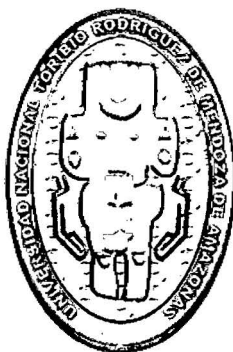


**UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE
MENDOZA DE AMAZONAS**



**FACULTAD DE TURISMO Y CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
INFORME DE TESIS**

**ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL CENTRO HISTÓRICO DE LA
CIUDAD SAN JUAN DE LA FRONTERA DE LOS
CHACHAPOYAS, PROVINCIA DE CHACHAPOYAS,
REGIÓN AMAZONAS - 2013**

**PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO
EN TURISMO Y ADMINISTRACIÓN**

AUTORA:

BACH. MARÍA ROXANA MARÍN CACHAY

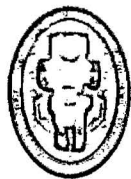
ASESOR (A) : DRA. MARITZA REVILLA BUELOTH

CHACHAPOYAS – AMAZONAS – PERU

MAYO - 2013



27 MAY 2015



**UNIVERSIDAD NACIONAL
TORIBIO RODRIGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS**



**Ley de Creación N° 27347 – Res. Función. N° 114 – 2001 –
CONAFU**

**AUTORIDADES UNIVERSITARIAS
UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRIGUEZ DE MENDOZA DE
AMAZONAS**

**PhD. HAB. VICENTE MARINO CASTAÑEDA CHÁVEZ
RECTOR**

**Dr. JOSÉ ROBERTO NERVI CHACÓN
VICERECTOR ACADÉMICO**

**Dr. EVER SALOMÉ LÁZARO BAZÁN
VICERECTOR ADMINISTRATIVO**

**Dra. MARITZA REVILLA BUELOTH
DECANA**

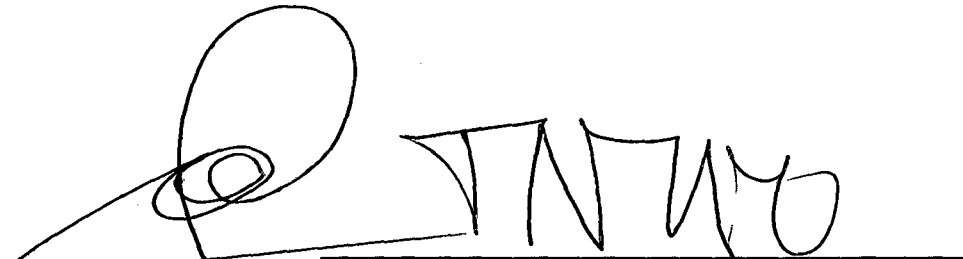


27 MAY 2015

JURADO

ECO. DANTE R. MENDOZA ALFARO
PRESIDENTE

MG. R. RAFAEL ALVA CRUZ
SECRETARIO



LIC. AGUSTÍN TAMAYO BELTRÁN
VOCAL

CPC. CARLOS HINOJOSA SALAZAR
ACCESITARIO

VISTO BUENO DEL ASESOR

Yo, DRA. MARITZA REVILLA BUELOTH, docente de la Facultad de Turismo y ciencias Económicas, Administrativas y Contables de esta casa Superior de estudios, como asesora del presente trabajo de investigación considero que la Tesis **ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE SAN JUAN DE LA FRONTERA DE LOS CHACHAPOYAS, PROVINCIA DE CHACHAPOYAS, REGIÓN AMAZONAS – 2013**, elaborado por la bachiller MARIA ROXANA MARIN CACHAY, ha concluido satisfactoriamente por lo tanto **DOY EL VISTO BUENO** respectivo para la evaluación y sustentación correspondiente.

DRA. MARITZA REVILLA BUELOTH

DEDICATORIA

A Dios.

Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mis Padres.

Por su ejemplo, apoyo en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante para salir adelante, por permitirme llegar a ser una persona de bien, pero sobre todo, por su amor.

A mis Hermanos.

Por estar conmigo y apoyarme siempre, los quiero mucho.

Maria Marin.

AGRADECIMIENTOS

A Dios.

Zuien me ha guiado y me ha dado la fortaleza de seguir adelante.

A los profesores.

Por contribuir a mi formación académica.

A los trabajadores de la municipalidad provincial de la ciudad

San Juan de la Frontera de los Chachapoyas por colaborar

brindándome información en la etapa de investigación.

A mis amigos, familiares y demás personas que colaboraron

desinteresadamente para la realización del presente informe.

A Jhuni Mori por su apoyo incondicional durante estos dos últimos

años.

A todos gracias...

María Marín.

ÍNDICE

RESUMEN.....	IX
I. INTRODUCCIÓN.....	10
II. MARCO TEÓRICO.....	12
2.1. Base teórica.....	12
2.2. Ciudades Históricas y Turismo Sostenible.....	22
2.3. El Uso Turístico Del Patrimonio en los Centros Históricos Urbanos.....	27
2.4. Antecedentes.....	32
2.4.1. Nivel Internacional.....	32
2.4.2. Nivel Nacional.....	35
2.4.3. Nivel Local.....	37
2.5. Realidad problemática.....	38
2.5.1. Planteamiento del problema.....	38
2.5.2. Formulación del problema.....	39
2.5.3. Justificación del problema.....	40
2.6. Hipótesis.....	44
2.7. Objetivos.....	45
2.7.1. Objetivo General.....	45
2.7.2. Objetivos Específicos.....	45
III. PLAN DE INVESTIGACIÓN.....	45
3.1. Diseño de la investigación.....	45
3.2. Material de estudio.....	45
3.3. Población y muestra.....	46
3.4. Métodos, Técnicas, Instrumentos Y Procedimientos.....	46
3.4.1. Métodos.....	46
3.4.2. Técnicas.....	47
3.4.3. Instrumentos de Recolección de Datos.....	48
3.5. Análisis Estadístico de Datos.....	48
IV. RESULTADOS.....	49

4.1. Caracterización Básica de la Ciudad San Juan de la Frontera de los Chachapoyas.....	49
4.1.1. Síntesis Histórica.....	49
4.1.2. Ubicación.....	50
4.1.3. Geografía y Clima.....	50
4.1.4. Accesos.....	50
4.2. Diagnóstico de la Actividad Turística en el Centro Histórico.....	51
4.2.1. Resultados de la Oferta.....	51
4.2.1.1. Planta Turística.....	51
4.2.1.2. Pobladores de la Ciudad de Chachapoyas.....	59
4.2.1.3. Prestadores de Servicios Turísticos de la ciudad.....	71
4.2.1.4. Inventario de Recursos Turísticos en el Centro Histórico.	78
4.2.2. Resultados de la Demanda.....	82
4.2.2.1. Turistas Nacionales y Extranjeros que visitaron la Ciudad.	82
4.3. Propuesta de Ruta Turística Patrimonial en el Centro Histórico de la ciudad.....	93
4.4. Estrategia de Marketing.....	98
4.4.1. Estrategias de Posicionamiento.....	98
4.4.2. Valoración del Activo de la Marca (BAV).....	99
4.4.3. Estrategias de Marketing Mix.....	102
V. DISCUSION.....	105
VI. CONCLUSIONES.....	109
VII. RECOMENDACIONES.....	111
VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	112
ANEXOS.....	114

RESUMEN

El presente informe intitulado "Actividad Turística en el Centro Histórico de la Ciudad de San Juan de la Frontera de los Chachapoyas, provincia de Chachapoyas, Región AMAZONAS 2013", es resultado de un trabajo de investigación, donde se analiza el comportamiento de la actividad turística partiendo de un diagnóstico de la oferta y la demanda existente, se presenta también una propuesta para promover e incrementar la actividad turística en la ciudad a través de la creación de una Ruta Turística Patrimonial, que explote la riqueza cultural que posee esta ciudad con tanta trascendencia e historia y que se ha visto relegada por mucho tiempo por los gobiernos centrales de turno.

Como se mencionó líneas arriba, se realizó un diagnóstico de la actividad turística en el Centro Histórico, se analizaron los factores de accesibilidad y disponibilidad para poder hacer de la ciudad de Chachapoyas un atractivo turístico, así como, los factores que se deben tomar en cuenta para decidir los recursos a incluir en la ruta, sus características, los servicios que complementan la oferta turística (hospedaje, alimentación y transporte) También se incluye las sugerencias para la comercialización de la ruta, es decir, las estrategias que se recomienda utilizar para posicionarla, por dónde empezar y dónde concluir la ruta de acuerdo a la disponibilidad de tiempo y la disponibilidad económica del turista.

Palabras clave: Centro Histórico, Patrimonio Cultural, Turismo Cultural, Ruta Turística, Actividad Turística.

I. INTRODUCCIÓN.

La explicación de la relación entre ciudades históricas y turismo requiere de una visión innovadora que afronte los desafíos culturales, medioambientales y funcionales que el uso responsable del patrimonio cultural y la presión del turismo plantean. En la recuperación integrada de las ciudades históricas, el turismo ofrece oportunidades pero también nos enfrenta a nuevos problemas.

El éxito del centro histórico de una ciudad depende tanto de la coordinación de políticas sectoriales con implicación urbana como de la formulación explícita de políticas turísticas. La sostenibilidad va unida a un importante desafío: aprovechar las oportunidades que ofrece el turismo y lograr su inserción equilibrada en el sistema urbano, en la economía y en la sociedad. El turismo es una de las principales industrias del mundo, implica un continuo e impresionante movimiento de masas impensable hace unas décadas y se ha convertido en una actividad esencial para la economía de muchas sociedades; la base para el desarrollo o el mantenimiento del nivel de desarrollo de muchos países.

Si la industria turística hasta hace unos años explotaba fundamentalmente los espacios naturales, litorales y montañas, las ciudades de relevancia histórica se han convertido en un recurso turístico equiparable, y la ciudad de Chachapoyas cuenta con los medios necesarios para convertirse en uno partiendo de una de sus principales características: ser una de las primeras ciudades fundadas por los españoles en suelo peruano, hecho que la convierte en una de las ciudades con mayor importancia histórica y cultural de nuestro país, con recursos de gran trascendencia que esperan ser revalorados y difundidos.

La importancia de la presente investigación radica en varios aspectos del quehacer turístico, tiene como objetivo principal conocer y analizar el desarrollo de la actividad turística dentro del Centro Histórico de la ciudad, del cual se resalta como valor principal, la organización coherente, clara y con argumentos indispensables para la creación de una Ruta Turística Patrimonial que contribuya a un adecuado recorrido por parte de los visitantes, de tal forma que al realizar actividades como parte de su viaje o excursión no se vean envueltos en la desinformación que pueda originar riesgos en la satisfacción tanto de necesidades básicas como lúdicas; y para hacer que disfruten más su estancia en la ciudad.

Finalmente, el mayor sentido que tiene el realizar esta ruta es el de promover la valoración y conservación del patrimonio cultural e incrementar la actividad turística dentro de la ciudad, diversificar la oferta y lograr que los turistas empiecen a ver a la ciudad de Chachapoyas con una nueva óptica: como una ciudad atractiva, digna de conocer y recorrer.

II. MARCO TEÓRICO.

2.1. Base teórica.

Actividad turística.

Es el acto que realiza el visitante para que se materialice el turismo. Son el objetivo de su viaje y la razón por la cual requiere que le sean proporcionados los servicios turísticos. (MEF, 2011)

Conjunto de operaciones que de manera directa o indirecta se relacionan con el turismo o pueden influir sobre él, siempre que conlleven la prestación de servicios a un turista. Son aquellos actos que realiza el consumidor para que acontezca el turismo. Son objetivos de su viaje y la razón por la cual requiere que le sean proporcionados los servicios. (*Diccionario de Turismo, 2001*).

Son aquellas derivadas de las interrelaciones entre los turistas, los prestadores de servicios turísticos y el Estado. (*Ley de desarrollo de la actividad turística 26961*).

Atractivo Turístico.

Es el recurso turístico al cual la actividad humana le ha incorporado instalaciones, equipamiento y servicios, agregándole valor. (MEF, 2011)

Es todo lugar, objeto, elemento, o acontecimiento de interés turístico, aprovechado y desarrollado en la actualidad. Por ejemplo, monumentos, paisajes, gastronomía, actividades culturales, deportivas, o recreativas. Los atractivos turísticos constituyen la motivación principal para el flujo turístico de un país. (*Promperu, 2001*)

Cualquier punto o recurso del patrimonio natural o cultural de un lugar que sea capaz de motivar la visita por parte de los turistas. Punto o elemento atractivo para el turismo. (CTN, 2007)

Centro Histórico.

Se denomina centro histórico al núcleo urbano original de planeamiento y construcción de un área urbana, generalmente el de mayor atracción social, económica, política y cultural, que se caracteriza por contener los bienes vinculados con la historia de una determinada ciudad, a partir de la cultura que le dio origen, y de conformidad en los términos de la declaratoria respectiva o por determinación de la ley.

Así mismo el centro histórico es base fundamental del movimiento económico. (MEF, 2011)

Corredor Turístico.

Es el itinerario de viaje, de duración variable, que por lo general parte y llega a sitios diferentes luego de realizar la visita de uno o más atractivos turísticos o centros soporte. (MEF, 2011)

Conciencia turística.

Conjunto de actitudes y comportamiento de los habitantes de un lugar turístico, que humanizan la recepción de turista a través de la hospitalidad y comprensión. Conocimiento de los lugares y locales para los turistas, que sin llegar al servilismo conduce a una convivencia cordial. (Inskip, 1991)

Cultura.

Conjunto de características esenciales que además de las artes, la ciencia y las tecnologías es el modo de vida prevaleciente en una sociedad.

Esta consiste en múltiples formas en que un pueblo establece un sistema de supervivencia y de convivencia social en virtud de dos tipos de conductas en estrecha y constante relación dinámica: la adaptación al medio en que vive y la transformación de ese medio para ponerlo al servicio de los deseos y necesidades humanas. (*Manet; 2003*)

Destino.

Un espacio geográfico determinado con rasgos propios de clima, raíces, infraestructuras y servicios y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación. El Destino atrae a turistas con producto(s) turístico(s) perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas, gracias a la puesta en valor, al ordenamiento de los atractivos disponibles y a una marca que se comercializa teniendo en cuenta su carácter integral. (*MEF, 2011*)

Destino Turístico.

También denominado producto turístico global. Es el lugar hacia donde tiene que desplazarse la demanda (el turista) para consumir el producto turístico, es decir, donde se concentran las instalaciones, atractivos y servicios (*OMT*).

«Los destinos son lugares delimitados de alguna manera por fronteras reales, o percibidas como tales, como las fronteras físicas de una isla, límites políticos, o incluso fronteras creadas por el propio mercado. (*Kotler, Bowen y Makens*)

Puede definirse como “un paquete de facilidades y servicios turísticos que está compuesto por múltiples atributos que de forma conjunta determinan su atractivo” (*Hu y Ritchie, 1993*) o,

en términos de Cooper et al. (1993), como “la concentración de instalaciones y servicios diseñados para satisfacer las necesidades de los turistas”.

Empresas turísticas.

Las empresas turísticas son sociedades, u organizaciones estructuradas en variedades de comercio, las cuales tienen como objetivo comercializar personales de servicios que satisfagan las necesidades del turista. Las empresas prestatarias de servicios turísticos se clasifican en:

- ✓ Empresas de transporte turístico
- ✓ Empresas de alojamiento
- ✓ Agencias de Turismo
- ✓ Empresas turísticas de alimentación

El conjunto de empresas que conforman la Industria Turística responde a los múltiples servicios que deben prestarse a las personas en desplazamiento (turistas), es por esta razón que se hace necesario el estudio de cada una ellas. La importancia que tiene las empresas prestatarias de servicios turísticos se debe a la diversidad de funciones que cumplen y a la interrelación entre ellas; ya que su operación debe ser en conjunto para responder a las necesidades del turista. (*Inskeep, 1991*).

Flujo turístico.

Conocido también como corriente turística, es todo movimiento migratorio por tierra, mar o aire, que desplaza a los turistas de un punto geográfico a otro y que los hace permanecer fuera de su lugar habitual de su residencia o domicilio. (*Montaner, 1998*).

Identidad.

Es el grupo de características esenciales y circunstancias que hacen que alguien o algo sea reconocido, sin posibilidad de confusión con otro. En tal sentido la identidad de una nación es el conjunto de caracteres y circunstancias que hacen que ella sea reconocida sin posibilidad de confundirla con otra nación. (Maldonado; 2000).

Identidad Cultural.

La cultura es la máxima expresión de la identidad, la identidad Cultural habría que buscarla entre los elementos básicos que definen a cada nación, es decir: territorio, lengua, religión, raza, historia, conciencia colectiva, política entre otros. (Maldonado; 2000).

Infraestructura Turística.

Conjunto de elementos básicos necesarios para el funcionamiento de un centro poblado urbano o rural, su existencia es vital para el desarrollo del turismo. Entre las más importantes tenemos: transporte, servicios básicos, comunicaciones. (MEF, 2011).

Son todos aquellos componentes físicos necesarios para el desarrollo de la actividad turística, ya sean públicos o privados (eje: hospital, edificios, escuelas, industrias, casas, carreteras, puertos). (Comisión Brundtland).

Mercado Turístico.

El término mercado está relacionado con las actividades de compra-venta (oferta y demanda), que el caso turístico se refiere a los servicios que demandan los clientes potenciales, y la oferta

de servicios por parte de las empresas prestadoras de los mismos. (*Comisión Brundtland*).

Oferta Turística.

Conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas. (*González, 2001*).

Patrimonio.

De manera general se entiende el patrimonio como el conjunto de bienes que dan la identidad a una comunidad producto de su historia y en los que ésta se reconoce. A través de manifestaciones de la naturaleza, cultura, arquitectura, urbanismo, gastronomía, costumbres, bailes populares, etc., el patrimonio se constituye en un factor que puede potenciar el desarrollo económico y social de un territorio. (*Quesada, 2005*)

Patrimonio Cultural.

Puede ser definido como una construcción social, entendida ésta como la selección simbólica, subjetiva, procesual y reflexiva de elementos culturales (del pasado) que, mediante mecanismos de mediación, conflicto, diálogo y negociación donde participan diversos agentes sociales, son reciclados, adaptados, refuncionalizados, redituados, revitalizados, reconstruidos o reinventados en un contexto de modernidad. Tales elementos culturales se transforman en una representación selectiva que se articula a través de un discurso sobre los valores patrimoniales, y que se concreta o fija en forma de bien cultural valioso que expresa la identidad histórico-cultural de una comunidad, sirve a la legitimación de las

estructuras de poder y permite la reproducción de los mecanismos de mercado. *(Hernández, 2003)*

Planta turística.

Son las instalaciones físicas necesarias para el desarrollo de los servicios turísticos privados. Ejemplo: hoteles, albergues, hostales, lodges, restaurantes, agencias de viaje, etc. *(MEF, 2011)*

Se refiere a los servicios de la actividad turística (eje: hoteles, restaurantes, transporte, guías de turismo, oficinas de información turística y demás servicios). *(González, 2001)*

Prestadores de servicios turísticos.

Personas naturales o jurídicas que participan de la actividad turística con el objeto principal de proporcionar servicios turísticos directos, de utilidad básica e indispensable para el desarrollo de las actividades de los turistas. *(MEF, 2011)*

Producto Turístico.

Conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística. *(MEF, 2011)*

Conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado, con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas de los turistas. *(Promperu, 2001)*

Es una combinación de prestaciones y elementos tangibles e intangibles que ofrecen una serie de beneficios al turista, como

respuesta a sus expectativas y motivaciones. El producto turístico está integrado por cuatro elementos: los atractivos turísticos, estructura turística o empresas de servicios turísticos, la infraestructura turística y la superestructura turística. (CTN, 2007)

Recurso Turístico.

Expresiones de la naturaleza, la riqueza arqueológica, expresiones históricas materiales e inmateriales de gran tradición y valor que constituyen la base del producto turístico. (MEF, 2011)

Servicio turístico.

La mayoría de empresas compiten en el área de los servicios. Difícilmente puede encontrarse un sector en el que no aparezcan los servicios para poder completar el producto ofrecido. En el ámbito industrial el servicio se presenta como una parte del producto (Miguel, 2002). De hecho Grönroos (1984, 2001) indica que se debería hablar de gestión de servicios o del factor servicios en los negocios, con independencia de si la organización pertenece a lo que se conoce como sector servicios o sector industrial. Miguel (2002) indica que caminamos hacia una época en la que el factor servicio es al que se le da más importancia en cualquier tipo de negocio, y más aún, la calidad de servicio.

Turismo.

Comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, ya sea por negocios o con fines de ocio, pero nunca

relacionados con el ejercicio de una actividad remunerativa en el lugar visitado. (MEF, 2011)

Efectivamente, desde los orígenes del hombre, éste se ha visto impulsado a trasladarse a diferentes emplazamientos por distintas razones: caza, religión, comercio, guerras, ocio, etc. Así, los romanos viajaban a sus villas de verano para descansar y escapar del bullicio de las ciudades.

En la época de la Ilustración, las clases acomodadas realizaban viajes por motivos culturales conocidos con el nombre de Grand Tour. Sin embargo, no ha sido hasta la segunda mitad del siglo XX cuando el turismo surge como un fenómeno de masas. (OMT, 2008)

Turismo Emisor.

Es el realizado por los residentes en un país fuera del mismo. (OMT, 2008)

Turismo Internacional.

Es tanto el turismo realizado por los residentes en un país fuera de sus fronteras (turismo emisor) como el de los extranjeros que visitan dicho país (turismo receptor). (OMT, 2008)

Turismo Interior.

Es el turismo realizado dentro de las fronteras nacionales, ya sea por los propios residentes (turismo interno) o por visitantes ajenos al país (turismo receptor). (OMT, 2008)

Turismo Interno.

Es el turismo realizado dentro de las fronteras nacionales de un país por los propios residentes de ese país. (OMT, 2008)

Turismo Nacional.

Es el turismo realizado por los residentes en un país, tanto dentro (turismo interno) como fuera de ese país (turismo emisor). (OMT, 2008)

Turismo Receptivo.

Para un país determinado, el turismo realizado por los extranjeros que lo visitan. (OMT, 2008)

Turismo Sostenible.

Se entiende mejor como una Filosofía de vida, en la que los que lo practican son conscientes de la fragilidad de los lugares que visitan y por tanto, este tiene un "limite" o por lo menos debería tener reglamentos de visita.

Se define como el máximo aprovechamiento que se puede realizar de los recursos económicos, sociales, culturales y naturales de la zona de destino sin reducir la satisfacción de los visitantes y sin generar impactos negativos en la sociedad anfitriona o en el medio ambiente. (OMT, 2008)

Turista.

Es toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual y cuya finalidad principal de viaje no es la de ejercer una actividad remunerativa en el lugar visitado. Los visitantes son parte de la población afectada por un problema que un proyecto de inversión pública, en el sector turismo, intenta solucionar. **Visitante turista**, visitante que pernocta; Toda persona que voluntariamente viaja dentro de su territorio nacional o a un país distinto de su entorno habitual, que efectúa una estancia de por lo menos una noche pero no superior a un año y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado. **Visitante**

excursionista, visitante que no pernocta; Toda persona que viaja a un lugar distinto de aquel en el que tiene su domicilio habitual, por un periodo inferior a 24 horas sin incluir pernoctación y cuyo motivo principal no es el de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado. (MEF, 2011)

Visitante que está al menos una noche en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado.

Toda persona que viaje, por un período no superior a 12 meses, a un país diferente de aquel donde tiene su residencia habitual y que el motivo principal de la visita no sea ejercer una actividad que se remunere en el país visitado. (Comisión Brundtland)

2.2. Ciudades Históricas y Turismo Sostenible

La explicación de las relaciones entre ciudades históricas y turismo requiere de una visión innovadora que afronte los desafíos culturales, medioambientales y funcionales que el uso responsable del patrimonio cultural y la presión del turismo plantean. En la recuperación integrada de las ciudades históricas, el turismo ofrece oportunidades pero también nos enfrentan a nuevos problemas.

El éxito de una ciudad histórica depende tanto de la coordinación de políticas sectoriales con implicación urbana como de la formulación explícita de políticas turísticas. La sostenibilidad va unida a un importante desafío: aprovechar las oportunidades que ofrece el turismo y lograr su inserción equilibrada en el tejido urbano, en la economía y en la sociedad. (Troitiño, 2012)

Dinámica Urbana y Transversalidad del Turismo.

Las ciudades históricas se encuentran cada día más asociadas al turismo. La sostenibilidad está relacionada con el logro de modelos turísticos respetuosos con el patrimonio cultural así

como preocupados por las nuevas demandas de accesibilidad y movilidad. La realidad de las ciudades históricas es muy heterogénea, mientras en unos pocos casos ya se enfrentan a importantes problemas de saturación y congestión, en otro buen número de ciudades existen posibilidades para incrementar el número de visitantes.

El turismo, sea de motivación cultural profunda o superficial, se está convirtiendo en una actividad de masas, siendo un protagonista fundamental de la vida y también de la recuperación urbanística de importantes conjuntos históricos (Calle, 2002). Las relaciones entre urbanismo y funcionalidad turística son bien evidentes, aunque, en algunos casos, no siempre se han entendido de forma correcta.

El turismo es tan importante y, ante sus múltiples implicaciones, no puede caminar a su libre albedrío. Para dar respuesta a una demanda creciente es necesario organizar bien nuestras ciudades en términos urbanísticos, de medio ambiente, de oferta cultural, de rutas e itinerarios y de equipamientos e infraestructuras turísticas.

El turismo constituye un pilar importante de la economía, habiendo contribuido también a la puesta en marcha de importantes procesos de recuperación urbana. El turista es un gran consumidor de bienes y servicios, su presencia dinamiza los diversos sectores de la vida de la ciudad, genera riqueza y empleo. En primer lugar, potencia el desarrollo de las ramas de actividad que cubren directamente las necesidades de consumo de los visitantes (hostelería, restauración, comercio y servicios de ocio y recreo) e impulsa el desarrollo de otros sectores de actividad al tener un importante efecto multiplicador. Además de



27 MAY 2015

incrementar la renta de la población local, también genera un aumento, aunque difícilmente cuantificable, de los ingresos de las corporaciones locales. *(Troitiño, 2012)*

También tiene su lado oscuro, cuando la ciudad depende en exceso de esta actividad se expone a serios peligros, puesto que una disminución de la afluencia de visitantes o del gasto turístico puede provocar una aguda crisis en el sistema productivo local. La función turística también induce procesos de revalorización de recursos locales y propicia la aparición de una oferta cultural diversificada, de la que se pueden beneficiar tanto los turistas como los residentes. Además ayuda a conservar el patrimonio arquitectónico, dando un nuevo uso a edificios históricos o promoviendo el interés por invertir en la mejora de la imagen de la ciudad.

En general, existe una estrecha relación entre el esfuerzo en la conservación y una mayor afluencia turística, siendo más que evidente en las ciudades europeas. La revalorización y utilización turística del patrimonio histórico requiere, sin embargo, integrarlo dentro de un proyecto cultural donde se inviertan, en alguna medida, las reglas del mercado: la oferta prime sobre la demanda. *(Troitiño, 2012)*

La Ciudad Histórica: de Patrimonio Cultural a Recurso Turístico.

El reforzamiento simbólico de los centros históricos, en cuanto a memoria colectiva de nuestra sociedad, y la presencia de hitos arquitectónicos o museísticos les ha convertido en potentes y diversificados focos de atracción. Algunas ciudades históricas reciben millones de visitantes (Toledo, Santiago de Compostela, Granada, Córdoba, Venecia, Florencia, Pisa, Praga, Amsterdam,

etc.) y el patrimonio cultural empieza a verse como una fuente de ingresos y no sólo de gasto.

Una estrategia verdaderamente innovadora de la conservación y gestión del patrimonio cultural debe apostar por una adecuación respetuosa para el uso turístico. Las ciudades históricas tendrán que dotarse de infraestructuras y equipamientos adecuados para acoger al turismo de masas. *(Troitiño, 2012)*

El desarrollo turístico requiere de importantes inversiones, públicas y privadas, pues un flujo excesivo de turistas, si la ciudad no está preparada, puede producir efectos negativos como contaminación, congestión del tráfico o banalización social, económica y cultural de la comunidad de acogida. Por lo general, sólo una pequeña parte del patrimonio cultural de las ciudades históricas está preparado para la visita pública. Así, en Granada (España) de 62 monumentos con categoría de patrimonio: 17 están total o parcialmente acondicionados para la visita pública, en 16 la visita pública es secundaria a la función principal y en 29 no son posibles visitas de ningún tipo.

El turismo aporta recursos para mejorar el paisaje urbano y para renovar las infraestructuras y los equipamientos culturales. Se necesita inversión para preparar la ciudad como destino turístico y contribuir a resolver sus problemas de accesibilidad y movilidad, algo que no está resultando nada fácil conseguir. Las ciudades históricas, por una inadecuada preparación, han desaprovechado, con frecuencia, las posibilidades urbanísticas y funcionales que el turismo les ha brindado. *(Troitiño, 2012)*

Capacidad de Acogida y Gestión de los Flujos de Visitantes.

Para evitar los efectos negativos del turismo en el patrimonio cultural, sobre los que han llamado la atención el Consejo de Europa, La Unión Europea o la UNESCO, hay que asumir algo fundamental: la capacidad de acogida de las ciudades y conjuntos monumentales es limitada y el número de visitantes no puede seguir creciendo de forma indefinida. El desmedido incremento del número de visitantes, entre los que tienen un fuerte protagonismo los excursionistas, aparece como una amenaza creciente para conjuntos monumentales que no siempre están preparados para esta función, exigiendo la puesta a punto de una planificación más precisa y de una gestión adaptada a su capacidad de acogida. *(Troitiño, 2012)*

Hay cuatro dimensiones de la capacidad de acogida que deben manejarse de forma combinada y complementaria: la capacidad de acogida física, a partir de cuya superación el medio ambiente y los recursos culturales se ven afectados negativamente; la capacidad de acogida económica, una vez desbordada los equilibrios funcionales empiezan a resentirse; la capacidad de acogida social cuando, ante un número de visitantes excesivo, los residentes perciben el turismo como invasión; la capacidad de acogida cultural cuando, por la presión excesiva o por estrategias de comercialización y gestión incorrectas, la cultura local se banaliza y pierde identidad. *(Troitiño, 2012)*

En España, el conjunto de la Alhambra, con 2.300.000 visitantes al año, se encuentra próximo al límite de su capacidad de acogida. En los Palacios Nazaríes, el hito de referencia simbólica del conjunto monumental, con una capacidad de acogida estimada, hasta 2008, en 444 visitantes cada media hora, la presión real, por el efecto acumulación en situaciones de

saturación, podía situarse en 800 personas. Para superar este problema, en 2009 se redujo a 350 el número de visitantes cada media hora y en otoño del 2010, en el marco de una nueva reorganización de la visita pública, se ha reducido a 300.

