Problema

1.1 Descripción de la Situación Problemática

Getino (2002) dice que, en una época de globalización económica, en el diseño de las políticas de desarrollo económico se incluye las de turismo. El turismo se relaciona cada vez más con la “sangre” y el “suelo” vale decir con el patrimonio sociocultural y ambiental, manifestado en el turismo cultural, turismo rural, turismo ecológico y ecoturismo entre otros. Asimismo, considera que la mayoría de la población desconoce las características geográficas, socioeconómicas, culturales y políticas de los espacios que habita y por tanto de sus potencialidades.

El turismo interno, entendido como el desplazamiento temporal de los residentes dentro de su propio país, por motivos de ocio, esparcimiento, cultura, naturaleza y eventos entre otras motivaciones, viene convirtiéndose en una real necesidad de los individuos para el restablecimiento de la salud, la superación del stress y la práctica de la recreación.

Por ello, es sustancial la existencia de productos turísticos acordes a las necesidades de la demanda, cada vez más exigente, que respondan a las principales motivaciones de la misma. Según la Organización Mundial del Turismo (1998) el Turismo Interno, es diez veces el volumen del Turismo Receptor o

Llegadas Internacionales y cuatro veces en cuanto a los Ingresos económicos, pero generado en moneda nacional, concluyendo que la gravitación del Turismo Interno en la economía de las naciones es y podría ser de gran magnitud.

Por eso los países están empeñados en fomentarlo y promoverlo de manera organizada considerando los beneficios socio-culturales, económicos y ambientales que produce en el destino. Con respecto al turismo interno en el Perú, Merino (2011) manifestó que el turismo se había incrementado en un 18% con respecto al año anterior, lo que significa tres millones de viajes de peruanos a nivel nacional. Para el 2010, Canales, (2011) estimó que el turismo interno habría facturado unos \$ 3,500 millones de dólares, lo que representaría un 20% más que el año anterior y esto fundamentalmente debido a la mejora de la capacidad adquisitiva del poblador.

Según MINCETUR (2008), Lima es el principal centro emisor del Turismo Interno a nivel nacional. Lo sustenta su concentración poblacional de nueve millones de habitantes, la concentración de la Población Económicamente Activa (PEA) con el 30% a nivel nacional, la mayor capacidad económica de sus habitantes, la existencia de vías y medios de transporte que facilitan los viajes, las facilidades financieras para la obtención de préstamos para viajes entre los factores prioritarios. Dicha población está en constante búsqueda de diversión, cultura, naturaleza entre otros, habiendo surgido productos turísticos que estando en destinos cercanos a Lima pueden satisfacer las necesidades de la demanda, como es el caso del sur "chico" de Lima: Cañete, Lunahuana, que actualmente son de las

mejores alternativas de turismo interno, por la cercanía a Lima, por sus vías de acceso, precios acordes con la demanda y variedad de productos y servicios.

La zona denominada “sur chico de Lima”, es decir la provincia de Cañete, ubicada a solo a 145 Kms. de Lima, unida por la carretera Panamericana Sur, en muy buen estado de conservación y el distrito de Lunahuana, ubicado a 40 Kms. al Este de dicha ciudad, en la carretera a Yauyos, son los destinos turísticos de la provincia con mayor afluencia turística de los residentes en Lima.

No obstante que la provincia de Cañete cuenta con dieciséis distritos, los cuales presentan distintos tipos de recursos para fomentar la actividad turística y por ende generar una dinámica actividad económica y creación de empleo, sólo dos distritos cercanos a Lunahuaná, destino turístico ya reconocido y posicionado en el mercado de viajes nacional, podrían ofrecer la posibilidad de ampliar el Circuito Turístico al corto plazo. Los distritos de Pacarán, a 54 Kms, y Zúñiga a 62 Kms, ubicados al Este de Cañete, por donde discurre el río Cañete, poseen un clima benigno, seco, cálido y soleado permanentemente, así como ambientes y lugares pintorescos. La población de ambos distritos está orientada prioritariamente a la agricultura, tienen economías deprimidas y poblaciones con necesidades notorias, ubicándose el 70% de la misma en el ámbito rural, sólo el 30% dispone de servicios básicos de agua, alcantarillado y energía eléctrica.

En muchas oportunidades, principalmente en alta temporada, cuando Lunahuaná está al máximo de su capacidad, algunos visitantes utilizan los pocos servicios de que dispone Pacarán y Zúñiga, considerando la relativa cercanía y la facilidad del estado de la vía de acceso. Pacarán se encuentra ubicado a 199 Kms., al Sur Este de Lima, se encuentra en la zona yunga en el flanco occidental de la Cordillera de los Andes a una altura de 700 msnm., tiene 1600 habitantes aproximadamente. Zúñiga está situado a 207 Kms. al Sur Este de Lima y cuenta con una población aproximada de 1200 habitantes. La comunicación a estos dos distritos se puede realizar a través de una carretera asfaltada.

Considerando las necesidades de la población, las características geográficas, históricas y socio económicas de la provincia de Cañete, el turismo podría constituirse en una herramienta que coadyuve al desarrollo local. Esa mejora y cambio en Pacarán, Zúñiga y Lunahuaná minimizaría las limitaciones que tiene la población y contribuiría a mejorar su calidad de vida. Los cambios y mejoras que podrían producirse tendrían como eje central el desarrollo y funciones de las organizaciones, públicas, privadas y de la comunidad en general que coordinando recursos, intenciones y acciones favorecería la mejora de las condiciones de vida, contribuyendo al desarrollo turístico sostenible en la zona.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General

Conocer y analizar la situación actual del turismo en el Circuito Cañete - Lunahuaná y en los distritos de Pacarán y Zúñiga.

1.2.2 Objetivos Específicos

- ❖ Definir la oferta real de la provincia de Cañete y del distrito de Lunahuana.
- ❖ Definir la oferta real y potencial de los distritos de Pactarán y Zúñiga
- ❖ Identificar y analizar la demanda turística real y potencial para el Circuito
- ❖ Determinar los factores endógenos y exógenos que inciden en la actividad turística en la provincia de Cañete
- ❖ Identificar acciones específicas para contribuir al desarrollo turístico sostenible de las poblaciones involucradas.

1.3 Justificación de la Investigación

Después de analizar el impacto de la actividad turística como factor económico y social de la provincia de Cañete, se podrá fomentar el crecimiento y desarrollo de la zona, planificando hacia el futuro, proyectos que mejoren la calidad de vida de los pobladores, a través de generación de empleo, como también el incremento del turismo interno, proveniente principalmente de la ciudad de Lima y alrededores, sin descartar el turismo receptor.

Previa identificación de los problemas sociales de la zona, que afectan la actividad turística, la participación de los pobladores ya sea como emprendedores

o como trabajadores en turismo permitirá la incorporación de los mismos a la sociedad. En el Perfil del Vacacionista Nacional 2007, publicado por PROMPERÚ (2008), se pone en conocimiento que del 35 % de la muestra seleccionada, el 5 % tomó como destino la ciudad de Cañete.

De la misma forma en el Perfil del Vacacionista Nacional del 2009, publicado por PROMPERÚ (2010), menciona que el 45% de turistas realizan turismo motivados por el relax, un 22% salir con la familia, un 16% conocer nuevos lugares, un 6 % conocer nuevos atractivos turísticos, otro 6% por diversión, un 4% por salir de la rutina, un 1% conocer otros atractivos, y finalmente otro 1% por otros motivos.

Esto indica que, por el comportamiento del vacacionista nacional, la zona de Cañete se presenta propicia para la visita contribuyendo a ello la cercanía a Lima, lo reducido de los costos del viaje y la gran variedad de atractivos turísticos.

1.4 Delimitación del Estudio

La investigación considera geográficamente en la provincia de Cañete los distritos de Cerro Azul, Santa Cruz de Flores, San Vicente de Cañete, Lunahuaná, Pacarán y Zúñiga. La investigación tiene una orientación de tipo bibliográfica, por cuanto no se han efectuado estudios sobre el turismo en la ciudad de Cañete incorporando a los distritos de Pacarán y Zúñiga, complementando con la realización de una Encuesta.

1.5 Metodología

La metodología a emplear en la investigación será de carácter descriptiva, efectuando una triangulación para conocer e interpretar de mejor manera la información; es decir durante la investigación se combinará los métodos cualitativo y cuantitativo.

Se recurrirá a fuentes bibliográficas, hemerotecas y consultas a Internet para obtener la información necesaria. Así como a la observación participante en la zona.

Asimismo, se realizará una Encuesta dirigida a:

- ❖ Los visitantes a Cañete y Lunahuana para determinar si tienen interés de ampliar su estadía ante la oferta de otros productos turísticos. Se aplicará la técnica de Muestreo no Probabilístico Accidental, que consiste en seleccionar un volumen determinado de turistas a quienes se les aplicará la Encuesta.
- ❖ Los proveedores de servicios turísticos, fundamentalmente agencias de viajes de la ciudad de Lima, quienes ofrecen el producto Cañete - Lunahuana. Se aplicará el método de Muestreo Aleatorio Simple.
- ❖ Los pobladores residentes de los mencionados distritos en edad de 18 a 65 años, parte de la población económicamente activa, para determinar su grado de participación en el desarrollo turístico. Se aplicará la técnica de Muestreo Probabilístico Estratificado, Urbano y Rural.

CAPÍTULO SEGUNDO

BALANCE DE LA LITERATURA

2.1 El Turismo como Agente del Desarrollo Nacional

El turismo presenta diferentes características que han permitido que algunos países lo consideren como prioridad nacional dentro de sus políticas de desarrollo. Esto considerando su importancia como factor de desarrollo, motor de crecimiento, gran productividad y generador de empleo. Es necesario mencionar, entonces, la contribución para el desarrollo y crecimiento de regiones de menor desarrollo económico.

2.1.1 Capacidad Descentralizadora

La descentralización es un proceso de largo plazo y una forma democrática de organizar nuestro país, con la participación de las entidades públicas, privadas y los pobladores

La ley N° 27783 "Ley de Bases de la Descentralización" (2002), establece que la descentralización consiste en la separación de competencias y funciones entre los tres niveles de gobierno (gobierno nacional, regional y local), así como un equilibrado ejercicio del poder en beneficio de la población. Debe ser un proceso permanente, dinámico, irreversible, democrático, integral y gradual.

Los objetivos de este proceso son:

- Políticos: unidad y eficiencia del Estado; representación política y de intermediación; participación y fiscalización de los ciudadanos; institucionalización de los gobiernos regionales y locales.
- Económicos: desarrollo económico auto sostenido y de la competitividad de las diferentes regiones y localidades del país; cobertura y abastecimiento de servicios sociales; disposición de la infraestructura económica y social para promover la inversión descentralizada; redistribución equitativa de los recursos del Estado; la potenciación del financiamiento regional y local.
- Administrativos: modernización y eficiencia de los procesos y sistemas de administración; simplificación de trámites; evitar la duplicidad de funciones y recursos.
- Sociales: crear capital humano competitivo a nivel nacional e internacional; participación ciudadana, participación de comunidades campesinas y nativas; promoción el desarrollo humano.
- Ambientales: un ordenamiento territorial y del entorno ambiental sostenible; gestión sostenible de los recursos naturales y de calidad ambiental; coordinación y concertación interinstitucionales y participación ciudadana en todos los niveles del Sistema Nacional de Gestión Ambiental

Así, las regiones, podrán elaborar su propio plan de desarrollo, priorizando sus necesidades, haciendo frente a los problemas, como también a las consecuencias generadas por el centralismo y administrando racionalmente sus propios recursos.

Descentralización y regionalización. Según (Azpur, 2005) más de la mitad de la industria nacional se encuentra concentrada en Lima, de cada de tres peruanos uno vive en Lima, y más del 90% de los ingresos está en manos del gobierno central, como también, más del 80% de los gastos. Por diversos motivos, se considera a la descentralización una oportunidad para un desarrollo más justo para todas las regiones. Por lo que esta debe ser integral ya que involucra a todo el territorio, entidades públicas y privadas en sus diversas modalidades. Este proceso necesita la participación gradual de todos los peruanos.

Es decir, a los gobiernos locales y regionales se les asignará competencias y transferencias de recursos del Gobierno Central de forma progresiva y ordenada. Es un proceso que se encuentra en marcha, pero que tomará muchos años para poder ver los resultados finales. Lo que se puede lograr con la aplicación de la descentralización es que el Perú este territorialmente mejor organizado, con una población muy bien distribuida en todas las ciudades, un medio ambiente seguro, instituciones que colaboren en la dirección y aplicaciones de la ley, logrando oportunidades laborales, económicas y sociales, que permitan que los pobladores tengan mejor calidad de vida en su lugar de origen.

Para Bustamante (2009), la descentralización es la transferencia de competencias de decisión política desde la capital Lima hacia las instancias Regionales y Locales. Esta transferencia va a tener obstáculos de carácter ideológico, ya que nuestro país desde la época de la colonia siempre fue centralista y burocrático. Según Ugarte (1996), la descentralización requiere de definiciones políticas y técnicas, debe considerarse como un sistema político que tiende a

transferir la autoridad nacional a los demás niveles del Estado, vale decir, Gobiernos Locales y Regionales.

El Perú, desde 1979, en la Asamblea Constituyente aprobó la primera organización descentralizada que regiría los destinos de las regiones del Perú nombrándolo como "**Un Estado Descentralizado y Unitario**", dando las bases necesarias para la creación de regiones mediante el proceso de regionalización. A partir de esa Constitución cuenta con tres niveles de Gobierno que es el Nacional o Central, el Regional y el Local.

Según Rial (2006), la descentralización en el Perú es un proceso en marcha, irreversible, pero que presenta constantes desvíos y problemas que hay que resolver. Así, se rescata la información que, en el año 2005, el Perú de acuerdo con las proyecciones demográficas tendría unos 28 millones de habitantes; un tercio de este total residente en la ciudad de Lima, otro tercio en grandes ciudades capitales de departamento, ciudades intermedias y pueblos urbanos, y la restante tercera parte vive dispersa en el ámbito rural.

Durante el siglo XX el crecimiento de la población y la fuerte migración interna encuentra su causa en los cambios registrados en las grandes explotaciones agroindustriales, más el desarrollo del consumo, producto del aumento del comercio interno y externo. Para Rialp (2006), los factores de atracción para promover las migraciones internas llevaron a un notorio crecimiento de Lima y de las otras ciudades de la costa. La demografía peruana muestra hoy un predominio de la población que vive en la costa, descendiendo en relevancia la que reside en la zona

serrana. Si bien la Selva ha tenido un crecimiento demográfico significativo, el volumen total de la población, aun es poco relevante respecto al resto del país.

La población económicamente activa de la costa vive sustancialmente en ámbitos urbanos y, por lo tanto, dedicada al sector servicios e industrial. La de la zona de la selva y aún buena parte de la sierra todavía está dedicada al trabajo en el sector primario. En 1981 el 58.6% del PEA (Población Económicamente Activa), estaba concentrada en los sectores secundario y terciario. En el 2001 subió al 67.7% del total del país. Lima Metropolitana tiene hoy cerca del 29% del total de la población peruana. El proceso de descentralización es un trabajo en conjunto y continuo de las autoridades de las regiones, como de los pobladores que participen como actores directos del cambio, en busca de beneficios mutuos, logrando el mismo objetivo que será promover la comunicación social favorable para el proceso de descentralización.

La Constitución Política del Perú (1993), en sus Artículos 188- 199, define a la descentralización como un proceso permanente que tiene como objetivo el desarrollo integral del país. El proceso de descentralización se realiza por etapas, en forma progresiva y ordenada conforme a criterios que permitan una adecuada asignación de competencias y transferencia de recursos del gobierno nacional hacia los gobiernos regionales y locales. Nuestro territorio se divide en regiones, departamentos, provincias y distritos, en cuyas circunscripciones se ejerce el gobierno unitario de manera descentralizada y desconcentrada. Contando con las municipalidades provinciales y distritales siendo los órganos de Gobierno Local,

quienes tienen autonomía política, económica y administrativa en los asuntos de su competencia.

Siendo el Turismo una actividad que viene participando en el desarrollo nacional, es necesario recalcar que esta se da en todo el país; por cuanto los atractivos turísticos están en diversos departamentos. El turismo es una actividad eminentemente descentralizadora, por ello la política turística debe estar inmersa en las políticas de nacionales de desarrollo, además por su carácter de transversalidad que demanda de la participación de todos los sectores de la economía nacional.

2.1.2 Importancia de la Actividad Turística

Los efectos que la actividad turística genera, consideran lo económico, político, social y cultural, es decir su impacto cubre todos los sectores del desarrollo de un país. Es importante destacar que considerando ello, y como parte del proceso de planificación de una actividad tan variada y compleja como el turismo, el Gobierno Central ha creado el Plan Estratégico Nacional de Turismo - PENTUR, (MINCETUR, 2008), el cual viene trabajándose desde el 2005, con un horizonte a largo plazo, como una herramienta orientada al desarrollo integral del país, un plan estratégico que busca integrar los recursos y servicios turísticos de interés del Perú, a fin de conformar productos basados en la identidad del destino. Y de este modo, optimizar la comercialización conjunta, la satisfacción de la demanda y el desarrollo socioeconómico integral del país, buscando la consolidación y el reconocimiento del sector Turismo como una actividad económica estratégica, relevante y prioritaria, con alto impacto social y generadora de empleo.

El incremento de la participación del sector turístico en la economía del país es una meta cuantificable que se debe considerar junto con el aprovechamiento y la conservación de los valores socioculturales y medioambientales que constituyen la ventaja competitiva del Perú en materia turística.

Entre los principales efectos destacan:

En cuanto al Turismo Receptor:

- Llegadas Internacionales de Turismo al 2009: 2'100,000
- Ingreso de Divisas: US \$ 2,400'000,000
- Tasa de Crecimiento: 3.85%
- Gasto por Turista: US \$ 1,148.00

En cuanto al Turismo Interno:

- Volumen: 37'800,000, es decir 18 veces el flujo receptor

En cuanto al Empleo:

- Según: Cuenta Satélite de Turismo:(2001) 454,568 (251,143 directos, 203,143 indirectos).
- Según; Chacaltana: (2006) 686,000 (549,000 directos, 137,000 indirectos)

En cuanto a los Económicos

- Turismo contribuye con el 3.84% del PBI
- Contribuye a la descentralización del gasto a nivel nacional
- Contribuye con divisas a la Balanza Comercial
- Contribuye por su efecto multiplicador a generar economías de escala y a ampliar la fuerza empresarial a nivel nacional

En cuanto a Otros Efectos

- Intercambio de experiencias y culturas entre los visitantes y los residentes
- Conservación y racional uso del medio ambiente
- Puesta en valor y racional uso de los recursos culturales
- Fortalecimiento de la identidad nacional

Es importante destacar que el MINCETUR (2008), considera al Perú como un destino turístico que cuenta con un potencial basado en los siguientes hechos:

- El Perú es considerado uno de los siete focos originarios de cultura en el mundo.
- Existen más de setenta sitios arqueológicos considerados de uso turístico.
- El Perú es uno de los doce países mega diversos.
- El Perú cuenta con lugares aptos para la práctica de deportes de montaña, así como con playas para la práctica de surf.
- El Perú cuenta con once (11) lugares inscritos en la lista de Patrimonio Cultural de la Humanidad de la UNESCO:

- Ciudad del Cusco,
- Santuario Histórico de Machu Picchu
- Parque Nacional Huascarán,
- Sitio arqueológico de Chavín,
- Zona arqueológica de Chan Chan
- Parque Nacional del Manu,
- Centro Histórico de Lima,
- Parque Nacional Río Abiseo,
- Líneas y geoglifos de Nazca y de Pampas de Jumaná,

- Centro Histórico de Arequipa,
- Ciudadela de Caral de Supe.

2.2 El Departamento de Lima como Destino Turístico

En turismo es importante saber y conocer, con la mayor anticipación, la reacción del público, el comportamiento del mercado, pero sobre todo tener la capacidad de adaptarse a las circunstancias imperantes en cada momento y saber reaccionar con rapidez frente a cualquier cambio o imprevisto. El concepto de destino turístico ha evolucionado porque el mercado ya no pide lo mismo. Una meta turística no puede ser solo un lugar que exhiba restos históricos u obras artísticas, no puede ser sólo un lugar sin vida, porque eso respondería a un concepto estático de la oferta turística.

Con respecto a los destinos turísticos Cebrián (2001), considera que la nueva tendencia de mercado está orientada a la práctica de un turismo activo, donde el visitante es el actor principal de la experiencia, y su papel no se reduce a ser un simple espectador. Por lo tanto, un destino turístico será un territorio que, con una marca, un precio y un lugar en el mercado mantiene durante una gran parte del año un flujo de visitantes y de turistas lo suficientemente numerosos como para convertir a esa actividad en una de las bases de su economía.

El departamento de Lima, se halla ubicado en la zona centro occidental del país. Está bañado por el Océano Pacífico al Oeste y por el Este limita con los Andes. Por su conformación geográfica ofrece dos zonas definidas. La costa o litoral que va por el Norte hasta la playa San Francisco, en Barranca y termina al finalizar la provincia de Cañete, comprende cinco provincias costeras. A lo largo de

la franja litoral se encuentran muchas playas, amplias, pequeñas de mar calmo, de mar intermedio, de mar bravo. Muchas de ellas propicias para la práctica de deportes acuáticos como surf, motonáutica, buceo, entre otros.

Asimismo, considerando las bondades que ofrecen esas playas se han construido un gran número de balnearios veraniegos que van desde casas rústicas, simples, hasta grandes residencias, sofisticadas, generándose balnearios muy exclusivos. Sólo en la provincia de Cañete hay aproximadamente 50 que en muchos casos sólo permiten el acceso a los asociados o a los que forman parte del Club y es cerrado al público en general. Esto es consecuencia de un proceso de balnearización sustentado en la compra de terrenos rústicos y en la construcción a través de empresas inmobiliarias con gran éxito, más aún considerando la cercanía a Lima.

La carretera Panamericana juega un rol vital en el acceso a estos lugares, cuya autopista va desde Lima hasta la provincia de Cañete, estando en proceso la ampliación de la misma. La sierra o zona andina que llega a los 5,000 msnm., en las áreas colindantes con los departamentos de Pasco, Junín, Huancavelica y Huánuco, comprende siete provincias. Esta zona aún no oferta un producto turístico definido, no obstante, los paisajes, lagunas, cataratas y restos arqueológicos, así como folklore que evidencia su gran potencial. La Carretera Panamericana se interna a la altura de San Vicente de Cañete, hacia la zona andina, pasando por Lunahuaná, siguiendo su ruta hacia Yauyos para comunicarse con el Departamento de Junín; esta vía es asfaltada hasta Zúñiga, y afirmada hasta llegar al Departamento de Junín.

El departamento de Lima en sus dos áreas geográficas definidas, cuenta con atractivos turísticos capaces de convertirse en producto turístico, una vez acondicionados. En las áreas costera y andina indistintamente, se encuentran sitios naturales y manifestaciones culturales de diferentes tipos que forman parte del patrimonio cultural y natural del país. El departamento de Lima se ve favorecido por que en ella está la ciudad capital, Lima y es donde se encuentran las mejores condiciones económicas, políticas, sociales y culturales para beneficio de la población y de los visitantes.

2.2.1 Características de las Zonas Turísticas

La Región Lima al presentar distintas zonas geográficas, con diferentes potencialidades en el aspecto socio económico y turístico, demanda de unos lineamientos para orientar su desarrollo, así como de una estrategia definida que permita lograr sus objetivos del desarrollo regional. En ese contexto, el Gobierno Regional de Lima formulo el Plan de Desarrollo Concertado de la Región Lima 2004 – 2006 con una visión del desarrollo al 2021. Todo ello con un concepto del desarrollo sostenible que permita mejorar la calidad de vida del poblador de la Región.

Considera como una estrategia fundamental la acción coordinada entre todos los actores que forman parte de la sociedad, propone cuatro Ejes Estratégicos y diferentes Líneas de Acción en cada caso, así como doce Objetivos Estratégicos orientados a procurar el desarrollo regional.

En cuanto al Turismo, reconocen que la Región cuenta con un potencial turístico histórico natural pero que como actividad económica está poco desarrollado, no obstante, los beneficios reconocidos del mismo.

Gráfico N° 1 Mapa Político del Departamento de Lima



Fuente y Elaboración: Plan Concertado de la Región Lima 2004-2006.

Asimismo, evidencian que, siendo un destino importante para el turismo interno, se demanda de infraestructura de apoyo, así como de inversiones públicas y privadas para crear uno o varios destinos turísticos adecuados.

La Región Lima está constituida por nueve provincias, representando el 2.5% de la superficie total del país.

Teniendo el departamento de Lima diez provincias, incluye Lima Metropolitana, y una superficie aproximada de 33,820 km², se pueden determinar algunas zonas turísticas actuales y otras potenciales.

Producto de la investigación efectuada se considera que en la zona Litoral o Costera destacan:

Barranca. -

Se encuentra a 180 Km., en la zona norte del departamento y a dos horas y 40 minutos de la ciudad de Lima.

Entre los atractivos destacan la Fortaleza de Paramonga, el Museo Bolivariano, el sitio arqueológico del Cerro Campana, así como diversas expresiones de las festividades populares. Asimismo, playas como El Faro, El Abogado, La Isla de Faraón, Bandurria, Colorado y Chorrillos.

Destaca el centro ceremonial de Caral, una de las civilizaciones peruanas con más de 5,000 años de antigüedad y de singulares ambientes y edificaciones.

Se pueden desarrollar actividades como el trecking y la pesca, complementan dichos atractivos la gastronomía típica característica de la zona.

Huaral - Chancay. -

Se encuentra ubicada a 88 Kms., y 1 hora veinte de la ciudad de Lima.

En el trayecto, más allá del km. 60 en Chancay, se encuentra un atractivo ecológico denominado Eco Truly Park, construcciones cónicas de barro, llamadas trulys, donde se pueden desarrollar actividades místicas y recreacionales. Cerca se encuentra la playa Chacraymar, de gran afluencia.

En el Km., 105 de la Panamericana Norte se puede visitar la Reserva Nacional de las Lomas de Lachay, ecosistema de peculiar atracción.

Entre las actividades que se pueden desarrollar, está el trecking, pesca, ciclismo, deportes náuticos, entre otros

Cañete. -

El atractivo principal se concentra en San Vicente de Cañete y Lunahuaná que por ser parte de la presente investigación se consideran de manera amplia en los Capítulos Cuarto y Quinto.

En la Sierra o Zona Andina destacan:

Canta. -

Se encuentra a 105 Kms. al noreste, aproximadamente a dos horas de la ciudad de Lima, a 2,888 msnm., dominada por el Valle del río Chillón.

Saliendo de Lima se puede apreciar en el Km., 60 los Petroglifos de Checta, donde se observan unas 450 figuras talladas en roca con alrededor de 1,500 años de antigüedad.

En el Km. 63 la localidad de Santa Rosa de Quives, cuna de Santa Rosa de Lima, donde se puede visitar su Santuario.

Al llegar a Canta se aprecian paisajes bucólicos, restos arqueológicos como Cantamarca, lugares como Obrajillo, conocido por sus zonas para acampar. También se pueden visitar los pueblos de Araguay, Huamantanga, Huaros y la Cordillera de la Viuda.

Se pueden practicar deportes de aventura como treeking, bicicleta de montaña, andinismo y pesca.

Churín en Oyón. -

El pueblo de Churín, accediendo por la Panamericana Norte, se encuentra a 210 Kms., de distancia y a seis horas de viaje.

Churín se encuentra a 2,000 msnm., y brinda la posibilidad de conocer, visitar y disfrutar de aguas termo minero medicinales propicias para la salud física y mental.

Destacan los baños termales de Churín, Chiuchín, Huancahuasi, entre los principales.

Considerando los atractivos paisajísticos y de clima es posible realizar actividades como treeking, andinismo, pesca, bicicleta de montaña y parapente.

Yauyos. -

La ciudad de Yauyos se encuentra a 300 Km., y a 8 horas de la ciudad de Lima, posee una diversidad ecológica que se da entre los 159 msnm., y llega a los 4,800.

El clima es caluroso al sol y templado a la sombra.

Actualmente ofrece muchos paisajes naturales, fundamentalmente en base a los recursos hídricos permanentes, como nevados, lagunas, ríos y cataratas. Estos recursos se ven complementados por una variada y vasta fauna silvestre y parajes de singular belleza. Se encuentran también restos arqueológicos.

Destacan las Cataratas de Huancaya, la laguna de Papacocha, la laguna de Paparrucha, el poblado de Vitis.

Ofrece posibilidades de desarrollar deportes de aventura como el andinismo, el treaking, la caza y la pesca deportiva.

Como se observa las zonas anteriormente mencionadas, tanto costeras como andinas ofrecen la posibilidad de variadas alternativas para el desarrollo turístico del desarrollo de Lima.

2.2.2 Características Principales de la Provincia de Cañete.

Según la revista, Turismo Total (2003), nombra a Cañete, “Señorío Eco-Turístico de Sur Medio del Perú”, teniendo en cuenta que presenta atractivos y recursos suficientes, para ser considerada como una de las primeras alternativas para realizar turismo cerca a Lima, principal centro emisor del turismo interno.

La revista Turismo Total (2006), además menciona que Cañete ha recibido un justo reconocimiento nacional e internacional, considerando sus características naturales, culturales y acervo folklórico propio. En 1990, el Ministerio de Industria y Turismo, reconoció a la semana de Cañete como una festividad de convocatoria nacional. Algunos meses después la Municipalidad de Cañete acuña y patenta de forma definitiva a la provincia como “**CUNA Y CAPITAL DEL ARTE NEGRO NACIONAL**”. Esta afirmación no es el producto de un chauvinismo exagerado, ni

de capricho alguno, sino que es una aseveración lógica y de homenaje al lugar que le dio fuerza difusora al arte negro a nivel nacional, ubicándolo en el lugar que le corresponde.

Por los estudios arqueológicos, efectuados por el Instituto Nacional de Cultura, así como por especialistas como Kauffmann, entre otros, se tiene conocimiento que el hombre tiene su presencia en Cañete hace más de 7,000 años. Los restos humanos y hortícolas hallados en Chilca por Frédéric Engel, así lo confirman. No obstante que la provincia de Cañete cuenta con 16 distritos: Asia, Calango, Cerro Azul, Chilca, Coayllo, Imperial, Lunahuaná, Mala, Nuevo Imperial, Pacarán, Quilmaná, San Antonio, San Luís, San Vicente de Cañete, Santa Cruz de Flores y Zúñiga presentan, distintos tipos de recursos para desarrollar la actividad turística y por ende generar una dinámica actividad socio económica que favorezca y contribuya a la mejora de la calidad de vida de los pobladores. Es importante destacar que, en la zona sur de Lima, la provincia de Cañete, presenta productos turísticos definidos, conocidos y difundidos como San Vicente de Cañete y Lunahuaná.

Los distritos de Pacarán y Zúñiga, ofrecen un potencial capaz de extender el CIRCUITO TURÍSTICO CAÑETE LUNAHUANÁ, complementando con sus atractivos lo que ofertan los otros destinos. La zona denominada “sur chico de Lima”, Cañete, se encuentra ubicada a sólo 143 Km. de Lima, unida por la Carretera Panamericana Sur, en muy buen estado de conservación y provista de servicios de transporte público permanente.

El distrito de Lunahuaná, ubicado a 40 Km. al este de dicha ciudad, en la carretera a Yauyos, es el otro destino turístico de la provincia, con mayor afluencia turística de los residentes en Lima.

La Provincia de Cañete en sus diferentes sectores socio económicos ofrece posibilidades para el desarrollo, por tanto, es fundamental conocer su situación para determinar las perspectivas a futuro. La Municipalidad Provincial de Cañete, en su preocupación por la mejora de la calidad de vida de sus pobladores formulo el Plan de Desarrollo Concertado de la Provincia de Cañete 2008- 2021. Este luego de un Diagnostico Situacional determina la Visión Estratégica y los Ejes Estratégicos en base a los cuales se orientará y cimentará el desarrollo integral y sostenido de la Provincia.

2.3 El Sur Chico como Producto Turístico

Cañete con una extensión geográfica de 5,622.78 Km², capital San Vicente, cuenta con 16 distritos. Estos presentan diferentes atractivos turísticos de corte natural, cultural y folklórico, ofertan la posibilidad de realizar diversas actividades deportivas, recreacionales y de eventos, así como visitar monumentos históricos, restos arqueológicos y playas, entre otros. Merece especial atención la realización de acontecimientos programados como el Festival del Arte Negro, Festival del Níspero, y Festival de la Vendimia. La revista El Consumidor informa que, gracias a las gestiones emprendidas ante la Municipalidad Provincial de Cañete, las autoridades representativas del Anexo de Catapalla y la Asociación de Paseos a Caballo, presidida por Antonio Cárdenas Guerrero han logrado una importante partida

económica proveniente del FINVER (Fondo de Inversión Municipal) que permitirá refaccionar y embellecer el romántico Puente Colgante de Catapalla, en Lunahuaná.

En la actualidad este atractivo turístico se encuentra deteriorado por la gran afluencia de visitantes que llegan ávidos de experimentar la sensación de aventura que provoca traspasar sus viejos maderos, también para apreciar panorámicamente la belleza paisajística del paraje y ver el paso de pastores semi-nómades con tradiciones y costumbres que se remontan a épocas milenarias. Este antiguo puente colgante construido aproximadamente en los años 40 se ha convertido en una verdadera reliquia del sistema vial incaico, así como también en uno de los principales atractivos turísticos de las localidades de Lunahuaná y Pacarán, ya que su ubicación une de manera emblemática la integración de ambos distritos.

La preocupación de las autoridades locales y regionales ha llevado a establecer coordinaciones, relaciones y alianzas institucionales estratégicas para contribuir a poner en valor restos arqueológicos como Inca Wasi y ponerlos a disposición de los visitantes.

2.3.1 Delimitación Geográfica

La zona sur del país es conocida por sus grandes productos turísticos centralizados en el eje Arequipa, Puno, Cuzco donde se encuentran atractivos culturales, arqueológicos, históricos, naturales, que generan gran interés para el turismo receptivo y el turismo interno. Sin embargo, es de origen popular el llamar comúnmente “Sur Chico”, a un conjunto de poblaciones al sur de Lima a una

distancia aproximada de 143 Km., hasta Cañete, por los valores y atractivos que ofrece. Partiendo de Lima hacia el sur, nos encontramos hasta aproximadamente el Km., 60 con diversas playas que son el destino habitual de los residentes en Lima, durante los fines de semana en época estival.

Estas playas, muchas de ellas balnearios cuentan con infraestructura y equipamiento urbano adecuado a las necesidades y con parajes naturales de gran atracción. El acceso es a través de la Carretera Panamericana Sur, autopista debidamente señalizada y con gran afluencia de transporte público y privado. Así, desde Venecia en el Km. 20, hasta Pucusana, Km. 54 se suceden este tipo de balnearios, encontrándose posteriormente:

Chilca a 69 Km., que se ha hecho conocida por sus lagunas, La Milagrosa y La Mellicera. Estas presentan un gran potencial en sus aguas y por sus baños de barro, de corte terapéutico. También se caracteriza por su gastronomía típica, como la carapulcra, los pescados y mariscos, así como por las frutas como los higos y la elaboración de Vinos.

Mala ubicada a la altura del Km. 86 de la Carretera Panamericana Sur. Cuenta con iglesias de estilo colonial, así como con una gastronomía típica singular entre los que destacan los tamales y chicharrones.

Santa Cruz de las Flores, ubicado en el Km. 80 de la Panamericana Sur, desvía a la Panamericana antigua y se sigue la ruta a San Antonio, Santa Cruz de Flores y Azpitia. Se encuentra ubicada a una hora al sur de Lima. Es un distrito con grandes atractivos en sus paisajes, ambientes campestres y fértiles tierras productoras de una diversidad de frutas y en especial de las uvas. Merece destacar el caserío de San Vicente de Azpitia, lugar visitado por turistas amantes de las caminatas o treaking y turismo de aventura. También llamado el "Balcón del cielo", pues desde allí se tiene una buena vista del valle de Mala, pudiendo disfrutar del Festival del Pisco – Vino, ya que se caracteriza por su excepcional producción vitivinícola, demostración de caballos de paso, existencia de varios restaurantes de comida típica.

Asia, ubicado en el Km. 97.5 de la carretera Panamericana Sur. Desde el año 2003, se ha convertido en un foco urbano de atracción y diversión entre los meses de diciembre y abril. Esta zona cuenta con el Boulevard de Asia que recibe el nombre Sur Plaza Boulevard, concentra comercios exclusivos de las mejores marcas, un multicine, discotecas, un supermercado, un campo de golf, un coliseo deportivo, un hotel de cinco estrellas, así como restaurantes de todo tipo de comidas.

Es el centro de diversión para la población residente en los balnearios del sur, aproximadamente 18, durante la temporada de verano efectuándose también conciertos y eventos de carácter internacional de gran acogida de los asistentes.

Nuevo Imperial, ubicado en el Km 184 de la Panamericana Sur se caracteriza por su artesanía, que se ha constituido en un ingreso para los residentes.

Cerro Azul está ubicado a 132 Km. al sur de la ciudad de Lima, es el único puerto del litoral cañetano. Ofrece playas, varios balnearios preferidos por los visitantes durante los meses de verano y buena gastronomía.

Muestra algunos vestigios de la línea férrea que partía desde las haciendas agrícolas del valle. Cerro Azul se constituyó en un puerto de primer orden para el transporte marítimo de exportación e importación con otros lugares del país y también con el comercio mundial. La pesca y el comercio constituían la base del sustento económico de los antiguos pobladores.

San Vicente, es la capital de la provincia de Cañete, está ubicado en el Km., 145. Está rodeado por campos del cultivo de algodón y uva, muy conocido por gran producción de camarones, sobre todo en el pueblo de Boca del Río. En ese punto desemboca el río Cañete, uno de los cinco más caudalosos de la costa peruana. Tiene gran producción vitivinícola.

Se puede visitar en sus alrededores antiguas haciendas como Unanue, Arona, Montalván, Chilca, Hualcará, entre otras. El patrón del distrito es San Vicente Mártir, y su fiesta se celebra el 22 de enero.

Lunahuaná, ubicado a 180 Kms., de Lima, desvío Km., 140 de la Panamericana Sur, fue creado en época de la Independencia como “La Villa de Lunahuaná” por Decreto Supremo del 4 de agosto de 1821, por el General José de San Martín.

