

CAMINO DEL INKA EN SALTA. Diseño y Gestión de un Circuito Turístico Cultural

Christian Vitry¹ - Graciela Arzelán²

INTRODUCCIÓN

A lo largo de la cordillera andina, desde Ecuador hasta la distante Mendoza y Santiago de Chile, atravesando los más agrestes y variados paisajes, salvando vados abismales, cruzando pantanos, lagos, desiertos, altas cumbres y tupidas selvas, se dibuja sobre el paisaje una extensa red de caminos de miles de kilómetros de extensión en una superficie de dos millones de kilómetros cuadrados.

La vialidad imperial de los Inkas es una gran obra de ingeniería e ingenio, que denota un profundo conocimiento de la geografía y un gran sentido de la organización y geopolítica. El alto grado de sofisticación constructiva está representado por los puentes fijos, puentes voladizos de madera o roca, puentes colgantes, puentes flotantes, escalinatas, cables carriles, rampas y enormes taludes o paredes artificiales, construidas sobre precipicios y laderas abruptas, a fin de mantener la línea del camino y el nivel altitudinal.

Los caminos representaban el complejo sistema administrativo, uniendo zonas densamente pobladas con las despobladas, zonas de producción con zonas de bajo consumo, movilizandolos productos, mano de obra al servicio del estado (mitayos), ejércitos, dirigentes de alto rango jerárquico, poblaciones trasladadas, etc. La red vial se creó sobre la base de rutas existentes.

Los caminos también describían las divisiones espaciales y sociopolíticas, ya que un camino principal salía de la capital inkaica, el Cuzco, hacia los cuatro *suyus*. Una vía troncal partía del Cuzco hacia el *Collasuyu* y se dividía en dos ramas; una que bordeaba la costa sobre el Pacífico y otra que se extendía por sobre los Andes. Sobre la base de la evidencia arqueológica registrada en los últimos años, podemos afirmar que en el NOA se encuentran los tramos de camino inkaico mejor conservados del país y, debido a su alejamiento y excelente grado de conservación, poseen un potencial para la investigación y eventual aprovechamiento turístico como pocos en los Andes.

Con el propósito de contribuir al Desarrollo Productivo y Social a través del Fortalecimiento y diversificación de la Oferta Turística, la Provincia de Salta (Argentina), a través de la Secretaría de la Gobernación de Turismo, decidió impulsar el incremento del flujo turístico diversificando la oferta en sectores económicamente deprimidos. Para ellos puso en marcha el proyecto 1.000.000, que alude a la cantidad de turistas que se pretende tener en el año 2010, incrementando la demanda turística de Salta y el número de pernoctes, mediante un plan estratégico. El mismo está conformado por diez proyectos a saber: 1) Fortalecimiento Institucional de la Secretaría de la Gobernación de Turismo de Salta; 2) Infraestructura de Transporte; 3) Sistema de Señalización Turística de la Provincia; 4) Centro de Convenciones en Salta Capital; 5) Equipamiento Museo de Alta Montaña; 6) Hosterías de Montaña; 7) Camino de Vino; 8) Camino de los Artesanos; 9) Camino de Inka; 10) Fortalecimiento Patrimonial de los Pueblos Históricos de los Valles Calchaquíes.

Uno de los nuevos productos que se propuso desarrollar es el denominado “Caminos del Inka en la Provincia de Salta”, cuya elaboración fue encomendada a uno de nosotros, tanto por ser especialista en el tema, como por trabajar en relación de dependencia del estado (Museo de Antropología de Salta).

Luego de un largo proceso de evaluación, los proyectos fueron aprobados por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y la provincia recibirá un crédito 34 millones de dólares para su ejecución.

A través de este nuevo circuito turístico se pretende impulsar la creación de un museo al aire libre, conformado por senderos y centros de interpretación que recorran el Camino del Inka en diferentes sectores de la Cordillera Oriental, y donde se haga hincapié en su gran valor educativo, social, cultural y económico. Asimismo, incorporar el Patrimonio Cultural al flujo económico, favoreciendo fundamentalmente a las comunidades locales, garantizando su uso responsable y buscando los cauces que permitan su conservación.

De esta manera, mediante un plan diseñado para la gestión del recurso, se pretende generar y socializar la información sobre las culturas precolombinas en general e inkaica en particular, con la finalidad de

¹ Museo de Antropología de Salta – Universidad Nacional de Salta.

² Universidad Católica de Salta

educar a las presentes y futuras generaciones locales, sobre la importancia cultural y económica de los recursos patrimoniales y su preservación, coadyuvando a recrear y afianzar la identidad.

En este trabajo daremos a conocer de manera resumida algunos de los pasos seguidos en el proceso de diseño del proyecto, como también los resultados de la primera etapa del mismo.

JUSTIFICACIÓN

En los últimos años se ha manifestado una creciente demanda de actividades recreativas y turísticas basadas en el uso y disfrute de la naturaleza, en pos de un mejoramiento de la calidad de vida. Esta tendencia ha generado un creciente interés en los países europeos, para el acondicionamiento de “corredores o vías verdes”, donde se procura potenciar y recuperar vías lineales, como líneas de ferrocarril abandonadas, vías pecuarias, canales, y riberas, para su uso en actividades de senderismo, cicloturismo o cabalgatas; contribuyendo de esta manera a la ordenación del entorno medioambiental.

Al mismo tiempo, ante la necesidad de encontrar una significación a esos senderos, se ha comenzado a recuperar y poner en valor itinerarios con un valor cultural agregado, como el Camino de Santiago en España, las antiguas calzadas romanas en el mediterráneo, y el Camino del Inka en Perú.