El estudio de la afluencia y perfil de los visitantes de las ciudades, así como del uso que los turistas hacen de la ciudad, junto con la fijación de límites de tolerancia, acordes con la capacidad de acogida, son temas clave para impulsar estrategias de turismo sostenible. *(Troitiño, 2012)*

2.3. El Uso Turístico Del Patrimonio en los Centros Históricos Urbanos.

Las ciudades patrimoniales se han convertido en uno de los destinos turísticos privilegiados de los desplazamientos mundiales. Aquí se combinan dos operaciones simultáneas: por un lado, la necesidad de conocer nuevos horizontes de cultura. Por otro, la decisión de cada cultura de "mostrar" al exterior aquello que considera sus expresiones más representativas, sacralizadas a través del armado de "paquetes" turísticos en los cuales se exhibe aquello que la sociedad local entiende como manifestación consagrada de sus características. Pero el patrimonio, sobre el cual se asienta el atractivo de estos destinos, tiene potencialidades así como limitaciones para su utilización, sin que se pierda su sentido de capital simbólico de una cultura. Algunas operaciones especulativas con el patrimonio encierran los mayores peligros para la pervivencia de estos testimonios. Por un lado, la llamada industria (o también ingeniería) cultural, que en nombre de la "exaltación" de los valores históricos y estéticos, transforma el patrimonio en objeto de consumo mercantil, a través de procedimientos de "animación" absolutamente discutibles. En segundo lugar, el

llamado marketing urbano (donde lo turístico tiene el mayor peso). La ciudad o el sector histórico deben servir a los usos contemporáneos para los cuales el prestigio de su historia constituirá una fuente de atracción. La cuestión está centrada en la permanencia del patrimonio cuando es sometido a un tipo de uso no compatible con sus condiciones materiales y simbólicas. Se requiere un nuevo concepto de planificación de los espacios turísticos urbanos a dominante patrimonial, como en el caso del Centro Histórico de Córdoba, con la presencia de la Manzana Jesuítica y otros testimonios de la etapa colonial y del siglo XIX que aún perviven como manifestación de un modo cultural de apropiarse y transformar el territorio, dejando testimonios que constituyen la base material de la identidad simbólica del lugar.

La gestión sustentable del patrimonio cultural, que constituye el principal recurso de los centros históricos urbanos, requiere conciliar la conservación con las nuevas perspectivas económicas y sociales que ofrece la actividad turística. Los centros históricos tienen que afrontar, por ello, el difícil desafío de lograr una equilibrada inserción de la función turística en el tejido urbano, en la economía de la ciudad y en la sociedad urbana. (*Venturini, 2010*)

En el caso de los centros históricos urbanos, la sustentabilidad está vinculada con el logro de modelos de utilización turística integrados en la economía y la sociedad urbanas, respetuoso del patrimonio construido y del ambiente urbano que le da sentido y coherencia, pero, al mismo tiempo, orientados a resolver las nuevas demandas de accesibilidad y recorridos que plantea el turismo.

De allí que la transformación del patrimonio construido en atractivo turístico no requiere sólo de infraestructuras viales y equipamientos hoteleros sino, esencialmente, de estrategias urbanas que incorporen las dimensiones sociales, urbanísticas y económicas de la problemática del patrimonio. A los fines de lograr una más estrecha vinculación entre estas dimensiones, en relación con el carácter dinámico de las realidades urbanas y de los cambios en las coyunturas urbanísticas con respecto a la actividad turística, se plantea la necesidad de nuevas políticas de recuperación del patrimonio y de planificación estratégica urbano, así como de nuevos mecanismos de cooperación entre actuaciones del sector público y el sector privado.

Uno de los problemas centrales que debe enfrentarse en la cuestión de utilización de los centros históricos es el de garantizar la vitalización de estos centros asegurando su recuperación social y su multifuncionalidad. Esto significa asumir que la ciudad histórica es un capital de sus habitantes que ellos comparten con los visitantes, por lo cual no es aceptable el planteo de excluir a la población local de las operaciones de refuncionalización del patrimonio. Ello implica asumir al patrimonio como capital estratégico de la ciudad capaz de desempeñar un rol de agente dinamizador de los procesos de desarrollo urbano. El patrimonio construido, en tanto equipamiento cultural y turístico capaz de vertebrar nuevas estrategias de integración social en los procesos de desarrollo urbano, se convierte en tema de nuevas propuestas de estructuración física y funcional de los centros históricos. *(Venturini, 2010)*

Pensar sólo en la "turistización" del patrimonio en términos de un incremento continuo del número de visitantes implica una

estrategia de riesgo para un recurso valioso, frágil y no renovable. No tener cuenta los límites que indica la capacidad de carga del patrimonio (en términos de carga física, carga social y carga funcional de uso del patrimonio) conduce a la pérdida de valor material del patrimonio y a la desvalorización de la experiencia del patrimonio, además de provocar conflictos entre los residentes y los turistas, que son percibidos por aquellos como la razón del deterioro de su capital simbólico. (*Venturini, 2010*)

Es necesario recordar, una vez más, que el patrimonio arquitectónico y urbanístico es el mayor recurso de los centros históricos, por la cual se convierte en el atractivo más valorado por la demanda turística y, consiguientemente, el más ofrecido por los organismos públicos y empresas privadas encargadas de la gestión turística de la ciudad. Aquí es donde intervienen las dos operaciones antes mencionadas: la "ingeniería cultural" y el marketing urbano. La primera produce "ajustes", en muchos casos discutibles de las estructuras físicas del patrimonio para adaptarlo a los requerimientos de la demanda turística. Operaciones muchas veces cosméticas (como el cambio o la supresión de revestimientos originales, como ha sucedido en algunos casos, cambios de pisos, aplicación de colores con criterios de discutible compatibilización con el carácter histórico de los edificios, entre otras intervenciones) que terminan generando un pastiche que desnaturaliza la identidad del objeto. (*Venturini, 2010*)

En otros casos, con el argumento de posibilitar las nuevas funciones de visita y exposición, se producen transformaciones dimensionales de ámbitos internos, cuando no la demolición lisa y llana del interior, conservando sólo la piel de la fachada. A

estas actuaciones de tipo físico-material se agregan las del "marketing urbano", que en aras de un posicionamiento competitivo de la ciudad en la oferta de destinos turísticos culturales, muchas veces no vacila en falsificar historia, entornos urbanos, paisajes y condiciones de percepción y recepción del valor patrimonial en base a discutibles criterios de atractividad.

Todo ello conduce a la desnaturalización y falsificación del patrimonio, que en muchos casos termina siendo una especie de caricatura de sí mismo. En otros, las operaciones de transformación de los objetos y adecuación de sus entornos para el uso turístico puede conducir a la exclusión o limitación de uso por parte de la población local (como ocurre en el ámbito internacional en torno a los grandes centros culturales del tipo nuevo Louvre), generando un impacto social negativo en la relación patrimonio-turismo. En ambos casos, lo que se pone en el límite de su permanencia son las características del patrimonio como tal, sometido a un tipo de uso que no es compatible con sus condiciones materiales y simbólicas. En estas situaciones, los objetos construidos y los tejidos urbanos son las mayores víctimas de dichos procedimientos. Las tramas y tejidos históricos urbanos son elementos morfológicos y funcionales perdurables en la ciudad, poniendo de manifiesto de un modo directo e indirecto el proceso histórico de la ciudad. (Venturini, 2010)

Las actuaciones de modernización para el desarrollo de la actividad comercial, la inserción de nuevos equipamientos e instalaciones para las actividades turísticas (hotelería, restaurantes, servicios complementarios), cuando son planteadas sin tener en cuenta las pre-existencias históricas urbanas, operan negativamente en detrimento de las mismas. El tránsito vehicular y el estacionamiento, completados con los

sistemas de señalización, pueden generar barreras físicas y perceptuales que llegan a imposibilitar una adecuada recepción del valor de los bienes patrimoniales por parte de habitantes y visitantes.

Puede concluirse en que es necesario avanzar hacia modelos de gestión urbana más sustentables (en términos espaciales, económicos y sociales) con respecto a los centros históricos con valores patrimoniales. La complementariedad entre patrimonio cultural, turismo centro comercial abierto y trama urbana tradicional, partiendo del reconocimiento de la complejidad multifuncional del centro histórico, han puesto de manifiesto que estas nuevas estrategias urbanas permiten alcanzar resultados positivos para todos los aspectos y actores involucrados en el proceso urbano. Ello significa desarrollar estrategias cualitativas consensuadas entre los diversos actores y sectores de intereses, teniendo presente que el patrimonio, cuya presencia es el motivo desencadenante de estas actuaciones, tiene potencialidades pero también limitaciones para su reutilización. (Venturini, 2010)

2.4. Antecedentes.

2.4.1. Nivel Internacional.

Centro Histórico de la Habana – Cuba: Turismo y Desarrollo Sostenible.

Esta investigación fue realizada por la Licenciada en Turismo Maite Echarri Chávez el año 2005 con el fin de aportar al ordenamiento turístico que fue necesario ante el crecimiento desmesurado de visitantes del que fue objeto la capital cubana.

La adaptación a los nuevos tiempos había hecho necesaria una ampliación de la visión sobre los Centros Históricos a nivel mundial, entendiéndose estos no sólo en su valor histórico, cultural y social, sino también en su dimensión económica, ya que se trataba de lograr un desarrollo integral autofinanciado que hiciera recuperable y productiva la inversión de restauración y conservación de los mismos.

Históricamente La Habana Vieja siempre se ha caracterizado por disponer de una importante red hotelera que junto a restaurantes, bares, cafeterías, comercios y otros servicios se distinguen en el ámbito internacional por lo que sirvieron de fortaleza para el planteamiento de la propuesta.

En esta investigación se abordan de forma holística las relaciones que se establecen entre los cambios generados por el sector turístico en su dimensión económica y la repercusión espacial que implicaban dichos cambios para el centro histórico de La Habana, para lo cual se plantearon como objetivo general realizar un diagnóstico que partiendo del análisis de las estructuras espaciales permitió la visualización de los cambios generados en el territorio por la actividad turística.

Los objetivos específicos elaborados para lograr con el objetivo principal fueron:

- *“Utilizar indicadores socioeconómicos para el diagnóstico de la actividad turística.*
- *Realizar análisis espaciales que reconozcan la influencia del proceso de reanimación turística en el ordenamiento territorial.*

- *Proponer una serie de medidas que permitan la optimización del producto turístico.” (Echarri, 2005)*

Particularmente novedosa resultó la concepción del territorio como un geo sistema, es decir, una unidad donde ocurren complejos procesos de interacción entre el medio físico, la población y la economía. Se introdujeron conceptos de monitoreo participativo para establecer sistemas de alarma y la evaluación de impactos como mecanismos de protección.

Toda esta investigación llegó a los siguientes resultados:

- *“La planificación de la actividad turística en el Centro Histórico de la Habana ha estado asociada a la definición de sectores funcionales y de estructuras espaciales que los definen.*
- *Los sectores funcionales con potencialidades para actividades turísticas y terciarias y los elementos estructurales que los componen han constituido la base teórica y funcional para el desarrollo de los programas de rehabilitación y refuncionalización del sector terciario y turístico.*
- *La asimilación turística del territorio se ha caracterizado por la explotación de recursos relacionados con las actividades de hospedaje, comercial, gastronómica y cultural.*
- *La determinación de la tasa de función turística reconoció que la incorporación de nuevas habitaciones, el aumento en el número de camas y el consiguiente desplazamiento de la población residente ha conllevado a establecer diferentes umbrales de especialización funcional para el Centro Histórico y los*

sectores funcionales en particular, evidenciándose aumentos cuantitativos que reflejan cierta tendencia hacia la semiespecialización del sector turístico.

- *Los recorridos mantienen una marcada vocación residencial, comercial y gastronómica, asociada a problemáticas ambientales negativas incorporando espacios públicos subutilizados y poco reconocida.” (Echarri, 2005)*

Esta investigación ayudó a comprender como funciona la relación entre la actividad turística y la economía dentro de un espacio geográfico, aunque como es sabido La Habana constituye un Producto Turístico y la ciudad de Chachapoyas aún está dando sus primeros pasos en esta actividad y las realidades son muy distintas, las conclusiones arrojan ideas generales sobre la interacción entre Centro Histórico, Economía, Ordenamiento territorial y Turismo; si bien es cierto este estudio está enfocado principalmente en el aspecto económico, el diagnóstico realizado sirvió de base para plantear las actividades realizadas en este informe.

2.4.2. Nivel Nacional.

Turismo en el Centro Histórico de Lima.

Se trata de un proyecto ejecutado por la Municipalidad Metropolitana de Lima, a través de la Subgerencia de Turismo, el objetivo principal es promover el desarrollo competitivo de la actividad turística en la capital de país, buscando posicionarla como destino turístico a nivel nacional e internacional, con miras a convertirse en destino turístico competitivo, posicionándose como capital cultural y gastronómica.

Con este enfoque, se buscó generar cuantiosas oportunidades de empleo, y a la vez fortalecer la identidad y revalorar la cultura de los ciudadanos; para lograr esto, se creó una articulación permanente entre el municipio y el sector empresarial.

Este proyecto consta de Recorridos Peatonales Gratuitos en el Centro Histórico de Lima; es un servicio que se brinda al público en general, y se mencionan a continuación:

1. Arquitectura en Lima.
2. Arte y cultura Religiosa.
3. Circuito para niños.
4. Lima de fotografía.
5. Ruta culinaria de Lima.

Estos servicios se ofrecen solo los sábados y domingos e incluyen los principales atractivos de la ciudad. Los encargados de realizar los guiados son jóvenes que pertenecen al Programa de Voluntariado para Guías en el Centro Histórico de Lima y que es manejado también por la municipalidad metropolitana de Lima. (*Municipalidad Metropolitana De Lima, 2013*)

Cabe destacar que entre la ciudad de Lima y Chachapoyas existe una inmensa brecha en varios aspectos, uno de ellos es el desarrollo del turismo. Como capital del país es la ciudad más concurrida y conocida, se puede considerar ya como un Destino Turístico, caso que para nosotros aún existe mucho camino que recorrer, pero este ambicioso proyecto marca unos importantes ejes en torno al cual se debe desarrollar la actividad turística:

1. Revaloración y conservación del centro histórico.
2. Generación de empleo.
3. Fortalecimiento de la identidad cultural.
4. Posicionamiento de la ciudad como destino turístico a nivel nacional e internacional.

Estas pautas sirvieron para tener idea sobre los aspectos que se debía analizar al investigar el comportamiento de la actividad turística en Chachapoyas, los anteriores son indicadores de la buena o mala marcha de la actividad en cualquier destino.

2.4.3. Nivel Local.

Recuperación del Centro Histórico de la Ciudad de Chachapoyas.

Es un expediente técnico desarrollado por la consultoría Ingeniero Aníbal Cáceres Narrea el año 2006 y consiste en la recuperación del Centro Histórico de la ciudad de Chachapoyas, específicamente en el Jirón Amazonas cuadras 4, 5, 6, 7 y 8, proceso que incluyó la participación de especialistas en Arquitectura, Estructuras, Instalaciones Mecánica – Eléctricas, Instalaciones sanitarias y de Restauración de la Canaleta de piedra existente bajo el pavimento que se luce hoy en día; incluyó también el informe de Investigación Histórica de desarrollo de la ciudad, Informe de Análisis Cromático para determinar los colores de los muros y carpinterías que fueron utilizados en la ejecución del proyecto, luego de una previa Prospección arqueológica. Todo lo anterior se realizó con el objetivo de recuperar y conservar el patrimonio cultural de la ciudad, puesto que se trata de una ciudad antiquísima y con mucha trascendencia dentro de la historia nacional. (Cáceres, 2006)

2.5. Realidad problemática

2.5.1. Planteamiento del problema

Debido a los pocos cambios urbanísticos, la seguridad y la conservación de la arquitectura típica, la ciudad de Chachapoyas es catalogada como un ejemplo de buena gestión municipal, como un sinónimo de gobernabilidad, eficiencia y progreso. No obstante, la ciudad en sí misma aún no ha logrado destacar en el aspecto turístico, si bien existen diversos lugares turísticos creados o puestos en valor con la finalidad de impulsar este sector y mejorar la calidad de vida de los ciudadanos, los turistas suelen arribar a la ciudad de Chachapoyas solamente o en la mayoría de los casos con el fin de pernoctar y descansar de los viajes que realizan a los atractivos principales de esta parte de la región.

Es importante también destacar el poco aprovechamiento del recurso Cultural de la ciudad, se debe a los escasos planes turísticos impulsados por las autoridades competentes, como la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo o la Municipalidad Provincial de Chachapoyas, puesto que estos organismos se han enfocado más en mejorar la planta turística pero no se han preocupado por elaborar propuestas para diversificar los demás componentes de la oferta turística.

Otro aspecto es la escasa promoción de los recursos turísticos que posee la ciudad por parte de las empresas privadas que son los que mantienen contacto directo con los visitantes, solo se limitan a vender pequeños city tours cuando el pax lo solicite pero no han diseñado una

campaña publicitaria que permita hacer conocida la ciudad como un destino cultural importante en el país.

Todo lo anterior trae consigo una serie de efectos que evidentemente afectan la actividad turística de la ciudad de Chachapoyas; entre ellos se puede mencionar la baja competitividad turística que tendría con respecto a otras ciudades importantes del país, ya que posee un mercado real pequeño y las personas no se ven motivadas por visitar la ciudad, generando consigo una balanza turística negativa que dificulta el desarrollo.

2.5.2. Formulación del problema

¿De qué manera la propuesta de una Ruta Turística Patrimonial en el Centro Histórico influirá sobre la actividad turística en la ciudad San Juan de la Frontera de los Chachapoyas?

2.5.3. Justificación del problema

El turismo se ve como una posibilidad de explotación sostenible de recursos, de creación de empleo y de desarrollo económico, por lo que instituciones tanto privadas como públicas han empezado a tomar algunas iniciativas, fundamentalmente de promoción y de comercialización de determinados servicios turísticos.

Una de las posibilidades que ofrece el turismo es el uso de los recursos patrimoniales, tal vez éste no sea la división dentro del turismo más importante, pero se entiende que el valor de uso y de cambio del Patrimonio Cultural puede, y debe, generar beneficios económicos y sociales, entre los que también están los que aportaría el turismo en su conjunto.

Carlos Romero Moragas(1994) expone que vender el pasado en sus diferentes formas es uno de los principales reclamos del marketing turístico, pero para conseguir todo esto, generando desarrollo, es preciso aunar esfuerzos y fomentar la conservación del patrimonio y la inversión en infraestructura cultural, siendo de esta forma entonces, como se convierte en un recurso turístico más, que ha pasado de ser referencia de un ámbito científico o estético a convertirse en otro de carácter económico, capaz de generar riqueza y empleo.

Teniendo en cuenta esto es necesario considerar los aspectos sobresalientes del Informe de la Organización Mundial del Turismo (OMT) que afirma que el sector turismo requiere desarrollar nuevos productos de calidad capaces de enfrentar con éxito la competencia de otras

propuestas. La cultura es al respecto, un recurso excepcional que, además, a través del turismo se transforma en la mejor fuente potencial para financiar la preservación del Patrimonio Cultural. De aquí la necesidad de desarrollar la presente investigación, partiendo del deseo de convertir el Centro Histórico de la ciudad de San Juan de la Frontera de los Chachapoyas en un atractivo turístico en sí mismo, que ayude a diversificar la oferta turística de la región Amazonas, contribuya a dinamizar la economía local y a preservar el Patrimonio Cultural.

La presente investigación, como ya se dijo líneas arriba, está justificada en la búsqueda de consolidar la cultura productiva local, dinamizar la economía regional y local, sensibilizar y concienciar acerca de la importancia del patrimonio cultural para recuperar la identidad de la ciudadanía, diversificar la oferta turística, preservar el patrimonio cultural y dar a conocer ciertos estilos de vida, construcciones arquitectónicas, entre otros; además de que se busca promover el desarrollo productivo turístico local a partir de una propuesta para promover e incrementar la actividad turística en el centro histórico de la ciudad.

En definitiva una actividad turística importante y a gran escala puede permitir un crecimiento importante de la ciudad, no solo desde la perspectiva del turismo, sino también desde el punto de vista de la conservación y preservación del patrimonio y de la concientización por parte de la sociedad de la importancia de este.

El planteamiento de la propuesta general parte de las siguientes condiciones básicas de la realidad del centro histórico de Chachapoyas:

- Su doble carácter de **centro urbano** y **sector fundacional**: como **centro urbano**, es decir como capital de la Región Amazonas, es un elemento estratégico de la estructura urbana donde se concentran principalmente las funciones institucionales, comerciales y de servicios más relevantes, el Centro Histórico es la imagen más representativa de la ciudad; como **sector fundacional** es el sector histórico donde se concentra por excelencia la identidad cultural y aglutina la mayoría de sus valores culturales, representados en sus edificaciones simbólicas, plaza mayor, parques y calles, así como en los valores culturales no físicos, tales como las manifestaciones culturales, las costumbres y la forma de vida.
- La relevancia que tuvo Chachapoyas en el pasado, deja un legado histórico y cultural de inigualable riqueza, que lo convierte en uno de los centros históricos con mayores valores. A pesar de ello, muy diversas razones que se exponen en el diagnóstico, han permitido que una parte significativa de ese patrimonio se haya perdido por completo y otra parte se encuentre fuertemente intervenido. Esto se hace especialmente visible en el patrimonio arquitectónico, pero también se evidencia en la pérdida del conocimiento de la historia, el sentido de pertenencia y algunas tradiciones y costumbres.

- Su desarrollo y afianzamiento como centralidad sin mayor planificación y poca intervención integral por parte de las autoridades locales, así como las características asociadas a esa condición como concentración de actividades, alta población flotante y alto tráfico vehicular, y la vetustez de algunos elementos por ejemplo de infraestructura, hacen que el centro histórico sea un lugar con problemas de funcionamiento desde el punto de vista urbano.
- La disfuncionalidad urbana planteada en el punto anterior; la pérdida del patrimonio urbano y arquitectónico; la inadecuada nueva arquitectura que en términos generales se ha implantado en el centro histórico; problemas de imagen del espacio público relacionada con el aspecto de las fachadas de las edificaciones y el tratamiento y mantenimiento de calles, plazas y parques, son entre otros, problemas que afectan la imagen del centro histórico de Chachapoyas y lo convierten, para muchos, en un lugar no tan atractivo para visitar y utilizar, siendo visitada única y exclusivamente como centro de distribución turística.
- Como consecuencia de lo anterior, a pesar de localizarse en un departamento y una región turística, esta actividad no se ha desarrollado como una de las opciones de re-activación económica y reposicionamiento en el contexto nacional.

2.6. Hipótesis

H_i: La propuesta de una Ruta Turística Patrimonial en el Centro Histórico influirá positivamente sobre la actividad turística en la ciudad San Juan de la Frontera de los Chachapoyas contribuyendo a su desarrollo.

2.7. Objetivos

2.7.1. Objetivo General

Plantear una propuesta para promover la actividad turística en el Centro Histórico de la ciudad San Juan de la frontera de los Chachapoyas.

2.7.2. Objetivos Específicos

1. Elaborar un inventario de los recursos turísticos existentes dentro del Centro Histórico de la ciudad.
2. Analizar el comportamiento de la oferta turística y la demanda en el Centro Histórico
3. Elaborar un diagnóstico sobre la actividad turística en el Centro Histórico de la ciudad de San Juan de la Frontera de los Chachapoyas.
4. Estructurar una propuesta de Ruta Turística Patrimonial en el Centro Histórico de la ciudad.

III. PLAN DE INVESTIGACIÓN

3.1. Diseño de la investigación

Esta investigación corresponde a un estudio de carácter predominantemente Exploratorio. Debido a que el fenómeno abordado constituye un objeto de investigación prácticamente reciente y casi inexplorada de una manera profunda y global. En esto último además radica la importancia de realizar la investigación. Se han empleado en menor cuantía otros métodos que son explicados más adelante.

3.2. Material de estudio

Centro Histórico de la ciudad de San Juan de la Frontera de los Chachapoyas.

3.3. Población y muestra.

Población

Para la presente investigación se ha considerado como población principal a los recursos turísticos existentes dentro del Centro Histórico de la ciudad.

Muestra

La muestra será igual al tamaño de la población, por ser pequeña y por coexistir dentro del radio de la misma ciudad.

Con respecto a los turistas, empresarios de servicios turísticos y habitantes de la ciudad a partir de los cuales se realizó el diagnóstico, se ha considerado un tamaño muestral y un método de selección distinto de acuerdo a sus características, las cuales se detallan cada uno en sus respectivos apartados.

3.4. Métodos, Técnicas, Instrumentos Y Procedimientos.

3.4.1. Métodos.

Descriptivo – Exploratorio:

Para conocer la situación actual de los recursos turísticos del Centro Histórico, de los visitantes, pobladores y empresarios turísticos de la ciudad en su entorno particular y natural a partir del cual se realizó el diagnóstico.

En este tipo de investigación se tuvo como propósito conocer una situación, comunidad, un contexto, un evento, una variable o conjunto de ellas e indagar su incidencia y los valores en que se éstas se manifiestan dentro del enfoque cualitativo. El procedimiento consistió en medir o ubicar un conjunto de personas, situaciones, contextos y fenómenos en una o más variables o conceptos y proporcionar su descripción.

Inductivo:

Permitió tomar conclusiones de hechos generales observables e intentar aplicarlas al objeto de estudio para entenderlo como suceso único.

Deductivo:

Al tomar una o varias características del objeto de estudio y poder realizar generalizaciones y tratar de entenderlo como parte de un todo.

Analítico:

En la discusión del informe, se analizó las diferentes características, causas y efectos de los resultados con el fin de comprender el pasado, el presente y visualizar el futuro del de la actividad turística y el Patrimonio de la ciudad.

Estadístico:

Para el procesamiento de los datos obtenidos durante la etapa de campo.

3.4.2. Técnicas:

- Se empleó la técnica documental para elaborar el Marco Teórico Conceptual que permitió formar un conglomerado de ideas sobre el tema de investigación.
- La observación directa al tener contacto con las unidades de estudio.
- La recolección directa de datos para obtener información directa y parametrada de la misma fuente.
- El registro fotográfico, para tener constancia de los hechos observables.

3.4.3. Instrumentos de Recolección de Datos:

- Fichas bibliográficas para registrar y localizar las fuentes de información.
- Encuestas para la obtención de primera mano de los datos (*Ver Anexo 01 y 02*)
- Entrevistas (*Ver Anexo 03*)

El estudio presente se propuso recoger información en terreno, en un tiempo de duración que se estableció en un mes. Se consideró aplicar entonces los instrumentos de recolección arriba mencionados. La información que se quiso recopilar de esta forma apuntó a la consecución de los objetivos planteados en el estudio.

3.5. Análisis Estadístico de Datos.

Los datos se procesarán en cuadros estadísticos que ayudarán a encontrar la relación y justificación entre las variables independiente y dependiente de la investigación. Se empleará como herramienta el Software Microsoft Office Excel 2010.

IV. RESULTADOS

4.1. Caracterización Básica de la Ciudad San Juan de la Frontera de los Chachapoyas.

4.1.1. Síntesis Histórica.

La ciudad fue fundada por el español Don Alonso de Alvarado, quien con sus compañeros partieron con dirección a La Jalca. Este lugar fue adecuado para la fundación de la ciudad, siguiendo las instrucciones contenidas en la provisión del 28 de julio de 1538, expedida por Don Francisco Pizarro. El 5 de septiembre de 1538, Alonso de Alvarado fundó la ciudad de San Juan de la Frontera de los Chachapoyas. El 27 de Agosto de 1544 se gestionó el traslado al lugar que ocupa actualmente esta ciudad cuya topografía es menos accidentada y el clima más benigno y desde entonces se convirtió en lugar muy importante para la región y un punto de ingreso a la selva.

Fue reconocida como capital de la actual región Amazonas, fue unida al resto del país por vía aérea en el año 1930 y por vía terrestre en 1960, cuando se abrió un camino afirmado que permitió el ingreso de vehículos. Esta es una ciudad que en los últimos tiempos está siendo redescubierta, y existen en su área un promedio de 500 restos arqueológicos, todos de la cultura Chachapoyas, entre tumbas, sarcófagos, fortalezas, torreones aislados, caminos, petroglifos, pinturas rupestres, restos textiles, cerámica y un sinnúmero de artículos que únicamente demuestran la grandeza, desarrollo y avance de esta cultura. De carácter indomable, los Chachapoyas le dieron mucho trabajo a los Incas durante su proceso de conquista.

La ciudad pequeña y encantadora guarda aspectos coloniales, podemos ver casas de grandes patios con una pileta central, hechas con adobe y muchas flores coloridas.

(fuente: Wikipedia)

4.1.2. Ubicación.

Está ubicada a 2334 msnm. Teniendo en cuenta las distancias desde la ciudad de Tarapoto por la carretera Fernando Belaunde Terry toma 7 horas de viaje continuo.

Así mismo partiendo de la ciudad de Lima las horas de viaje se amplían a 17.

Su ubicación geográfica ha condicionado hasta ahora su aislamiento, así como su clima y paisaje de sierra.

Una de las particularidades de este paisaje son sus extensas y enmarañadas formaciones boscosas que durante la época lluviosa se cubren de espesa neblina, hecho del cual derivaría su nombre Sachapuyos (monte de neblina) en quechua. *(fuente: Wikipedia)*

4.1.3. Geografía y Clima.

La Ciudad de Chachapoyas se encuentra en la zona de la sierra, tiene un clima variado y templado, lluvias en la temporada de calor (diciembre a abril). La temperatura media máxima es de 23°C (68°F) y la mínima de 13°C (51°F). *(fuente: Wikipedia)*

4.1.4. Accesos.

Solo cuenta con transporte terrestre

- A 1237 km. desde Lima hasta Chachapoyas vía Chiclayo (21 h.)

- A 1185 km. desde Lima hasta Chachapoyas vía Cajamarca (30 h.)

4.2. Diagnóstico de la Actividad Turística en el Centro Histórico.

4.2.1. Resultados de la Oferta

4.2.1.1. Planta Turística.

La ciudad de Chachapoyas cuenta con establecimientos de servicios turísticos de calidad dentro de su circunscripción, para el caso de la presente investigación se han considerado sólo los que están ubicados dentro el Centro Histórico.

A. Agencias de Transporte Terrestre.

Sólo empresas de transporte que cubren rutas fuera de la ciudad de Chachapoyas.

Tabla N°1

Nombre de la Empresa	Rubro
Turismo Civa S.A.C.	Transporte público interprovincial para pasajeros
Empresa de Transportes Móvil Tours S.A.C.	Transporte público interprovincial para pasajeros
Transporte Service Kuelap	Transporte público interprovincial para pasajeros
Empresa de Transportes GH BUS	Transporte público interprovincial para pasajeros
Empresa de Transportes El Expreso	Transporte público interprovincial para pasajeros

Fuente: Elaboración propia

B. Agencias de Viajes y Turismo.

Se encuentran en la lista solo las Agencias de Viajes y Turismo que ofrecen sus servicios de manera permanente en la ciudad de Chachapoyas.

Tabla N°2

Nombre de la Empresa	Clasificación
Perú Nativo	Agencia Minorista
Andes Tours	Agencia Minorista
Raymillacta Travel	Agencia Minorista
Amazon Tours	Agencia Minorista
Chachapoyas Tours	Tour Operadora
Vilaya Tours	Tour Operadora
Travel Tours	Agencia Minorista
Cloudforest Expeditions	Tour Operadora
Turismo Explorer	Agencia Minorista

Fuente: Elaboración propia

C. Establecimientos de Hospedaje.

Datos actualizados por la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo al año 2012.