El distrito de Lunahuaná está conformado por 11 anexos, Ramadilla, Con Con, Sosci, Lúcumo, Paullo, San Jerónimo, Langla, Jita, Condoray, Uchupampa, y Catapalla. En 1994 fue declarada como Capital Turística de la provincia de Cañete. Cuenta con una serie de atractivos como los restos arqueológicos de Incahuasi (Casa del Inca), se dice que fue hecha a imagen y semejanza de la ciudad de Cusco, Catapalla, Ruinas de Cantagallo, Plaza de Armas de Lunahuaná, Iglesia Colonial, El Mirador, entre otros. Es conocido por las múltiples posibilidades de desarrollo de turismo de aventura, canotaje en el río Cañete, treeking, paseos a caballo, entre otros. Complementa a este atractivo la excelente gastronomía y producción vitivinícola.

Pacarán Está ubicado a 190 Kms., de Lima; desvío 140 de la Panamericana Sur, a 17 Kms., de Lunahuaná, tiene un clima benigno, con sol todo el año, similar a los pueblos de la zona, ofrece parajes de singular belleza y hay bodegas vitivinícolas.

Zúñiga Está ubicado a 220 Kms., de Lima y a 37 Kms., de Lunahuaná, colinda con la Provincia de Yauyos. Cuenta con una plaza central muy bien cuidada, iglesia y local municipal. La campiña es de inapreciable belleza, así como todos los paisajes circundantes, existen bodegas vitivinícolas

De los diez distritos mencionados, los dos últimos aun no forman parte del producto turístico de Cañete, pero tienen un potencial interesante que podría incluirse como producto turístico, luego de su implementación.

2.3.2 Tipo y Condiciones del Producto Turístico

Es importante establecer el tipo de producto turístico que actualmente ofrece el Sur Chico, principalmente dirigido al turismo interno, en función a los distritos mencionados.

Sin embargo, se puede identificar cuatro productos claramente definidos:

a. Turismo Balneario.

Se considera al flujo de visitantes que arriba a una ciudad donde el clima es un atractivo de gran importancia; puede ser de verano o de invierno y que generan múltiples beneficios para la población.

En el caso de Cañete, se refiere al turismo de veraneo, es decir prioritariamente entre los meses de diciembre y abril

Atractivo:	Sol y Playas
Balnearios:	Cerro Azul, Sarapampa, Puerto Fiel, Gallardo
Actividades:	Deportivas y recreativas
Imagen:	Playa y recreación
Servicios Turísticos	Cerro Azul y San Vicente de Cañete

Constituido por una serie de playas ubicadas a lo largo del litoral del Km. 35 al 143, Cañete, sin embargo, la demanda de visitantes como producto turístico se da principalmente en las Playas de Cerro Azul. Algunas de ellas se organizan en torno a un balneario, lo cual les permite brindar mayores facilidades al visitante. Se pueden realizar actividades deportivas y recreativas y en algunos casos dadas las condiciones y características intrínsecas de las playas, eventos de carácter internacional.

En ambas ciudades se cuenta con facilidades requeridas por el visitante en cuanto a alojamiento, alimentación y transporte.

b. Turismo Cultural.

Se considera al flujo de visitantes que arriba a una ciudad motivado por manifestaciones culturales, sean estas históricas, monumentales, arqueológicas o expresiones de las culturas vivas y que se constituyen en el atractivo fundamental para los visitantes.

Atractivo:	Monumentos históricos (Castillo Unanue, Casa Hacienda Arona y Casa Hacienda Montalbán) Sitios Arqueológicos: (Caral, Fortaleza de Paramonga, Ungará, Inca Wasi, Atavillos) Bodegas Vitivinícolas
Actividades:	Visita a atractivos y vitivinícolas
Imagen:	Cultura y recreación
Servicios Turísticos	San Vicente de Cañete y Lunahuaná

Complementariamente a la visita a los citados atractivos se realizan manifestaciones folklóricas y acontecimientos programados, tales como la Fiesta del Señor de los Milagros, San Pedro y San Pablo, la Virgen del Carmen, la Vendimia.

En ambos casos las ciudades brindan las facilidades necesarias al visitante, en cuanto a alojamiento, alimentación y transporte.

c. Turismo de Aventura.

Se considera a los flujos de visitantes que arriban a una ciudad motivados por la posibilidad de practicar de deportes de aventura en sus diferentes manifestaciones

Atractivo:	Práctica de deportes de aventura. Complementariamente Gastronomía Típica
Actividades:	Canotaje, escalada en palestra, rapel, turismo de montaña, trekking, ala delta, ciclismo de montaña, parapente, cuatrimotos.
Imagen:	Aventura.
Servicios Turísticos:	Lunahuaná

Se ha instituido desde hace 21 años el Festival de Internacional y Eco Aventura, Lunahuana, organizado por ALDEA, institución privada de gran imagen internacional, congregando gran cantidad de deportistas y visitantes.

Lunahuaná es el centro urbano que oferta adecuadas y variadas facilidades de alojamiento, alimentación y transporte para los visitantes.

d. Turismo Gastronómico.

Se considera a los flujos de visitantes que arriban a una ciudad motivados por la gastronomía típica de la zona, es decir la comida y bebida que se ofrecen.

Atractivo:	Gastronomía típica de la zona. Bodegas vitivinícolas y de pisco
Actividades:	Comida y bebida
Imagen:	Gastronomía.
Servicios Turísticos:	Cañete y Lunahuaná

Constituido principalmente por la gastronomía típica de la zona, en base a camarones, pescados, cerdo y carne; complementa el pisco y el vino, así como dulces.

A manera referencial se consigna información de los Sitios Naturales, de la Zona Costera en el Cuadro N° 1, así como lo más destacado de la Gastronomía Típica en el Cuadro N° 2, del Sur Chico.

Cuadro N° 1 Sitios Naturales - Zona Costera

SITIOS NATURALES	KMS. DE LIMA	CARACTERÍSTICAS
LA ENCANTADA DE VILLA	20	Playa abierta, con gran viento, olas altas, de aguas muy limpias. En la zona se encuentran los Pantanos de Villa.
PLAYA MAMACONA		Muy amplia y descampada, con aguas movidas y vientos fuertes.
PLAYA PACHACAMAC	30.7	Amplia, descampada, de fuerte oleaje, en las inmediaciones se encuentran ubicados los restos arqueológicos de Pachacamac
BALNEARIO PULPOS	40	De arena fina y oscura. Es curva y larga, de olas altas y bravas. Se caracteriza por su crecimiento urbanístico.
BALNEARIO EL SILENCIO	38	Playa de arena blanca y gruesa, amplia, de gran concurrencia durante el verano, ofrece infraestructura de servicios para los visitantes.
PLAYA SEÑORITAS	40	Playa amplia, similar a la anterior. Carece de servicios necesarios para los visitantes
PLAYA CABALLEROS	51	Playa de arena gruesa. Conocida también como Pico Alto. Por sus características de oleaje y vientos presenta buenas condiciones para la práctica del surf. Tiene gran afluencia durante el verano.
BALNEARIO PUNTA HERMOSA	41	Amplia, de arena mediana y oleaje intermedio, brinda servicios adecuados para el visitante y tiene gran afluencia en el verano
BALNEARIO PUNTA ROCAS	43	Dadas sus condiciones naturales es óptima para la práctica del surf. Se realizan campeonatos nacionales e internacionales con gran afluencia de visitantes
BALNEARIO PUNTA NEGRA	43	Se encuentra un conjunto de playas con características del alto oleaje y fuertes vientos. Ofrece servicios a los visitantes.
BALNEARIO SAN BARTOLO	48	Es un balneario extenso al sur de Lima. A través de sus diferentes playas amplias y de oleaje intermedio

		y relativos vientos, ofrece la práctica de diversos deportes náuticos como surf, buceo, moto acuática entre otros. Ofrece servicios al visitante
BALNEARIO SANTA MARÍA	51	Varias playas conforman este Balneario como Embajadores y Cangrejitos, algunas de ellas de acceso restringido al público no residente. Es un balneario que presenta un crecimiento urbanístico singular y lujosas edificaciones habitacionales
BALNEARIO NAPLO	62	De playa pequeña, de arena y mar tranquilo.
BALNEARIO PUCUSANA	58	Está considerado como un pueblo de pescadores. Ofrece facilidades a los visitantes. La playa es amplia, abierta y de aguas tranquilas. Presenta una serie de islas llamadas Archipiélago de Colón. Destaca también la Caleta llamada las Ninfas y el Boquerón, La Boca del Diablo como atractivos
BALNEARIO DE PUERTO VIEJO	72	La Playa es extensa y de aguas mansas en la cercanía a la orilla, recibe gran cantidad de campistas. Actualmente se está desarrollando la parte residencial.
PLAYA LEÓN DORMIDO	80	Playa pequeña ubicada entre dos cerros, de un lado se observa una formación rocosa con silueta de un gato y del otro de un león dormido. Es una playa principalmente para hacer camping.
PLAY DE MALA	80	Playa larga y amplia, de arena y piedras, con aguas tranquilas.
BALNEARIO BUJAMA	91	Playa amplia, de arena y conchitas. El balneario está formado por casas de veraneo y residencias lujosas
PLAYA DE ASIA	97	Playa amplia de oleaje bravo y agitado. Desde hace algunos años se ha convertido en la zona típica de veraneo, donde se han construido 18 balnearios, son clubes de playa privados de acceso restringido. Se ha construido un gran Boulevard donde se ubican tiendas de las mejores marcas, supermercados, discotecas, restaurantes y hoteles de primera categoría.
PLAYA SARAPAMPA	105	Playa de arena y mar tranquilo, muy frecuentada en época estival. Se han construido varios balnearios privados en las inmediaciones.
BALNEARIO PLAYA GALLARDO	121	La Playa es brava de fuerte oleaje y viento, es muy concurrida para efectuar campamentos. Al frente se encuentra un islote que lleva el mismo nombre.
BALNEARIO CERRO AZUL	132	Muy extensa, de arena y piedras. Las olas se presentan propicias para la práctica del surf, cuenta con servicios para los visitantes.
PLAYA HERMOSA Y AGUA DULCE	142	Extensa y de aguas tranquilas. Recibe gran afluencia de visitantes. Se encuentra muy cerca de San Vicente de Cañete.

Fuente: Guías de Turismo
Elaboración propia

Cuadro Nº 2 Gastronomía Típica de Cañete

Sopaseca Carapulca	con	Tallarín acompañado de Carapulca, con la salvedad de que ésta es preparada con papa fresca. Este potaje es una mezcla culinaria creada entre los pequeños grupos de inmigrantes italianos que se ubicaron en el sur de Cañete y el norte de Chincha, y el toque de la gastronomía negra, abundante en esta región. Es muy consumido en todo el sur chico, desde Mala, Cañete, Chincha, Pisco e Ica.
Frijoles		Es un plato de origen negro es hecho a base de la menudencia de la res, con un buen vino seco o cachina. Se acompaña con frijoles. Es típico de San Luis de Cañete.
Seco de Gato		Es un tradicional plato de origen negro. Se degusta el 21 de setiembre, en los festejos de Santa Efigenia, en la Hacienda "La Quebrada". Se acompaña con frijoles. Es típico de San Luis de Cañete.
Camaronés:		Preparados en diversas formas: camarones reventados con tomate; camarones al ajo; picante de camarones; chupe de camarones; causa rellena de camarones y camarones a la piedra (se usa sólo la cola de los camarones y se les pasa rápidamente por una sartén con aceite bien caliente y luego se les agrega la fritura de ajo molido, ají amarillo molido, pimienta, sillau media taza de azúcar y un punto de sal) Es típico de los pueblos cercanos al río Cañete, Zúñiga, Pacarán, Lunahuaná, Nuevo Imperial y San Vicente de Cañete.
Chicharrones		Se prepara en peroles grandes y se ponen trozos completos de chanco, con huesos en muy poca agua y se espera que suelten su grasa. Se sirve acompañado de camote, cancha y salsa criolla. Típico de Mala, Santa Cruz de Flores y San Antonio.
Charquicán de Raya Seca		Típico de la costa del sur cañetano, se degusta para Semana Santa.
Dulce de Higos		Mezcla de almíbar con canela, la cual se hace hervir con los higos.
Humitas con Yuca		Yuca cruda molida a la que se le agrega chancaca y anís. Se acomodan por porciones en hojas secas de plátano, luego se envuelven y se hacen hervir por dos horas.
Fríjol Colado		Dulce típico de San Luis y San Vicente de Cañete.
Dulce de Níspero de Palo		Se deja hirviendo los nísperos en agua, con azúcar, canela y clavo hasta que tomen punto de jarabe. Este dulce se encuentra en Lunahuaná, Pacarán y Zúñiga.
Machacado de Membrillo	de	El Membrillo cortado en tajadas delgadas que se mezclan con almíbar. Se cocina y se deja enfriar. Se encuentra en San Luis y San Vicente de Cañete

Fuente: Guía de Turismo
Elaboración propia

CAPÍTULO TERCERO

MARCO TEÓRICO

3.1 Desarrollo Local

La Organización Mundial del Turismo (1999), indica que, a escala local, se presenta un alto nivel de adecuación para el desarrollo de la producción y la gestión turística para los próximos años. Así, las oportunidades de gestión y control directos de destinos y procesos productivos, permitirán la flexibilidad y posibilidad de rectificación que ofrece y, en última instancia, la participación social. Las tensiones entre las actividades turísticas y las actividades culturales locales, que se manifiestan a menudo en las comunidades, han sabido conjugar adecuadamente los procesos de crecimiento económico y la heterogeneidad social que genera el turismo, teniendo como prioridad la preservación de la identidad cultural.

Tanto los procesos de desarrollo turístico y las otras actividades productivas, como la agricultura, la ganadería, la pesca o la transformación agroalimentaria, deben establecer sus propias raíces en la sociedad local concibiendo al turismo como una actividad socialmente integrada y culturalmente beneficiosa para todos los sectores. Es muy importante el proceso de planificación del turismo con una visión sostenible en un municipio en donde la planificación trata de implementar un nuevo modelo de desarrollo turístico, que esté enfocado a los gustos y preferencias del turista moderno, como también acorde con las nuevas tendencias del mercado, y que presente un interés por mantener y conservar el medio ambiente. Ello con la finalidad de beneficiar en los aspectos ambiental, socio económico y cultural a la población residente mejorando su calidad de vida. Dicha

planificación deberá integrar en un mismo proceso las estrategias, la gestión del turismo y la conservación del medio ambiente. Al respecto consideran que “La planificación es, así la principal herramienta de la que se debe servir el municipio para programar su desarrollo con criterios de sostenibilidad. Esta planificación turística debe interpretarse no sólo como la base de un documento que exprese las líneas de actuación en materia turística, sino más aun como un proceso de negociación entre todos los sectores implicados” (Bosch 1998:89).

3.1.1 Conceptos de Desarrollo Local y Desarrollo Sostenible

Para Ugarteche (2000), la globalización se ha generado en relación a la generalización de las normas que van más allá de los países, idiomas y sistemas y ello guarda una relación directa con la competitividad que los países y ciudades deben presentar para lograr un desarrollo más equilibrado y que brinde mejores condiciones de vida a los pobladores. Producto de ello se han producido cambios en la economía mundial en todo concepto y esto ha dado como consecuencia que la concepción del desarrollo local sea integral, pero a la vez pragmática.

Según Ugarteche, el desarrollo local supone partir de una concepción integral del mismo, teniendo como objetivo el bienestar poblacional a través del aprovechamiento de las actividades productivas que mejores condiciones ofrezcan, utilizando para ello los mecanismos y tecnologías que permitan potenciar sus resultados, no es solamente el crecimiento económico de la localidad, consiste en hacer de ese crecimiento que el desarrollo humano se dé en condiciones adecuadas, equilibradas y con equidad. Con respecto a la importancia que debe

darse al desarrollo local en la concepción de un turismo sostenible, se estima que hay que "pensar en lo global y actuar en lo local" (OMT, 1999:23). Eso supone que todas las organizaciones que forman parte de la sociedad deben cumplir sus roles y funciones específicos con una visión integral, pero incidiendo en las perspectivas y beneficios locales.

a) **Desarrollo Local**

Con respecto al desarrollo local, se define "como un proceso que permite obtener una mejora en la calidad de vida de la población asentada en un ámbito geográfico determinado dentro de un país." (Díaz 2006 <http://www.neticoop.org.uy/IMG/pdf/2152.pdf>).

Díaz (2006), plantea diferentes significados del término Mejora **en la calidad de vida**, pudiendo definirla como:

- Incremento en los niveles de ingreso y empleo de la población local.
- Incremento en la cobertura y en la calidad de los servicios preparados y ofrecidos, que satisfacen las necesidades básicas.
- Incremento en los niveles educativos, primaria, secundaria, técnico y superior.
- Ampliación o desarrollo y la creación de los mecanismos de información y opinión que la población recibe respecto a su ámbito.
- Consolidación y desarrollo de las organizaciones que conforman la sociedad civil local.
- Participación de la población, a través de la elaboración de proyectos, legislación y actividades en general para mejorar la calidad de vida.

Por otra parte, se define el desarrollo local "como un proceso de construcción de oportunidades, capacidades y derechos de los ciudadanos, en el aspecto territorial y político administrativo de los municipios, los cuales deben constituirse en unidades de planificación, de diseño de estrategias y proyectos de desarrollo local, de acuerdo a los recursos, necesidades de la población e iniciativas locales. Ello debe hacerse en concordancia con las dinámicas del desarrollo sectorial, funcional y territorial, que se emprendan desde el Estado, las organizaciones sociales y la empresa privada" (INICAM, 2000:11).

Para ello es necesario reconocer que las municipalidades son consideradas en muchos casos como un cuerpo debilitado por las políticas centralistas, quienes las consideran como instituciones inmaduras. Por tales conceptos hay quienes piensan que sería irresponsable asignarles mayores facultades y recursos. También debemos reconocer e indicar que las municipalidades cuentan con muchas potencialidades, a las cuales hay que fortalecer en sus componentes, recursos y capacidades, y que son el medio de comunicación directa con la población.

Para (INICAM, 2000), las municipalidades deben desarrollar sus capacidades institucionales, organizativas y funcionales más allá de la idea de ser una entidad que brinda servicios públicos en un ámbito determinado y deben convertirse en un factor catalizador de las economías locales. A eso se denomina **Gestión Territorializada**, es decir al desarrollo económico y social en el ámbito local los municipios podrán mejorar la calidad de vida de sus vecinos y asumir un rol determinante en la promoción del desarrollo de la comunidad.

Estas nuevas acciones y roles municipales deben estar orientados a impulsar y promover procesos sostenibles y sustentables de desarrollo local. Ello, previa coordinación con otros niveles del Estado, quienes deben facilitar información para mejorar la toma de decisiones para la inversión, rescatando y estimulando los derechos ciudadanos como también la generación de nuevas capacidades en la población. Todo para emprender actividades productivas, por medio de la generación de empleo, concertando políticas y programas con la institucionalidad pública y privada, que contribuyan al desarrollo local.

Por tales motivos podemos definir que el **desarrollo local, es un fenómeno complejo de la evolución de los individuos sociales, y colectivos en que se integra la sociedad local.**

Según Díaz (2006), considera que los gobiernos locales pueden constituirse en instituciones muy eficientes para crear, elaborar y materializar estrategias y programas que permitan un mejoramiento de la calidad de vida de la población. Esto a través de un desarrollo local, constante y consistente. Los problemas existentes en las localidades exigen una acción inmediata, respuestas rápidas de la administración local, con una planificación urbana, con la participación de los gobiernos locales, población y empresas privadas, produciendo los planes de desarrollo necesarios y dejando atrás aquellos conceptos antiguos de planeamiento, teniendo presente que los nuevos paradigmas de desarrollo, pueden constituirse en un factor determinante para el desarrollo local.

Según el autor, desde la década pasada se ha venido reafirmando las tendencias existentes en periodos anteriores, en donde la migración rural hacia destinos como la ciudad capital, siendo el caso de Lima, deja de ser un proceso determinante, el cual explica el auge de la urbanización.

Debido a los flujos migratorios internos se experimenta una redistribución de la estructura de las ciudades, permitiendo que las ciudades intermedias se refuncionalicen en un desarrollo regional.

b) Desarrollo Sostenible

La Cumbre de la Tierra, que se llevó a cabo en el año 1992, en Río de Janeiro, Brasil, se pronunció señalando que en el curso de los dos últimos decenios comenzó a tomarse conciencia de que no podía existir ni una economía, ni una sociedad con éxito en el mundo aquejado por tanta pobreza y tan aguda degradación del entorno. Si bien es cierto, no cabe detener el desarrollo económico, es necesario encauzarlo de tal forma que las actividades que se desarrollen no perjudiquen al medio ambiente.

Según la Cumbre de Rio de Janeiro, hacia los años 90, el desafío consistía en generar acciones tendientes a lograr la transición y el cambio hacia el desarrollo sostenible a fin de mejorar la calidad de vida de la población, así como la preservación de las áreas naturales con las que cuenta una localidad. La conservación del medio ambiente requiere la aplicación de los procesos ecológicos esenciales y el sostenimiento de vida de los sistemas; la preservación de la diversidad genética y la utilización sostenida y sustentable de la especie y del ecosistema.

En los años 70 se dio la crisis del petróleo, y como consecuencia de esta comienza una época de uso irracional e indiscriminado de los recursos naturales. Debido a esta razón es que se promueve la búsqueda de nuevos modelos de desarrollo energéticos sustentados en el correcto empleo del recurso natural y orientado al menor impacto ecológico.

Ya para años 80, se pone en práctica la estrategia mundial para la conservación, realizada por la Unión Mundial para la Naturaleza y la Unión Mundial Interamericana para la Conservación de la Naturaleza, con auspicio del PNUMA y el World Wildlife Fund, en donde se empieza a mencionar el concepto de desarrollo sostenible, definido como:

“El desarrollo sostenible es aquel que satisface las necesidades de las generaciones presentes, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”. (Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo, Estocolmo 1972 – Río de Janeiro 1992).

El concepto de desarrollo sostenible, parte de la aceptación de que existen límites reales a la disponibilidad de nuestros recursos, y por tal motivo es necesario tomar medidas para reducir el consumo material indebido que incrementa los costos ambientales. La conservación del medio ambiente constituye uno de los requisitos básicos para la elaboración e implementación de políticas, planes, programas y proyectos de desarrollo orientados a solucionar los problemas de la pobreza en la cual se encuentran. Lo que se pretende es el empleo racional de los recursos naturales que se posean, sin perder de vista el futuro, para que dichos recursos puedan beneficiar a las próximas generaciones, defendiendo a los recursos naturales, para asegurar la sobrevivencia de la especie humana.

Según Bosch (1998), el empleo sostenible de los recursos garantiza su conservación y aprovechamiento adecuado, el municipio turístico o entidad regional que plantee una estrategia de tipo sostenible obtendrá una serie de ventajas competitivas en el mercado turístico como:

- La mejora en el aspecto económico; debido a que un lugar con problemas ambientales es considerado poco atractivo, para realizar nuevas inversiones en turismo.
- Permite plantear nuevos puestos de trabajos para los diferentes niveles de población: para personal técnico, profesionales, operadores, etc.
- Fomenta la educación ambiental de la población residente y visitante, a través de la concientización social: mejorar el ornato de la ciudad, conservar áreas verdes públicas que brinden una imagen ordenada y atractiva de la ciudad.

3.1.2 Efectos del Desarrollo Turístico Local.

Actualmente el turismo constituye una de las actividades con mayor crecimiento y futuro en la economía peruana, pues representa ingresos por más de 920 millones de dólares lo cual representa el 9% de las exportaciones. De acuerdo a la información estadística, (MINCETUR, 2010), el país ha sido visitado por más de dos millones de turistas en el 2009. Las previsiones que se hacen por medio de organismos especializados en el tema, es que la llegada de turistas extranjeros al Perú, va en incremento hacia los próximos años, principalmente como producto de dos factores bien marcados: el primero, que las personas de los países desarrollados están viajando con mayor frecuencia y en segundo lugar, debido a que las condiciones socio económicas y políticas del país han mejorado. En

actualidad el Perú es considerado como una alternativa vacacional, segura y de buenas condiciones económicas.

Para Díaz (2006), la unidad básica de desarrollo local es el municipio, esta entidad debe presentar las siguientes características:

- Demarcación geográfica definida
- Gobierno con administración propia
- Población vecinal vinculada
- Patrón socio – productivo
- Dotación de recursos a utilizar
- Articulación regulada con las instancias públicas y privadas de mayor escala

También mencionan algunas ventajas múltiples de fortalecimiento de los espacios locales necesarias para lograr el desarrollo como:

- Los municipios permiten adecuar dimensiones y contenidos de desarrollo humano a las necesidades locales que muestran recursos, potenciales, limitaciones y oportunidades para toda la población.
- Posibilitan la participación de la población como factor catalizador y de potenciación de las capacidades, recursos y potencialidades de los espacios.
- Permiten interrelacionar el desarrollo local con la gestión ambiental, logrando el mismo objetivo.
- Hacen posible complementar la planificación y gestión del desarrollo entre la institucionalidad pública y privada, los gobiernos locales y sociedad civil en un mismo equipo de trabajo.

- Generan esfuerzos de concentración y alianzas estratégicas entre las instancias de promoción y desarrollo y poblaciones organizadas, con las grandes empresas privadas
- Permiten el encuentro superior de nuestra diversidad cultural, la posibilidad de reconocer, respetar y adaptar parte de los conocimientos de la cultura prehispánica, fomentan el desarrollo social de la población local.
- La incorporación de pequeños productores en los mercados locales y regionales, permitiendo una difusión de cultura permanente.
- La posibilidad de aprovechar gradualmente nuestro gigantesco potencial turístico, mediante circuitos turísticos y gestión empresarial familiar, en donde padres e hijos pueden crear pequeñas empresas, que ofrezcan servicios y productos a los turistas.

Frente a las tradicionales versiones que segmentan y sectorizan las actividades locales, nos permite profundizar en la integralidad de los territorios.

El desarrollo local sostenible de una provincia permitirá que la población residente, incluyendo zonas urbanas y rurales como también los sectores productivos, mejoren en las siguientes líneas de prioridades: salud, agua, seguridad alimentaria, seguridad social, educación, proyectos comunitarios, medio ambiente, energías alternativas y vivienda entre otros.

A la vez el gobierno regional promueve el impulso del desarrollo sostenible de las comunidades, sectores y municipios con una alta participación de la población, la puesta en marcha de proyectos relacionados con la calidad de vida del pueblo y el desarrollo económico local, que incluye la reactivación de la industria

local y el rescate de algunas producciones tradicionales con la utilización de nuevas tecnologías.

En cuanto al enfoque de visión y efectos del desarrollo local, Blakely (1989), considera que el desarrollo de las comunidades locales puede ser analizado desde el paradigma emergente del desarrollo económico local, el cual es definido como un proceso reactivador de la economía y dinamizador de la sociedad local que mediante el aprovechamiento eficiente de los recursos endógenos existentes en una determinada zona es capaz de estimular su crecimiento económico, crear empleo y mejorar la calidad de vida de la comunidad local.)

3.2 Destino Turístico

En turismo es importante saber y conocer, con la mayor anticipación, la reacción del público, el comportamiento del mercado, pero sobretodo tener la capacidad de adaptarse a las circunstancias imperantes en cada momento y saber reaccionar con rapidez frente a cualquier cambio o imprevisto. Un destino turístico no puede ser sólo un lugar que exhiba monumentos históricos, arqueológico u obras artísticas, no puede ser un lugar sin vida, porque eso respondería a un concepto estático de la oferta turística. La nueva tendencia del mercado está orientada a la práctica de un turismo activo, donde el visitante es el actor principal de la experiencia, y su papel no se circunscribe a un simple espectador. Con respecto al destino turístico SERNATUR (2008), considera que debe ser un territorio que cuente con una marca, un precio y un lugar en el mercado, que mantenga durante una gran parte del año un flujo de visitantes y turistas lo suficientemente numerosos como para convertir a esa actividad en una de las bases de su economía y su sociedad económicamente

activa. De hecho, tradicionalmente ha sido definido, de forma simplista, bien como sinónimo del producto o bien como sinónimo de lugar en donde se produce y consume turismo.

Para Barrado el destino está compuesto por un subsistema en el espacio entre dos sistemas más amplios: el sectorial-turístico y el geográfico, y como tal la fusión de estos dos aspectos, debe ser interpretado, planificado y gestionado atendiendo a sus elementos individuales, pero fundamentalmente a las interacciones que entre esos elementos se generen a favor del desarrollo del destino turístico.

Para poder definir un destino dentro de una región es necesario establecer el tipo de recursos concentrados, el posicionamiento del destino que refiere a la imagen de este lugar frente a su competencia y el comportamiento de los turistas. El reciente desarrollo y evolución de los sistemas de gestión de destinos turísticos demanda una coordinación de los productos y servicios ofrecidos localmente y promovidos globalmente. Este rápido desarrollo ha generado un nivel de competencia sin precedentes, identificando los competidores actuales y potenciales, logrando la identificación de los puntos débiles y fuertes, desarrollando así una ventaja competitiva sostenible a largo plazo, manteniendo el posicionamiento del destino en el mercado actual.

Podemos también señalar que la constitución de un destino turístico es compleja, que participan en ella las instituciones públicas, privadas y la comunidad residente. Para la OMT (1999), El desarrollo turístico sostenible de un destino tiene que considerar los factores ambiental, cultural y socio económico de manera

conjunta y con una visión de planificación y gestión integral. El destino turístico genera beneficios de toda índole, principalmente para la población residente por ello su participación activa y responsable, permitirá hacer de este un destino hospitalario y con calidad de su producto o productos turísticos, los cuales deberán ser diferenciados y especializados para competir con los demás destinos y productos.

3.2.1 Concepto y tipos de destino turístico

a) Concepto de destino turístico

Según Ejarque (2003), el destino turístico está constituido por un conjunto de elementos, los cuales poseen una suma de atractivos naturales o artísticos, los cuales nosotros nombramos como culturales y de servicios.

Siendo este un conjunto de recursos que generan una capacidad de atracción suficiente para inducir a un viajero a realizar los esfuerzos necesarios para desplazarse hasta este destino. Un destino será seleccionado siempre y cuando responda adecuadamente a los deseos del mercado actual El concepto de destino turístico ha evolucionado a través de los distintos cambios de la demanda, las nuevas tendencias del mercado han provocado la innovación y presentación de nuevos productos y servicios, con el único fin de satisfacer las necesidades del consumidor moderno.

En cuanto al destino Barrado y Calabuig (2001), consideran este, como ámbito en donde se desarrollan la mayor parte de las actividades de producción, como de consumo turístico y donde se producen la mayoría de los efectos y cambios geográficos, sociales, económicos y culturales del turismo. Este autor considera que el concepto de destino no ha recibido la atención por parte de los diferentes

sectores involucrados, que el turismo merece y que permitirían lograr el éxito en cada uno de ellos.

Por otra parte, también se considera a “todo elemento geográfico, sea o no, división administrativa, capaz de ser identificado bajo una denominación del tipo que sea” (Valls 1992: 28-29). Según Valls (1992) nos indica que una denominación de un destino turístico podría ser el nombre geográfico de un país, región o localidad donde se encuentren los productos que presenten características muy definidas, los cuales son frutos de los factores naturales o de los propios procesos de fabricación, pone énfasis, sobre todo, en el carácter geográfico de un destino y sus atractivos en general. Para citar un ejemplo de esta definición podemos mencionar a Machu Picchu, y por qué no Lunahuaná.

También menciona, el mismo autor, que un destino es el espacio geográfico determinado, con rasgos propios de clima, raíces que vendrían a ser las costumbres y cultura propia de un lugar, infraestructuras y servicios básicos necesarios y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación, a través de proyectos de desarrollo que consoliden los objetivos planteados, que logren centralidad atrayendo a turistas mediante productos perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas por los consumidores actuales y potenciales, gracias a la puesta en valor y ordenación de los atractivos disponibles; dotado de una marca que identifique el producto, y que se comercializa teniendo en cuenta su carácter integral.

Para Kotler (1997), se puede definir a los destinos turísticos como: Sitios con alguna forma de límite real o percibido, citando como ejemplos; el límite físico de una isla, las fronteras políticas o incluso las fronteras creadas por el mercado, el cual

aplicaría una agencia de viajes, o alguna otra empresa dedicada al turismo. Al igual que Valls, enfatiza en el carácter geográfico del destino en general.

Según los autores Bigne, Front, Andreu (2000), consideran a los destinos como combinaciones de productos, que ofrecen una experiencia integrada a los turistas al margen de la definición geográfica que puede ser una isla, una ciudad o un pueblo. Así también establecen que “se considera a los destinos turísticos como un área que presenta características reconocidas por los visitantes potenciales, las cuales justifican su consideración como entidad y atraen viajes al mismo, como independencia de las atracciones que existan en otras zonas” (Bigne, Front, Andreu 2000:31).

En el caso de Chile, el Servicio Nacional de Turismo de Chile, SERNATUR (2009) considera como destino turístico a todo lugar en el cual se concentran instalaciones y servicios diseñados para satisfacer las necesidades de los turistas esperados o potenciales. Un destino turístico, según el consumidor, puede ser un país, una región, una ciudad o un lugar concreto, en el cual se encuentren una serie de servicios, necesarios para satisfacer los requerimientos de los turistas, que cada día demandan mayor calidad de productos y servicios.

En consecuencia el destino turístico es un espacio geográfico determinado que posee atractivos turísticos de diversa índole suficientes para motivar la visita, así como dispone de planta turística, es decir servicios turísticos capaces de facilitar la permanencia y disfrute del lugar, la infraestructura y equipamiento urbanos requeridos como soporte para el desarrollo de los servicios y actividades turísticas, la existencia de una organización gestora del desarrollo turístico y contar con una

marca que permita proyectar y posicionar la imagen del destino turístico en los segmentos de mercado que se considere oportunos.

b) Tipos de Destinos

Existen numerosos tipos de destinos en función a la motivación del viajero, para una mayor precisión se consideran dos tipologías:

❖ Según, según Bigne, Front, Andreu (2000) una tipología del mismo:

Sol y playa: Es aquel que se realiza en zonas del litoral, en donde se puede disfrutar de sol y bellas playas, acompañados de un clima que posea la zona, de acuerdo a la temporada. El recreo y el relax es lo que caracteriza a este tipo de destino.

Las playas de Cerro Azul y Cañete, presentan esta alternativa.

Cultural: El interés del turista está reflejado en la cultura de los lugares que visita, como museos, restos arqueológicos, pirámides, iglesias, casonas, entre otros. Permite una estancia de corta duración, es complementario a otros tipos de turismo ya que permite combinarlo con otras actividades a realizar. Se puede clasificar en urbano, arqueológico, gastronómico, científico, de compras, industrial, entre otros. Cañete y Lunahuaná, ofrecen estos atractivos.

Medioambiental: El clima, el paisaje, las aguas marinas, la flora, la fauna y los ecosistemas son factores importantes en el desarrollo de este tipo de turismo. Es importante la existencia de conciencia turística de la población residente, así como de los visitantes para la conservación de los recursos naturales y el entorno.

Deportivo: Lugares que presentan características específicas para la práctica de algún deporte, genera la concentración de personas que se unen por un interés en común, combinando en muchas ocasiones ambientes naturales con experiencias y emociones diferentes.

En Lunahuaná se puede practicar actividades deportivas como: el rafting, motocross, trekking, entre otros.

Rural: Realizada en espacios campestres, usualmente en pequeñas localidades al interior del país, con instalaciones rústicas, y en algunos casos, casas tradicionales del lugar, y un estilo de vida comunitario. Lo que permite hoy en día la práctica del Turismo Vivencial, Solidario o Comunitario.

Esto podría practicarse en Pacarán y en Zúñiga.

Salud: Lugares que se caracterizan por la presencia de climas y ecosistemas que son beneficiosos para la salud. Muy solicitado o aplicado por turistas adultos mayores, quienes padecen alguna enfermedad bronquial o de dolores musculares, estrés, depresión, entre otros.

Congresos y Eventos: Lugares que cuentan con centros de convenciones, para el desarrollo de ferias, exposiciones, festivales, congresos, convenciones. Es una modalidad del turismo de negocios que congrega líderes de opinión de distintas ramas de la ciencia, tecnología, marketing, medicina, turismo, finanzas o comercio, entre otros.

Incentivos: Aplicado como una herramienta moderna para alcanzar las metas y objetivos de una empresa, en donde se premia e incentiva al colaborador con experiencias extraordinarias de viajes.

❖ Según Caballero (1997):

Por su Naturaleza:

Turismo Individual. - el grupo de visitantes puede estar formado de uno a nueve, la motivación del viaje es de carácter personal.

Turismo Grupal. - el grupo de turistas es de diez o más, en donde la prestación de servicios y precios serán distintos por tratarse de un grupo de personas, motivadas por un mismo fin.

Turismo de Masas. - recibe también el nombre de turismo masivo, identifica el turismo que se caracteriza por una gran concentración de personas, las cuales realizan actividades similares, podemos citar como ejemplo los turistas que visitan los centros vacacionales.

Turismo Selectivo. - tradicionalmente esta clasificación identificaba a un segmento de mercado elitista y de nivel económico alto. En la actualidad este concepto ha cambiado, es más amplio y se está utilizando para identificar al

turismo que realizan pequeños grupos de personas pertenecientes a diferentes estratos sociales, independientemente de sus niveles de ingresos.

Turismo Alternativo. -distintas modalidades de turismo que rompen con el esquema establecido a través de los años; turismo de aventura, ecológico, rural y hoy en día se habla de un turismo vivencial, en donde el turista comparte con los pobladores del lugar, su forma de vida, costumbres, entre otros.

Turismo Social. - para un sector de la población que es de clase económica media baja, menos favorecidos económicamente. En ocasiones esta tipología de turismo es incentivado por el Estado u alguna entidad pública o privada quienes subvencionan de forma parcial el viaje turístico.

Por su origen

Nacional, interno o doméstico. - se refiere a los turistas que viajan fuera de su residencia habitual, pero dentro de los límites geográficos de su propio país. Podemos citar como ejemplo un viaje a provincia, como Cañete, y conocer los distritos que este posee.

Internacional o receptivo. - aquellos turistas que visitan el Perú por un plazo no menor de un día.

Exportación o egresivo.- turistas nacionales que buscan visitar lugares fuera de nuestro territorio nacional, es decir viajar al extranjero.

Por su Motivación:

Turismo Convencional o de tipo vacacional. - donde la motivación es la cultura o educación, placer, descanso, ocio, recreación, salud o playa.

Turismo Especializado. - este tipo de turismo busca romper con los esquemas, y aplicar un turismo de aventura como el canotaje, parapente, escalada en rocas, treeking, kayak, o tal vez con un interés científico como la investigación de hábitat de flora y fauna.

Turismo de afinidad o de interés común. - inspirado en motivos profesionales, como congresos y eventos, en donde a todos los participantes les interesa el mismo tema.

Todas las tipologías de turismo mencionadas se pueden aplicar en nuestro circuito de Cañete Lunahuaná Zúñiga y Pacarán, teniendo presente que cada destino cuenta con atractivos a visitar, infraestructura acorde con la zona, y los pobladores están siendo capacitados por los diferentes municipios en la recepción del turista potencial.