Las antiguas calzadas romanas están siendo también recuperadas bajo diferentes denominaciones en Italia, Francia y España, algunas para senderismo y otras para cicloturismo, debido a que la mayor parte de las rutas actuales han sido construidas sobre los caminos romanos, perdiendo de esta manera evidencia arqueológica, pero no por ello, valor histórico.

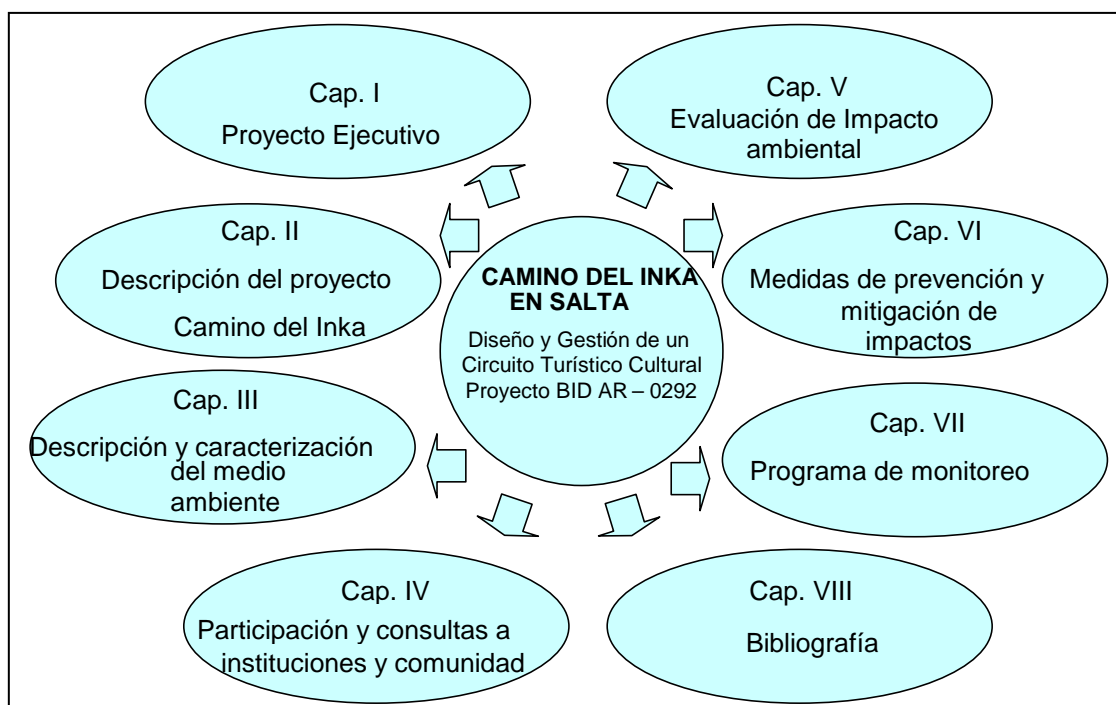
Al igual que los romanos, los Inkas desarrollaron un complejo sistema vial que favoreció las comunicaciones y el avance del imperio a lo largo de la cordillera de los Andes. Algunos autores hablan de una extensión de 23.000km de caminos, mientras otros ascienden a 40.000km. Lo cierto es que poseen un avanzado sistema constructivo, de características propias, y que los hacen distintivos y únicos. En Perú en los últimos 50 años, se ha multiplicado más de 35 veces el número de visitantes al camino incaico de conduce a Machu Pichu.

Los caminos de Perú poseen idénticas características constructivas que los del Noroeste argentino (NOA), hecho que constituye un atractivo debido la enorme distancia existente entre esta región y el Cuzco. Por otra parte el marco geográfico no es menos imponente que en lo que fuera la capital del imperio incaico.

Los caminos incaicos en el NOA poseen una gran riqueza patrimonial. El excelente estado de conservación de numerosos tramos del camino del Inka en la región la posicionan en un lugar de privilegio, hecho que estimula la investigación y sugiere la socialización y difusión de los mismos, mediante la creación de un museo al aire libre, a través de circuitos pedestres, ciclísticos o ecuestres, que permitan un acercamiento con la cultura incaica y a la vez una lectura de los paisajes cargados de significaciones. Esto propone un recorrido por la rica geografía cultural andina, que puede hacerse extensivo entre los países que pertenecieron al *Tawantinsuyu*, propuesta de relevancia social, educativa, cultural y turística.

ESTRUCTURA DEL PROYECTO CAMINOS DEL INKA

El proyecto ha sido estructurado en ocho capítulos tal como se puede apreciar en el cuadro. Por razones de espacio no podemos desarrollar cada capítulo del proyecto, por ello expondremos de manera resumida algunas partes de capítulos que consideramos oportunas.



MARCO NORMATIVO Y LEGAL

Dado que el proyecto supone una intervención directa sobre el patrimonio, hemos consultado diferentes normativas en los ámbitos internacional, nacional y provincial, con el objeto de su adecuado uso y preservación de los bienes que contribuyen al desarrollo social y económico, mediante el estímulo al turismo.

