



*IEP - Instituto de Estudios Peruanos*

---

---

# DESARROLLO TERRITORIAL RURAL CON IDENTIDAD CULTURAL VALLE DEL COLCA

---

---



**TERRITORIOS**  
con identidad cultural

# El Valle del Colca

El valle del Colca se encuentra situado al sur de Perú, en la región Arequipa

Comprende la provincia de Caylloma, integrada por 19 distritos

Según el censo del año 2005, esta provincia tiene 72.000 habitantes

Es una zona donde el turismo ha aumentado exponencialmente en los últimos años (segundo destino en Perú)



TERRITORIOS  
con identidad cultural



# Retos de la investigación

---

---

- **Combinar el estudio de un proceso macro y sus repercusiones a nivel micro**
- **Integrar un análisis externo de estos procesos, y la percepción de los actores involucrados en los mismos**
- **Obtener resultados significativos desde una perspectiva académica y desde una perspectiva práctica**



TERRITORIOS  
con identidad cultural



# Concursos de testimonios

---

---

- Buscaban calibrar la apropiación de la población local de los procesos de DTR basados en la puesta en valor del patrimonio cultural material
- Los colegios fueron el vehículo central de estos concursos, que giraron sobre diferentes ejes temáticos: mapas culturales, gastronomía, artesanía etc. Los ganadores de cada concurso a nivel distrital participaron en una edición final a escala provincial en el mes de diciembre de 2006





# Experiencias estudiadas

---

---

- Promoción del turismo en Sibayo (municipalidad)
- Asociación de guías de Chivay (población)
- Asociación de artesanos de Chivay (Sierra Sur)
- Promoción del maíz de Cabanaconde (Sierra Sur)
- Promoción del turismo en Tapay (población)
- Promoción productos locales en Cuchochapilla (SS)
- Asociación de alpaqueros de Callalli (población)



# Estrategias de DTR-IC

---

---

- El objetivo es aumentar el nivel de vida de los pobladores, mediante la valorización de bienes y servicios producidos localmente, a través de su identificación con una identidad cultural vinculada a su origen colqueño.
  - Tres categorías de productos involucrados en las experiencias. Cada una de estas categorías implica una estrategia de DTR-IC diferente.
1. Productos con identidad cultural explícita. Bienes, como las artesanías, que desde su concepción poseen una identidad cultural definida, asumida por los productores y los consumidores. Existe un mercado consolidado para estos productos, donde la competencia es grande. El reto es alcanzar estándares de calidad.



# Estrategias de DTR-IC

---

---

- 2. Productos con identidad cultural implícita.** Productos como determinados tipos de maíz o papa, con amplia demanda dentro y fuera del valle, que pertenecen a la tradición local, pero cuya IC no es percibida de manera automática, ni por el productor ni por el consumidor. El reto consiste en hacer visible esa identidad cultural, para generar mayor valor en los productos. Ejm. el maíz cabanita,
- 3. Productos inmateriales vinculados al patrimonio histórico, cultural o natural de los territorios.** Se trata de productos como el paisaje, las tradiciones culturales, la historia, etc., que convierten a las localidades del valle en lugares “únicos”. El reto consiste en generar, a partir de este carácter singular, una canasta de bienes y servicios producidos en el ámbito local. Ejm. redes de guías locales.



# Acciones para la valorización de los productos con IC



- Acciones dirigidas a mejorar de la calidad de los bienes y servicios producidos localmente.
- Acciones dirigidas a crear una institucionalidad que sirva de base a los procesos de DTR-IC
- Incorporación de elementos explícitamente referidos a la identidad cultural.