3.2.2 Condiciones para ser un Destino Turístico

La OMT (1999) considera como principales claves del éxito de un destino turístico a:

- Recursos naturales y culturales con capacidad de atracción, lo que incluye la protección del medio ambiente y el contar con condiciones climáticas adecuadas.

- Facilidad de acceso desde el exterior y dentro de las áreas del destino.
- Seguridad y protección del turista: jurídica, reclamaciones, salud.
- Productos competitivos especializados y con una buena relación calidad precio, que se difunda a través de los medios de comercialización y promoción adecuados. Ello implica un posicionamiento claro.
- Brindar una experiencia auténtica y original que permita identificar a la población local.
- Posibilidad de ofertar su producto con otros destinos complementarios para competir en mercados más agresivos.

Por otro lado el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo MINCETUR define al destino turístico como: “El espacio geográfico, con rasgos propios como su clima, raíces, infraestructura y servicios, con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación, este espacio atrae a turistas con productos perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas, gracias a la puesta en valor y ordenamiento de los atractivos disponibles, dotado de una marca que se comercializa teniendo en cuenta su carácter integral” (MINCETUR, 2010:1).

De la misma forma establece algunas condiciones que debe poseer todo destino turístico, mencionando las características propias que deberían presentar los futuros destinos turísticos, las cuales permitirán su aprovechamiento y funcionamiento adecuado, reconociéndolos como articuladores de la oferta turística actual y como base del desarrollo turístico peruano:

1. Cada destino turístico debe poseer un ente gestor de territorio válido que sea reconocido por los turistas que visitan estos lugares, el cual debe contar con competencias de materia turística.
2. Respecto a la política turística que se aplique en cada destino debe ser interactuada entre el destino y la entidad que regule sus actividades, en este caso el MINCETUR, por medio de una comunicación constante.
3. Es necesario recordar que cada destino turístico cuenta con una delimitación geográfica, la cual puede ser definida por términos regionales, provinciales o distritales.
4. Los destinos deben ser capaces de presentar y mantener un potencial turístico, representado por productos avanzados competitivos, acordes con las tendencias del mercado actual.
5. Cada destino turístico debe aplicar un modelo de desarrollo turístico, identificando sus productos y el producto bandera, el cual articule su oferta en torno a un tema a desarrollar, como turismo cultural, turismo de aventura, turismo social, entre otros. De esta forma presentando su propuesta principal de venta (PPV).
6. Dentro de todo destino turístico, los productos turísticos ofertados, deben poner en valor el uso turístico del destino, teniendo presente todas las variables de las demandas actuales. -
7. Es necesario que cada destino turístico cuente con un Plan Estratégico de Desarrollo Turístico, en donde se incluya un plan de operación, que determine las funciones y acciones a seguir.

8. Todos los destinos turísticos deben poseer y presentar una imagen propia que los identifique, que sea fácil de reconocer por los consumidores

Por lo tanto, la OMT, el PENTUR y el MINCETUR, coinciden definitivamente de que todo destino turístico necesita contar con una serie de características y bondades, como accesos, atractivos, servicios, todos administrados a través de un Plan de Desarrollo Turístico el cual permita la satisfacción máxima del visitante, así como beneficios socioeconómicos y culturales para población residente.

3.3 Recreación

3.3.1 Concepto de Tiempo Libre

La palabra ocio "proviene del latín Licere, que su raíz es común a la palabra libertad y que tal origen no es de ninguna manera gratuito" (González, 1975:26).

Por otra parte, considera que "La felicidad perfecta consiste igualmente en el ocio. No nos privamos de los ocios más que para conseguirlos y es para vivir en paz para lo que hacemos la guerra" (Aristóteles, 1177: 4).

El mismo autor considera que "El hombre que trabaja se ocupa de sí mismo con la mira puesta en algún fin que no está en su posesión, mientras que la felicidad, a la que se llega por el ocio, es un fin perfecto, que todos los hombres creen está acompañado de placer y no de dolor" (Aristóteles, 1338a:2). Algunos organismos internacionales preocupados por el tema se han pronunciado, considerando que "Toda persona tiene derecho al descanso, al disfrute del tiempo libre, a una limitación razonable de la duración del trabajo y a vacaciones periódicas pagadas" (Declaración Universal de los Derechos Humanos, (1948: art 24).

El tema trabajo y tiempo libre siempre van asociados, así se estima que: “El tiempo libre es esencial para la civilización, y en épocas pasadas, solo el trabajo de los más hacia posible el trabajo de los menos. Y con la técnica moderna sería posible distribuir el ocio sin menoscabo para la civilización... (Russell, 1935:14).

Zamorano (2004) define que el tiempo libre, es el tiempo que queda liberado de toda obligación y compromisos de cualquier índole. Para este autor, la libertad es compleja de definir debido a que cada individuo o sociedades presentan posturas distintas según sus escalas de valores personales y colectivos que presenten, cada individuo está en la libertad de decidir qué actividades desea realizar en su tiempo de ocio, actividades que le den satisfacción y placer. Para Lanfant (1972), considera que el tiempo libre tiene una gran similitud con la definición del ocio, indicando ocho preposiciones que convergen entre ambos; a la que denominó Teoría del Ocio:

1. Manifiesta que el tiempo libre, se da separado del resto del tiempo, especialmente del tiempo del trabajo.
2. El tiempo libre ha de aumentar al incrementarse la productividad
3. El tiempo libre va a evolucionar con autonomía del sistema social
4. El tiempo libre es alcanzado como una totalidad abstracta
5. Todas las actividades del tiempo libre son como su mismo nombre lo dice:
libres
6. El tiempo libre será empleado por cada individuo dependiendo de sus necesidades personales

7. Las actividades realizadas en el tiempo libre estarán ligadas por las elecciones individuales de cada ser, las cuales serán priorizadas y estandarizadas de acuerdo a su necesidad.

El tiempo libre es el que se refiere al existente muy aparte de las ocupaciones habituales como: el trabajo, necesidades biológicas: como comer, dormir, asearse, compromisos sociales propios de toda sociedad. Surgiendo después el tiempo libre, aquello que hace el ser humano fuera de sus obligaciones, lo cual nos lleva al reposo, la comodidad, actividades no remuneradas, entretenimientos, juegos, conferencias, y obviamente actividades turísticas. Con la entronización del ocio, el Turismo se ha consolidado de una forma espectacular.

En base a la sociología del ocio, los cambios en la sociedad se hacen notar, como la constante disminución de las horas laborales, jubilaciones a temprana edad, aumento del índice de vida, técnicas de salud, nuevos productos de belleza y medicina natural, entre otros. Es indudable que la civilización del ocio ha dado lugar a un impulso inusitado del desarrollo del Turismo y muchas de las actividades realizadas en el tiempo libre están anexadas a las actividades del turismo. Así podemos resaltar que el tiempo libre es un fenómeno muy complejo, un conjunto de comportamientos de un individuo o un conjunto de los mismos, que dependen de las necesidades y elecciones, de cada ser:

3.3.2 Concepto de Recreación

Si hablamos un poco de la historia, hace aproximadamente dos mil años, el filósofo griego Aristóteles, manifestó que una de las metas de la educación debería ser el uso adecuado del tiempo del ocio.

En cuanto a este tema Zamorano (2004), plantea que la recreación implica para el usuario un proceso de participación constante, no es posible que la recreación exista si el individuo es un simple espectador. La recreación satisface las necesidades terapéuticas, ya que ayuda a compensar las frustraciones causadas por las limitaciones y obligaciones de la vida cotidiana, así como las carencias de la realización; por medio de la recreación el ser humano puede encontrar un equilibrio físico, mental y espiritual. La recreación se puede clasificar de distintas maneras según los propósitos del individuo, como la recreación social, al aire libre, pública, privada, especial y física, entre otras.

Podemos definir que la recreación es una práctica social ya que describe formas de comportamiento y maneras de ser de una sociedad por la manera en que utiliza su tiempo libre. En 1965 se realizó un Simposio sobre Recreación en Ginebra y se elaboró una Carta de Tiempo Libre, la cual posteriormente en 1970 fue aceptada por 165 Organizaciones Internacionales. El mencionado documento, consta de siete artículos. En el artículo 1, se indica que todo hombre tiene derecho al tiempo libre, en donde comprende horarios de trabajos razonables, periodo de vacaciones regulares y remuneradas, condiciones favorables para viajar, y planeación social adecuada. En el artículo 4, demanda que cada hombre tiene derecho a participar y conocer todos los tipos de recreación durante su tiempo libre tales como deportes, juegos, campamentos, y excursiones.

En el artículo 7 se propone que se creen escuelas especiales de recreación, las cuales formen líderes que puedan proponer y promover el desarrollo de programas integrales de recreación con la participación de instituciones públicas y privadas.

Es necesario, determinar que las actividades en que se participa durante el tiempo libre, no forman parte de un complemento de la vida formal, sino que son necesarias y muy importantes como el trabajo, el sueño o la alimentación. Por tal motivo es necesario señalar los valores de la recreación y su incidencia en la ocupación del tiempo libre del individuo y de la colectividad.

3.3.3 Necesidades de Recreación para la Población

La recreación se deriva del latín “restaurar y refrescar la persona” toda persona debe ser libre para seleccionar el tipo o clase de actividad que desee desarrollar. De acuerdo a dicha selección tendrá como resultado la satisfacción, y un grado de placer percibiendo valores sociales o personales. La recreación genera un medio positivo para el mejoramiento de las facultades mentales, morales, físicas, para cada individuo, coadyuvando a su bienestar general y favoreciendo relaciones con el entorno inmediato.

Al respecto Zamorano (2004), menciona que los servicios de recreación logran satisfacer las necesidades sociales, de carácter biológico, y las psicológicas, que pueden ser proporcionadas por los organismos gubernamentales, comerciales, voluntarios, y privados de cada zona.

Por otro lado, Guerrero (2006), resalta que un factor de bienestar social coadyuvante del desarrollo humano, es la relación que hay entre la recreación y el desarrollo comunitario. La interacción, la buena comunicación con el contexto social

y el autoconocimiento permiten una base fundamental y necesaria para lograr una vida con calidad, a través de las experiencias, y actividades que se realizan en el tiempo libre de los individuos, recordando que cada persona escoge las actividades a realizar de acuerdo a su necesidad.

Según Ramos (1997), la recreación presenta valores, que es necesario mencionar e identificar. Los valores de la recreación están relacionados con los valores del hombre, con sus principios, su medio, usos y costumbres, es decir con su hábitat en general. Ello determina que la recreación es una herramienta orientada a la mejora de la calidad de vida del individuo y al bienestar el entorno en el cual se realiza.

De acuerdo a Ramos (1997), los valores de la recreación se pueden clasificar en:

Valor Educativo

El ser humano es capaz de aprender y retener cada vez que se sienta satisfecho, Ramos lo nombra como un laboratorio vivencial de experiencias de aprendizaje pues, las experiencias adquiridas a través de la participación en actividades que generan satisfacción perduran en el tiempo.

Valores Sociales

El ser humano es parte esencial de una sociedad, debe adaptarse a ella, desarrollarse e involucrarse con diferentes actividades, las cuales le permiten una relación, interacción y comunicación.

Valores Biogenéticos

El ser humano o individuo debe mantener, conservar y mejorar de forma biológica su ser, logrando equilibrar el sistema endógeno con los agentes exógenos.

Valor Social

La actividad social es considerada como un fenómeno, por medio ella, el hombre canaliza sus inquietudes y expectativas comunitarias para subsistir, logrando formar un ciudadano comunicativo e interesado en sus semejantes. Ello lo convierte en un elemento o agente facilitador de costumbres, culturas, necesidades e intereses en lo personal como en lo comunitario y al fomentar el fortalecimiento del espíritu de la confraternidad y de la comunicación.

Valores Psicológicos

El desarrollo y aplicación de actividades recreativas generan compromiso, satisfacción y agradabilidad; siendo estas actividades recreativas un mecanismo de liberación de estrés y de energía psíquica, como también permite la liberación catártica al renovar una fuente agotada de presiones sociales por una fuente de energía refrescante.

Cada vez que desarrollamos actividades fuera de nuestra vida cotidiana recargamos energías para volver a empezar. Asimismo, la recreación se convierte en una herramienta terapéutica necesaria cada cierto tiempo, capaz de lograr un equilibrio psíquico del hombre. Propicia alegría, entusiasmo, autorrealización y autoconfianza, así como también la oportunidad para despertar inquietudes, enriqueciendo la calidad de vida.

Valores Físicos

La recreación posibilita el desarrollo del cuerpo humano considerando todos sus sistemas y favoreciendo el ritmo de vida y la salud.

Asimismo, esas mejoras de la parte física, permiten desarrollar las habilidades y destrezas necesarias en el caso de la práctica de los deportes, así como en el desarrollo social del individuo.

Valor Económico

Como ejemplo específico podemos mencionar el Turismo, que se ha convertido hoy en día en la primera organización de mayor disponibilidad económica para el desarrollo de una nación, ya que permite el desarrollo de recursos humanos en términos económicos y representa una fuente de ingreso para la sociedad.

El Turismo ha generado nuevos puestos de trabajo, nuevas inversiones, fomentando la creatividad de las personas por generar más y más turismo cada día, aprovechando al máximo cada tiempo libre del individuo.

Valor Espiritual

Es fundamental el fortalecimiento del espíritu ya que trae como consecuencia una mayor confianza y seguridad para el individuo, lo que le permite desenvolverse mejor en su entorno social. Así posibilita la mejora personal, el comportamiento en su entorno social, el respeto por sí mismo y los demás y el fortalecimiento de la fe, principalmente.

Valor Ambiental

Contribuye al cuidado del medio ambiente, así como de la biodiversidad y el rol del individuo en el contexto social, promoviendo su respeto por los ecosistemas.

CAPÍTULO CUARTO

METODOLOGÍA

Teniendo en cuenta la naturaleza de la presente investigación, se ha utilizado la metodología de nivel descriptivo, tipo aplicada.

La investigación es descriptiva porque considera el análisis de diversas variables de un fenómeno determinado y la asociación y correlación entre ellas.

Esta, parte del hecho que hay un relativo conocimiento de un tema, pero que por las características que presenta, se hace necesario profundizar en su conocimiento.

Esta clase de investigación permite conocer el registro de diversas situaciones que se dan en un tema determinado y que la identifican.

4.1 Técnicas de Recolección de Datos

La investigación del tema se ha realizado en forma cualitativa y cuantitativa a manera de complementar la información para obtener un resultado más cercano a la realidad. La investigación cualitativa permite profundizar en el conocimiento del problema en tanto que el aspecto cuantitativo permite la medición de las variables mensurables. La investigación cualitativa, según Fraenkel y Wallen (1996), se ve favorecida por cuanto la fuente es directa y primaria, lo que permite clarificar la información obtenida. En el proceso de investigación se ha empleado los métodos cualitativos complementados con los cuantitativos, con la finalidad de poder trascender a la información que proviene de sólo de un de ellos.

En cuanto a la investigación cualitativa, se han considerado técnicas para el levantamiento de datos, como la observación participante, entrevistas abiertas, notas de campo y fotografías entre otros.

Como técnica de recolección de datos se han utilizado las entrevistas, los cuestionarios y las Encuestas.

Considerando que la metodología es la estrategia de la investigación, como dice Pérez Lalanne (citado por Toyos y Massafra (2009:54), esta determinará el cómo y la técnica de recolección de datos a emplear. Las técnicas de recolección sirven para obtener datos relevantes que se utilizarán posteriormente para solucionar el problema planteado. Tanto la metodología cualitativa como cuantitativa utilizan distintos métodos y técnicas de recolección de datos ya sea para explorar, describir o explicar el tema investigado. Como sostiene Abritta (2000:280), “cualquier dato consistirá en una unidad de análisis que en una variable asumirá un determinado valor”.

Según Hernández Sampieri (2006), para recolectar datos se deben realizar tres acciones: elegir el instrumento, aplicarlo y codificar los resultados obtenidos. Para el desarrollo de la investigación se ha visitado la zona de Cañete y Lunahuana 15 veces y Pacarán y Zúñiga, cinco veces en cada caso. En todas las oportunidades la visita se ha efectuado desde las 10 a.m. hasta las 5 p.m., en los lugares que se menciona.

En esta investigación se ha utilizado:

- Entrevista a personas y proveedores de la zona;
- Encuesta a visitantes, proveedores y residentes y

- Observación participante.

a) La Entrevista

Es una técnica utilizada en las investigaciones que permite obtener información cualitativa. Esta puede ser estructurada, semi estructurada o no estructurada o libre.

Con antelación a las entrevistas se diseñó una guía orientadora de las mismas que facilitó y dio buenos resultados.

La entrevista tuvo las siguientes características:

TIPO DE ENTREVISTA	No Estructurada
MOTIVO	Es más adaptable considerando los diferentes tipos y niveles a los que pertenecen los entrevistados. Posibilita profundizar más algunos aspectos.
PERFIL DEL ENTREVISTADO	Autoridad / Funcionario municipal. Proveedor de servicios turísticos con cargo directivo y experiencia en turismo en la zona.
VARIABLES	Experiencia en su especialidad. Función que desempeñan. Opinión sobre el Turismo en la zona. Sugerencias para mejorar el destino.

ENTREVISTADOS EN LUNAHUANA:	
Autoridades -Funcionarios	
Alcalde Distrital,	1. Ovidio Espinoza Escajadillo
Regidor, Teniente Alcalde.	2. Ysmael Pachas Candela
Oficina de Turismo - Relaciones Públicas	3. Luis Zapata
Agencias de Viajes	4. Jesús Zapata Casas. Agencia de Viajes Canotaje Zapata
	5. Edmundo Huamantiliche Agencia de Viajes Canotaje Zapata
	6. Manuel Canales Agencia de Viajes Xtreme Raft
	7. Martín Avalos Agencia de Viajes El Laberinto
	8. Pedro Ormeño Agencia de Viajes Travel Tours
	9. Víctor Alias Sánchez Zapata, Agencia de Viajes Raft Perú
	10. Ítalo Ayllón, Agencia de Viajes Raft Perú
Administradores de los Restaurantes:	11. El Pueblo

	12. Melchorita 13. Los Faroles 14. El Rosedal 15. Chicharronería Zapata
--	--

ENTREVISTADOS EN PACARÁN	
Autoridades	
Alcalde Distrital	1. Hugo Alcántara Yábar
Regidor Distrital	2. José Osorio
Regidor Distrital	3. Moisés Gutiérrez
ENTREVISTADOS EN ZÚÑIGA	
Autoridades - Funcionarios	
Alcalde Distrital	1. César Sandoval
Gerente de Marketing de la Municipalidad de Zúñiga	2. Yusef Agüero
Municipalidad de Zúñiga	3. Funcionarios

b) La Encuesta

Es la técnica más utilizada en los trabajos cuantitativos y se considera “que recoge información para ser analizada estadísticamente, desde una perspectiva cuantitativa” (Barroso 2000:242).

En el caso de ser estructurada, se denomina Encuesta y se elabora un cuestionario con preguntas cerradas.

La Encuesta tuvo las siguientes características:

TIPO DE ENCUESTA	Cuestionario impreso administrado por el investigador. Preguntas cerradas, dicotómicas y de respuestas múltiples.
MOTIVO	Provee información más detallada y orientada en función al interés de la investigación. Su costo es mínimo. Facilidad para tabular, analizar e interpretar datos.
VARIABLES	Conocimiento de la zona. Interés por visitar otros distritos. Tipo de empresa, antigüedad y servicios que ofrece. Interés por participar en el turismo. Conocimiento del turismo vivencial. Conocimiento del beneficio del turismo para la localidad.
ÁMBITO GEOGRÁFICO:	Provincia de Cañete: Distritos de San Vicente de Cañete, Lunahuaná, Pacarán y Zúñiga.
ÉPOCA:	Entre mayo y agosto 2010.

MUESTRA:	Visitantes a Cañete y Lunahuaná: 84 Proveedores de servicios turísticos de Lima y Lunahuaná: 81 Pobladores de Lunahuaná, Pacarán y Zúñiga: 149
MARGEN DE ERROR:	5%
HERRAMIENTA:	Se diseñaron tres Cuestionarios diferentes, los cuales se adjuntan en el Anexo II.

c) **La Observación**

Según Toyos y Massafra (2009), fue la primera técnica que la ciencia utilizó para obtener datos. La observación documental, también llamada recopilación documental de datos que es la más directa, básica y fundamental en toda investigación, se ha efectuado a través de libros, revistas, hemerotecas, entre otros.

La observación participante es aquella donde el investigador se involucra directamente dentro de grupo o tema que está analizando. Es una técnica básica y obligatoria en los trabajos cualitativos, debe ser totalmente racional y estar desprovista del ánimo o parecer del autor. Esto se produce fundamentalmente durante la etapa de campo de la investigación.

Se efectuó con la finalidad de identificar o corroborar el comportamiento de los visitantes, de los proveedores de servicios en sus diferentes tipos y el comportamiento de la población frente al turista.

Se corroboró la información inicial que Cañete y Lunahuaná eran destinos turísticos posicionados entre los visitantes y que Pacarán y Zúñiga eran de interés para los mismos pero que aún no son un destino turístico. En la etapa de campo durante todas las visitas se observó la posición y comportamiento de los visitantes y pobladores, determinándose el tipo de productos y la calidad de servicios que ofrecían.

4.2 Técnicas de Análisis de los Datos

El análisis de los datos se realiza con técnicas que cada investigador define y que le permiten analizar individualmente los datos complementándolos con otra información. Por otra parte, dada la naturaleza de la investigación se utilizan los métodos inductivo y deductivo. Estos tienen finalidades diferentes y consideran (Mendoza, 2006), que podrían ser resumidos como el desarrollo de la teoría y el análisis de la teoría respectivamente.

Por otro lado, considera que "los métodos inductivos están generalmente asociados con la investigación cualitativa, mientras que el método deductivo está asociado con la investigación cuantitativa" (Mendoza, 2006:4).

Una vez obtenida la información se debe ordenar, analizar y seleccionar cuidadosamente e interpretar considerando diversas relaciones y argumentos teóricamente correctos que ilustren la realidad del estudio.

Cabe anotar que se ha analizado la información proveniente de diversas fuentes secundarias, obtenidas en Lima y en la Provincia de Cañete, tales como libros, textos, estudios, artículos de revistas y periódicos y otras fuentes como Internet, con la finalidad de complementar y ampliar la información inicial. Una vez analizadas se han seleccionado las más indicadas, correlacionando los datos de manera de presentarla de mejor forma. Asimismo, se ha analizado y seleccionado la información proveniente de fuentes de información primaria (Encuestas y entrevistas y observación participante, que han proporcionado datos obtenidos de manera directa por el investigador). Cabe agregar que se ha correlacionado la información secundaria con la información primaria para tener una idea clara de la situación de los elementos seleccionados.

CAPÍTULO QUINTO

VISIÓN GENERAL DE LA PROVINCIA DE CAÑETE

El presente capítulo considera información general de la Provincia de Cañete, teniendo en cuenta las características geográficas en sus principales aspectos, las características históricas básicas, el marco institucional es decir las principales organizaciones públicas o privadas, las características socioeconómicas, incluyendo la demografía, la economía y los diversos sectores que dan imagen de la provincia de Cañete.

Por otra parte, también se ha considerado de manera panorámica las características de la actividad turística, así como los principales proyectos estratégicos que gravitan en el desarrollo provincial.

Todo ello permite tener una visión general de los distintos elementos que determinan las características de la provincia de Cañete.

Con la finalidad de consignar información fidedigna se ha recurrido a documentos elaborados por el Gobierno Regional de Lima, como el Plan de Desarrollo Concertado de la Región Lima, 2004-2006, Municipalidad Provincial de Cañete con el Plan de Desarrollo Concertado de la Provincia de Cañete, 2008-2021 el Instituto Nacional de Estadística e Informática, entre otras fuentes como se consignan en los cuadros respectivos.

5.1 Características Geográficas

a. Ubicación

Se encuentra ubicada al Sur de Lima, presenta una franja costera y una zona andina, pertenece a la Región Lima, su capital es San Vicente de Cañete.

b. Límites

Al Norte con la ciudad de Lima,

Al Sur con la provincia de Chincha,

Al Este con las provincias de Yauyos y Huarochirí y

Al Oeste con el Océano Pacífico.

c. División Política

Está conformada por 16 distritos:

Asia

Calango

Cerro Azul

Chilca

Coayllo

Imperial

Lunahuaná

Mala

Nuevo Imperial

Pacarán

Quilmaná

San Antonio

San Luis

San Vicente de Cañete

Santa Cruz de Flores

Zúñiga

d. Superficie

Cañete tiene una superficie de 4,574.91 Km., esto representa el 14.24% de la Región

Gráfico N° 2 División Política de la Provincia de Cañete



Fuente y Elaboración: Plan de Desarrollo Concertado de Cañete

e. Altitud

La altitud varía desde los 3 msnm en Chilca y Cerro Azul hasta los 802 msnm, en el distrito de Zúñiga.

f. Clima

El clima varía en función al área geográfica y la provincia de Cañete tiene una zona costera y una zona andina.

En la costa, zona desértica hay muy escasa precipitación. La temperatura media mensual es de 24° y 16° en agosto. La humedad ambiental relativa varía entre 86 y 100%.

En la región andina, el clima es templado, seco y con mínimas precipitaciones en el verano. La temperatura promedio es de 20° grados C.

g. Hidrografía

❖ Ríos

Tiene una extensión aproximada de 6192 Km², la provincia está atravesada por cuatro cuencas que son los ríos Mala, Cañete, Omas y Chilca.

Cuenca del Río Cañete, recorre las provincias de Cañete y Yauyos, siendo su principal colector el río del mismo nombre. Tiene sus orígenes en la laguna de Ticllacocha (4,600 msnm), al pie de la Cordillera de Ticlla y Pichahuarco, en la divisoria de aguas de la cuenca del río Mala.

Tiene un recorrido, entre su nacimiento y desembocadura de 220 km aproximadamente, siendo su área de 6347.78 m². Sus principales afluentes son los ríos Cacara, Tupe, Huangascar, Huantán, Laraos y Alis.

Cuenca del río Mala, comprende las provincias de Cañete, Huarochi y Yauyos. Su recorrido es de 116 Km., con 2000 Km., de cuenca. Su principal colector, el río Mala, tiene sus orígenes en las lagunas Huanblac y Macato. Sus principales tributarios son los ríos Marca, Huallapampa, Rari, Corralillo, Huancapampa y Julquillas.

Cuenca del río Omas, comprendida políticamente en Cañete y Yauyos, el río Omas es su principal colector, con un área de 1167 m² y 71 Km., de longitud. Tiene su origen en las montañas de Ocupampa, Ichipampa, Quishuar y Maururo, que se hallan a 4600 msnm.

Cuenca del río Chilca, comprende las provincias de Cañete y Huarochirí teniendo sus nacientes a los 3,800 msnm cerca de las montañas Tres Ventanas. Tiene un área de 77 Kms.

❖ Islas Marítimas

Cañete cuenta con 4 islas marítimas dentro de su jurisdicción. En gran parte de ellas hay presencia de aves guaneras., productoras de guano

La isla Asia es la más grande con 1.52 kms² seguida de la isla Checos con 0.48 kms², ambas ubicadas en el distrito de Asia. Cerro Blanco con 0,16 kms², en el distrito de San Antonio y el islote Gallardo con 0.09 kms² en el distrito de Cerro Azul.

5.2 Características Históricas

El distrito más antiguo de la provincia es San Luis de Cañete, creado el 12 de enero 1871 siendo Asia el último distrito creado, el 24 de Julio de 1974.

Época pre incaica. Hay evidencia de los primeros agricultores peruanos aparecieron hace más de 7,000 años en Chilca. Existiendo estudios que confirman que ese hombre existió en la zona más de 10,000 años.

Época incaica. En la época del apogeo del imperio incaico, el ejército del Inca Pachacutec, bajo órdenes de Cápac Yupanqui, entró en las zonas aledañas al valle del Huarco. Los residentes, emprendieron gran defensa por su zona la cual duró cuatro años, sin embargo, merced a estrategias militares los incas los vencieron. La fortaleza de Ungará, fue el último lugar de resistencia de los habitantes del Huarco.

Al primer dominio militar le siguió el político, administrativo, social y económico, siendo incorporado los pequeños reinos de Cañete al gran Imperio Incaico.

Época Virreinal. La villa de Santa María de Cañete, surge por un mandato real, fundando un pueblo de españoles en el valle del Huarco, considerando la situación estratégica de dichas tierras y por tener un puerto marítimo. Ahí se decide el fundar ciudades como San Luis y San Vicente de Cañete, considerando la población asentada y las perspectivas que ofrecía.

Época Republicana. Cañete se inicia en la vida republicana con ocho distritos, los cuales incluían Chincha Alta y Chincha Baja. En enero de 1876, se crea del departamento de Ica, incorporándose estos dos últimos distritos a ese departamento. En el presente siglo, se incorporan los demás distritos a la provincia de Cañete, quedando San Vicente de Cañete como la capital provincial.

5.3 Marco Institucional

a) **Instituciones Públicas**

La provincia de Cañete forma parte de la Región Lima por tanto está bajo la jurisdicción del Gobierno Regional Lima.

En la ciudad de San Vicente de Cañete hay oficinas de diversas instituciones públicas como el Poder Judicial, Registros Públicos, SUNAT, Ministerio Público, Ministerio de Agricultura, Ministerio de Transportes y Comunicaciones, Beneficencia Pública, Ministerio del Interior, Ministerio de Salud entre otras. Lamentablemente no están implementadas para brindar un servicio de calidad por tener limitaciones en cuanto a los recursos humanos calificados y por no disponer de los recursos técnicos, logísticos y económicos suficientes para el cumplimiento de sus funciones en muchos casos.

Producto de tales limitaciones desarrollan sus funciones de manera aislada, no coordinando ni articulándolas lo suficiente a nivel multisectorial lo que retarda el proceso de descentralización siendo deficientes sus resultados.

b) **Municipios**

Los gobiernos locales, Provincial de Cañete y distritales de, Lunahuana, Pacarán y Zúñiga tienen a su cargo la gestión municipal de dichos distritos.

Cabe destacar que la Municipalidad Distrital de Lunahuana, elaboró el 2005 un Plan de Desarrollo Estratégico Concertado con un horizonte al 2013, el cual considera como un eje estratégico, la economía basada en el turismo y la agroindustria, prueba de la potencialidad del sector turismo.

c) **Sector Privado**

En la provincia existen muchas organizaciones como Centros Poblados, Asociaciones de Vivienda, Cooperativas, Organizaciones Sociales de Base y diversas Juntas Vecinales y Comités Cívicos entre otras.

Entre las diversas organizaciones sociales destacan:

Los Comités de Regantes, que se agrupan en las Juntas de Usuarios de Riego de Cañete, que agrupa 7 Comisiones de Riego y Junta de Usuarios de Riego de Mala - Omas, que agrupa a 8 Comisiones de Riego.

Son instituciones que reúnen a los distintos Grupos de Riego, organizaciones que administran el uso de los canales de regadío y por tanto el acceso al agua del Valle de Cañete.

La Comunidad Campesina de Cañete, es una comunidad ganadera que administra las zonas de pasto natural dentro de sus territorios. La propiedad comunal se extiende desde la Quebrada de Iguanco, hasta el Islote El Salado (Km. 117 de la Panamericana Sur), que marca el linde con la Comunidad Campesina de Asia. Los terrenos son totalmente eriazos, a excepción de la zona de pastoreo.

5.4 Características Socio Económicas

Es importante mencionar que la provincia de Cañete, por estar cercana a la capital del departamento de Lima se convierte en proveedora de la misma con gran parte de producción, favorecida además por las facilidades de la infraestructura vial y los medios de transporte

Por tanto, es necesario conocer las características de las actividades socioeconómicas, en sus diferentes sectores, para determinar cuál es su potencial y como puede contribuir a sostener una mayor demanda de visitantes de activarse el turismo de manera más intensiva.

5.4.1 Aspecto Demográfico

a) Población Provincial

La población de la provincia de Cañete, es de 200,662 habitantes, al 2007, distribuida en un 50% para el sexo femenino y el otro 50% para el masculino.

El 84% de ella, es decir 168,584 habitantes se concentran en el área urbana y el 16% en el área rural, es decir 32,078.

Cañete, durante el periodo 1972-2005, es la provincia más poblada y que más ha crecido de la Región Lima, como se observa en el Cuadro N° 3.

Cuadro N° 3 Población Provincia de Cañete

AÑO	POBLACIÓN CAÑETE	% CAÑETE DE REGIÓN LIMA	REGIÓN LIMA
1981	124,278	20.3	611,662
1993	152,378	22.4	680,181
2005	191,409	23.6	812,048
2007	200,662	23.9	839,469

Fuente: Plan de Desarrollo Concertado de la Provincia de Cañete, 2008-2021

Elaboración: Propia

b) Población Distrital

La Provincia de Cañete, según el Censo Nacional 2007, cuenta con 200,662 habitantes. Como se observa en el Cuadro N° 4 el distrito más poblado es el de San Vicente de Cañete, que concentra el 23%, seguido de Imperial, con el 18% y Mala con el 14%. Los distritos con menor población son: Coaylo, Pacarán y Zúñiga.

Cuadro N°4 Población Total a Nivel Distrital

PROVINCIA/DISTRITOS	TOTAL
Provincia CAÑETE	200,662
Distrito San Vicente de Cañete	46,464
Distrito de Asia	6,618
Distrito Calango	2,224
Distrito Cerro Azul	6,893
Distrito Chilca	14,559
Distrito Coayllo	1,031
Distrito Imperial	36,340
Distrito Lunahuaná	4,567
Distrito Mala	27,881
Distrito Nuevo Imperial	19,026
Distrito Pacarán	1,687
Distrito Quilmaná	13,663
Distrito San Antonio	3,640
Distrito San Luis	11,940
Distrito San Cruz de Flores	2,547
Distrito de Zúñiga	1,582

Fuente: Plan de Desarrollo Concertado de la Provincia de Cañete, 2008-2021

Elaboración: Propia

5.4.2 Aspectos Socio Económicos

a) Economía:

Cañete contribuye a la conformación de PBI regional con el 25.5%, principalmente por los sectores agropecuario, comercio y energía, vale decir el más alto de todas las provincias en la Región, lo que determina su importancia geoeconómica para el desarrollo nacional. Para el año 2001, ello significó 1'247,826.393 Nuevos Soles, cuando su PBI, fue de 4,902'876,926.

La Población Económicamente Activa (PEA) provincial, de 6 y más años, es de 85,642. La PEA ocupada es de 97%. La PEA de los sectores comercio y servicios, concentra el 50% seguido de agricultura con el 31%, como se observa en el Cuadro N° 5.

Cuadro Nº 5 Población Económicamente Activa de 6 y Más Años

ACTIVIDAD ECONÓMICA	PEA	%
Agricultura	26,858	31.4%
Pesca	567	0.7%
Minería	1,017	1.2%
Industrias Manufactureras	3,787	4.4%
Construcción	6,817	8.0%
Comercio y Servicios	45,541	49.7%
Actividad económicamente no especificada	1,072	1.3%
Desocupados	2,983	3.5%
TOTAL	85,642	100.0%

Fuente: INEI. Censo Nacional 2007.
Elaboración Equipo PDC Cañete

b) Agricultura

En este sector, las condiciones climáticas y la calidad del suelo favorecen la agricultura intensiva de productos de pan llevar, seguido de la producción de vinos y piscos y productos de agro-exportación.

Cabe destacar que el 26% de los cultivos son de carácter permanente y el 69% transitorios, sembrándose 72 diferentes tipos de cultivos.

La provincia de Cañete, se encuentra rodeada por extensos y fértiles valles más del 60% de esos cultivos es algodón, siguiendo en importancia la vid, el camote, los espárragos, frutas y hortalizas.

La Actividad agropecuaria es el sector más importante y trascendental del Valle de Cañete, la riqueza potencial agrícola de los valles de Cañete y Mala, se ven favorecidas por el discurrir de los ríos Cañete, Mala y Omas. Esto se traduce en que la provincia es una zona especial, con grandes potencialidades y con la posibilidad del desarrollo de una agricultura de explotación intensiva en lo concerniente a la producción de alimentos, agroindustria, comercialización regional

y exportación, todo ello por presentar innumerables ventajas competitivas y comparativas.

A la existencia de los recursos hídricos, donde destaca el río Cañete, que es el segundo río de potencial hidroeléctrico, después del río Santa, se suman las condiciones climáticas, en cuanto temperatura, humedad y precipitación, así como al recurso tierra, donde el 80% de productores del Valle, posee en promedio parcelas de 1 a 3 hectáreas.

Es importante destacar que el 27.5% de su superficie está sembrada, la mayor de toda la Región Lima, por tanto, demuestra su capacidad agrícola.

c) **Agro exportación.**

La existencia de instalaciones para la agro exportación denota que esta actividad ha crecido en gran medida en los valles de Cañete, sin embargo, al parecer esta actividad deja pocos beneficios para los pequeños agricultores, principalmente por el sistema de comercialización empleado y por la necesidad de fortalecer las cadenas productivas de la producción agroexportadora.

Otros aspectos importantes son el manejo de los costos de producción que influyen en los márgenes de utilidad, el control fitosanitario, que es fundamental para lograr una buena cosecha y una organización y asociación eficiente y organizada que permita enfrentar los problemas y retos que se dan en el mercado permanentemente.

Entre los cultivos más importantes con posibilidades agroexportadoras, se encuentra el palto, el holantao, el camote y el algodón principalmente.

d) **Sector Pecuario.**

La provincia de Cañete, cuenta con una gran actividad pecuaria, considerando la crianza de aves, producción de carne y huevos, crianza de ganado vacuno.

Se ha notado el crecimiento de la producción lechera y gran mejora en los niveles significativos de crianza de ovinos, caprinos y porcinos.

Según la Agencia Agraria Cañete - Mala, para el Plan de Desarrollo Concertado de la Provincia de Cañete, esta Provincia contribuye en lo referente a carnes con el 26% de la producción regional y en lo referente a huevos con el 83%; esto debido a la gran existencia y funcionamiento de granjas de pollos en la zona litoral.

e) **Pesca Artesanal.**

Este tipo de pesca se efectúa en los distritos del litoral y consiste en la extracción de recursos ictiológicos del mar, principalmente para su consumo.

La actividad pesquera es el 0.7% de la PEA provincial, según el Censo Nacional del 2007, no obstante, participan en ella mucha población de la zona costera. En la actualidad destacan en la pesca artesanal, la Caleta de Santa Cruz, la Caleta de Bujama y la Caleta de Cerro Azul, existiendo proyectos para la construcción del desembarcadero pesquero artesanal de Cerro Azul.