Tabla N°3

N	NOMBRE O RAZON SOCIAL	NOMBRE COMERCIAL	DOMICILIO	DISTRITO	HAB.	CAMA
1	MARIA ZULEMA OCAMPO VALLE	HOSPEDAJE GUTIERREZ	Jr. ORTIZ ARRIETA N° 371	CHACHAPOYAS	10	11
2	MIGUEL A. CHUQUIMBALQUI OCLOCHO	HOSPEDAJE JENNY	Psje DAVID REYNA N° 285	CHACHAPOYAS	8	13
3	PIERO CEDANO DIAZ	CASA HOSPEDAJE LA POSADA DE TICO	Jr. ORTIZ ARRIETA N° 724	CHACHAPOYAS	9	14
4	JOSÉ DEL CARMEN RAMOS VERGARAY	CASA HOSPEDAJE SHUBET	Jr. AMAZONAS N° 440	CHACHAPOYAS	18	18
5	GERARDO MAS MAS	HOSTAL RELAX	Jr. SALAMANCA N° 304	CHACHAPOYAS	10	22
6	LINDON B. DIAZ PIZARRO	VILLA CONSUELO	SAN ISIDRO S/N	CHACHAPOYAS	9	15
7	EDUARDO CATAÑEDA RUBIO	HOSPEDAJE AMAZONAS	Jr. GRAU N° 585	CHACHAPOYAS	15	21
8	CARLOS BURGA OYARCE	REVASH	Jr. GRAU N° 517	CHACHAPOYAS	16	32
9	GRACIELA LUCANA DE MORI	LA PASKANA	Jr. SALAMANCA N° 649	CHACHAPOYAS	6	15
10	DONATILA REGALADO FERNANDEZ	CHACHAPOYAS BACK PACKERS	Jr. AMAZONAS N°1416	CHACHAPOYAS	5	13
11	PALACIOS DE CHUQUIMBALQUI MARIA	CASA HOSPEDAJE YANAYACU	MORENO URCO. LOJAPAMPA	CHACHAPOYAS	15	30
12	CLARA MARLENY GUTIERREZ MORI	HOSPEDAJE VISTA HERMOSA	JR. PUNO N°295	CHACHAPOYAS	16	36
13	MERCEDES ABANTO PORTAL	HOSPEDAJE SAN PEDRO	JR. CHINCHA ALTA N° 391	CHACHAPOYAS	24	30
14	ANGELICA TRIGOSO CORTEZ	EL POSEIDON	JR LIBERTAD N° 1062	CHACHAPOYAS	27	34
15	MARIA VILLA DE RAMIREZ	CONTINENTAL	JR. ORTIZ ARRIETA N° 437	CHACHAPOYAS	18	32
16	LUCILA VALLES DE DIAZ	JEHOVA ES MI LUZ Y SALVACION	PJE. DAVID REYNA N° 100	CHACHAPOYAS	24	28
17	MANUEL RIVERA MARUFO	EL GRAN PAJATEN	JR. LA MERCED N° 505	CHACHAPOYAS	13	13
18	GUMERCINDO ZEGARRA ALVA	GRAN HOTEL VILAYA	JR. AYACUCHO N° 755	CHACHAPOYAS	19	29

19	BELMIRA FERNANDEZ MELENDEZ	HOSTAL BALTA	JR. SALAMANCA N° 526	CHACHAPOYAS	17	19
20	MARIA DOLORES MIXAN MAS VDA DE INGA	HOSPEDAJE LAGUNA DE LOS CONDOROS	JR. SALAMANCA N° 941	CHACHAPOYAS	6	12
21	MARIA MARLENE MUÑOZ GONGORA	HOSPEDAJE CALIFORNIA	JR. SALAMANCA N° 682	CHACHAPOYAS	20	35
22	WILBOR CUNIA BRUNO	HOSPEDAJE AMAZONICO	JR. SALAMANCA N° 680	CHACHAPOYAS	20	20
23	INVERSIONES ORMACHEA S.A.C	HOSTAL CASONA MONSANTE	Jr. AMAZONAS N° 746	CHACHAPOYAS	9	27
24	CASA VIEJA SERVICIOS TURISTICOS E.I.R.L	HOSTAL CASA VIEJA	Jr. CHINCHA ALTA N° 569	CHACHAPOYAS	14	27
25	LAS ORQUIDEAS CONSORCIO TURISTICO	LAS ORQUÍDEAS HOSTAL	Jr. AYACUCHO N° 1231	CHACHAPOYAS	20	36
26	IGNACIO SALAZAR OLIVERA	HOSTAL BELEN	Jr. ORTIZ ARRIETA N° 540	CHACHAPOYAS	11	18
27	HOSTAL JOHUMAJI E.I.R.L	HOSTAL JOHUMAJI	Jr. AYACUCHO N° 711	CHACHAPOYAS	35	44
28	FLOR DE MARIA HIDALGO DE TORRES	HOSTAL EL DORADO	Jr. AYACUCHO N° 1062	CHACHAPOYAS	13	25
29	ROSA ALEYDA DIAZ CHAPA	HOSTAL KARAJIA	Jr. DOS DE MAYO N° 546	CHACHAPOYAS	16	29

Fuente: Base de Datos Declaraciones Juradas Establecimientos de Hospedaje Artículo 7° D.S.N 029 - 2004 - MINCETUR

D. Establecimientos de Restauración.

Datos actualizados por la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo al año 2012.

Tabla N°4

N°	NOMBRE O RAZÓN SOCIAL	NOMBRE COMERCIAL	DOMICILIO	N° MESAS	TIPO DE COMIDA
1	Mass Burger	Mass Burger	Jr. Triunfo N° 1051	11	pastelería, café, regional
2	Asunción Villegas de Torrejón	Bar Café "La Pared Caída"	Jr. Ayacucho 799	12	Locales y/o típicas
3	Julia Rosa Alvarado de Rubio	Chicharronería "Katy y Edy"	Jr. Amazonas N° 193 - C	12	Regionales.
4	Walter Ocampo Chávez	Café Restaurant "Q Rico"	Jr. Dos de Mayo N° 631	14	Nacionales, regionales, menú y pollo a la brasa.
5	Rómulo Alfonso Silva Tirado	Bar Restaurant "El Portoncito"	Jr. Ortiz Arrieta 266	20	Nacionales, regionales, pescados y mariscos.
6	Bilma Amparo Alva Chávez	Bar Restaurant Turístico "Wanglic"	Av. Libertad N° 230	15	Regionales(*) y menú.
7	Milagritos Torres de Jiménez.	Café Café	Jr. Amazonas N° 829	6	Regionales, jugos y cafes.
8	Rosa Isabel Cabredo de Sánchez	Restaurant "Las Rocas"	Jr. Ayacucho N° 932	27	Nacionales, menú y pollo broaster.
9	Selvith Dávila de Vilcarromero	Bar Restaurant "Los Íntimos"	Jr. Libertad N° 404	9	Regionales y menú.
10	Rosa Magnolia Zuta Cuipal	Cebichería "Puma Urco"	Jr. Dos de mayo N° 728	16	Pescados y mariscos.
11	Café Panadería Lourdes S.A.C	Panadería Café "Lourdes"	Jr. Ayacucho N° 1021	2	Café, jugos, postres y platillos regionales.
12	Wilder Manuel Poemape Celis	Cevichería Restaurant "Don Melchor"	Av. Libertad N° 844	8	Nacionales, pescados y mariscos.
13	Asunta Vargas Mesa	Restaurant Turístico "Luya Urco"	Jr. Arequipa N° 240	...	Nacionales, regionales y menú.
14	Rosa Marleny Neciosup Torrejón	Restaurant Picantería "Heydi"	Av. Libertad N° 970	16	Nacionales, regionales, locales y/o típicas, menú.
15	María del Carmen Carrión Encina	Restaurant "Sabor Norteño"	Av. Libertad N° 930	13	Nacionales, regionales y menú.
16	Víctor Poemape Abanto	Cebichería Restaurant "Don Chamo"	Av. Libertad N° 548	12	Nacionales, menú, pescados y mariscos.
17	Milagritos Rodríguez Delgado	Restaurant cebichería "El limon"	Jr. Ayacucho N° 325	15	Pescados y mariscos
18	Jesús Marilyn Velásquez Alvarado	Café Fusiones	Jr. Chíncha Alta N° 445	4	Café.
19	Comercio Industria y Servicios Múltiples San José EIRL	Café "San José"	Jr. Ayacucho 816	20	Nacionales, regionales, locales y/o típicas y cafés.
20	Rosa Mercedes Torrejón Fariás	Restaurant "El Paisita"	Av. Libertad N° 928	17	Nacionales, regionales, locales

21	Bar Restaurant turístico Chacha E.I.R.L	Bar Restaurant turístico "Chacha".	Jr. Grau N° 545	30	y/o típicas, menú y pollo a la brasa.
22	Clorinda Llaja Mendoza	Bar Picantería "Liseth"	Jr. Libertad N° 140	10	Nacionales, regionales, locales y/o típicas y menú.
23	Zarina Mori Mori	Cevichería Marisquería "Rincón Monsefuano"	Jr. Ortiz Arrieta N° 792	22	Regionales y/o típicas.
24	Angelica Trigos Cortez	Hospedaje Restaurant "El Poseidon"	Jr. Libertad N° 1066	10	Pescados y mariscos
25	Hostal Restaurat Plaza EIRL	Hostal Restaurat Plaza	Jr. Grau N° 534	16	Nacionales, regionales y menú
26	Rosa Magnolia Zuta Cuipal	Cebichería "Puma Urco"	Jr. Dos de mayo N° 728	16	Nacionales, regionales, locales y/o típicas y menú.
27	Violeta Esmilda Meléndez de Vigo	Bar Bodega Restaurant Sabores de Amazonas	Av. Salamanca N° 763	13	Pescados y mariscos.
28	Graciela Lucana de Mori	Hostal Cebichería "La Paskana"	Jr. Salamanca N° 649	10	Nacionales, regionales, locales y/o típicas y menú.
29	Gladys Rivasplata de Burga	Restaurant "El Tejado"	Jr. Santo Domingo N° 664	8	Pescados.
30	Segundo Edilberto López Villacrez	Restaurant "La Leña"	Jr. Ayacucho N° 344		Nacionales y regionales.
31	Restaurante Pizzería Turística Maripizza E.I.R.L	Maripizza	Jr. Dos de Mayo N° 471	0	Nacionales, regionales, locales y/o típicas.
32	Geiner Richard Díaz Muñoz	Restaurant Snack "La Buena Sazón"	Jr. Chincha Alta N° 757	16	Tratoria y pizzas.
33	Romel Puerta Rivera	Restaurant Pollería "El Palacio del Pollo"	Jr. Triunfo N° 581	10	Nacionales, regionales y menú.
34	Milagros Sandoval Ortiz	Restaurant Bar "El Abuelo"	Jr. Ortiz Arrieta N° 512	9	Pollo a la brasa.
35	Panfilo Huáman Puerta	Restaurant "El Triunfo"	Jr. Triunfo N° 882	10	Nacionales, regionales, locales y/o típicas y menú.
36	Rojas Chota Betsi Nicoli	La Real Cecina Cocktail Lunch	Jr. Hemosura N° 676	30	Menú.
37	Orlando Delgado Chuquizuta	Ciomara - Café y Arte	Jr. Ayacucho N° 952	11	Nacionales, regionales, locales y/o típicas y menú.
38	Danny Gómez Vergaray	Carnes y Parrillas "La Tushpa"	Jr. Ortiz Arrieta N° 753	18	Nacionales, regionales, locales y/o típicas y menú.
39	José Manuel Arellanos Briceño	El Rinconcito del Cuy	Jr. Puno N° 401	8	Nacionales, regionales, carnes y parrillas
40	Maritza Cabañas Salazar	Aroma y Sabor Café	Jr. Amazonas N° 865	11	Regionales y/o típicas.
41	Marlyth Gallardo Zumaeta	Café Snack Tentaciones	Jr. Amazonas N° 401	9	Regionales, jugos y cafes
42	Ricardo Nicolas Yaipen Ballena	Salon de Reuniones "La Reina"	Av. Ayacucho N° 345	12	Regionales, jugos y cafes
					Regionales y nacionales.

43	Aideli Socorro Puerta Vásquez	Cafetín "Virgen de la Puerta"	Jr. Junín N° 1101	4	Nacionales y Regionales.
44	Doris Arana de Tejada	Bar Recreo Restaurant "La Peña"	Jr. Santo Domingo N° 676	4	Regionales.
45	Zubiate Torrejón Nelly Isabel	Bar Café Pollería Sanducheria Amazonas	Jr. Amazonas N° 688	12	Pollo Broster.
46	María Elena Nureña Castillo	Natures Center "New Eden"	Jr. Grau N° 448	15	Vegetariana.
47	Jerson Gutiérrez Aliaga	...	Jr. Amazonas N° 341	6	Locales y/o típicas y menú.
48	Herminio Acosta Vela	Café Burger "El Sanwuchon"	Jr. Triunfo N° 701	4	Hamburguesas.
49	Hilda Miryan Mejía Arteaga	Restaurant Cebichería "El Carajo"	Jr. Ortiz Arrieta N° 420	30	Nacionales, regionales, locales y/o típicas, menú, pollo a la brasa y pescados y mariscos.
50	Rosa Mercedes Torrejón Farias	Restaurant "El Paisita"	Av. Libertad N° 928	17	Nacionales, regionales, locales y/o típicas, menú y pollo a la brasa.
51	Mara Gutiérrez Ledesma	Caldos Mara	Jr. Ayacucho N° 972 – 976	9	Locales y/o típicas, caldo de gallina y cafés.
52	Jane Yulia Mori Culqui	Sabores del Perú Chicken Grill	Jr. Dos de mayo N° 321	25	Nacionales, regionales, locales y/o típicas, menú y pollo a la brasa.
53	Ingrid Esperanza Soto Cabredo	505 Pizza Bar	Jr. Dos de mayo N° 505	17	Pizzas.
54	Yanqui Mamani Luciano	Restaurant Matalache	Jr. Ayacucho N° 616	32	Nacionales, regionales, locales y/o típicas, menú.
55	Juvenal Silva Chávez	Mini Market y Pollos a la Brasa	Jr. Ortiz Arrieta N°. 528	28	Regionales (*) y pollo a la brasa.
56	Sara Gómez Chuquimbalqui	Café Corazón de Jesús	Jr. Amazonas N°. 931	4	Café y postres.
57	Cruz Torres Mendoza	Restaurant "La Estancia"	Jr. Amazonas N°. 861	10	Nacionales, pizzas, parrillas y hamburguesas.
58	Felipe Reyna Montenegro	Restaurant Cebichería "La Chinata"	Jr. Amazonas N°. 520	7	Menú.
59	Olivia Orihuela Centeno	Pollería IMOS	Jr. Ortiz Arrieta N°. 392	30	Pollo a la brasa.
60	Loyda Etelevina Horna Chávez	Hospedaje Restaurant "El Paraiso de la Salud"	Jr. Ortiz Arrieta N° 448	12	Comida vegetariana.
61	Terra Mia Café S.A.C	Terra Mia Café	Jr. Chíncha Alta	12	Internacional, Nacionales, Regionales y/o Típicos
62	Dilbert Puerta Salazar	Pollería "Mayrita"	Jr. Dos de Mayo N° 659	19	Pollos a la brasa
63	Williams Salazar Perea	Toshos Bar Picantería	Jr. Unión N° 600	6	Nacionales.

64	Rosario Burga de Tejada	Bodega Estefany	Jr. Tres Esquinas N° 173	3	Menú.
65	Mariaelena Vargas Briceño	Café Tradicion Kaprichitos	Jr. Amazonas N° 730	6	Nacionales, regionales y menú.
66	Elita Ysabel Guevara Diaz	El Encanto de mi tierra	Jr. Dos de Mayo N° 738	9	Nacionales, regionales y/o tipicos
67	Fausta Ysabel Jimenez Mendoza	Restaurante "Las Mushitas"	Jr. Ortiz Arrieta N° 779	17	Nacionales, regionales y/o tipicos
68	Majes	Majes Restaurant Marisqueria	Jr. Amazonas N° 575	10	Nacionales, regionales y/o tipicos
69	Jhonatan Walker Noriega Alva	La Huisha Brava	Jr. Hermosura N° 560	16	Nacionales, regionales, locales y/o tipicas y menú.
70	Glediz Raquel Yop Mendoza	Café Restaurante Even-Ezer	Jr. Salamanca N° 752	7	Platos tipicos y menú
71	Jerson Vuelot Velayarce	Restaurante El encanto de mi tierra	Jr. La Libertad N°425	8	Nacionales y menú-pensión
72	Jacinto Quispe Vilca	Restaurante San Antonio	Jr. Hermosura N° 365	4	Platos tipicos y menú-pensión
73	Lleny Consuelo Picon Cullampe	Café Restaurante Jenny	Jr. Salamanca N° 516	16	Platos tipicos y menú-pensión
74	Maruja Sanchez Estela	Picanteria Marisqueria " Los Delfines"	Jr. Salamanca N° 834	9	platos marinos
75	Daly Vargas Damacen	Café Karajia	Jr. Ayacucho N° 713	6	pasteleria, café, regional
76	Dioner Alexander Melendres Puelles	Marisqueria La Estrella del Mar	Jr. Tres Esquinas N° 187	10	Pescados y Mariscos
77	Beti del Maestro Chambergro	Restaurant Polleria Demchs	Jr. Unión N° 515	20	Pescados y Mariscosm regionales, menu, pension
78	Rosario Rojas Chávez	Restaurant El Cajamarquino	Jr. Amazonas N° 566	15	Regionales, Menú, Pensión
79	Anita Lòpez Leiva	Nutrition Center Vida y Salud	Jr. Ayacucho N° 756	12	Vegetariana.
80	Manuel Pasos Reategui	La Franja Bar Restaurant Cebicheria	Jr. Hemosura N° 441	11	Pescados y Mariscos.
81	Carmen Trinidad Vigil Chuquimvalque	Café Restaurant "Señor de Gualamita"	Jr. Union N° 624	19	Regionales, Menú, Pensión
82	Claudia Paola Carranza López	Restaurante "Romana"	Jr. Amazonas N° 1091	22	Regionales, Menú, Pensión
83	Verta Herrera Valdivia	Restaurante "Jehova es mi Pastor"	Jr. Triunfo N° 758	24	Regionales, Menú, Pensión
84	Zoraida Mercedes Alvarado Trigoso	Fuente de Soda "Mechita"	Jr. Triunfo N° 613	3	Regionales y menú-pensión
85	Mario Yldefonso Torrejon Arellanos	Mistura Urco	Jr. Puno N° 325	15	Pescados y Mariscos.
86	Inversiones El Batan del Tayta S.A.C.	El Batan del Tayta	Jr. La Merced N° 604	30	Platos a la carta, regionales y menú

Fuente: Base de Datos Declaraciones Juradas Establecimientos de Hospedaje Artículo 7° D.S.N 025 - 2004 - MINCETUR

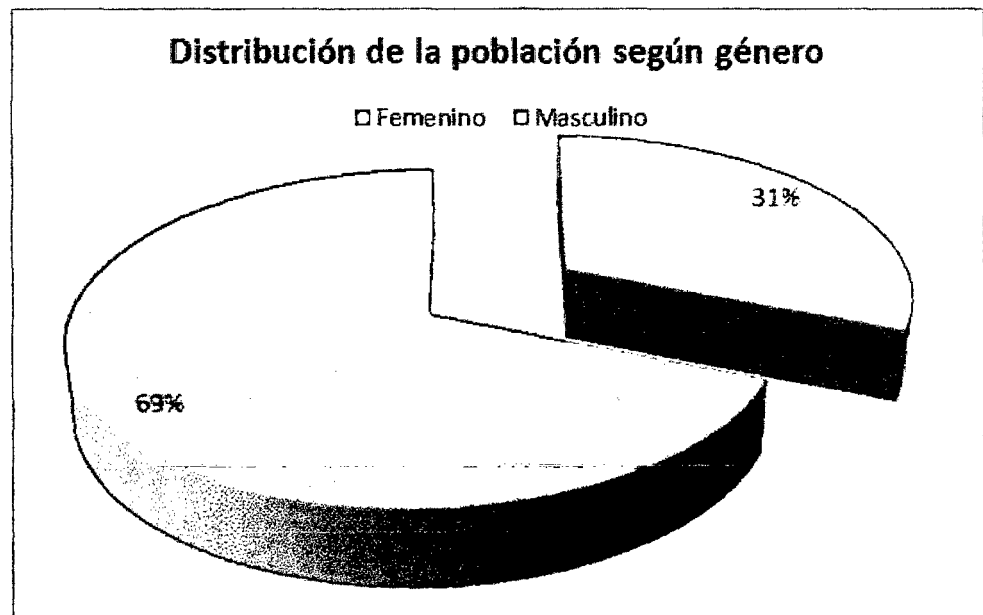
Actualización al año 2012

4.2.1.2. Pobladores de la Ciudad de Chachapoyas.

Para el caso de los vecinos del centro histórico de la ciudad de Chachapoyas se tomó la muestra de 50 propietarios de viviendas ubicadas en la zona; esta muestra fue tomada por conveniencia ya que el tamaño de la población es desconocida porque no existen bases de datos donde especifique su número exacto, la selección de los elementos de la muestra si se realizó de manera aleatoria, dando como resultado los siguientes datos:

Para comenzar se dividió a la población según su género, de nuevo hacemos incidencia que este dato por sí solo no refleja información importante para el estudio pero que si la relacionamos con otras variables más adelante plasmadas, entonces nos ayudará a comprender posibles situaciones; tenemos entonces que la mayoría de la población (69%) pertenece al género masculino y el 31% restante al femenino.

Gráfico 01

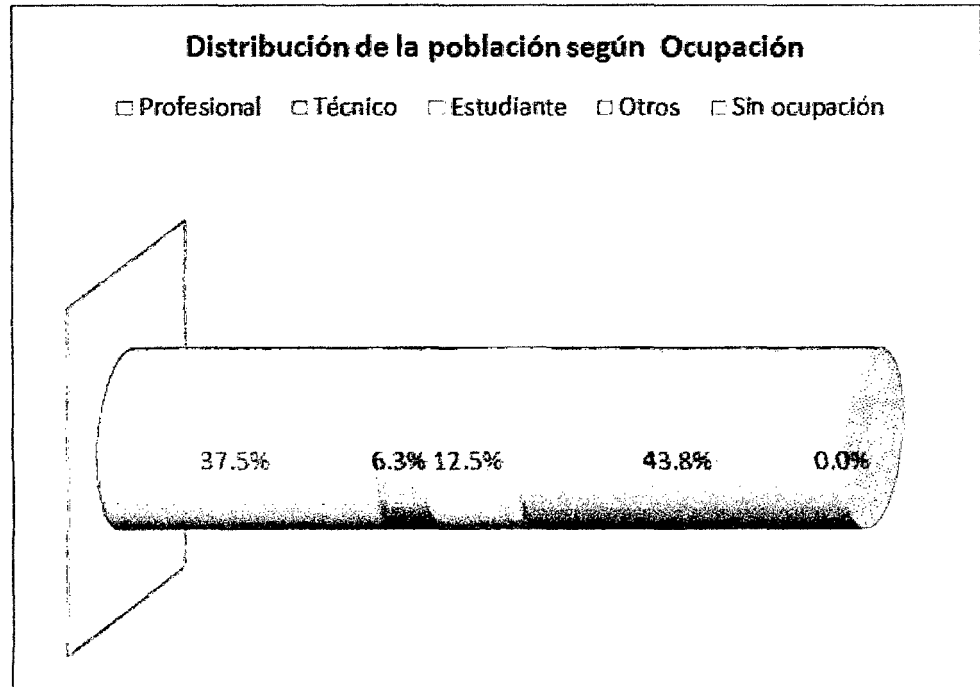


*Elaboración propia
Fuente: Encuesta aplicada a la misma población*

También se hizo relevante dividirlos según su ocupación, porque de acuerdo a ella cambiará su perspectiva con respecto a la actividad turística. Empecemos entonces por el grupo de los profesionales que ejercen su carrera y suman un

37.5%, luego los que tienen educación superior técnica con 6.3%; los estudiantes que conforman el 12.5%; un gran grupo (43.8%) que está compuesto por personas que se dedican más a actividades comerciales que son las que abundan en el centro histórico, y en pequeña escala se encuentran las amas de casa.

Gráfico 02



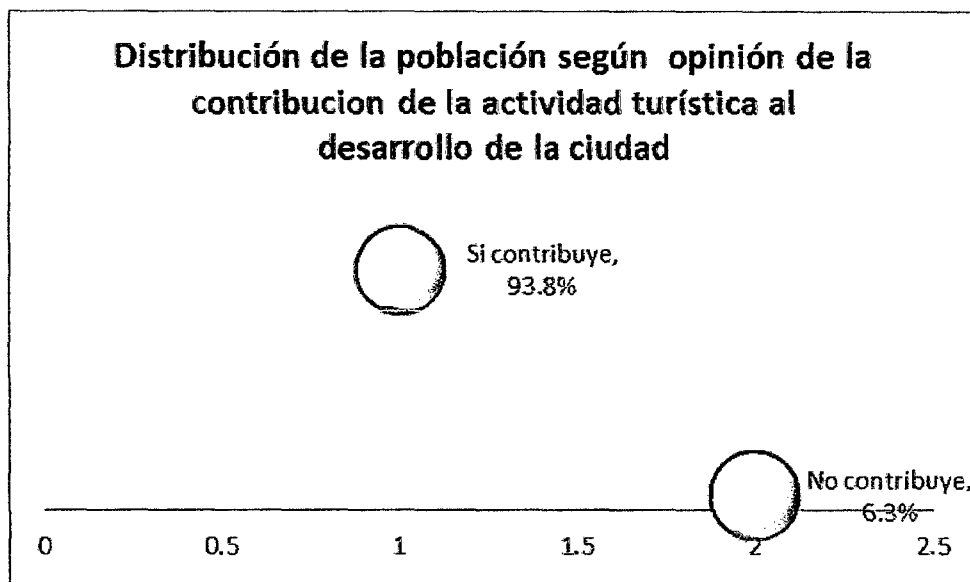
*Elaboración propia
Fuente: Encuesta aplicada a la misma población*

Para poder trabajar en turismo en un lugar y hacerlo de manera sostenible, en primer lugar es importante saber cuál es la opinión de la población residente, saber si conocen la importancia que significa esta actividad y las consecuencias tanto positivas y negativas que ello pueda generar.

Se realizó una pregunta dicotómica, el 93.8% contestó que la actividad turística si contribuye al desarrollo de la ciudad, esto puede ser resultado de una lenta concienciación de los habitantes, del mejoramiento de la calidad de vida, o del conocimiento de situaciones positivas experimentadas en otros lugares; sin embargo, aún existe un pequeño porcentaje

que cree que la actividad turística es completamente negativa y no beneficia en nada a la ciudad, especialmente de manera personal por que aducen que sus actividades no están relacionadas con el campo turístico así que cualquier propuesta o cambio que se realice no les representa ninguna diferencia.

Gráfico 03

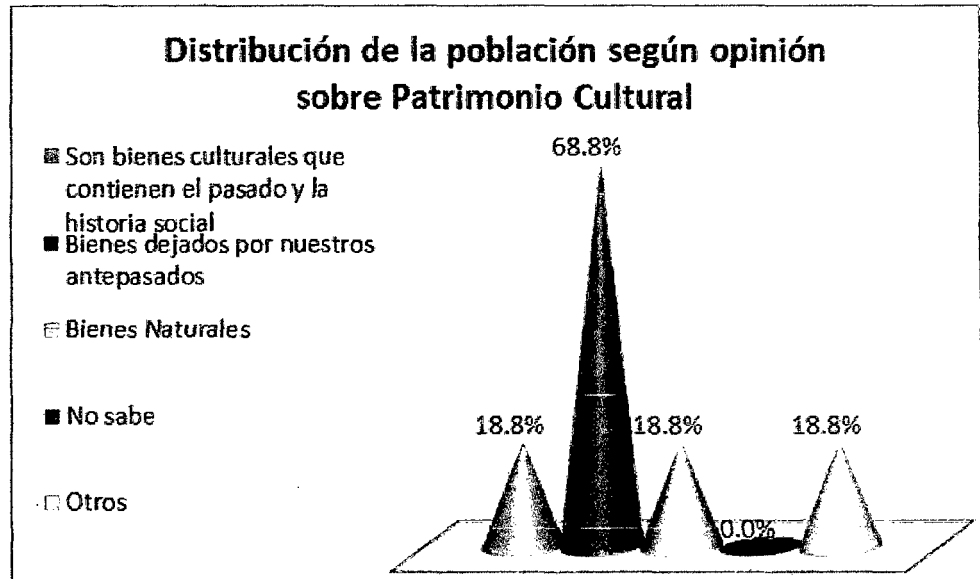


Elaboración propia

Fuente: Encuesta aplicada a la misma población

Es importante que la población local sepa acerca de la trascendencia del Patrimonio Cultural, y para saber al respecto se pidió algunas opiniones, como podemos ver el 68.8% dice que el Patrimonio Cultural está conformado por los bienes dejados por nuestros antepasados; y el resto de la población de manera equitativa (18.8% cada uno) opina que se trata de bienes culturales que contienen el pasado y la historia social, los bienes naturales, y otros sostienen que es un conjunto de elementos como las costumbres, la arquitectura, el arte y toda la historia que encierra la ciudad, dicho sea de paso esta es la opinión que más se ajusta a la definición de Patrimonio Cultural.

Gráfico 04



Elaboración propia

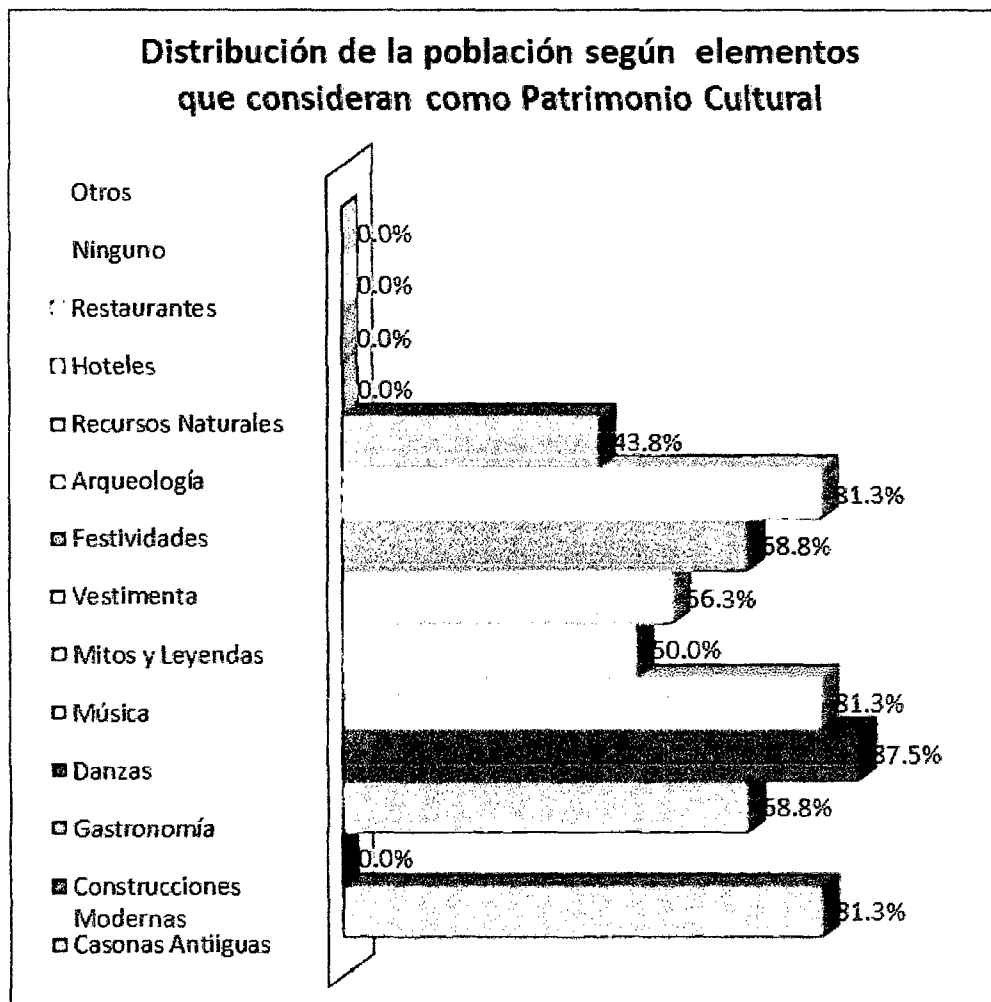
Fuente: Encuesta aplicada a la misma población

Después de preguntarles qué era Patrimonio Cultural, se les mostró opciones para que indicaran cuáles creían que eran los elementos que lo conformaban, veremos que la mayoría de las personas si tienen nociones sobre el tema:

Tenemos a la Arqueología (83.3%), las Festividades (68.8%), la Vestimenta (66.3%), los Mitos y Leyendas (56.3%), la Música (81.3%), las Danzas (87.5%), y por último la Gastronomía (68.8%), aspectos que realmente si forman parte del Patrimonio Cultural; por otro lado tenemos a un 43.8% que también incluyó los Recursos Naturales, lo cual es un error frecuente al que se le debe buscar solución.