# Grupos objetivo

---

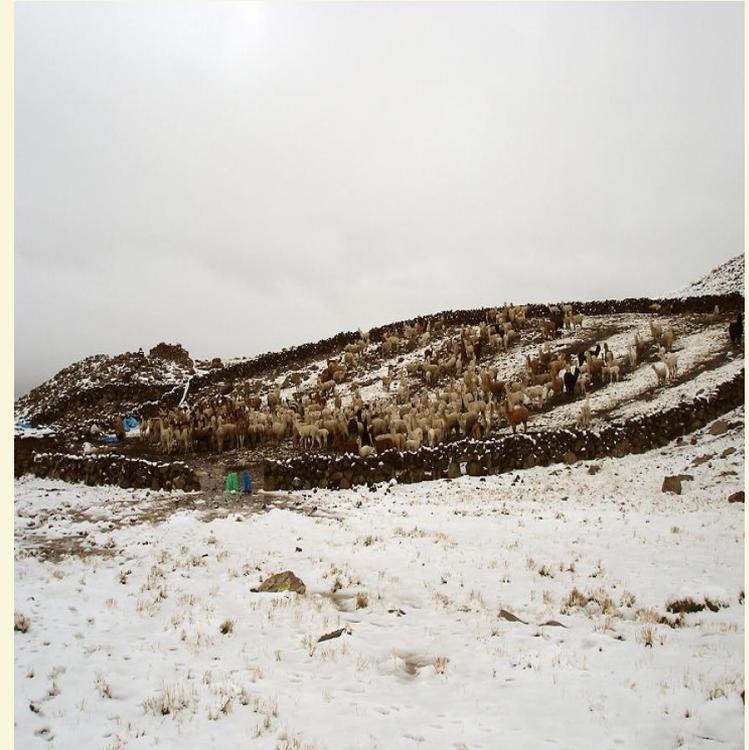
---

- **Turistas que se acercan hasta el valle del Colca siguiendo los canales habituales, integrados en grupos controlados por empresas arequipeñas.**
- **Turistas alternativos, que se acercan hasta el valle por propia iniciativa, con intereses específicos.**
- **Consumidores urbanos de nivel medio y alto, que valoran sobre todo el componente de IC de los productos.**
- **Consumidores urbanos de nivel medio y bajo, que consumen productos agrícolas procedentes del valle del Colca dentro de su canasta de alimentos.**



# Resultados directos

- Las iniciativas analizadas son todavía frágiles. Se encuentra aún en un nivel muy incipiente en cuanto a DTR-IC
- Los problemas se dan en dos momentos: (a) las estrategias encuentran problemas para ser asumidas por toda la población / actores implicados y (b) existen problemas para ser aplicadas
- El problema no es “falta de identidad”, sino la ausencia de una percepción respecto a la posibilidad de capitalizar esta identidad



TERRITORIOS  
con identidad cultural



# Resultados indirectos

- **Posicionamiento de nuevos liderazgos en áreas rurales. En Sibayo y Callalli actores involucrados se han prestigiado y han sido elegidos alcaldes**



- **Las estrategias de DTR-IC pueden contribuir a posicionar mejor a grupos desfavorecidos, al tratarse de campos nuevos, donde no existen actores previamente posicionados**

# En conclusión...

---

---

- **Dos de las iniciativas estudiadas, Sibayo y Callalli, han sentado las bases para generar procesos locales de DTR-IC exitosos en los próximos años. En Sibayo el turismo se ha convertido en el eje del desarrollo local, tal como éste es visualizado por los actores locales**
- **Otras dos experiencias, las desarrolladas en Chivay con asociaciones de guías y artesanos, presentan buenas perspectivas. Sin embargo, no se puede hablar de procesos de DTR-IC, ya que únicamente involucran a un sector reducido de la población. Constituyen ejemplos interesantes de cómo colectivos concretos pueden insertarse en proceso de DTR-IC que ya están en marcha**



# **DESARROLLO TERRITORIAL RURAL CON IDENTIDAD CULTURAL VALLE DEL COLCA**

**Fotografías: Carlos Gutiérrez – Sierra Sur**



# ¿Desarrollo Territorial Rural con Identidad Cultural?

---

## Estudio de caso - Huacas de la Costa Norte

---

Carolina Trivelli

Raúl Hernández Asensio

Sofía Vera

Junio 2007



TERRITORIOS  
con identidad cultural



Con el auspicio de la **Fundación Ford**

*IEP Instituto de Estudios Peruanos*

# PREGUNTAS

---

---

- ¿Puede la presencia y puesta en valor de patrimonio edificado (construcciones prehispánicas en este caso) dinamizar un territorio?
- ¿Existe evidencia de éxito a partir de este tipo de estrategias? ¿A través de qué procesos se produce esta dinamización? ¿Qué condiciones deben cumplirse? ¿Qué factores inhiben el proceso o lo debilitan?



# CASOS: LA COSTA NORTE

## Enfoque comparativo ante la imposibilidad de tener evidencia de cómo era “antes”

Tabla 1

Resumen de estudios de caso incluidos en la investigación

Complejo arqueológico	Poblaciones estudiadas	Distrito	Provincia	Región	Valle
Huacas del Sol y la Luna	Campiña de Moche	Moche	Trujillo	La Libertad	Moche
Pirámides de Túcume	Túcume Caserío La Raya	Túcume	Lambayeque	Lambayeque	La Leche
Huaca Rajada - Sipan	Caserío Sipán Caserío Huaca Rajada	Saña	Chiclayo	Lambayeque	Reche
Huaca El Brujo	Magdalena de Cao Caserío Nazareno	Magdalena de Cao	Ascope	La Libertad	Chicama