Estas normativas introducen a los llamados derechos colectivos o de tercera generación, que regulan sobre intereses difusos (patrimonio histórico, urbano y paisajístico, usuarios y consumidores, medioambiente, entre otros) y tienden a preservar, proteger, defender, mejorar y restaurar el medio ambiente, la biodiversidad, el patrimonio genético, los recursos naturales, el patrimonio cultural y los monumentos naturales, en el marco del desarrollo sustentable.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

Muchos de los turistas extranjeros que llegan al noroeste argentino provienen de Europa, en especial de Alemania, Francia, Holanda, España, Bélgica, Italia y Suiza. El resto de los visitantes extranjeros provienen de Australia, Japón, USA, Brasil y Uruguay. El porcentaje de turistas extranjeros no es constante a través del año (Fuente Consultora Inglesa BDO Hospitality Consulting).

Con respecto a la demanda turística nacional esta proviene principalmente de Buenos Aires, Santa Fe, Entre Ríos, Capital Federal y Córdoba. En temporada alta, cuando se encuentra el mayor número de turistas nacionales y extranjeros se desarrolla durante Semana Santa, las vacaciones de invierno (Julio), septiembre y octubre.

La OMT pronostica tasas de crecimiento significativas para la región en las próximas dos décadas. Se asume que Salta parte de una captación 70% interna y 30% de extranjeros.

Se estima que el crecimiento anual será del 4,2% en el número de visitantes, del 2,5% en el gasto diario, y del 4,0% en la estadía promedio (hasta el año 2015).

DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO (D.A.F.O.)

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none">▪ Falta de difusión de la cultura Inka en el NOA, asociándose la misma con el Perú y particularmente con Machu Pichu y Cuzco▪ Falta de infraestructuras adecuadas para acoger a turistas y brindarles una oferta de servicios turísticos apropiada▪ Falta de capacitación de los pobladores locales en atención al turista▪ Falta de concienciación y valoración del patrimonio, tanto natural como cultural, por parte de la población local▪ Falta de infraestructuras adecuadas: sitios de descanso y ocio	<ul style="list-style-type: none">▪ Buen estado de conservación actual del patrimonio cultural, lo que permite acondicionarlo para el turismo con una intervención mínima▪ Riqueza paisajística de la provincia de Salta, que le confiere un valor agregado al aspecto cultural▪ Condiciones climáticas favorables, que permiten la utilización de los circuitos durante todo el año▪ Vinculación de los caminos inkaicos con el hallazgo arqueológico de “Los niños del Lullaillaco”, de trascendencia internacional, y que serán expuestos en Salta, convirtiéndola en un referente de la cultura Inka en el mundo▪ Proximidad con Adoratorios de Altura como son los volcanes Lullaillaco (6739m), Quehuar (6130m), los nevados de Chañi (5900m) y Acay (5716m)▪ Reconocimiento de Salta como uno de los principales focos de atracción turística del país▪ Identidad cultural, y conservación del folclore y las tradiciones de gran parte de los habitantes de la provincia.
AMENAZAS	OPORTUNIDADES

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mal uso y deterioro del patrimonio, tanto natural como cultural, si no se toman las medidas de precaución y control necesarias, para la preservación del mismo ▪ Abandono del lugar por parte de los jóvenes locales, ante la falta de posibilidades laborales ▪ La inestabilidad social actual de la Argentina, afecta la imagen internacional como destino turístico, inhibiendo posibles consumidores, que optan por otros más seguros ▪ Incidencia de la situación económica actual del país sobre el poder adquisitivo de la población, y por consiguiente en el turismo nacional ▪ Asociación de la cultura Inka con Perú, de los caminos del Inka con el camino que une Machu Pichu con Ollantaytambo 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Museificación del paisaje, entendiendo al paisaje como una construcción social, la creación por medio de la acción del hombre de un escenario social, donde conjugan el ambiente como medio, la sociedad como utilización del medio y la cultura como concepción sobre el medio. (Criado Boado, 1991) ▪ Difusión de bienes patrimoniales, tanto naturales como culturales ▪ Posibilidad de recaudar fondos para ser reinvertidos en la conservación del patrimonio ▪ Reforzar la identidad local y diversidad cultural, mediante el intercambio de experiencias ▪ Activar la economía local, con oportunidad en el sector turístico y servicios complementarios: artesanías, productos locales, comercio, hostelería ▪ Crecimiento cultural de la población, capacitándose para la recepción y atención a los turistas. ▪ La devaluación del peso con respecto del dólar beneficia el mercado internacional, que encuentra en el país una buena relación calidad-precio ▪ Creciente interés por los Caminos del Inka reflejado en el incremento de afluencia turística a Perú, que nos sirven como antecedente de que es un elemento de reconocimiento internacional ▪ La potencial postulación del Camino del Inka como Patrimonio de la Humanidad, ante la UNESCO.
--	--

ELABORACIÓN DE LA PROPUESTA DE DESARROLLO TURÍSTICO

Objetivos

PUESTA EN VALOR DE LA RED VIAL INKAICA DE LA PROVINCIA DE SALTA, a partir de

- La realización de un relevamiento integral de la misma, su restauración parcial y preservación, a través del desarrollo de un programa de turismo sostenible.
- La creación de un museo al aire libre, conformado por senderos y centros de interpretación que recorran el Camino del Inka, y donde se haga hincapié en su gran valor educativo, social, cultural y económico.
- La transformación de la provincia de Salta en un referente de la cultura Inka en la República Argentina.