Entre los principales puertos marítimos de la provincia con categoría de caleta están: Cerro Azul y Bujama

De manera especial se considera en este aspecto la pesca del camarón de río. Se da en los ríos Cañete y Mala y es efectuada por pescadores artesanales, comunidades ribereñas y la empresa privada.

Existen criaderos de camarones para incrementar la biomasa, aun considerando la época de veda hay extracción indiscriminada y es necesario ejecutar programas de repoblamiento, así como acciones de control y vigilancia. Ello considerando que gran parte de la gastronomía típica de Cañete tiene como un insumo principal al

camarón con el cual se preparan diversos potajes de gran demanda por los consumidores.

f) **Educación**

Según el Ministerio de Educación, a través de los **Indicadores** principales de la provincia de Cañete, como se observa en el Cuadro N° 6, establece que el 94.7% de los niños entre 6 y 11 años están atendidos por el sistema educativo y el 87.1% entre 12 y 16 años de igual manera. El 96.5% de la población joven culmina su primaria completa, mientras el 76.4 termina la secundaria completa; esto da una idea de las posibilidades que tienen los niños y jóvenes con referencia a los servicios educativos. Cañete es una de las provincias que presenta baja tasa de analfabetismo adulto, llegando al 5.7%.

Es importante destacar que San Vicente de Cañete, presenta porcentajes mayores al promedio de la provincia en cuanto a niños atendidos por el sistema educativo, así como a jóvenes que han culminado la primaria y secundaria, lo cual da a notar una preocupación por mejorar los niveles de calidad de vida.

Según el Ministerio de Educación, como se observa en el Cuadro No 7, al 2009, funcionaban en la provincia de Cañete 582, **Instituciones y Programas Educativos**. De estos el 68% eran de gestión pública y el 32% privada, notándose una relación de 3 a 1 de las instituciones estatales.

Cuadro N° 6 Indicadores de Cobertura y Culminación de la Educación Básica y Analfabetismo de la Provincia de Cañete, 2005 (Porcentajes)

Provincia/Distrito	Niños y Jóvenes atendidos por el Sistema Educativo			Niños que culminan primaria oportunamente	Población joven con primaria completa	Jóvenes que culminan secundaria oportunamente	Población joven con secundaria completa	Tasa de analfabetismo adulto
	4-5 años	6-11 años	12-16 años					
CAÑETE	80.9	96.9	92.5	81.3	95.9	60.6	73.6	5.7
ASIA	95.0	99.5	93.6	80.2	93.8	57.9	68.5	7.6
CALANGO	89.8	97.3	89.8	87.3	95.2	54.7	69.1	6.8
CERRO AZUL	82.1	97.0	90.7	88.5	97.5	57.8	67.7	7.5
CHILCA	90.9	99.0	94.7	84.7	97.0	66.6	77.8	6.5
COAYLLO	57.9	68.0	49.2	91.4	94.4	69.0	80.0	6.0
IMPERIAL	79.1	97.7	94.1	84.4	96.8	64.0	77.7	8.0
LUNAHUANÁ	87.1	97.9	90.4	85.7	94.6	65.8	76.8	3.6
MALA	82.1	91.4	88.5	84.4	96.8	68.5	80.4	4.0
NUEVO IMPERIAL	78.9	98.6	93.7	83.7	97.1	66.3	72.4	6.6
PACARÁN	65.1	97.0	89.3	79.8	95.1	55.8	71.9	5.2
QUILMANÁ	73.3	96.6	93.5	80.1	95.8	58.8	73.0	6.3
SAN ANTONIO	80.1	95.3	87.0	83.3	94.6	59.5	68.3	2.8
SAN LUIS	82.5	97.6	92.0	78.3	95.6	58.5	73.0	7.6
SAN VICENTE DE CAÑETE	80.7	98.3	94.2	83.7	97.1	84.0	78.6	5.3
STA. CRUZ DE FLORES	92.0	98.6	94.7	88.8	95.9	71.9	85.6	2.6
ZÚÑIGA	46.2	99.4	94.2	83.0	92.9	47.1	62.7	5.7

Fuente: Ministerio de Educación 2010

El 66% de dichas instituciones se encontraban ubicadas en el área urbana y el 34% en el área rural, un ejemplo de cómo han ido creciendo los centros urbanos. Por otra parte, considerando las etapas, modalidades y nivel educativo, se observa que el 91% de dichas instituciones brindan servicios educativos en el nivel de básica regular, mayoritariamente en el nivel inicial y primaria, una muestra más de la preocupación por incorporar a los servicios educativos a los menores de edad. El 9% restante corresponde a las otras modalidades y etapas del sistema educativo.

**Cuadro N° 7 Instituciones y Programas Educativos: Provincia de Cañete
2009**

Etapa, modalidad y nivel Educativo	Total	Gestión		Área	
		Pública	Privada	Urbana	Rural
Total	582	394	188	383	199
Básica Regular	530	370	160	335	195
Inicial	256	196	60	127	129
Primaria	193	126	67	133	60
Secundaria	81	48	33	75	6
Básica Alternativa	20	10	10	19	1
Básica Especial	5	5	0	4	1
Técnico-Productiva	13	5	8	11	2
Superior No Universitaria	14	4	10	14	0
Pedagógica	7	1	6	7	0
Tecnológica	7	3	4	7	0
Artística	0	0	0	0	0

Fuente. Ministerio de Educación - Censo Escolar.

Con referencia a la **Matrícula** en el sistema educativo nacional en el 2009, como se observa en el Cuadro No 8, el 78%, se concentró en instituciones públicas y el 22% en instituciones de gestión privada, Esto es explicable considerando que en las instituciones del Estado no se paga una pensión mensual y que los requerimientos son menores.

El 90% de los matriculados en el sistema educativo de la provincia corresponde a centros educativos ubicados en el ámbito urbano, esto coincide con el mejoramiento de los servicios en los centros urbanos. Se observa también que en cuanto al sexo la matrícula se ha efectuado de manera similar, 50% sexo masculino y femenino.

En cuanto a la matrícula en la provincia de Cañete el 91% se concentró en la etapa básica regular y dentro de este el 50% en el nivel primario.

**Cuadro N° 8 Matrícula en el Sistema Educativo Nacional, Provincia de
Cañete, 2009**

Etapa, modalidad y nivel Educativo	Total	Gestión		Área	
		Pública	Privada	Urbana	Rural
Total	64,328	49,974	14,354	57,674	6,654
Básica Regular	58,585	46,448	12,137	52,570	6,015
Inicial	10,018	7,691	2,327	7,481	2,537
Primaria	27,521	21,564	5,957	24,873	2,648
Secundaria	21,046	17,193	3,853	20,216	830
Básica Alternativa	2,188	1,372	816	2,017	171
Básica Especial	188	188	0	183	5
Técnico-Productiva	1,449	827	622	986	463
Superior No Universitaria	1,918	1,139	779	1,918	0
Pedagógica	398	149	249	398	0
Tecnológica	1,520	990	530	1,520	0
Artística	0	0	0	0	0

Fuente: Ministerio de Educación. Censo Escolar

Es importante destacar que entre las instituciones de educación superior se encuentran:

Instituto Superior Tecnológico Público “Cañete”

Instituto Superior Tecnológico Público “Pacarán”

Instituto Superior Tecnológico Público “San José María Escrivá”

Instituto Superior Tecnológico Privado “Condoray”

Instituto Superior Tecnológico Privado “Valle Grande”

Instituto Superior Tecnológico “Jesús de Nazaret”

Tecno centro

Dichas instituciones brindan formación de carreras profesionales de nivel superior no universitario, ofertando las carreras profesionales de Agropecuaria, Contabilidad, Enfermería, Electrónica, Computación e Informática, Formación Docente,

Secretariado Ejecutivo, Administración de Servicios de Hostelería, Técnicas y Producción Agraria.

Funciona también la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, con sede en Imperial y Lunahuaná. Brinda estudios de Educación y Zootecnia.

Universidad Nacional del Callao, sede Cañete, brinda las carreras profesionales de Ingeniería de Sistemas, Ingeniería de Alimentos, Ingeniería Ambiental y Recursos Naturales, Administración, Contabilidad y Enfermería.

Universidad Privada Sergio Bernales, con sede en San Vicente de Cañete, oferta las carreras profesionales de Ingeniería de Sistemas y Computación, Obstetricia, Educación Secundaria, contando asimismo con un Centro de Idiomas.

El 10% de la matrícula se ha efectuado en centros Educativos ubicados el ámbito rural

g) **Salud**

Los servicios de salud en la provincia, son atendidos por la Dirección de la Red de Salud Cañete – Yauyos, cuya sede administrativa está en San Vicente de Cañete y la Dirección de la Red de Salud Chilca- Mala, cuya sede administrativa es San Antonio.

La primera de ellas presta servicios a nueve distritos como son: Cerro Azul, Imperial, Lunahuaná, Nuevo Imperial, Pacarán, Quilmaná, San Luis, Zúñiga y San Vicente de Cañete. Los servicios se traducen en 8 Centros y 17 Puestos de Salud. La segunda de ellas atiende los distritos de Asia, Coayllo, Mala, Calango, San Antonio, Santa Cruz de Flores y Chilca.

El principal objetivo del Sector Salud, es disminuir la morbimortalidad infantil y materna, la prevalencia de enfermedades crónicas y degenerativas, en el adulto y adulto mayor y disminuir la morbimortalidad por TBC, ITS y VIH, SIDA. En San Vicente de Cañete se encuentra el Hospital Rezola, perteneciente al Ministerio de Salud, atiende una población estimada de 25,000 personas. Paralelamente funciona el Hospital de ESSALUD Cañete que atiende a la población asegurada. Cuenta también con un Hospital Materno Infantil Ramos Larrea en Imperial y el Hospital De la Sanidad de la Policía Nacional en Nuevo Imperial.

Asimismo, funcionan clínicas particulares y Cáritas ha formado un centro de Terapia Física y Rehabilitación para pobladores de menores recursos.

Los servicios que se ofertan en el área de Salud a nivel Provincial, no son suficientes, ni en cantidad ni en calidad, existiendo una alta demanda por personal de la salud, pero una escasa oferta de los mismos.

h) **Electrificación**

Siendo la provisión y los servicios de Electrificación fundamentales para servir de soporte al desarrollo de la expansión urbana y a la generación de actividades socio económicas de la zona, así como favorecer a la población, es fundamental lograr una gran cobertura del servicio. Actualmente, en la provincia de Cañete se cubre en promedio sólo el 61% de las necesidades utilizándose en muchos casos energía hidráulica y térmica, tanto en los hogares como en actividades industriales.

i) **Industria**

La actividad industrial se localiza en la franja costera y su participación en el PBI, industrial nacional es reducida, considerando su bajo grado de desarrollo tecnológico, y que se expresa mayoritariamente a través de pequeñas y medianas

empresas. Las principales empresas que constituyen el sector industrial están en Cañete son una Fábrica de Aceite y Jabones, derivados lácteos.

Actividades vitivinícolas, avícolas y la Fabrica Desmotadora de Algodón y Procesadora de Marigold. Cabe mencionar que la pequeña empresa industrial presenta serias deficiencias estructurales en cuanto al conocimiento del mercado, precios, tecnología, capacitación para la gestión empresarial, comercialización de productos y relativo acceso a créditos, considerando su alto costo financiero.

5.5 Características de la Actividad Turística

El desarrollo de la actividad turística en la Provincia de Cañete, se da de manera muy diferenciada en los dieciséis distritos, tanto en la oferta turística como en la demanda de viajeros. Cabe anotar que algunos distritos tienen una oferta real y otros potenciales.

5.5.1 Oferta turística

a) Recursos/Atractivos Turísticos

La provincia tiene dos zonas definidas. La primera, la litoral o costera y la otra, la andina o sierra. La zona Litoral corresponde a siete distritos: Chilca, San Antonio, Mala, Asia, Cerro Azul, San Luis y San Vicente de Cañete, la capital provincial.

Los distritos de Chilca, Cerro Azul y San Vicente de Cañete, son los que tienen una oferta turística definida con una demanda relativa. La zona litoral ofrece diversas playas de gran atractivo y que permiten el desarrollo de actividades recreativas y deportivas. Incluso la realización de eventos de carácter internacional. Asimismo, otros atractivos monumentales histórico artísticos que le imprimen un interés

especial. La zona Andina o Sierra corresponde a nueve distritos: Santa Cruz de Flores, Calango, Coayllo, Quilmaná, Imperial, Nuevo Imperial, Lunahuaná, Pacarán y Zúñiga.

De los distritos antes mencionados de la zona litoral y de la zona andina, Santa Cruz de Flores y Lunahuaná, son los que cuentan con una oferta sólida, con gran demanda en el mercado nacional, como lo amerita la información provista por la Oficina de Estadística del MINCETUR, así como por la constatación in situ, efectuada durante la investigación.

Esta zona ofrece sitios naturales como ríos, valles, paisajes andinos y lugares pintorescos, donde se pueden efectuar actividades recreacionales, deportivas, de aventura y vivencial o rural y que han generado el desarrollo de diversos eventos de gran trascendencia. También se encuentran manifestaciones culturales como monumentos históricos y sitios arqueológicos.

Merece atención especial un gran atractivo de carácter folklórico que se da en toda la provincia y que ha generado que se denomine a Cañete como la “cuna del Arte Negro”, expresado en su música, danzas y expresiones populares que tienen gran acogida entre los visitantes. A todo ello hay que agregar la gastronomía típica que complementa la oferta turística.

b) Facilidades Turísticas

La Oficina de Estadística del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, ha provisto de información relativa a las tres principales actividades relacionadas al turismo como son los restaurantes, los establecimientos de hospedaje y las Agencias de Viaje sin embargo ninguna de ellas presenta la categoría respectiva. En todo caso

se tiene una visión panorámica del número y tipo de empresas que vienen funcionando a nivel distrital.

Teniendo en consideración la concentración de los tres tipos de empresas mencionados, Lunahuana es la que presenta una mayor participación, principalmente en hospedaje y agencias de viaje. San Vicente de Cañete se ubica en segunda posición. Ambos destinos tienen una connotación turística y hay una demanda permanente procedente de Lima.

Mala e Imperial se ubican en un segundo bloque concentrando fundamentalmente establecimientos de hospedaje y restaurantes, ello se explica por el gran movimiento comercial que se da en la zona.

Así queda establecido que hay una correlación entre la oferta y atractivos turísticos y la oferta de facilidades turísticas, con motivaciones diferenciadas de turismo y comercio. La Provincia de Cañete concentra una planta turística compuesta por restaurantes, establecimientos de hospedaje y agencias de viajes de regular y pequeño tamaño, de organización y administración familiar fundamentalmente y de servicios de mediana categoría. La provincia cuenta con 906 Restaurantes, 158 Establecimientos de Hospedaje y nueve Agencias de Viaje, distribuidas en sus distintos distritos

Restaurantes

En la provincia vienen funcionando 906 establecimientos de expendio de comidas y bebidas, como se observa en el Cuadro N° 9. Entre ellos deben considerarse bares, salones, cafeterías, pollerías, pizzerías, pastelerías y restaurantes.

San Vicente de Cañete, concentra el 26.3% de los establecimientos, seguido por Imperial con el 12.8% y Mala con el 15.9%, cabe anotar que los usuarios son de todo tipo considerando que son zonas de gran movimiento comercial y administrativo.

Cerro Azul, concentra el 5% y Lunahuaná el 5.9% de los establecimientos, y en este caso si hay una mayor presencia de visitantes por motivos recreacionales o de descanso.

Es preciso mencionar que no obstante la demanda de servicios, según manifestaron algunos visitantes a la zona lamentablemente el nivel de capacitación y de eficiencia del personal ocupado presenta grandes limitaciones, sin embargo, en distritos como Cerro Azul, Lunahuana, San Antonio de Flores y San Vicente, hay una mejora de la calidad del servicio considerando la presencia de visitantes foráneos procedentes principalmente de Lima.

Cuadro N° 9 Restaurantes de La Provincia de Cañete

DISTRITO	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS	%
ASIA	73	8.0
CALANGO	7	0.8
CERRO AZUL	46	5.0
CHILCA	76	8.4
COAYLLO	3	0.3
IMPERIAL	116	12.8
LUNAHUANÁ	53	5.9
MALA	144	15.9
NUEVO IMPERIAL	18	2.2
PACARÁN	9	1.0
QUILMANÁ	34	3.8
SAN ANTONIO	46	5.0
SANTA CRUZ DE FLORES	16	1.8
SAN LUIS	17	1.0
SAN VICENTE DE CAÑETE	238	26.3
ZUÑIGA	10	1.2
TOTAL	906	100

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Oficina de Estadística 2010
Elaboración propia

Agencias de Viajes

A nivel provincial solo hay nueve Agencias de Viaje inscritas, casi todas de tipo minorista, es decir que venden sus productos directamente al consumidor, como se observa en el Cuadro N° 10.

Lunahuaná cuenta con cinco Agencias de Viaje, es decir el 56% del total. Los servicios que ofrece no solamente son paquetes turísticos sino también servicios sueltos de canotaje y para deportes de aventura, considerando la existencia de una demanda nacional casi permanente.

San Vicente de Cañete concentra dos Agencias de Viaje, es decir el 22% que ofrecen básicamente servicios sueltos, tales como paseos, alquiler de kayaks, botes, cuatrimotos y caballos.

Cuadro N° 10 Agencias de Viaje de la Provincia de Cañete

DISTRITO	N° DE EMPRESAS	%
IMPERIAL	1	11.0
LUNAHUANÁ	5	56.0
SAN LUIS	1	11.0
SAN VICENTE	2	22.0
T O T A L	9	100.0

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Oficina de Estadística
Elaboración propia

Establecimientos de Hospedaje

La Provincia cuenta con 158 Establecimientos de Hospedaje no categorizados, como se observa en el Cuadro N°11, distribuidos en trece distritos.

La capacidad instalada es de 2012 habitaciones y 4245 plazas. El 23% de estas se ubican en el distrito de Lunahuana, 18% San Vicente de Cañete, seguido con el 18% por el distrito de Asia, Mala con el 14% e Imperial con el 12%.

Es decir, cinco distritos concentran el 85% de la capacidad instalada de total plazas. Lunahuana, por su afluencia turística y San Vicente de Cañete, por su movimiento comercial son los más representativos y los que mayor personal ocupado tienen. Los establecimientos tienen distintas denominaciones como Hotel, Hostal, Hospedaje, Centro Recreacional, Alojamiento, Camping y por tanto también distintos niveles de calidad en la prestación de servicios turísticos.

El personal ocupado, 386, muestra mayores niveles calidad en la prestación de servicios, observándose en mayor proporción en los establecimientos de mayor

categoría o de mayor movimiento como son los de Santa Cruz de Flores y los de Lunahuana.

Cuadro N° 11 Establecimientos de Hospedaje de la Provincia de Cañete

DISTRITO	N° Establecimientos	N° Habitaciones	N° Plazas	PERSONAL OCUPADO
ASIA	8	268	759	50
CERRO AZUL	10	109	268	25
CHILCA	5	46	68	11
IMPERIAL	20	248	492	44
LUNAHUANÁ	25	449	981	83
MALA	23	278	575	47
NUEVO IMPERIAL	4	14	26	2
PACARÁN	5	33	60	7
QUILMANÁ	3	16	38	4
SAN LUIS	1	6	18	3
SAN VICENTE	42	442	781	89
SANTA CRUZ DE FLORES	5	50	86	12
ZUÑIGA	7	53	93	9
TOTAL	158	2012	4245	386

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Oficina de Estadística 2010
Elaboración propia

c) Infraestructura

La Provincia de Cañete se encuentra interconectada con el resto del país a través de la Carretera Panamericana Sur, que comunica a los distritos costeros. Mediante desviaciones de dicha carretera se interna hacia la zona Andina. En el caso del acceso a Lunahuana, la carretera asfaltada llega hasta Zúñiga uniéndose a la vía afirmada de acceso a Yauyos. En algunos distritos, las vías internas son afirmadas, sin embargo, facilitan la comunicación. El servicio de transporte público cubre las necesidades de comunicación además de una gran presencia de vehículos particulares en zonas de interés turístico, como Así, Cerro Azul, Santa Cruz de Flores y Lunahuana.

Hay facilidades en cuanto a los medios de comunicación como el radio, la televisión, el cable y el internet, aunque con algunas restricciones. En términos generales la provincia cuenta con un equipamiento urbano capaz de satisfacer sus necesidades, aunque con algunas limitaciones, por lo que existen proyectos para la dotación de mayor energía y provisión de agua y alcantarillado suficientes, existiendo por parte del Gobierno Regional Lima proyectos para la ampliación de la capacidad energética y el mejoramiento de los servicios de agua y alcantarillado.

5.5.2 Demanda de Viajeros

La entidad encargada de levantar la Encuesta Mensual Hotelera a los Establecimientos de Hospedaje, que permite dimensionar el volumen y las características del mismo es la Oficina de Estadística del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Sin embargo, han expresado que los hoteleros no remiten la Encuesta y por tanto no tienen datos al respecto.

Por ello se ha recopilado información de los proveedores de servicios turísticos, así como de funcionarios de los Municipios pertinentes quienes en términos generales han expresado lo siguiente:

- ❖ Los distritos con afluencia turística son Lunahuaná, Santa Cruz de Flores y San Vicente de Cañete y en menor proporción Cerro Azul.
- ❖ Las visitas para los distritos costeros se dan con mayor énfasis durante los meses de diciembre a abril, principalmente durante los fines de semana.

- ❖ El mercado es nacional, juvenil y familiar, con un gasto promedio orientado al alojamiento, alimentación y recreación fundamentalmente, siendo en muchos casos el medio de transporte es particular.
- ❖ La demanda en términos generales no es inducida a excepción de determinadas fechas como Semana Santa y Fiestas Patrias y Festivales específicos y orientada prioritariamente hacia Azpitia en Santa Cruz de Flores y a Lunahuaná
- ❖ Los distritos con gran movimiento comercial son San Vicente de Cañete, Mala e Imperial, con una afluencia durante todo el año, con una permanencia máxima de dos noches. En este segmento el gasto es menor y fundamentalmente en asuntos necesarios como alojamiento, alimentación y transporte.

5.6 Proyectos para el Desarrollo Provincial

Se refiere a Proyectos Estratégicos que habilitaran la zona con energía capaz de apoyar y soportar el desarrollo de diversos tipos de actividades que beneficiaran a la población, contenidos en el Plan de Desarrollo Concertado de la Provincia de Cañete, 2008-2021.

a) Perú LNG Planta Pampa Melchorita

Considera el desarrollo, construcción, y operación de una planta de gas natural licuado (GNL), de una terminal marina de carga y de un oleoducto de gas natural.

La Planta GNL estará ubicada en Pampa Melchorita cerca de San Vicente de Cañete, a 169 Kms. al sur de Lima.

La inversión es de 2,300 millones de dólares para levantar la planta y el puerto y 700 millones para el ducto de gas y 800 millones de dólares para su puesta en operación. El Proyecto generará aproximadamente 800 millones de dólares anuales por exportaciones, convirtiendo al mediano plazo al país en un exportador neto de hidrocarburos. Asimismo, el Gobierno percibiría en promedio 200 millones de dólares anuales en regalías y 150 millones de dólares en impuestos adicionales los primeros 20 años. En cuanto a empleo, se espera que genere 35,000 entre directos e indirectos (durante su construcción) y 2750 durante la vida del Proyecto

Sin lugar a duda, será de gran beneficio para la población.

b) Central Térmica de Chilca

Está ubicada en el distrito de Chilca, cerca al ducto de gas natural y a la línea de transmisión de 220 Kw en la zona industrial del distrito.

Se encuentra en funcionamiento desde el 2006 y es la primera central construida para funcionar con gas natural. Entre el 2005 y el 2009 se construyeron 3 turbinas con una inversión total de 180 millones de dólares, las cuales generan una potencia efectiva de 535.9 MW

c) Concesión Línea de Transmisión Eléctrica Chilca – La Planicie-Zapallal

Tiene por finalidad el refuerzo del sistema de transmisión que une la zona de Chilca con el resto del Sistema Eléctrico Interconectado Nacional (SEIN).

El proyecto permitirá llevar la energía proveniente de los nuevos proyectos de generación termoeléctrica en base al gas de Camisea ubicados en Chilca donde hay centrales que serán ampliadas. La empresa colombiana Interconexión Eléctrica se adjudicó la concesión por 30 años de las obras de diseño, construcción, operación y mantenimiento de la línea de transmisión, cuya extensión es de 94 kilómetros. La inversión total será de US\$ 52'233.90. El proyecto comprende 2 etapas a ejecutar en 5 años.

d) Central Hidroeléctrica El Platanal

Si bien es cierto no es un Proyecto, dada la envergadura de la obra merece destacar. En abril del presente año se inauguró la segunda más grande del país, que asegura el abastecimiento de energía a diversas regiones.

El Platanal, ubicado a 900 msnm en la zona de San Juanito en el distrito de Zúñiga, es un proyecto construido en los últimos tres años con una inversión de 330 millones de dólares, y que aprovecha las aguas del río Cañete para generar un promedio de un millón 100 mil megavatios-hora por año de energía. Tratándose de una central hidroeléctrica, aprovecha un recurso natural renovable para producir energía limpia, lo cual contribuye al bienestar de las poblaciones de sus alrededores como Yauyos y Cañete. Toda la obra de El Platanal comprende un embalse de regulación estacional, ubicado sobre la laguna Paucarcocha, con una capacidad para almacenar hasta 70 millones de metros cúbicos de agua, a 4,200 msnm, en el distrito de Tanta, en la provincia de Yauyos.

La central propiamente dicha tiene una potencia de 220 megavatios, logrados con dos turbinas tipo Pelton de seis inyecciones que mueven dos generadores de 120 megavatios cada uno.

Además de abastecer de energía eléctrica, el embalse de regulación estacional de El Platanal contribuirá a un manejo responsable del recurso hídrico de la zona, para reducir los riesgos de las peligrosas crecidas del río Cañete durante la época de lluvia y aumentando la disponibilidad de agua durante el estiaje, principalmente para fines agrícolas.

La central es propiedad de la Compañía Eléctrica El Platanal (CELEPSA), la cual pertenece a la empresa Cementos Lima. Su construcción se inició en octubre del año 2006, y finalizó en diciembre del 2009, cuando comenzó a operar en prueba. Los proyectos antes citados proveerán de energía a la Provincia, permitiendo el desarrollo de diversas actividades que en conjunto traerán mayor desarrollo económico y mejora de calidad de vida a la población.

CAPÍTULO SEXTO

SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO EN CERRO AZUL, SANTA CRUZ DE FLORES, SAN VICENTE DE CAÑETE, LUNAHUANÁ, PACARÁN Y ZÚÑIGA

El presente capítulo considera información específica y detallada de los distritos en operación para el turismo, como son Cerro Azul, Santa Cruz de Flores, San Vicente de Cañete y Lunahuaná. Asimismo, de potenciales destinos turísticos como son Pacarán y Zúñiga.

Producto de la recopilación de la información bibliográfica, la cual se menciona en la bibliografía, así como de las entrevistas efectuadas, las que se detallan en el Capítulo Cuarto, y de la Encuesta realizada a visitantes, proveedores de servicios y pobladores de la zona en estudio, en los distritos considerados se ha obtenido información cualitativa y cuantitativa que permite conocer y analizar la actual situación turística del Circuito mencionado y tener un diagnóstico vigente. Ello servirá de base para determinar las posibilidades turísticas de los distritos de Pacarán y Zúñiga.

6.1 Organización Institucional

Es importante reconocer el rol y funciones que deben desempeñar las organizaciones, sean públicas o privadas, para promover el desarrollo de una localidad, región o país.

En el caso de la Provincia de Cañete, diversas instituciones estatales y privadas tienen oficinas descentralizadas en la capital provincial, es decir San Vicente de Cañete.

6.1.1 Sector Público

Siendo la Provincia de Cañete, parte integrante de la Región Lima, funciona una Oficina Zonal en San Vicente de Cañete. Para el 2011, funcionará la Sede del Gobierno Regional de Lima.

El Gobierno Regional a través de la Gerencias Regionales de Desarrollo Económico, Desarrollo Social e Infraestructura, realiza las funciones de los diferentes Ministerios a través de las Direcciones Regionales de cada uno de ellos.

MINISTERIOS	OTRAS INSTITUCIONES
Agricultura	Ministerio Público
Comercio Exterior y Turismo	Poder Judicial
Educación	Registros Públicos
Energía y Minas	SUNAT
Interior	
Producción	
Salud	
Trabajo y Promoción del Empleo	
Transportes y Comunicaciones	
Vivienda	

No obstante haberse delegado funciones del Gobierno Central a los Gobiernos Regionales a nivel nacional, aun no se ha implementado adecuadamente en cuanto a recursos humanos, técnicos, logísticos y económicos que permitan desarrollar adecuadamente las funciones. Ello genera un retraso en las decisiones y acciones que a cada órgano regional le corresponde.

6.1.2 Sector Privado

En este aspecto cabe mencionar la existencia de instituciones y asociaciones gremiales, sociales, vecinales, comunitarias y ONG's. Cada una de ellas desarrolla sus funciones de acuerdo a sus propios Estatutos y Reglamentos Internos, sin embargo, merece destacar que todos orientan sus esfuerzos y relativos recursos económicos y logísticos, para lograr el cumplimiento de sus fines, destacando:

Asociaciones de Vivienda
Club de Madres
Comedores Populares
Comités Cívicos
Comunidad Campesina de Cañete
Juntas Vecinales
Organizaciones Sociales de Base

6.2 Destinos Turísticos en Operación

De los 16 distritos de la Provincia de Cañete, solo algunos están desarrollando su potencial turístico, fundamentalmente dirigidos al turismo interno y en mínima proporción al turismo receptor.

Y esto permite ofertar tanto la costa con actividades recreacionales deportivas, así como la zona andina con actividades deportivas de aventura. En ambas zonas la gastronomía típica complementa las otras actividades.

Los distritos en operación con diferente nivel de participación en la actividad turística son Cerro Azul, Santa Cruz de Flores, San Vicente de Cañete y Lunahuaná.

La información consignada, en los distritos que se analizan en el presente capítulo proviene de varios números de la Revista Ilustrada Turismo Total, del Gobierno Regional de Lima, de la Municipalidad Provincial de Cañete, de varias páginas Webs y libros que se incluyen en la bibliografía.

6.2.1 Distrito de Cerro Azul

a) Ubicación:

En la zona costera a la altura del Km. 132 de la Carretera Panamericana Sur.

b) Límites:

Por el Norte con el distrito de Asia,

Por el Sur con San Luis,

Por el Este con Quilmaná y

Por el Oeste con el Océano Pacífico

c) Superficie:

105.08 Km²

Gráfico No 3 CIRCUITO TURÍSTICO CAÑETE- LUNAHUANA – PACARÁN - ZÚÑIGA



Fuente: Informática 3 i Noticias

d) **Principales Recursos / Atractivos Turísticos:**

Sitios Naturales:

Playas:

Por ser un distrito ubicado en el litoral, su principal recurso son las playas, como: Puerto Viejo, Los Reyes, Los Lobos, Cerro Colorado, Gallardo, Puerto Fiel, Chepeconde y Playa Blanca.

Sus Playas ofrecen la posibilidad de realización de actividades recreacionales - deportivas como natación, surf, windsurf, motonáutica entre otros. Dadas las características de las mismas, en algunas de ellas se realizan campeonatos de surf. Destaca en la Playa de Cerro Azul, el muelle, que tuvo categoría de puerto menor y que debido al poco movimiento comercial dejó de funcionar. Según el Gobierno Regional Lima, recientemente se desarrolló un proyecto para la rehabilitación del antiguo desembarcadero y muelle Cerro Azul para la recreación y el turismo. Este consideró la iluminación del muelle, la reparación del piso y la estructura del muelle de madera de 1,360 m².

El proyecto beneficiará a una población de 3,700 habitantes, habiendo sido ejecutado por el Gobierno Regional de Lima, siendo la inversión de S/. 1'020,000 (Nuevos Soles).

La pesca en el distrito es de tipo artesanal, es decir en aprovechamiento de los recursos ictiológicos del mar, para consumo en forma directa de la población. Para ello utilizan embarcaciones artesanales como chalanas o zapatos, lanchas y botes con motor fuera de borda.

Manifestaciones Culturales

Sitios Arqueológicos:

Con respecto a los sitios arqueológicos www.arqueologiadelperu.com, así como el estudio efectuado por Estudio del Impacto Ambiental Variante Cañete, realizado por Walsh Perú S.A. (2002), consigna referente a Cañete que el sitio arqueológico de Cerro Azul es un asentamiento urbano constituido por varias edificaciones y es uno de los principales complejos arqueológicos en el Valle de Cañete.

Fue construido por la Sociedad del Señorío de Guarco, correspondiente al periodo intermedio tardío y durante el periodo horizonte tardío. Fue un núcleo estratégico de la administración incaica en la costa central del país.

Está organizado en tres sectores. El primero con estructuras de la época Inca, muy cerca al acantilado y sobre los Cerros Centinela y el Fraile.

El segundo constituido por más de 12 conjuntos arquitectónicos preincaicos, edificados en tapial, entre la falda del Cerro Camacho y la Playa al sur del acantilado.

El tercer sector con terrazas artificiales en las laderas oeste del Cerro Camacho, donde se encuentran contextos funerarios y estructuras menores.

Algunos cronistas, según Villar Córdova (1935), como Cieza de León, Garcilaso de la Vega y Cobo, manifestaron que los Incas tuvieron una gran lucha para poder controlar el Valle de Cañete. También hacen una descripción de la fortaleza de Guarco, hecha construir por Pachacutec y terminada por Túpac Yupanqui.

En el Cerro El Fraile se observa un edificio rectangular, construido con adobes y clásicos nichos trapezoidales incaicos, escaleras, rampas, muros de piedra y un mirador en las peñas ubicadas frente al mar. Se estima que tuvo

funciones de observatorio y control del tiempo, así como para la realización de rituales mágicos y religiosos.

En el Cerro Centinela, se aprecia una construcción de forma ovalada, estando su perímetro conformado por basamentos de mampostería de tipo almohadillado, adheridos a la roca madre. Dada su estructura tuvieron una función administrativa, así como para celebrar actos rituales.

Folklore

Gastronomía

Merece destacar que la Gastronomía típica es en base a pescados y mariscos de la zona.

e) Facilidades Turísticas

Cerro Azul ofrece facilidades para la permanencia del visitante, con niveles intermedios y planta de pequeña envergadura.

En cuanto a los servicios turísticos, según información proporcionada por la Oficina de Estadística de Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2010), sólo se encuentra disponible información en cuanto a Restaurantes, Hospedaje y Agencias de Viaje.

Restaurantes

Cerro Azul, cuenta con 46 Restaurantes, como se observa en el Cuadro N° 12, no categorizados y en algunos casos sin nombre comercial, son de reducida capacidad instalada y ofrecen principalmente gastronomía típica de la zona en base a pescados y mariscos. Su servicio es de relativa calidad.

Cuadro N° 12 Restaurantes en Cerro Azul

RAZÓN SOCIAL	NOMBRE COMERCIAL
ARIAS MANCO MIGUEL ÁNGEL	
ARIAS QUISPE ELSA ISABEL	
AVALOS ROEDER JULIO CESAR	RESTAURANT EL PEZ TRULO
ÁVILA MENDOZA PEDRO CARLOS	BRISA PORTEÑA
BARRAZA MEZA JHOANNA LIZETH	CHICHARRONERÍA ANGÉLICA
BARRAZA VÁSQUEZ AUGUSTA DEL CARMEN	-
BLAS GARCÍA JANET ROXANA	-
CALAGUA ÁVILA GUILLERMINA ROSALÍA	
CANELO HUAPAYA GREGORIO JESÚS	RESTAURANT FABIÁN
CERVANTES MEZA AUDRY MELISSA	-
CHOU TANG GUILLERMINA EMILIA	SERVIPAN
COLLAHUA MONZÓN MARITZA MAGDALENA	GINO
CORPORACIÓN PARAÍSO AZUL S.A.C.	-
DÁVILA DE CAMPOS NANCY MARGARITA	EL PESCADOR
ECHÉANDIA RUIZ CARLOS JESÚS	RESTAURANT FRANCHESKOLI
FRANCIA CAMACHO YESENIA CONSUELO	
FRANCIA CAMPOS SANDY LISSET	RESTAURANT PESCADOR
FRANCIA DE CAMACHO CELESTINA NOEMÍ	RESTAURANT DON SATU
FRANCIA HUAMANI ANA FELICITA	EL ESPAÑOL
GIL GONZALES LUISA DORIS	
GUERRERO FRANCIA HERNÁN ESTEBAN	EL BUEN PALADAR
GUTIÉRREZ DE ESPINOZA VICTORIA FELICITA	
HUANCA CANGALALLA JUAN ALBERTO	RESTAURANT D-GÉNESIS
HUARI HUAMÁN FREDY	
KADENA ODO RICARDO	
KANAOTO DE LA MADRID MARÍA ANGÉLICA	
LANDA AVALOS ALEJANDRO JACINTO	
LAZO CAMPOSANO JAVIER	
LEÓN AVALOS ANA CECILIA	
LIZARME CARBAJAL JUANA LUCILA	-
MENDIVIL SÁNCHEZ DIMPNA PAOLA	
OCHARAN MALASQUEZ ANGIE LISSET	
PADILLA QUISPE SINDY LIZBETH	-
PADILLA VARGAS RUBÉN MANUEL	
PAZOS FIASCUNARI LUZ ALIDA DEL SOCORRO	DON MATÍAS
RODRÍGUEZ CÉSPEDES JORGE NOLBERTO	
ROJAS CANELO JHOEL FRANCISCO	-
SÁNCHEZ CARLESSI JAIME ROLANDO	
SÁNCHEZ ZAVALA CARLOS MANUEL	

SERVICIOS DE HOSPEDAJES CERRO AZUL S.A.C	RESTAURANT CERRO AZUL
VALDIVIA DE MEZA EVA JESÚS	RESTAURANT EL CALAMAR
VECCO ARANA ALFREDO	LA FRAGATA
VICENTE ESPINOZA ENZO CARLOS	RESTAURANT PUERTO AZUL
VILLALVA BALBÍN YOLA HAYDA	
YÁÑEZ DE SOLANO CARMEN ROSA	EL CORDEL
YÁÑEZ FRANCIA MARÍA DEL CARMEN	

Fuente Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Oficina de Estadística 2010
Elaboración propia

Establecimientos de Hospedaje

Cerro Azul cuenta con 10 establecimientos de hospedaje, como se observa en el Cuadro N° 13, no categorizados, en conjunto tienen una capacidad instalada de 109 habitaciones y 258 plazas. Laboran 25 personas en conjunto.

Merece destacar que solo un hostel oferta 26 habitaciones, 70 camas y tiene un personal ocupado de 10 empleados; este establecimiento viene años trabajando en la zona y tiene una imagen ya establecida y una demanda permanente, se halla ubicado en la playa.