El porqué de estas dos últimas preguntas se debe a que la población debe conocer cuál es su Patrimonio para poder cuidarlo, preservarlo y defenderlo, y ser consciente de la importancia de ello.

Gráfico 05



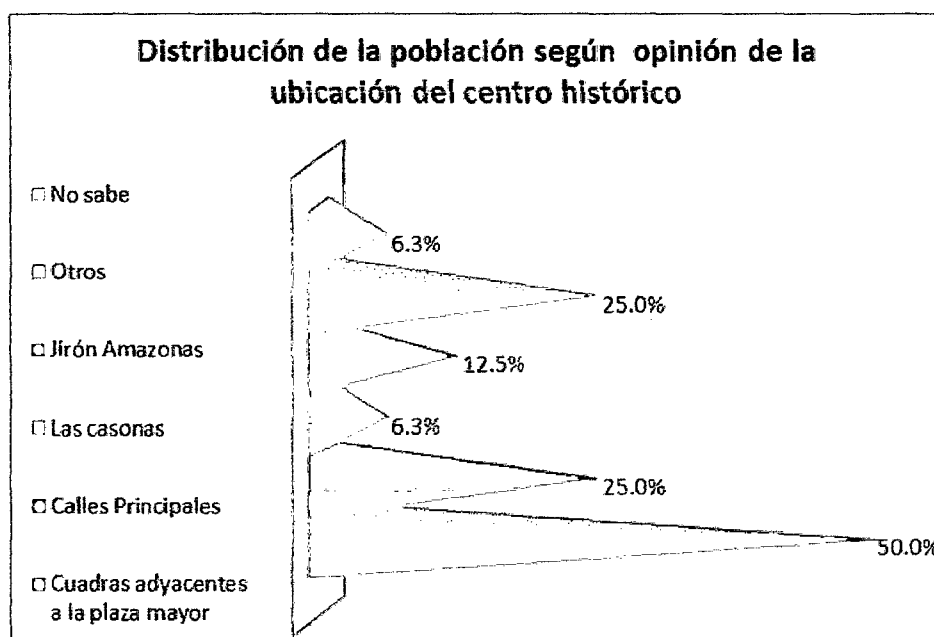
*Elaboración propia
Fuente: Encuesta aplicada a la misma población*

Como ya es de conocimiento, en la ciudad de Chachapoyas existe una zona declarada como Centro Histórico o Zona Monumental, pero existen ciertas confusiones por el hecho de que en la actualidad la Municipalidad Provincial de Chachapoyas y por otro lado la Dirección Regional de Cultura manejan diferentes mapas de delimitación de la zona, hecho que hace que la población que conoce de esto entre en dudas al respecto. Es por eso que se planteó la pregunta que sigue, para determinar si las personas sabían que calles o áreas formaban parte del Centro Histórico, cabe aclarar que las respuestas fueron de opción múltiple; las respuestas fueron:

El 50% considera a la Plaza Mayor y las calles y cuadras adyacentes a ella; el 25% mencionó las calles principales de la ciudad como el Jirón Amazonas, Ayacucho, Triunfo, Libertad, Santo Domingo, Chincha Alta, Ortiz Arrieta, Grau y Dos de Mayo; el 6,3% opinó que eran las calles en donde se ubicaban las casonas más antiguas de la ciudad, estas calles son más o menos las mismas que del listado anterior; el 12.5% cree que es sólo el jirón Amazonas, por el hecho de que es la calle principal de la ciudad y que además ha sido reconstruida al estilo de antaño.

El grupo dentro de la categoría "Otros", mencionó otros aspectos como por ejemplo que el Centro Histórico eran los cuatro barrios iniciales con los que había sido creada la ciudad, otros declararon que se trataba de las zonas aledañas a las plazuelas y la Zona entre la Plaza de Armas y la Plazuela de La Independencia; finalmente el 6.3% que no supo cuál era la zona en cuestión se divide también en dos grupos, el primero que realmente no tiene idea de lo que se trata y el segundo que sabe de la existencia de estos dos mapas que tienen las dos instituciones ya mencionadas lo que les provoca confusión en sus respuestas.

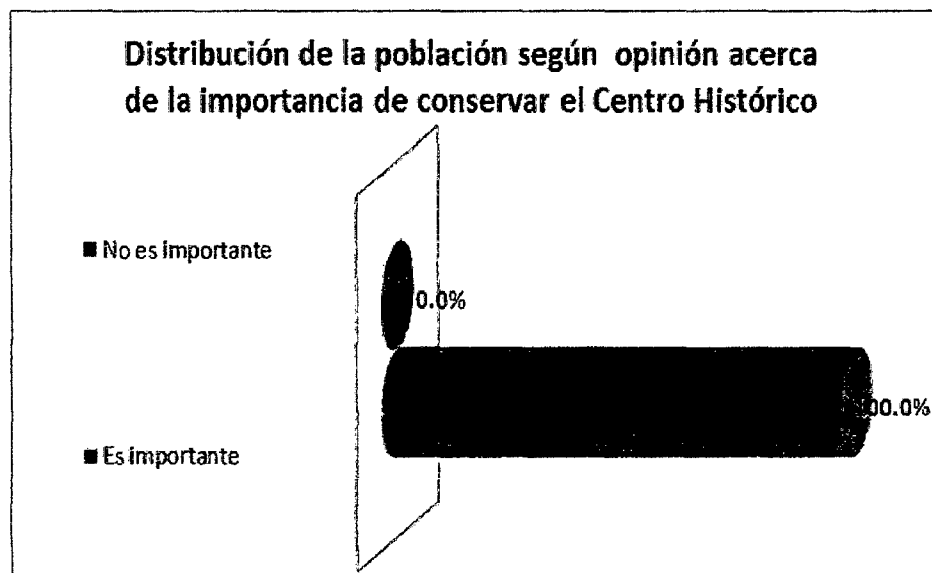
Gráfico 06



*Elaboración propia
Fuente: Encuesta aplicada a la misma población*

En este momento veremos si la población que habita en el mismo centro histórico es realmente consciente de la importancia que tiene su conservación, la respuesta fue totalmente alentadora, pues a pesar de que existían personas que no sabían a ciencia cierta lo que significaba Patrimonio Cultural y no conocían bien sus elementos, absolutamente todos contestaron que Sí era importante conservarlo, las razones si difieren un poco la una de la otra, pero la idea principal es completamente aceptada.

Gráfico 07



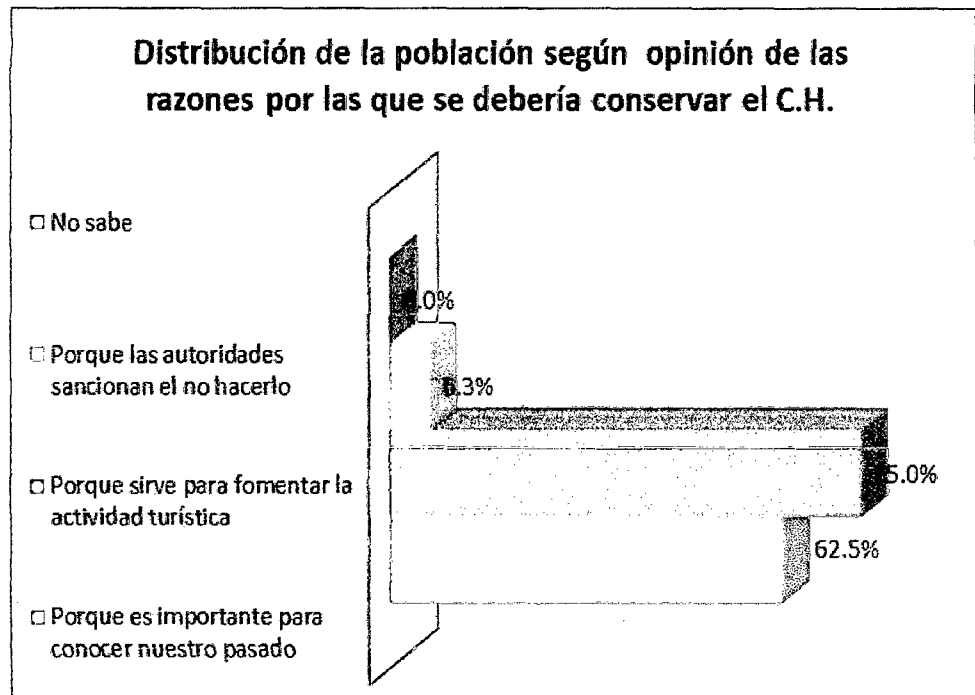
Elaboración propia

Fuente: Encuesta aplicada a la misma población

Esta pregunta es consecuencia de al anterior, ante el hecho de que todos contestaron que sí era importante conservar el Centro Histórico de la ciudad, entonces buscamos conocer las razones de su respuesta: encontramos que el 75% pone por razón principal el fomento de la Actividad Turística en la ciudad, el 62.5% tiene claro que es importante para Conocer el Pasado, entender la trascendencia y explicar el presente; el 6.3% contestó que era porque las Autoridades sancionaban el no cuidar el Patrimonio, esta última respuesta que si bien es cierto no es la esperada porque no parte de ellos si no que es

la reacción ante una amenaza, pues al final también está cumpliendo con el cometido que es la Conservación.

Gráfico 08

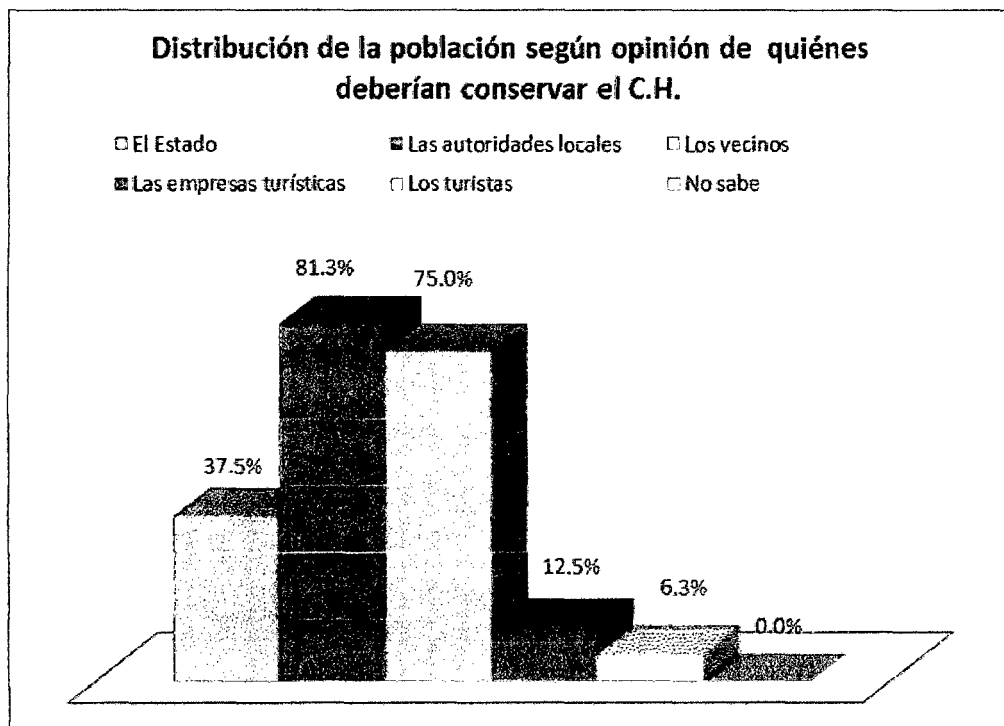


*Elaboración propia
Fuente: Encuesta aplicada a la misma población*

Ahora vamos con la opiniones de quiénes deberían conservar el Centro Histórico de la ciudad. En este caso las respuestas fueron mucho más diversas: el 81.3% cree que los principales encargados de esta tarea deben ser las autoridades locales, seguidos por el 75% que opina que esta labor recae fundamentalmente en los propios vecinos, en las personas que habitan en estas zonas.

Los demás grupos de opinión son más pequeños que los dos anteriores; el 37.5% que sostiene que es el Estado el que debe velar por el Patrimonio que ellos mismos poseen, el 12.5% le otorga la responsabilidad a las empresas turísticas porque tienen la idea de que son ellos los que lucran con el Patrimonio, entonces son ellos los que deberían invertir en la conservación de él porque es su fuente de trabajo; el 6.3% concedió esta labor a los turistas.

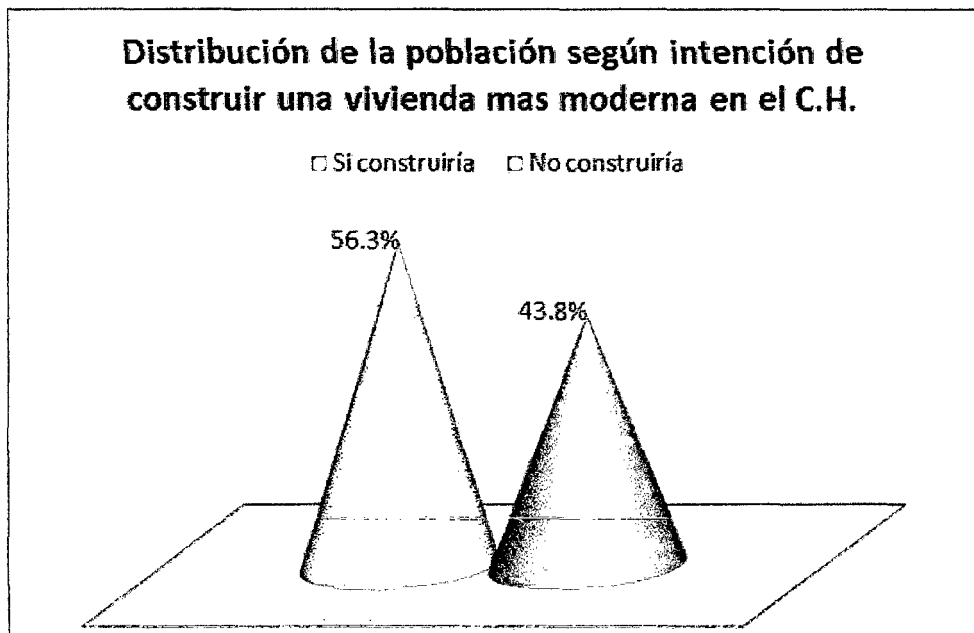
Gráfico 09



*Elaboración propia
Fuente: Encuesta aplicada a la misma población*

Como ya vimos que la población está más o menos consciente de la importancia de la conservación del Centro Histórico, entonces se planteó el tema de que si tendría la posibilidad de construirse una nueva vivienda en el mismo lugar donde habitan en la actualidad, que opción tomarían; el 56.3% respondió que sí construirían una vivienda más moderna, con más comodidades, mejores materiales para asegurar su comodidad y desarrollo. El 43.8% restante contestó que de ninguna manera harían una nueva construcción porque estaban conscientes de que sus predios constituyen parte del Patrimonio de la ciudad y al construir algo nuevo estarían atentando contra él.

Gráfico 10

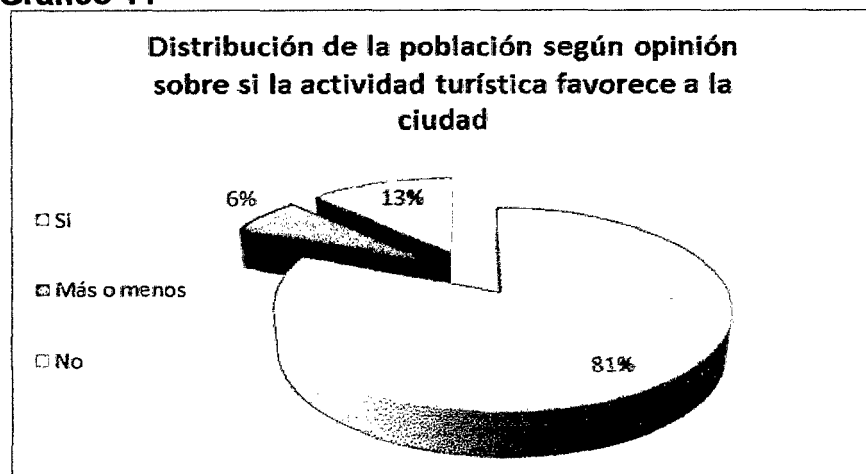


Elaboración propia

Fuente: Encuesta aplicada a la misma población

Ahora incidimos específicamente en sus opiniones con respecto a la actividad turística, se quiso saber si consideraban que el turismo beneficiaba o no a la ciudad según su punto de vista, el 81% respondió de manera favorable, lo que quiere decir que ya existe una consciencia turística en la población y que tal vez ha podido observar cambios favorables gracias a esta actividad. El 6% arguye que existen ventajas y desventajas de dedicarse al turismo y finalmente el 13% que no cree que esto contribuya en algo a la ciudad.

Gráfico 11



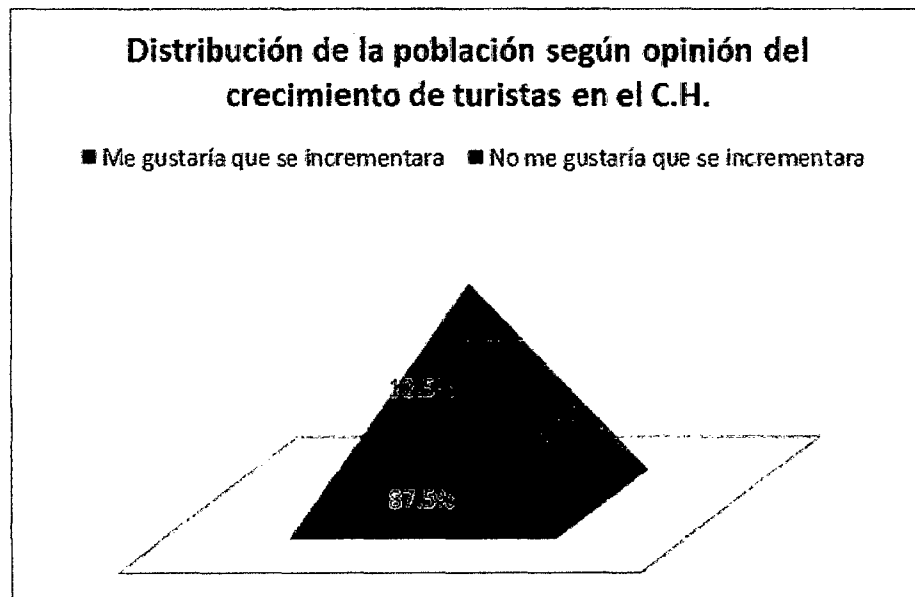
Elaboración propia

Fuente: Encuesta aplicada a la misma población

Bach. María Roxana Marín Cachay

Los puntos de vista para la siguiente pregunta están muy relacionados con el caso anterior, se les cuestionó sobre si les parecería adecuado que el número de turistas se incrementara en la ciudad de Chachapoyas; el 87.5% adujo que si les gustaría que se incrementara, este grupo sí cree que el turismo genera beneficios para la ciudad, y por consecuencia es lógico que vean con buenos ojos que esta actividad se incremente; el 12.5% que no le gustaría ver más turistas pertenece a los que se enfocan en los aspectos negativos del turismo y los que no ven ningún beneficio personal.

Gráfico 12



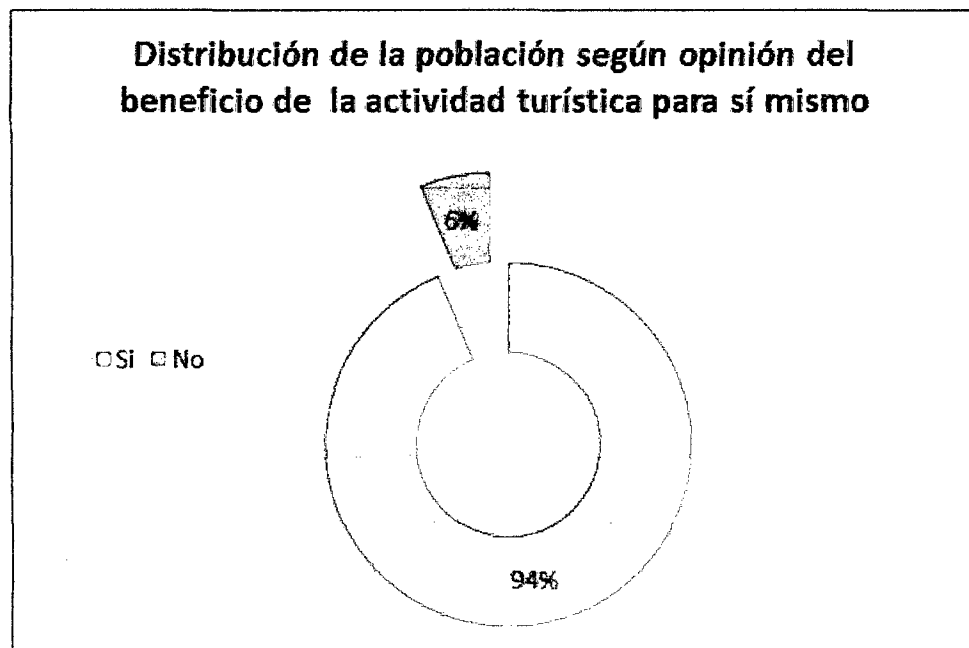
Elaboración propia

Fuente: Encuesta aplicada a la misma población

Para analizar la perspectiva de la población más detalladamente, se les preguntó si el turismo les traía o había traído algún beneficio de manera personal; el 94% contestó que sí, como vemos este porcentaje es más alto que el de los que opinaban que el turismo no le traía beneficios a la ciudad (gráfico 22), eso se debe a que algunas personas poseen sus negocios propios y ven que los turistas incrementan su mercado pero sin embargo no creen que esto sea beneficioso

para la ciudad en general, otras personas en cambio opinan que no se trata de un beneficio personal propiamente dicho, que si bien es cierto el dinero llega a sus manos pero se distribuye de diferentes maneras, como la adquisición de insumos, pasajes, pago a los proveedores entre otros aspectos que se dinamizan con el turismo.

Gráfico 13



*Elaboración propia
Fuente: Encuesta aplicada a la misma población*

4.2.1.3. Prestadores de Servicios Turísticos de la ciudad.

Para el caso de los prestadores de servicios turísticos de la ciudad de Chachapoyas, se optó por realizar una entrevista a los representantes de las mismas, esto por el hecho de que se quiso saber sus opiniones de manera más profunda porque ellos tienen conocimientos más detallados y específicos de cómo se maneja la actividad turística en la ciudad.

En los cuadros a continuación se pueden ver las preguntas y las respuestas que se obtuvieron fruto de las encuestas, esto nos servirá para tener una visión más amplia de las perspectivas de los prestadores de servicios turísticos con respecto a la posible inserción de la ciudad como un nuevo atractivo para los turistas y deje de ser solo un centro de distribución.

Tabla 05

Pregunta Entrevistado	¿Cuál es la situación de la actividad turística en la Ciudad de Chachapoyas?	¿Existen turistas que visiten la ciudad de Chachapoyas y cuya motivación principal sea la misma ciudad?	¿Los turistas demandan paseos por la ciudad de Chachapoyas?	¿Existen City Tours en Chachapoyas incluidos dentro de su oferta?	¿Considera usted que es importante conservar el Centro Histórico de Chachapoyas? ¿Tiene alguna relación con el turismo?	¿Qué es lo que se tendría que mejorar en el centro histórico para incrementar la demanda turística hacia ella?	¿Considera que la ciudad de Chachapoyas en algún momento pueda considerarse un atractivo turístico independiente y pueda generar su propia demanda turística?
Llender Mendoza Mas Administrador Turismo Explorer	Menor flujo de visitantes en esta época y el pésimo estado de la carretera imposibilita la actividad.	La ciudad es un gran potencial por ser colonial; pero, sin embargo no genera mucha demanda turística.	Si, los paseos son muy solicitados, en especial por el jirón Amazonas.	Claro que sí, pero nosotros dentro estos city tours también incluimos la comunidad de Huancas.	Obviamente, es un patrón histórico muy importante, es nuestra riqueza y se puede explotar turísticamente.	Habría que trabajar arduamente con la concientización de la gente.	En el momento en que las personas que viven en los alrededores el centro histórico tomen conciencia de lo que poseemos y ayuden a mantener y no degradar el patrimonio.
Edgar Genaro Ailca Hidalgo Gerente Travel Tours	Te podría decir que la actividad turística en este mes aún es muy escasa, esperamos que para el próximo ese problema se vaya solucionando	No, la mayoría de turistas que nos visitan lo hacen con el fin de conocer otros atractivos.	Si, algunas veces, porque ven una ciudad pequeña y acogedora	Por supuesto, el city tour incluye visitas al orquideario, museos y la comunidad campesina de Huancas.	Sí, porque es el Centro Histórico lo que hace llamativa la ciudad para los paseos.	Creo que sería importante conservarlo en buen estado, mantener la ciudad limpia y mantener las construcciones siempre en buen estado	Tal vez cuando existan más lugares llamativos para incluir dentro de los city tour, de lo contrario Chachapoyas siempre será una ciudad de paso para los visitantes.

<p>Carlos Chávez Muñoz Administrador Chachapoyas Travel Tour Operador EIRL</p>	<p>En crecimiento y en constante desarrollo, pero en estos momentos estamos en temporada baja, lo que significa que estamos en espera de mayor número de visitantes.</p>	<p>Por supuesto, ya que es la sexta ciudad fundada en el Perú y se considera una ciudad tradicional.</p>	<p>Tenemos turistas interesados en visitar Chachapoyas y que dentro de su itinerario designan todo un día para recorrerla</p>	<p>Claro que ofertamos city tours por que los clientes lo piden y como ya mencioné todos tienen interés por conocerla más de cerca.</p>	<p>Sí, pero no solo el centro histórico, sino la ciudad en general; se tendría que realizar una gran labor para uniformizarla y hacerla mucho más atractiva, como construir las viviendas con techos de tejas y fachadas blancas.</p>	<p>Construir las calles y veredas de piedra, mejorar la iluminación con faros apropiados, embellecer los parques, jardines e iglesias, porque esto constituye el mayor centro de atención para los visitantes</p>	<p>Es muy posible ya que por historia y tradición Chachapoyas es una ciudad digna de visitar</p>
<p>Isabel Guía Eagle Tours</p>	<p>Estamos atravesando un mal momento en lo que se refiere a flujo de turistas, durante los próximos meses se espera recibir muchas más visitas como ya es costumbre en nuestra ciudad</p>	<p>Los turistas no vienen por la ciudad en sí, vienen porque es casi obligatorio visitarla para ir a otros destinos por los que es conocida nuestra región. Pero ya una vez aquí a los turistas les gusta por la tranquilidad que se disfruta y porque contamos con todos los servicios a disponibilidad.</p>	<p>Sí, mucho, se realiza paseos principalmente a los viveros, museos, las casonas y Huancas</p>	<p>Claro que si porque son muy pedidos por los turistas.</p>	<p>Sí, porque es parte del atractivo que tiene la ciudad</p>	<p>Habría que mejorar el aspecto de limpieza de la ciudad y realizar obras para mejorar las plazuelas, iglesias y demás.</p>	<p>No hasta que se cuenten con servicios turísticos de primera categoría como el caso de Cusco, pero por el momento debemos trabajar con lo que tenemos y debemos valorarlo.</p>

<p>Orlando Delgado Chuquizuta Propietario Ciomara Café y Arte</p>	<p>A pesar de las deficiencias de muchos de los sectores involucrados, la proyección del turismo en Chachapoyas cada año es de crecimiento.</p>	<p>Desde mi punto de vista no. El turista viene por los demás atractivos íconos de Amazonas, pero el fin supremo no es conocer la ciudad.</p>	<p>El día que tienen que ir a visitar algún atractivo fuera de la ciudad pues se quedan a recorrer la ciudad, pero me parece que la mayoría lo hace de manera independiente y no precisamente con la ayuda de un guía de una agencia.</p>	<p>De hecho, hay que conservarlo, pero no por decisión única de los propietarios y de los empresarios turísticos, sino que es fin fundamental del Ministerio de Cultura el velar por la conservación y protección del centro histórico</p>	<p>Ambientar las casonas sin dañar su esencia en sí para que las personas las puedan visitar, y abrir las casonas al público ya que la gran mayoría de casonas son viviendas privadas y no se pueden apreciar de esta manera</p>	<p>No, porque si proyectamos la ciudad a dentro de 10 años, en lo personal veo a la ciudad con unos diez mil habitantes más y como mil vehículos más entre automóviles y motocicletas, todos ellos van a transitar por el centro histórico, generará más congestión, inseguridad, contaminación ambiental, contaminación sonora y demás, y con todo me parece que una ciudad se convierta en turística como tal.</p>	<p>Definitivamente... este es uno de los aspectos más positivos del turismo: la generación de empleo. Un mayor número de turistas implica un crecimiento del mercado objetivo, lo que se traduce en mayores ganancias para los prestadores de servicios turísticos de la ciudad.</p>
--	---	---	---	--	--	--	--

<p>Carlos Burga Oyarse Propietario de Hostal Revash y Andes Tours</p>	<p>Pues, Chachapoyas ha visto crecer de manera exponencial el número de turistas durante los últimos años, nos falta mucho por hacer pero esta circunstancia nos permite ver el futuro con optimismo. Si hablamos del flujo turístico con respecto a las temporadas de visitas, entonces te diré que estamos atravesando la temporada baja, pero que sin embargo la situación es mejor comparada con el año anterior.</p>	<p>Tristemente no, es cierto que somos una ciudad con historia, patrimonio inigualable, pero a pesar de ello aún no hemos conseguido convertirnos en un foco turístico. Los turistas vienen hacia acá con el objetivo de visitar atractivos como Gocta, Kuelap entre otros, por lo que su visita a la ciudad se hace casi obligatoria, ya una vez aquí entonces deciden darse un pase por la ciudad, pero como te repito, no es la atracción principal de un viajero.</p>	<p>Claro que sí, dentro de mi experiencia como empresario te puedo decir que casi la totalidad de los visitantes se anima a recorrer la ciudad, unos ocupan mayor o menor tiempo dependiendo de la motivación, pero casi todos lo hacen.</p>	<p>Totalmente, pero no solamente con vistas a convertirnos en un destino turístico, sino primero con el fin de rescatar, preservar y revalorar lo que es nuestro y no debemos olvidar. La actividad turística ya viene a darse en segundo lugar.</p>	<p>Yo creo que primer trabajar con la población, para que seamos nosotros quienes primero tengamos la conciencia de cuidar nuestro patrimonio y no permitir que se degrade, la educación empieza por casa. En segundo lugar trabajar mancomunadamente con las instituciones inmersas en el turismo para crear estrategias que permitan conservar nuestro hermoso centro histórico.</p>	<p>Yo pienso que sí, es cierto que con la actividad turística la ciudad también va a sufrir cambios de diversa índole, pero debemos apostar por los aspectos positivos, debemos pensar en la revaloración de nuestro patrimonio y el mejoramiento de la economía y no solo para los propietarios, sino para todos, porque recordemos que desde el taxista o la señora que vende en el mercado se va a beneficiar ya sea directa o indirectamente. En cuanto a que Chachapoyas genere de por sí sola su propia demanda turística, me parece que no, pero es importante darle un mejor lugar y mejorarla como destino para que pase a formar parte de los circuitos regionales como un atractivo turístico de nivel.</p>	<p>Claro que sí, es más, sería magnífico que se establecieran más empresas turísticas en la ciudad, porque recordemos que en temporada alta nuestra ciudad colapsa con el número de visitantes, la ciudad no se abastece en hospedajes y esta es una necesidad importante que debemos suplir. Particularmente el incremento de turistas significa mayores ganancias para cualquier establecimiento.</p>
--	---	---	--	--	--	--	---

Como se pudo ver, las opiniones coinciden o divergen en algunos aspectos, para empezar todos coinciden que se está atravesando una temporada con bajo flujo turístico, como es sabido en la ciudad de Chachapoyas estas temporadas están determinadas de acuerdo a los meses, por ejemplo: de Junio a Septiembre es la Temporada Alta, y el resto del año se considera Temporada Baja, por lo que para la presente investigación por motivos de tiempo se tuvo que realizar en el mes de Mayo. En algo si tiene razón el último entrevistado, a pesar de estar cruzando por una temporada baja, la verdad es que el flujo turístico siempre ha tenido crecimiento con respecto al año anterior, y esto es fácilmente verificable en el conteo de arribos que manejan las instituciones como la Dirección de Comercio Exterior y Turismo o la Dirección de Cultura.