NORMALIZAR Y POTENCIAR EL USO DEL PATRIMONIO CULTURAL, con objeto de:

- Garantizar su uso responsable
- Incorporar el Patrimonio al flujo económico
- Buscar cauces que permitan su conservación, generando recursos desde el propio patrimonio con objeto de localizar nuevas fuentes de ingresos y la autofinanciación de los gastos generados por su uso.
- Generar y socializar la información sobre las culturas precolombinas con la finalidad de educar a las presentes y futuras generaciones locales, sobre la importancia cultural y económica de los recursos patrimoniales y su preservación, coadyuvando a recrear y afianzar la identidad.

CREACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO DENOMINADO: “CAMINOS DEL INKA EN SALTA”, desde el que:

- Se facilite la creación de rentas y empleo en la población local, mediante su capacitación, y participación activa en la creación del producto y en la implementación del mismo, contribuyendo de esta manera a impactar positivamente en áreas económicamente deprimidas y patrimonialmente desprotegidas.
- Se diversifique y revitalice la economía local, estableciendo vínculos con los sectores de hostelería, artesanía y comercio.
- Se garantice la preservación y recuperación del patrimonio, poniendo en valor sus atractivos culturales, atendiendo a criterios de sostenibilidad.
- Se diversifique la oferta turística actual, mediante la incorporación de un nuevo producto como una oferta alternativa, que tienda a captar nuevos segmentos de demanda.

DEFINICIÓN DEL PRODUCTO TURISTICO

ÁREA: LAS VENTANAS- QUEBRADA DE LAS CONCHAS

DESCRIPCIÓN Y SINGULARIDAD: La Quebrada de las Conchas, es el circuito turístico salteño más transitado. Cientos de turistas la recorren semanalmente, sin saber que hace 500 años, fuera una de las principales vías de comunicación que utilizaban los Inkas para unir el Valle de Lerma con los Valles Calchaquíes.

Debido a las características del terreno y a la erosión eólica y fluvial, sus formas han ido sufriendo permanentes modificaciones, que han estimulado la imaginación de quienes la recorren, tomando diferentes nombres a lo largo del recorrido. Sobre la Ruta Nacional N° 68, a unos 25km de Cafayate, se encuentra un lugar denominado “Las Ventanas”. Si abandonamos la ruta y nos internamos en la naturaleza podemos sorprendernos con los vestigios del Camino Inka que por allí pasaba. En una pequeña caminata de no más de una hora, se puede recorrer este tramo, retomando el camino principal unos kilómetros más adelante.

SEGMENTOS DE DEMANDA (PÚBLICO OBJETIVO)

La proximidad del Camino del Inka de Las Ventanas, sobre la RN 68, transitada diariamente por grupos muy heterogéneos de turistas ; sumado a la poca dificultad técnica y de exigencia física que el mismo requiere, hacen que este sub-producto pueda ser aprovechado por distintos segmentos del mercado turístico³:

- Excursionistas de todas las edades
- Turista casual
- Turista de paso o contemplador
- Aventurero/montañero
- Visitante cultural activo y pasivo
- Visitante conservacionista
- Investigadores

UTILIDAD PRINCIPAL

La utilidad principal consiste en posibilitar al turista experiencia de caminar sobre un sendero cargado de historia y significación.

ACTIVIDADES A DESARROLLAR

ACTIVIDADES LUDICO INTERPRETATIVAS

Recorrido a pie de un tramo de Camino Inka paralelo a la Ruta Nacional N° 68, acompañado por un guía local, y dotado al mismo tiempo, de carteles informativos e interpretativos.

ACTIVIDADES CULTURALES RECREATIVAS

³ Aventurero/Montañero: visitante explorador, espera afrontar retos de superación física y situaciones de riesgo, suelen ser personas jóvenes, de alto nivel cultural, diversos grados de actitud conservacionista

Turista cultural: acude con información previamente leída y con documentación, dedica poco tiempo a la visita, habitualmente muestra un perfil conservacionista

Turista conservacionista: busca un contacto íntimo con la naturaleza, actitudes conservacionistas, es un visitante informado, suelen ser personas jóvenes, dentro de este grupo pueden incluirse investigadores, que concurren al lugar para producir nuevos (GOMEZ LIMÓN, 2002)

Conocimiento de la música de la zona: interpretación de coplas por parte de pobladores locales, en un punto determinado del recorrido.

EVENTOS ESPECIALES

- Fiesta de la Pachamama: En el mes de agosto, desde antes de la aparición del imperio Inka se realizaba las ceremonias de culto a la Pachamama. Esta costumbre se conserva en algunos sitios del NOA, pero se ha perdido en otros. Sería interesante como foco de atracción turística, reactivar la práctica de estos eventos que beneficie a las comunidades locales.
 - Serenata a Cafayate: en la localidad de Cafayate se realiza todos los años, en el tercer domingo de Febrero, una fiesta folclórica, que consiste en tres noches de canto en la Bodega Encantada.
- Fiesta del Vino Torrontés: en el mes de Agosto, en Cafayate, se realiza la Fiesta Nacional del vino Torrontés, donde se realizan múltiples actividades culturales, como concursos, conferencias, y que culminan con una velada folclórica en la Bodega La Banda.

RECURSOS ASOCIADOS AL PRODUCTO

ARTESANÍAS Y PRODUCTOS TÍPICOS

En la Quebrada de las Conchas habitan gran cantidad de artesanos que elaboran originales productos con materia prima de la zona, como piezas de cerámica, instrumentos musicales, bijouterie (elaborada en cuero, piedras semipreciosas, metales, esmaltes, fibras vegetales) piezas talladas en madera, canastos, mates, tapices.

GASTRONOMIA

Al ser un circuito de paso, solo puede ofrecerse la venta de productos de elaboración artesanal, como quesos, vinos, dulces, pan.