# CUATRO ETAPAS

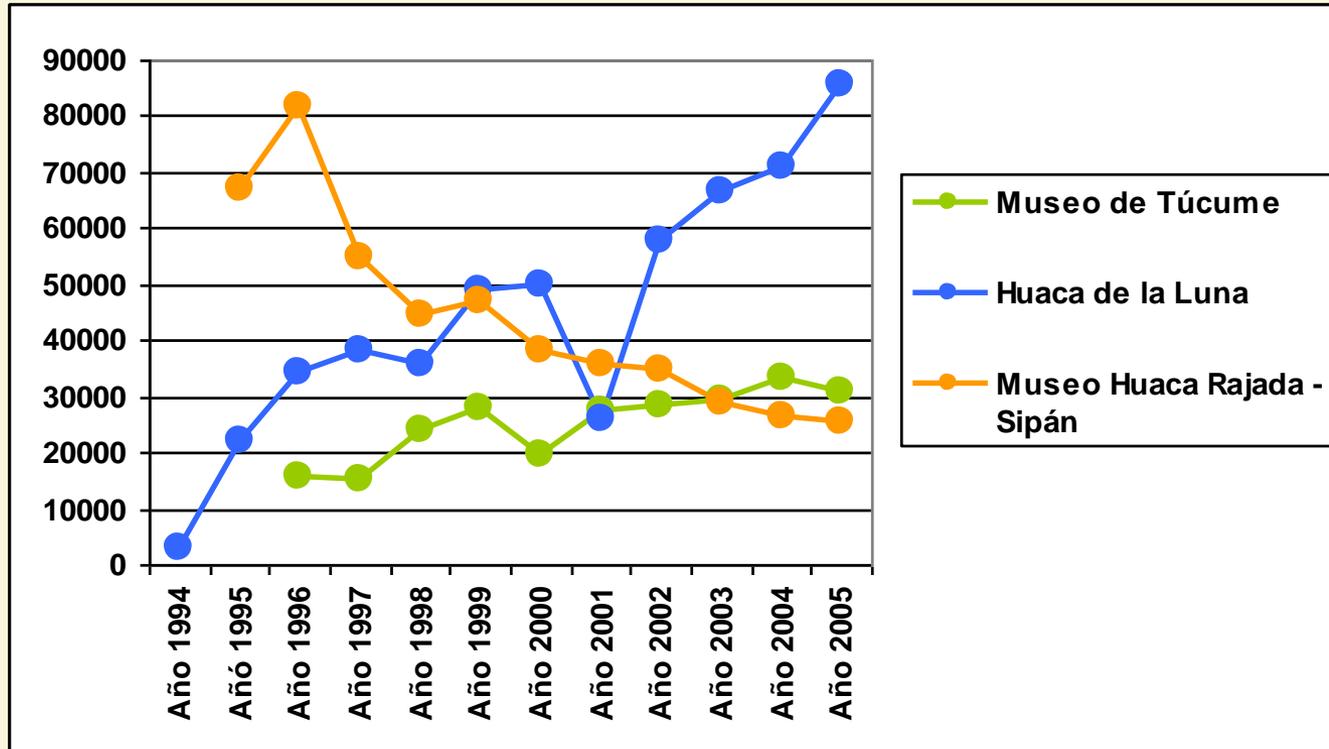
---

Para analizar el proceso desencadenado (o no) a partir de la puesta en valor de los monumentos arqueológicos, proponemos la existencia de 4 etapas:

1. Visibilización y posicionamiento del patrimonio cultural local
2. Recreación/apropiación de identidad local a partir de la puesta en valor de un monumento
3. Generación de una canasta de bienes y servicios con IC
4. Posicionamiento de productos con IC en el mercado