Cuadro N°13 Establecimientos de Hospedaje Cerro Azul

NOMBRE	CATEGORÍA	PERSONAL OCUPADO	NUMERO HABITACIONES	N° PLAZAS
HOSPEDAJE YENNIFER	NC	1	6	14
ÁVILA	NC	0	0	0
HOSPEDAJE DIANA	NC	2	13	28
CASA HOSPEDAJE LOS DELFINES	NC	0	0	0
LA CASITA	NC	3	18	39
HOSTAL LAS PALMERAS	NC	3	17	46
HOSPEDAJE LAS GAVIOTAS	NC	2	21	50
HOSTAL CERRO AZUL	NC	10	26	70
PUERTO AZUL	NC	2	5	15
HOSPEDAJE NAPOLITANO	NC	2	3	6

NC: No Categorizado

Fuente Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Oficina de Estadística 2010

Elaboración propia

Agencias de Viaje

En Cerro Azul, no funciona ninguna Agencia de Viajes. Cuando el turista desea efectuar alguna visita especial lo solicita al recepcionista del establecimiento de hospedaje quien lo canaliza hacia profesionales independientes

f) Infraestructura

Cerro Azul está interconectado a la ciudad Capital a través de la Carretera Panamericana Sur, a 132 Kms., de distancia (Editora Automás, 2004) lo que implica dos horas treinta en transporte público y una hora y media en transporte particular, en promedio.

Existen numerosas líneas de transporte terrestre que conducen a Cerro Azul.

La ciudad cuenta con facilidades para las comunicaciones a nivel nacional e internacional.

Asimismo, dispone de equipamiento urbano, agua, energía y alcantarillado que provee los servicios para la población existiendo algunos proyectos de ampliación y de mejora de los mismos, pero que puede apoyar un desarrollo turístico mayor

g) Flujo de Visitantes

Habiéndose recurrido a la Oficina de Estadística del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo en Lima, para obtener la información pertinente, indicaron que la forma de medir el flujo de visitantes a los establecimientos de hospedaje, se efectúa mediante la Encuesta Hotelera Mensual. Sin embargo, ninguno de los hoteles del Distrito envía información, por tanto, los datos que se consignan provienen de informantes de algunos de los establecimientos de hospedaje más calificados.

- ❖ La época de mayor afluencia de visitantes nacionales se da en los meses de diciembre a abril, es decir durante la época estival. También se produce durante los fines de semana largos, Semana Santa y Fiestas Patrias. El promedio de permanencia es de dos a tres días.
- ❖ Los visitantes en un 90% son nacionales, cuya motivación principal es el descanso y las vacaciones.

6.2.2 Distrito de Santa Cruz de Flores

a) Ubicación:

Cerca de la zona costera, hacia el este de la Provincia a la altura del Km. 80 de la Panamericana Sur, desvío a la Panamericana antigua y siguiendo la ruta a San Antonio, con quien limita.

b) Límites:

Por el Norte con Chilca

Por el Sur con Mala

Por el Este con Calango

Por el Oeste con San Antonio

c) Superficie:

100.06 Km²

d) Principales Recursos / Atractivos Turísticos

Sitios Naturales:

Lugar Pintoresco

Es un distrito que se encuentra circundado de árboles de olivo y frutales que le dan gran singularidad al paisaje.

El Valle del río Mala permite apreciar lugares pintorescos y desarrollar algunas actividades recreativas y de observación.

Merece una atención especial el Caserío de San Vicente de Azpitia, llamado también “El Balcón del Cielo”, por estar ubicado en unos acantilados en la margen derecha donde se observa el valle de Mala y sus armoniosos campos cultivados

Manifestaciones Culturales:

Arquitectura y Espacios Urbanos

Templo Colonial

Fue reconstruido en 1942 con material noble. Su fachada es simple con dos torres. Lamentablemente con el terremoto del 2007, la Iglesia fue seriamente dañada habiéndose caído la bóveda, el techo y partes interiores.

Actualmente se viene reconstruyendo la misma, con aportes del sector privado, trabajos que se han iniciado en el 2008.

Plaza de Armas

La Plaza de Armas, es de cemento alrededor de la cual se ubican la Iglesia Matriz, la Municipalidad y otras instituciones.

En el centro se ubica una columna que en sus cuatro caras muestra relojes en la parte superior.

Los jardines están muy bien cuidados y protegidos por una reja de mediana altura, se observan también bancas para los visitantes y varios árboles, como cipreses y palmeras le dan un carácter especial a la plaza.

Sitio Arqueológico:

La Ollería

El Cerro La Ollería se halla ubicado en el límite de los distritos San Antonio y Santa Cruz de Flores. Se accede por la entrada de San Antonio a 2 Kms., de distancia.

Tiene un área de 27.35 hectáreas y un perímetro de 3,478 metros.

Según la Municipalidad Distrital de San Antonio, El Cerro La Ollería fue un gran complejo habitacional, edificado con adobe.

El edificio principal muestra muros de 60 a 85 cms., de espesor efectuados con adobes rectangulares. Tiene una altura aproximada de 8 a 10 metros y denota el uso de piedras en su arquitectura. Esta pegado a la ladera del cerro que mira hacia la izquierda. Se observa tanto en la parte llana baja de la quebrada como en sus

laderas desde el inicio hasta el fondo diversas estructuras menores que parecieran haber sido habitaciones o viviendas familiares.

Al parecer este recinto tenía funciones públicas y/o de control social.

Por su arquitectura, de adobe y piedra, diseño y material de construcción este sitio arqueológico que estuvo en funcionamiento durante el periodo intermedio tardío hasta la dominación Inca del Valle, vale decir entre 1100 D.C., 1535 D.C.

Folklore:

Gastronomía

Lo más destacado de la gastronomía del distrito se manifiesta en los restaurantes grandes y pequeños del Caserío de Azpitia. El principal insumo es el camarón, el cual se prepara de diversas formas en entradas, sopas y segundos. Asimismo, se observa comidas en base a pato y cuy entre otros.

e) Facilidades Turísticas

Restaurantes

El pueblo de Santa Cruz de Flores ofrece algunos locales de venta de comida típica muy pequeños y de limitada calidad.

El Caserío de Azpitia es el centro neurálgico y principal de la oferta de la gastronomía de la zona. Se ha constituido en un atractivo lugar por su paisaje y la posibilidad de desarrollar actividades recreativas para visitar durante los días domingos y feriados, por parte de la población residente en Lima.

Azpitia concentra dieciséis restaurantes de gastronomía típica, como se observa en el Cuadro N° 14) destacando la comida en base a camarones principalmente, además de platos con pato y cuy y los típicos tamales de a kilo y los picarones de

yuca, de buena calidad, sin embargo, no están categorizados. Dichos establecimientos, son amplios y ofrecen instalaciones recreativas para toda la familia.

Cuadro N° 14 Restaurantes en Santa Cruz de Flores

RAZÓN SOCIAL	NOMBRE COMERCIAL
A & B ENTRETENIMIENTOS S.R.L.	A & B ENTRETENIMIENTOS
ABURTO CHAUCA CLARA NATIVIDAD	RESTAURANT LA CABAÑITA
ABURTO HUAPAYA CLARA ELISA	
AGAPITO HUACHO GLADYS FELICITA	
ARIAS DE CONDE ALEJANDRINA	REST.TUR.SALON REC. DOÑA ALEJA
AVALOS HERNÁNDEZ CARMEN MERCEDES	
BALCÓN DEL CIELO S.A.C	BALCÓN DEL CIELO
BANCAYAN DE AVALOS MARILÚ SMITH	
CELIS DE ARIAS GRACIELA	-
CHAMPAC ARIAS HERLESS ADOLFO	
HUAPAYA DE RUIZ JULIA LUISA	REST.LA TÍA JULIA
INVERSIONES EL MAYORAL S.A.C	EL MAYORAL DE AZPITIA
LABBE PÉREZ DE FIGUEROA ROSA GLADYS	LA FLOR DE LA CANDELA
MANCO AYALA ROSA HELIDA	JOSMY
PONCE SARTORI DE LLERENA JUANA MARÍA	
QUISPE AGREDA ERLINDA	
RUIZ DE GUEROVICH MAGDA	RESTAURANT MARUJITA

Fuente Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Oficina de Estadística
Elaboración propia

Bodegas Vitivinícolas

Siendo la zona de tierras fértiles, buen clima y suficiente disposición de agua, se han instalado desde hace décadas, algunas bodegas vitivinícolas, cuya producción de vinos, piscos, macerados y vinagre de manzana, de óptima calidad que tienen gran demanda en la clientela visitante.

A Santa Cruz de las Flores se le denomina “Capital del Vino y del buen Pisco”, considerando la calidad de su producción.

Destacan:

- ❖ Bodega de Pisco El Sarcay
- ❖ Bodega El Carmen
- ❖ Bodega San Antonio
- ❖ Bodega Sucursal Andrés Arias Ayala
- ❖ Bodega Viña Diez
- ❖ Bodega Viña Florino

Durante la visita a la zona se hace ya obligado conocer las Bodegas Vitivinícolas organizándose un circuito turístico especializado.

Establecimientos de Hospedaje

El Distrito cuenta con cinco establecimientos de hospedaje, no categorizados. Con una capacidad instalada de 50 habitaciones y 86 plazas, dando empleo a 12 personas, como se observa en el Cuadro N° 15.

Merece destacar que un solo establecimiento cuenta con 18 habitaciones y 36 camas. Este tiene muy buenas instalaciones y muy buen servicio de restaurante, tiene una imagen ya lograda en el mercado y dispone de instalaciones recreativas.

La mayor parte de los establecimientos se ubican en el Caserío de Azpitia, aunque también hay otros más pequeños y de administración familiar ubicados en el pueblo de Santa Cruz de Flores

Cuadro N° 15 Establecimientos de Hospedaje Santa Cruz de Flores

NOMBRE	CATEGORÍA	PERSONAL OCUPADO	NÚMERO HABITACIONES	N° PLAZAS
HOSPEDAJE ARIAS	NC	2	10	10
HOSPEDAJE SANTA CRUZ	NC	3	8	16
HOSPEDAJE MI CASA	NC	2	8	12
LAS FLORES DE LA FAMILIA HUAPAYA	NC	1	6	12
EL MAYORAL DE AZPITIA	NC	4	18	36

NC: No Categorizado

Fuente Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Oficina de Estadística/Elaboración propia

Agencias de Viaje:

No existen Agencias de Viaje ni en Santa Cruz de Flores ni en Azpitia, en caso de necesidad, el visitante acude por orientación al administrador del restaurante o el recepcionista del hotel.

f) Infraestructura

Para acceder a Santa Cruz de Flores se llega a través de la Autopista de la Carretera Panamericana Sur, tomando el desvío a la altura de la Playa León Dormido, siguiendo la Antigua Panamericana Sur hasta la altura del Valle de Mala, al llegar al pueblo de San Antonio, capital del Distrito del mismo nombre se toma la vía asfaltada que conduce a Santa Cruz de Flores. Se llega mediante transporte público, procedente de Lima, en la ruta a Mala, de ahí se toma un microbús que lleva a Santa Cruz de Flores y Azpitia.

Sin embargo, se observa que los visitantes por turismo viajan en transporte particular mayoritariamente. En cuanto al sistema de comunicaciones, cuentan con servicios telefónicos, de televisión, radio e Internet, en este caso solo de uso privado.

El equipamiento urbano, presenta limitaciones para satisfacer las necesidades de la población, aunque parcialmente, da facilidades para el desarrollo de algunos servicios turísticos.

g) Flujo de Visitantes

La Oficina de Estadística del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, informó que no tienen datos estadísticos en la provincia, debido a que los establecimientos de hospedaje no efectúan la Encuesta mensual hotelera. Los datos que se consignan a continuación, provienen de informantes tanto de establecimientos de hospedaje como de restaurantes.

- ❖ En el caso de este distrito, el centro prioritario de visita es el Caserío de Azpitia, donde se ubican los mejores restaurantes y hoteles.
- ❖ Los visitantes son prioritariamente nacionales, excursionistas que visitan durante un día la localidad por motivos de recreación y descanso.
- ❖ Acceden generalmente en vehículo particular y en grupos de familiares y amigos.
- ❖ El flujo es regular durante todo el año, notándose con mayor intensidad durante los fines de semana, semana santa y las fiestas patrias.

6.2.3 Distrito de San Vicente de Cañete

Por ser la capital provincial, cuenta con infraestructura y equipamiento urbanos que sirven de soporte al desarrollo de diversas actividades, entre ellas el turismo.

Prácticamente se constituye en el punto de ingreso para el principal circuito turístico de la provincia, es decir Cañete - Lunahuaná, teniendo como perspectiva la posible

incorporación de los distritos de Pacarán y Zúñiga, con la finalidad de complementar los atractivos del circuito y ofertar nuevas alternativas.

a) Ubicación:

En la Zona Costera a la altura del Km. 143 de la Carretera Panamericana Sur

b) Límites:

Por el Norte con San Luis

Por el Sur con Chincha

Por el Este con Lunahuana

Por el Oeste con el Océano Pacífico

c) Superficie:

513.15 Km²

d) Principales Recursos / Atractivos Turísticos

Manifestaciones Culturales

Arquitectura y Espacios Urbanos

El Castillo Unanue.

Su construcción se inició a finales de 1843 y concluyó alrededor de 1900. Los vitrales, los mármoles y las rejas de fierro y bronce procedían de la ciudad italiana de Carrara. Es de arquitectura mozárabe siguiendo el estilo gótico.

Los túneles y calabozos que existen bajo el Castillo de Unanue, se usaron en 1924 como la primera cárcel en Cañete. Según la tradición oral de Cañete, el Castillo tiene tres túneles. Uno conecta con la Hacienda Montalbán a 3 km. El otro con la Hacienda Arona a 5 km. y de allí al puerto de Cerro Azul a 10 km. El tercer túnel tendría salida en la playa de Cochahuasí a 3 km.

En 1972, fue declarado Monumento Histórico Nacional, por el Instituto Nacional de Cultura.

Actualmente se encuentra en estado de semi abandono, mostrando las inclemencias del tiempo y el descuido en cuanto a su mantenimiento.

Casa Hacienda Montalbán.

Ubicada a la altura del Km. 142 de la Carretera Panamericana Sur, frente a San Vicente de Cañete. Fue productora de trigo y caña de azúcar, desarrollando también la industria harinera, azucarera y la del aguardiente.

Ha sido declarado monumento histórico nacional por el Instituto Nacional de Cultura. Durante 9 años vivió el prócer chileno, Bernardo O'Higgins.

Se estima que fue construida en 1787, posee amplios pasadizos y grandes jardines, así como compartimentos subterráneos e incluso un túnel.

Actualmente se requiere mantenimiento.

Casa Hacienda Arona.

Ubicada a la altura del Km., 141 de la Panamericana Sur.

Su nombre original fue "Matarrones". Ahí vivieron condes, duques y el célebre prócer de la emancipación Don Antonio Unanue y Pabón.

Se construyó en el Siglo XVII, terminándose en el Siglo XVIII.

Fue declarado Monumento Histórico Nacional en 1972 por el Instituto Nacional de Cultura.

Plaza de Armas

Construcción moderna, centro neurálgico de la ciudad, destaca su pileta ornamental y dos estatuas dedicadas al Arte Negro en Cañete y a la actividad agrícola. Tiene áreas verdes cercadas por rejas de mediana altura, así como arbustos y árboles

que le dan atractivo al espacio, el cual se haya adecuadamente iluminado. Alrededor de ella se encuentran ubicadas la Iglesia principal y la Municipalidad.

Santuario de la Madre del Amor Hermoso

Se venera la imagen de la Patrona de la Prelatura de Cañete, Yauyos y Huarochirí, fue tallada por el artista español Manuel Caballero. En la parte central del Santuario, está el retablo de la Virgen. Hay dos Capillas laterales, la de San José y de de San José María Escriba de Balaguer. Tiene un hermoso campanario, y una bella arquería que rodea el fondo del Santuario, con los quince misterios del Santo Rosario. Cuenta también con confesionarios y una gradería de cemento, con una acústica de primera.

Sitios Arqueológicos

Resto Arqueológico de Canchari

Se ubica a 1 Km., al norte de San Vicente de Cañete, en la parte baja de las ramificaciones de los cerros Tembladera y Candela. Ubicado en terrenos de la antigua hacienda Arona, hoy Cooperativa de Producción Unanue.

Antiguamente era llamada "El Ahorcado", pues se estima que ahí ahorcaban a los rebeldes del Huallico.

Su construcción es pre Inca y "comprende un extenso conjunto arquitectónico rodeado de gruesas y altas murallas de adobón, algunas dobles con bastiones en los sitios donde la pendiente del Cerro es mayor. Se observa grandes y gruesas paredes tapiales, dos entradas, plazoletas, cuartos independientes y torreón.

En sus contornos existen restos de andenes de cultivo y de un canal que traía el agua desde las alturas de Socsi" (Perú LNG S.R.L. 2003:4).

Fortaleza de Hungará

Aun estando ubicada dentro de la jurisdicción del distrito de Imperial y por ser un resto arqueológico de gran importancia para la provincia se consigna en el distrito de San Vicente de Cañete, al ubicarse a sólo 5 kilómetros.

Para Villar Córdova Fue esta fortaleza el último reducto del guerrero Chuquimanco en la cruel guerra que tuvieron los Incas con el Guarco.

Se halla situada sobre un gigantesco peñón de forma cónica ubicado entre las haciendas de Hungará y Montejato. Domina todo el valle de Cañete y servía para proteger los Señoríos de la Costa de las posibles invasiones andinas, por la quebrada de Lunahuaná.

Así se aprecian las siguientes áreas:

Las Murallas

La base del Cerro está rodeada por murallas de circunvalación, la parte inferior está construida con piedras hasta 1.40 metros de altura y las paredes son de adobón.

El Acueducto

Se inicia la ascensión por el lado de la acequia Mariangola, antiguo acueducto, una de cuyas fosas entra por la toma de Hungará, para proveer de agua a la fortaleza corriendo dentro de la primera muralla que la protege, cuyos cimientos son de bloques de piedra para sostener el muro de contención y el acueducto.

Siguiendo por la cuesta, se observan fragmentos de murallas de piedras pequeñas que forman parte del segundo muro de circunvalación que rodea el cerro.

El Segundo Baluarte

Esta muralla tiene un trazo irregular debido al terreno, principalmente en el lado que se orienta hacia el río Cañete, con pendientes y desfiladeros. Este favorecía la defensa del Baluarte de los sitiadores.

La Plaza Principal

Hacia el oeste se levanta una colina independiente del cerro, pero unida a él en su base, rodeada de andenes.

En la cumbre se observa una ciudadela con numerosos cuarteles, donde probablemente se alojaron los defensores de la primera muralla.

Sobre una explanada del cerro se presenta una “gran plaza cuadrangular”, circundada por murallas de adobón, con bastiones y dos o tres muros de contención ensanchados por su base, así como un gran pórtico frente al valle de Hungará, de donde parte un camino que va por la falda del cerro.

Hacia el sureste hay construcciones bastante bien conservadas a modo de palacio, de paredes enlucidas con barro amarillo y que no han sufrido deterioro porque los protege un pequeño Castillo en la parte este que recibe a los fuertes vientos que soplan por ese lado.

Los edificios tienen puertas trapezoidales, corredores, callejas y plataformas que se escalonan en la falda del cerro.

Las Almenas y Troneras.

Presentan tres grandes baluartes en gradería divididos por grandes murallas de barro apisonado, reforzadas con dos o tres yuxtapuestas cuya principal

característica es tener una de ellas y la más elevada, un borde recortado que representa casas.

Frente a estos muros se encuentra formando un anfiteatro unas celdas que debieron ser apostaderos de centinelas. Junto a estas hay muros muy gruesos, esta sección domina hasta las riberas del mar.

El Adoratorio y La Atalaya

En la cúspide del cerro y al centro del conjunto de casas, muros, corredores, pasadizos y galerías está el “altar piramidal”, orientado hacia el este que sirve como el lugar más seguro para protegerse de los embates de las fuerzas invasoras. Esta es una real atalaya desde la cual se podían comunicar e impartir sus órdenes.

Por las inclemencias del tiempo, lluvias, vientos entre otros, las paredes de adobe se han ido destruyendo, no obstante, se puede reconocer la plataforma de barro y las cuatro gradas de adobe que sostenía la “piedra de ara”, donde los sacerdotes realizaban sus rituales y sacrificios.

Actualmente se requiere de acciones para el mantenimiento y conservación del resto arqueológico y una activa participación de la entidad estatal encargada de las funciones, es decir el Ministerio de Cultura, antes Instituto Nacional de Cultura, a través del Gobierno Regional.

Folklore

Gastronomía

Cañete se caracteriza por su variada y sabrosa comida típica. Lo más representativo son los camarones, preparados de múltiples formas; seguido de la

carapulcra cañetana, la sopa seca o sopa chola, la sopa bruta, la tuca cañetana y el picante criollo.

Entre los postres destacan las chapanas, el arroz zambito, el dulce de coco, los alfajores y el colao de frejoles.

En cuanto a licores la uva es la base para la elaboración de diversos tipos. La cachina, el vino y el pisco en sus múltiples variedades son los más conocidos.

Música y Danzas

La Municipalidad de Cañete en 1990 denominó a Cañete como **“Cuna y Capital del Arte Negro Nacional”**. Ese mismo año, el Ministerio de Industria y Turismo reconoce a la Semana de Cañete como una fiesta de convocatoria nacional.

Entre las danzas típicas representativas del Arte Negro, se encuentran el Afro, el Alcatraz, el Festejo, el Landó, el Panalivio, Ollita Nomás, Zamba Malato, el Son de los Diablos y la Zamacueca, entre otros.

La base de la música negra es el ritmo y los instrumentos tradicionalmente utilizados son el cajón la quijada de burro y la cajita. También se acompaña con guitarra.

Acontecimientos Programados

Semana de Cañete

El Día Central es el 30 de agosto. Este evento se viene realizando desde 1971 por iniciativa de la Alcaldía Provincial de Cañete, señor Alfredo Toro Moreno.

Desde 1990 es reconocido oficialmente como un evento de alcance nacional por parte del Ministerio de Industria y Turismo.

Durante la Semana, se realizan numerosos eventos artísticos, como la elección de la Reina del Festejo, y de la Reina del Ritmo, el Festival de Arte Negro, el Festival

de la Canción Negroide y el Festival de las Morenas, entre otros culturales y turísticos que evidencian la cultura y vivencias del poblador cañetano.

Festival Nacional de Arte Negro

Se realiza desde hace 40 años como una muestra del bagaje cultural y artístico de la raza negra, a través de diferentes expresiones. Forma parte de la Semana de Cañete. Se efectúan demostraciones de danzas y bailes típicos de la raza negra, Festejo, Alcatraz, Moros y Cristianos y el Toro Mata. Ello congrega a muchos visitantes a nivel nacional.

b) Facilidades Turísticas

Restaurantes

San Vicente de Cañete por ser la capital distrital cuenta con 238 establecimientos, como se observa en el Cuadro N° 16 es decir el 26.3% del total provincial que es de 906 y por tanto ocupa el primer lugar.

Los restaurantes no categorizados son generalmente pequeños y medianos y de relativa capacidad instalada, pero con alta rotación en el servicio, considerando que su demanda es principalmente por motivos comerciales y en menor proporción turística. El nivel de servicio en términos promedio es de mediana calidad, ello en parte por la reducida calificación del personal de servicio que labora en ellos y también por una relativa falta de visión de los proveedores de servicio, con respecto a su oferta.

Cuadro N° 16 Restaurantes en San Vicente de Cañete

RAZÓN SOCIAL	NOMBRE COMERCIAL
AGUILAR HUAMÁN EUFEMIA	
AHUANARI GONZALES MARÍA ETELVINA	
ALCALÁ SÁNCHEZ MARLENE DEL PILAR	
ÁNGELES GUERRERO ENRIQUE JORGE	
ANGULO MÁRQUEZ CECIL EDUARDO	
ANTEZANA CANCHOS CESAR ALEJANDRO	
ARATA CARBONERO CARMEN SONIA	-
ARATA POMAREDA FERNANDO ALBERTO	
ARIAS VICENTE DORA ESTHER	BAR BILLAR NIKEY
ARIZAGA NOLAZCO HÉCTOR JESÚS	
ARMAS ASÍN FERNANDO ALBERTO	
ARMAS ASÍN JESÚS ALEJANDRO	RESTAURANT
ARROE CANO RONNIE	
ASTOCAZA ACEVEDO MARÍA DOLORES	MARIANA'S CHICKEN
AYC FLORES S.A.C.	
BALBÍN LIFONZO FELIPA	
BARRAGÁN CAMASCA AMÉRICA	
BARRAGÁN CAMASCA OLGA LUCERO	ARIANNAS
BARRIOS CHÁVEZ GEORGINA GLADIZ	-
BAUTISTA MOREYRA CIRO DARÍO	
BAUTISTA ORTEGA LUZ MARINA	CAFÉ ARONA
BECERRA MENDOZA ADA ROCÍO	LOS MANJARES
BELLIDO HUERTAS LUIS OSIRIS	
BELLIDO HUERTAS NOEL MARTIN	
BERNAOLA ANDÍA JORGE EUSEBIO	LA HACIENDA
BRAÑES AGUIRRE LUIS ANTONIO	-
CABEZAS PARIONA FELICITA BIVIANA	
CÁCERES HUAMÁN OMAR CHRISTIAN	
CAMA DE NASCIMENTO ROSA LUZ	BODEGA LA TÍA ROSA
CAMA DE YACTAYO OLGA	LIBRERÍA BAZAR GLORIA
CAMA PEVES JOSÉ LUIS	RESTAURANTE BAR EL RINCÓN QUE NO CONOCES
CARBO TENAUD ORLANDO JESÚS	
CÁRDENAS DE CUBILLAS MARCELINA TORIBIA	BAR BODEGA CALITO
CARRILLO REYNA MARLENE SOLEDAD	
CASAS OCHOA LIZARDO MERCEDES	LAS VINAS DE HERBAY ALTO
CASTAÑEDA MENDIETA ELVIS PAUL	-
CASTILLO REINOSO GLADYS HAYDEE	
CASTILLO ROMÁN MIRIAN JACQUELINE	SALVATORE'S PIZZA
CAYCHO CHUMPITAZ LEONOR	

CENTRO TURÍSTICO CAÑETE S.A.	
CHAVARRI CARAHUATAY LUIS TOMAS	
CHIFA POLLERÍA NUEVO MUNDO E.I.R.L.	
CHU GUERRERO JIMY JESÚS	POLLERÍA WANG HI
CHUMPITAZ TIPIANI PETRONILA	RESTAURANTE TURÍSTICO LOS VIÑEDOS
CIFUENTES DÍAZ JUAN CARLOS	
COELLO DE CANALES GLORIA MARÍA	
COMERCIALIZADORA DE ALIMENTOS LATINOS S.A.C.	DOMINO'S PIZZA - ASIA
CONDORI CANTORAL MARIO	
CONTRERAS SÁNCHEZ OFELIA BEATRIZ	-
CORDERO VICENTE CLOTILDE NANCY	REPOSTERÍA TITI
COSE ALARCÓN MARIBEL	
CUBILLAS DE SANTA HERMINIA LUZ	BAR SNACK HERBERT
CUENCA TORRES LUCIALA MORAIMA	
CUYA CAMPOS VÍCTOR MANUEL	
CUZCANO CARBONERO ESPERANZA	
CUZCANO CARBONERO EZEQUIEL VICENTE	
DE LA CRUZ LUYO LUIS ALBERTO	-
DE LA CRUZ QUISPE EDITH	-
DE LA CRUZ RIVAS CARLOS HIDALGO	BAR LICORERÍA VIÑA LUNAHUANÁ
DÍAZ CENTENO ANA YSABEL	
DÍAZ MOSCOSO JUAN	CHIFA
DÍAZ VILLAR MARIELLA DORIS	COMEDOR ARRIBA CAÑETE
ENCISO ALMEYDA JOSÉ ANTONIO	
ESCATE PADILLA MARLENE CECILIA	RESTAURANT TOMAS
ESPINOZA CASTAÑEDA SONIA LILY	RESTAURANT LUIGUI
ESTERRIPA ARATA EMILIA R	
ESTERRIPA DE LIRA MARTA ISABEL	LUISIN
EVANGELISTA AQUINO LIDIA BARTOLA	
FÉLIX CANCHARI MARY DEL ROSARIO	
FERNÁNDEZ ARRUNÁTEGUI ROXANA PATRICIA	-
FERNÁNDEZ PULCHS MANUEL GREGORIO	PIRIS
FIGUEROA CHÁVEZ JHON PAOLO	
FLORES CANDELA OSCAR RAÚL	AMARETTO
FLORES DE ARATA MANUELA ESTILITA	LA PERLITA ESCONDIDA
FLORES GRECCO GUIDO ANTONIO	MUELLE 56
FLORES RAMÍREZ ENRIQUE GUILLERMO	
GAGO ARIAS EMILIA LUISA	
GANAJA MATAYOSHI VÍCTOR RUFINO	
GARCÍA CANTO LUIS ALEXANDER	

GARCÍA ORMEÑO GUILLERMO OMAR	
GARCÍA VIACABA BETTY GUILIANA	
GIL TAQUIRE GLADYS ROSA	KIMBARA
GOMERO DE SÁNCHEZ IRMA	BODEGA BAR BAZAR
GONZALES GARCÍA JULISSA LUCIA	
GONZALES GONZALES OSWALD MANUEL	RESTAURANTE XIARA
GONZALES VARGAS MILAGRITOS TRINIDAD	
GUERRA SEGURA LUIS ARMANDO	-
GUEVARA FLORES JUAN CARLOS	DISCOTECA EL MACAMBO
GUTIÉRREZ VILCAPUMA MARISA ALLYSON	
GUZMÁN VALVERDE ARTURO ALFREDO	
HITO GASPAR DE LAMADRID ANDREA EVELINA	
HOSPEDAJE RESTAURANTE SAMOA E.I.R.L.	RESTAURANTE SAMOA
HUAMÁN LUYO ANA MARÍA	-
HUAMÁN LUYO LUCERO LILIANA	LILIANA
HUAMÁN SÁNCHEZ PATRICIA ELEODORA	
HUAMANI ROJAS VALERIA LEUCADIA	
HUAMANI SALAS FERNANDO YHONY	-
HUARI LEVANO MARIBEL	FUENTE DE SODA YARENI
HUAYTA SANTOS CERCILIA MARLENE	-
HURTADO ORDOÑEZ JACKELINE MAUDE	
INFANTE QUISPE ALFONSO RUGGERY	DISCOTECA KARAOKE LAS ROCAS
INFANTE TUEROCONZA WENCESLAO	MACHUPICCHU
INFANTES LARA MARÍA DEL PILAR	
INVERSIONES LA VALQUIRIA S.A.C.	
INVERSIONES Y SERVICIOS TURÍSTICOS RIO CAÑETE S.A.C.	
INVERSIONES YACHUR E.I.R.L.	RESTAURANT ANTOJITOS II
JANAMPA CÁRDENAS JULIO CESAR	
JARA MEZA SOFÍA CINTHIA	
JESÚS PADILLA ISABEL LUCILA	PIZZERÍA PASTELERÍA CASUARINAS
JIMÉNEZ FERNÁNDEZ ROSARIO	-
JORDÁN SALAS MARÍA ELVIRA	
JUÁREZ USCAMAYTA ANA LIDIA	
KAWANO DE LA CRUZ ANA ESPERANZA	EL CORDEL
LEÓN SILVA CRISTIAN ADOLFO BENJAMÍN	
LÉVANO DE GODOY JUANA	RESTAURANT CUBICHERÍA DELIA
LOAYZA CUMBA ANA MARÍA	-
LÓPEZ CAMA GIOVANA ELIZABETH	-
LUO BAICAI	
LUYO BONIFACIO NILDA FANNY	FUENTE DE SODA FANNY
LUYO DE NÚÑEZ EMPERATRIZ	

MANCINI ECHEVARRÍA VÍCTOR ENRIQUE	
MANRIQUE TORRES CARMEN PAOLA	-
MARALLANO DEL CARPIO MARÍA MARTINA	
MARAVI CHIOK PATRICIA ELIZABETH	CALDO DE GALLINA EL FAROL
MATUMAY GÓMEZ LILIANA	-
MENDIETA DE CRUZ JUANA ROSA	-
MENDOZA RAMOS MARCELINA JULIA	
MENESES GARCÍA LUIS AUGUSTO	
MESÍAS ALVA ROLANDO FRANCISCO	RICO Y SABROSO
MORALES ESTERRIPA LOURDES INÉS	-
MORALES ROQUE HILDA ZELMIRA	
MORALES SOTO EFRAÍN OSCAR	RESTAURANT BAMBÚ
MORE CARRANZA FLORENTINO	MORE
MORÓN GUEVARA LUZMILA ISABEL	BAR CINTHYA
NAVARRO HURTADO TERESA	VIDEO SNACK BAR-ZONA ZERO
NAVARRO RIVERA NORA	
NEIRA DE LA CRUZ BENTURA ESTHER	
NOLAZCO FLORENTINI MARGARITA ELENA	
OCHOA VILLARRUBIA LUCIA	FUENTE DE SODA
ORE TEJADA LILIANA EMPERATRIZ	
ORELLANA YAYA SARITA DE GUADALUPE	HACIENDA SUR
OTSUKA ARMAS DE GARCÍA CLARA ELBA	-
OTSUKA BORJAS JULIA LUZ	
OTSUKA DE GUSUKUMA ROSA AURORA	
PACHAS QUISPE LUIS ALFREDO	
PACHECO NÚÑEZ DE CAMPOS MARÍA ANTONIETA	
PALOMINO LAURA SONIA IRENE	
PALOMINO MÁRQUEZ ARMIDA CRISTHEL	
PALOMINO PALOMINO FÉLIX	-
PANTOJA DE MOSCOSO NADINA MARLENI	LA ESTANCIA
PAUCAR CUSIHUAMAN SEDAN	SEBASTIÁN
PAZ LIBIAPOMA CRUZ	
PAZ LOAYZA MIGUEL ÁNGEL	LA CANDELA
PENA NAPANGA SUSANA	
PEÑA BERROCAL JESSICA DIANA	-
PÉREZ CÁRDENAS SILVIA JESÚS	
PÉREZ CASAS GILBERTO ALEJANDRO	
PI-KALO'S E.I.R.L.	-
PISCONTI DE REMUZGO CELIA ELSA	
PÓMEZ ROBLES ANA BEATRIZ	
PORTA CÓRDOVA FLORENCIO BONIFACIO	

PORTUGUEZ CAMPOS VÍCTOR MIGUEL	
PUBLICITY WEB E.I.R.L.	PUBLICITY WEB
QUINO QUIROZ MANUEL	
QUINTEROS FIGUEROA MAURO JONATHAN JUNIOR	-
QUISPE DUEÑAS BETTSY	
QUISPE GUERRA EDITH ROXANA	-
QUISPE VARGAS VIDAL	LA CABAÑA HUAMANGUINO
QUISPE VIVANCO ARLEN SUSANA	
RAMOS SÁNCHEZ MARCO ANTONIO	
REÁTEGUI VARGAS PAULA	
REJAS CÓRDOVA ROSANGELA	
REYES FELIPE MARÍA RENEE	
REYNOSO CORTEZ VIUDA DE VILLAR JULIA LEONOR	
RISCO CÉSPEDES FRITZ YACOMIN	EL POLLO PARRILLERO
ROJAS ARIAS SUSANA HERLINDA	
ROMERO LÓPEZ MICHAEL TELÉMACO	
ROMERO QUICHIS VÍCTOR FÉLIX	
ROQUE RIVERA ROSELMA IRIS	
RUIZ MORA SARITA MILAGROS	
RUIZ ROMANÍ JESÚS ANTONIO	
SAAVEDRA CHAUPIN JUANA MARÍA	LA CASA DE JUANITA
SAAVEDRA GARCÍA ROSARIO CECILIA	REST. LA CASA DE JUANITA I
SACSA ROJAS JUANA FELICITA	
SALINAS LUYO RONALD GENARO	-
SAMÁN ZARATE LILIA ROSA	-
SAMANIEGO ORELLANA LILIA	CAÑETE GREEN RESTAURANT
SÁNCHEZ AYLLON RICHARD BONYE	-
SÁNCHEZ BUSTAMANTE ROSA ALICIA	-
SÁNCHEZ DE BAUTISTA MARÍA ESTHER	-
SÁNCHEZ DE FLORES MARÍA JUANA	RESTAURANT POLLERÍA CARIBE
SÁNCHEZ DE LA CRUZ JHON DAVID	LAS DUNAS
SÁNCHEZ DE QUESADA ALICIA ESTHER	
SÁNCHEZ LÓPEZ EDUARDO GERMÁN	-
SÁNCHEZ PORTOCARRERO GIOVANNA LIZBETH	GITANO
SÁNCHEZ TERRAZO PEDRO VÍCTOR	EL TAMBO CAÑETANO
SANDIGA SÁNCHEZ ALICIA ELENA	-
SANDOVAL CASAS ENEDINA	-
SANEZ DE CARRASCO AURORA	ENCUENTROS
SAU PO CHU	CHU SAU PO
SOLANO FERNÁNDEZ ANDREA LUREN	RESTAURANTE PLAZA

SOLANO FERNÁNDEZ HILDA FRANCISCA	
SOLANO QUISPE ARACELI NOELIA	
SOLARI ALMEYDA AMADEO	RESTAURANT SOLARI'S
SOLÍS HASSINGER MIRZA JACKELINE	-
SOLÍS TÚPAC LUZ MAGALI	COMEDOR EL PASO
SOLO MORÓN LUIS ALBERTO	RESTAURANT-BAR EL PATRIOTA
SORIA SALAZAR HELBERTH WILLAN	-
SOTELO CACERES FÉLIX ROLANDO	
SOTELO VICUÑA FÉLIX ROLANDO	EL TÍO PELUCHE
SOTO CLAROS CARLOS ALBERTO	
SUBAUSTE CUBILLAS LOUIS ALEXIS	EL JIJUNA
SUBAUSTE WONG JORGE LUIS	
TASAYCO CARBONERO FLORENCIA JULIA	
TORRES YATACO TOMAS AUGUSTO	
TÚPAC HUAMÁN ANTONIO RUBENS	RESTAURANT "RAYITO"
TÚPAC PÉREZ JOSÉ ANTONIO	
UGARTE PASTOR PATRICIA	
VALENZUELA GARIBAY JAIME ARTURO	-
VALVERDE FLORES VÍCTOR FERNANDO	NANOS
VARGAS NACAYAURI JUAN CARLOS	
VARGAS ÑACAYAURI CARMEN ROSA	-
VARGAS VICENTE NICANOR ELIAS	-
VÁSQUEZ SALCEDO KATHIA PAOLA	
VERA VILLEGAS DE LUYO RUTY	
VICENTE CASTILLA HILDA	
VICENTE RODRÍGUEZ BERTHA PATRICIA	
VICENTE RODRÍGUEZ EDUARDO ÁNGEL	
VICENTE RODRÍGUEZ TONY YERMAIN	-
VICENTE TORRES CARMEN DENISSE	
VIDAL TENORIO JUAN DANIEL	RESTAURANT MARQUESITA
VIZCARDO VERA JESÚS JOSÉ	EL PARRAL
VIZCARRA GUILLEN FERNANDO ANDRÉS	SNACK BAR SOL DE MAYO
XIE WANXIANG	CHIFA HERMANOS
YACTAYO LÉVANO CARMELA VICTORIA	LA HACIENDA
YACTAYO YATACO RAFAEL ISIDORO	
YORI CHOTON CLAUDIA VICTORIA	
ZAPATA GARAYAR MIGUEL ÁNGEL	
ZUBIATE NORIEGA LUZ ANDREA	

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Oficina de Estadística

Establecimientos de Hospedaje

El distrito cuenta con 42 establecimientos, es decir el 27% de la Provincia, con 442 habitaciones y 781 plazas, dando empleo a 89 personas, como se observa en el Cuadro N° 17.