POSIBLES ACTIVIDADES ASOCIADAS

- Senderismo en la zona, aprovechando atractivos paisajísticos del lugar.
- Safaris fotográficos
- Vinculación con el "Camino del Vino"

ESPACIO TEMPORAL RECOMENDADO

Dadas las características de la zona, las visitas pueden realizarse durante todo el año, especialmente los fines de semana, si se tratara de visitantes de zonas aledañas.

ANÁLISIS D.A.F.O. - POTENCIALIDAD DE LA ZONA

<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Falta de asociación de la cultura de los Valles Calchaquíes con la presencia de los Inkas en la región ▪ Falta de infraestructuras adecuadas: sitios de descanso y ocio ▪ Poca población local en la zona. 	<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Espectacularidad paisajística de la zona ▪ Condiciones climáticas muy favorables ▪ Estado de conservación de la Ruta Nacional N° 68, que es el acceso obligado ▪ Proximidad con la ciudad de Cafayate, que posee los servicios turísticos necesarios ▪ Estado de conservación del patrimonio cultural
<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mal uso y deterioro del patrimonio si no se realiza un control apropiado, sobre todo dada la fácil accesibilidad al recurso 	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Difusión del circuito turístico Salta-Cafayate ▪ Difusión de bienes culturales ▪ Reforzar la identidad y diversidad cultural ▪ Activar la economía de los pobladores de la Quebrada de las Conchas ▪ Complementar este producto turístico con otros como El Camino del Vino, Camino de los Artesanos, Circuito de los Valles Calchaquíes, etc.

ÁREA: VALLE ENCANTADO/PIE DE LA CUESTA - QUEBRADA DE ESCOPE

DESCRIPCIÓN Y SINGULARIDAD: El Valle Encantado forma parte del Parque Nacional Los Cardones. Sus extrañas formaciones rocosas, y los colores naturales de sorprendente contraste, le han conferido en los últimos años, una fama no poco merecida. Cada vez son más las personas que toman el desvío de 4km, que desde la ruta provincial N° 33 a la altura del km 57 baja a este escenario llenos de aleros y cuevas donde los antiguos habitantes dejaron plasmados en las rocas todo su arte, y que es

el punto de partida del recorrido. A partir de allí, las pircas del Camino Inka orientan al caminante hacia un sendero que bordea las estribaciones del cordón montañoso de la Serranía del Candado. El espacio se estrecha, hasta encajonarse en el río que baja zigzagueando entre las montañas. Numerosas manifestaciones rupestres van quedando en el camino. Una vez finalizada la cadena montañosa, se divisa la el pie de la Cuesta del Obispo, en la Quebrada de Escoipe, y un sendero abrupto conduce hacia el pie de la cuesta, donde finaliza el recorrido.

SEGMENTOS DE DEMANDA (PÚBLICO OBJETIVO)

Este sub-producto puede dirigirse a segmentos de demanda muy diferenciados; por un lado, el recorrido a pie del Camino Inkaico, presenta exigencias desde el punto de vista físico, y por lo tanto, estará destinado a segmentos específicos, como pueden ser:

Aventurero/montañero

Visitante cultural activo

Visitante conservacionista

Investigadores

Por otro lado, el centro de interpretación del Maray que, por su accesibilidad, sobre la RP 33 podrá absorber segmentos muy variados, que se sumarán a los anteriores, como:

Excursionistas de todas las edades

Turista casual

Turista de paso o contemplador

Visitante cultural pasivo

UTILIDAD PRINCIPAL

La utilidad principal consiste en recorrer un importante tramo de Camino Inka, accediendo al mismo tiempo a manifestaciones de arte rupestre, en un entorno natural de gran belleza.

ACTIVIDADES A DESARROLLAR

ACTIVIDADES LUDICO INTERPRETATIVAS

Recorrido a pie de un tramo de 20 km aproximadamente, divisando vestigios de Camino Inka, y algunas manifestaciones rupestres, en un escenario de inigualable valor paisajístico. El circuito debe realizarse acompañado por un guía local. Al mismo tiempo, se proporciona información mediante carteles informativos e interpretativos.

ACTIVIDADES CULTURALES Y RECREATIVAS

Visita al Centro de Interpretación al pie de la Cuesta del Obispo.

EVENTOS ESPECIALES

Fiesta de la Pachamama: En el mes de agosto, el imperio Inka realizaba las ceremonias de culto a la Pachamama. Esta costumbre se conserva en algunos sitios del NOA, pero se ha perdido en otros. Sería interesante como foco de atracción turística, reactivar la práctica de estos eventos.

RECURSOS ASOCIADOS AL PRODUCTO

ARTESANÍAS Y PRODUCTOS TÍPICOS

El recorrido del Camino Inka atraviesa fincas con una baja densidad de población, sin embargo, los habitantes de la zona podrían realizar artesanías, representando las pinturas rupestres, y ofrecerlas a la venta.

GASTRONOMIA

En la zona se elaboran quesos de cabra, conocidos por su calidad.

POSIBLES ACTIVIDADES ASOCIADAS

- Senderismo en la zona, aprovechando los cerros de media (hasta 5000 m.s.n.m.) y alta montaña (más de 5000 m.s.n.m.)
- Fotografías en balcones paisajísticos
- Parapentismo en el Valle Encantado
- Escalada en roca en la Serranía del Candado
- Estudios de Ciencias Naturales, en el Parque Nacional Los Cardones
- Estudios de Historia del Arte, en las pinturas rupestres

ESPACIO TEMPORAL RECOMENDADO

Las visitas pueden realizarse durante todo el año, sin embargo cabe mencionar que durante la noche la temperatura baja mucho, por lo que temprano en las mañanas de invierno es muy frío. También es de

destacar la humedad de la zona, que hace que sea necesario llevar vestimenta apropiada para lluvias y calzado adecuado para suelos húmedos.

