

Universidad de Buenos Aires
Facultad de Ciencias Económicas
Escuela de Estudios de Posgrado

MAESTRÍA EN ECONOMÍA Y GESTIÓN DEL TURISMO

TRABAJO FINAL DE MAESTRÍA

**Bases para un desarrollo turístico sostenible
en la Quebrada de Humahuaca**

AUTOR: ROSANA MABEL BARDANCA

DIRECTOR: ENRIQUE CARLOS AMADASI

JUNIO 2017

AGRADECIMIENTOS

A Dios por bendecir mi vida y guiar siempre mis pasos.

A mi madre por su amor incondicional y enseñarme que todo es posible si creo en mí.

A mi padre y hermana por su gran ejemplo de superación y completa confianza.

Al Dr. Enrique Amadasi, por su paciencia y valiosa dirección, ya que gracias a su dedicación hoy “nuestro” proyecto de investigación es una realidad.

Al Profesor Emérito Juan Carlos Chervatin, Director de nuestra carrera, la Maestría en Economía y Gestión del Turismo, por su generosidad y apoyo, en especial, para vencer los últimos escollos para la entrega de este trabajo de investigación.

A las personas entrevistadas por su apreciable colaboración y en especial al Lic. Christian Schwarz porque sus sugerencias y recomendaciones ayudaron a enriquecer el Trabajo Final de Maestría.

A todos ustedes mi mayor gratitud, respeto y admiración.

RESUMEN

“Bases para un desarrollo turístico sostenible en la Quebrada de Humahuaca” aborda un tema controversial, ya que desde hace algunos años el destino ha experimentado un boom turístico que provocó cambios radicales en la naturaleza de su paisaje, economía, vida y cultura del lugar. Esta investigación nace de la preocupación por la modalidad del actual crecimiento turístico en la Quebrada y sus consecuencias para el futuro. Por lo tanto, el presente trabajo tiene como objetivos principales conocer los componentes centrales de un desarrollo turístico sostenible y analizar el grado de sostenibilidad del destino. Los lineamientos metodológicos que soportan la investigación son la revisión bibliográfica de una importante cantidad de fuentes secundarias y la obtención de fuentes de información primarias a través de instrumentos de recolección de datos como cuestionarios, entrevistas y observación directa. De este modo, se ha logrado generar evidencia que permita iluminar y comprender varios de los procesos y fenómenos que suceden en nuestra región. A lo largo de los cinco capítulos se intenta comprobar empíricamente si la Quebrada de Humahuaca es efectivamente un desarrollo turístico sostenible o tan sólo un crecimiento acompañado de un discurso inverosímil. En el primer capítulo se hace una revisión sobre las bases naturales de su territorio y población, ya que sin ellos la práctica del turismo no sería posible. Resulta de especial interés el análisis del proceso de poblamiento desde el asentamiento de los pueblos originarios hasta nuestros días. En el segundo capítulo se examinan las características socioeconómicas y de infraestructura de la región, tan importantes para las economías quebradeñas, así como algunos datos de empleo. El tercer capítulo tiene como objetivo principal describir la situación actual del desarrollo turístico, a través del análisis de los productos y atractivos que componen la Quebrada, de las cifras turísticas y algunas miradas que alertan sobre la fragilidad del destino y los fenómenos que en ella se producen. Siguiendo la misma dirección, en el capítulo cuatro se estudian los motivadores por los que los turistas visitan nuestra región, su proveniencia y tendencias; aspectos importantes para comprender el rumbo de la Quebrada. El quinto capítulo se dedica a la organización del turismo, los actores sociales y su comportamiento en el destino. Finalmente, en las conclusiones se hace una evaluación integral sobre el grado de sostenibilidad y los impactos del turismo en la Quebrada de Humahuaca, así como las sugerencias para futuras investigaciones.

Palabras claves: Quebrada de Humahuaca, turismo sostenible, desarrollo turístico, turismo y patrimonio.

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS	2
RESUMEN.....	3
INTRODUCCIÓN	9
PLANTEAMIENTO DEL TEMA	13
MARCO TEÓRICO.....	17
METODOLOGÍA	23
Capítulo 1. LAS BASES NATURALES DEL TERRITORIO Y SU POBLACIÓN	35
1.1. LAS BASES NATURALES	35
1.2. LA POBLACIÓN.....	44
Capítulo 2. LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS	58
2.1. LAS ACTIVIDADES AGROPECUARIAS	58
2.2. LAS OTRAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS.....	64
2.3. ALGUNOS DATOS SOBRE EMPLEO.....	78
Capítulo 3. EL DESARROLLO TURÍSTICO	81
3.1. LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS	81
3.2. ALGUNAS CIFRAS SOBRE TURISMO	101
3.3. ALGUNAS OTRAS MIRADAS DEL TURISMO EN LA QUEBRADA.....	103
Capítulo 4. MIRANDO A LOS TURISTAS	110
4.1. LAS MOTIVACIONES TURÍSTICAS	110
4.2. ALGUNAS CIFRAS SOBRE LOS TURISTAS Y SU EVOLUCIÓN	123
Capítulo 5. LA ORGANIZACIÓN DEL TURISMO EN LA QUEBRADA Y SUS PRINCIPALES ACTORES	133
5.1. LOS SERVICIOS TURÍSTICOS BÁSICOS.....	133
5.2. LA CALIDAD TURÍSTICA.....	151
5.3. LA OFERTA DE CIRCUITOS TURÍSTICOS	154
5.4. LA INSTITUCIONALIDAD ¿HAY SINERGIA ENTRE LOS SECTORES PRIVADO Y PÚBLICO?	157
5.5. UN NUEVO ACTOR: LA UNIVERSIDAD.....	161
5.6. LA COMUNIDAD “ANFITRIONA”.....	162
CONCLUSIONES Y REFLEXIONES FINALES	170
BIBLIOGRAFÍA.....	200

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Lugares de proveniencia de los turistas encuestados.	25
Cuadro 2. Análisis de la cuenca del río Grande en la región de la Quebrada.	42
Cuadro 3. Crecimiento de la población por censos según departamentos. De 1869 a 1947... ..	48
Cuadro 4. Crecimiento de la población por censos a nivel provincial. De 1869 a 1947	48
Cuadro 5. Crecimiento de la población por censos según departamentos. De 1947 a 2010... ..	51
Cuadro 6. Crecimiento de la población por censos a nivel provincial. De 1947 a 2010.	51
Cuadro 7. Nacidos vivos registrados, defunciones totales, según grupos de edad y maternas por departamentos. Año 2010	55
Cuadro 8. Distribución de la población por zona.....	56
Cuadro 9. Superficie y densidad poblacional, según departamentos.	57
Cuadro 10. Volúmenes de producción de los principales cultivos hortícolas. 2012.....	60
Cuadro 11. Permisos de edificación de los 3 departamentos. Año 2016.	64
Cuadro 12. Total de viviendas por departamento 2010.	66
Cuadro 13. Viviendas particulares habitadas, hogares y población censada por tipo de vivienda, según departamento. Año 2010.	66
Cuadro 14. Rendimiento estadístico de atención ambulatoria en hospitales y centros de salud. Año 2013.....	74
Cuadro 15. Rendimiento estadístico de guardia en hospitales y centros de salud. Año 2013	74
Cuadro 16. Cantidad de médicos matriculados según departamento. Años 2012 y 2013.	75
Cuadro 17. Rendimiento estadístico de sectores de internación en hospitales. Año 2013.	75
Cuadro 18. Alumnos matriculados de educación común y servicios complementarios por nivel según departamentos. Año 2013.	77
Cuadro 19. Unidades educativas por nivel y sector según departamento. Año 2013.	77
Cuadro 20. Condición de actividad según departamento. Año 2010.	79
Cuadro 21. Tasas de actividad, empleo y desocupación según departamento. Año 2010.	79
Cuadro 22. Productos turísticos y mercados, según destino. Año 2012.	82
Cuadro 23. La motivación en el ciclo turístico.	111
Cuadro 24. Tipos de alojamiento en Quebrada de Humahuaca. Año 2015.	133
Cuadro 25. Cantidad de alojamiento y plazas según localidad. Año 2015.	136

Cuadro 26. Evolución anual de la cantidad de agencias de viaje en Quebrada de Humahuaca. Años 2006 a 2015.....	142
Cuadro 27. Ideas de cómo mejorar el turismo en la región. Resultados de investigación de campo.	147

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Noches que pernoctan en la Quebrada de Humahuaca.	26
Gráfico 2. Transporte utilizado para llegar a Jujuy.	26
Gráfico 3. Tipos de alojamiento.	27
Gráfico 4. Rango etario según departamento. Año 2010.	56
Gráfico 5. Información sobre el destino. Resultados de investigación de campo.....	119
Gráfico 6. Experiencia en la Quebrada de Humahuaca. Resultados de investigación de campo.	121
Gráfico 7. Recomendación sobre visitar Quebrada de Humahuaca. Resultados de investigación de campo.	122
Gráfico 8. Incremento en el porcentaje de arribo de turistas a la Quebrada de Humahuaca en relación al total de arribos de la provincia de Jujuy. Desde 1994 a 2015.	124
Gráfico 9. Proveniencia de turistas nacionales a la provincia de Jujuy. Año 2015.	125
Gráfico 10. Proveniencia de turistas extranjeros a la provincia de Jujuy. Año 2015.....	126
Gráfico 11. Evolución de alojamiento en la Quebrada de Humahuaca. Años 1998 a 2015. .	134
Gráfico 12. Proporción de plazas de principales localidades turísticas de la región Quebrada de Humahuaca sobre total provincial. Año 2015.	135
Gráfico 13. Tasa de ocupación por plazas según localidades turísticas de la Quebrada. Año 2015.	137
Gráfico 14. Año de inicio de operaciones. Resultados de investigación de campo.	144
Gráfico 15. Proveniencia de los trabajadores en los establecimientos. Resultados de investigación de campo.	144
Gráfico 16. Evaluación de resultados económicos en los establecimientos. Años 2015, 2016 y expectativas de 2017. Resultados de investigación de campo.	146
Gráfico 17. Servicios que deben ser mejorados. Resultados de investigación de campo.	149
Gráfico 18. Calidad de los establecimientos de la oferta en la Quebrada de Humahuaca. Resultados de investigación de campo.....	153