Los establecimientos de hospedaje tienen poca capacidad instalada, en el mayor de los casos tienen 24 habitaciones y 38 plazas, sin embargo, se adecuan a las necesidades de la demanda que es fundamentalmente comercial, con una permanencia mínima de un día, los servicios que brindan son de mediana calidad y la administración del establecimiento es de tipo familiar

Cuadro N° 17 Establecimientos de Hospedaje San Vicente de Cañete

NOMBRE	CATEGORÍA	PERSONAL OCUPADO	N° HABITACIONES	N° PLAZAS
DEL BOSQUE	NC	2	8	14
HOSPEDAJE PLAZA	NC	2	11	11
VÍA UNO	NC	1	9	9
HOSTAL MANOLO	NC	3	17	31
ROYAL	NC	1	12	25
HOSPEDAJE LAS AMAZONAS	NC	2	6	6
HOSPEDAJE MARÍA ANGOLA	NC	3	11	15
HOSPEDAJE CASABLANCA	NC	1	10	17
ABIGAIL - HOSPEDAJE	NC	1	5	10
PENSIÓN "LOS REYES"	NC	2	6	12
REC	NC	3	8	12
VALLE HERMOSO	NC	2	15	15
SAN FRANCISCO	2 *	3	14	28
HOSTAL EL COLIBRÍ	NC	3	19	34
HOSPEDAJE COLONIAL	NC	3	13	26
NAOMI	NC	2	8	10
HOSPEDAJE SAMOA	NC	2	11	22
HOSPEDAJE LA HUERTA	NC	4	18	20
BLUE STAR	NC	2	12	20
EL DORADO	NC	4	24	48
DEL PARQUE	NC	2	12	24

HOSPEDAJE LA POSADA DEL REY	NC	2	13	28
HOSTAL MAURYS	NC	2	15	30
HOSPEDAJE EL ENCUENTRO	NC	1	20	35
MÉNDEZ CHIMAICO VALENTÍN	NC	0	0	0
HOSPEDAJE LAS CASUARINAS	NC	2	4	8
HOSTAL LA CASONA	NC	2	6	14
HOSPEDAJE EDUAR'S	NC	4	11	22
MARÍA VICTORIA	NC	3	9	21
ALATA	NC	1	7	15
ALADINO	NC	3	7	14
QUISPE	NC	2	8	8
RODRÍGUEZ PÉREZ TEÓFILO PAUL	NC	0	0	0
HOSPEDAJE PRIMAVERA	NC	2	10	20
HOSPEDAJE EL PARAÍSO	NC	2	8	16
HOSPEDAJE LOS ÁNGELES	NC	1	6	6
HOSTAL CENTRAL BÁSICO UNA ESTRELLA	NC	2	19	22
BAHÍA	NC	3	9	12
HOSTAL RESTAURANTE LA POSADA DEL FRAYLE	NC	5	15	45
EL ENSUEÑO	NC	2	7	18
EL DORADO	NC	2	19	38

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Oficina de Estadística
Elaboración propia

Agencias de Viaje

El distrito cuenta con dos Agencias de Viaje, concentrando el 22% de la provincia que tiene nueve empresas. Como se observa en el Cuadro N° 18.

Las Agencias de Viaje son minoristas, es decir ofrecen sus servicios directos al consumidor, como son paquetes turísticos y servicios sueltos y son de administración familiar

Cuadro N° 18 Agencias de Viaje en San Vicente de Cañete

RAZÓN SOCIAL	CLASE	CATEGORÍA	PERSONAL OCUPADO	FECHA DE INICIO
CASTILLA MUNAYCO SONIA ELIZABETH	GUÍAS DE TURISMO*	NC	1	01/11/1998
LLONA ÁLVAREZ ALBERTO	GUÍAS DE TURISMO*	NC	0	29/08/1996

*(EXCLUYE MONTAÑA DESDE 31/12/04) NC No Categorizado

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Oficina de Estadística
Elaboración propia

f) Infraestructura

El acceso a San Vicente de Cañete es a través de la Carretera Panamericana Sur, Km., 143, vía asfaltada, en buen estado y de alto tránsito.

Desde Cañete parte una vía hacia el Este que se interna hacia los distritos de Lunahuaná, Pacarán y Zúñiga, empalmando con la carretera a la provincia de Yauyos. Se llega mediante transporte público procedente de Lima, para el público en general y preferentemente en movilidad particular para los visitantes por motivo de turismo. En cuanto al sistema de comunicaciones, cuenta con servicios telefónicos, radio, cable e Internet. El equipamiento urbano ofrece facilidades para el desarrollo de las diversas actividades, sin embargo, se vienen efectuando proyectos para la ampliación de la cobertura y mejoramiento de los servicios urbanos.

g) Flujo de Visitantes

La Oficina de Estadística del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, informó que no tienen datos estadísticos en la provincia, debido a que los establecimientos de hospedaje no efectúan la Encuesta mensual hotelera. Los datos que se consignan

a continuación, provienen de informantes tanto de establecimientos de hospedaje como de restaurantes.

- ❖ Los visitantes son prioritariamente comerciantes nacionales, con una estadía promedio de un día y de una noche.
- ❖ Acceden principalmente en transporte público y de manera individual o en pequeños grupos, esto se da regularmente durante todo el año.
- ❖ Los nacionales que visitan San Vicente de Cañete por motivos de turismo lo hacen durante los fines de semana, Semana Santa y Fiestas Patrias principalmente, con un promedio de permanencia de dos días y una noche.
- ❖ Mayoritariamente la demanda está compuesta por excursionistas, es decir aquellos que visitan la ciudad durante un día y no pernoctan. La motivación es recreacional y gastronómica

6.2.4 Distrito de Lunahuaná

a) Ubicación:

Se halla en una zona del valle del Río Cañete

b) Límites:

Por el Norte con Pacarán

Por el Sur con San Vicente de Cañete

Por el Este con Yauyos

Por el Oeste con Nuevo Imperial

c) Superficie:

500.33 Km²

d) Principales Recursos/Atractivos Turísticos

Sitios Naturales

Río Cañete

Recorre las provincias de Cañete y Yauyos. Tiene sus orígenes en la laguna de Ticllacocha, a 4,600 msnm, al pie de la cordillera de Ticlla y Pichahuarco en la divisoria de aguas de la cuenca del río Mala.

Tiene un recorrido entre el nacimiento y desembocadura de 220 Kms., aproximadamente, siendo su área de 6,347.78 m². Sus principales afluentes son los ríos Cacara, Tupe, Huangascar, Huantán, Laraos y Alis.

Lugar Pintoresco

El Distrito de Lunahuaná

Por su ubicación, por su clima, por sus tierras fértiles que dan origen al cultivo de diversas frutas y especialmente de la uva, en sus diferentes variedades, así como por su buena gastronomía, se constituye en un lugar singular para el desarrollo de diversas actividades recreacionales y culturales. La presencia del Río Cañete, ofrece innumerables posibilidades de aprovechamiento recreacional y deportivo, principalmente para la realización de actividades de turismo de aventura, como el canotaje y en las zonas aledañas la práctica de ala delta, ciclismo de montaña y trecking entre otros. En 1983, fue declarada Capital Turística de la Provincia de Cañete.

El Mirador

Ubicado a espaldas de la Plaza de Armas, en un alto cerro se encuentra la imagen de San Juan Bautista, pudiendo apreciarse un panorama singular del valle en su conjunto.

Manifestaciones Culturales Arquitectura y Espacios Urbanos

Iglesia Matriz Santiago Apóstol

Se encuentra ubicada en la Plaza de Armas, una de sus características principales es que su frontis no mira hacia la misma plaza. La construcción de esta iglesia data del siglo XVII siendo finalizada en 1690. Bajo la advocación del Patrón Santiago. Destaca su arquitectura y construcción de estilo gótico. El altar mayor consta de tres cuerpos con sus respectivas imágenes. Al interior se observan 5 altares, así como ornamentos tales como cozones, candelabros, lámparas entre otros. Está iglesia colonial fue declarada monumento histórico en 1972.

Plaza de Armas

La Plaza cuenta con una pileta central y presenta un ambiente de gran ornato y limpieza, los jardines están bien cuidados y está bien iluminado, se observan árboles y arbustos que le dan un ambiente singular.

En esta Plaza se puede observar la iglesia colonial y los Portales.

Puente Colgante de Catapalla

Fue construido en la época del 60 con material noble y cables de acero para soportar las crecidas del río Cañete. Está ubicado en el Anexo de Catapalla, a 15 minutos de Lunahuaná.

La Casa Encantada

Ubicada en el anexo de Uchupampa, a 15 minutos de Lunahuaná, camino a Yauyos, llama la atención porque en ella se dice suceden fenómenos sobrenaturales y misteriosos.

Sitio Arqueológico

Restos Arqueológicos de Incahuasi (Casa del Inca)

Es la más importante y estratégica ciudad que construyeron los Incas en el valle de Lunahuaná, ubicado en el anexo de Paullo, en el Km 30 de la vía hacia Yauyos. La construcción corresponde al horizonte tardío, atribuida a la iniciativa de Túpac Yupanqui, siendo un centro administrativo provincial incaico.

La característica arquitectónica predominante es el uso de ladrillos de barro o adobes como material de construcción.

Consta de dos sectores: el arca o Acllahuasi, y el Palacio.

El palacio del Inca, presenta murallas fuertes y recintos elegantes. Está constituido por diversas habitaciones en las que destacan columnas cilíndricas acabadas con fino estucado. Patios de concentración militar, se hallan al centro de todo el complejo y son 20. Esta área es la de mayor dimensión de todas las edificaciones. Las Colcas fueron probablemente depósitos de paredes bajas y sin puertas. La Cárcel eran cuartos de paredes altas con hornacinas y sin puertas.

El Acllahuasi es la casa de las escogidas. Se observan dos torreones que dominan una plaza céntrica, siendo los más notorios de este resto arqueológico.

Las crónicas e investigaciones arqueológicas posteriores revelaron que los Incas al conquistar esta parte de la costa, le dieron un grado de importancia tal a la zona de

Lunahuaná, que al construir la Ciudad de Incahuasi, lo hicieron a imagen y semejanza de la ciudad incaica del Cusco.

Folklore

Gastronomía

Ofrece variada comida típica en base a gallina, pato, palomas, conejos, cuyes, carnes y especialmente camarones, preparados bajo diversas formas, todo ello acompañado con el correspondiente vino y pisco. Es de gran atractivo para el visitante y complementa todas las actividades que desarrolla.

Vinos y Piscos

Merece una independiente y especial mención, considerando el gran atractivo que ofertan a los visitantes.

Se encuentran varias bodegas productoras de vino, pisco y macerados que permiten la visita a sus instalaciones, así como la cata y adquisición de sus productos.

Acontecimientos Programados

Festival Nacional de Deportes de Aventura

Lunahuaná se caracteriza por ser, a nivel nacional un destino de gran importancia para la realización de deportes de aventura, siendo esta su principal característica. Desde 1971, se viene realizando el organizado por la entidad Aldea, y cada vez se vienen incorporando diversas modalidades de práctica del mismo.

- ❖ Festival de la Uva
- ❖ Festival del Níspero

Debido a su producción de frutas, por ser tierras fértiles, se realizan festivales especializados:

❖ **Festival del Río y del Camarón**

Siendo abundante la presencia del camarón en el río Cañete y habiéndose desarrollado una variada y profusa gastronomía en torno a él, se celebra este evento.

e) Facilidades Turísticas

El distrito de Lunahuaná es el primer distrito turístico de la provincia, es un enclave de deportes de aventura de primer orden a nivel nacional.

Concentra el 25% de los establecimientos de hospedaje, el 6% de los restaurantes y el 56% de las Agencias de Viaje. Esto lo sitúa como un destino singular, cercano al principal mercado emisor del turismo a nivel nacional como es Lima.

Lunahuaná se ha caracterizado por ser un destino de atractivo deportivo y recreacional, cuya principal demanda permanece un día, haciendo práctica de los diversos deportes y consumiendo la gastronomía y bebidas típicas de la zona.

Restaurantes

Cuenta con 53 restaurantes de expendio de comidas y bebidas que representan el 6% del total provincial, como se observa en el Cuadro N° 19.

Los restaurantes no categorizados son generalmente medianos y de relativa capacidad instalada, teniendo una alta rotación en el servicio, la cual se hace mayor durante la realización de determinados eventos y durante los feriados y fiestas especiales.

Considerando que la demanda es principalmente turística, el nivel del servicio en términos promedio es de nivel aceptable y satisface las necesidades.

Cuadro N°19 Restaurantes en Lunahuana

RAZÓN SOCIAL	NOMBRE COMERCIAL
ALCALÁ OCHOA LEÓNIDAS MARÍA	
ALCALÁ QUISPE WILLIAM MARTIN	
AROQUIPA ATAMARI MARTINA	
ÁVILA PINEDO FLOR DE MARÍA	LA HOYADA
AYLLON RIVAS CARMEN JULIANA	
BELLIDO REPETTO JIMMY PEDRO MARTIN	TRAILER XITO/ESQUINA 111
CALDERÓN FLORES YVANOV YUL	PLAZA RESTAURANT
CANDELA PACHAS LUISA LILIANA	-
CANDELA VICENTE PAOLA PILAR	
CASAS VICENTE DALILA	BAR PATY
CASTRO LEA MARINA LUZ	BAR REST. INKAWUASI
CUZCANO LÉVANO JAIME HERMES	-
DE LA CRUZ QUIROZ PEDRO	CAFÉ CAFÉ
EL TAMBO SERVICIOS TURÍSTICOS GENERALES E.I.R.L.	EL TAMBO
ENCISO SANDOVAL FREDDY ROBERTO	
EUSCATE CANDELA GLADYS CAYETANA	
FARGE AYLLON GISELA JESSICA	
GUZMAN DE NUE ROSA ALBINA	
HUARINGA PARCO MARGARITA REYNA	
HURTADO ORDOÑEZ JACKELINE MAUDE	
INVERSIONES VICENTE E.I.R.L.	
INVERSIONES Y SERVICIOS MÚLTIPLES KEITZ S.A.C.	
JORDÁN GALLEGOS ROSA HILDA	EL NARANJITO
LIRA TORREJÓN EPIFANIO ANTONIO	
LUYO HOLGUÍN GLORIA VICTORIA	-
MI ROSEDAL S.A.C.	
NEGRÓN MARTINEZ MARÍA ELENA	

OCHOA MARTINEZ CLELIA ESTHER	
ORBEGOSO LEVANO IRIS MILAGROS	
ORMEÑO CASAS ARACELI MAGALY	CONDORAY
QUISPE MAYTA MARÍA	
REFUGIO DE SANTIAGO S.A.C.	REFUGIO SANTIAGO
RESTAURANTE EL CESAR'S S.A.C.	-
RIBEIRO SAAVEDRA MARINA	
RIVAS ALVARADO JOSÉ ALCIDES	
RODRÍGUEZ DE LA CRUZ JOSÉ MILTON	VITIVINÍCOLA ENCANTO DEL CURA
ROJAS CAMPOS DE SÁNCHEZ VICTORIA	REST.CAMP. MI ROSEDAL
SÁNCHEZ ALCALA DE C MARÍA	EL PARRAL
SÁNCHEZ ARATA GENYS GABY	RESTAURANT INCAHUASI
SÁNCHEZ CANDELA MARTHA	
SÁNCHEZ CANDELA V. OSWALDO	
SÁNCHEZ CHAVEZ EVILYN GERALDINE	EL RANCHO DE DON BACHITO
SÁNCHEZ CUBILLAS MARÍA DEL CARMEN	SOL Y RIO
SÁNCHEZ HUAMÁN BELISSA MARIVEL	
SÁNCHEZ NOLASCO MARÍA D	VENTA DE LICORES
SÁNCHEZ ROSALES JULIO CESAR	-
TURISMO E INVERSIONES DEL INKA S.A.C.	MISKI TANTA
VALLEJO BRINGAS MARÍA ISABEL	
VICENTE LARA CRICENCIA	
VILLANUEVA SÁNCHEZ MELCHORA	
VILLASOL HOTEL & RESORTS S.A.C.	VILLASOL
VIÑA LOS REYES S.A.C.	
YACTAYO DE SÁNCHEZ JUANA R	
ZAPATA DE SÁNCHEZ CATALINA GLORIA	

NC No Categorizado

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Oficina de Estadística 2010

Elaboración propia

Bodegas Vitivinícolas

Siendo la zona gran productora de frutales, en especial de la uva en sus distintas variedades, se ha desarrollado la industria vitivinícola.

Se producen cachina, seca y abocada; vinos tintos secos y semi secos, manzanilla borgoña y arrope; piscos puro, quebranta, acholado, pisco de coco, mosto verde y aromático entre otros.

Ello ha dado origen a los macerados de diversas frutas, que tienen gran acogida entre los visitantes.

Es tradicional que los visitantes recorran las Bodegas para apreciar cómo se producen los licores, así como para catar y comprar los productos.

Destacan entre las principales, las siguientes Bodegas Vitivinícolas:

- ❖ El Olimpo
- ❖ El Paraíso
- ❖ El Triunfo
- ❖ Emperatriz
- ❖ La Casona del Valle
- ❖ Las Reinas
- ❖ Los Reyes
- ❖ San José
- ❖ San Lorenzo
- ❖ Santa María

Establecimientos de Hospedaje

El distrito cuenta con 25 establecimientos, es decir el 16% de la provincia, con 449 habitaciones y 981 plazas, con un personal ocupado de 83 personas, como se observa en el Cuadro N° 20.

Los establecimientos tienen poca capacidad instalada, a excepción del Hotel Embassy que tiene 122 habitaciones y 273 plazas, el cual tiene años prestando servicios, imagen claramente establecida y buen servicio.

La mayor parte de establecimientos están entre 4 y 25 habitaciones y 5 y 64 plazas.

Los servicios que brindan en términos promedio son de mediana calidad, teniendo algunos de ellos áreas recreacionales

Cuadro N°20 Establecimientos de Hospedaje de Lunahuaná

NOMBRE	CATEGORÍA	PERSONAL OCUPADO	N° HABITACIONES	N° PLAZAS
CAMPING JUAN PAULINO	NC	1	2	5
CASA HOSPEDAJE	NC	1	6	6
HOSPEDAJE LUNAHUANÁ	NC	2	10	16
REGINA	NC	2	23	44
EL MOLLE	NC	3	21	46
HOTEL CAMPING EL TAMBO	NC	4	14	30
HOSTAL LOS ANDES	NC	2	22	46
HOTEL DEL VALLE	NC	2	20	54
HOSPEDAJE VICTORIA	NC	2	12	24
RIO ALTO	NC	13	25	64
CAMPING	NC	1	3	6
LA FORTALEZA DEL Inca	NC	4	10	20
LUYO OCHOA ANTONIO MANUEL	NC	0	0	0
SOL DE LUNA HOTEL	NC	2	14	31
HOSTAL CAMPESTRE EL PASO	NC	2	10	20
EL EDÉN	NC	2	11	22
REFUGIO DE SANTIAGO - CASA GRANJA ECOTURÍSTICA	NC	1	4	11
HOSTAL EL REFUGIO	NC	2	9	18
MI ROSEDAL	NC	2	6	10
HOSPEDAJE CASUARINAS	NC	3	22	50
HOSPEDAJE EL GRINGO	NC	2	10	22
HOTEL EMBASSY	NC	14	122	273
RUMI WASI RESORT DEL INKA	NC	5	15	30
VILLASOL	NC	10	54	121
GUANABO	NC	1	4	12

NC No Categorizado

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Oficina de Estadística 2010

Elaboración propia

Agencias de Viaje

El distrito cuenta con cinco Agencias de Viaje, lo que representa el 56% con respecto al total provincial, como se observa en el Cuadro N° 21.

Las Agencias de Viaje son minoristas, es decir ofrecen sus servicios directos al consumidor principalmente para la práctica de deportes de aventura en sus distintas modalidades, así como en el alquiler de Coasters y Vans, adecuadamente equipados para dar servicio durante el trayecto. Generalmente son de administración familiar.

Cuadro N°21 Agencias de Viaje de Lunahuaná

RAZÓN SOCIAL	CLASE	CATEGORÍA	PERSONAL OCUPADO	FECHA DE INICIO
ANCHANTE GONZALES DEL VALLE CAROLL ROSARIO	NO CLASIFICADA		0	25/10/2005
CAMA HUERTAS JULIO SEGUNDO	GUÍAS DE TURISMO*	NC	1	22/04/2003
CANDELA ÁLVAREZ CARLOS ENRIQUE	AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO MINORISTA	NC	3	13/08/1998
SÁNCHEZ SÁNCHEZ PEDRO ALBERTO	GUÍAS DE TURISMO*	NC	1	22/08/1995
SANDOVAL SÁNCHEZ JOSÉ LUIS	AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO MINORISTA	NC	0	22/08/2003

*(Excluye Montaña desde el 31/12/04) NC No Categorizado

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Oficina de Estadística 2010

f) Infraestructura

Lunahuana se halla ubicada a 184 Kms., de Lima y 40 Kms., de San Vicente de Cañete, por una carretera asfaltada que va paralela al río Cañete.

Dicha vía asfaltada continúa hacia los distritos de Pacarán y Zúñiga, conectando a la provincia de Cañete con la provincia de Yauyos.

Se accede mediante transporte público procedente de Lima, en la ruta Lima-Cañete-Lunahuaná. En el caso de los visitantes por motivos de turismo, según lo manifestado por los transportistas y proveedores de servicios, así como por la

observación in situ, estos llegan prioritariamente en buses, microbuses y vans de turismo, los cuales son organizados por Agencias de Viaje de Lima y de Lunahuaná que ofrecen las condiciones adecuadas para un viaje de esa naturaleza. Paralelamente se accede en transporte particular y generalmente en grupos.

En cuanto al sistema de comunicaciones, cuentan con servicios telefónicos, de televisión y radio, están interconectados a la red nacional.

El equipamiento urbano satisface las necesidades de la población, aunque con ciertas restricciones y sirve de soporte al desarrollo de las actividades turísticas.

g) Flujo de Visitantes

La Oficina de Estadística del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, informó que no tienen datos estadísticos en la provincia, debido a que los establecimientos de hospedaje no efectúan la Encuesta mensual hotelera. Los datos que se consignan a continuación, provienen de informantes tanto de establecimientos de hospedaje como de restaurantes.

- ❖ En el caso de este distrito los visitantes están motivados por la práctica deportiva, de aventura y recreacional.
- ❖ Se aprecian claramente dos tipos de visitantes en el turismo interno. El visitante que pernocta y cuya estancia es en promedio de dos días una noche y el visitante excursionista que pasa el día en Lunahuaná y retorna a la tarde a su lugar de residencia.
- ❖ Acceden principalmente por transporte público organizado, de manera individual o en pequeños grupos dándose con mayor frecuencia durante los

feriados largos, la Semana Santa, las Fiestas Patrias y los Festivales establecidos.

- ❖ En menor proporción visitan la zona los turistas extranjeros, tienen un comportamiento similar a los nacionales, pero aun es de poca proporción.

6.3 Destinos con Potencial Turístico

De los 16 distritos de la provincia de Cañete sólo algunos están desarrollando su potencial turístico, como son Cerro Azul, Santa Cruz de Flores, San Vicente de Cañete y Lunahuaná, dirigidos al mercado interno.

En el caso de los demás distritos, algunos presentan recursos de diversos tipos, pero no son significativos y no generan ningún flujo turístico de interés.

La información consignada, en los distritos que se analizan en el presente capítulo proviene de varios números de la Revista Ilustrada Turismo Total, del Gobierno Regional de Lima, de la Municipalidad Provincial de Cañete, de varias páginas Webs y libros que se incluyen en la bibliografía.

Se estima que a la ruta del Circuito Cañete - Lunahuaná, de gran atractivo, se podrían incorporar dos distritos como son Pacarán y Zúñiga, considerando principalmente:

- La misma vía de acceso que parte de Cañete y conduce a Lunahuaná los interconecta. Está asfaltada, en buen estado y el recorrido no más allá de 37 Kms.
- Poseen como recursos turísticos los paisajes pintorescos, la posibilidad de desarrollar actividades deportivas y de aventura y la gastronomía típica de la zona.

- Pueden servir de complemento en cuanto a la capacidad instalada de alojamiento, en época de alta temporada de Lunahuaná. Esto en tanto vayan formando su propia demanda y/o los visitantes a Lunahuaná extiendan su permanencia hacia ellos.

6.3.1 Distrito de Pacarán

a) Ubicación:

Está ubicado a 17 Kms., al Este de Lunahuaná en la margen izquierda del río Cañete.

b) Límites:

Por el Norte con Yauyos

Por el Sur con Lunahuana

Por el Este con Zúñiga

Por el Oeste Nuevo Imperial

c) Superficie:

258.72 Km²

d) Altitud

710 m.s.n.m.

e) Clima

El clima es seco y cálido durante todo el año. Hay pocas precipitaciones en la época de lluvias que va de enero a marzo. La temperatura máxima va de 26° a 28° C. y la mínima oscila entre 18° y 20° C.

El principal efecto adverso es la presencia de lluvias, producido por el clima, entre enero y marzo, las cuales producen huaycos en la zona de Jacaya, lo cual genera la obstrucción de la carretera.

Las precipitaciones de los huaycos generan en muchas oportunidades accidentes dando como consecuencia la necesidad de los servicios médicos y atención hospitalaria, por ello es necesaria la mejora de los Centros de Salud.

f) Principales Recursos/Atractivos Turísticos

Sitios Naturales

Lugar Pintoresco

El distrito de Pacarán tiene un clima benigno, seco y con permanente sol durante todo el año que hace que lo llamen “tierra de la eterna primavera y del buen pisco”, es muy conocido por su campiña y por su producción vitivinícola.

Los diversos lugares pintorescos permiten el desarrollo de actividades de observación y práctica de diferentes deportes y aventura, como trekking. No se puede practicar el canotaje por que no están autorizados para ello.

Manifestaciones Culturales

Arquitectura y Espacios Urbanos

Iglesia de San Francisco de Asís.

Ubicada en la Plaza de Armas del Distrito, alberga al Patrón del Pueblo. De arquitectura colonial, data del siglo XVII, y ha tenido varias modificaciones en su estructura. Fue declarada monumento histórico en 1989.

La estructura de los muros es de adobe con bóveda de medio punto, de cañón corrido, sobre planta de cruz latina.

En 1935 se reconstruyó dos torres que flanquean la portada, utilizando ladrillos con estructura de concreto armado. La portada se tarrajeó en cemento.

Folklore

Festividades

- ❖ Semana Santa
- ❖ Aniversario Distrital, 3 de mayo
- ❖ Festival del Pisco, 3 de mayo
- ❖ Fiesta de la Cruz, mayo
- ❖ Corpus Christie, mayo
- ❖ San Juan, 24 de junio
- ❖ Fiesta Patronal San Francisco de Asís, 4 de octubre

Gastronomía

Entre su gastronomía destacan la carapulcra de chancho y la sopa seca de gallina, los tamales de chancho y los chicharrones, en especial las comidas a base de camarones.

g Facilidades Turísticas

Restaurantes

Pacarán cuenta solo con nueve restaurantes que representan el 1% del total provincial como se observa en el Cuadro N° 22, lo cual refleja la escasa demanda de servicios de ese tipo, por el momento.

Dichos locales son pequeños de administración familiar y de relativa calidad del servicio, no estando el personal plenamente calificado para brindar los servicios.

Cuadro N° 22 Restaurantes de Pacarán

RAZÓN SOCIAL	NOMBRE COMERCIAL
BUSTAMANTE CURIA PEDRO ALBERTO	
CANDELA DE ORE MARÍA YSABEL	EL SOL ETERNA PRIMAVERA
CHANCA PORTUGUEZ JUANA YRENIA	RESTAURANT JUANITA
LÁZARO ANTONIO MARÍA JULIA	-
MATOS CORTEZ ASENCION RAUL	
MENESES QUIROZ MARCOS CALIXTO	
NEGRÓN LERMO PATRICIA MARÍA	RESTAURANTE PATRICIA
OJEDA MENESES CARMEN ROSA	
SANDOVAL CENTENO ROMELIA	-

NC No Categorizado

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Oficina de Estadística 2010

Elaboración propia

Establecimientos de Hospedaje

Pacarán cuenta con cinco establecimientos de hospedaje que representan el 3% del total provincial con una capacidad instalada de 33 habitaciones y 60 plazas y siete trabajadores, como se observa en el Cuadro N° 23. Los establecimientos son pequeños de administración familiar y relativa calidad de servicio. Solo un hospedaje moderno, tiene 15 habitaciones y 30 plazas, pero solo dos trabajadores.

Cuadro N° 23 Establecimientos de Hospedaje de Pacarán

NOMBRE	CATEGORÍA	PERSONAL OCUPADO	N° HABITACIONES	N° PLAZAS
HOTEL LA VILLA DE PAPA	NC	2	6	12
CAMPING CANOTAJE PUENTE COLGANTE	NC	2	8	10
HOSPEDAJE SAN FRANCISCO DE ASÍS	NC	1	4	8
HOSPEDAJE PALMAS REALES	NC	2	15	30
HOSPEDAJE EL ENCANTO PACARÁN	NC	0	0	0

NC No Categorizado

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Oficina de Estadística 2010

Elaboración propia

h) Infraestructura

Pacarán está unida por una vía asfaltada en buen estado; con la ciudad de Lunahuaná a 17 kilómetros y con San Vicente de Cañete a 57 Kms.

El distrito cuenta con una empresa de transporte que recorre todo Pacarán y llega a Cañete en aproximadamente 60 minutos

i) Flujo de Visitantes

La Oficina de Estadística del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, informó que no tienen datos estadísticos en la provincia, debido a que los establecimientos de hospedaje no efectúan la Encuesta mensual hotelera.

Los datos que se consignan a continuación, provienen de informantes de establecimientos de hospedaje, agencias de viajes y restaurantes.

- ❖ Los visitantes son nacionales.
- ❖ Son jóvenes que viajan en grupo.
- ❖ La motivación principal es el turismo de aventura.
- ❖ La permanencia promedio es de 2 días 1 noche.
- ❖ En muchos casos pernoctan en Pacarán, pero pasan el día en Lunahuaná.

j) Principales Características Socio Económicas

Según el Censo Nacional 2007 de Población y Vivienda efectuado por el INEI, Pacarán presenta las siguientes características:

- ❖ Población: 1687 Habitantes, es decir el 0.84% de la población provincial.
- ❖ La zona Urbana: ocupa el 51% del territorio y la zona Rural el 49%.

- ❖ Población Masculina 52%, Femenina 48%
- ❖ Analfabetismo: 8% de la población.
- ❖ Servicios de Luz, Agua y Desagüe, solo tiene el 32% de la población en promedio.
- ❖ Actividad productiva principal: agricultura incipiente
- ❖ Producción artesanal del pisco.

k) Proyectos de Otros Sectores

Centro Materno Infantil de Pacarán

El Ministerio de Salud a través de la Dirección de Salud II, Lima Sur, determinó los niveles precarios y bajas condiciones de vida de la población la cual padecía enfermedades materno infantiles con una gran demanda de servicios médicos y hospitalarios que no eran atendidos en la oportunidad. Siendo el Centro de Salud Pacarán el único en esa área geográfica que atiende consulta externa y cuenta con servicio de emergencia, ante la gran demanda de servicios no reúne los requisitos mínimos necesarios para la atención eficiente y oportuna de la población.

Ante ello se estimó la implementación el Proyecto Mejora de la Calidad e Incremento de la cobertura de salud, del Centro de Salud Pacarán. El Centro de Salud viene funcionando desde 1974, cuenta con un terreno de 3,783.66 m² y un área construida de 444.61m². Ofrecen servicios de consultorios externos, salas de partos, programas preventivos, servicios intermedios de laboratorio y farmacia y servicios generales como lavandería, cocina y almacén entre otros.

El proyecto considera: ampliación de la infraestructura, adquisición de equipamiento médico quirúrgico y dotación de personal.

6.3.2 Distrito de Zúñiga

a) Ubicación:

En una quebrada encajonada, a la vera del río Cañete, pasando Pacarán.

b) Límites:

Por el Norte con Yauyos

Por el Sur con Pacarán

Por el Este con Yauyos

Por el Oeste con Yauyos

c) Superficie:

198.0 Km²

d) Altitud

802 msnm

e) Clima

Seco y cálido que favorece el hábitat y el desarrollo agropecuario, sumado a la existencia del río Cañete. Se producen precipitaciones relativas en época invernal.

f) Principales Recursos/Atractivos Turísticos

Sitios Naturales

Lugares Pintorescos

El distrito de Zúñiga, en sus diferentes parajes de la campiña muestra una singular belleza complementada por la transparencia de las aguas del río Cañete, esto

facilita la práctica de deportes de aventura como trekking. Cabe anotar que no se puede practicar canotaje por que no están autorizados.

La Calavera

Formación pétreo que permite visualizar claramente la cara de una calavera, si se observa desde los lados. Se encuentra cercana a la carretera de acceso a Zúñiga.

Cabeza de León

Formación pétreo que semeja una cabeza de león. Se ubica cercana a la carretera.

Manifestación Cultural

Criadero de camarones.

Considerando la gran demanda de camarones para el consumo humano al ser un insumo fundamental en la gastronomía típica local, se construyó y habilitó un criadero de camarones. Ello con la finalidad de cautelar la existencia del camarón y proteger su reproducción. Así se observan dos pozas de gran dimensión que albergan las crías de camarones.

Se puede visitar previo permiso del guardián.

Sitio Arqueológico

Resto arqueológico de Apotara.

Ubicado a 62 Kms., de San Vicente de Cañete, en la margen izquierda de la carretera Cañete Yauyos.

Es un complejo habitacional destacando los patios ceremoniales, depósitos y cementerio. La estructura de construcción es el picado que es una mampostería de adobe rectangular. Muestra hornacinas y escalinatas.

Acontecimientos Programados

Festividades

- ❖ Semana Santa
- ❖ Virgen del Carmen de Campanahuasi, 31 de Julio.
- ❖ Virgen de la Asunción - Fiesta Patronal, 15 de agosto.
- ❖ Aniversario Distrital, 13 de diciembre

g) Facilidades Turísticas

Restaurantes

Zúñiga cuenta con 10 restaurantes es decir el 1.2% del total provincial, como se observa en el Cuadro N° 24.

Los establecimientos son pequeños, de administración familiar y relativa calidad del servicio.

Cuadro N° 24 Restaurantes de Zúñiga

RAZÓN SOCIAL	NOMBRE COMERCIAL
ALCALÁ PAIPAY ABEL	
CASTILLO COLLANTES ESPERANZA	
LUYO NAPA DE PAREDES LUISA MARIZA	
MENESES QUIROZ VIDAL TEÓFILO	
MENESES SANDOVAL FLOR DE LIZ NATALY	-
NOLAZCO PAUCAR DANITZA KARINA	
PÉREZ CASAS JESSICA JANET	LAS DELICIAS DE ZÚÑIGA
QUINCHO HUAMÁN HERCILIA VICTORIA	
QUISPE DE DE LA CRUZ JOSEFINA	JOSEFINA
USURIN PANCORVO SOLEDAD	

NC No Categorizado

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Oficina de Estadística 2010

Elaboración propia

Establecimientos de Hospedaje

Zúñiga cuenta con siete establecimientos de hospedaje que representan el 3% del total provincial, con una capacidad instalada de 53 habitaciones y 93 plazas, dando empleo a nueve personas, como se observa en el Cuadro N° 25.

Cuadro N°25 Establecimientos de Hospedaje de Zúñiga

NOMBRE	CATEGORÍA	PERSONAL OCUPADO	NUMERO HABITACIONES	PLAZAS CAMAS
LAS TERRAZAS DE ZÚÑIGA	NC	3	13	30
HOSPEDAJE Q	NC	1	5	10
RIVADENEYRA	NC	0	10	15
HOSPEDAJE	NC	1	3	6
HOSPEDAJE ZÚÑIGA	NC	1	5	9
HOSPEDAJE CASABLANCA	NC	2	12	15
THE LITTLE WHITE HOUSE	NC	1	5	8

NC No Categorizado

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Oficina de Estadística 2010

Elaboración propia

h) Infraestructura

Se encuentra a 62 Kms., en la carretera de penetración que parte de Cañete que pasa por Lunahuaná y Pacarán. Es asfaltada y en buen estado.

El transporte público proviene de Imperial, así como de Lunahuaná con una duración promedio de 40 minutos.

i) Flujo de Visitantes

La Oficina de Estadística del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, informó que no tienen datos estadísticos en la provincia, debido a que los establecimientos de hospedaje no efectúan la Encuesta mensual hotelera.

Los datos que se consignan a continuación, provienen de informantes tanto de establecimientos de hospedaje como de restaurantes.

- ❖ Los visitantes son nacionales.
- ❖ Son jóvenes que viajan en grupo.
- ❖ La motivación principal es el turismo de aventura.
- ❖ La permanencia promedio es de 2 días 1 noche.

j) Principales características socio económicas

Según el Censo Nacional 2007, de población y vivienda efectuado por el INEI,

Zúñiga presenta las siguientes características:

- ❖ Población: 1582 habitantes, es decir el 0.78% de la población provincial
- ❖ Zona urbana: ocupa el 42% del territorio
- ❖ Zona rural: ocupa el 58%
- ❖ Población masculina 63%
- ❖ Población femenina 37%
- ❖ Analfabetismo: 5.7% de la población
- ❖ Servicios de luz, agua y desagüe: sólo dispone el 30% en promedio de la población.
- ❖ Actividad productiva principal: agricultura incipiente
- ❖ Producción artesanal de vinos y piscos

6.4 Promoción y Comercialización Turística del Circuito

En el circuito hay dos tipos de destinos: los destinos turísticos en operación y los destinos turísticos potenciales.