Un aspecto importante en que coincide la mayoría es en la afirmación de que Chachapoyas no es un atractivo por sí mismo, sino que sirve de enlace o de punto estratégico para visitar los principales atractivos de la región, pero sin embargo, una vez aquí los visitantes la quieren recorrer porque notan que se trata de una ciudad pequeña y acogedora según opiniones de ellos mismos, los city tours son ofertados por las agencias de viajes y en casi todos los casos también incluye un paseo a la comunidad de Huancas para conocer su cultura, artesanía y los paisajes; los city tours son muy realizados por los visitantes, aunque no siempre suelen contratar los servicios de un guía o un orientador para hacerlo, y se realiza durante el tiempo libre; es decir, en el entre tiempo de un paseo a un atractivo a otro.

También es importante rescatar que consideran que para mejorar el Centro Histórico de la ciudad y generar mayor afluencia turística es primordial trabajar también con la población, concienciarlos para que sepan de la importancia de preservar el Patrimonio, no solo como un recurso turístico, sino

principalmente porque es parte de nuestro acervo, de nuestro pasado; y luego de esto entonces formular estrategias para mejorar ciertos aspectos de la ciudad como la seguridad, limpieza y el ornato de la ciudad, lo que en conjunto se convertirán en una fortaleza que se pueda aprovechar para la actividad turística.

Lo que se tiene en claro es que la ciudad de Chachapoyas no se podrá convertir en un atractivo independiente, capaz de generar su propia afluencia turística; pero lo que sí se puede hacer es anexarla dentro del grupo de atractivos íconos de esta parte del país, hacer que la visita sea obligatoria, no porque sea un centro de distribución, sino porque los turistas sientan la necesidad de conocerla ya sea por su arquitectura, arte, costumbres u otro aspecto, el objetivo aquí es hacerla más llamativa ante los ojos de los turistas, y para ello hay que mejorar la oferta con la que cuenta.

Para los prestadores de servicios turísticos el meollo del asunto es el aspecto económico, si la actividad turística se incrementa entonces por consecuencia a ellos les generará mayores ganancias, lo curioso en este punto es que ninguno de los empresarios insinuó siquiera la idea de promover la inversión privada para mejorar o conservar el centro histórico, tal vez, además de concienciar a la población también sea necesario sensibilizar a los empresarios y hablarles de la Responsabilidad Social.

4.2.1.4. Inventario de Recursos Turísticos en el Centro Histórico.

Para realizar el inventario de los recursos turísticos de la ciudad, en primer lugar se tuvo que saber específicamente cuál era el Centro Histórico.

En primer lugar existe una delimitación, que fue determinada el Instituto Nacional de Cultura el año 1988 mediante la **Resolución Jefatural N° 509-1988/INC**, que resuelve en su Artículo único: Declarar Zona Monumental de la ciudad de Chachapoyas, distrito y provincia de Chachapoyas, departamento de Amazonas, el área comprendida:

Por el Norte : Jr. Ayacucho
Por el Este : Jr. Hermosura
Por el Sur : Jr. Triunfo
Por el Oeste : Jr. Puno

En segundo lugar, la Municipalidad Provincial de Chachapoyas venía manejando otra delimitación del Centro Histórico, según el Plan Director de Chachapoyas aprobado por ordenanza N° 0001-2000-MPCH del 12 de Enero el 2000, en el volumen III, **Reglamento para la Conservación del Patrimonio Monumental**, en su numeral 1.5; en el cual se había ampliado el número de calles. Posteriormente en el año 2011 la Municipalidad Provincial de Chachapoyas planteó una propuesta de Reconocimiento de la Zona Monumental de la Ciudad de Chachapoyas al Ministerio de Cultura, buscando que se reconozca esta última área de manera oficial, esto se realizó de la manera esperada, por lo que la delimitación oficial que se maneja en la actualidad es la siguiente.



INSTITUTO NACIONAL DE CULTURA

ZONA MONUMENTAL DE CHACHAPOYAS PATRIMONIO ARQUITECTÓNICO

La ciudad de Chachapoyas cuenta con una zona monumental que ha sido reconocida como Patrimonio Arquitectónico mediante Resolución Jefatural Nro. 509/88/INC.J de fecha 20 de setiembre del año 1988, por constituir un conjunto de monumentos y ambientes urbanos de gran valor que deben ser preservados; Esta zona monumental Patrimonio Arquitectónico está formado por bienes inmuebles con valor histórico y/o artístico; edificios con cualidades arquitectónicas o urbanísticas; inmuebles que requieran recuperación e incluso lotes libres de construcción que son considerados patrimonio cultural de la nación y que tal como lo estipula el Art. 1 de la Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación (Ley 28286) se encuentra bajo el amparo del Estado y de la Comunidad Nacional, cuyos miembros están en la obligación de cooperar para su conservación.

La zona Monumental Patrimonio Arquitectónico de la ciudad de Chachapoyas se encuentra delimitada de la siguiente manera:

Jr. Asunción	Cuadra 11 a 14
Jr. Santa Ana	Cuadra 10 a 14
Jr. Salamanca	Cuadra 10 a 15
Jr. Libertad	Cuadra 10 a 13
Jr. Ayacucho	Cuadra 1 a 13
Jr. Amazonas	Cuadra 1 a 13
Jr. Triunfo	Cuadra 1 a 13
Jr. Junín	Cuadra 5 a 13
Jr. Piura	Cuadra 5 a 11
Jr. Arequipa	Cuadra 1 a 4
Jr. Puno	Cuadra 1 a 6
Jr. Santo Domingo	Cuadra 1 a la capilla de Santo Domingo.
Jr. Chinchá Alta	Cuadra 1 a 9
Jr. Ortiz Arrieta	Cuadra 1 a 8
Jr. Grau	Cuadra 4 a 9
Jr. Dos de Mayo	Cuadra 4 a 10
Jr. La Merced	Cuadra 4 a 8
Jr. La Unión	Cuadra 4 a 10
Jr. Tres Esquinas	Cuadra 1 a 5
Jr. Soziego	Cuadra 1
Jr. Recreo	Cuadra 4 a 8
Jr. Hermosura	Cuadra 4 a 8
Jr. Santa Lucía	Cuadra 5 a 8

AREA DE PATRIMONIO ARQUITECTÓNICO
INC - AMAZONAS

Fuente: Ministerio de Cultura

Una vez claro cuál era el área de trabajo, entonces se procedió a realizar el inventario los recursos turísticos ubicados dentro del centro Histórico de la ciudad.

Tabla 07: Cuadro de Inventario de los Recursos Turísticos del Centro Histórico de la Ciudad San Juan de la Frontera de los Chachapoyas

Tabla 07

Nº	RECURSO TURÍSTICO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
1	Basilica Catedral San Juan Bautista	Manifestaciones Culturales	Arquitectura y espacios urbanos	Iglesia
2	Casa de don Toribio Rodríguez De Mendoza	Manifestaciones Culturales	Lugares históricos	Edificaciones
3	Casa de las Dos Rosas	Manifestaciones Culturales	Arquitectura y espacios urbanos	Casa
4	Casona Monsante	Manifestaciones Culturales	Arquitectura y espacios urbanos	Casa
5	Escuela Nacional Superior Autónoma de Bellas Artes del Perú Filial - Chachapoyas	Manifestaciones Culturales	Arquitectura y espacios urbanos	Edificaciones
6	Mirador de la Mamanate	Manifestaciones Culturales	Arquitectura y espacios urbanos	Miradores
7	Mirador de Luya Urco	Manifestaciones Culturales	Arquitectura y espacios urbanos	Miradores
8	Museo Étnico Religioso de Santa Ana	Manifestaciones Culturales	Museos y otros	Museos
9	Oficina Diocesana de Educación Cristiana (ODEC)	Manifestaciones Culturales	Lugares históricos	Edificaciones
10	Parque del Niño de Belén	Manifestaciones Culturales	Arquitectura y espacios urbanos	Parques
11	Plaza Mayor de Chachapoyas	Manifestaciones Culturales	Arquitectura y espacios urbanos	Plazas
12	Plazuela de burgos o plazuela de la independencia	Manifestaciones Culturales	Lugares históricos	Plazuela
13	Plazuela Santa Ana	Manifestaciones Culturales	Lugares históricos	Plazuela

14	Pozo de Yana Yacu	Manifestaciones Culturales	Lugares históricos	Edificaciones
15	Primera Escuela de Letras de La Ciudad de Chachapoyas	Manifestaciones Culturales	Lugares históricos	Edificaciones
16	Salas de Exhibición Itinerante del Ministerio de Cultura	Manifestaciones Culturales	Museos y otros	Museos
17	Santuario Histórico de Higos Urco	Manifestaciones Culturales	Lugares históricos	Campo de batalla
18	Templo de la Virgen Asunta	Manifestaciones Culturales	Arquitectura y espacios urbanos	Iglesia
19	Templo de Nuestra Señora de Belén	Manifestaciones Culturales	Arquitectura y espacios urbanos	Iglesia
20	Templo del Señor de la Buena Muerte	Manifestaciones Culturales	Arquitectura y espacios urbanos	Iglesia

Fuente: Elaboración Propia

** Se tomó en cuenta sólo los recursos que tienen sus puertas abiertas al público con fines de realizar la propuesta de la ruta turística en la ciudad de Chachapoyas.*

4.2.2. Resultados de la Demanda.

4.2.2.1. Turistas Nacionales y Extranjeros que visitaron la Ciudad.

Para investigar acerca de los turistas nacionales y extranjeros que visitaron la ciudad de Chachapoyas, se tuvo como referencia el registro del flujo de turistas que visitaron Kuélap durante el mes de abril de los años 2010, 2011 y 2012, de las que se obtuvo la media aritmética para obtener un número aproximado de visitas para el 2013.

Esta media aritmética dio como resultado 1649 turistas, entre nacionales y extranjeros (*ver anexo 04*), y para el cálculo de la muestra se empleó el Muestreo Aleatorio Simple, denotado por la siguiente fórmula:

$$n = \frac{NZ^2PQ}{E^2(N-1) + Z^2PQ}$$

Dónde:

- n = Tamaño de la muestra
- N = Tamaño de la población
- Z = Nivel de confianza (5%)
- E = Nivel de error (10%)
- P = Probabilidad de éxito
- Q = Probabilidad de fracaso

Entonces:

$$n = \frac{(1649)(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.1)^2(1649-1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = 90.8063 \approx 91$$

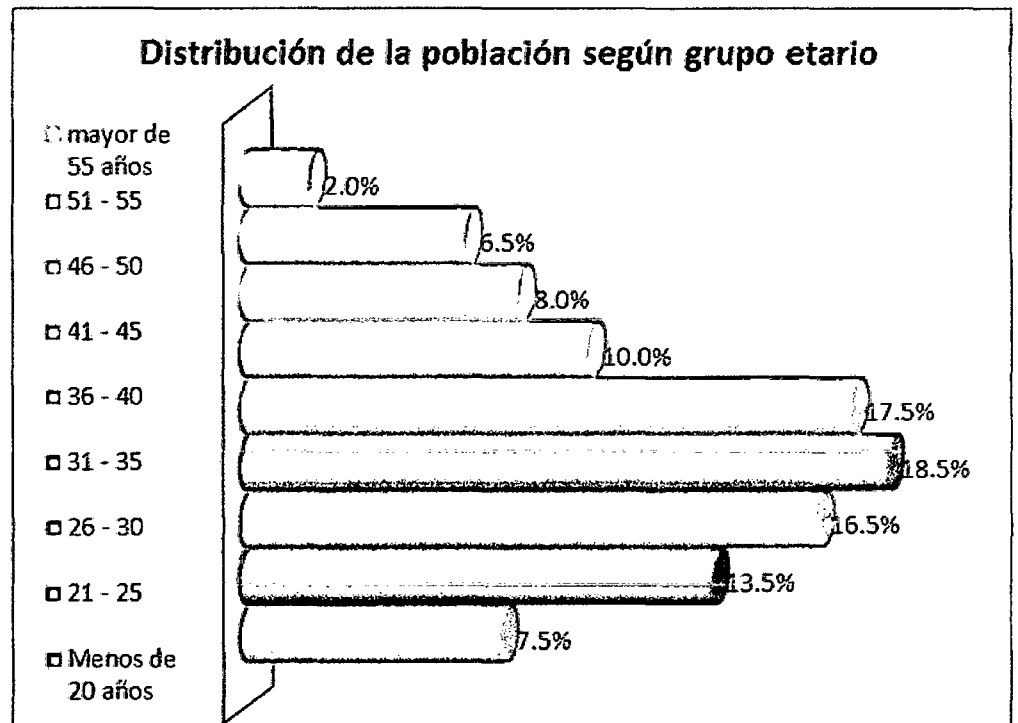
Se obtuvo entonces que la muestra a trabajar sería 91 turistas en la ciudad de Chachapoyas.

Se aplicó la respectiva encuesta para conocer los gustos y preferencias con respecto a nuestro tema de investigación, obteniendo como resultado lo siguiente:

Procesamiento de Datos Estadísticos.

En primer lugar se clasificó a la población según su edad, como observamos en el primer gráfico, el 52.5% está entre los 26 y 40 años, lo que quiere decir que el público que visita la ciudad es relativamente joven, lo que significa que se podría tratar de un grupo dinámico. Existe un 13% que se ubica entre los 21 a 25 años, el 10% entre los 41 y 45, contando los demás grupos con un bajo porcentaje de frecuencia.

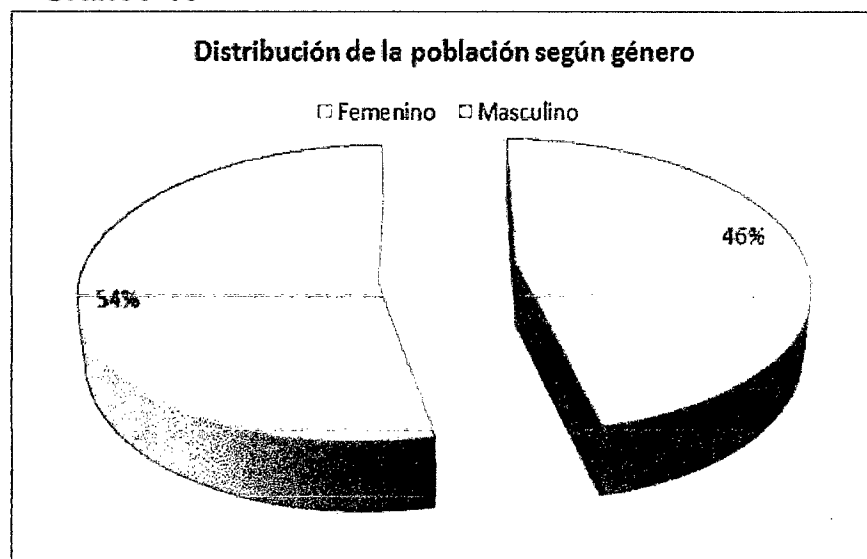
Gráfico 14



*Elaboración propia
Fuente: Encuesta aplicada a la misma población*

Con respecto al género de la población, la diferencia es baja, resultando que el 54% pertenecen al grupo masculino y el 46% restante al femenino. Esta variable es independiente en sí misma, pero nos servirá para comprender y explicar situaciones futuras.

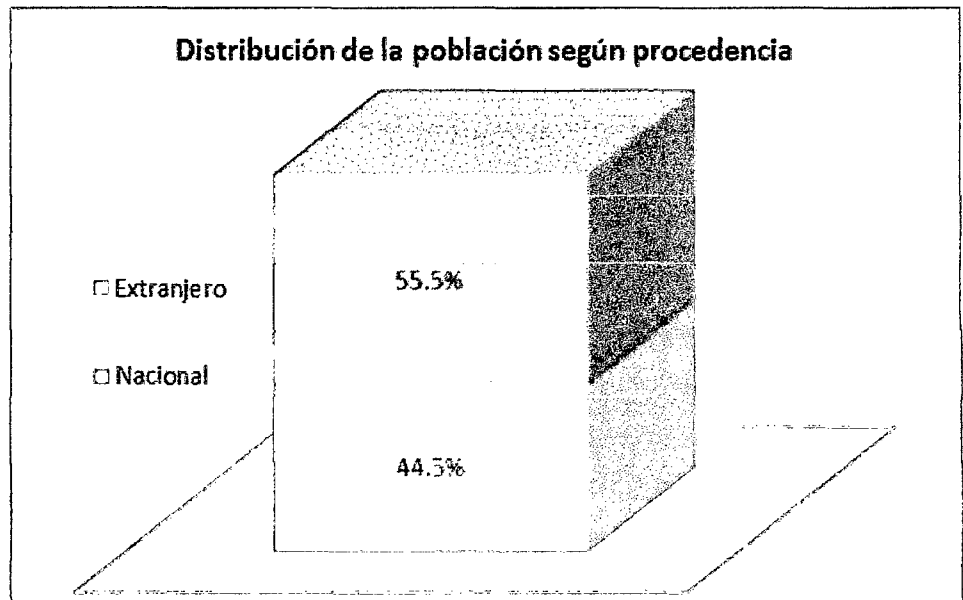
Gráfico 15



*Elaboración propia
Fuente: Encuesta aplicada a la misma población*

Como no se discriminó entre turistas nacionales o extranjeros para la aplicación del estudio y se les consideró como un solo grupo, entonces no existió la necesidad de clasificarlos según país de procedencia o por departamentos para el caso de los nacionales; solamente se les dividió según su procedencia con respecto a nuestro país (nacionales o extranjeros). Como era de esperarse, la mayoría de los visitantes a este destino está compuesto por público nacional (55.5%) y en segundo lugar los extranjeros (45.5%).

Gráfico 16

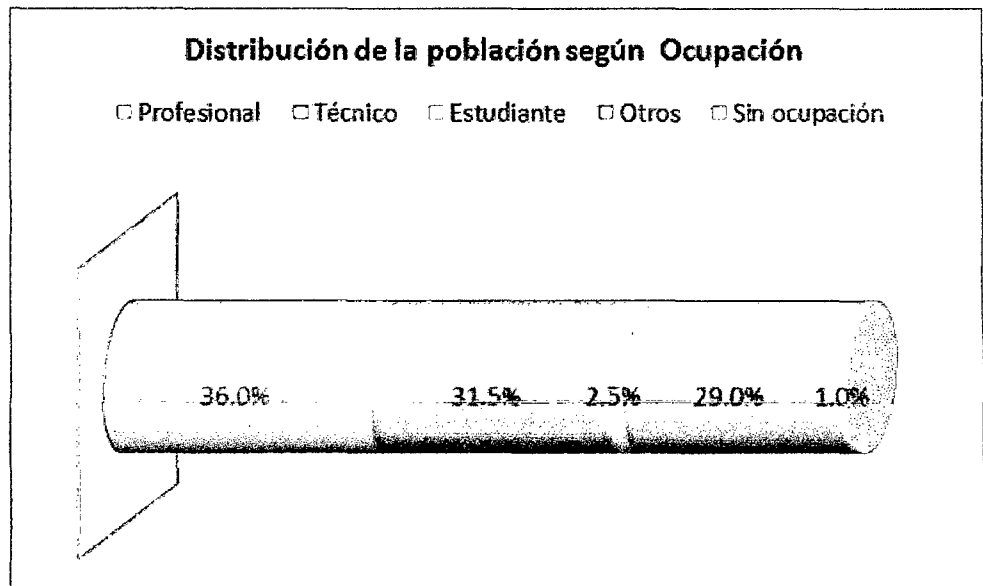


Elaboración propia

Fuente: Encuesta aplicada a la misma población

Para graficar la ocupación de los visitantes, se les separó en cinco grupos, de los que el 36% pertenecen al grupo conformado por los profesionales, es decir, personas que cursaron una carrera universitaria; el 31.5% tienen una carrera técnica, el 2,5% aún están en etapa de estudios, que se supone que son las mismas personas que conforman el 7.5% que están por debajo de los 20 años según el gráfico 01. Existe un 29% que no son profesionales ni técnicos pero que se dedican a otras actividades que les representan rentabilidad (también se incluyen en este grupo a las amas de casa), y finalmente un 1% que carecen de ocupación.

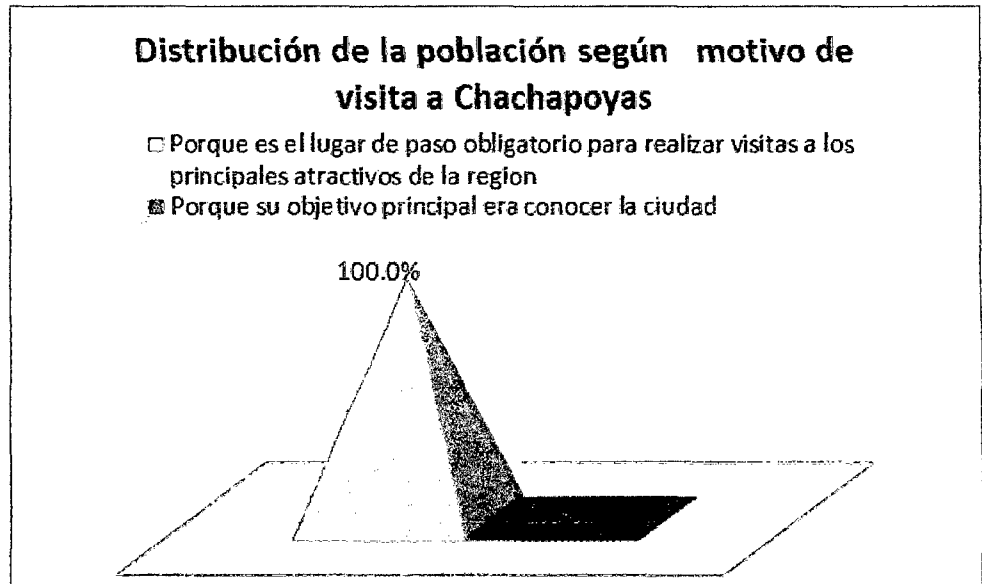
Gráfico 17



Elaboración propia
Fuente: Encuesta aplicada a la misma población

Ahora nos adentraremos más en los gustos y preferencias de los turistas, para empezar, se indagó acerca del motivo por el que se encontraban en la ciudad de Chachapoyas; la respuesta es un tanto cruda puesto que la totalidad respondió que sólo estaba aquí porque es un lugar de paso y estancia obligatoria para realizar visitas a los principales atractivos turísticos de la zona, punto que no es tan negativo en su totalidad, ya que se puede aprovechar esa estadía para ofrecerles nuevas alternativas de entretenimiento.

Gráfico 18

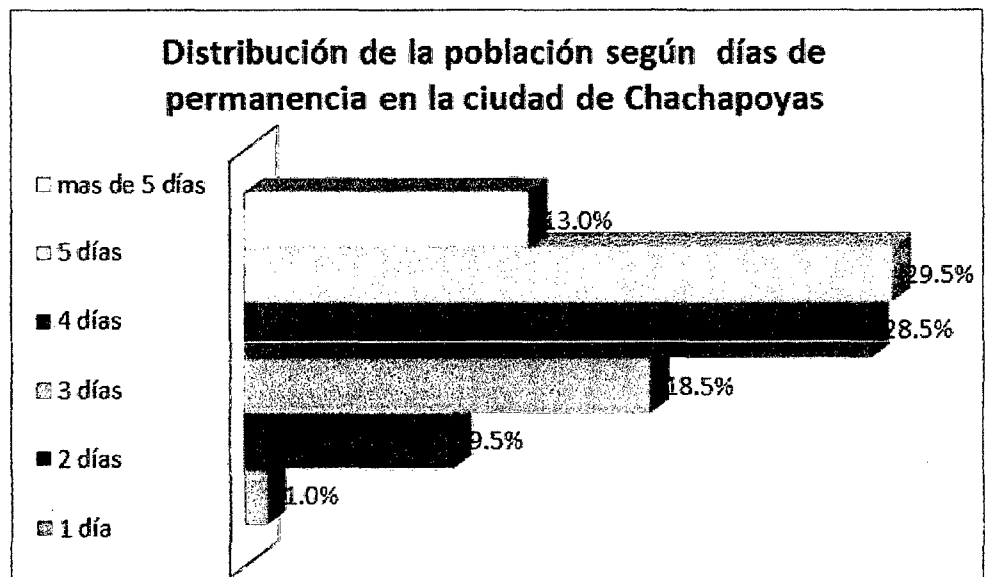


Elaboración propia

Fuente: Encuesta aplicada a la misma población

A continuación se muestra los días de permanencia de los turistas en la ciudad, independientemente de su motivación, tenemos que el 1% se queda sólo un día; el 9.5% por dos días; los siguientes tres grupos representan la mayoría de la población y es el que posiblemente se deba atacar, como podemos observar el 76.5% se queda en Chachapoyas entre 3 a 5 días. Por último existe un 13% que excede el promedio.

Gráfico 19



Elaboración propia

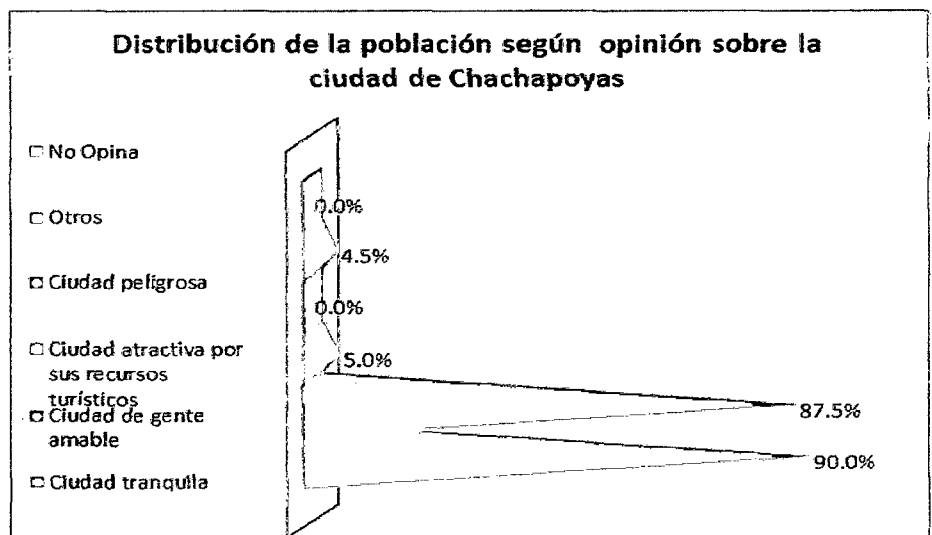
Fuente: Encuesta aplicada a la misma población

Como el objetivo que nos compete es vender la ciudad de Chachapoyas como un atractivo cultural, es importante saber cómo es que ven los turistas a la misma; la pregunta fue de opciones múltiples por lo que al sumar los porcentajes el resultado superará el 100%.

A continuación tenemos las opiniones que fueron muy diversas distribuidas de la siguiente manera: el 90% contestó que Chachapoyas es una ciudad tranquila, apacible y segura; el 87.5% cree que se trata de un lugar con gente muy amable; sólo el 5% reconoce a la ciudad como poseedora de recursos turísticos de valor; un punto importante es que nadie respondió que se trataba de una ciudad peligrosa; el 4.5% que esta dentro del grupo de Otros emitieron opiniones no muy favorables, como que se trataba de una ciudad pequeña y aburrida y que no tenía los recursos suficientes para su entretenimiento.

Vemos entonces que las opiniones son en su mayoría muy favorables, partiendo del hecho que nos califican como una ciudad tranquila, con gente amable y muy segura, siendo estas las características esenciales para desarrollar el turismo en cualquier destino.