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

Fotografía 1. Laguna de los Patos (Tilcara, 2017). Autoría: propia.....	30
Fotografía 2. Circuito Laguna de los Patos (Tilcara, 2017). Autoría: propia.	31
Fotografía 3. Cuevas de Wayra (Tilcara, 2017). Autoría: propia.	32
Fotografía 4. Interior de la cueva (Tilcara, 2017). Autoría: propia.....	32
Fotografía 5. Garganta del Diablo (Tilcara, 2017). Autoría: propia.	33
Fotografía 6. Detalles de la iglesia de La Santa Cruz y San Francisco de Paula (MHN) (Uquía, 2017). Autoría: propia.	34
Fotografía 7. Obra de emergencia por la inundación de 2016 (Tilcara, 2017). Autoría: propia.	43
Fotografía 8. Volcán después del alud (Volcán, 2017). Autoría: propia.	43
Fotografía 9. Calles de la Quebrada de Humahuaca (Uquía y Maimará, 2017). Autoría: propia.	65
Fotografía 10. Centro Nocturno El Molino (Maimará, 2017). Autoría: propia.	68
Fotografía 11. Hotel Manzur, próximo a inaugurarse (Maimará, 2017). Autoría propia.	68
Fotografía 12. Sucursales de Banco Macro (Humahuaca, Maimará y Tilcara, 2017). Autoría: propia.....	72
Fotografía 13. Propiedades en juicio por tener más de un dueño (Maimará y Uquía, 2017). Autoría: propia	73
Fotografía 14. Primer Festival Gastronómico Andino de Tilcara. 2016.....	84
Fotografía 15. Gobernador Gerardo Morales celebrando la Pachamama, Humahuaca. 2016.	84
Fotografía 16. Culto a los fieles difuntos en Maimará. 2015.....	85
Fotografía 17. Antigua estación de Volcán.....	87
Fotografía 18. Iglesia Nuestra Sra. de la Candelaria y Sra. de los Dolores.	88
Fotografía 19. Cerro de Siete Colores. Autoría: Joaquín Carrillo.....	89
Fotografía 20. Cerro Paleta del Pintor. Autoría: Alberto Azparren.	90
Fotografía 21. Vista desde la Garganta del Diablo. Autoría: Juan Aranda	92
Fotografía 22. Vista panorámica del pueblo de Huacalera. Autoría: Juan Aranda.....	93
Fotografía 23. Iglesia de la Santa Cruz y de San Francisco de Paula. Autoría: Juan Aranda.	94
Fotografía 24. Monumento a los Héroes de la Independencia. Autoría: Juan Aranda.	96
Fotografía 25. Campaña Sálvame Carnaval. Año 2015. Autoría: Mateo Jiménez.	105
Fotografía 26. Señalización y carteles. (Maimará, Tilcara y Purmamarca, 2017). Autoría: propia.....	150

Fotografía 27. Basural a cielo abierto (Huichaira, 2017). Autoría: propia.	165
Fotografía 28. Vista del basural desde dos puntos diferentes (Huichaira, 2017). Autoría: propia.....	166

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Región “Quebrada” según la Secretaría de Turismo de Jujuy. 2016.....	85
--	----

INTRODUCCIÓN

El turismo es uno de los sectores económicos que crece con mayor rapidez en el mundo y sus beneficios pueden ser una de las claves de desarrollo económico en términos de ingresos y fuentes de trabajo, ya que se encuentra relacionado de manera directa o indirecta con muchos sectores como la construcción, agricultura, ganadería y telecomunicaciones, entre otros. La Organización Mundial del Turismo (OMT) ayuda a los destinos a posicionarse de manera sostenible en mercados nacionales e internacionales cada vez más complejos. Como organismo de las Naciones Unidas, la OMT insiste en que los países en desarrollo pueden beneficiarse del turismo sostenible, y actúa para que así sea. Según datos publicados en 2016 por la OMT el volumen de negocios del turismo iguala e incluso supera al de las exportaciones de la industria del petróleo, alimenticia y automóviles. La actividad turística representa el 10% del PIB mundial; uno de cada once empleos en el mundo corresponden a la industria turística, en la cual las mujeres empresarias son casi el doble que en otros sectores; y representa el 7% del comercio internacional. El Secretario General de la ONU Ban Ki-moon en el Día Mundial del Turismo en 2015, afirmaba “con más de mil millones de turistas internacionales viajando por el mundo todos los años, el turismo se ha convertido en una poderosa fuerza transformadora que tiene una influencia decisiva en la vida de millones de personas”.

Este año, 2017, es un año muy importante para el turismo, ya que ha sido declarado el *Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo*. Su lema es “viaja, disfruta y respeta” y es que el turismo puede ser un catalizador de cambio para los destinos siempre que la suma de esfuerzos sea conjunta. Para Argentina, el turismo representa “un motor de desarrollo sustentable para las economías regionales, generador de empleo, oportunidades de crecimiento y desarrollo en cada rincón del país” (Argentina. Ministerio de Turismo de la Nación [MinTur], 2017). Según datos difundidos por las nuevas autoridades del MinTur a principios de 2016, durante 2014 se generaron 1,09 millones de puestos de trabajos en el sector turístico, lo que representó el 5,4% del total del empleo nacional. Sin embargo el crecimiento turístico en nuestro país desde hace algunos años presenta algunos síntomas de estancamiento: en 2015 el turismo interno registró un -6,1% menos que en 2012 y el turismo receptivo de países no limítrofes -8,5% en 2015 respecto de 2008. En cambio, en el mismo periodo en los países limítrofes se registró un aumento del +42,7% pasando de 2,8 millones a 4,0 millones. Para sortear los desafíos actuales, el MinTur apuesta por una gestión turística sustentable, con énfasis en el desarrollo turístico local, siempre con una visión federal porque

en definitiva los actores locales son los que deciden y generan que la actividad turística tenga éxito.

La línea de investigación del presente Trabajo Final de Maestría se centra en vincular desarrollo sostenible y turismo en la Quebrada de Humahuaca, desde una consideración y mirada de respeto para el ambiente, territorio y especialmente la sociedad. Se asume que llevar adelante una investigación en turismo conlleva una gran responsabilidad pero a la vez representa una oportunidad para el desarrollo del turismo sostenible en nuestra región. Como lo menciona Barbini (2017) “el rol como investigadora es generar diagnósticos críticos sobre la realidad que estamos estudiando y en ese sentido pretendemos que sea un aporte para la sociedad a partir de una concepción que considere los intereses y puntos de vista de todos los involucrados”.

El propósito de este trabajo es estudiar cuáles son los componentes centrales de un desarrollo turístico sostenible, comprobar empíricamente la viabilidad y el funcionamiento real del turismo en la Quebrada de Humahuaca; todo esto con la finalidad de comprender si el rumbo que se lleva es correcto o no. ¿Cómo?: describiendo y analizando los fenómenos ocurridos hasta mayo de 2017 a través de instrumentos metodológicos de revisión bibliográfica e investigación de campo. Asimismo, mediante la aplicación de cuestionarios, entrevistas y observación directa que permitan triangular la información y adquirir cada vez más conocimiento sobre la realidad turística. El otro propósito es efectuar sugerencias de gestión para la Quebrada, enfatizando sobre la importancia y los beneficios del turismo sostenible, debido a que “el éxito de todo destino depende de la conservación de sus recursos y de una administración responsable del mismo. Las estrategias se basan en pensar acciones turísticas ambientales tanto en la población local como en la población visitante, definir planes de conservación del recurso y una gestión integrada que permita recuperarlos y protegerlos” (Benseny, 2017).

La Quebrada es un lugar con resignificación constante; un extenso bagaje cultural que inició desde hace más de 10.000 años con los primeros asentamientos de los pueblos originarios, y siguió con las dominaciones de los incas, los europeos, el rol importante en la guerra de independencia y el paso obligado de la ruta de comercio. Desde diversos aspectos como cuando en 1904 los primeros autores la describían como una región casi virgen al norte de la provincia de Jujuy, con terrenos regados por los afluentes dulces del río Grande - el Nilo del territorio jujeño-, la llegada del progreso con el ferrocarril y su transición hasta nuestros días. Pero cuando el hombre descubre la Quebrada como escenario turístico surge todo un proceso de ocupación y transformación territorial, en el que diferentes usos y actividades generan

conflictos por la influencia del hombre en el medio ambiente, el territorio y sociedad. Resulta por lo tanto necesario implementar una gestión integrada en los pueblos quebradeños, pensando en recuperar, proteger y conservar los recursos que nos brinda el destino, tanto para las generaciones actuales como para las futuras. A partir de los principios de sostenibilidad se presenta un corpus documental e investigación in situ que se compone de cinco capítulos distribuidos de la manera siguiente: el capítulo uno sobre “las bases naturales del territorio y su población; el capítulo dos sobre “las actividades económicas”; le sigue el capítulo tres sobre “el desarrollo turístico”; el capítulo cuatro se enfoca “mirando a los turistas”; para finalizar con el capítulo cinco sobre “la organización del turismo en la Quebrada y sus principales actores”. Esto permitió construir una visión holística acerca de la situación actual del crecimiento turístico en la región a la par de generar conocimiento sobre el grado de sostenibilidad del desarrollo turístico.

A partir del estudio realizado se observa que los fenómenos que acontecen en la Quebrada merecen ser más problematizados y mejor estudiados, nuestro trabajo es solo un primer paso. Conspira contra ello que se crea que el turismo es una actividad sencilla. Sin embargo, los actores locales hacen de ella una tarea compleja. El sector con mayor participación es el privado en alianza con el sector público, quedando la comunidad un poco relegada en este sentido.

Actualmente, la “sostenibilidad” aparece frecuentemente como herramienta de desarrollo en los discursos institucionales de Jujuy y es que el 19 de mayo de 2017 se realizó el III Encuentro Federal de Calidad y Formación, donde se presentaron los proyectos *Jujuy Verde y el Tren Turístico de la Quebrada*. Este último proyecto implica una inversión de US\$ 700 millones (Argentina. La Agencia de Viajes, 2017), lo que significa un gran avance en materia turística para nuestra región. Luces y sombras: pero a la vez y paradójicamente su gobernador Gerardo Morales firmaba acuerdos con socios operativos en China que dará continuidad al proyecto *Cauchari*, con la promesa de instalar la primera planta fotovoltaica en Latinoamérica (Gobierno de Jujuy, 2017c), a cambio de la extracción de litio, proyecto controversial por su alto impacto ambiental. La controversia no es nueva: ya sucede en otros salares de la Puna jujeña donde alertan sobre la contaminación y escasez de agua, la muerte de vicuñas en Laguna de Pozuelos y Mina Pan de Azúcar, por la extracción del nuevo oro –el litio- (El Tribuno Jujuy, 2016h). Si bien esto no sucede dentro de la Quebrada de Humahuaca, puede llegar a afectarla, ya que las Salinas Grandes incluida en proyectos similares se encuentran a tan solo 126 kilómetros de Purmamarca y es considerada un destino aledaño. Los basurales a cielo abierto aunado a las diversas situaciones que se viven en la Quebrada y se describen a lo

largo de nuestro estudio demuestran que el turismo se desarrolla a pesar de lo que hace el Estado, con sus objetivos siempre maravillosos que no se cumplen e ilusiones inconclusas. Por lo tanto, para que haya verdaderos vientos de cambio es necesario que el concepto de sostenibilidad no se idealice, que se proponga una discusión abierta sobre el papel del turismo, no como una solución mágica sino como una de las alternativas posibles para el desarrollo. Es aquí donde el rol de las universidades puede ser importante, ya que uno de los mayores desafíos será generar conocimiento científico oportuno con información aplicada a cuestiones prácticas que acompañen para que el desarrollo turístico en la Quebrada pueda ser sostenible. Es en este marco que se formularon las preguntas generales que dieron origen a nuestra investigación: ¿cuáles son los componentes centrales de un desarrollo turístico sostenible en la Quebrada de Humahuaca? ¿El crecimiento turístico actual es sostenible?

PLANTEAMIENTO DEL TEMA

El tema del Trabajo Final de Maestría es sumamente interesante, ya que es complejo y controversial porque existen procesos de negociación entre los distintos actores sociales que pugnan constantemente y donde convergen diversas aristas sobre la situación actual del turismo en la Quebrada de Humahuaca, que ante la débil regulación del gobierno provincial y local en la preservación del patrimonio natural y cultural, han generado serias transformaciones que repercuten directamente en el territorio, medio ambiente, costumbres y prácticas culturales de la población.