Los destinos turísticos en operación son Cerro Azul, Santa Cruz de Flores, San Vicente de Cañete y Lunahuaná. Cada uno de estos tiene una forma de promover y comercializar sus servicios. En consideración al atractivo que ofrece.

Cerro Azul.

Según lo manifestado por algunos operadores turísticos, como los establecimientos de hospedaje y restaurantes promueven sus servicios a través de correos electrónicos y trípticos promocionales, los cuales se reparten de manera directa.

Asimismo, utilizan la promoción directa denominada boca a boca, que consiste en que el cliente satisfecho hace promoción del lugar, porque han cumplido con sus expectativas y está satisfecho del servicio.

La venta de los servicios de hospedaje y restaurantes se efectúa de manera directa utilizando los medios de comunicación que se adecuan a la demanda.

Santa Cruz de Flores.

Es importante establecer que en este distrito la promoción y comercialización se da de dos maneras diferentes para el caso de los proveedores.

Los restaurantes y hospedajes pequeños ubicados principalmente en Santa Cruz de Flores lo efectúan de manera directa al visitante cuando llega y utilizan la promoción directa de consumidor a consumidor para vender sus servicios.

Los establecimientos ubicados en el Caserío de Azpitia, efectúan promoción a través de diferentes páginas Web, así como de material impreso, eso teniendo en consideración que el nivel de la demanda es mejor.

San Vicente de Cañete.

Al ser un centro de gran movimiento comercial los establecimientos, en términos generales no realizan una promoción definida, sino se basan en la promoción directa de consumidor a consumidor y en base a la calidad de servicio que ofrecen.

Lunahuaná.

Es un destino con una imagen definida de aventura y recreación, los establecimientos pequeños efectúan promoción directa al consumidor y los de mediano tamaño emplean medios publicitarios escritos e impresos.

Sin embargo, la mayor promoción que efectúa el distrito es a través de los diferentes eventos que realizan y que le dan la cobertura de medios adecuada.

Los destinos turísticos potenciales son Pacarán y Zúñiga.

Se estima que estos una vez que definan su línea de productos turísticos determinaran los canales de comercialización más adecuados y las medidas de promoción prioritarias a efectuar.

6.5 Proyectos Turísticos a mediano plazo

Merece destacar la preocupación y el esfuerzo de algunas instituciones encargadas del desarrollo de la Región Lima y de la Provincia Cañete, al haber efectuado Planes para orientar su desarrollo:

- a) Plan de Desarrollo Concertado de la Región Lima, 2004-2006.

La Región Lima elaboró el citado Plan con la finalidad de establecer los lineamientos y parámetros que debían orientar el desarrollo turístico de la Región en sus diferentes provincias.

En el caso de la provincia de Cañete, le correspondió propiciar el desarrollo productivo, sostenido y competitivo.

Consideraba incrementar la producción de bienes y servicios, priorizando los sectores agropecuario y turístico.

Entre las líneas de acción estableció:

- ❖ Difundir la imagen de la región, para que las provincias de la Región Lima, sean consideradas como destino recreativo, de aventura y ecoturismo. Esto mediante campañas de promoción a nivel local, nacional e internacional que generen beneficios económicos y de empleo para la población.
- ❖ Mejorar el nivel de los servicios turísticos y la señalización para el visitante, incorporando al proceso de desarrollo turístico a las comunidades campesinas, las organizaciones de base y los pequeños empresarios.
- ❖ Facilitar la inversión privada que genere empleo, especialmente en sectores estratégicos como el agropecuario y el turismo.
- ❖ Propiciar el desarrollo de la actividad artesanal, estimulando la creatividad y mejorando la calidad.

Las dificultades generadas durante el proceso de descentralización, como son la escasa capacidad gerencial y operativa del Gobierno Regional, los reducidos recursos económicos asignados para el sector turismo y las prioridades de otros sectores sociales y de infraestructura principalmente, no han hecho posible que estos proyectos se lleven a efecto.

b) El Plan de Desarrollo Concertado de la Provincia de Cañete, 2008-2021.

El Plan fue formulado por la Municipalidad Provincial de Cañete, es un documento orientador que sirve para orientar sus iniciativas y acciones.

Este considera varios ejes estratégicos prioritarios para el desarrollo provincial, así como objetivos, estrategias y actividades y proyectos, destacando entre los principales

EJE ESTRATÉGICO: DESARROLLO ECONÓMICO

Objetivo estratégico:

Incrementar y fortalecer los corredores turísticos asociados al desarrollo de negocios.

Actividades y Proyectos:

Acondicionamiento turístico del sitio arqueológico de Incahuasi - Lunahuaná

Ampliación del Museo Huaca Malena, en Asia.

Proyecto turístico artificial “Esquina de Asia” en Asia.

Programa de desarrollo en ecoturismo circuito de playas.

Implementación de un Sistema de Gestión Promoción e Información Comercial Turística y Artesanal.

Circuito Turístico Recreacional San Antonio, Santa Cruz de Flores, Azpitia y Calango.

Circuito Turístico Paisajístico Gastronómico y de Aventura Lunahuaná - Pacarán y Zúñiga

Desarrollo del turismo agrícola en San Antonio - Santa Cruz de Flores - Mala - San Vicente - Quilmaná - Lunahuaná.

EJE ESTRATÉGICO:

DESARROLLO SOCIAL

Objetivo estratégico:

Promover la integración del capital social y cultural para el fortalecimiento de una sociedad solidaria y con identidad.

Actividades y Proyectos:

Fortalecimiento de la cuna y capital del arte negro

Programa de Desarrollo de la Cultura de Cañete

Promoción del Deporte y la Recreación

Es importante mencionar que el plan recomienda que “para impulsar el proceso de gestión es fundamental definir clara y concertadamente los roles y funciones de los actores del proceso”. (Municipalidad de Cañete, 2008:11)

Ello implica el papel catalizador que deberá desempeñar la Municipalidad Provincial de Cañete para lograr las sinergias de las instituciones involucradas e interesadas en el desarrollo, en este aspecto le corresponde un rol fundamental a los Concejos Distritales y al Gobierno Regional.

c) Visión Turística de la Región Lima - 2009

Durante la realización del I Foro Internacional de Turismo Sostenible organizado por la Pontificia Universidad Católica, el Director Regional de Comercio Exterior y Turismo de la Región Lima, manifestó las Líneas de Acción en Progreso para el Desarrollo Turístico y que consideraban a la Provincia de Cañete:

Estudios de ordenamiento territorial turístico

Evaluación del potencial turístico

Identificación y evaluación de la viabilidad de inversión para el desarrollo de productos turísticos.

Diseño de la estrategia de promoción de inversiones públicas y privadas.

Todo ello considerando que el **CONCEPTO DE PRODUCTO TURÍSTICO** giraba en torno a “5,000 años de historia y naturaleza”, destacando.

Arqueología	Incahuasi, Cañete
Deportes y Aventura	Valle de Lunahuaná, Cañete Valle de Azpitia, Cañete
Circuitos y Corredores Turísticos Potenciales:	Circuito Cañete Nor Yauyos -Huarochiri Valle de Azpitia Valle de Lunahuaná, Incahuasi

Como se aprecia tanto el Gobierno de la Región Lima como la Municipalidad Provincial de Cañete, no solo muestran la preocupación por el desarrollo de la zona, sino que han formulado Planes Concertados para ello.

Lo planteado por la Municipalidad de Cañete, se sustenta en un diagnóstico detallado de la realidad existente y propone, en Materia de Turismo algunas acciones específicas, buscando consolidar zonas como Santa Cruz de Flores y Lunahuaná e incorporar otras como Pacarán, Zúñiga; San Antonio y Mala.

6.6 Análisis FODA del Turismo en Cañete

Es una herramienta de análisis que posibilita conocer las características de los factores internos y externos que inciden y afectan a la actividad turística en la Provincia de Cañete, en sus principales y diferentes aspectos.

El análisis FODA, considera un análisis interno y uno externo de la actividad turística en la Provincia de Cañete.

El análisis interno se manifiesta en determinar las Fortalezas y Debilidades de la actividad turística sobre las cuales es posible tener manejo y control.

El análisis externo se refiere a establecer las Oportunidades y Amenazas que pueden afectar a la actividad turística y que no dependen de ella sino de elementos del mercado.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Incremento del turismo de aventura y paisajístico • Imagen posicionada como destino de aventura y recreación en el caso de Lunahuaná. • Imagen posicionada como destino de recreación y gastronomía en el caso de Santa Cruz de Flores. • Conectividad con Lima y el resto del país, a través de la carretera Panamericana Sur • A escasa distancia de Lima y con servicios de transporte público. • Reconocimiento de la identidad cultural, al ser denominado San Vicente de Cañete, desde 1990 como "Cuna y Capital del Arte Negro Nacional". • Valoración de la cultura afro peruana. En 1990, el Ministerio de Industria y Turismo reconoció a la Semana de Cañete, como una fiesta de raíces afroperuana de convocatoria nacional. • Compromiso de trabajo del Gobierno Local. • Capacidad de concertación entre los distintos actores de la sociedad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción turística fragmentada y esporádica de algunos operadores turísticos, principalmente para fechas específicas. • Balnearización de las playas de la Provincia de Cañete, producto de la venta de terrenos eriazos de playa a bajo costo y por su cercanía a Lima. • Desconocimiento de la problemática turística integral de la Provincia de Cañete por parte de los operadores turísticos.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • El valle de Cañete se encuentra ubicado muy cerca del gran mercado de Lima 	<ul style="list-style-type: none"> • Cambio climático, podría alterar clima, paisajes y ambientes pintorescos de la Provincia de Cañete

<ul style="list-style-type: none"> • Oferta de productos turísticos como el turismo vivencial y el ecoturismo • Demanda interna a la búsqueda de destinos cercanos a Lima y no de alto costo. • Reconocimiento de la gastronomía típica en la zona. • Existencia de un Plan de Desarrollo Concertado de la Provincia de Cañete, al 2021. • Existencia de un Plan de Desarrollo Concertado de la Región Lima el que incluye a la Provincia de Cañete. • Desarrollo de proyectos principalmente energéticos. • Descentralización de funciones y competencias a los Gobiernos Locales. 	<ul style="list-style-type: none"> • El trazo de una nueva vía Panamericana Sur podría afectar la posición turística de los destinos actuales.
--	---

CAPÍTULO SÉTIMO:

POSIBILIDADES TURÍSTICAS DE LOS DISTRITOS DE PACARÁN Y ZÚÑIGA, COMO INTEGRANTES DEL CIRCUITO TURÍSTICO

El presente capítulo considera las posibilidades turísticas que los distritos de Pacarán y Zúñiga ofrecen evidenciando los factores que convergen para el desarrollo sostenible del turismo. Incluye la percepción de los turistas y proveedores de servicios con respecto al turismo en el Circuito Turístico Cañete - Lunahuaná, así como la opinión de los pobladores de Pacarán y Zúñiga, referente a la posibilidad de desarrollar el turismo vivencial en sus distritos.

Propone lineamientos generales sobre organización espacial turística, institucional, así como de productos. La información consignada se basa en la bibliografía citada, así como en una Encuesta levantada, como se explica en el Capítulo Cuarto, especialmente para el trabajo en investigación.

7.1 Factores Convergentes que Contribuyen al Desarrollo Turístico

a) Localización Geográfica

Los distritos integrantes del denominado Corredor Turístico Cañete, Lunahuaná, Pacarán y Zúñiga que en conjunto integran un circuito perfectamente delineado, se ubican en la Provincia de Cañete, a escasa distancia de Lima.

b) Conectividad

La vía que conecta Lima, gran mercado emisor, con el Corredor Turístico ya mencionado es la carretera Panamericana Sur. Esta desde Lima a Cañete, tiene una distancia de 143 Kms. De ahí ingresando hacia el Este, se toma la vía que conduce hacia Yauyos, pasando por Lunahuaná, Pacarán y Zúñiga, en una distancia de 62 Kms. En su conjunto se ubican a solo 205 Kms., al Sur de Lima.

Hay servicio de transporte terrestre público directo a Cañete, de fácil acceso. El ingreso hacia Lunahuaná, Pacarán y Zúñiga se efectúa, mediante servicio público que parte de Cañete y de Mala.

Las vías de acceso mencionadas son asfaltadas y en muy buen estado de conservación lo que facilita el transporte y comunicación.

c) Existencia de Herramientas de Planificación

El Gobierno Regional de Lima ha elaborado el Plan de Desarrollo Concertado de la Región Lima y la Municipalidad Provincial de Cañete ha formulado el Plan de Desarrollo Concertado de la Provincia de Cañete, 2008-2021.

La existencia de estos instrumentos de planificación establece las directrices en las cuales se basará el desarrollo integral de la Provincia. Y en este contexto entre los ejes estratégicos prioritarios se considera en cuanto al Desarrollo Económico y Desarrollo Social objetivos, actividades y proyectos específicos que incluyen los distritos de Cañete, Lunahuaná, Pacarán y Zúñiga.

Ello para favorecer las acciones que se proyectan desarrollar en materia de turismo.

d) Vocación Turística

Lunahuaná es el centro turístico prioritario y de probada vocación turística, ofertando productos turísticos de aventura y recreación.

San Vicente de Cañete es un centro de carácter comercial y administrativo que, debido a su infraestructura y equipamiento urbano, sirve de soporte al desarrollo de actividades turísticas.

Pacarán y Zúñiga se presentan con gran potencial turístico para ofertar productos recreacionales y de turismo vivencial o turismo rural, y servir de complemento a la oferta central que muestra Lunahuaná.

Ya sea para los destinos reales, ya en el mercado turístico, como para los centros potenciales se observa una vocación turística de singulares características y de gran complementariedad.

Estos factores en su conjunto coadyuvan a tener una visión del desarrollo turístico desde la óptica de un Circuito Turístico, que integra cuatro centros poblados que se articulan en el corredor turístico mencionado.

e) Demanda de visitantes

La cercanía y las facilidades de acceso, las necesidades de esparcimiento, recreación, descanso y aventura de la población residente en Lima Metropolitana, constituyen elementos determinantes para la generación de una demanda de carácter permanente a las localidades integrantes del Circuito Turístico.

Cabe agregar que el turismo interno viene mostrando incrementos consecutivamente durante los dos últimos años.

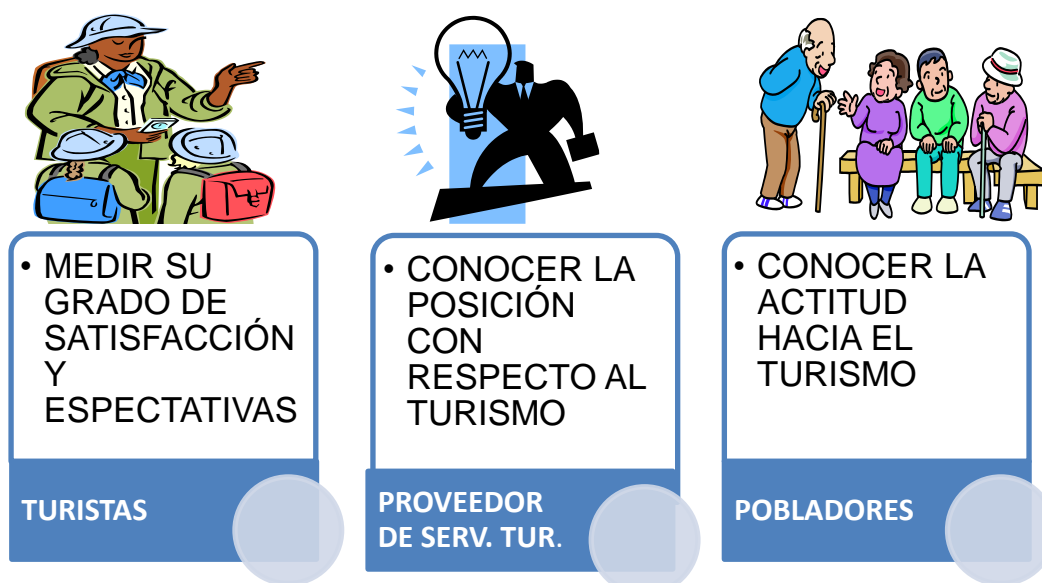
7.2 Percepción de la Actividad Turística

Habiéndose establecido que Pacarán y Zúñiga pueden convertirse en destinos turísticos complementarios en el Circuito Turístico Cañete - Lunahuaná, se consideró conveniente efectuar Encuestas. Estas con la finalidad de conocer y medir la posición de los turistas, proveedores de servicios y la población en general, frente a la posibilidad de convertir al turismo en una real alternativa para contribuir al desarrollo de sus localidades y por ende beneficiar a las poblaciones locales.

Se elaboraron los Cuestionarios respectivos, los que se adjuntan en el Anexo I, dirigido a tres grupos diferentes:

- ❖ Turistas en las ciudades de Cañete y Lunahuaná.
- ❖ Proveedores de Servicios en las ciudades de Lima, Cañete y Lunahuaná.
- ❖ Encuesta a Pobladores en Pacarán y Zúñiga.

Gráfico N° 4 Grupos Entrevistados



Fuente y Elaboración propia

7.2.1 Encuesta a Turistas

La presente Encuesta ha estado orientada a determinar el conocimiento de la provincia de Cañete y a conocer el interés por visitar algunos de sus distritos.

La Encuesta realizada en términos generales se sintetiza en:

- Todos los Encuestados han visitado la zona de Cañete y gran proporción de ellos reiteró su visita.
- El centro prioritario de atracción turística es Lunahuaná por las posibilidades del desarrollo del turismo de aventura, principalmente el canotaje y la visita a recursos culturales arqueológicos-monumentales, además de la gastronomía típica.
- Los turistas manifestaron interés relativo por conocer Pacarán y Zúñiga.

La Encuesta de manera específica da los siguientes resultados:

Con respecto a la visita a Cañete

Pregunta N°1: ¿Primera vez que visita Cañete?

El 52.4% de la muestra expresa visitar por primera vez la ciudad de Cañete, mientras el 47.6% ya ha visitado la ciudad anteriormente.

Esto indica una reiteración de la visita a Cañete, producto del atractivo y facilidades que oferta la ciudad, además de estar ubicada cerca a Lima. Y deja abierta la posibilidad para incorporar otros destinos alternativos y complementarios al Circuito Turístico a Lunahuaná, como se aprecia en el Cuadro N° 26.

Cuadro N° 26 Visita a Cañete

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	44	52.4
NO	40	47.6
TOTAL	84	100

Fuente y elaboración propias

Pregunta N°2 ¿Qué es lo que más ha disfrutado de su visita?

El 38.1% de los encuestados manifiestan que ha disfrutado la practica diversas modalidades del turismo de aventura. En segundo lugar, con un 35.7%, la gastronomía. Entre las dos actividades se concentra un 73.8% del total de los encuestados, tal como se aprecia en el Cuadro N° 27.

Un aspecto interesante es la apreciación que tienen con respecto a su integración con la población que recibe un 21.4%.

Los aspectos antes señalados corresponden a los atributos y características de los destinos de Cañete y Lunahuaná por cuanto ofertan la posibilidad de practicar variados deportes de aventura como el canotaje, trekking, parapente, ciclismo de montaña y moto cross entre otros y complementariamente degustar la variada gastronomía de la zona, sustentada no solo en la comida sino también en la existencia de productos vitivinícolas y de pisco de primera calidad.

Cuadro N° 27 Lo más disfrutado

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
La Gastronomía	30	35.7
El Turismo de Aventura	32	38.1
La integración con la población	18	21.4
La infraestructura de la zona	4	4.8
TOTAL	84	100

Fuente y elaboración propias

Pregunta N° 3 ¿Qué distritos de Cañete ha visitado?

El 48% de los encuestados ha visitado Lunahuaná seguido con un 38% por Cerro Azul y en menor proporción Mala y Zúñiga, como observa en el Cuadro N° 28.

Se aprecia claramente la preponderancia y atractivo que ofrece Lunahuaná en la zona andina y Cerro Azul en la zona litoral. Esto está en correlación con las facilidades de acceso, transporte, alojamiento y alimentación en ambos distritos.

Cuadro N° 28 Distritos más visitados

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Lunahuaná	40	48
Cerro Azul	32	38
Mala	7	8
Zúñiga	5	6
T O T A L	84	100.0

Fuente y elaboración propias

Pregunta N° 4 ¿Qué atractivos turísticos conoce?

Los turistas que visitaron la zona manifestaron claramente su predisposición por los atractivos turísticos ubicados en Lunahuaná, de tipo cultural arqueológico y monumental. Notándose la preferencia en el 100% de los visitantes por conocer el río Cañete y lugares pintorescos de él. En menor proporción se ubicaron atractivos de Zúñiga, Pacarán y San Vicente de Cañete. Lo anteriormente expresado refuerza la preferencia de Lunahuaná, como el distrito más visitado. Como se observa en el Cuadro N° 29

Cuadro N° 29 Atractivos más visitados

ALTERNATIVAS	%
Restos Arqueológicos de Incahuasi Lunahuaná	90
Plaza de Armas de Lunahuaná	100
Plaza de Armas de Zúñiga	70
Iglesia de Lunahuaná y Pacarán	90
Río Cañete	100
Lugares y paisajes pintorescos del Valle de Cañete	100
Puente Colgante de Catapalla Lunahuaná	100
Castillo Unanue, San Vicente de Cañete	40
Casa Encantada de Lunahuaná	80

Fuente y elaboración propias

Pregunta N° 5 ¿Qué actividades ha realizado en Cañete?

Los encuestados manifestaron que las actividades de turismo de aventura son las de mayor preferencia, seguidas de visitas a circuitos turísticos y la degustación de la gastronomía típica, como se observa en el Cuadro N° 30. Esto concuerda con los lugares más disfrutados por los visitantes

Cuadro N° 30 Actividades Realizadas

ALTERNATIVAS	%
Circuitos Turísticos	80
Canotaje en Lunahuaná	90
Paseo en Moto cross Lunahuaná	40
Visitas a Centros Arqueológicos Lunahuaná	80
Degustación de Platos Típicos	80

Fuente y elaboración propias

Con respecto a conocer otros distritos

Pregunta N° 6 ¿Estaría interesado en conocer otros distritos?

El 97.6% manifiesta estar interesado en conocer otros lugares, es decir complementar su visita, y en este concepto muestran iniciativa por Pacarán y Zúñiga, como se observa en el Cuadro N° 31.

Cuadro N° 31 Interés por otros Distritos

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	82	97.6
NO	2	2.4
TOTAL	84	100.0

Fuente y elaboración propias

Pregunta N° 7 ¿Ha escuchado usted del Distrito de Pacarán?

El 60% de los entrevistados desconoce el distrito de Pacarán, mientras el 40% dice conocerlo y al parecer podrían ser los visitantes que han llegado a la zona en anterior oportunidad, como se observa en el Cuadro N° 32.

Cuadro N° 32 ¿Ha escuchado de Pacarán?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	34	40
NO	50	60
TOTAL	84	100

Fuente y elaboración propias

Pregunta N° 8 ¿Desearía conocer este Distrito?

El 60% de los entrevistados se mostró interesado en conocer Pacarán, aunque en algunos casos no conocían sobre el Distrito, mientras el 40% no está interesado en conocer, como se observa en el Cuadro N° 33

Cuadro N° 33 Deseo de conocer Pacarán

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	50	60
NO	34	40
TOTAL	84	100

Fuente y elaboración propias

Pregunta N° 9 ¿Ha escuchado usted del Distrito de Zúñiga?

El 80% expresó no haber escuchado, eso quizás porque el distrito de Zúñiga es el último en la entrada hacia Lunahuaná, ya colindante con Yauyos, y está más alejado de los centros principales. El 20% si había escuchado sobre el distrito, como se aprecia en el Cuadro N° 34.

Cuadro N° 34 ¿Ha escuchado de Zúñiga?

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	17	20
NO	67	80
T O T A L	84	100

Fuente y elaboración propias

Pregunta N°10 ¿Desearía conocer este Distrito?

El 70% no muestra interés por visitar el distrito y probablemente se deba a la poca información sobre el mismo, así como a la relativa distancia de este con los principales centros poblados. El 30% demuestra interés por visitar el distrito, como se aprecia en el Cuadro N° 35.

Cuadro N° 35 Deseo de conocer Zúñiga

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	25	30
NO	59	70
T O T A L	84	100

Fuente y elaboración propias

7.2.2 Encuesta a Proveedores

La Encuesta a Proveedores ha estado dirigida a Agencias de Viajes ubicadas en Lima de clasificación minoristas y que ofertan servicios hacia Cañete y Lunahuaná. También han participado Agencias de Viajes Mayoristas y Tour Operadoras ubicadas en Lima.

La Encuesta realizada a las Agencias de Viajes como Proveedores de Servicios Turísticos de Lima y Lunahuana en términos generales se sintetiza en:

- La mayor parte de las agencias de viaje son de Lima y en menor proporción de Lunahuana, siendo principalmente minoristas es decir que venden sus servicios directamente al consumidor y contratan servicios a empresas locales en la zona mostrando interés por incrementar su oferta de servicios.
- Las dos terceras partes de las agencias de viajes se encuentran operando más de 4 años ofertando servicios turísticos relativos a la alimentación y recreación considerando que la mayor parte de las visitas son “full day”.
- La estacionalidad en cuanto a la venta de servicios turísticos presenta como época de alta temporada a los meses de enero a marzo coincidiendo con las vacaciones y el clima.
- Los agentes de viajes mostraron interés por incorporar a su oferta de servicios los distritos de Pacarán y Zúñiga.
- La zona de Cañete recibe mayoritariamente turistas nacionales.

La Encuesta de manera específica da los siguientes resultados:

Con referencia a la Organización:

Pregunta N°1: ¿Qué clasificación de Agencia de Viajes tiene?

De la Encuesta efectuada se observa que el 79% de las Agencias de Viajes se ubican en Lima y el 21% en Lunahuaná.

El 42% tanto de Lima como de Lunahuaná, corresponden a la clasificación de Minoristas, es decir aquellas que pueden ofertar sus servicios directos al

consumidor. Las Mayoristas se ubican en el segundo lugar con un 30% y son aquellas que ofertan sus servicios solo a otras Agencias de Viaje y no pueden comercializar directamente al público. Las Tour Operadoras, representan el 28% del total, como se observa en el Cuadro N° 36.

Es importante destacar que los servicios provistos por Agencias de Lima, generalmente se dan como paquetes integrales, mientras que los servicios provistos en Lunahuaná, son servicios sueltos de acuerdo al requerimiento **del consumidor**.

Cuadro N° 36 Agencias de Viajes Encuestadas

CLASIFICACIÓN	LIMA	LUNAHUANÁ	TOTAL
Minorista	25	9	34
Mayorista	21	3	24
Tour Operador	18	5	23
TOTAL	64	17	81

Fuente y elaboración propias

Pregunta N° 2 ¿Cuánto tiempo tiene su Agencia de Viaje en el mercado?

El 54.32% de las Agencias de Viajes, tienen una antigüedad de 5 o más años, el 22.22% una antigüedad entre 3 y 5 años, el 16.05% entre dos y tres años y el 7.41% un año, como se aprecia en el Cuadro N° 37.

El hecho de tener Cañete y Lunahuaná una imagen en el mercado interno se refleja en la presencia de Agencias de Viajes con más de 5 años de antigüedad que brindan servicios de acuerdo a los requerimientos de la demanda

Cuadro N° 37 Antigüedad de la Agencia de Viajes

ANTIGÜEDAD	%
1 Año	7.41
2 - 3 Años	16.05
4 - 5 Años	22.22
5 a más Años	54.32
TOTAL	100.00

Fuente y elaboración propias

Con referencia a los Servicios que ofrece:

Pregunta N° 3 ¿Qué servicios ofrece su Agencia de Viajes?

Las Agencias de Viajes al ser intermediarias en la prestación de los servicios turísticos pueden ofertar diversas clases, sin que necesariamente ellos los generen o los produzcan, para ello contratan como proveedores a terceros residentes en la localidad que ofertan, como se aprecia en el Cuadro N° 38.

Siendo la visita a Cañete y Lunahuaná generalmente de un día o lo que se denomina un “full day”, la provisión de servicios de alimentación es fundamental, ofertándose en un 76.5%, seguido de la recreación, con el 75.3%, la atención a eventos con un 44.4% y la organización de eventos con un 38.3%.

Cuadro N° 38 Servicios que Ofrece la Agencia de Viajes

SERVICIOS	%
Alimentación	76.5
Recreación	75.3
Eventos	44.4
Organización de Eventos	38.32

Fuente y elaboración propias

Pregunta N° 4 ¿Qué productos ofrece?

Pregunta N° 5 ¿Qué producto tiene mayor demanda?

Entre las alternativas de los productos que ofrecen así como los de mayor demanda, se observa que las Agencias de Viajes ofertan circuitos turísticos con un 75.3%, Canotaje con 69.1%, Moto Cross con 48.1% y Paseo a Caballo, con 37.0%, como se aprecia en el Cuadro N° 39.

La mayor parte de servicios que se ofertan y que coincidentemente tienen mayor demanda son relativos al turismo de aventura y de recreación, considerando que es la mayor motivación de visita en el centro turístico principal como es Lunahuaná.

Cuadro N° 39 Productos que ofrecen

ANTIGÜEDAD	%
CIRCUITOS TURÍSTICOS	75.3
CANOTAJE	69.1
MOTO CROSS	48.1
PASEO A CABALLO	37.0

Fuente y elaboración propias

Pregunta N° 6 ¿Utiliza los servicios del lugar?

Las Agencias de Viajes encuestadas manifestaron en un 96.1%, es decir mayoritariamente que contratan los servicios de proveedores del lugar para sus clientes. Esto favorece y beneficia a las poblaciones locales en el aspecto económico, como se observa en el Cuadro N° 40

Cuadro N° 40 Uso de servicios del lugar

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	77	96.1
No	4	4.9
T O T A L	81	100.0

Fuente y elaboración propias

Pregunta N° 7 ¿En qué temporada del año tiene mayor demanda?

La mayor demanda de servicios para los proveedores se da entre enero y marzo con un 72.8%, seguido de julio a setiembre, con un 12.3%, como se observa en el Cuadro N° 41. Sin embargo, se aprecia actividad turística relativa durante todo el año. En este aspecto el factor climático, esto es temperatura, caudal de los ríos, el periodo vacacional y la capacidad económica tienen gran influencia.

Cuadro N° 41 Temporada de mayor demanda de servicios

MESES	FRECUENCIA	%
Enero - Marzo	59	72.8
Abril - Junio	7	8.6
Julio - Setiembre	10	12.3
Octubre - Diciembre	5	6.2
T O T A L	81	100.0

Fuente y elaboración propias

Pregunta N° 8 ¿Qué turistas demandan más sus productos?

Los proveedores encuestados expresaron que el 80% de la demanda de sus productos es de turistas peruanos y el 20% extranjeros, como se aprecia en el Cuadro N° 42. Explicado por el hecho de ser Cañete y Lunahuaná destinos del turismo interno principalmente población residente de la ciudad de Lima.

Cuadro N° 42, Mercado que demanda sus productos

NACIONALIDAD	%
Peruanos	80
Extranjeros	20

Fuente y elaboración propias

Pregunta N° 9 ¿En qué temporada del año tiene menor demanda?

La menor solicitud de servicios se da en los meses de abril - junio con el 44.4% seguido de octubre a diciembre con el 23.5% y julio y setiembre con el 22.2%. Son determinantes el factor climático y el factor vacacional, como se observa en el Cuadro N° 43.

Cuadro N° 43 Temporada de menor demanda de servicios

MESES	FRECUENCIA	%
Enero - Marzo	8	9.9
Abril - Junio	36	44.4
Julio - Setiembre	18	22.2
Octubre - Diciembre	19	23.5
T O T A L	81	100.0

Fuente y elaboración propias

Con referencia a Ampliar sus Servicios:

Pregunta N° 10 ¿Tiene interés en incrementar servicios?

Los proveedores de servicios han expresado en un 85.2% su decisión por ofertar mayores servicios ante una posibilidad de incremento de la demanda. Solo el 14.8% duda de hacerlo, no siendo mayormente significativo. Como se observa en el Cuadro N° 44

Cuadro N° 44 Incremento de oferta de servicios

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	69	85.2
TAL VEZ	12	14.8
TOTAL	81	100.0

Fuente y elaboración propias

Pregunta N° 11 ¿Estaría de acuerdo en la incorporación del Distrito de Pacarán, como parte del Circuito Cañete Lunahuaná?

Las Agencias de Viajes encuestadas consideran en un 58%, estar de acuerdo con la incorporación de Pacarán, existiendo un 35.8% que duda de ello. Este alto porcentaje podría evidenciar el desconocimiento que supone la incorporación y el relativo temor por tener que incrementar sus servicios lo cual supone un mayor esfuerzo y responsabilidad, como se aprecia en el Cuadro N° 45.

Cuadro N° 45 Incorporación de Pacarán al Circuito Turístico

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	47	58.0
NO	5	6.2
TAL VEZ	29	35.8
TOTAL	81	100.0

Fuente y elaboración propias

Pregunta N° 12 ¿Estaría de acuerdo en la incorporación del Distrito de Zúñiga, como parte del Circuito Cañete Lunahuaná?

Las Agencias de Viajes encuestadas manifiestan estar de acuerdo en un 51.9%, apreciándose que el 38.3%, porcentaje mayor que en el caso de Pacarán, lo duda, como se aprecia en el Cuadro N° 46. Considerando que Zúñiga aun no reúne las mínimas condiciones como destino turístico, estiman tal vez podría incorporarse.

Cuadro N° 46 Incorporación de Zúñiga al Circuito Turístico

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	42	51.9
NO	8	9.9
TAL VEZ	31	38.3
T O T A L	81	100.0

Fuente y elaboración propias

7.2.3 Encuesta a Pobladores de Cañete, Zúñiga y Pacarán

La Encuesta realizada a los Pobladores de Cañete, Pacarán y Zúñiga en términos generales se sintetiza en:

- La mayor parte de los pobladores se desempeñan en las actividades agrícola y ganadera y muestran gran interés por participar en el turismo reconociendo los beneficios para su localidad. manifestando que podían recibir a visitantes en su hogar.
- La mayor parte de los pobladores desconoce sobre el turismo vivencial.
- Los pobladores se encuentran interesados en participar en proyectos de turismo en su zona y en interactuar con los visitantes ofertando la gastronomía típica y la posibilidad del deporte de aventura.

La Encuesta de manera específica da los siguientes resultados:

Con referencia a la Actividad que desempeña:

Pregunta N°1: ¿Qué actividad económica desempeña diariamente?

El distrito de Cañete tiene una connotación comercial y agrícola, Pacarán agrícola y Zúñiga agrícola y ganadera. Los entrevistados manifestaron en un 41.6% que se dedicaban a la agricultura y en un 28.2% a la ganadería, es decir en un 69.8% a las actividades prioritarias en los distritos mencionados.

El 5.4% se desempeña en actividades de turismo y el 13.4% en otras diversas. Cabe anotar que se perdieron en el sistema el 11.4% de las Encuestas, como se observa en el Cuadro N° 47.

Cuadro N° 47 Principal Actividad Económica

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Ganadería	42	28.2
Agricultura	62	41.6
Turismo	8	5.4
Otros	20	13.4
TOTAL	132	88.6
Perdidos Sistema	17	11.4
T O T A L	149	100.0

Fuente y elaboración propias

Con referencia a su Participación en Turismo:

Pregunta N°2 ¿Estaría interesado en participar en la actividad turística?

Los pobladores de la zona de Cañete y Lunahuaná son conocedores de los beneficios que la actividad turística conlleva a su localidad. Dada la cercanía de Pacarán y Zúñiga, se estima que ellos también tienen conocimiento del turismo en la zona. Así se observa que si estarían interesados en un 77.2%, quedando un 18.1% en duda, como se observa en el Cuadro N° 48.

Cuadro N° 48 Interés de Participar en Turismo

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	115	77.2
NO	7	4.7
TAL VEZ	27	18.1
T O T A L	149	100.0

Fuente y elaboración propias

Pregunta N° 5 ¿Recibiría usted a los turistas en su hogar, compartiendo con ellos sus actividades?

Los distritos encuestados fueron Cañete, Pacarán y Zúñiga, la primera de ellas es una ciudad de gran movimiento comercial, mientras las otras dos muestran una connotación más agrícola y ganadera; ello condiciona el comportamiento de los pobladores, principalmente en su relación con personas que procedan de otros lugares. El 44.3% demuestra interés por compartir con turistas sus actividades y su hogar, mientras que el 29.2 % deja abierta la posibilidad de hacerlo, probablemente en la medida en que reciban mayor información y explicación al respecto. Solo el 26.5% declara no estar interesado, como se aprecia en el Cuadro N°49

Cuadro N° 49 ¿Recibiría turistas en su hogar?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	66	44.3
NO	39	26.5
TAL VEZ	44	29.2
T O T A L	149	100.0

Fuente y elaboración propias

Pregunta N° 6 ¿Estaría interesado en recibir capacitación por parte del Municipio o alguna otra institución sobre las actividades del turismo?

En la medida que el conocimiento de los efectos del turismo, surgen las necesidades a cubrir, así el 85.2% manifiesta tener interés en capacitarse en las actividades propias del turismo, como se observa en el Cuadro N° 50.

Esto en la medida que para dar un buen servicio es necesario estar capacitado para ello.

Cuadro N° 50 Interés por Capacitación

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	127	85.2
NO	22	14.8
TOTAL	149	100.0

Fuente y elaboración propias

Pregunta N° 8 ¿Brindaría hospedaje y alimentación al turista para generar ingresos económicos en su hogar?

Los pobladores de la zona encuestada se ubican en un estrato económico medio y medio bajo para los cuales contar con una nueva fuente de ingresos económicos para su hogar es interesante y es una alternativa, por ello el 66.4% contesta afirmativamente. El 26.8% responde tal vez y esto está en parte relacionado con los prejuicios que pudiera tener el poblador residente frente a aceptar personas desconocidas en su hogar, sin embargo, no se niega a esa posibilidad, como se aprecia en el Cuadro N° 51

Cuadro N° 51 ¿Brindaría Servicios Turísticos en su Hogar?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	99	66.4
NO	10	6.7
TAL VEZ	40	26.8
TOTAL	149	100.0

Fuente y elaboración propias

Pregunta N° 9 ¿Participaría en proyectos de desarrollo turístico en su zona?

La actividad turística es conocida en la zona, pero participar en proyectos específicos es involucrarse en el tema y los pobladores responden en un 71.8% afirmativamente. Un 21.5% duda de hacerlo, por la implicancia y compromiso que supone el tema, pero no niega la posibilidad, como se aprecia en el Cuadro N° 52

Cuadro N° 52 ¿Participaría en Proyectos Turísticos?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	107	71.8
NO	10	6.7
TAL VEZ	22	21.5
T O T A L	149	100.0

Fuente y elaboración propias

Con respecto a considerar el turismo favorable para su localidad:

Pregunta N° 3 ¿Considera que el Turismo es Favorable para el desarrollo de su Localidad?