Gráfico 20



Elaboración propia

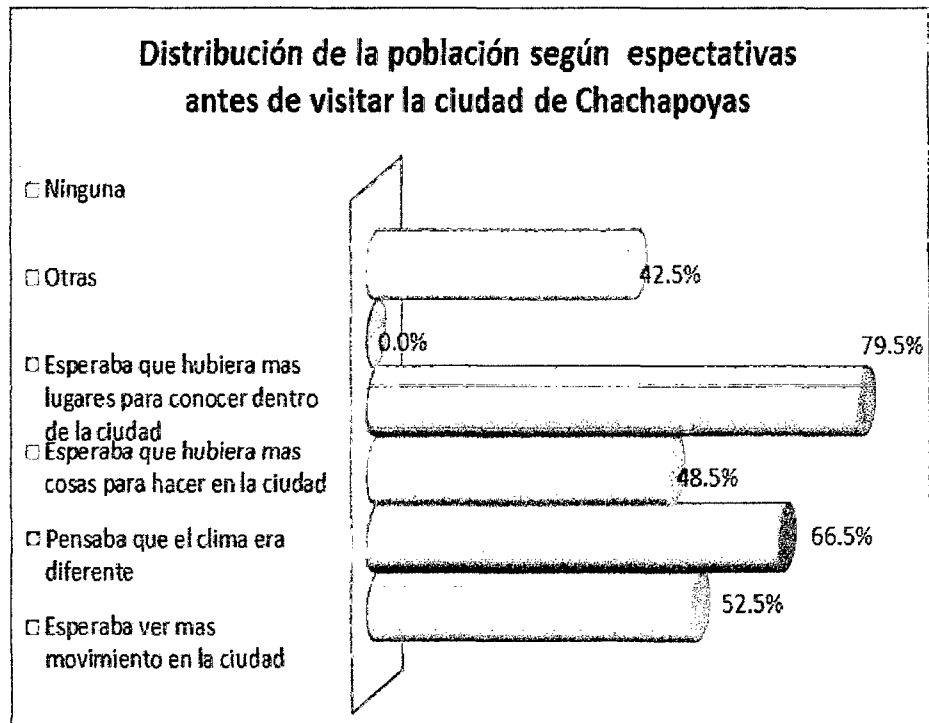
Fuente: Encuesta aplicada a la misma población

En el siguiente gráfico se muestran las expectativas que tienen los turistas antes de arribar a la ciudad de Chachapoyas, esto nos servirá para conocer si la percepción de la realidad difiere mucho o no con lo esperado, lo que producirá satisfacción o desconcierto en los visitantes.

El 79.5% esperaba que hubieran más lugares interesantes para conocer dentro de la ciudad, lo que no significa precisamente que tengan una idea negativa global de la ciudad. En segundo lugar el 66.5% se refirió al clima; este es un problema frecuente para los visitantes, puesto que al escuchar el nombre Chachapoyas como capital de “Amazonas”, ellos se imaginan que se trata de una ciudad exótica con clima tropical, de días y noches calurosas; chocándose con una realidad muy distinta, esta situación ocurre en parte gracias a la publicidad engañosa que existe y también a la poca investigación por parte de los turistas (en especial los nacionales).

El 52.5% aduce que esperaba ver más movimiento, lo que no es aspecto negativo precisamente, la ciudad siempre se ha caracterizado por ser tranquila y pacífica lo que constituye una de sus fortalezas; por lo tanto es un resultado favorable el que más de la mitad de la población opine que se trate de un lugar por poco movimiento.

Gráfico 21



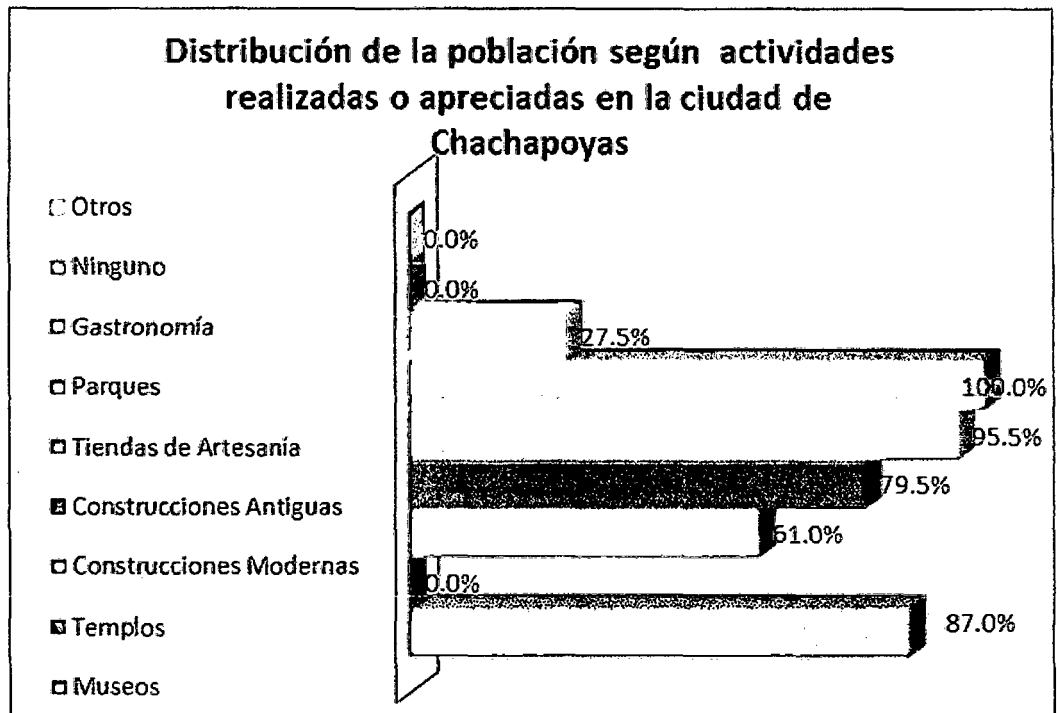
*Elaboración propia
Fuente: Encuesta aplicada a la misma población*

Para el estudio se consideró importante conocer qué es lo que hacían los turistas una vez arribados a la ciudad, si preferían los paseos, las compras u otras actividades que se pudieran insertar dentro de la propuesta.

Como era de esperarse el 100% visitó parques y plazas porque son los principales focos de aglomeración de personas, en especial la Plaza Mayor; el 95.5% suele ir a tiendas de artesanía en las inmediaciones de las calles principales, lo que no quiere decir que realicen compras en cada una de ellas pero es un buen punto de partida; el 87% acudió a los museos, el 79.5% visitó las construcciones antiguas como las casonas que forman parte del patrimonio local, al 61% les gusta las construcciones modernas porque les transmiten

progreso y seguridad; el 27.5% restante disfrutó de la gastronomía típica y es el aspecto que más resaltó.

Gráfico 22

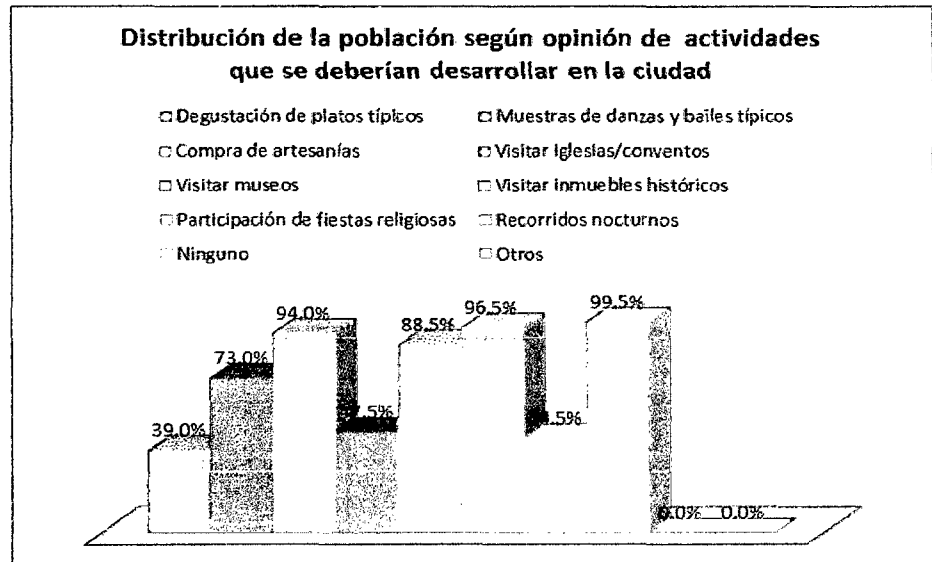


*Elaboración propia
Fuente: Encuesta aplicada a la misma población*

A continuación veremos las propuestas que realizaron los visitantes para incrementar y diversificar las actividades en la ciudad; el 95.5% opina que se debería ofertar recorridos nocturnos; el 96.5% que se deberían abrir todos los inmuebles históricos para conocer el pasado y la cultura de la ciudad; el 94% propone que se deberían abrir más establecimientos donde se ofrezca artesanía a precios más accesibles; el 88.5% quiere visitar más museos, más grandes y con más muestras; el 73% prefiere ver muestras de danzas típicas de la zona en los establecimientos a los que acuden; el 47.5% desea recorrer las iglesias y conocer acerca de su arquitectura e historia; un 44.5% preferiría participar de

las fiestas religiosas y finalmente al 39% le gustaría degustar más variedad de platos típicos.

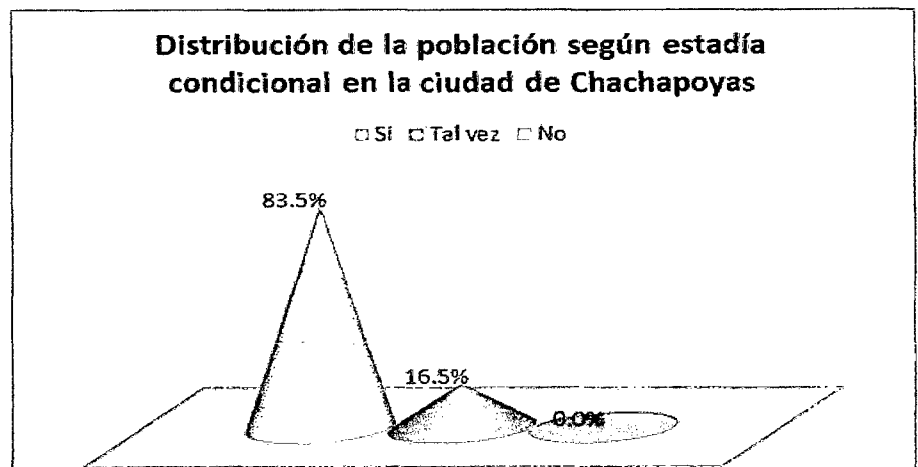
Gráfico 23



*Elaboración propia
Fuente: Encuesta aplicada a la misma Población*

Por último se les planteó si estarían dispuestos a permanecer más tiempo en la ciudad en el caso de implantarse todas las actividades anteriores o al menos todas las que ellos habían propuesto. Las respuestas son muy prometedoras, pues vemos que el 83.5% si permanecería más días sólo por el hecho de disfrutar todas las actividades mencionadas; una pequeña parte (16.5%) opinó que tal vez lo haría, pero que dependía primordialmente de otros factores como la economía.

Gráfico 24



*Elaboración propia
Fuente: Encuesta aplicada a la misma población*


4.3. Propuesta de Ruta Turística Patrimonial en el Centro Histórico de la ciudad.



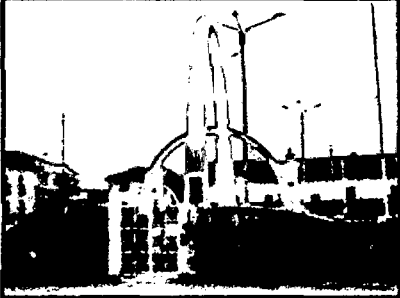
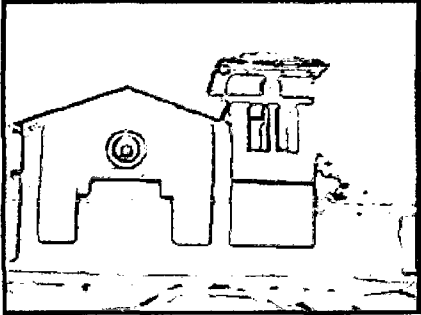
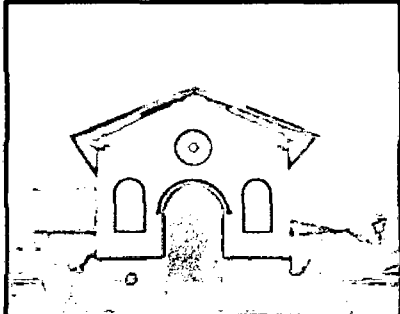
La idea de una Ruta Turística Patrimonial, surge como una de las alternativas más adecuadas para diversificar la oferta turística dentro de la ciudad, parte de la investigación realizada y tiene como objetivo promover e incrementar la actividad turística en el Centro Histórico de Chachapoyas aprovechando los recursos de que se dispone y a pesar de ser un lugar donde predominan las calles asfaltadas y el tránsito vehicular se va haciendo cada vez más dificultoso; la idea es hacer que los visitantes tengan como motivación disfrutar de paseos por la ciudad y disfruten de un tiempo de calidad, lo que contribuirá a mejorar algunos aspectos para las personas residentes en la ciudad. Dicha propuesta está sustentada en la Justificación del presente informe.



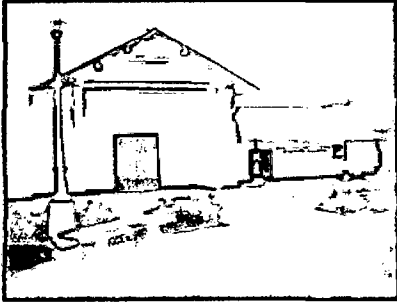
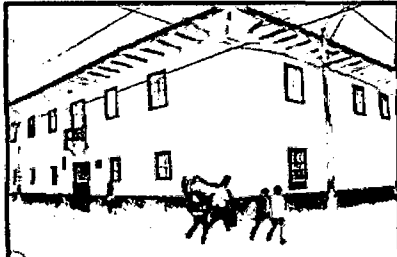
Para la Ruta solamente se ha incluido 10 de los principales recursos de la ciudad, por considerarse un número suficiente para visitar durante un día (full day),

Tabla N°08

Recursos Propuestos para formar parte de la Ruta Turística Patrimonial

Nombre del Atractivo	Descripción
<p>1. Plaza Mayor</p> 	<p>De estilo colonial y republicano, es la parte céntrica de la ciudad, donde se concentra las principales actividades sociales y cívicas, contiene en el centro una pileta de bronce que data de la época republicana.</p>

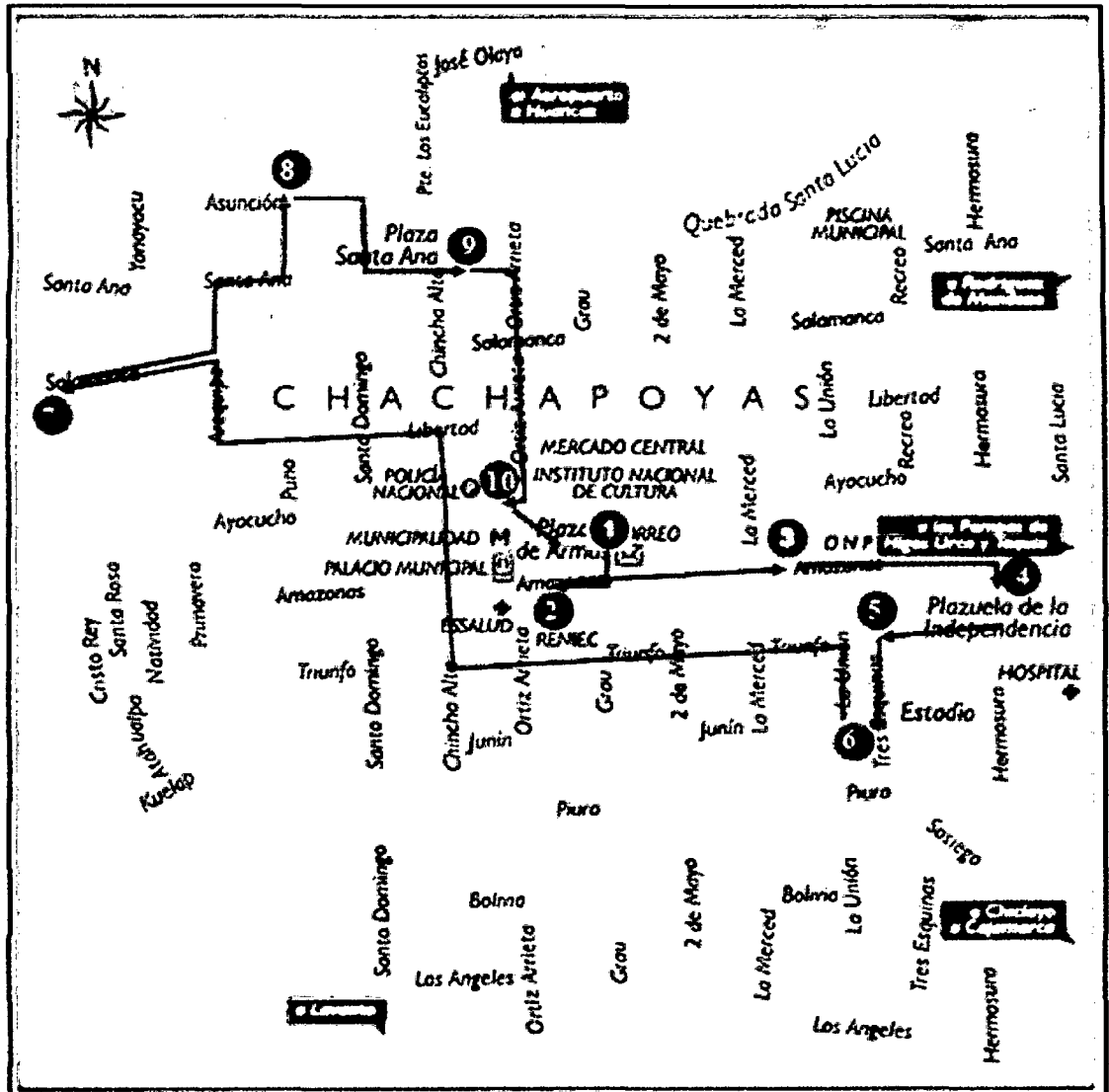
<p>2. Basílica Catedral San Juan Bautista</p> 	<p>El templo, se erigió como iglesia matriz justo después del último asentamiento de la ciudad, está dedicada principalmente a las ceremonias litúrgicas para la comunidad, celebrándose aquí los acontecimientos religiosos de mayor relevancia.</p> <p>En la actualidad apreciamos una catedral reconstruida a base de concreto, acero, ladrillo y teja tipo andina.</p>
<p>3. Casa de las Dos Rosas</p> 	<p>Se ubica en las intersecciones de los jirones Amazonas y La Merced. Perteneció a la familia Tenorio pero mantiene sus puertas abiertas a las visitas, es una edificación estilo colonial, es una de las casonas más representativas de la ciudad.</p>
<p>4. Plazuela de la Independencia</p> 	<p>Recibe el nombre de Burgos, debido a que en este lugar se encuentra el templo del Señor de Burgos, se le denomina Plazuela de la Independencia, en honor a la batalla de Higos Urco. Algunos años atrás se levantó un obelisco a la derecha de la iglesia, posteriormente, cuando se hizo el trazo de la actual plazuela, se levantó un nuevo monumento en el que destaca una placa de bronce con los nombres de los participantes de la batalla.</p>
<p>5. Templo de Belén</p> 	<p>Ubicada en la plazuela de Belén, en el Jirón Triunfo. Es un templo que guarda los patrones arquitectónicos coloniales típicos. Es uno de los principales templos de la ciudad.</p>
<p>6. Templo de La Buena Muerte</p> 	<p>Se ubica en el jirón Junín, frente al parque del Niño de Belén.</p> <p>Es una de las construcciones más antiguas y representativas de la ciudad, data de la época colonial y alberga en su interior importantes imágenes de la religiosidad católica.</p>

<p>7. Pozo de Yana Yacu</p> 	<p>Es un pozo, tallada en bajo relieve, con los símbolos de una Cruz escoltada por la mitra y el báculo episcopal; además, en la parte media inferior se aprecia la inscripción "Año 1793", las letras "R, Z" y un símbolo parecido a un pez. Fuente milagrosa bendecida por el Obispo Toribio de Mogrovejo.</p>
<p>8. Templo de la Virgen Asunta</p> 	<p>Edificado como capilla a mediados del siglo XIX y reconstruido en 1976 luego de que fuera afectada por el terremoto del año 1970. Alberga a las imágenes del Divino Niño Jesús, La virgen de Loreto, la Sagrada Familia, San José y el Cristo denominado "Señor del Perdón; además de mostrar pequeños cuadros de Vía Crucis.</p>
<p>9. Plazuela y Museo de Santa Ana</p> 	<p>Esta plazuela durante la colonia sirvió a los autóctonos como lugar para Celebrar actividades culturales y sociales en honor a San Juan Bautista. Esto debido a que pocos años después de la fundación de la ciudad, los españoles instituyeron como patrón titular a este Santo.</p>
<p>10. Casa de Don Toribio Rodríguez de Mendoza</p> 	<p>Está ubicada en las inmediaciones de la Plaza Mayor, perteneció al precursor de la independencia don Alejandro Toribio Rodríguez de Mendoza y Collantes. Destaca por su arquitectura colonial y republicana.</p>

Para ver la situación de una manera más gráfica se ha realizado el siguiente croquis.

Gráfico 25

Mapa de la Ruta Turística Patrimonial en el Centro Histórico de la Ciudad de Chachapoyas



1. Plaza Mayor
2. Basílica Catedral San Juan Bautista
3. Casa de las Dos Rosas
4. Plazuela de la Independencia
5. Templo de Belén
6. Templo de La Buena Muerte
7. Pozo de Yana Yacu
8. Templo de la Virgen Asunta
9. Plazuela y Museo de Santa Ana
10. Casa de Don Toribio Rodríguez de Mendoza

A continuación se presenta un ejemplo del itinerario que comprende la Ruta Turística Patrimonial, con una duración de ocho horas con 30 minutos:

Tabla N°09

Itinerario para la Ruta Turística Patrimonial

LUGAR	DURACIÓN	ACTIVIDADES
Plaza Mayor	30 minutos	Recorrido por las inmediaciones, reconocimiento de la arquitectura de las construcciones aledañas y la pileta.
Basilica Catedral San Juan Bautista	1 hora	Recorrido por sus instalaciones, reconocimiento de la arquitectura, pinturas y esculturas y objetos sagrados.
Casa de las Dos Rosas	1 hora	Recorrido por sus instalaciones, reconocimiento de la arquitectura, arte y demás objetos de valor histórico.
Plazuela de la Independencia	30 minutos	Recorrido por las inmediaciones, reconocimiento de la arquitectura de las construcciones aledañas, descripción de la historia.
Templo de Belén	30 minutos	Recorrido por sus instalaciones, reconocimiento de la arquitectura, imágenes y demás objetos sagrados.
Templo de La Buena Muerte	30 minutos	Recorrido por sus instalaciones, reconocimiento de la arquitectura, imágenes y demás objetos sagrados.
(Restaurante de elección)	1 h 30 minutos	Degustación de platos típicos
Pozo de Yana Yacu	1 hora	Caminata hacia el lugar, recorrido de las inmediaciones, descripción de la historia y leyendas.
Templo de la Virgen Asunta	30 minutos	Recorrido por sus instalaciones, reconocimiento de la arquitectura,

		imágenes y demás objetos sagrados.
Plazuela y Museo de Santa Ana	1 hora	Recorrido por las inmediaciones de la plazuela, reconocimiento de la arquitectura del museo, ingreso al museo, recorrido por sus salas de exposición.
Casa de Don Toribio Rodríguez de Mendoza	30 minutos	Recorrido por sus instalaciones, reconocimiento de la arquitectura, arte y demás objetos de valor histórico y religioso.
Retorno a la Plaza Mayor		

4.4. Estrategia de Marketing.

4.4.1. Estrategias de Posicionamiento.

El objetivo del posicionamiento es inserir la marca dentro del mercado, lo que se debe hacer dentro del menor tiempo posible, para que esto se pueda concretar es necesario formular ciertas estrategias:

- ✓ Los atributos específicos del producto: Lo que caracteriza a esta ruta turística es la promoción que se le dará al Patrimonio Cultural del Centro Histórico para promover la actividad turística dentro de la ciudad.
- ✓ Los beneficios que ofrece: Los turistas que formen parte de esta ruta turística podrán conocer más a fondo los recursos culturales que posee la ciudad de Chachapoyas. Adicionalmente, es importante destacar que con esto no solo el turista obtendrá beneficios sino también los prestadores de servicios turísticos como establecimientos de hospedaje, restauración y los de expendio de artesanía.

- ✓ Las ocasiones de uso: Se refiere a la época en que existe mayor demanda; en este caso la ruta será ofrecida tanto en temporada baja como en temporada alta durante todo el año siempre y cuando las agencias de viaje y tour operadoras tengan la oportunidad de venderla.
- ✓ Las clases de usuarios: la ruta está direccionada para los turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Chachapoyas-

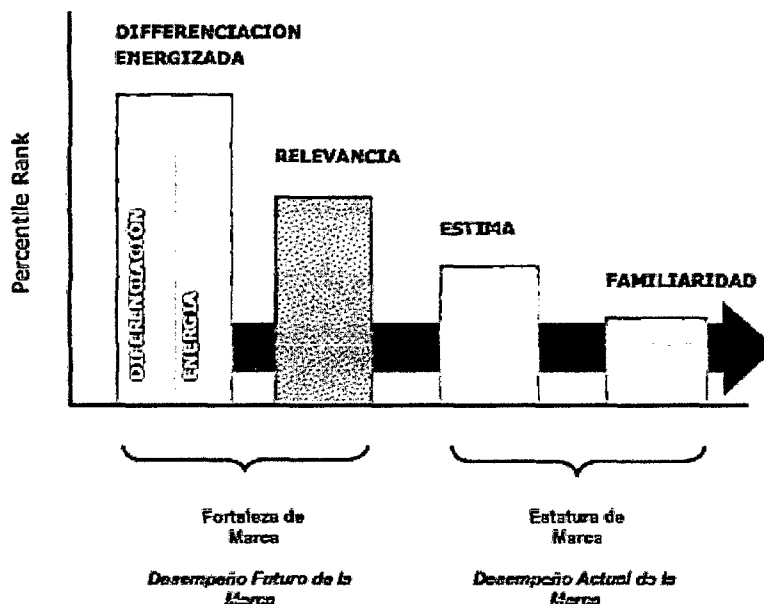
4.4.2. Valoración del Activo de la Marca (BAV)

La marca es lo que le da el valor real a una compañía o proyecto que se desee poner en marcha, y para entender este concepto hay que tener muy claro que la marca no es sólo un logo, o un nombre, sino que también involucra el reflejo de una pasión auténtica y del trabajo de los emprendedores que la sustentan, por consiguiente una compañía o proyecto sin marca se constituye como una persona sin alma.

La valoración de la marca diseñada por Young Rubicam "BAV" (Brand Asset Valuator) mide las marcas en 4 aspectos claves. Esta medición muestra tendencias globales de las marcas y permite concluir como se crea y construye, o se pierde el valor capital de la marca a nivel de consumidor.

Gráfico 26

La Valoración de la Marca



Fuente: Scribd

1. **Diferenciación y Energía:** Es el valor agregado y la razón de ser de la marca, aquello que la hace distintiva para el consumidor en relación a los demás, lo que para este caso es despertar el interés por la Ruta Turística Patrimonial en los turistas a nivel nacional e internacional.
2. **Relevancia:** Identifica la importancia de la marca de acuerdo al estilo de vida, gustos y necesidades de las personas. La ruta propuesta busca promover la actividad turística en la ciudad de Chachapoyas, diversificando la oferta y contribuyendo al desarrollo económico.
3. **Estima:** Se relaciona con la manera en que la marca cumple con las promesas que le ha hecho al

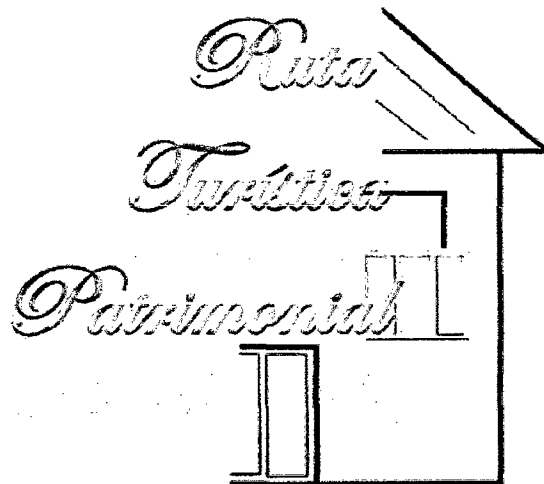
consumidor, por lo que aquí está en juego la reputación y el prestigio de la misma. Teniendo conocimiento de esto, antes de seleccionar los lugares que se visitarán se hizo una previa observación directa y evaluación de los mismos con la finalidad de que no haya ningún tipo de inconvenientes o contratiempos al momento de que el turista realice su visita al sitio.

- 4. Familiaridad:** Representa el conocimiento íntimo de la marca, la empatía que ésta puede generar en el segmento objetivo. Se espera posicionar la marca en un corto periodo de tiempo en la mente de los futuros clientes.

El nombre y marca que se ha diseñado para la Ruta Turística Patrimonial es la siguiente.

Gráfico 27

Nombre y Marca con que se identifica la Ruta



Fuente: Elaboración propia

4.4.3. Estrategias de Marketing Mix.

A. Estrategia de Producto.

Es importante destacar que el producto que se ofrece consiste en una ruta turística que se ofrecerá a los turistas nacionales y extranjeros que visiten la ciudad de Chachapoyas independientemente de cual sea su principal motivación.

Para incentivar la elección de esta ruta turística, se pondrán en práctica algunas estrategias, las cuales se detallan a continuación:

- ✓ Garantizar la seguridad al turista en cada una de las visitas a los diferentes lugares que se detallan en el itinerario de la ruta turística ofrecida.
- ✓ Otorgar seguridad y asistencia a los turistas durante todo el recorrido, en caso de que este lo requiera o lo solicite.
- ✓ Permitir la toma de fotografías y proporcionar folletos informativos de los lugares visitados para que el turista pueda recordar su visita.
- ✓ El almuerzo que se incluye en el itinerario debe ser comida típica, para que el turista se familiarice también con la gastronomía del lugar.
- ✓ Obsequiar algún tipo de suvenir a los turistas en el momento en que culmine todo el recorrido de la ruta.

B. Estrategia de Precio

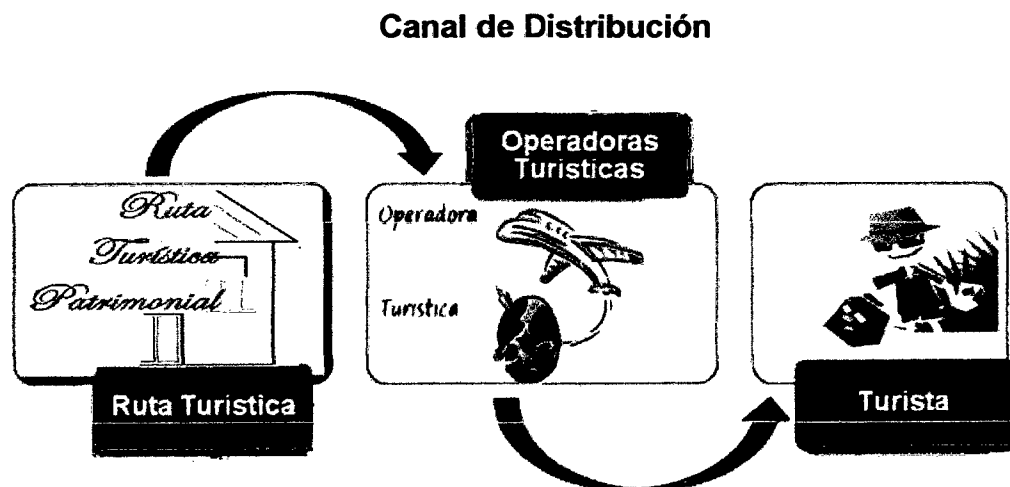
El precio es un elemento que causa un impacto directo sobre todas las personas que decidan adquirir cualquier tipo de producto, sin embargo en algunas ocasiones se puede observar que existen otros factores que también impulsan al cliente a decidirse al momento de la compra de un producto o contratación de un servicio, tales como

la calidad, la confiabilidad, la durabilidad, entre otros; a pesar de todo esto el precio siempre seguirá jugando un papel trascendental, debido a que por medio de este los clientes medirán su grado de asequibilidad en relación a los precios que dicho producto les ofrece, por lo tanto, se recomienda que la ruta turística en un período inicial no supere los 30 nuevos soles, incluidos guía, entradas y alimentación.