En 2003 la Quebrada de Humahuaca, provincia de Jujuy, en el extremo noroeste de la República Argentina, fue declarada Patrimonio Mundial por la Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), por su riqueza sociocultural y belleza natural única como “Paisaje Cultural de la Humanidad”. Esta distinción internacional ha propiciado que la actividad turística haya crecido de manera exponencial en los últimos catorce años, generando importantes oportunidades de negocios para la región.

El propósito de nuestro estudio es comprender cuáles son los componentes centrales de un desarrollo turístico sostenible, comprobar empíricamente la viabilidad y el funcionamiento real del turismo en la Quebrada de Humahuaca, con la finalidad de comprender si el rumbo que ésta lleva es correcto o no y proponer sugerencias estratégicas de gestión para que la Quebrada pueda alcanzar un desarrollo turístico pleno, que le permita beneficiarse de los posibles aportes que éste puede brindar, otorgando principalmente resultados positivos sobre la comunidad “anfitriona”.

La Quebrada de Humahuaca es un extenso valle montañoso de perfil asimétrico de 155 kilómetros de longitud, que corre en dirección de norte a sur y está ubicado en el extremo noroeste de la República Argentina, en la región del Norte Argentino (NOA) dentro de la provincia de Jujuy. Existen evidencias de que la Quebrada de Humahuaca ha sido poblada desde tiempos remotos. Los vestigios humanos más antiguos tienen en torno a los 10.000 años de antigüedad.

Dueña de inigualable belleza natural y un extenso bagaje cultural que ha ido evolucionando a lo largo de todo este tiempo, transformando el escenario y a sus protagonistas abruptamente; como homológicamente lo hace el clima a lo largo de toda la Quebrada. Los pueblos quebradeños son: Volcán, Tumbaya, Purmamarca, Maimará, Tilcara, Huacalera, Uquía, Humahuaca, Tres Cruces y Santa Ana, comprendidos en 3 de los 16 departamentos de Jujuy: Tumbaya, Tilcara y Humahuaca. Según los resultados de los Censos Nacionales de Población,

en 2001 vivían 31.721 habitantes y en 2010 residen en la Quebrada 34.373 habitantes, un crecimiento por debajo del de toda Jujuy y también del total de la Argentina. En cambio, sobresale el crecimiento demográfico del departamento de Tilcara, que duplica el de la región (10.403 en 2001 y 12.349 habitantes en 2010).

La región quebradeña, como destino turístico, históricamente sólo había dado lugar a una escasa oferta de alojamiento y gastronomía que tuvo sus inicios en las primeras décadas del siglo XX con la llegada del ferrocarril. Si bien ya en los años treinta era considerada una “villa veraniega” por su clima seco y la gran majestuosidad de sus paisajes y para las clases acomodadas que llegaban de las principales ciudades del NOA (Jujuy, Salta y Tucumán), con el pasar de los años vio incrementada la cantidad de turistas recibidos. Hacia fines de la década de los noventa y más intensamente hacia comienzos del 2000, con el nombramiento por parte de la UNESCO en 2003, se produjo un boom turístico e inmobiliario tal, que la llegada de turistas a nuestra región se triplicó desde 2003 a 2016 y los valores de las tierras se incrementaron hasta en 1000%, a raíz de convertirse en Patrimonio de la Humanidad.

Los distintos atractivos paisajísticos y culturales que posee la Quebrada, junto a los ritmos anuales de actividad de los potenciales turistas, del denominado “calendario turístico” del área, permitieron construir un conjunto de acontecimientos locales que marcan momentos precisos de atracción turística durante el año.

En la Quebrada de Humahuaca existen diferentes perspectivas en la manera de ver la situación. Por parte del sector público, aunque hubieron esfuerzos por poner en valor al destino, como la aplicación de algunos programas específicos orientados al turismo como el Programa de Fortalecimiento y Estímulo a Destinos Turísticos Emergentes (PROFODE)¹ y el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sustentable de Jujuy², la forma de organización del planeamiento territorial es débil. Se suma que la oferta de los servicios de alojamiento existentes en su mayoría no tienen respeto por el patrimonio arquitectónico de la zona, generan residuos contaminantes y provocan contaminación visual afectando seriamente al paisaje. Tampoco se estimula ni preserva la riqueza sociocultural de las comunidades

¹ El PROFODE tiene como propósito fundamental disparar procesos de desarrollo en destinos turísticos emergentes; su implementación se enmarca en la estrategia de re direccionamiento de flujos turísticos para el crecimiento equilibrado de la actividad en el territorio nacional, observando una clara correspondencia con otros programas y con las premisas sostenidas en el PFETS 2016.

² El Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sustentable de la provincia de Jujuy, está basado en los principios de sustentabilidad y competitividad para comercializar el producto “Jujuy” y las cuatro regiones que componen la provincia: Valles, Yungas, Quebrada y Puna.

autóctonas, incitando que exista un proceso de aculturación en gran parte más joven de la comunidad anfitriona.

Se llegó a esta situación por descuido de todos los actores sociales de la economía regional, pero principalmente por la falta de vigilancia y continuidad por parte del sector público al no aplicar planes de desarrollo con una visión más social acordes a las necesidades propias del lugar. También debido al sector privado, por no organizarse para disminuir la competencia desleal y generar nuevas oportunidades de negocios que los beneficien. Y finalmente también porque la población local es vinculada al turismo como un elemento más de los atractivos del lugar, pero con un acceso limitado a los beneficios del mismo; y donde las familias quebradeñas no ejercen plena participación en las decisiones sobre el rumbo de la Quebrada. En definitiva porque no existe un consenso regional homogéneo ni un principio conjunto que permita desarrollar estrategias que definan una visión clara sobre el desarrollo turístico de la Quebrada.

Es a partir de este marco de preocupaciones que se han formulado las preguntas a intentar responder con este trabajo y los correspondientes objetivos.

Pregunta general

¿Cuáles son los componentes centrales de un desarrollo turístico sostenible en la Quebrada de Humahuaca? ¿El crecimiento turístico actual es sostenible?

Preguntas específicas

- 1) ¿Cómo son las bases naturales de su territorio y el comportamiento de su población?
- 2) ¿Cuáles son las características socioeconómicas de la región?
- 3) ¿Cuál es la situación actual del desarrollo turístico en la Quebrada Humahuaca?
- 4) ¿Cuáles son los motivadores por los que los turistas la visitan? ¿De dónde provienen?
¿Cuál es la tendencia?
- 5) ¿Cómo está organizado el turismo en la Quebrada de Humahuaca? ¿Quiénes son los actores del sistema y cómo es su comportamiento?

Objetivos generales

Establecer los componentes centrales de un desarrollo turístico sostenible en la Quebrada de Humahuaca. Analizar el grado de sostenibilidad actual del crecimiento turístico del destino.

Objetivos específicos

- 1) Conocer las bases naturales de la Quebrada de Humahuaca y el comportamiento de su población.
- 2) Examinar las características socioeconómicas de nuestra región.
- 3) Analizar la situación actual del desarrollo turístico en la Quebrada Humahuaca.
- 4) Estudiar los motivadores por los que los turistas visitan la Quebrada, su proveniencia, cantidad de arribos y tipo de actividades que realizan.
- 5) Conocer la organización turística actual, sus actores y comportamiento dentro del destino turístico.
- 6) Identificar los factores que impiden un desarrollo turístico sostenible y determinar las oportunidades que tiene la Quebrada como caso testigo para este modelo de desarrollo.

MARCO TEÓRICO

Tal como se señaló más arriba a propósito del planteamiento del problema, este trabajo de investigación nace de la preocupación por la sostenibilidad del actual crecimiento turístico de la Quebrada. Por eso se hace necesario, y este es el momento de hacerlo, aclarar que entendemos por turismo sostenible, enmarcado en una concepción más amplia de desarrollo sostenible. También, que los motivos que impulsan a esta experiencia turística, tienen que ver con la sostenibilidad del destino, no sólo micro y macroeconómicamente, sino también de los aspectos medioambientales, tanto físicos como socioculturales. En definitiva, de lo que se trata es de cuidar el patrimonio, en sus múltiples dimensiones, para que tanta gente siga deseando visitar esta región.

Hacia un turismo sostenible

“El turismo sostenible tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas” (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2017a).

A través del turismo sostenible se pretende entender el significado de las contribuciones que el turismo hace en la calidad de vida de la comunidad. Proteger el medio ambiente, ya que es la base de los recursos naturales y culturales; la protección ambiental resultará esencial para el éxito a largo plazo del turismo y mantener un producto turístico competitivo que no afecte al medio natural y cultural del destino (Blasco Lázaro, 2005).

En esta dirección el Centro de Estudios, Análisis y Documentación del Uruguay [CEADU] (2017) sostiene:

El turismo sostenible no es una forma distinta o especial de turismo. Al contrario, todas las formas de turismo deberían tender a ser más sostenibles. Hacer que el turismo sea más sostenible no es sólo controlar y gestionar los efectos negativos de la industria. El turismo se encuentra en una posición muy especial para beneficiar a las comunidades locales económicamente y socialmente y para fomentar la sensibilización y el apoyo para la conservación del entorno.

Gamboa (2011) argumenta:

No es fácil lograr un turismo sostenible y a la vez rentable, porque hoy es una alternativa de muy baja escala, lo que compromete la sustentabilidad económica; lo ideal sería generar conciencia en los mercados de demanda, porque, básicamente, el

problema está ahí, la gente no sabe que puede conocer y recorrer su país, ayudando al desarrollo local y protegiendo la naturaleza.

Turismo sostenible vs turismo sustentable

En 1993, en la Conferencia Euromediterránea sobre Turismo y Desarrollo Sostenible, la OMT, en el documento titulado *Tourism The Year 2000 and Beyond Qualitative Aspects*, definió el concepto de turismo sostenible como:

El turismo sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos, de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida.

Paralelamente, se comienza a utilizar sinónimos al vocablo como turismo responsable o turismo sustentable. En el año 2000, en su glosario la OMT agregó que "el turismo sustentable es aquel que atiende las necesidades de los viajeros actuales y de las regiones receptoras, al mismo tiempo que protege y fomenta las oportunidades para el futuro".

Soto Giménez (2011) destaca que la interpretación de ambos términos desemboca en que el turismo sostenible es aquel cuya actividad y desarrollo se sostiene por sí mismo. Siendo, por otra parte, el turismo sustentable aquel que se desarrolla respetando el patrimonio cultural y medio ambiental así como la identidad cultural de la sociedad que lo acoge.

El Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (PFETS) define en su epílogo que "Sostenible / Sustentable" es ya una meta incuestionada en el sistema de las Naciones Unidas, que los países deben procurar que su crecimiento económico sea compatible con el aumento de la equidad social y el mantenimiento de sus ecosistemas. A esto se le ha dado en llamar sustentabilidad o sostenibilidad (Argentina. Ministerio de Turismo, 2011). Durante la investigación se utilizarán sostenible y/o sustentable como sinónimos.

Gemelli (2011) afirma:

El turismo sustentable es, en esencia, preventivo, tiene esa idea, intervenir antes de que los problemas ocurran, es enseñar que el turista no es un dios al que hay que servir. Sólo es decir: bienvenido a mi casa, estas son mis reglas, sos bienvenido, pero respetalas, tan simple como eso.