ANÁLISIS D.A.F.O. - POTENCIALIDAD DE LA ZONA

<p>DEBILIDADES Falta de difusión de la cultura Inka en el NOA Falta de infraestructuras adecuadas Falta de capacitación de los pobladores locales Poca frecuencia de transportes públicos</p>	<p>FORTALEZAS Estado de conservación del patrimonio cultural Presencia de gran cantidad de manifestaciones de Arte Rupestre Variedad y contrastes de paisajes en la zona Acceso por la Ruta Provincial N° 33 La pertenecía del Valle Encantado al parque nacional Los Cardones</p>
<p>AMENAZAS Mal uso y deterioro del patrimonio La inestabilidad social actual de la Argentina, afecta la imagen internacional Incidencia de la situación económica actual del país sobre el turismo nacional Prohibición del acceso a terrenos privados</p>	<p>OPORTUNIDADES Difusión de bienes culturales Reforzar la identidad y diversidad cultural Activar la economía local La devaluación del peso con respecto del dólar beneficia el mercado internacional</p>

ESTRUCTURACION DEL PRODUCTO

A. Restauración del Recurso:

Este componente engloba todas aquellas acciones que tienden a conservar y restaurar el recurso base del producto turístico, es decir los caminos arqueológicos.

- Relevamiento integral de la Zona
- Organización del plan de trabajo
- Ejecución de las obras de restauración y conservación
- Ejecución de obras
- Equipamiento y Montaje de los Centros de interpretación

B. Estructuración del Producto:

Este componente tiene por objeto determinar las actividades turísticas compatibles con el recurso, que posibiliten el armado de un producto interesante y preparar a aquellas personas que tendrán a su cargo los grupos de turistas.

Diagramación de actividades

- a) Zonificación y diagramación de actividades
- b) Diseño de infraestructuras y equipamientos necesarios: habilitación de un parador turístico, habilitación de áreas de acampada libre organizada, construcción de un Centro de interpretación.
- c) Diseño de un programa de interpretación del recorrido: Señalización de los recursos (Señales de balizamiento: Señal de continuidad, Señal de cambio brusco de dirección: a derecha o izquierda, Señal de dirección equivocada; Señales informativas: Postes indicadores, Señales de ubicación, Paneles informativos, Señalética de orientación); equipamiento y montaje del Centro de Interpretación.

Diseño y elaboración de material para merchandising

C. Posicionamiento del Producto:

Colocar el nuevo producto en los diferentes mercados, es el objetivo de este componente. Para lo cual se desarrollarán las siguientes actividades.

- Material promocional
- Difusión del Producto

D. Comercialización del Producto:

El componente tiene por objeto hacer eficiente y eficaz la cadena de comercialización turística realizando fam tours, encuentros de comercialización, jornadas de capacitación, emisión de newsletters, etc.

1. La distribución del producto: Este producto turístico será distribuido mediante canales indirectos, pudiéndose ofertar de las siguientes maneras:

- a) Camino del Inka: se ofrece estos tramos de camino incaico como único producto.

- b) Creación de un paquete temático: creación de una línea argumental donde el eje temático sea el Camino del Inka, y que incluya todos los sitios relacionados, y que beneficie económicamente al usuario.
- c) Creación de paquetes turísticos: incluyendo el producto Camino del Inka, dentro otros atractivos turísticos de la región.

2. La comunicación del producto

Plan de comunicación interna:

OBJETIVOS:

- Transmitir a los agentes públicos, empresarios, asociaciones y población local, las posibilidades de desarrollo turístico de la zona, dando a conocer las recomendaciones y propuestas contenidas en el estudio elaborado.
- Sensibilizar a la población local en el interés del desarrollo turístico para la región.
- Facilitar la implicación de los actores locales en el proceso de desarrollo turístico de la región.

IMPLEMENTACIÓN:

Realizar reuniones informativas con los actores que puedan estar directa o indirectamente vinculados al desarrollo de la actividad turística: Administraciones Públicas, Sector económico, Sectores sociales, Personas del ámbito de la educación vinculadas al turismo, la cultura, el medioambiente, etc., Gestores de recursos y atractivos.

Plan de comunicación externa:

- a) Comunicación de identidad: diseño de una imagen de marca del producto como una parte integrante del mismo. Se trata de contar con elementos identificatorios y de posicionamiento que ayuden en las posteriores etapas de difusión y comercialización.
- b) Comunicación con el mercado: la comunicación estará destinada a los clientes en destino, clientes potenciales, medios de comunicación e intermediarios, y será factible mediante la utilización de los siguientes soportes: mapas-guías, folletos, manuales para operadores turísticos, CDs. y videos promocionales. Estos instrumentos se darán a conocer a través de los siguientes canales de comunicación: publicidad, publicaciones, relaciones públicas, ferias, work- shops, viajes de familiarización, internet.