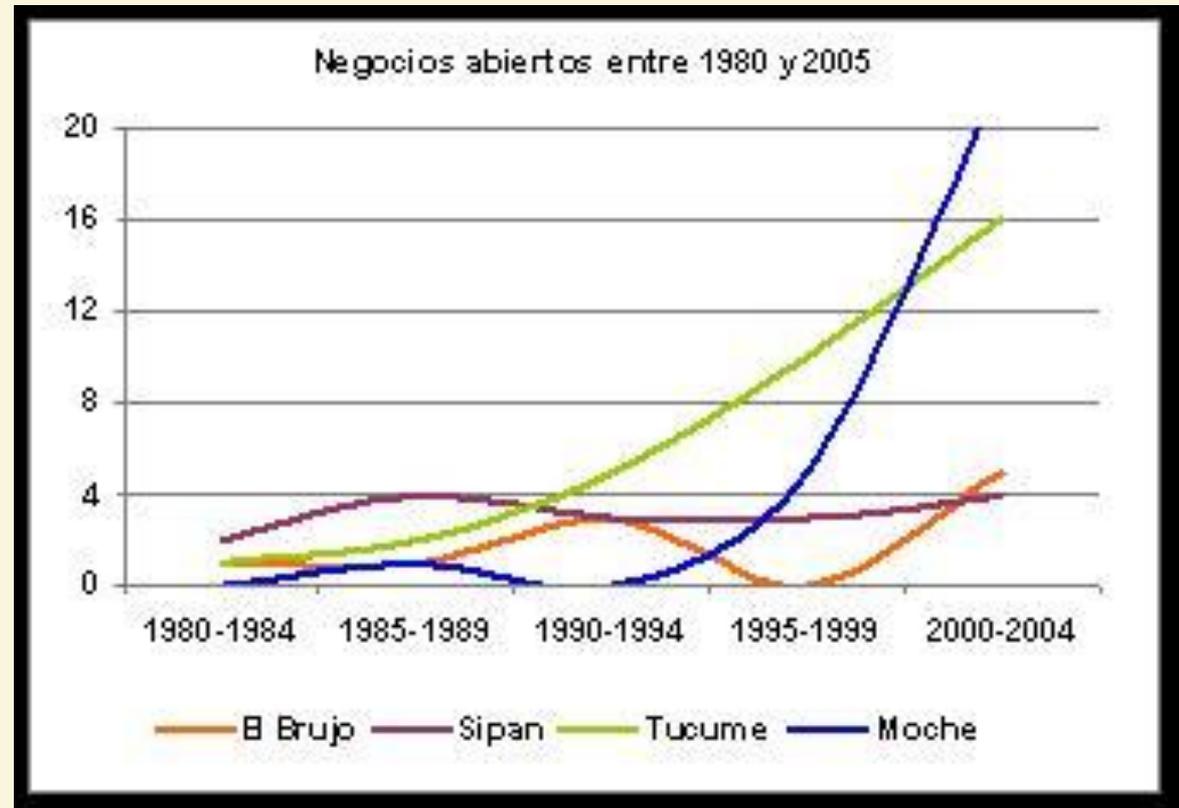


# RESULTADOS: EL TURISMO



# ¿DTR?

## ● Negocios



# ¿DTR?

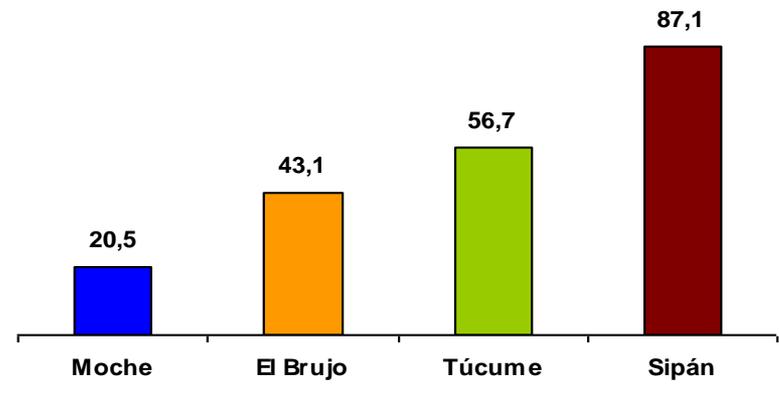
## Negocios

Tabla 11

Relación  negocio

(Incluye el dueño o gerente del negocio)

Concentración del empleo en pequeños negocios  
Porcentaje de la población que trabaja en negocios  
de tres o menos empleos, incluyendo el dueño o  
gerente



Caso	Negocios considerados	Empleados totales	Ratio
Moche	32	178	5,6
El Brujo	16	58	3,6
Túcume	36	108	3,0
Sipán	18	31	1,7
<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>375</b>	<b>3,7</b>



TERRITORIOS  
con identidad cultural



# ¿DTR?

---

---

- **Apreciación cualitativa:**
  - **Moche: transformación importante, calidad alta**
  - **Túcume: impacto importante pero sin mucha transformación**
  - **Magdalena de Cao: poco cambio, reciente**
  - **Sipán: sin impacto**

# ¿DTR?

## Cohesión social e integración competitiva con mercados dinámicos

Cuadro 7

Evolución en los territorios entre el momento anterior a las intervenciones y la actualidad