La Asamblea General de las Naciones Unidas, en su 70º período de sesiones, declaró 2017 como el Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo, donde manifiesta:

Estamos ante una oportunidad única de sensibilizar a las instancias decisorias de los sectores público y privado, y al público en general, respecto a la contribución del turismo sostenible al desarrollo, movilizándolo a la vez a todos los interesados para que trabajen juntos con el fin de hacer del turismo un catalizador de cambio.

El Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo promueve el papel del turismo en cinco áreas clave: 1. Crecimiento económico inclusivo y sostenible; 2. Inclusión social, empleo y reducción de la pobreza; 3. Uso eficiente de los recursos, protección ambiental y lucha contra el cambio climático; 4. Valores culturales, diversidad y patrimonio; 5. Entendimiento mutuo, paz y seguridad.

El desarrollo sostenible

El concepto de desarrollo sostenible fue descrito en 1987 en el Informe de la Comisión de Brundtland como un “desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades” (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], 2017).

Para Rojas Mullor (2007) el concepto de desarrollo sostenible refleja una creciente conciencia acerca de la contradicción que puede darse entre desarrollo, que en primer lugar se entiende como crecimiento económico y mejoramiento del nivel material de vida, y las condiciones ecológicas y sociales para que ese desarrollo pueda perdurar en el tiempo. Las políticas de desarrollo sostenible afectan a tres áreas: económica, ambiental y social. En apoyo a esto, varios textos de las Naciones Unidas, incluyendo el Documento Final de la Cumbre Mundial en 2005, se refieren a los tres componentes del desarrollo sostenible, que son el desarrollo económico, el desarrollo social y la protección del medio ambiente, como "pilares interdependientes que se refuerzan mutuamente".

Según Cardoso Jiménez (2006) el concepto de desarrollo sostenible explica el enlace integral e inevitable entre el sistema natural y el desarrollo. Se refiere a un repetitivo proceso de cambio en el cual la explotación de los recursos naturales, la dirección de la inversión y del progreso científico y tecnológico, junto con el cambio institucional, permitan satisfacer las necesidades sociales presentes y futuras. Este concepto no se refiere a un estado estacionario y armonioso, sino a un proceso con condiciones cambiantes.

En el marco de la Conferencia Mundial del Turismo Sostenible celebrada en Lanzarote, Islas Canarias (España) en 1995, se formuló la Carta de Lanzarote, estructurada en 18 principios básicos para el desarrollo del turismo sostenible, el cual debería tener un “soporte ecológico a

largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva ética y social para las comunidades locales. Siendo el turismo un potente instrumento de desarrollo, puede y debe participar activamente en la estrategia del desarrollo sostenible” (Reyes Ávila, 2002, p. 215) Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible se aplican a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, exige la participación informada de todos los agentes relevantes así como un liderazgo político firme para lograr una colaboración amplia y establecer un consenso. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos medioambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo (OMT, 2017a).

“El turismo se desarrolla en armonía con los recursos naturales y culturales a fin de garantizar sus beneficios a las futuras generaciones. El desarrollo sustentable se aplica en tres ejes básicos: ambiente, sociedad y economía” (Argentina. Ley Nacional de Turismo 25.997, 2005, art. 2).

En contraposición Troncoso (2009, p. 63) pone en evidencia que:

La sola presencia del turismo, si bien crea oportunidades de obtención de ingresos, no revierte, por ejemplo, ciertas condiciones de desigualdad en el acceso a los beneficios eventuales que podría generar el turismo (en el sentido de que muchas veces estos beneficios se concentran en los lugares de origen de los turistas o en aquellos agentes económicos dominantes y no en la sociedad del destino).

Asimismo, Barretto y Otamendi (2015) destacan que la naturaleza cada vez más es permeada por las nociones culturales. El “discurso verde” se asocia con la actividad turística en pos de reivindicar el lugar de lo natural (...) pero dicho discurso no sólo se relaciona con una ecología que tienda a preservar el medio ambiente, sino también con prácticas turísticas vinculadas a términos tales como “sustentabilidad” o “calidad ambiental”. Así, el “patrimonio natural” deja de ser un espacio propio de la naturaleza donde la humanidad no “progresa”, sino como un espacio de interacción social que es utilizado como un recurso turístico sumamente rico.

Motivos y experiencia turística

La Real Academia Española en su diccionario de la lengua española (2014) define la palabra motivo de la siguiente manera “es la causa o razón que mueve para algo; etimológicamente proviene del latín tardío *motivus* que significa relativo al movimiento”.

Una motivación puede definirse en términos generales como la voluntad que estimula a hacer

un esfuerzo con el propósito de alcanzar ciertas metas. Existen diversos motivos que impulsan la motivación: racionales, emocionales, egocéntricos, altruistas, de atracción o de rechazo, entre otros (Definición.com, 2016).

Los motivos pueden ser abordados desde diferentes disciplinas, tales como la psicología, la psicología social y la antropología, por ejemplo: Aristóteles afirmaba que los procesos de motivación estaban guiados por dos polos agrado y desagrado. La mente guía hacia el agrado y rechaza o separa del desagrado. El fin de cualquier motivación es la felicidad y ésta se consigue con la búsqueda del auto perfeccionamiento; ser más perfectos y completos (Einyelov, 2016).

Para Maslow “la motivación es el impulso que tiene el ser humano de satisfacer sus necesidades”. En 1943 publicó su teoría sobre la motivación humana (*A Theory of Human Motivation*) donde analiza los elementos motivadores siguiendo una estructura jerárquica piramidal ordenada en cinco niveles: en la parte inferior ubicó a las necesidades fisiológicas; luego necesidades de seguridad física y psíquica; necesidades de pertenencia social, afecto y relación; necesidades de estima y reconocimiento social y finalmente en la parte superior necesidades de autorrealización y desarrollo personal (Castaño Blanco, 2005, p. 141). Por otro lado, Chiavenato (2000) define a la motivación como el resultado de la interacción entre el individuo y la situación que lo rodea. Dependiendo de la situación que viva el individuo en ese momento y de cómo la viva, habrá una interacción entre él y la situación que motivará o no al individuo.

Las experiencias turísticas son experiencias culturales, es decir el valor de éstas emanan finalmente de los turistas y sus culturas de origen, así como también de las culturas presentes de los lugares donde se realiza la visita turística. “El ocio se construye a partir de experiencias culturales”. Partiendo de esa premisa, MacCannell se nutre de la microsociología de Erving Goffman para estudiar el comportamiento ritual del turista en lugares públicos. Al hacerlo, va explicando cómo es el comportamiento del turista el que va estableciendo que ciertos lugares se transformen en “atracciones turísticas” a partir de ciertos signos. En ello interactúan el “turista”, una “vista” y sus “marcadores”, ya que la atracción turística es “una relación empírica entre el turista, una vista y marcador (una información empírica sobre la vista)”.

Una vez que un lugar se ha valorizado a partir de las experiencias que entrega a los visitantes, éste pasa a convertirse en una atracción. Posteriormente, se establecen rituales turísticos a su alrededor: son “marcadas” y “sacralizadas” por los habitantes locales, sus municipios y todo el aparato institucional de promoción turística, surgiendo así los primeros indicios de turismo y más globalmente destinos turísticos (MacCannell, 2003, p. 221).

Turismo y patrimonio

Prats (2003) advierte que no siempre la ecuación patrimonio + turismo es igual a desarrollo, ya que muchas veces el incremento e impulso de esta actividad se lleva a cabo ignorando o devastando el patrimonio (natural o cultural) y provocando impactos insostenibles a largo plazo. Es importante destacar que muchos de los sitios declarados patrimonio atraen la atención del turismo y son promocionados para ese fin, más aun cuando los mismos poseen el reconocimiento de la UNESCO.

La vinculación del patrimonio con el turismo equivale a su introducción en el mercado y produce cambios cualitativos en las activaciones patrimoniales, afectando, muchas veces, los modos de vida de la población local y sus territorios (Prats, 2006).

Salleras (2010) señala que, si bien la afluencia de turistas a la Quebrada no es un fenómeno nuevo, tras el reconocimiento de la UNESCO y la devaluación de la moneda nacional en 2002, el turismo aumentó notablemente produciendo marcadas transformaciones (tanto materiales como simbólicas) en el territorio quebradeño. Para muchos pobladores locales, tanto “la naturaleza” como el “paisaje” no tienen el mismo significado que le otorgan los emprendedores turísticos y representantes del gobierno, quienes, bajo distintas estrategias, hacen uso de esas nociones para promocionar a la quebrada como atractivo turístico. En este sentido, se observó que la “sustentabilidad” por la que tanto se aboga ha sido más retórica que real dado que hasta el momento no se ha logrado un desarrollo en el que se equilibre el cuidado del medio ambiente con un mejoramiento en la calidad de vida (económica y social) de la población local.

Para finalizar, Nieva (2012) destaca que la mayoría de los sitios declarados Patrimonio Mundial en Argentina tienen problemas de conservación que podrían afectar su valor excepcional. Para que la declaración de Patrimonio Mundial contribuya a la conservación de los sitios y a beneficiar a la comunidad, se requiere la implementación efectiva de planes de gestión que armonicen “la conservación” y el “desarrollo local” y que contemplen una mayor asignación de recursos y una mejor articulación entre los administradores locales de los sitios y el Comité Argentino de Patrimonio Mundial. Finalmente afirmó que de continuar esta situación “La Quebrada tiene problemas de conservación que podrían afectar su valor excepcional”.

METODOLOGÍA

El Trabajo Final de Maestría *Bases para un desarrollo turístico sostenible en la Quebrada de Humahuaca* fue diseñado bajo los principios de investigación empírica, ya que se parte de mi experiencia personal sobre el destino, lugar de mis antepasados y al que iba todos los años durante mi infancia y adolescencia. En el presente trabajo se pretendió analizar el rumbo de la sostenibilidad del crecimiento turístico en la Quebrada; para entender y explicar los aspectos precisos de la realidad actual de nuestra región.

Fuentes de datos/herramientas de recolección utilizadas

Fuentes secundarias

Siguiendo la línea metodológica a través de la constatación empírica, la presente investigación se realizó combinando varias fuentes de información. Por una parte, se procedió una revisión de fuentes secundarias documentales como anuarios e informes estadísticos, censos de población y económicos, planes de promoción turística, publicaciones de expertos en materia turística, artículos de revistas de investigación turística, tesis de compañeros de la maestría, sitios web, periódicos, folletos de promoción turística, spots publicitarios, videos en Youtube, blogs, vlogs, publicaciones de Facebook, entre otros hasta el 31 de mayo de 2017. En este sentido, los conceptos que consideré más importantes de la revisión bibliográfica me sirvieron para intentar construir un panorama del contexto de la situación turística a nivel regional, provincial, nacional y global.

Las fuentes de información documental más relevantes fueron *Quebrada de Humahuaca, naturaleza y cultura* de Sandra Figoni Prado; *La Quebrada de Humahuaca* de Carlos Reboratti; *Miradas desde la Quebrada de Humahuaca. Territorios, proyectos y patrimonio* de Alicia Novick, Teresita Nuñez y Joaquín Sabaté Bel; el *Plan Federal de Turismo Argentina 2016* y el *Plan Integral de Gestión 2016-2019*, ambos del Ministerio de Turismo; algunos documentos de la Organización Mundial del Turismo, del Ministerio de Turismo de la Nación y de la Secretaría de Turismo de Jujuy; como así también publicaciones de expertos especializados en materia turística, población, territorio y geografía como Claudia Troncoso, Rodolfo Bertoncello, Christian Schwarz, Albina Lara, Alicia Gemelli y José Luis López Ibáñez; entre otros.