PLAN DE CAPACITACIÓN DEL PERSONAL

- a) Reclutamiento de aspirantes
- b) Formación: Guías y encargado del centro de interpretación, Encargado del parador turístico, Operadores turísticos:
- c) Acreditación

PLAN DE CONCIENTIZACION DE LA POBLACION LOCAL

OBJETIVOS

- Sensibilizar a la población local en el interés del desarrollo turístico para la región,
- Facilitar la implicación de los actores locales en el proceso de desarrollo turístico de la región, resaltando la importancia de su rol.
- Proporcionar a las comunidades locales información sobre los recursos y el uso racional de los mismos.
- Conseguir que las comunidades locales adquieran y desarrollen actitudes respetuosas con el medio ambiente.

IMPLEMENTACIÓN

Acciones de formación y escuelas taller dirigidos al fortalecimiento de la sociedad civil y de la gestión local: formación dirigida a jóvenes desempleados, formación reglada, formación no reglada (cursos de formación ocupacional y continua)

- Campañas de sensibilización dirigidas a las comunidades locales en medios de comunicación de masas, exhibiciones, internet, publicaciones, conferencias, desarrollo de actividades, etc. Cada una de estas herramientas será utilizada en función a las características de las personas a las cuales nos dirigimos

Los destinatarios serán las administraciones locales (áreas de medio ambiente, turismo, cultura, asuntos sociales, agentes locales), organizaciones (asociaciones de hostelería, culturales, ambientales, etc), propietarios, usuarios locales, usuarios foráneos, estudiantes, empresarios, etc.

PROGRAMA DE MONITOREO

- a) Organización de un taller formativo–participativo conformado por los actores implicados, que sirva a modo de diagnóstico inicial.
- b) Organización de talleres participativos periódicos de revisión que tendrá por objeto evaluar el grado de conformidad de los participantes, y fomentar nuevas propuestas para el mejoramiento del producto y del nivel de calidad de vida de la comunidad.
- c) Implementación de un observatorio de demanda turística, que aporte datos acerca del grado de satisfacción del cliente, con la finalidad de adaptar permanentemente el producto, de acuerdo con las expectativas.

CONSIDERACIONES FINALES

El patrimonio es un recurso social, cultural y económico, para su utilización es imprescindible la puesta en valor, es decir su identificación y estimación social. La correcta difusión de los bienes culturales es de trascendental importancia ya que sirve para reforzar la identidad y diversidad en un mundo globalizado que tiene como paradigma la homogeneización.

Al hablar de bienes patrimoniales no nos referimos a un inventario de objetos atractivos, factibles de exhibir, sino, al conocimiento e interpretación integral, contextualizada e interrelacionada del patrimonio cultural, donde los objetos son solo una parte de un todo. Cada vez se habla menos de la distinción entre espacios o sitios naturales y culturales, a favor del concepto de espacio social o paisaje cultural, que propone una mirada más antropológica e integral del mundo. También los museos, como instrumentos necesarios al servicio de la sociedad, debieron y deben cambiar su estaticidad e inamovilidad para convertirse en instituciones creativas y dinámicas que motiven y satisfagan al público de estos tiempos.

En este sentido y considerando al proyecto “Caminos del Inka en Salta” como un producto turístico basado en los bienes patrimoniales, en un contexto geográfico de características únicas, que conducen a la creación de paisajes culturales, es que se propone, como se mencionó más arriba, la creación de un museo al aire libre. No se trata del simple recorrido por caminos arqueológicos, sino de un complejo sistema interrelacionado de significaciones espaciales (del paisaje) que le otorgan al circuito características únicas. Al hablar de museos al aire libre o la museificación del paisaje nos introducimos en modernas concepciones que están empezando a tener mucha repercusión en el ámbito internacional. La actividad turística bien planificada y desarrollada es el mejor vehículo para la puesta en valor y preservación de los bienes patrimoniales, los cuales deben “servir” a la sociedad. El valor más importante de los recursos culturales radica en la información que ellos atesoran y la directa relación con la educación y sensibilización social, que coadyuvan a recrear y reforzar la identidad de los actores sociales.

Los beneficios concretos son de amplio espectro. En primer lugar se crean focos de reactivación económica en zonas deprimidas, sin posibilidades productivas. Se genera información hasta el momento desconocida que sirve para conocer sobre el pasado precolombino y valorarlo, hecho que repercute directamente en la conservación del patrimonio arqueológico y antropológico. Con mucha frecuencia los moradores locales regalan o venden objetos arqueológicos a los visitantes, principalmente porque ignoran su valor cultural e histórico, tratándose solo de “cosas viejas”. Con la capacitación prevista y la transformación de esos objetos en un recurso económico, se puede frenar considerablemente el tráfico ilegal de piezas arqueológicas. La ecuación es sencilla, un objeto o ruinas arqueológicas exhibidas a cientos o miles de turistas valen más que un objeto vendido o unas ruinas devastadas. Por lo antedicho es primordial el trabajo en y con los miembros de la comunidad y su permanente capacitación, especialmente en las escuelas, pues sin la educación adecuada se ignora la importancia del recurso y este se dilapida y se pierde para siempre. Es común la permanente emigración de población económicamente activa del ámbito rural hacia la ciudad, al generar nuevas posibilidades laborales esta situación se revertiría, produciendo un impacto positivo en las localidades del interior de la provincia.

Con respecto a los riesgos, los mismos se relacionan con la pérdida o daño irreversible del patrimonio cultural y todas las consecuencias sociales y legales del caso. Se debe tener en cuenta que toda actividad turística en relación con el patrimonio arqueológico y antropológico siempre genera un impacto. La ejecución del presente proyecto tiende a minimizar dichos impactos y potenciar los elementos positivos para la sustentabilidad en el tiempo del recurso puesto en valor. Por ello no se deben escatimar esfuerzos en la capacitación comunitaria, ya que si ellos se benefician se encargarán de cuidar el patrimonio-recurso, caso contrario, la actividad turística tendrá características depredadoras y su proyección será a corto plazo.