C. Estrategias de Plaza

La estrategia de plaza que se ha decidido es la de tipo selectiva; es decir, al principio se dará a conocer la ruta turística solo a través de las agencias de viaje y tour operadoras de la ciudad, para ofrecer el servicio a los turistas que ingresen a Chachapoyas; posteriormente cuando la marca ya se encuentre enraizada se hará de forma masiva; no obstante, es importante mencionar que el canal de distribución será directo, tal como se muestra en el grafico posterior:

Gráfico 28



Fuente: Elaboración propia

D. Estrategias de Promoción

La promoción consiste exclusivamente en comunicar y dar a conocer al mercado objetivo la existencia del producto, esto con la finalidad de persuadir y motivar a los clientes para que se decidan a realizar la adquisición del mismo. A continuación se detallan algunas estrategias de promoción que se propone aplicar para difundir la marca en el mercado.

- ✓ Diseñar banners publicitarios para ser colocados en los lugares visibles de las agencias de viaje y tour operadoras.
- ✓ repartir volantes y trípticos informativos en los establecimientos de hospedaje, restaurantes, ferias y otros lugares frecuentados por los turistas.
- ✓ Elaboración de anuncios publicitarios adhesivos para ser colocados en vehículos de transporte público como taxis y buses interprovinciales.
- ✓ Diseñar una página web y hacer uso de las redes sociales para promocionar la ruta a nivel macro.

V. DISCUSION

En las ciudades en donde se explota el centro histórico, la planificación turística, la urbanística y la cultural se han ignorado, cuando no enfrentado. Sin embargo son tres pilares básicos para lograr que un destino sea competitivo y ponga en marcha estrategias de turismo sostenible.

Como se pudo ver en el apartado de los antecedentes, el turismo en el Centro Histórico se enfoca desde diferentes puntos de vista, con diferentes objetivos, pero el tema que subyace es el de fortalecer la identidad propia de los ciudadanos para luego darla a conocer a los turistas. En el caso de la ciudad de La Habana, que es una ciudad con mucha historia y una de las más antiguas del continente, es en la actualidad una potencia turística, es un atractivo competitivo, con servicios de calidad y que recibe grandes flujos turísticos anuales, lo que ha contribuido al deterioro de ciertos recursos. En ese sentido, lo que se buscó fue aportar al ordenamiento turístico y urbanístico para mitigar los efectos del crecimiento desmesurado de turistas en el lugar.

El primer paso fue realizar un análisis situacional, que determinara las repercusiones del sector turismo en la economía local y su repercusión social, para ello se utilizaron indicadores socioeconómicos puntuales que brindaron luces sobre la situación, el desenlace de todo esto fue la realización de una propuesta de medidas para asegurar la optimización del producto turístico.

Lo anterior nos sirvió de base para la presente investigación, si bien es cierto la ciudad de Chachapoyas no cuenta con flujo turístico exclusivo, sino que este es circunstancial debido a la existencia de atractivos turísticos de importancia en la región, también fue necesario realizar un análisis situacional para

determinar el grado de impacto que estas visitas generaban en la ciudad, se tomaron en cuenta indicadores sociales, económicos y culturales que coadyuvaron en la consecución de nuestro objetivo que dicho sea de paso si difiere mucho con el de la investigación en la ciudad de La Habana que como ya se mencionó busca aportar al ordenamiento ante el crecimiento desmesurado de turistas, y el nuestro es promover la actividad turística en la ciudad, en otras palabras lo que se busca es generar mayor flujo turístico, incrementar el mercado y dinamizar la económica local.

Con respecto a la capital peruana, es de conocimiento general que es una ciudad cosmopolita, centro financiero, económico, comercial y la más importante del país, donde discurren diariamente miles de turistas que arriban a la capital con el fin de satisfacer sus diversas necesidades. En su categoría como la ciudad más visitada del Perú, entonces la municipalidad metropolitana de Lima vio una gran oportunidad para venderse como un destino turístico cultural, además de gastronómica y de negocios, naciendo así el proyecto de realizar rutas turísticas dentro de su Centro Histórico con el fin de promover el desarrollo competitivo de la actividad turística en Lima y posicionarse como un destino de nivel tanto a nivel nacional como internacional.

Lo antes descrito guarda similitud con el objeto de esta investigación en donde también se propone la creación de una ruta turística en la ciudad de Chachapoyas con la finalidad de desarrollar la actividad turística y posicionarla como una de las ciudades más importantes del parte norte del país, en este punto, nuestros objetivos convergen en cierta medida ya que se busca fortalecer la identidad de los coterráneos, generar puestos de empleo y aprovechar las visitas turísticas que reciben ambas ciudades. La gran diferencia radica en que las rutas que se

realizan en la capital son de carácter gratuito en su primera etapa, esto forma parte de una estrategia de penetración al mercado; por otro lado, como en la ciudad de Chachapoyas se propone que la ruta sea comercializada por las agencias de viaje y tour operadoras de la ciudad, no se podrá realizar ad honorem, pero si tendrá un precio muy asequible para los visitantes.

Luego de haber analizado todos los resultados podemos realizar una interpretación de la ciudad San Juan de la Frontera de los Chachapoyas como un destino turístico emergente, la actividad turística se debe articular alrededor de: Patrimonio Cultural y oferta complementaria, oferta de alojamiento y restauración, flujos de visitantes y capacidad de acogida, movilidad y accesibilidad, medio ambiente urbano y órganos de gestión.

Para promover a Chachapoyas como destino cultural, El objetivo central debe orientarse, a configurar una estrategia turística integrada en el conjunto de las políticas, capaz de compatibilizar a medio y largo plazo la preservación del patrimonio cultural y su rentabilización, la diversidad y calidad de vida, y la generación de nuevos recursos económicos.

Esta estrategia turística, debe contribuir a mejorar la coordinación institucional entre los entes encargados del turismo en la ciudad, a reforzar la participación ciudadana, potenciar la colaboración pública y privada, a reorientar la promoción y el desarrollo turístico desde nuevos criterios de sostenibilidad, a aprovechar las múltiples oportunidades y recursos existentes y a reducir o minimizar los riesgos de la degradación patrimonial, turística y medioambiental a mediano y largo plazo.

Lo que se busca con la realización de esta investigación es incorporar toda una serie actividades inmersas dentro de los objetivos específicos del propio sector turístico: creación y potenciación de la marca de la ciudad como destino; diversificación de la oferta; mejora de la relación entre turistas y habitantes; ampliación del tiempo de estancia, de la temporada turística y del nivel de gasto; mayor integración del turismo en la economía, en el medio urbano y en la calidad de vida local, con la total conciencia de que cualquier estrategia debe concebirse como un proceso institucional y social de reflexión y concertación que sólo será viable en la medida que sea impulsada desde las instituciones, compartida por los agentes privados y asumida como propia por los agentes sociales. En suma, una estrategia participativa que persiga la implicación del conjunto de la sociedad. Se trata de un camino complejo y necesitado de innovación, en el liderazgo, en el planteamiento y en la gestión turística en la que apenas estamos incursionando.

VI. CONCLUSIONES

1. La actividad turística producto de la interrelación dinámica entre la oferta, la demanda, y el espacio geográfico existente en la ciudad San Juan de la Frontera de los Chachapoyas, sí constituye un factor determinante en el desarrollo social, cultural y económico de la misma.
2. La propuesta para promover e incrementar la actividad turística en el Centro Histórico de la ciudad de San Juan de la Frontera de los Chachapoyas si dinamizará la economía local y tendrá repercusión social entre los actores involucrados.
3. El centro histórico como un todo es el espacio público por excelencia de la ciudad, y por tanto, el elemento fundamental de la integración social y de la estructuración urbana.
4. En el contexto histórico actual, los centros históricos se convierten en los lugares privilegiados de producción de memoria, intentando, de esta manera, romper con la uniformidad que busca imponer la globalización; en ese sentido, el centro histórico se convierten en una poderosa fuente de atracción turística para conocer el aspecto identitario de un lugar.
5. El Centro Histórico de Chachapoyas encierra diversidad cultural y posibilidades para configurarse en un atractivo turístico, cuyo futuro dependerá de nuestra capacidad para diseñar y gestionar estrategias urbanas y territoriales que permitan instrumentalizar el turismo sostenible.

6. El turismo es un fenómeno de interdependencias y sus relaciones con el patrimonio cultural son de naturaleza múltiple, positivas unas y negativas otras. En cualquier caso, tiene un destacado protagonismo y ello plantea un importante desafío: superar la fase meramente promocional de la gestión turística y afrontar el reto de planificar y gestionar el turismo en los destinos patrimoniales, utilizándolo como un importante instrumento de dinamización.

7. La preparación del Centro Histórico de Chachapoyas para la función turística requiere cambios profundos en los modelos de gestión del turismo, del patrimonio cultural, de la empresa privada, del urbanismo y del territorio, en suma, en la gestión urbana y territorial. Promover la actividad turística en la ciudad implica que las administraciones locales se doten de infraestructuras de gestión transversales, que establezcan puentes de comunicación y sellen acuerdos entre los elementos involucrados.

8. El patrimonio histórico-cultural puede revalorizarse en el marco de un desarrollo sustentable de la actividad turística. Para ello se requiere la formulación de productos turísticos que incluyan el patrimonio histórico-cultural como una dimensión más de su desarrollo y no un mero elemento.

VII. RECOMENDACIONES

1. Los egresados de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza como los encargados de velar por el desarrollo de la región como destino turístico competitivo deben realizar propuestas analizando la probabilidad de expandir los recorridos turísticos hacia otras comunidades fuera de la ciudad, para hacerlas partícipes del desarrollo.
2. La Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo como principal ente propulsor del turismo en la región, debe realizar convenios con demás instituciones públicas o privadas, a fin de promover el turismo en la ciudad como capital de la región, y crear estrategias para asegurar un desarrollo turístico sostenible.
3. La Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza debe establecer convenios con la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo para concienciar a los habitantes de la ciudad a cerca del Patrimonio Cultural y su relación directa con la actividad turística y su repercusión en el espacio local.
4. Que le presente informe sea usado como línea de base para investigaciones a posteriori que se realicen en pro del desarrollo turístico de la ciudad.
5. Se recomienda crear una comisión de funcionarios públicos inmersos en la actividad turística de la ciudad, empresarios turísticos y sociedad civil, para tomar decisiones adecuadas y realizar actividades dirigidas al posicionamiento de la ciudad de Chachapoyas como destino turístico para un futuro CADE (Conferencia Anual De Ejecutivos).

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

8.1. Libros Consultados

- ✘ CÁCERES NARREA, Aníbal. 2006. **“Recuperación del Centro Histórico de la Ciudad de Chachapoyas”**. Municipalidad provincial de Chachapoyas.
- ✘ ECHARRI, F. 2005. **“Desarrollo Regional, Turismo Y Rutas Culturales”**. Extensión Universitaria en Consultoría Turística. UPLGC. España.
- ✘ GARCÍA HERNÁNDEZ, M. (2003): **“Capacidad de acogida turística y gestión de flujos de visitantes en conjuntos monumentales: el caso de la Alhambra”**. PH. Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico.
- ✘ GONZALES, Jorge. **“Turismo. Memoria E Patrimonio Cultural”**. Roca. Sao Paulo. Brasil.
- ✘ INSKEEP, Edward. 1991. **“Planificación del Turismo”**.
- ✘ MALDONADO, Sonia. 2000. **“Nuevas Tecnologías Y Cultura”**, Editorial universitaria, Chile.
- ✘ MANET GONZÁLEZ, Enrique. 2003. **“Nuevas tecnologías, Globalización y Cultura”**. Boletín del III Congreso Cultura y Desarrollo, La Habana.
- ✘ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. 2007. **“Guía Circuito Turístico Nacional”**. Lima. Perú.
- ✘ Ministerio de Economía y Finanzas. 2011. **“Guía para la Formulación de Proyectos de Inversión Exitosas”**. Lima.
- ✘ MONTANER MONTANO, Jordi. 1998. **“Diccionario de Turismo”**. Cuarta Edición. Madrid. España.
- ✘ Poder legislativo del estado peruano. **“Ley de la actividad turística 26961”**. 1998.
- ✘ PROMPERU, Comisión de Promoción del Perú. 2001. **“Manual de Sistematización”**. 1a edición. Lima.

- ✘ TROITIÑO VINUESA. M. A. (2012): **"Turismo y Recuperación Urbana"**. Universidad de Castilla. La Mancha. Cuenca.
- ✘ VENTURINI, Edgardo. 2010. **"El uso turístico del patrimonio en los centros históricos urbanos"**. Universidad Nacional de Córdoba. Argentina.

8.2. Sitios en Red

- ✘ Centro Histórico de la Habana – Cuba: Turismo y Desarrollo Sostenible, disponible en:
<http://www.eluniverso.com/2012/04/27/111422/centrohistoricoolahabana-turismoydesarrollo-sostenibilidad.html>
- ✘ Comisión del Desarrollo y Medio Ambiente citado en Ramírez et al, 2004. (Comisión Brundtland); Disponible en:
<http://es.scribd.com/doc/56928952/Desarrollo-sostenible>
- ✘ Diccionario de turismo, disponible en:
www.Gigaturismo.com/archives/2009/diccionariodeturismo.html
- ✘ Enciclopedia Virtual Wikipedia, disponible en:
www.wikipedia.com
- ✘ Municipalidad Metropolitana de Lima, disponible en:
www.municipalidaddelima.gob.pe
- ✘ Organización Mundial de Turismo, disponible en:
www.unwto.org/index_s.php

8.3. Instituciones Visitadas

- ✘ Biblioteca de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas.
- ✘ Municipalidad Provincial de Chachapoyas.
- ✘ Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Amazonas.
- ✘ Dirección Regional de Cultura de Amazonas.

ANEXOS

Anexo 01: Formato de Encuesta aplicada a los Turistas que visitaron la ciudad de Chachapoyas

ENCUESTA

PROYECTO: “ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD SAN JUAN DE LA FRONTERA DE LOS CHACHAPOYAS”

La presente encuesta es de carácter personal y anónimo, por lo que le pedimos que sus respuestas sean lo más sinceras e imparciales posibles. Se le agradece por adelantado su colaboración.

1. **Edad:**..... años
2. **Sexo:**
Femenino () Masculino ()
3. **Lugar de procedencia**.....
4. **Ocupación:**.....
5. **¿A qué se debe su visita a la ciudad de Chachapoyas?**
 - a. Porque es el lugar de paso obligatorio para realizar visitas a los principales atractivos de la región ()
 - b. Porque el objetivo principal era conocer la ciudad ()
6. **¿Cuántos días permanecerá en la Ciudad de Chachapoyas?**
..... días
7. **¿Qué opina de la ciudad de Chachapoyas?**
.....
.....
8. **¿Qué expectativas tenía antes de su visita con respecto a la ciudad?**
.....
.....
9. **¿Qué lugares o actividades INTERESANTES ha podido apreciar o disfrutar en el centro histórico de la ciudad de Chachapoyas?**
 - a. Museos ()
 - b. Templos ()
 - c. Construcciones modernas ()
 - d. Construcciones antiguas ()
 - e. Tiendas de artesanía ()
 - f. Parques ()
 - g. Gastronomía ()
 - h. Ninguno ()
 - i. Otros (*especifique*):.....
10. **¿Qué actividades turísticas cree usted que se deberían desarrollar en el centro histórico de la ciudad de Chachapoyas?**
 - a. Degustación de platos típicos ()
 - b. Muestras de danzas y bailes típicos ()
 - c. Compra de artesanías ()
 - d. Visitar iglesias/conventos ()
 - e. Visitar museos ()
 - f. Visitar inmuebles históricos ()
 - g. Participación de fiestas religiosas ()
 - h. Recorridos Nocturnos ()
 - i. Ninguno ()
 - j. Otros (*especifique*):.....
11. **¿Si se implementarían las actividades anteriormente sugeridas, permanecería más tiempo la ciudad de Chachapoyas?**
Si () tal vez () No ()

**Anexo 02: Formato de Encuesta aplicada a los vecinos del Centro
Histórico de la Ciudad de Chachapoyas**

ENCUESTA

**PROYECTO: “ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD
SAN JUAN DE LA FRONTERA DE LOS CHACHAPOYAS”**

La presente encuesta es de carácter personal y anónimo, por lo que le pedimos que sus respuestas sean lo más sinceras e imparciales posibles. Se le agradece por adelantado su colaboración.

1. **Edad:**..... años
2. **Sexo:**
Femenino () Masculino ()
3. **Ocupación:**.....
4. **¿Considera usted que las actividades turísticas contribuyen al desarrollo de la ciudad de Chachapoyas?**
 - a. Si ()
 - b. No ()
5. **¿Para usted qué es Patrimonio Cultural?**
.....
.....
.....
6. **¿Cuál de los elementos de la siguiente lista considera usted como Patrimonio Cultural?**
 - a. Las casonas antiguas ()
 - b. Las construcciones modernas ()
 - c. La gastronomía ()
 - d. Las danzas ()
 - e. La música ()
 - f. Los mitos y leyendas ()
 - g. La vestimenta ()
 - h. Las festividades ()
 - i. La arqueología ()
 - j. Los recursos naturales ()
 - k. Los hoteles ()
 - l. Los restaurantes ()
 - m. Ninguno ()
 - n. Otros (*especifique*).....
7. **¿Podría usted decir cuál es el centro histórico de la ciudad?**
.....
.....
8. **¿Usted cree que es importante conservar el centro histórico de la ciudad?**
Si () No ()
¿Por qué?.....
9. **¿Por qué cree que es importante conservar el centro histórico de la ciudad?**
 - a. Porque es importante para conocer nuestro pasado ()
 - b. Porque sirve para fomentar la actividad turística ()
 - c. Porque las autoridades sancionan el no hacerlo ()
 - d. No sabe ()
10. **¿Quién cree que debería conservar el centro histórico de la ciudad?**
 - a. El estado ()
 - b. Las autoridades locales ()
 - c. Los vecinos ()
 - d. Las empresas turísticas ()
 - e. Los turistas ()
 - f. No sabe ()
11. **¿Si tuviera la posibilidad de construir una casa moderna en lugar de la que tiene, lo haría?**

Si () No ()

¿Por qué?.....

12. ¿Usted considera que la actividad turística favorece en algo a la ciudad?

Si () Más o menos () No ()

¿Por qué?.....

13. ¿A usted le gustaría que se incrementara el número de turistas en el centro histórico?

Si () No ()

¿Por qué?.....

14. ¿Usted cree que se favorecería de alguna manera si se incrementa la actividad turística en el centro histórico?

Si () No ()

¿Por qué?.....

Anexo 03: Formato de Entrevista aplicada a los prestadores de servicios turísticos de la ciudad de Chachapoyas.

ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURISTICOS DE LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

PROYECTO: “ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD SAN JUAN DE LA FRONTERA DE LOS CHACHAPOYAS”

Nombre:
Cargo:
Nombre de la empresa:

1. ¿Cuál es la situación de la actividad turística en la Ciudad de Chachapoyas?
2. ¿Existen turistas que visiten la ciudad de Chachapoyas y cuya motivación principal sea la misma ciudad?
3. ¿Los turistas demandan paseos por la ciudad de Chachapoyas?
4. ¿Existen City Tours en Chachapoyas incluidos dentro de su oferta?
5. ¿Considera usted que es importante conservar el Centro Histórico de Chachapoyas? ¿tiene alguna relación con el turismo?
6. ¿Qué es lo que se tendría que mejorar en el centro histórico para incrementar la demanda turística hacia ella?
7. Considera que la ciudad de Chachapoyas en algún momento pueda considerarse un atractivo turístico independiente y pueda generar su propia demanda turística?

Anexo 04:

Flujo turístico de los visitantes a la fortaleza de Kuélap 2010 – Marzo 2013

Meses	2010			2011			2012			2013		
	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero	Total	Nacional	Extranjero
Enero	1,448	1,091	357	2,092	1,613	479	2 307	1 909	398	2 992	2 420	572
Febrero	1,294	771	523	1,518	1,082	436	1 294	907	387	1 402	987	415
Marzo	888	445	443	1,188	764	424	957	533	424	1 087	598	489
Abril	1,582	1,134	448	1,622	1,162	460	1 743	1 191	552			
Mayo	985	584	401	1,156	736	420	1 343	837	506			
Junio	1,180	722	458	1,214	810	404	1 801	1 356	445			
Julio	3,466	2,501	965	4,548	3,659	889	3 589	2 815	774			
Agosto	3,002	2,267	735	3,567	2,757	810	4 195	3 612	583			
Septiembre	2,253	1,660	593	3,316	2,656	660	2 228	1 701	527			
Octubre	2,372	1,901	471	2,868	2,404	464	2 573	2 023	550			
Noviembre	3,417	3,045	372	3,856	3,359	497	3 435	2 910	525			
Diciembre	1,809	1,420	389	2,486	2,053	433	2 495	2 111	384			
TOTALES	23,696	17,541	6,155	29,431	23,055	6,376	27 960	21 905	6 055			

Nota: El Complejo Arqueológico de Kuélap es conocido también como: "Fortaleza de Kuelap".

Fuente: Ministerio de Cultura - Dirección Regional de Cultura – Amazonas

Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-Oficina de Estudios Turísticos y Artesanales

Con información disponible a marzo de 2013

Anexo 05: Fotografías del trabajo de campo.

Anexo 06: Inventario de los recursos turísticos del Centro Histórico de la ciudad de Chachapoyas.

INVENTARIO DE RECURSOS TURISTICOS DEL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD SAN JUAN DE LA FRONTERA DE LOS CHACHAPOYAS



CHACHAPOYAS

La Fidelísima Ciudad de San Juan de la frontera de los Chachapoyas, es la capital política del distrito y provincia del mismo nombre, la misma que se ubica a 2335 m.s.n.m.

La ciudad lleva el título de fidelísima por ser escenario de la batalla de Higos Urco, el nombre de San Juan de la Frontera es por estar ubicada cerca de la selva y de los Chachapoyas por la cultura pre inca Chachapoyas.

LAS ZONAS MONUMENTALES DE CHACHAPOYAS

1. NOMBRE DEL RECURSO: BASILICA CATEDRAL SAN JUAN BAUTISTA

1.1. UBICACIÓN:

Está ubicada en un solar de la esquina entre los jirones Ortiz Arrieta y Amazonas, al sur oeste de la Plaza Mayor.

1.2.DESCRIPCION:

El templo, se erigió como iglesia matriz justo después del último asentamiento de la ciudad, está dedicada principalmente a las ceremonias litúrgicas para la comunidad, celebrándose aquí los acontecimientos religiosos de mayor relevancia.

En la actualidad apreciamos una catedral reconstruida a base de concreto, acero, ladrillo y teja tipo andina, el frontis del templo está compuesto por la portada de pies y dos puertas laterales que flanquean a este, el cual remata en un frontón triangular que sobresale con cornisas. La portada de pies, está compuesta por el pórtico en arco de medio punto, con dos pilastras adosadas a cada costado. Sobre la portada, se encuentra ubicado un rosetón con decoraciones de madera.

En los laterales de la portada de pies bajo las torres campanario, se ubica un elemento decorativo, que se asemeja a una hornacina. La cubierta del templo es a dos aguas, con teja de tipo andina.

IMAGEN DE LA BASÍLICA CATEDRAL SAN JUAN BAUTISTA



2. NOMBRE DEL RECURSO: CASA DE DON TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA

2.1. UBICACIÓN:

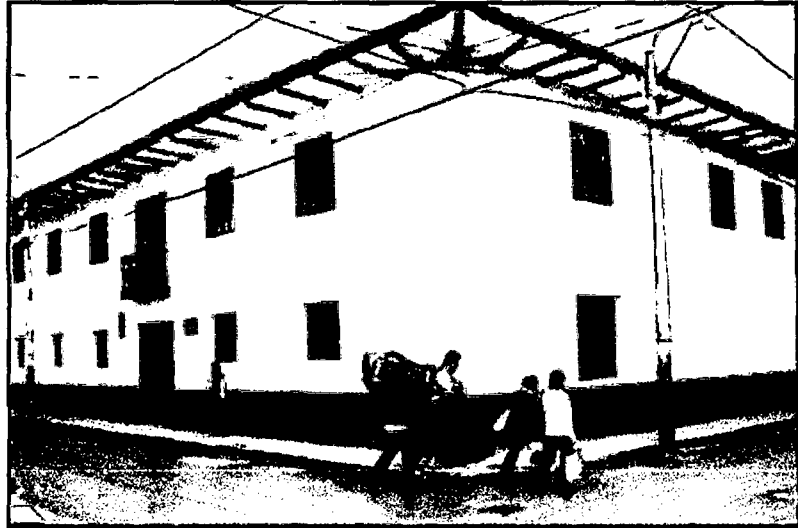
La casa se ubica en la esquina de los jirones Ayacucho y Ortiz Arrieta.

2.2. DESCRIPCION:

Perteneció al precursor de la independencia: Don Alejandro Toribio Rodríguez de Mendoza y Collantes; el frontis de esta casa está dividido en dos cuerpos, presenta una sola entrada a través de un portón, sobre el cual destaca un balcón abierto con ventanal y antepecho balaustrado. La fachada en sus dos niveles o pisos muestra ventanas rectangulares, las mismas que sirven para iluminar y ventilar el lugar; la estructura de la casa culmina en un techo a dos aguas con cubierta de teja. El portón de la casa nos abre acceso hacia el zaguán, espacio de gran importancia durante la colonia y la república, que sirvió para el ingreso de acémilas de carga con las cosechas de las haciendas. También sirvió y sirve como lugar de espera para las visitas, hasta que los empleados o dueños de la casa los atiendan. El zaguán nos conduce hacia el patio principal, tiene una distribución simétrica y nos conecta con el corredor y patio de la casa, a través de un pórtico en arco de medio punto con mampara.

El patio principal, nos muestra un jardín con plantas ornamentales como orquídeas y hortensias, presentando acequias de piedra labrada por donde discurren las aguas de las goteras. Aquí se puede apreciar tres galerías que dan forma de "U" a la casa, en la que es notorio observar pies derechos de base fuste y capitel, tanto en el primero como segundo piso. En el corredor del segundo piso destaca una baranda de antepecho con balaustres, así como habitaciones con piso de madera.

**IMAGEN DE LA CASA DE DON TORIBIO RODRÍGUEZ DE
MENDOZA**



3. NOMBRE DEL RECURSO: CASA DE LAS DOS ROSAS

La casona pertenece a la familia Torrejón Montesa

3.1. UBICACIÓN:

Se ubica en las intersecciones de los jirones Amazonas y La Merced.

3.2. DESCRIPCIÓN:

La fachada del edificio está dividida en dos niveles, en el primer nivel presenta el portón principal a dos hojas y de gran tamaño, cuyo umbral lo hace una sola piedra; en el segundo nivel destacan balcones abiertos con ventanal de madera y antepecho de madera con incrustaciones de fierro. El Zaguán, nos abre paso a los anchos corredores que se encuentran alrededor del patio, el patio principal, es un espacio abierto que presenta piso de piedra asentada a presión, y está adornado con plantas ornamentales, las cuales se hallan en maceteros; a su alrededor se ubican cuatro galerías de dos plantas en forma de "U", característico de la arquitectura republicana. En los dos niveles apreciamos pies

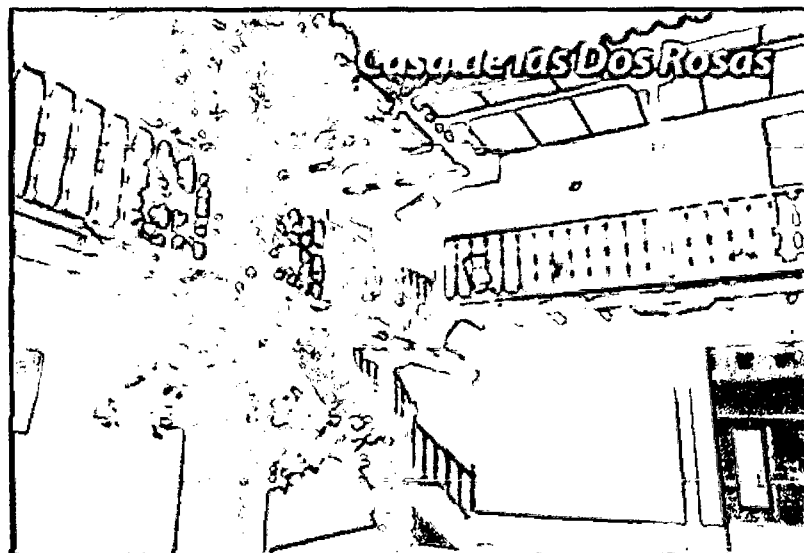
derechos de base, fuste y capitel, los que soportan el peso del corredor del segundo piso y el techo de toda la casa, que es a dos aguas con cubierta de teja y estructura en par e hilera.

En el segundo piso encontramos una baranda de antepecho con balaustres de madera, al cual se accede por una escalera con pasamano balaustrado desde el corredor del primer piso.

En el primer piso se ubican las principales habitaciones como la sala, el comedor, el oratorio entre otros y en el segundo piso se ubican las habitaciones de la familia, tanto en el primer y segundo piso las habitaciones cuentan con grandes ventanas con balaustres de madera y fierro, estas ventanas además de ser un elemento decorativo cumplen la función de ventilar e iluminar la habitación. El piso de las habitaciones es de madera y de los corredores es de ladrillo pastelero.

La sala principal de la casa, era utilizada para recibir a los visitantes y para las fiestas que la familia realizaba.

IMAGEN DE LA CASA DE LAS DOS ROSAS



4. NOMBRE DEL RECURSO: CASONA MONSANTE

4.1. UBICACIÓN:

En el jirón Amazonas N° 746.

4.2. DESCRIPCION:

La fachada presenta portada de madera con remate de cornisas, y a la izquierda de ésta dos ventanas con balaustre de fierro; mientras que en el segundo nivel, destaca cuatro balcones con antepecho y baranda de fierro; cuyo, ventanal de madera está flanqueada por columnas que terminan en un dintel con cornisas.

El pórtico nos abre acceso hacia el zaguán, el cual guarda características asimétricas, que al lado derecho muestra un ducto con arco de dintel y al lado izquierdo el acceso a la actual sala. Este zaguán nos conduce al patio principal a través de un arco de medio punto que presenta cornisas a los costados, la casa se levanta sobre una planta en forma de "U", cuyo patio está rodeado por una arquería adintelada con pies derechos de base, fuste y capitel. La construcción es simétrica y presenta cuatro galerías con cubierta a dos aguas.

En el primer nivel, los bordes del corredor terminan en piedra labrada, y en el segundo nivel el corredor presenta una baranda de antepecho con balaustres de fierro, el patio está empedrado con piedra de todo tipo y presenta un jardín central de forma circular rodeado de grandes piedras cuadrangulares, se observa recipientes de piedra que sirvieron para uso doméstico como, una tina, un lavadero de ropa y morteros.

Las paredes de la casa son de adobe, revestidas de paja y barro con un enlucido de tierra blanca. Algunas puertas son de la época de construcción de la casa, conservando sus decoraciones que

fueron hechas de forma artesanal. El piso de las habitaciones de la primera planta presenta ladrillo pastelero y el piso de la segunda planta es entablado.