Las fuentes de información estadística más relevantes que se consultaron fueron el Censo Nacional de Población 2010, el Anuario Estadístico de la provincia de Jujuy 2013, el Anuario

Estadístico de Turismo 2014, y el Anuario Estadístico 2015. Indicadores Turísticos Provinciales, del Observatorio del Turismo de Jujuy; entre otros.

Una de las principales dificultades que enfrenté en el desarrollo de este trabajo, fue la falta de información estadística confiable, oportuna y actualizada por parte de organismos oficiales y la escasa documentación de cifras del turismo a nivel regional. A raíz de este problema, contacté a informantes claves, con visión regional, de la Secretaria de Turismo de Jujuy, la Casa de Jujuy en Buenos Aires, las Municipalidades de Tilcara y Humahuaca, y las Comisiones Municipales de Maimará y Purmamarca, para complementar y profundizar con testimonios calificados los fenómenos constatados en las fuentes bibliográficas.

Fuentes primarias

En cuanto a fuentes de información primarias, el trabajo se apoyó en la recopilación y análisis de información empírica utilizando técnicas de investigación de campo a través instrumentos de recopilación específicos como cuestionarios, comunicación personal a través de entrevistas personales, emails, asistencia a conferencias, observación directa, evidencia fotográfica, observación participante; entre otros.

Cuestionarios

El empleo de cuestionarios permitió recopilar información de gran escala a través de preguntas sencillas que no implicaron dificultad de respuesta, el tipo de cuestionario fue mixto con preguntas cerradas de carácter dicotómico, alternativas múltiples y de gradación de Likert³ y preguntas abiertas en donde los encuestados se sintieron libres de emitir juicio u opinión al respecto y permitieron obtener información abundante más allá de lo esperado.

Entrevistas

La aplicación de entrevistas me permitió obtener datos de primera mano y facilitó la comprobación de fenómenos ya contemplados con anterioridad; la forma de aplicar entrevistas fue de embudo⁴, el tipo de entrevistas fue libre y de comprobación y en cuanto al tipo de preguntas fue mixto.

Observación directa

³ la escala de Likert permite medir actitudes y conocer el grado de conformidad del encuestado con cualquier afirmación que le proponga.

⁴ Las entrevistas embudo se inician con preguntas generales y terminan con preguntas específicas.

Fue una de las herramientas principales para la recolección de datos primarios; ya que permitió tener la posibilidad de obtener conocimiento en su ambiente con una visión amplia y verificadora sobre la Quebrada y los aspectos inherentes a ella.

Universo, muestra y unidad de análisis/variables/ejes temáticos relevantes

Cuestionarios

Los turistas y la Quebrada de Humahuaca

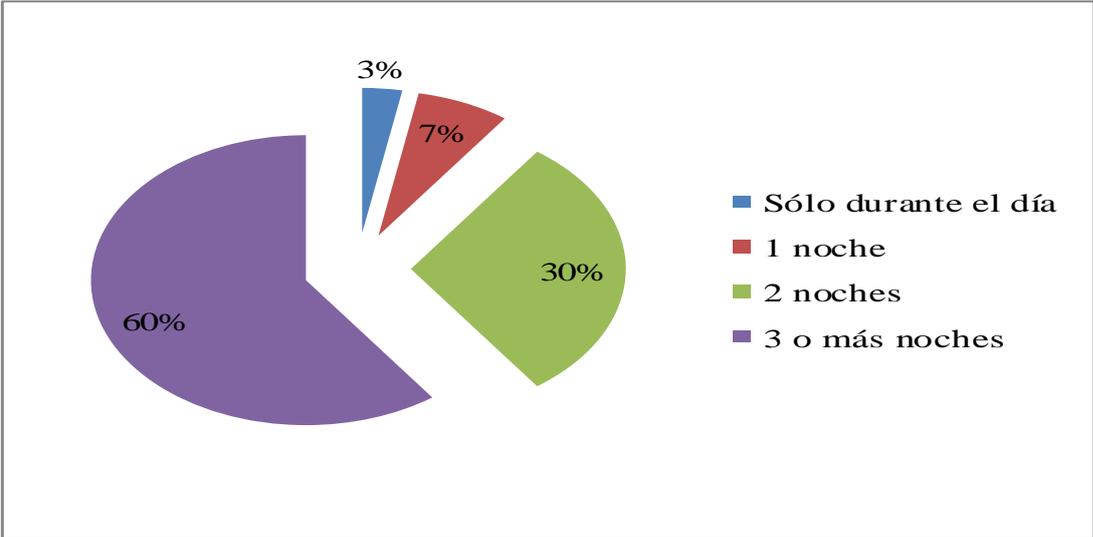
La unidad de análisis son los turistas que visitaron la región de la Quebrada de Humahuaca, cada uno de los cuales contestó las preguntas del cuestionario sobre su llegada, estadía, experiencia y percepción del destino. La muestra fue no probabilística, ya que se trató de un estudio exploratorio con la finalidad de documentar su experiencia en el lugar. Fueron 60 turistas que fueron encuestados entre el 31 de enero y el 20 de febrero de 2017 en las localidades de Purmamarca, Tilcara, Maimará, Uquía, Huacalera y Humahuaca. Cada lugar fue estudiado de manera independiente y al final se obtuvieron resultados consolidados. Se presentan únicamente gráficos y tablas descriptivas de ciertas variables o preguntas en términos de porcentajes, con anotaciones muy breves que sugieren implicaciones de los resultados. Los análisis fueron realizados en el procesador de texto Word y los gráficos en hojas de cálculo de Excel. La media de edad de la muestra fue de 36 años y la mediana de 33. En cuanto al género: 45% fueron mujeres y 55% hombres de gran variedad de lugares: el 28% de otros países, en su mayoría Francia, Italia, Brasil, Uruguay, Estados Unidos y China. Sólo el 3% pertenece a otros lugares de Jujuy, el 12% a otras provincias del NOA (Tucumán y Santiago del Estero) y el mayor porcentaje (57%) corresponde al resto del país donde la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Buenos Aires y Mendoza son las áreas de mayor representación.

Cuadro 1. Lugares de proveniencia de los turistas encuestados.

Lugares	Número de Turistas	Porcentaje
Otros lugares de Jujuy	2	3%
Otras provincias del NOA	7	12%
Resto del país	34	57%
Otros países	17	28%
Total	60	100%

Fuente: elaboración propia en base a cuestionarios realizados.

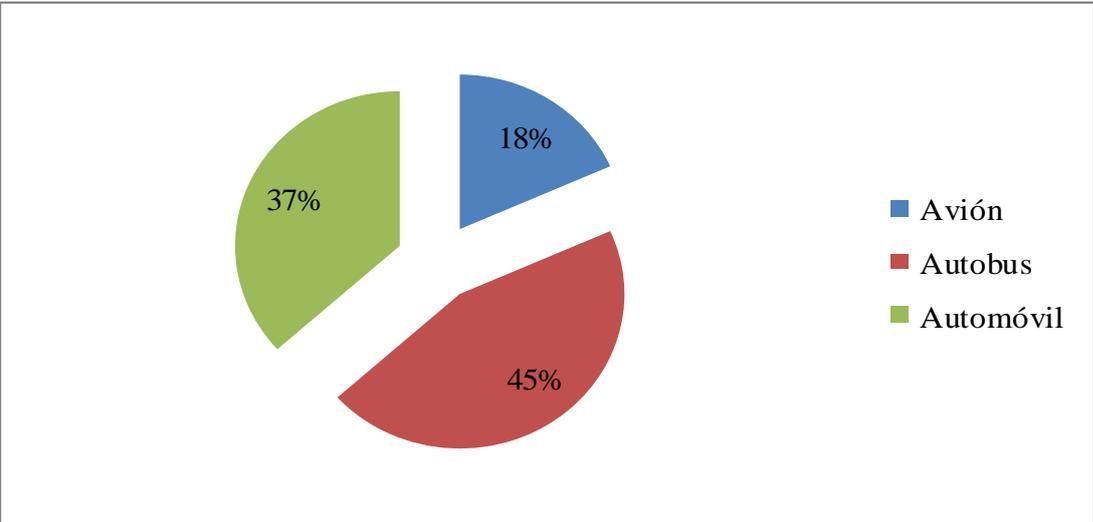
Gráfico 1. Noches que pernoctan en la Quebrada de Humahuaca.



Fuente: elaboración propia en base a cuestionarios realizados.

De la muestra, más de la mitad de los turistas (60%) pernoctan en la región 3 o más noches, mientras que el 30% lo hace 2 noches; el menor porcentaje (3%) correspondieron a excursionistas que visitan la Quebrada durante el día. Esto refuerza la imagen del destino en el período de transición de ser un lugar de paso para convertirse en un lugar de pernocte.

Gráfico 2. Transporte utilizado para llegar a Jujuy.

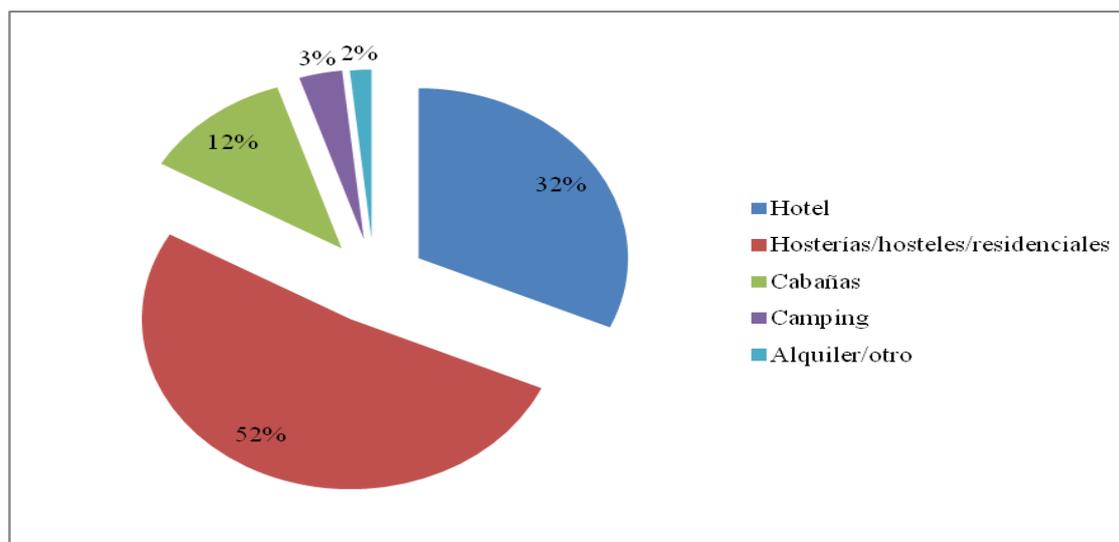


Fuente: elaboración propia en base a cuestionarios realizados.

Para el gráfico anterior se tomaron en cuenta tres medios de transporte (avión, autobús y automóvil). El más utilizado fue autobús (45%), ya que San Salvador de Jujuy es el punto de partida más frecuente para acceder a la Quebrada porque desde la terminal se tienen autobuses

que salen cada 30 minutos. El menor porcentaje (18%) menciona el avión. De las entrevistas surge que ésta es una buena opción en relación precio calidad, si se planificaba el viaje con bastante anticipación; ya que las aerolíneas ofrecen promociones si se adquiere el boleto de avión 30 días antes o más.