BIBLIOGRAFIA

- BERNABÉ GARCÍA, Antonio
2001
Factores clave de éxito de la Política Turística en Espacios Rurales. Universidad Politécnica de Valencia. Gandía, España.
- GARCÍA P., Angel E.
1999
"Uso de la Tierra: Agua, Minería, Turismo". Recursos Naturales y Patrimonio Cultural del Parque Nacional y Área Natural de Manejo Integrado Cotapata. La Paz, Bolivia.
- GINER ARRANZ, Ma. Dolores.
2001
"Bases para el plan comunal de desarrollo turístico de San Fernando. Sexta Región". Universidad Central de Chile. Santiago, Chile.
- GOMEZ LIMÓN, Javier
2001
La demanda turística en espacios naturales. Universidad Politécnica de Valencia. Gandía, España.
- HYSLOP, J.
1992
QHAPAQÑAN. El sistema vial incaico. Instituto Andino de Estudios Arqueológicos. Perú.
- IROLDI, Oscar
2002
"Conclusiones de la Cumbre Mundial de Ecoturismo". Uruguay.
Los Inkas del Kollasuyu. Ramos Americana editorial. La Plata. Argentina.
- RAFFINO, R.
1981
Poblaciones Indígenas en Argentina. Urbanismo y Proceso Social precolombino. Tipográfica Editora Argentina. Buenos Aires.
- RAFFINO, R.
1991
Los caminos del Inca en el antiguo Perú. Sanmartí. Lima. Perú.
- REGAL, A.
1936
Historia del Tahuantinsuyu. Instituto de Estudios Peruanos. Lima, Perú.
- ROSTWOROWSKI DE DIEZ
CANSECO, M.
1988
Vialidad Imperial de los Incas. Serie Histórica N° XXXIII, Instituto de Estudios Americanistas. Facultad de Filosofía y Humanidades. Universidad Nacional de Córdoba. Argentina.
- STRUBE ERDMAN, L.
1963
"Arqueología en montaña: Las ruinas más altas del mundo". *Revista AIRE y SOL*. Editorial Mirabilia. N° 245. Capital Federal, Buenos Aires, Argentina.
- Vitry, Christian
1998
"Geografía Sagrada: Un recorrido toponímico por las montañas de Salta". *Miradas*. N° 19. Salta, Argentina.
- Vitry, Christian
1999a
"Espacio geográfico e identidad cultural". *Miradas*. N° 23. Salta, Argentina.
- Vitry, Christian
1999b
"Caminos del Inca en Salta". Revista *Alquimia* Año 1, N° 2. Fundación Capacit-Ar del NOA. Salta, Argentina.
- Vitry, Christian
1999c
Aportes para el Estudio de Caminos Incaicos. Tramo Morohuasi Incahuasi. Salta-Argentina. Gofica. Argentina.
- Vitry, Christian
2000^a
"Trekking por los caminos del Inca". Revista *Informes de Salta la nuestra* N° 20, mayo de 2000. Salta.
- Vitry, Christian
2000b
QHAPAQÑAN: EL CAMINO REAL DE LOS INCAS. Revista "Informes de Salta la nuestra" N° 23, enero de 2001. Salta.
- Vitry, Christian
2001a
"El camino del Inka entre el Valle de Lerma y Calchaquí (N.O. Argentino)". (En prensa).
ACTAS DEL XIV CONGRESO NACIONAL DE ARQUEOLOGÍA ARGENTINA. Organizado por la Universidad Nacional de Rosario, 17 al 22 de agosto de 2001.
- Vitry, Christian
2001b
"Santuarios o sitios de altura de la Provincia de Salta". En REVISTA DEL CIADAM (Centro de Investigaciones Arqueológicas de Alta Montaña). Tomo 6°, años 1997-1999. San Juan, Argentina. Editorial y Talleres Gráficos de la Universidad Católica de La Plata, 2001. pp. 147-161.
- Vitry, Christian
2001c
"Los Incas y el paisaje. Organización geopolítica y religiosa del territorio prehispánico".
- Vitry, Christian
2001d

ACTAS DEL 3º ENCUENTRO INTERNACIONAL ALEXANDER VON HUMBOLDT. (versión digital). 15 al 19 de octubre de 2001.

Vitry, Christian
2002

“Apachetas y mojones, marcadores espaciales del paisaje prehispánico”. En Revista 1 Escuela de Historia. Año 1, Vol.1, N° 1, Año 2002. Facultad de Humanidades, UNSa. pp. 179 – 191.

Vitry, Christian
2003a

"Control territorial a través de puestos de observación y peaje en el camino del Inca. Tramo Morohuasi - Incahuasi, Salta Argentina". Revista Cuadernos 20. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales. Universidad Nacional de Jujuy. pp.151-172.

Vitry, Christian
2003b

“La expedición sueca y los primeros capítulos de la historia de la Arqueología de alta montaña”. Revista Sacarina N° 3. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales. Universidad Nacional de Jujuy. pp. 337-344.

Vitry, Christian
2003c

“Fiesta Nacional de la Pachamama. El ritual de alimentar a la tierra”. En Gastronomía y Turismo. Cultura al plato. Lacanau, G. y J. Norrild (Coordinadoras). CIET Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos. Buenos Aires. pp. 227-244.