El ambiente de la sala, presenta un arco adintelado, que divide a la sala en dos partes. En las paredes se aprecia, pinturas de la escuela cusqueña con motivos bíblicos, las cuales están enmarcadas en pan de oro, al lado derecho del patio, un acceso en arco de medio punto, nos conduce hacia el tras patio, donde la casona Monsante mantiene un pequeño vivero de orquídeas.

IMAGEN DE LA CASA MONSANTE



5. NOMBRE DEL RECURSO : ESCUELA NACIONAL SUPERIOR AUTÓNOMA DE BELLAS ARTES DEL PERÚ FILIAL - CHACHAPOYAS

5.1. UBICACIÓN:

Se ubica en la cuadra 06 del jirón Ayacucho.

5.2. DESCRIPCION:

Fue creada con resolución directoral n° 060 en virtud al convenio celebrado entre el gobierno regional amazonas con la ENSABAP, suscrito el 11 de mayo del 2005.

La institución educativa tiene como propósito fundamental, formar profesionales en el campo de las artes plásticas y visuales desde su creación en la ciudad de Lima el año 1918.

El inmueble de la filial está construido a base de fierro, concreto y ladrillo en el terreno donado por el comité de progreso del Amazonas (Copra) y guarda armonía con las características del patrón arquitectónico de la ciudad. Esta infraestructura presenta dos niveles o pisos, cuya fachada presenta una puerta en el primer nivel y cuatro balcones abiertos de antepecho balaustrado en el segundo nivel.

La escuela en su interior conserva: una galería de arte, la cual expone de manera permanente muestras con temas itinerantes; cuatro talleres que se utilizan para pintura, escultura y restauración; dos aulas teóricas, una biblioteca y ambientes administrativos.

Ahora está abierta para aquellas personas que les guste las artes (dibujo, pintura, música)

6. NOMBRE DEL RECURSO: MIRADOR DE LA MAMA NATE

6.1. UBICACIÓN:

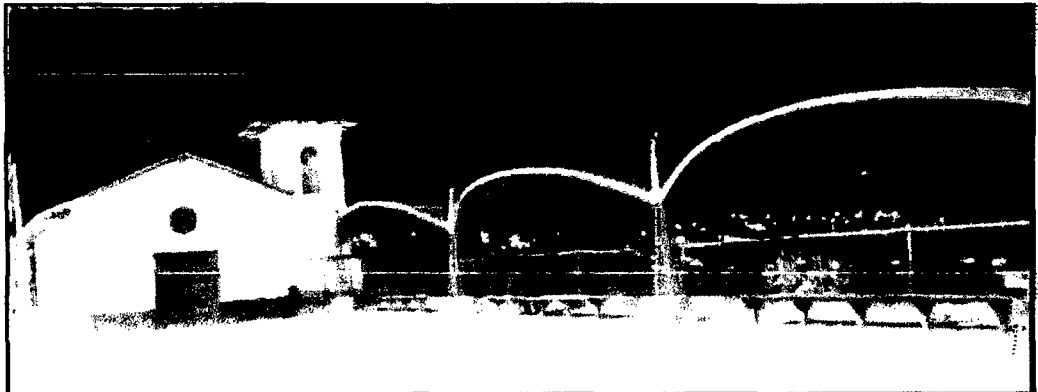
Se localiza en la esquina de los Jirones Arequipa y Salamanca.

6.2. DESCRIPCION:

Se denomina mirador de la "Mama Nate", por estar junto a la capilla de la Virgen de la Natividad. Recinto religioso que fue construido a comienzos del siglo XX, y en su interior alberga algunas imágenes coloniales pertenecientes a la desaparecida iglesia de San Francisco.

La iglesia presenta una sola nave, frontón triangular, y se encuentra adosada a una torre campanario de un solo cuerpo. El diseño arquitectónico del mirador, fue elaborado por Arquitecto Arturo Díaz Jáuregui y está hecho a base de concreto y fierro forjado.

IMAGEN DEL MIRADOR MAMA NATE



7. NOMBRE DEL RECURSO: MIRADOR DE LUYA URCO

7.1. UBICACIÓN:

Se ubica en la Av. Ángela Sabarbeín, en la urbanización Santa Rosa de Luya Urco, al sur este Del barrio de la Laguna, denominado "Barrio de Vencedores"; al noreste el barrio de San Pedro de Yance, denominado "Barrio de mis Amores"; al sur

oeste el barrio de Santo Domingo, denominado "Barrio de la Amistad" porque en este barrio se hospedaban la mayoría de viajeros que llegaban a la ciudad de Chachapoyas o pasaban a la ciudad Santiago de las Siete Montañas de Moyobamba; y al noroeste el barrio de Luya Urco, denominado "Barrio de la Fuente del Amor" ya que en este lugar, se encuentra el pozo de Yana Yacu.

7.2.DESCRIPCION:

Construcción desde la que se obtiene una vista panorámica de la ciudad por estar ubicada en la cima de una colina.

VISTA PANORÁMICA DE LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS DESDE EL MIRADOR DE LUYA URCO



8. NOMBRE DEL RECURSO: MUSEO ÉTNICO RELIGIOSO E HISTÓRICO DE SANTA ANA

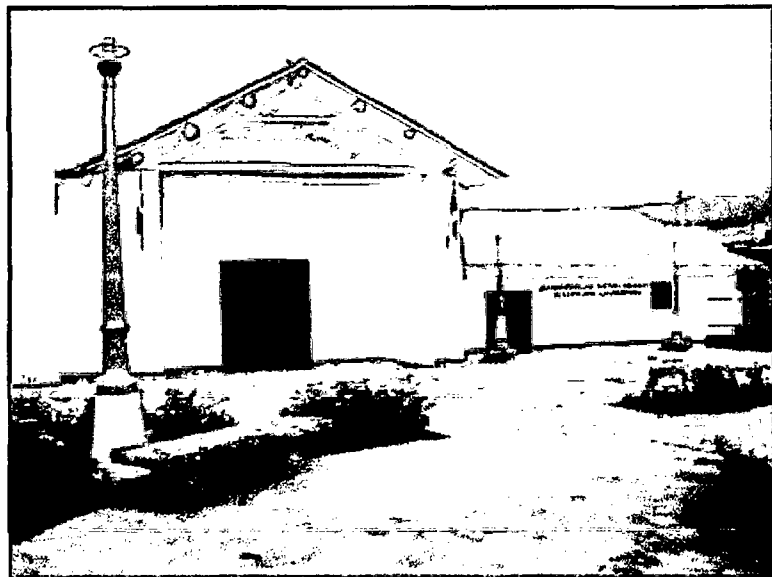
8.1.UBICACIÓN:

Se localiza en la Plazuela Santa Ana, la cual fue edificada en el año 1556 paralelo o posterior al Templo Matriz de esta ciudad.

8.2. DESCRIPCION:

Tiene un muro hastial, donde la portada de pies sólo presenta un pórtico adintelado y los muros laterales de la estructura del templo sobresalen en dos metros a la portada de pies. Adosado al templo, al lado izquierdo, se levanta una torre campanario de forma prismática y de un solo cuerpo, la misma que presenta ventanas de arco adintelado que cumplen la función de ventilar e iluminar el recinto. Esta estructura remata en una cubierta de teja a cuatro aguas. El recinto es de una sola nave y presenta puertas laterales que dan hacia los ambientes que alguna vez fueron parroquia y hospital, el piso o soffito es de ladrillo pastelero, la cubierta es de teja con estructura en par, hilera y nudillo; elemento estructural introducido por los árabes en España para luego ser traído a América, lugar donde se empleó como solución ordinaria para todos los techos a dos aguas. El proyecto acondiciono la nave de la iglesia, para el montaje de la principal sala de exhibición museográfica, la misma que encierra temas naturales y culturales de la región. Además cuenta con otros ambientes destinados para auditorium, sala de exhibición temporal, videoteca, patio y sala de administración o recepción.

IMAGEN DEL MUSEO DE SANTA ANA



9. NOMBRE DEL RECURSO: OFICINA DIOCESANA DE EDUCACIÓN CRISTIANA (ODEC)

9.1. UBICACIÓN:

Se ubica en las intersecciones de los jirones La Merced y Amazonas.

9.2. DESCRIPCIÓN:

Perteneció al desaparecido complejo de Las Mercedes, administrado por la orden religiosa de los Mercedarios, quienes llegaron a estas tierras entre 1535 y 1547.

El complejo de las Mercedes contaba con templo, parroquia, convento y cementerio, hasta que después del terremoto de 1971 fue demolido, pasando su patrimonio religioso a otros templos de la ciudad.

El templo de Nuestra Señora de las Mercedes fue uno de los más importantes de la ciudad, reconocido como basílica menor y en su interior conservaba bellas obras de arte como: esculturas y pinturas; destacando la talla en madera de la Virgen de las Mercedes, imagen que fue llevada por los patriotas de Chachapoyas a la batalla de Higos Urco el 6 de junio de 1821 y que actualmente se conserva en el interior de la ODEC. Después de la batalla de Higos Urco, sólo el convento paso a manos del recientemente creado colegio San Juan de la Libertad y por los años 70 este local pasa a manos del colegio Virgen Asunta.

IMAGEN DE LA DIOCESANA



10. NOMBRE DEL RECURSO: PARQUE DEL NIÑO DE BELÉN

10.1. UBICACIÓN:

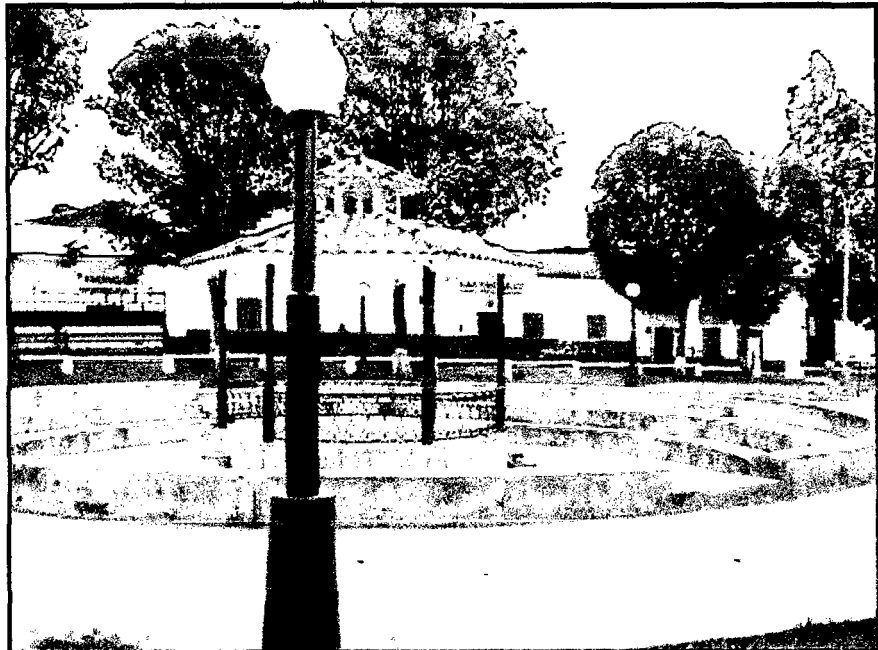
Se ubica entre los jirones Triunfo, Unión, Junín y Tres Esquinas.

10.2. DESCRIPCIÓN:

Los inicios de este parque, fue cuando los betlemitas construyeron su templo frente a un campo abierto que después tomó el nombre de plazuela de Belén y hoy se le conoce como Parque del Niño de Belén. Este espacio es el único parque infantil de la ciudad de Chachapoyas, y llama la atención por encontrarse rodeado de grandes árboles, y estar en medio de dos templos religiosos.

El parque del Niño de Belén, se encuentra en medio de dos templos y desde aquí se ingresa al estadio de la ciudad.

IMAGEN DEL PARQUE DE BELEN



11. NOMBRE DEL RECURSO: PLAZA MAYOR DE CHACHAPOYAS

11.1. UBICACIÓN:

Se encuentra entre los jirones Grau, Ayacucho, Amazonas.

11.2. DESCRIPCIÓN:

Es de estilo colonial y republicano, la Plaza se encuentra dentro del trazo hipodámico que muestra la ciudad, trazo que se denomina así, por Hipo damos de Mileto, arquitecto de la antigua Grecia, quien trazó los planos de algunas ciudades de Grecia utilizando el cordel. Esta técnica fue empleada en las ciudades de Villarreal y Santa Fe de Granada, extrayendo de esta última la idea de plaza central y calles rectas que dan forma de damero. La Plaza Mayor, es la parte céntrica y plana del terreno donde está asentada la ciudad.

IMAGEN DE PLAZA DE CHACHAPOYAS



12. NOMBRE DEL RECURSO: PLAZUELA DE BURGOS O PLAZUELA DE LA INDEPENDENCIA

12.1. UBICACIÓN:

Se ubica entre los jirones Hermosura, Santa Lucía y Triunfo.

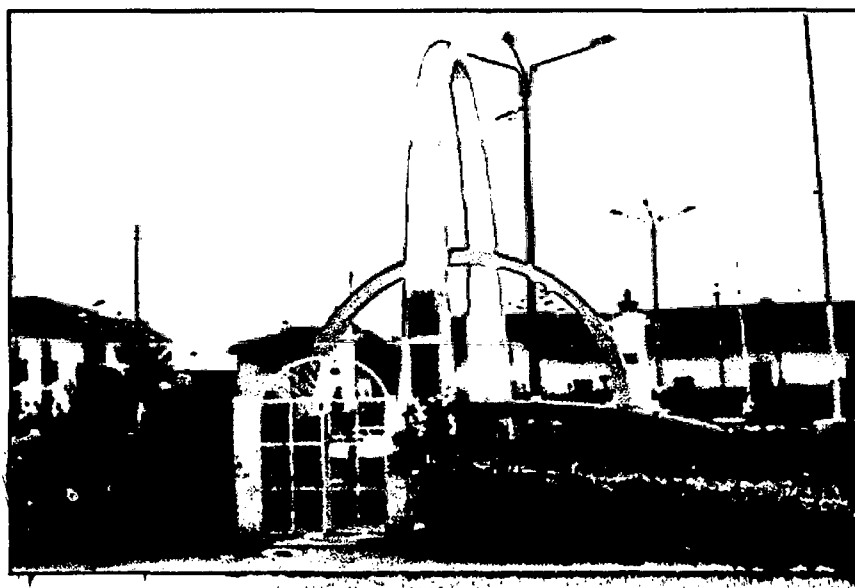
12.2. DESCRIPCION:

Recibe el nombre de Burgos, debido a que en este lugar se encuentra el templo del Señor de Burgos, edificado alrededor del siglo XVIII y desde entonces ha sido centro de culto y veneración permanente.

Se le denomina Plazuela de la Independencia, en honor a la batalla de Higos Urco. Algunos años atrás se levantó un obelisco a la derecha de la iglesia, posteriormente, cuando se hizo el trazo de la actual plazuela, se levantó un nuevo monumento en el que destaca una placa de bronce con los nombres de los participantes de la batalla.

El monumento presenta tres arcos. El primero de color rojo, significa la sangre derramada; el segundo de color melón, simboliza la victoria; y el tercero de color blanco, simboliza la paz. Además, en esta plazuela observamos los bustos de los héroes nacionales que participaron en la defensa del territorio nacional como el Coronel Francisco Bolognesi, el Almirante Miguel Grau y José Abelardo Quiñones.

IMAGEN DE LA PLAZUELA DE BURGOS



13. NOMBRE DEL RECURSO: PLAZUELA SANTA ANA

13.1. UBICACIÓN:

Se localiza entre las intersecciones de los jirones Santa Ana y Chincha Alta, a extramuros según el plano colonial de la ciudad.

13.2. DESCRIPCIÓN:

Esta plazuela durante la colonia sirvió a los autóctonos como lugar para celebrar actividades culturales y sociales en honor a San Juan Bautista. Esto debido a que pocos años después de la fundación de la ciudad, los españoles instituyeron como patrón titular a este Santo.

Cuenta la historia que la fiesta se celebraba el 24 de junio de cada año con misa solemne y diversiones como corridas de toros, danzas, representación de comedias, fuegos artificiales, fiesta de disfraces y otras diversiones más, actividades que los autóctonos realizaban en esta plazuela y templo adjunto; mientras que los españoles lo realizaban en la Plaza Mayor y en el templo matriz.

Desde aquel entonces, a la imagen de San Juan Bautista del Templo de Santa Ana se lo conocía como "San Juan de los Indios" y a la imagen de San Juan Bautista de la Catedral se lo conoce como "San Juan de los Españoles."

IMAGEN DE LA PLAZUELA SANTA ANA



14. NOMBRE DEL RECURSO: POZO DE YANA YACU

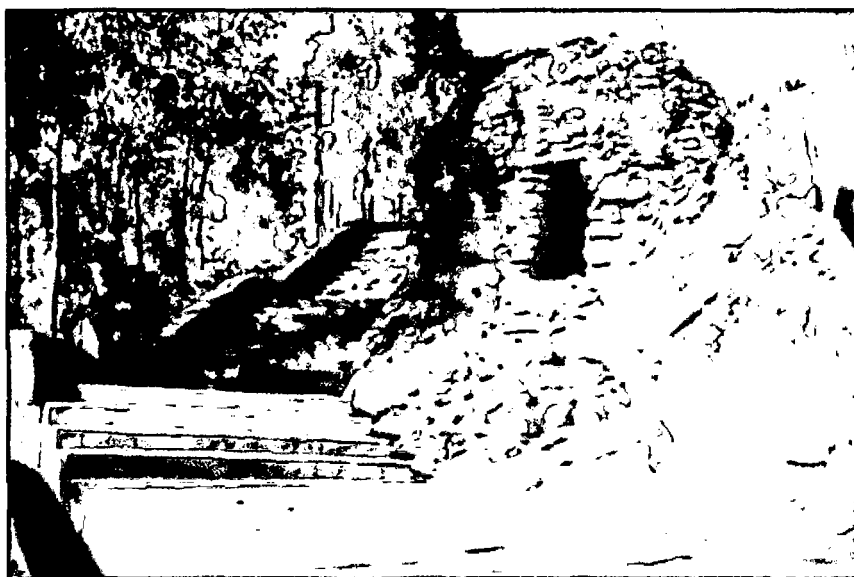
14.1. UBICACIÓN:

El Pozo se ubica en la última cuadra del Jirón Salamanca, cuyo nombre deriva de las palabras quechuas "Yana", que significa "negro" y "Yacu" que significa "agua".

14.2. DESCRIPCIÓN:

Es un pozo, tallada en bajo relieve, con los símbolos de una Cruz escoltada por la mitra y el báculo episcopal; además, en la parte media inferior se aprecia la inscripción "Año 1793", las letras "R, Z" y un símbolo parecido a un pez.

IMAGEN DEL POZO DE YANAYACU



15. NOMBRE DEL RECURSO: PRIMERA ESCUELA DE LETRAS DE LA CIUDAD DE CHACHAPOYAS

15.1. UBICACIÓN:

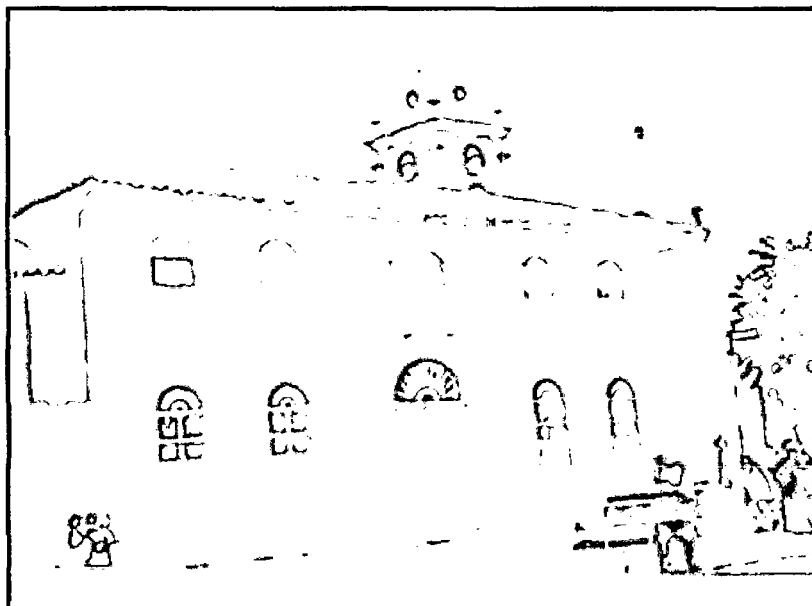
Sede de la Dirección Regional de Educación - Amazonas, se localiza en un solar junto a la Basílica Catedral en la Plaza Mayor.

15.2. DESCRIPCIÓN:

Este edificio muestra dos plantas, con una entrada en arco de medio punto y cornisa alrededor del arco, sobre la cual aparece un balcón abierto con ventanal y antepecho elaborado de madera cortada. Tanto en el primer nivel como en el segundo nivel se aprecia ventanas con terminaciones en arco de medio punto. Y el interior del inmueble presenta una planta en forma de "L", típico de la arquitectura colonial.

Ya no está a disposición de la Dirección Regional de Educación porque ha sido declarado patrimonio de la nación.

IMAGEN DE LA PRIMERA ESCUELA DE LETRAS



16. NOMBRE DEL RECURSO: SALAS DE EXHIBICIÓN ITINERANTE DEL MINISTERIO DE CULTURA

16.1. UBICACIÓN:

Se ubica en la esquina de los jirones Grau y Ayacucho en la Plaza Mayor.

16.2. DESCRIPCIÓN:

La edificación presenta en su fachada balcones con balaustres de antepecho y celosías en los ventanales.

La construcción se levanta sobre una planta en forma de "L", cuyo patio empedrado rodeado de pies derechos sostiene una baranda con balaustre de fierro que hace al corredor del segundo piso.

En estas salas se exhiben obras de arte contemporáneo y no contemporáneo, además de distintas piezas arqueológicas de varios lugares de la región; exposiciones que cambian de temática de acuerdo al calendario festivo de la ciudad.

IMAGEN DE LAS SALAS DE EXHIBICIÓN



17. NOMBRE DEL RECURSO: SANTUARIO HISTÓRICO DE HIGOS URCO

17.1. UBICACIÓN:

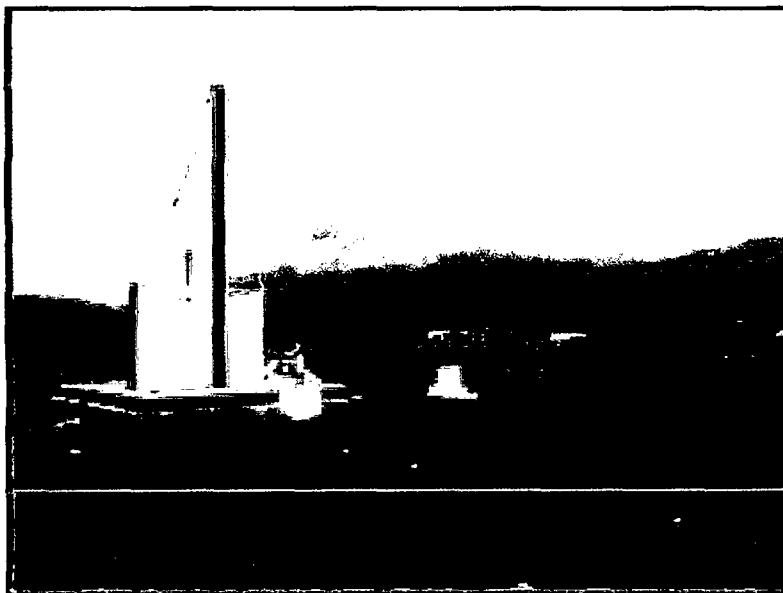
Las pampas de Higos Urco se ubican junto al camino Prehispánico, hoy Jirón higos Urco, al este de la ciudad.

17.2. DESCRIPCIÓN:

Fue reconocida Santuario Histórico de la Nación, por ser escenario de la heroica Batalla del 6 de junio de 1821.

La historia nos cuenta que entre los años 1819 y 1820, cuando el virreinato del Perú se encontraba dividido en siete intendencias gobernadas por españoles, Chachapoyas pertenecía a la intendencia de Trujillo. Años en los que comienzan los primeros levantamientos patrióticos en busca de la independencia, los mismos que se fortalecieron con la llegada de San Martín al Perú el 8 de setiembre de 1820. Y el 29 del mismo mes, Trujillo proclama su independencia y se nombra a Torre Tagle como Gobernador.

IMAGEN DEL SANTUARIO HISTÓRICO HIGOS URCO



18. NOMBRE DEL RECURSO: TEMPLO DE LA VIRGEN ASUNTA

18.1. UBICACIÓN:

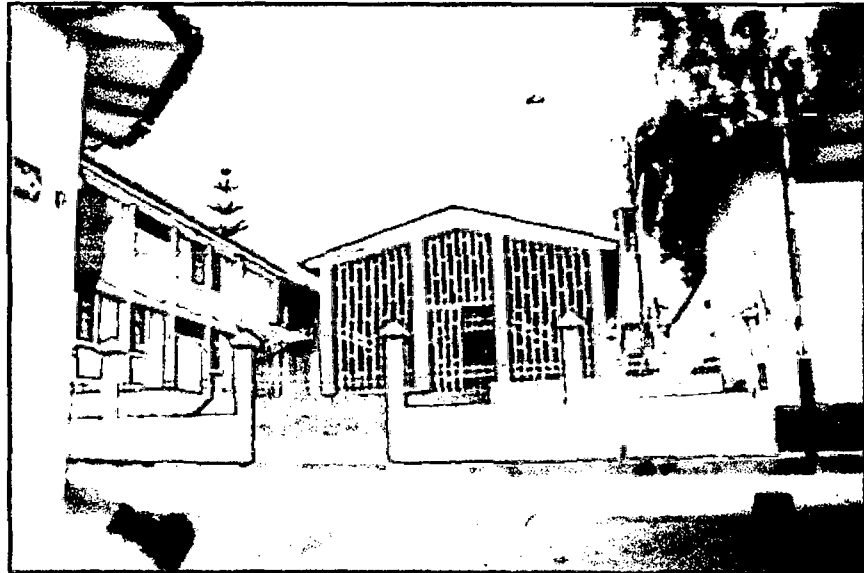
Se ubica en las intersecciones de los jirones Asunción y Puno.

18.2. DESCRIPCION:

Edificado como capilla a mediados del siglo XIX y reconstruido en 1976 luego de que fuera afectada por el terremoto del año 1970. Se levanta sobre un terraplén de 2 metros de alto, donde la fachada del templo a modo de muro hastial presenta vitrales de diversos colores. Adosado a este se levanta un campanario que

remata en una cruz iluminada. El templo presenta una planta recta, cuyas paredes laterales muestran hornacinas elaboradas en madera, que albergan a las imágenes del Divino Niño Jesús, La virgen de Loreto, la Sagrada Familia, San José y el Cristo denominado "Señor del Perdón"; además de mostrar pequeños cuadros de Vía Crucis.

IMAGEN DEL TEMPLO DE LA VIRGEN DE ASUNTA



19. NOMBRE DEL RECURSO : TEMPLO DE NUESTRA SEÑORA DE BELÉN

19.1. UBICACIÓN:

Se ubica en el jirón triunfo, frente al parque del Niño de Belén.

19.2. DESCRIPCIÓN:

La fachada presenta muro hastial, donde la portada de pies muestra la puerta principal a dos hojas, y un óculo en la parte superior de la puerta. Adosado al templo, al lado derecho, se observa una torre campanario de un solo cuerpo que presenta ductos de ventilación en arco de medio punto, sobre los cuales se aprecia óculos para la resonancia de las campanas. La cubierta

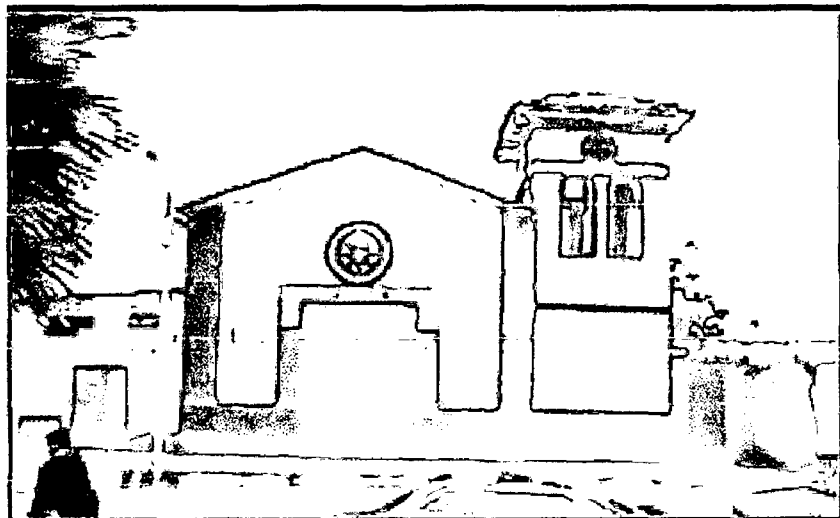
de la torre es de teja con estructura a cuatro aguas y termina en una cruz de metal.

El templo se levanta sobre una base recta y la construcción es de adobe, cuyos muros laterales están reforzados con contrafuertes. La nave mide 30 metros de largo, 7 metros de ancho y 5 metros de alto, cuenta con 2 puertas de ingreso, la principal que da al parque del Niño de Belén y la lateral que da hacia el Jirón Unión.

La cubierta del techo es a dos aguas, presentando estructura de tijera; la nave presenta ductos de ventilación cuadrangulares y rectangulares, y el piso es ladrillo pastelero.

Junto a la puerta principal, al lado izquierdo encontramos el óleo del Señor de los Milagros, en las paredes laterales se observa cuadros contemporáneos, pertenecientes a la escuela de arte cuzqueña.

IMAGEN DEL TEMPLO BELEN



20. NOMBRE DEL RECURSO :TEMPLO DEL SEÑOR DE LA BUENA MUERTE

20.1. UBICACIÓN:

Se ubica en el jirón Junín, frente al parque del Niño de Belén.

20.2. DESCRIPCION:

Está construido sobre un terraplén de dos metros de altura, el mismo que da lugar al parque del mismo nombre, este templo, fue construido en el siglo XVIII, la iglesia abarcaba toda una manzana del antiguo cuartel de Santa Gertrudis, con puerta principal hacia el Jirón Piura y puerta lateral hacia el Jirón Unión.

La fachada del templo presenta muro hastial, donde la portada de pies, presenta puerta en arco de medio punto con la talla en alto relieve de una cruz, y un rosetón que cumple función de iluminar al coro alto.

A cada lado de la portada de pies, se observa un elemento que sobresale al muro, el cual presenta un elemento decorativo a modo de hornacina. El templo se eleva sobre una planta recta, presenta coro alto y el piso es cerámica. Los muros laterales de la nave, presentan contrafuertes hacia fuera y pilastras hacia dentro.

La cubierta del templo es a dos aguas con estructura de tijera.

A la entrada del templo, a la derecha y bajo del coro alto, está ubicada una hornacina que alberga una fuente de mármol para agua bendita. Los muros laterales del templo, presentan ventanas en arco de medio punto, que además de iluminar el recinto, contienen imágenes.

Está a disposición del público

IMAGEN DEL TEMPLO BUENA MUERTE