Gráfico 3. Tipos de alojamiento.



Fuente: elaboración propia en base a cuestionarios realizados.

31 turistas del total de la muestra se alojaron en hosterías, hosteles y/o residenciales representando el 52%; el 32% prefirió hospedarse en hoteles y tan sólo el 2% de los turistas que integran la muestra eligió alquilar una propiedad u otro tipo de alojamiento. La tendencia creciente de elegir cabañas y lugares más en contacto con la naturaleza se reafirmó con el 12%.

La oferta: los establecimientos turísticos en la Quebrada de Humahuaca

El esfuerzo principal del trabajo de campo estuvo focalizado en relevar información de los establecimientos de la oferta turística regional, cada uno de los cuales respondió preguntas del cuestionario sobre su antigüedad como establecimiento; la proveniencia del personal y del encargado; los resultados económicos de 2015, 2016 y las expectativas para 2017; evaluación de la calidad de los servicios e ideas de cómo mejorar el turismo en la Quebrada. El instrumento utilizado se incluye en el Anexo 1. La muestra fue no probabilística, ya que se trató de un estudio exploratorio con la finalidad de recoger la visión sobre el turismo desde quienes prestan servicios directamente a turistas. Se visitaron 130 establecimientos, una cantidad importante, que fueron encuestados entre el 31 de enero y el 20 de febrero de 2017

en las localidades de Purmamarca, Tilcara, Maimará, Uquía, Huacalera y Humahuaca. Los resultados fueron analizados en forma consolidada, no por localidad. Se presentan únicamente gráficos y tablas descriptivas de ciertas variables o preguntas en términos de porcentajes, con anotaciones muy breves que sugieren implicaciones de los resultados. Los análisis fueron realizados en el procesador de texto Word y los gráficos en la hoja de cálculo de Excel. Las tres actividades que se incluyeron en la muestra fueron: alojamiento, gastronomía y esparcimiento. Se encuestaron 74 alojamientos, que corresponden al 56,9% del total; dentro de ellos se incluyen hoteles, hostales, residenciales, posadas, hosterías, cabañas y hospedajes familiares. En cuanto a gastronomía, se incluyeron 51 restaurantes, que representan el 39,2% en este rubro; se consideraron restaurantes, peñas, resto bares, parrillas, comedores familiares, entre otros; y finalmente cinco agencias de viaje con el 3,8%.

Entrevistas

La tercera fuente primaria fueron los residentes de la Quebrada de Humahuaca (pobladores-ciudadanos, expertos en cuestiones turísticas, dueños de establecimientos de la oferta), informantes claves y referentes de organismos tanto públicos como privados; cada uno de los cuales contestó las preguntas de una guía de entrevista. La muestra fue intencional, en el sentido que fueron seleccionados por disponer de la información que se buscaba. Se trató de 42 entrevistas realizadas entre el 31 de enero y el 4 de marzo de 2017 en las localidades de Purmamarca, Tilcara, Maimará, Uquía, Huacalera y Humahuaca. Los resultados fueron utilizados para ilustrar puntos específicos o sirvieron para introducir puntos no previstos originalmente. El análisis del material recolegido fue realizado en el procesador de texto Word.

El detalle de las personas seleccionadas es el siguiente: diez pobladores-ciudadanos; un experto gastronómico de Tilcara; un chamán y guía de la comunidad Inca Cueva; trece propietarios de distintos establecimientos que prestan servicios básicos a los turistas; seis informantes de las oficinas de información turística de Tilcara (3), Humahuaca (1), Purmamarca (1) y Maimará (1); tres funcionarios municipales del área de Obras Públicas; tres funcionarios de la Comisión Municipal de Maimará; dos funcionarios de la Secretaría de Turismo de Jujuy; un funcionario de la Casa de Jujuy en Buenos Aires; uno de la Secretaria de Medio Ambiente de Tilcara; y una Directora de escuela primaria de Tilcara.

Una de las principales dificultades que enfrentó la investigación de campo en relación a las entrevistas fue coordinar los tiempos y disponibilidad de las personas a entrevistar, debido a que en varias ocasiones, sobre todo en las oficinas municipales, decían un horario de atención

al público y cerraban antes de tiempo o en ese momento no se encontraba el funcionario y/o informante por lo que se tuvo que ir más de una vez a varios de los lugares previamente acordados. Otras dificultades fueron los intentos fallidos de contacto con posibles informantes que se negaron a realizar la entrevista o que no dieron respuesta. Hubo varios casos que dieron la impresión que nuestra investigación no era bienvenida, pero no fue lo predominante.

Observación directa

La observación directa se aplicó a poblados seleccionados de la Quebrada de Humahuaca, lugares de interés y atractivos turísticos más visitados por los turistas, que fueron recorridos y fotografiados como evidencia para ilustrar la situación del lugar. Fueron observados 33 espacios que fueron visitados entre el 31 de enero y el 23 de febrero de 2017 en las localidades de Purmamarca, Tilcara, Maimará, Uquía, Huacalera y Humahuaca. Como evidencia empírica, se incluyeron en este trabajo de investigación fotografías, acompañadas con anotaciones muy sintéticas breves que sugieren implicaciones en los resultados.

Los lugares seleccionados para la observación directa en Tilcara fueron las calles principales y zonas periféricas del pueblo; la capilla de San Francisco y Nuestra Sra. del Rosario, la terminal de autobuses, el mercado municipal, el río Grande, el arroyo Huasamayo, el basural de Tilcara, la laguna de los Patos, el Pucará, las cuevas del Wayra⁵, la Garganta del Diablo y el Museo de Arqueología Eduardo Casanova. En Purmamarca fueron las calles principales, la capilla de Santa Rosa de Lima, el Algarrobo Abuelo y el circuito de los Colorados y Cerro de Siete Colores. En Humahuaca la observación se focalizó en las calles principales y zonas periféricas del pueblo, la catedral Nuestra Sra. de la Candelaria y San Antonio, el Monumento a los Héroes de la Independencia, la Torre de Santa Bárbara, el mercado municipal, la terminal de autobuses, el mirador de Peña Blanca, el Museo Folklórico Regional y/o Patrimonio Intangible de la Quebrada y también hubo observación participante en la Fiesta de la Virgen de la Candelaria (2 de febrero de 2017). En Uquía fue en sus calles principales, la iglesia de la Santa Cruz y de San Francisco de Paula y el cementerio municipal. En Huacalera se observaron sus calles principales; y en Maimará, también sus calles principales, las zonas periféricas y la antigua terminal de autobuses.

⁵ Wayra: palabra de origen aymara que significa viento y/o aire.

Laguna de los Patos (Tilcara)

La visita se realizó por sugerencia de un guía autorizado; este es un paseo que se ofrece a los turistas en la oficina de información turística. Al encontrarse a un kilómetro y medio siguiendo la avenida Costanera, se puede realizar por cuenta propia pero si es necesario pedir el mapa del pueblo para saber cuál sendero tomar, ya que el camino es de tierra y no hay señalización. A medida que se avanza se hace más descampado e incluso en un punto se tuvo que preguntar a unas personas que encontré para saber si iba en la dirección correcta o ya me había pasado. Al llegar se encontró una pequeña laguna rodeada de juncos, muy bonita pero lamentablemente bastante descuidada, ya que está contaminada por neumáticos sumergidos, botellas y residuos de basura. A lo lejos se pudo observar una pareja de patitos que nadaba tranquilamente. En sus alrededores se observaron asadores y una mesa, construidos de manera precaria y unos saucos quemados. Las preguntas que me surgieron fueron: ¿Cómo este lugar tan pequeño y cerca del pueblo puede estar tan descuidado? ¿Esta es la imagen que desea Tilcara mostrar a los visitantes? ¿Cómo se llegó a esto?

Fotografía 1. Laguna de los Patos (Tilcara, 2017). Autoría: propia.



Fotografía 2. Circuito Laguna de los Patos (Tilcara, 2017). Autoría: propia.



Visita a Cuevas del Wayra, comunidad Cueva del Inca (Tilcara)

La excursión se contrató en una agencia local, el valor de la visita fue de \$220, la duración de cuatro horas y treinta minutos. Todo el paseo se hizo a pie; la dificultad del trekking fue media, ya que la primera parte se hizo cuesta arriba y una vez llegado a las cuevas se tuvo que escalar para acceder a ellas; de la experiencia surge que es un recorrido para hacer con guía porque el acceso es muy difícil. La caminata no se hizo tan pesada, ya que la guía nos comentaba acerca de la cosmovisión andina, datos históricos, antropológicos y geográficos de los pobladores que habitaron la zona y las cuevas. Al llegar, la vista resulta espectacular, ya que desde ese punto se dominaba todo el valle. Al ingresar, la guía nos comentaba que debíamos tener cuidado y seguir sus pasos porque el terreno es bastante irregular. Al atravesarla se llega al otro extremo donde hay un voladero y el abismo de una quebrada cerrada y se pudo observar parte de la Quebrada de Huichaira. Luego, la visita siguió hacia la otra cueva donde la guía nos proporcionó velas para poder alumbrarnos, ya que esta cueva es ciega. A la luz de las velas se pudo apreciar los rastros de actos vandálicos, antorchas, fogatas y grafiteados. Era claro que las cuevas fueron saqueadas en varias ocasiones, incluso la guía nos enseñó restos de pinturas rupestres totalmente rayadas. Las Cuevas del Wayra aún no han sido exploradas por especialistas pero se supone que sirvieron de centros de sacrificios y ofrendas. Actualmente las cuevas pertenecen a la comunidad aborigen Cueva del Inca. Si bien la disposición, atención y explicación de nuestra guía fue inmejorable, se podrían aumentar las condiciones de seguridad proporcionando cascos con luces para liberar ambas manos a la hora de realizar espeleología dentro de las cuevas.

Fotografía 3. Cuevas de Wayra (Tilcara, 2017). Autoría: propia.



Fotografía 4. Interior de la cueva (Tilcara, 2017). Autoría: propia.



Visita a la Garganta del Diablo (Tilcara)

Para acceder a ella existen dos formas: la primera en auto (8 kilómetros) o a pie (4 kilómetros), pero el camino es sinuoso y en algunas partes se debe de escalar, por lo que se sugiere subir en automóvil y bajar caminando para disfrutar mejor de la vista. El valor del transporte fue de \$250 en remis desde la plaza de Tilcara. Al llegar se abona \$20 y se registra la hora de acceso en la entrada, que está a cargo de la comunidad aborígen Ayllu Mama Qolla. La excursión de la Garganta del Diablo dura una hora y media aproximadamente. Es muy interesante porque se puede apreciar la cascada, que se encuentra a una caminata de 20 minutos, y hacia el lado contrario se ingresa hacia el pasaje de la denominada Garganta del Diablo, paisaje que impresiona al visitante, por el angosto de sus quebradas y la sorprendente vista hacia el abismo. Si bien existen carteles que advierten sobre el riesgo de derrumbe y la

posibilidad de sentir vértigo, es inevitable que no se acelere el corazón y sentir la adrenalina de estar tan alto y con el voladero a nuestros pies. Lamentablemente la precaria infraestructura del lugar carece de seguridad y mantenimiento. Una vez más, la depredación del lugar es el común denominador, ya que el corredor principal se encuentra grafitado y raspado.