# CONCLUSIONES

---

---

- **Procesos no lineales**
- **Impacto positivo puede no convertirse en DTR**
- **Es clave tomar en cuenta el punto inicial del proceso, la calidad del “activo” cultural, la propuesta de valorización, el grupo de actores involucrados, etc.**
- **Hay que diferenciar impacto tangible del intangible**
- **¿DTR? Túcume, pero de bajo nivel, Moche, posible pero más éxito privado/ aislado; Magdalena de Cao, por verse; Sipán, evidencia que puede no pasar nada!**

---

# ¿Desarrollo Territorial Rural con la Identidad cultural?

---

**Carolina Trivelli**

**Raúl Hernandez Asensio**

**con la colaboración de**

**Sofía Vera y Rafo Nova**

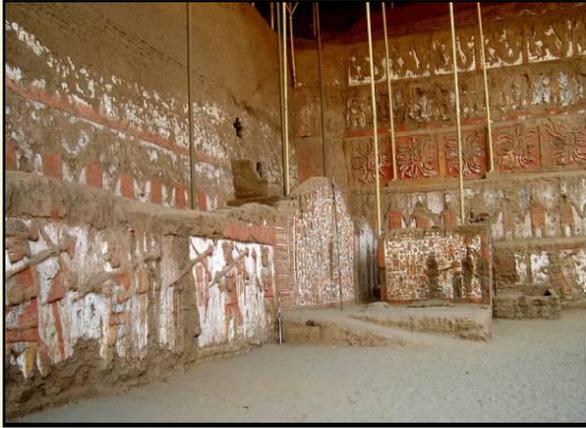


**TERRITORIOS**  
con identidad cultural



Con el auspicio de la **Fundación Ford**

*IEP Instituto de Estudios Peruanos*



**Murales polícromos en la  
Huaca de la Luna**

**Preparativos para  
conferencia en la Huaca  
de la Luna**



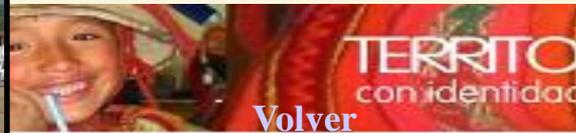
**Con el auspicio de la Fundación Ford**

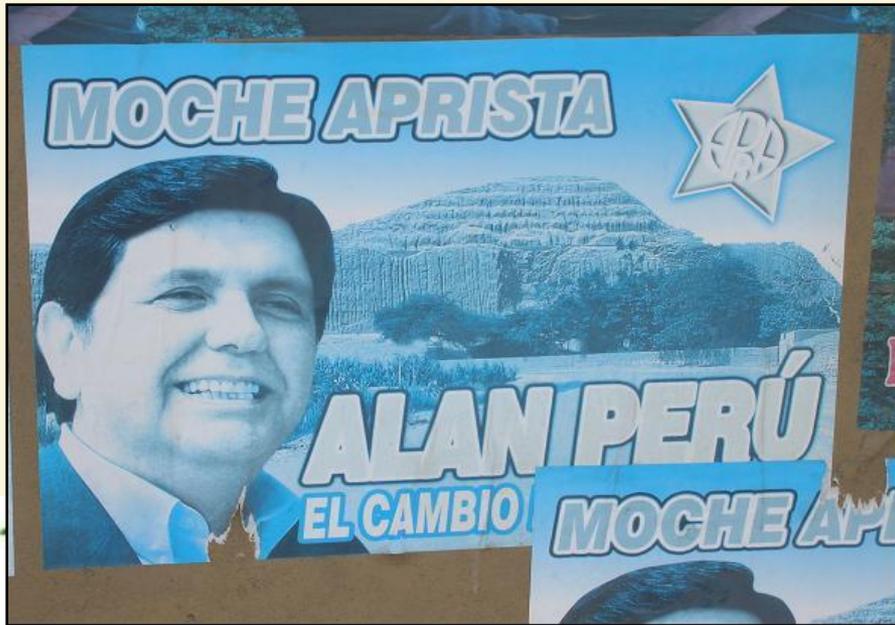
**Huaca El Brujo**



**Pirámides de Túcume**

**Feria del Libro de  
Trujillo**





**Segunda etapa**  
**Apropiación del patrimonio**



Con el auspicio de la Fundación Ford



**La IC como estrategia para generar valor agregado en bienes y servicios**



[Volver](#)



nos



## Cuarta etapa

### Posicionamiento de los bienes y servicios con IC

- Mejoramiento del entorno de los monumentos, para facilitar la permanencia de los turistas
- Apertura de locales donde los artesanos pueden acceder directamente al consumidor



[Volver](#)