La respuesta es mayoritaria en un 81.2%, sin embargo, existe un 13.45 que duda o desconoce los beneficios del turismo, como se observa en el Cuadro N° 53.

Cuadro N° 53 Aspectos Favorables del Turismo

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	121	81.2
NO	8	5.4
TAL VEZ	20	13.4
T O T A L	149	100.0

Fuente y elaboración propias

Pregunta N° 4 ¿Considera que el turismo generaría algún aspecto negativo en su localidad?

Siendo la zona turística para el mercado interno, el 58.4% manifiesta que no habrían aspectos negativos en su localidad productos del turismo, mientras que el 22.8% expresa que, si los habría, y el 18.8% que tal vez los habría, como se observa en el Cuadro N° 54.

Es importante destacar que aquellos que no consideran aspectos negativos representan el 40% de los encuestados que podría ser por desconocimiento de los efectos.

Cuadro N° 54 Aspectos Negativos del Turismo

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	34	22.8
NO	87	58.4
TAL VEZ	28	18.8
T O T A L	149	100.0

Fuente y elaboración propias

Pregunta N° 7 ¿Escuchó usted antes sobre el turismo vivencial?

Pregunta N° 10 ¿Conoce usted sobre el turismo vivencial?

En los destinos encuestados lo más conocido es el Turismo de Aventura y el Turismo Recreacional, no ofertándose aun productos de Turismo Vivencial.

El 54.4% de los encuestado manifestaron desconocer sobre el Turismo Vivencial, esto considerando que no se da en la práctica en su zona, como se observa en los Cuadro N° 55.

Cabe agregar que si bien es cierto tanto Pacarán como Zúñiga tienen lugares y paisajes donde pueden desarrollarse diversas actividades propias del Turismo Vivencial, aun no se visualiza ese tipo de producto por los pobladores

Cuadro N° 55 Conocimiento sobre Turismo Vivencial

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
SI	68	45.6
NO	81	54.4
T O T A L	149	100.0

Fuente y elaboración propias

Pregunta N° 11 ¿Qué actividades podría realizar el turista en su distrito?

Los pobladores entrevistados aceptan en un 92.3% que podrían compartir y convivir con los turistas, seguido de degustar la gastronomía de la zona con el 90.5% y la

práctica de deportes de aventura con el 85.2%, como se observa en el Cuadro N° 56.

Es importante mencionar que, en la Encuesta efectuada a turistas, al ser preguntados por lo que más han disfrutado, mencionan en un tercer lugar con el 21.4% a la integración con la población, es decir el turista percibe la hospitalidad en el poblador y estos entienden que debe darse de esa manera.

Cuadro N° 56 Actividades a realizar por el turista

ALTERNATIVAS	%
Visitar Centros Arqueológicos	45.6
Visitar Áreas Naturales	18.7
Disfrutar de Deliciosos Platos Típicos	90.5
Practicar algún Deporte de Aventura	85.2
Convivir con los Pobladores	92.3

Fuente y elaboración propias

7.3 Organización Espacial Turística

Para orientar el desarrollo turístico de un lugar es necesaria la ordenación turística del territorio, es decir determinar el espacio geográfico sobre el cual se desarrollaría un destino, estableciendo las funciones y actividades que se efectuarían en él, correspondientes a los diversos sectores que intervienen. Esto con la finalidad de lograr un desarrollo armónico del espacio geográfico y beneficiar a las poblaciones locales con las ventajas que el turismo ofrece.

Es preciso mencionar que el sector turismo, como otros sectores busca localizarse en las áreas del espacio físico que le sean más favorables. En aquellas que cuenten con atractivos turísticos que sean la principal motivación para los visitantes; que reúnan facilidades turísticas de alojamiento, alimentación, esparcimiento y con

infraestructura vial, de transportes, de comunicaciones y de equipamiento urbano que permitan la creación, complementación y/o consolidación del destino turístico.

La organización del espacio turístico sea en zonas, áreas, centros, núcleos, focos, unidades y corredores turísticos es determinante para definir la organización del espacio y las actividades turísticas a desarrollar.

a) Concepto de Corredor Turístico

Con respecto a la concepción del corredor turístico, se considera que este "...es un espacio homogéneo en el que por la cercana distancia de los atractivos y servicios se llega a una natural complementariedad. Por lo general, se agrega que rutas troncales efectivizan su integración y la jerarquía de los atractivos y productos determinan el rango de convocatoria de dicho espacio" (Torrejón, 2004).

También se considera vías de conexión entre las zonas, áreas, complejos, centros, conjuntos, atractivos turísticos, puertos de entrada del turismo receptivo y plazas emisoras del turismo interno que funcionan como elemento estructurador del espacio turístico.

Según su función pueden ser:

Corredor Turístico de Traslado:

Red de carreteras y caminos de un país a través de los cuales se desplazan los flujos turísticos para cumplir con sus itinerarios.

Corredor Turístico de Estadía:

Superficies alargadas, paralelas a las costas de mares, ríos o lagos que tienen un ancho que no superan sus partes más extensas los 5 Kms.

Como se observa un factor determinante para la creación de un corredor turístico es una vía de acceso que interconecte los atractivos turísticos, destinos turísticos y permita movilizar con facilidad a los flujos turísticos entre ellos.

Para Boullón (2003), las mayores oportunidades para contemplar el paisaje y desarrollar actividades recreativas se encuentran en los corredores turísticos, pues circulan por las vías de acceso cercanos a los atractivos y a las facilidades turísticas.

b) Con Respecto a la Provincia de Cañete

La Provincia de Cañete está conformada por 16 distritos y comprende un área litoral y un área andina.

El área más desarrollada, aunque aún no adecuadamente, es la comprendida entre el distrito de San Vicente de Cañete y el distrito de Lunahuaná, presentando como un área complementaria potencial a los distritos de Pacarán y Zúñiga.

A ello podría denominarse el **Corredor Turístico Cañete - Lunahuaná - Pacarán - Zúñiga, que conformarían un Circuito Turístico.**

En ese contexto, es preciso establecer los centros, productos, servicios turísticos, así como la función del destino turístico.

El Corredor Turístico materia de la investigación presenta dos tipos de centros turísticos:

Lunahuaná

PRIORITARIO

- ❖ Cuenta con atractivos naturales y culturales reconocidos, oferta la posibilidad del desarrollo de deportes y de aventura.
- ❖ Cuenta con facilidades turísticas de diversa categoría y tamaño que posibilita la estadía del visitante y
- ❖ Dispone de servicios urbanos capaces de servir de soporte para el desarrollo de la planta turística.

Pacarán y Zúñiga

SECUNDARIOS

- ❖ Cuentan con atractivos naturales y culturales potenciales.
- ❖ Pacarán cuenta con facilidades turísticas mínimas.
- ❖ Zúñiga cuenta con facilidades turísticas incipientes
- ❖ Los servicios urbanos en ambos distritos son deficitarios y limitantes

San Vicente de Cañete.

SECUNDARIO

- ❖ Cuenta con atractivos culturales de relativa importancia
- ❖ Dispone de facilidades turísticas adecuadas
- ❖ Cuenta con servicios urbanos con ciertas limitaciones.

Por la naturaleza y las características de los centros turísticos mencionados, reales y potenciales se tiene:

Lunahuaná se sitúa como el centro base y neurálgico de atracción turística en todo el circuito, manteniendo, ampliando y mejorando su oferta actual.

San Vicente de Cañete, por ser un centro comercial y administrativo con un relativo atractivo turístico, cumple una función secundaria de soporte principalmente en el equipamiento urbano.

Pacarán y Zúñiga, centros potenciales desarrollarían una función complementaria, ofertando alternativas de turismo vivencial.

En el Cuadro N° 57, se observa los productos, servicios y funciones por centro turístico.

Es importante destacar que el eje articulador del corredor turístico es la vía de acceso asfaltada y en muy buen estado de conservación y la escasa distancia existente entre cada uno de los centros turísticos; esto permite un acceso rápido y con facilidades.

Cada Centro Turístico por su propia naturaleza y vocación permite formular diversos productos turísticos siempre dirigidos al mercado interno, el cual ha manifestado reiteración en la visita a la zona.

En cada Centro Turístico deberá formularse los productos determinando los servicios turísticos prioritarios con que debe contar el mismo para satisfacer la presencia y permanencia de la demanda.

Al incorporarse Pacarán y Zúñiga al Circuito ya existente Cañete Lunahuaná, desarrollaran una oferta complementaria en lo concerniente al turismo vivencial de manera de contribuir a la ampliación y complementación de la motivación de aventura/ recreacional.

Es importante mencionar la buena predisposición que manifiestan los turistas por conocer otros lugares además de Cañete y Lunahuaná, así como la posición de las

poblaciones residentes a un incremento del turismo y a la incorporación de nuevos distritos al Circuito Turístico. Ello facilitará la organización y desarrollo de las nuevas actividades turísticas.

Cuadro N° 57 Función por Centros Turísticos

CENTRO TURÍSTICO	PRODUCTO TURÍSTICO	SERVICIOS TURÍSTICOS	FUNCIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO
LUNAHUANA	Aventura Recreación	Alojamiento Alimentación Ag. Viajes Servicios Urbanos	Prioritario
PACARÁN	Vivencial Recreación	Alojamiento Alimentación	Secundario
ZÚNIGA	Vivencial Recreación	Alojamiento Alimentación	Secundario
SAN VICENTE DE CAÑETE	Recreación Comercial y Administrativo	Alojamiento Alimentación Servicios Urbanos	Secundario

Fuente y elaboración propias

7.4 Organización y Gestión Institucional

La concepción, organización y gestión de un destino turístico demanda de una organización institucional capaz de articular la acción a efectuar, de convocar a participar a las organizaciones relacionadas directa e indirectamente con él y de promover su posicionamiento en el mercado de viajes.

Existiendo en la zona entes como el Gobierno de la Región Lima, la Municipalidad Provincial de Cañete y otras organizaciones privadas, empresariales, gremiales, vecinales y comunales, es necesario proponer el tipo de organización, sus funciones y atribuciones que permitan potenciar su accionar.

Así podría crearse una Organización de Gestión de Destino (OGD de Turismo) del Corredor Turístico Cañete-Lunahuana- Pacarán - Zúñiga con la finalidad de liderar

el turismo en su área. Este estaría integrado por el Alcalde de la provincia de Cañete, Alcaldes Distritales, Representantes de los Gremios y Organizaciones Privadas, entre otros.

Tendría por función definir la concepción del desarrollo del Corredor Turístico, establecer las funciones de los miembros para la administración y gestión, buscando la consolidación de los Centros Turísticos involucrados y procurando la competitividad del Corredor Turístico frente a otros destinos.

7.5 Producto Turístico

Es preciso definir el término producto turístico, como "la relación entre la materia prima (atractivos turísticos), la planta turística (aparato productivo), la infraestructura (dotación de apoyo al aparato productivo) y la superestructura (subsistema organizacional y recursos humanos disponibles para operar el sistema" (Boullón, 1999: 55).

Ello indica la perentoria necesidad de la presencia de todos sus componentes a efectos de disponer de un destino turístico competitivo y de calidad.

Definidos los tipos de atractivo que se presentan en los distintos centros turísticos del Corredor es preciso definir los Productos Turísticos que se ofrecerían:

a) PRODUCTO DE AVENTURA - RECREACIONAL

Se mantienen los productos que actualmente se ofertan, tanto de aventura como recreacional.

Se hace necesaria la ampliación y mejora de los productos a ofrecer procurando elevar el nivel de calidad de los servicios.

Centro Turístico	Lunahuaná
Segmento de Mercado	Turismo juvenil
Modalidad	Grupal

b) **PRODUCTO VIVENCIAL - RURAL**

Se innovaría con productos de carácter vivencial poniendo en contacto al visitante con el poblador en su mismo hábitat.

Esto complementaría los servicios que ofrece Lunahuaná como centro prioritario y permitiría incrementar el promedio de estadía en todo el Corredor.

Centros Turísticos	Pacarán y Zúñiga
Segmento de Mercado	Turismo familiar
Modalidad	Grupal

c) **PRODUCTO DE EVENTOS**

Considerando que para la realización de eventos se requiere contar con la infraestructura de soporte necesaria, la organización indicada y los medios de comercialización ad hoc, se estima que este producto podría realizarse en dos etapas, teniendo en cuenta las características actuales.

En una primera etapa se mantendrían los productos que se ofertan actualmente como son el Festival Nacional de Turismo de Aventura y el Festival del Higo, mejorando su organización y la presentación del producto, ampliando la cobertura de comercialización y mejorando los canales de distribución actual, esto en Lunahuaná.

En una segunda etapa, se innovaría con otros productos de cobertura menor que podrían realizarse en Pacarán y Zúñiga y que podrían asociarse a la actividad agropecuaria, además de la turística.

Centros Turísticos	Pacarán y Zúñiga
Segmentos de Mercado	Turismo Familiar
Modalidad	Grupal

Es importante establecer que existiendo en el Circuito Turístico centros que ya cuentan con una demanda establecida, es ahí donde debe mejorarse la calidad del producto que se ofrece y elevar los niveles de calidad de los mismos, como es el caso de Lunahuaná y San Vicente de Cañete. Siendo el centro turístico neurálgico el primero de ellos.

Asimismo, existiendo dos centros poblados, de carácter secundario que ofertan un potencial para el desarrollo del turismo vivencial y también de eventos, en una segunda etapa, hay que innovar en este rubro para potenciar la atracción de los destinos.

En consecuencia, tener una doble concepción de desarrollo del Circuito Turístico, consolidando los Centros Turísticos existentes, Lunahuaná y San Vicente de Cañete y generando nuevas alternativas en los casos de Pacarán y Zúñiga.

7.6 Demanda Turística Potencial

Ante la inexistencia de datos organizados y fidedignos sobre el comportamiento de la demanda turística hacia la zona, como manifiesta la Oficina de Estadística del

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, es necesaria la realización de un **ESTUDIO DE MERCADO** que permita establecer la demanda potencial sobre la cual se actuaría para motivar la visita a las localidades que comprende el Circuito Turístico en su conjunto.

Hay que considerar que existiendo una demanda real y efectiva en Lunahuaná es posible presentar como una alternativa la extensión de la visita hacia Pacarán y Zúñiga, para la práctica del denominado turismo vivencial o turismo rural como una manera de innovar y complementar el atractivo del Corredor Turístico.

Existiendo una eficiente conectividad entre Lima y Cañete, el gran mercado emisor de Lima se presenta como una demanda potencial de gran cobertura y con requerimientos y necesidades de tipo de esparcimiento, recreacional, vivencial y de eventos.

7.7 Marca del Circuito Turístico

La Marca País o Destino, es un instrumento indispensable en los nuevos espacios competitivos del mundo, busca potenciar y evidenciar las oportunidades de un destino, presentado su imagen de manera competitiva.

Para el Instituto Español de Comercio Exterior, la Marca País es “el reflejo de una identidad” (ISEX, 2006:9). Es la percepción que debe captar el consumidor referente a un producto, cualquiera que sea. En el caso del turismo “los destinos turísticos son postales en la mente” (ISEX, 2006:17).

La Marca del Corredor Turístico Cañete- Lunahuana- Pacarán –Zúñiga busca ser el emblema del Circuito considerando los principales productos turísticos que ofrece: aventura y vivencial.

Para ello deberá definirse el concepto de la marca, desarrollarla y entrar a una fase de sensibilización y difusión de campañas publicitarias programadas, seleccionando los canales de distribución más adecuados al mercado al que va dirigido.

Así mismo, la realización Workshops, seminarios y talleres, dirigidos a los proveedores de servicios, a los consumidores y a los pobladores de los centros turísticos que forman parte del Corredor Turístico, con la finalidad de fortalecer la imagen del mismo.

CONCLUSIONES

El Turismo está reconocido como una actividad que contribuye al desarrollo nacional de país y que muestra una gran capacidad de coadyuvar a la redistribución del ingreso por su acción descentralizadora con el consiguiente beneficio para la comunidad residente. La Organización Mundial de Turismo reitera **que hay que planificar en lo global y actuar en lo local**, es decir considera que el nivel local es el más adecuado para orientar el desarrollo y obtener mayores y mejores logros en materia de turismo. El desarrollo turístico de una localidad debe concebirse como un desarrollo sostenible, en el tiempo, en el espacio y en la comunidad cautelando los recursos y utilizándolos de manera racional.

En el Perú la actividad turística ha cobrado gran importancia, tanto el turismo receptor como el turismo interno. En el año 2009, en cuanto al turismo receptor, este contribuyó con el 3.84% al PBI, con 2,400 millones US\$ por la captación de divisas a la balanza comercial, con la generación de 454,568 empleos, directos e indirectos, según la Cuenta Satélite de Turismo. Y en materia de turismo interno la tasa media anual de crecimiento fue del 5.03% entre 1992 y el 2009, llegando a 7'5000,000, según el Observatorio Turístico de la Universidad de San Martín de Porres.

Lima siendo la capital de la Republica se constituye en el principal puerto de ingreso para el turismo receptor y en el gran mercado emisor para todo el país considerando la capacidad adquisitiva de la población y las necesidades de recreación, esparcimiento y descanso que la misma requiere. El departamento de

Lima está conformado por 10 provincias, observándose una zona litoral y otra zona andina con recursos y atractivos variados y con distintos niveles de aprovechamiento turístico.

La Provincia de Cañete, constituida por 16 distritos, conformantes del denominado “Sur Chico” presenta un turismo en desarrollo algunas zonas y otras potenciales. La Provincia de Cañete tiene una población de 200,662 habitantes, tiene una PEA conformada en un 31.4% por la actividad agrícola y en un 49.7% por la rama de comercio y servicios, en conjunto representan el 81.1% del total de actividades. Esto es producto de la existencia de tierras fértiles, abundancia de agua, buen clima y técnicas agrícolas en cuanto a la agricultura y de la existencia de una vía de acceso asfaltada en buen estado de conservación y servicio de transporte en cuanto al comercio y a los servicios.

Presenta dos zonas definidas, una litoral y otra andina con características propias cada una de ellas. Oferta atractivos turísticos de tipo balneario, cultural y de aventura que generan diversas motivaciones para la visita. Cuenta con facilidades turísticas que permiten la permanencia de los visitantes destacando 866 restaurantes, 158 establecimientos de hospedaje con 2012 habitaciones y 4245 plazas y 9 agencias de viajes.

La zona comprendida en el Circuito Turístico Cañete – Lunahuana presenta dos tipos de destinos. Los destinos turísticos en Operación conformados por Cerro Azul, Santa Cruz de Flores, San Vicente de Cañete y Lunahuana y los destinos Potenciales como Pacarán y Zúñiga. De los destinos en Operación el centro principal es Lunahuana con una oferta de productos turísticos de aventura y una

imagen ya posicionada como tal para el mercado interno fundamentalmente de Lima, que resulta siendo el eje central en toda la ruta.

Como destinos Potenciales se presentan los distritos de Pacarán y Zúñiga que si bien es cierto muestran vocación turística en cuanto a los atractivos, requieren de planta turística siendo una ventaja el estar en la ruta y unidos por la misma vía de acceso a lo largo de todo el Circuito turístico. A esto hay que agregar que los proveedores de servicios de agencias de viaje muestran interés por ofertar otros productos y que los residentes en los distritos del Circuito están dispuestos a participar en la actividad turística como emprendedores y como comunidad anfitriona.

El diagnóstico de la **zona denominada Corredor Turístico Cañete - Lunahuana- Pacarán- Zúñiga, articulada como un Circuito Turístico**, muestra buenas perspectivas para consolidar su oferta actual en Lunahuana como destino de aventura y diversificar el producto con turismo vivencial en Pacarán y Zúñiga involucrando en la gestión a la población residente.

BIBLIOGRAFÍA

ABRITTA, Guillermo

2000 Noción y estructura del dato. Universidad Nacional de Lomas de Zamora, Buenos Aires.

ARISTÓTELES

1177 Ética a Nicómaco, X, 7,

ARISTÓTELES

1338 Política, VIII, 3,

AZPUR, Javier

2005 Descentralización y Regionalización. Lima

BARRADO TIMÓN Diego A. y CALABUIG, Tomás Jordi

2001 Geografía mundial del turismo, Ed. Síntesis, Madrid

BARRADO TIMÓN Diego A.

1999 Actividades de ocio y recreativas en el medio natural de la Comunidad de Madrid. La ciudad a la búsqueda de la naturaleza Consejería de Medio Ambiente, Comunidad de Madrid, Madrid

BOULLÓN, Roberto

1999. Planificación del espacio Turístico. Editorial Trillas, México.

BOULLÓN, Roberto

2003. Planificación del Espacio Turístico. Editorial Trillas, México.

BOULLÓN, Roberto

2004. Marketing Turístico: una perspectiva desde la Planificación. Ediciones Turísticas, Buenos Aires.

BIGNE Enrique J., FRONT Xavier, ANDREU Luis,

2000 Marketing de Destinos Turísticos y Análisis y Estrategias de Desarrollo. Ed. ESIC, Madrid.

BLAKELY, Ernest

1989 Planning local development. Theory and practice. Ed. Sage, Newbury Park,

BUSTAMANTE BELAÚNDE, Luis:

1988 Regionalización y Descentralización. Libro Primer Ciclo de Conferencias del Movimiento Libertas. Tomo I Lima.

BUSTAMANTE BELAÚNDE, Luis:

1983 El carácter democrático del mercado. SERPO y Departamento de Ciencias Histórico Sociales, San Marcos. Lima

CABALLERO UNPIRE, Ricardo

1997 Turismo y medio ambiente. Lima. Greaths

"Cañete: 450 años de historia."

Revista Turismo Total, Edición Especial, 2006

"Cañete, señorío ecoturístico del sur medio del Perú"

Revista Turismo Total, Año I N° 1, 2001.

CEBRIÁN ABELLÁN, Aurelio

2001 Turismo cultural y desarrollo sostenible (análisis de áreas patrimoniales). Universidad de Murcia, Murcia.

CORTÉS, Patricia,

2001 Cuadernos Descentralistas. Desarrollo del Perú y la Región. Lima.

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL PERÚ

1993. CAPÍTULO XIV DE LA DESCENTRALIZACIÓN, LAS REGIONES Y LAS MUNICIPALIDADES Capítulo modificado por el Artículo único de la Ley N° 27680 publicada el 07-03-2002, (artículos del 188 al 199).

DESTINOS PERÚ: Sol, magia y encanto

Mar.-Jun. 2008

DÍAZ MALÁSQUEZ, Luis René

2006 *"El desarrollo urbano sostenible en América Latina y el Caribe: la agenda pendiente de los Gobiernos Locales"* Voxlocalis, la 1ª Revista Digital Iberoamericana Municipalista N° 001 (Ene. 2006)

2001. *"Cañete, señorío ecoturístico del sur medio del Perú"*, N°1

2006. *"Cañete 450 años de historia"*, Ed. Especial 538

EJARQUE, Joseph

2005. Destinos turísticos de éxito. Editorial Pirámide. Madrid.

EMPRESA EDITORA AUTOMÁS S.A.C

2002 Guía Automás. Lima

ENGELS, Frédéric-André

1966 Geografía humana prehistórica y agricultura precolombina de la Quebrada de Chilca. Universidad Nacional Agraria la Molina, Lima.

FRAENKEL, J.R. & WALLEN, N.E.

1996 How to design and evaluate reasearch in education. McGraw Hill, New York

GETINO, Octavio

2002. Turismo: entre el ocio y el negocio. Editorial CICCUS. Buenos Aires.

GOBIERNO REGIONAL LIMA

2003. Plan de Desarrollo Concertado de la Región Lima, 2004-2006.

GOBIERNO REGIONAL LIMA

2009. Visión Turística de la Región Lima I. Foro Internacional de Turismo Sostenible. PUC.

GONZÁLEZ LLACA, Edmundo

1975 Alternativas del ocio. Fondo de Cultura Económica, México.

GUERRERO, Gladys

"La recreación alternativa del desarrollo comunitario"

<http://www.efdeportes.com> Revista Digital Año 11 N° 100, Septiembre 2006.

Buenos Aires.

HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto

2006 Metodología de la investigación. McGraw Hill, México.

INSTITUTO ESPAÑOL DE COMERCIO EXTERIOR

2006 La marca país y el made in. Santa Cruz de la Sierra

INEGI - SECTUR INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS

2003 Geografía e informática. Cuenta Satélite de Turismo de México.

INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN Y CAPACITACIÓN MUNICIPAL y MINISTERIO DE TURISMO, INTEGRACIÓN Y NEGOCIACIONES COMERCIALES INTERNACIONALES

2000 Modelo de intervención para la promoción municipal del desarrollo económico local.

KAUFFMANN DOIG, Federico

1980 Historia general de los peruanos. Lima

KOTLER, Philip.

1997 Análisis, Planificación, Gestión y Control de Marketing. Prentice Hall. Madrid.

KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary

2004. Fundamentos de Marketing. Editorial Prentice Hall. México

LANFANT, M.J.

1972 Sociología del ocio. Barcelona

MENDOZA PALACIOS, Rubí

2006 Investigación cualitativa y cuantitativa. Diferencias y limitaciones. Piura

MILLIO BALANZA, Isabel

2000. Comercialización de productos y servicios turísticos. Paraninfo. Madrid

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO.

2008. PENTUR Síntesis para la puesta en operación, 2008-2018. Lima

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

2010. Estadísticas de turismo. Lima

MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LUNAHUANA

2005. Plan de Desarrollo Estratégico Concertado. Nuestro reto al 2015

MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CAÑETE

2008. Plan de Desarrollo Concertado de la Provincia de Cañete, 2008-2021.

OLIVERA, Simau

2006 Estudios y perspectivas en turismo. Buenos Aires, v. 16

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS

1948 Declaración universal de los derechos humanos.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO

1999 Agenda para planificadores locales: turismo sostenible y Gestión municipal. Madrid.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO

2006 Tendencias de los mercados turísticos, Panorama Mundial y actualidad del Turismo, Madrid

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO

1980. Declaración de Manila sobre el turismo mundial. Madrid,

Perú LNG S.R.L.

2003 Proyecto de Exportación de GNL. Pampa Melchorita Perú.

RAMOS, Francisco Javier

1997. La recreación. Una herramienta didáctica para la enseñanza. Universidad Pedagógica Libertador. Caracas.

RIAL, Juan

2006 Evaluación del proceso de descentralización. Presidencia del Consejo de Ministros, Lima

RUIZ CARO, Víctor

2009 Conferencia importancia del turismo en el desarrollo del Perú. Lima

RUSSELL, Bertrand

1935 Elogio de la ociosidad. Barcelona,

SERVICIO NACIONAL DE TURISMO DE CHILE

2008. Marca de un destino turístico. Santiago de Chile

TORREJÓN, Antonio

2004 Terminología turística - glosario técnico. Universidad Nacional de la Patagonia.

TOYOS, Mónica, MASSAFRA, Mercedes

2009 Cómo escribir una tesis en turismo. Esquema metodológico. Ediciones Turísticas, Buenos Aires.

UGARTE UBILLA, Álvaro:

“La Descentralización requiere de definiciones políticas y técnicas”.

Revista Testimonio, 8 de Septiembre de 1996: XX

UGARTECHE, Oscar, CARRASCO, Alfonso y otros

2000 Globalización, descentralización y desarrollo local. Planteamientos y debates. Escuela para el Desarrollo. Lima

UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERÍA

2004. Plan Estratégico del Distrito de Zúñiga. Facultad de Ingeniería Económica y Ciencia Sociales. Lima

VALLS Joseph Francesc,

1992 Gestión de Destinos Turísticos Sostenibles ESADE. Madrid.

VARGAS CHIRINOS, Raúl

1989. Regionalización del Perú y gobierno nacional descentralizado. Editorial Asociación Grafica Educativa. Lima

VILLAR CÓRDOVA, Pedro

1935 Primeros pobladores del Departamento de Lima.

WALSH PERÚ S.A.

2002 Estudio del Impacto Ambiental y Social para la Variante de Cañete.

ZAMORA CASAL, Francisco

2004 Turismo alternativo. Ed. Trillas México.

PAGINAS WEB

www.arqueologiadelperu.com

www.badaturperu.com.pe

www.canete.com.pe

www.canetehoy.blogspot.com

www.hellolima.info

www.iig.org

www.inc.gob.pe

www.inei.gob.pe

www.lunahurana.pe

www.mincetur.gob.pe

www.minedu.gob.pe

www.municanete.gob.pe

www.munilunahuana.gob.pe

www.munipacaran.gob.pe

www.munizuniga.gob.pewww.naya.org.ar

www.promperu.gob.pe

www.regionlima.gob.pe

www.terra.com.pe

www.turismoresponsable.net

www.unwto.org

www.viajeros.com

www.valleradiante.wordpress.com

www.wwfint.org

ANEXO I
CUESTIONARIOS DE ENCUESTAS
ENCUESTA PARA TURISTAS EN LA CIUDAD DE CAÑETE- LUNAHUANA

Marque con X su respuesta:

1) ¿Primera vez que visita Cañete? a) Si b) No

2) ¿Qué es lo que más ha disfrutado de su visita?

a) La gastronomía _____

b) El turismo de aventura _____

c) La integración con la población _____

d) La infraestructura de la zona _____

3) ¿Qué distritos de Cañete ha visitado? Puede usted marcar más de una alternativa

a) Asia _____	i) Lunahuana _____
b) Calango _____	j) Mala _____
c) Cerro Azul _____	k) Nuevo Imperial _____
d) Chilca _____	l) Pacarán _____
e) Coayllo _____	m) Quilmaná _____
f) Imperial _____	n) San Antonio _____
g) Santa Cruz de Flores _____	o) San Luís _____
h) Zúñiga _____	p) San Vicente de Cañete _____

4) ¿Qué atractivos turísticos conoce? Puede usted marcar más de una alternativa

a) Restos arqueológicos

b) Museos

c) Casonas coloniales

d) Plaza de Armas

- e) Catedrales
- f) Centros campestres
- g) Bosques de protección
- h) Áreas naturales

5) ¿Qué actividades ha realizado en Cañete? Puede usted marcar más de una alternativa

- a) Canotaje
- b) Visitas a centros arqueológicos
- c) Paseo en moto cross
- d) Paseo a caballo
- e) Degustación de platos típicos
- f) Participación en fiestas patronales

6) ¿Estaría interesado en conocer otros distritos?

- a) Si
- b) No

7) ¿Ha escuchado usted del distrito de Pacarán?

- a) Si
- b) No

8) ¿Desearía conocer este distrito?

- a) Si
- b) No

9) ¿Ha escuchado usted del distrito de Zúñiga?

- a) Si
- b) No

10) ¿Desearía conocer este distrito?

- a) Si
- b) No

**ENCUESTA PARA PROVEEDORES TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE
CAÑETE- LUNAHUANA**

Marque con X su respuesta:

- 1) ¿Qué clasificación de agencia de Viajes tiene?
- a) A. Minorista _____
 - b) A. Mayorista _____
 - c) Tour Operador _____
- 2) ¿Cuánto tiempo tiene su agencia en el Mercado?
- a) 1 año _____
 - b) 2 – 3 años _____
 - c) 3-5 años _____
 - d) 5 a más _____
- 3) ¿Qué servicios ofrece su agencia? Puede usted marcar más de una alternativa
- Hospedaje
 - Alimentación
 - Recreación
 - Eventos
 - Organización de eventos
 - Otros
- 4) ¿Qué producto ofrece? Puede usted marcar más de una alternativa
- a) Circuitos turísticos
 - b) Canotajes
 - c) MotoCross
 - d) Paseo a caballos
 - e) Otros

5) ¿Qué producto es el que tiene mayor demanda? Puede usted marcar más de una alternativa

- a) Circuitos turísticos
- b) Canotajes
- c) MotoCross
- d) Paseo a caballos
- e) Otros

6) ¿Utiliza los servicios del lugar?

- a) Si _____ b) No _____

7) ¿En qué temporada del año tiene mayor demanda?

- a) Abril – Junio
- b) Abril – Junio
- c) Julio – Septiembre
- d) Octubre – Diciembre

8) ¿Qué clasificación de turistas demandan más sus productos?

Por nacionalidad:

- a) Turistas nacionales
- b) Turistas extranjeros

Por Edad:

- a) Jóvenes universitarios
- b) Jóvenes en etapa escolar
- c) Adultos mayores
- d) Otros

9) En qué temporada del año tiene menor demanda:

- a) Enero – Marzo
- b) Abril – Junio
- c) Julio – Septiembre
- d) Octubre – Diciembre

10) ¿Estaría interesado en incrementar sus productos?

- a) Si
- b) No
- c) Tal vez

11) ¿Estaría de acuerdo en la incorporación del distrito Pacarán como parte del circuito Cañete Lunahuana?

- a) Si
- b) No
- c) Tal vez

12) ¿Estaría de acuerdo en la incorporación del distrito Zúñiga como parte del circuito Cañete Lunahuana?

- a) Si
- b) No
- c) Tal vez

ENCUESTA A POBLADORES DE CAÑETE – ZÚÑIGA – PACARÁN

Marque con X su respuesta:

1) ¿Qué actividad económica desempeña diariamente?

a) Trabajador dependiente

a) Profesional b) Superior c) Técnico d) Otros

b) Trabajador independiente

a) Ganadería b) Agricultura c) Turismo d)
Otros

2) ¿Estaría interesado en participar en la actividad turística?

a) Si b) No c) Tal vez

3) ¿Considera que el turismo es favorable para el desarrollo de su localidad?

a) Si ____ b) No ____ c) Tal vez ____

4) ¿Considera que el turismo generaría algún aspecto negativo en su localidad?

a) Si ____ b) No ____ c) Tal vez ____

5) ¿Recibiría usted a los turistas en su hogar, compartiendo con ellos sus actividades?

a) Si b) No c) Tal vez

- 6) ¿Estaría interesado en recibir capacitación por parte del municipio o alguna otra institución sobre las actividades del Turismo?
 a) Si ____ b) No _____
- 7) ¿Escucho usted antes sobre Turismo Vivencial?
 a) Si ____ b) No _____
- 8) ¿Brindaría hospedaje, y alimentación al turista, para generar ingresos económicos en su hogar?
 a) Si b) No c) Tal vez
- 9) ¿Participaría en proyectos de desarrollo turístico en su zona?
 a) Si b) No c) Tal vez
- 10) ¿Conoce usted sobre el turismo vivencial?
 a) Si b) No
- 11) ¿Qué actividades podría realizar el turista en su distrito? Puede usted marcar más de una alternativa
 a) Visitar centros arqueológicos
 b) Visitar áreas naturales
 c) Disfrutar de deliciosos platos típicos
 d) Practicar algún deporte de aventura
 e) Convivir con los pobladores

ANEXO II

FOTOGRAFÍAS

Foto N° 1: LUNAHUANÁ: Casa Encantada (autor Rossana S. Diaz P.)

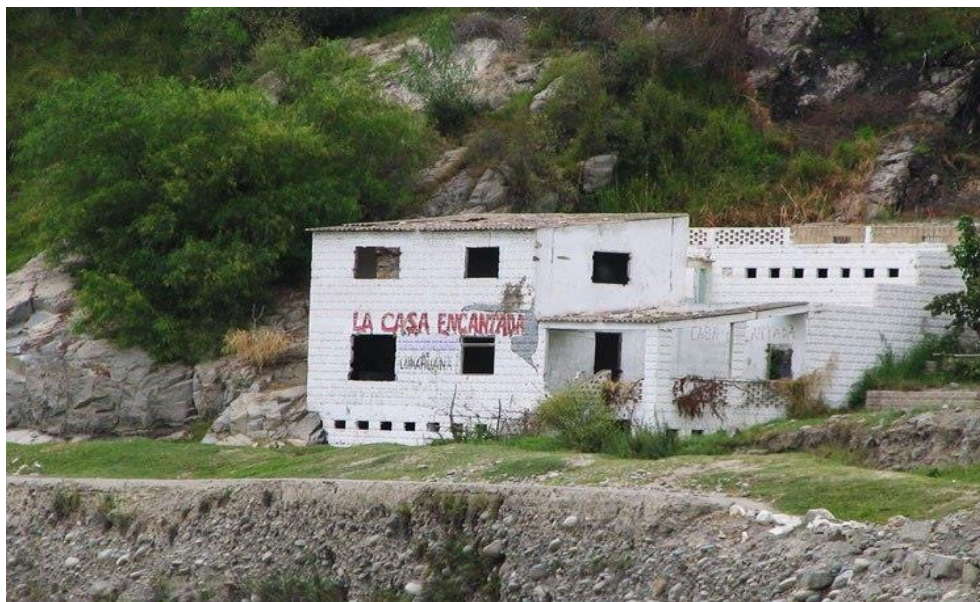


Foto N° 2 LUNAHUANÁ: Entrada Sitio Arqueológico Incahuasi (autor Rossana S. Diaz P.)



Foto N° 3 LUNAHUANÁ: Hotel Villa Sol (autor Rossana S. Diaz P.)



Foto N° 4: LUNAHUANÁ: Resort Rumiwasi (autor Rossana S. Diaz P.)



Foto N° 5 LUNAHUANÁ: Canotaje en el río Cañete (autor Rossana S. Diaz P.)



Foto N° 6 LUNAHUANÁ: Canotaje (autor Rossana S. Diaz P.)



Foto N° 7 LUNAHUANA: Ciclismo de Montaña (autor Rossana S. Diaz P.)



Foto N° 8 LUNAHUANÁ: Cuatrimotos (autor Rossana S. Diaz P.)



Foto N° 9 LUNAHUANÁ: Iglesia Matriz Santiago Apóstol (autor Rossana S. Diaz P.)



Foto N° 10 LUNAHUANÁ: Puente Colgante de Catapalla (autor Rossana S. Diaz P.)



Foto N° 11 PACARÁN: Entrada (autor Rossana S. Diaz P.)



Foto N° 12 PACARÁN: Iglesia San Francisco de Asís (autor Rossana S. Diaz P.)



Foto N° 13 PACARÁN: Carretera Paisaje (autor Rossana S. Diaz P.)



Foto N° 14 ZÚÑIGA: Entrada (autor Rossana S. Diaz P.)



Foto N° 15 ZÚÑIGA: Criadero de Camarones (autor Rossana S. Diaz P.)



Foto N° 16 ZÚÑIGA: Criadero de Camarones (autor Rossana S. Diaz P.)



Foto N° 17 ZÚÑIGA: Formaciones Pétreas: Cabeza de León (autor Rossana S. Diaz P.)



Foto N° 18 ZÚÑIGA: Formaciones Pétreas La Calavera (autor Rossana S. Diaz P.)