Fotografía 5. Garganta del Diablo (Tilcara, 2017). Autoría: propia.



Visita a la iglesia de la Santa Cruz y de San Francisco de Paula (MHN) y cementerio municipal (Uquía)

La duración de la visita fue de 45 minutos, tiempo que se tarda en ingresar al templo y recorrer las cinco cuadras hasta el cementerio municipal. Los autobuses no entran al pequeño poblado por lo que hay que bajarse sobre la ruta y caminar. Sólo toma unos cuantos metros hasta llegar a la plaza principal y divisar la fachada de la iglesia. A la hora de la siesta, Uquía parece un pueblito fantasma, sólo se ven los vendedores de artesanías en la plaza y un contingente de turistas que llegó en combi para visitar la iglesia antes de que cierre. Al cruzar la plaza se pudo apreciar con detenimiento la construcción antiquísima de la iglesia de La Santa Cruz y San Francisco de Paula (MHN), la cual contiene en su interior a los ángeles arcabuceros de la escuela cuzqueña. Lamentablemente, uno de ellos sufrió los embates del clima, ya que una filtración de agua desde el techo provocó que la pintura se dañara. Por respeto al lugar no se tomaron fotografías y hay un cartel que indica que está prohibido. Las filtraciones del agua y humedad se pueden observar claramente en todo el edificio, afectando a sus paredes y cimientos por lo que se aprecia que si a este edificio no se le da el mantenimiento adecuado, la humedad y las grietas causarán aún más daño. El cementerio municipal se encuentra hacia las afueras de Uquía y lo primero que se divisa son los residuos

de bolsas de plástico enredados en los cactus y churquis, botellas de plástico y vidrio rodando por el viento, así como también restos de flores de plástico desechadas. Sin embargo, la ubicación estratégica de este lugar hace de él un lugar lleno de paz, rodeado de cerros multicolores que lo circundan, e incitan a avanzar en su recorrido, pero es inevitable no sentir preocupación por la huella dañina del hombre.

Fotografía 6. Detalles de la iglesia de La Santa Cruz y San Francisco de Paula (MHN) (Uquía, 2017). Autoría: propia.



Finalmente, luego de la clasificación de las fuentes de información (primarias y secundarias), de acuerdo a su importancia y funcionalidad. Se planificó y organizó cómo las fuentes más relevantes aparecerían a lo largo del corpus del trabajo focalizándome en el enriquecimiento de la investigación, para visibilizar el contexto o circunstancia de los fenómenos históricos y actuales de la Quebrada. Se decidió de esta manera y no en un capítulo específico; ya que las mismas son evidencia fundamental para tener una visión integradora sobre el rumbo de la sostenibilidad en el crecimiento turístico de nuestra región y aparecen como ecos de voces que alertan lo que acontece en el destino.

Capítulo 1. LAS BASES NATURALES DEL TERRITORIO Y SU POBLACIÓN

Este capítulo tiene como objetivo específico responder a la pregunta ¿Cómo son las bases naturales de su territorio y el comportamiento de su población?

1.1. LAS BASES NATURALES

La belleza de un área geográfica está íntimamente asociada a sus bases naturales o sea a la forma de su relieve, la formación del territorio, elementos meteorológicos, clima, agua y tipo de suelo; etc. “La belleza de la Quebrada de Humahuaca es inconmensurable” (Figoni Prado, 2013, p. 7).

Para Eizayaga (2007) “en la Quebrada la geografía y la cultura son parte de un mismo eje vital milenario e inseparable”.

Y ese debe ser uno de los puntos de partida a la hora de analizar la actividad turística en nuestra región; porque hay una enorme belleza, cada vez más personas de todo el mundo deciden visitarla. Sí, para disfrutar de su enorme belleza.

Las formas del relieve: los sistemas montañosos

La Quebrada de Humahuaca forma parte de una región de ambiente tectónico de faja plegada y corrida, cuya expresión morfológica se materializa en la presencia de depresiones estructurales y cordones montañosos. Pertenece a la subregión de la Cordillera Oriental, y se encuentra limitada por dos cordones: Occidental y Oriental. Tiene un marcado rumbo de norte a sur, siendo cada vez mayor la altura hacia el norte. Su límite oriental lo determinan las Sierras Subandinas (Igarzábal, 1991).

Por otra parte, se puede considerar a los sistemas montañosos de la Quebrada como un complejo de varios valles fluviales de distinto tamaño. Si bien el eje principal es el valle del río Grande, a éste accede una gran cantidad de quebradas menores. Por lo general las que llegan del oeste (Purmamarca, Huichaira, Juella o Yacoraite) son más largas y con menos pendiente que las que llegan desde el este, aunque esto no sólo impide que algunas de éstas últimas (Caleta), por las características geológicas locales sean muy largas, en sus cabeceras tienen una dirección paralela a la de Humahuaca y luego tuercen hacia el oeste para llegar a la Quebrada principal (Reboratti, García Codrón, Albeck, Castro y Arzeno, 2003, p.19).

Los principales cerros, angostos y quebradas se ubican en:

Departamento de Tumbaya

- Sierras de Volcán, Cerro El Manzano (3.359 m.s.n.m), Volcán

- Quebrada de Tumbaya Grande, Tumbaya
- Quebrada de Punta Corral, Tumbaya
- Cerro de Siete Colores (2.325 m.s.n.m), Purmamarca
- Cerro de los Colorados, Purmamarca

Departamento de Tilcara

- Quebrada de Hornillos, Hornillos
- Cerro La Paleta del Pintor (3.856 m.s.n.m), Maimará
- Cerro Loma Larga (4.007 m.s.n.m), Tilcara
- Sierras de Tilcara, Cerro Zucho (5.017 m.s.n.m), Tilcara
- Cañón angosto Garganta del Diablo (2.800 m.s.n.m), Tilcara
- Quebrada de Huichaira, Huichaira
- Angosto del Perchel, Juella
- Quebrada de Juella
- Cerro La Pollera de La Coya, Yacoraite
- Angosto de Yacoraite, Yacoraite

Departamento de Humahuaca

- Quebrada de Calete, Uquía
- Sierras de Zenta, Humahuaca
- Yacimiento Peña Blanca, Humahuaca
- Serranía de Hornocal, Humahuaca

La formación del territorio: el proceso geológico

Hace 600 millones de años aproximadamente, la Quebrada era mar pero debido a la evolución geográfica del planeta se transformó y elevó este extraordinario paisaje a más de 3.000 metros de altura. Sus grandes unidades geomorfológicas se corresponden con el dominio de la Cordillera Oriental y cuenta con materiales que van desde el Precámbrico (hace más de 600 millones de años) hasta los depósitos más recientes del Cuaternario. Representa una unidad morfo estructural⁶, como prolongación meridional de la Cordillera Oriental y Central de Bolivia.

⁶ La unidad morfo estructural es el resultado de los movimientos tectónicos procedentes del interior de la tierra, que originan desplazamientos, levantamientos y hundimientos de la corteza terrestre y crean la disposición básica del relieve.

“La Quebrada de Humahuaca es una zona muy rica respecto a su geología, ya que se encuentra catalogada como parte de la Cordillera Oriental porque incluye gran variedad de materiales desde el periodo Precámbrico hasta el periodo Cuaternario” (Alonso, 2010).

Las rocas más antiguas que se encuentran en la región pertenecen a la formación Puncoviscana del periodo Precámbrico, hace unos 3.800 millones de años. Se trata de sedimentos marinos, de colores grises, junto con pizarras y cuarcitas. Dentro de ella contienen los primeros registros de vida. En Purmamarca, Queta Cara y Tilcara se los puede observar claramente.

Durante el Cámbrico, se originó el Grupo Mesón, también de origen marino, que se posicionó sobre las rocas más antiguas; los mismos se encuentran en el Angosto de Perchel, la Garganta del Diablo y la Quebrada de Punta Corral, se reconocen por sus colores rosados, morados y trazas fósiles. En el Ordovícico (entre 505 y 438 millones de años), surgió el Grupo Santa Victoria, formaciones de rocas marinas compuestas por lutitas verdes y grisáceas, pardo amarillentas y areniscas calcáreas, que se ven en Tilcara, Purmamarca y Quebrada de la Huerta. Además en ellas hay mucha riqueza en restos orgánicos como trilobites⁷ en 2004 se encontró en el lecho del arroyo Huasamayo a *apankura machu* (“cangrejo viejo”), un artrópodo fósil de unos 495 millones de años de antigüedad. Los científicos consideran que se trata de uno de los primeros animales que salió del agua y tuvo un comportamiento anfibio (Alonso, 2010).

Entre 144 y 65 millones de años, en la era Mesozoica, durante el Cretácico, las rocas del Grupo Salta, de origen continental, se colocaron sobre los afloramientos paleozoicos. Entre ellas, las rocas de las formaciones Yacoraite y Pírgua, que también evidencian huellas de dinosaurios, peces y gasterópodos⁸, como el cerro Pollerita en Yacoraite, Paleta del Pintor en Maimará, Serranía de Hornocal en Humahuaca y la Serranía de Tres Cruces.

En la era Cenozoica, en el Terciario (entre 65 y 1.8 millones de años), surgió el subgrupo Santa Bárbara, sobre las rocas paleozoicas y mesozoicas. Son rocas sedimentarias de origen continental, margas, margas arenosas y arcillitas calcáreas de colores rojizos y verdosos con frecuentes restos de algas fósiles. Éstas se localizan en la Serranía de Tres Cruces o Espinazo del Diablo, mientras que en Chucalezna y en Esquinas Blancas afloran sedimentos fluviales, plegados y compuestos por areniscas tobáceas y limonitas.

⁷ Los trilobites son una clase de artrópodos extintos, dentro del subfilo Trilobitomorpha. Son los fósiles más característicos de la Era Paleozoica.

⁸ Los gasterópodos constituyen la clase más extensa del filo de los moluscos. Los gasterópodos incluyen especies tan populares como caracoles y babosas marinas y terrestres, las lapas, las orejas y liebres de mar, etc.

Por último, Alonso señala que en el periodo Cuaternario (desde 1.8 millones de años hasta hoy) se produjeron depósitos intermontañosos aluviales e inició la evolución morfológica de la Quebrada de Humahuaca, que se puede observar en los abanicos aluviales antiguos. Se trata de un proceso de constantes cambios, que junto a la remoción de sedimentos, producida por los denominados tubos de órgano, modifica el paisaje de la zona, dejando distintos niveles de terrazas y abanicos en las márgenes del río Grande.

El tipo de suelo

Su estructura geológica se caracteriza principalmente por la existencia de bloques longitudinales elevados por fallas de alto ángulo que involucran al basamento. Se manifiesta en una placa tectónica de láminas cabalgantes con profundas superficies de despegue que dan lugar a un acortamiento de dirección este a oeste. A lo largo de toda la Quebrada se puede observar las capas de sedimentos de distintos tipos que se han formado durante el proceso geológico dando por resultado un conjunto de notable belleza (Romero, 2003, p. 10). Como en gran parte de los suelos del área andina, los de la Quebrada son suelos hechos; es decir que si, previo al largo trabajo de los lugareños durante décadas, y en algunos casos siglos, se intentara clasificar estos suelos por su capacidad de uso, tendría que asignarle la clase VIII, ya que, por la pedregosidad no podrían usarse para ninguna actividad agropecuaria. Sin embargo la cultura y la concepción del tiempo, del trabajo y de la misma tierra, les permitió transformar suelos prácticamente estériles en verdaderos oasis en medio de la aridez del paisaje. Un problema que reviste una importancia fundamental es el de la erosión, tanto hídrica como eólica (Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria [INTA], 1990).

El comportamiento de la troposfera: temperatura y presión atmosférica

Temperatura

El régimen térmico de la provincia de Jujuy está en gran parte determinado por la diversidad de su relieve, afectándolo fundamentalmente, la latitud y altitud. En la Quebrada de Humahuaca el factor de altitud es el determinante de las menores temperaturas, no existiendo una relación directa entre la radiación recibida y las marcas térmicas. La razón de la disminución en la temperatura con la altura se debe al bajo contenido de humedad del aire,

mayor Albedo⁹ y la presencia de viento frío. El relieve influye de manera significativa sobre la temperatura, ya que desciende 4 grados centígrados cada mil metros de altura. Durante el día la temperatura promedio de la Quebrada está comprendida entre los 16 y 20 grados. La temperatura máxima promedio anual oscila en 22,5 grados centígrados mientras que la temperatura mínima promedio anual es de 2,9 grados centímetros aproximadamente. Sin embargo, el 29 de agosto de 2016 las bajas temperaturas registradas en Jujuy, provocaron la caída de nieve en localidades de Tilcara, Maimará y Humahuaca. “La caída de nieve es inusual en nuestras tierras porque nosotros disfrutamos del sol durante todo el año”, mencionó Alejandro Montoya, locutor de Radio M Humahuaca (Jujuy Online, 2016a); aunque la nevada más fuerte en nuestra región fue el 16 de julio de 2010, ya que el termómetro registró -14°C en Tilcara C. Schwarz (comunicación personal, 22/3/2017) y provocó pérdidas en la producción hortícola y de flores en la Quebrada (El Libertario, 2010).

Presión atmosférica

La altura es el rasgo distintivo de esta zona debido a la peculiaridad de poseer una geografía vertical que tiene como consecuencia el enrarecimiento del aire y la baja presión atmosférica a medida que los metros sobre el nivel del mar se incrementan. El hombre y los animales son sensibles a la presión atmosférica, la cual provoca trastornos circulatorios, apunamiento o mal de montaña, modificaciones en la respiración, entre otras. Los valores máximos de la presión atmosférica en la Quebrada se registran en los meses de junio a julio y los valores mínimos en los meses de diciembre a enero; la presión atmosférica media anual es de 756 hectopascales. Esto se explica por la mayor densidad del aire en el periodo frío y la dispersión que se produce al calentarse la atmósfera en verano. Asimismo, considerando la altitud, a medida que nos elevamos es menor la presión, porque disminuye la capa atmosférica que ejerce su peso sobre la superficie considerada (Buitrago, 2012).

Los cambios en el estado del tiempo: los elementos meteorológicos

La distribución de las precipitaciones

Las precipitaciones en la Quebrada de Humahuaca son escasas debido a que dependen de ciertas situaciones meteorológicas, acompañadas de una fuerte inestabilidad, permiten que las nubes procedentes del sector este se cuelen y descarguen durante los meses estivales una

⁹ Albedo es el porcentaje de radiación que cualquier superficie refleja respecto a la radiación que incide sobre la misma.

parte de su precipitación sobre el territorio quebradeño (Reboratti y otros, 2003, p. 21). El 80% total de las precipitaciones se produce en el verano de diciembre a marzo, alcanzando las mayores marcas durante los meses de enero y febrero.

La Quebrada de Humahuaca, muy abierta hacia el valle de Jujuy, presenta en la parte sur de Volcán altas precipitaciones, que rondan los 340 mm anuales; sin embargo, desde Tumbaya a Humahuaca las precipitaciones son menores a 275 mm anuales, siendo estos registros de la parte árida de la Quebrada también menores a los obtenidos en sus inmediaciones pero fuera del fondo del valle principal: Coctaca 313 mm y Cianzo 355 mm. En contraste con la región de San Salvador de Jujuy y León que reciben entre 800 y 900 mm de precipitación anual, la Quebrada genera un cambio abrupto geográfica y climatológicamente dentro de la provincia de Jujuy.

El clima

La Quebrada es considerada una “bisagra climática” dentro de la provincia de Jujuy, el clima se hace más seco a medida que se avanza en dirección sur a norte; es de conocimiento popular en San Salvador de Jujuy que para saber cómo está el clima en esta región es necesario llegar a Volcán; superando el umbral de esta población se accede rápidamente al tramo más árido del valle que pertenece al sector comprendido entre Purmamarca y Uquía (Reboratti y otros, 2003, p. 22).

La orientación meridiana junto al carácter de profunda depresión topográfica enmarcada por las altas barreras montañosas, dificultan extraordinariamente la llegada de masas de aire húmedo al valle, por tal motivo los vientos portadores de humedad tienen que elevarse para superar los obstáculos topográficos que circundan la Quebrada (Reboratti y otros, 2003, p. 21). Debido a la irregularidad y escasez de precipitaciones así como la fisonomía de sus suelos y vegetación es considerada un claro ejemplo de zona árida aún dentro de sus limitaciones posee diversas particularidades como la amplitud térmica sumada a la alta heliofanía¹⁰, la baja humedad del clima y a la posición estratégica de la Quebrada hacen que tenga dos ventajas fundamentales: excelente calidad de los productos agrícolas, carnes, bebidas, entre otras; y el desfasaje en el tiempo de producción con respecto al resto de las zonas cálidas aledañas.

¹⁰ La heliofanía representa la duración del brillo solar u horas de sol, y está ligada al hecho de que el instrumento utilizado para su medición, heliofanógrafo, registra el tiempo en que recibe la radiación solar directa.

Sin embargo, el clima es extremo con alternancias y fluctuaciones que pese a ser breves pueden tener una gran relevancia en una región donde los seres vivos se encuentran frecuentemente en situaciones límite; ya que durante el día la mayor parte de la Quebrada puede ser cálida pero en la noche las heladas son fuertes, alcanzando temperaturas cerca de los cero grados (Reboratti y otros, 2003, p. 26).

Los ríos

El río Grande se extiende a lo largo de la Quebrada de Humahuaca, en una depresión longitudinal como producto de una subsecuente erosión hídrica tiene sus nacientes en los arroyos de la Cueva y Tres Cruces, en los límites orientales de la Puna. Próximos a la localidad de Iturbe, a 3.340 metros de altitud, ambos arroyos se unen, iniciando el río Grande su recorrido de norte a sur de 144 kilómetros, hasta su confluencia con el río Reyes a una altitud de 1.350 metros. Los ríos dentro de la región son los que caprichosamente van formando el paisaje cambiante de la misma, erosionando los suelos, creando angostos y laderas. En el límite sur de la Quebrada, el río Grande se encuentra con el río León que viene de la selva.

El río vive de las lluvias estivales que son más fuertes en lo alto de las laderas, permite una descarga aluvial que desintegra mecánicamente la materia rocosa. Aunque esta acumulación descendente transporta escasa sustancia orgánica al valle, abre grandes conos de deyección repletos de masa sedimentaria; a este fenómeno se le llama “volcán”.

Los volcanes pueden provocar grandes desastres ya que arrollan todo a su paso, arrancan árboles de raíz, animales, casas completas y todo lo que se atravesase. Durante el verano es muy frecuente que la ruta nacional 9 sea clausurada temporáneamente debido a que el afluente del mismo río baje en gran cantidad provocando daños y embotellamientos (Consortio para el Desarrollo Sostenible de la Ecoregión Andina [CONDESAN], 2016).

El río Grande es un río de montaña, no de llanura, por lo cual su comportamiento es duro, violento. Representa así la dualidad presente en la vida de los quebradeños. Por un lado es el sostén de los cultivos y de las familias que de ellos viven. Por otro lado, la violencia de sus crecidas, producto de las tormentas, arrasa con todo, inclusive aquello que ayuda a crecer y florecer (Figoni Prado, 2013, p. 64).

Cuadro 2. Análisis de la cuenca del río Grande en la región de la Quebrada.

Ubicación	Río	Longitud (km)	Afluentes
Río Grande		500	
Afluentes de la margen derecha			
Humahuaca	Río Yacoraite	55	Chorrillos, Ovara, Coraya, Churcal, Pinchayoc y Uquía. Arroyos Vicuñaayoc, Casa Grande, San Carlos y Casa Chica
Tilcara	Río Juella	20	Arroyos Carambano, San José y Chiquero
	Río Huichaira	15	Arroyo Lipán y La Cruz
Tumbaya	Río Purmamarca	50	Arroyos Hornillos, Inca Huasi y Quebrada Colorada. Arroyos Tumbaya, Coiruro y del Medio
Afluentes de la margen izquierda del Río Grande			
Humahuaca	Río La Cueva	50	
	Río Antumpa	40	
	Ríos Rodero y Coctaca		
	Río Calete	60	
	Arroyos Capla y Volcán		
Tilcara y Tumbaya	Arroyo La Huerta		
	Arroyo Huasamayo		
	Arroyos Gualchin,		
	Tacomuyoc , Trancas y		
	Huajra		

Fuente: elaboración propia en base al Anuario Estadístico 2013 de la provincia de Jujuy. El clima de la provincia de Jujuy, Ing. Luis Buitrago. Universidad Nacional de Jujuy.

El 8 de febrero de 2016 tras las fuertes lluvias que azotaron la región de la Quebrada provocaron que un alud “volcán” de barro, piedra, palos de gran tamaño, adobe y leña ingresara por el río Purmamarca destruyendo todo a su paso, hasta llegar a desembocar en diversos puntos de la ruta nacional 52 donde se produjeron importantes cortes. Este desastre generó pérdidas materiales y económicas en Purmamarca y afectó a pueblos aledaños que se vieron perjudicados debido al corte de la ruta, como Maimará y Tilcara, que esperaban gran cantidad de turistas por el inicio del Carnaval (El Tribuno Jujuy, 2016a).

Asimismo, el 10 de febrero de 2016, sólo dos días después, el mismo periódico publicó:

“Temor en Tilcara por el alerta de un alud de barro y piedras. Autoridades de la Municipalidad de Tilcara reportaron en la víspera que al menos 500 vecinos decidieron autoevacuarse desde el domingo al mediodía por el temor a un alud de barro y piedras por la crecida del río Grande”. Las localidades de Humahuaca, Uquía, Huacalera, Tilcara, Maimará y Tumbaya, todas resultaron afectadas con menor o mayor intensidad por la crecida (El Tribuno Jujuy, 2016b).

Fotografía 7. Obra de emergencia por la inundación de 2016 (Tilcara, 2017). Autoría: propia.



El 10 de enero de 2017, debido a las intensas lluvias que azotaron la región, en la localidad de Volcán se desbordaron los arroyos el Filtro y Colorado, lo que generó como consecuencia que bajara desde los cerros un alud que cubrió el poblado casi en su totalidad; "se trata del peor alud desde 1978, nunca se vieron 300 metros de largo por 10 metros de alto de lodo y barro", aseguró el ministro de Seguridad Ekel Meyer. En un corto periodo de tiempo cayeron 175 mm, la mitad de lo que cae en el promedio anual de 340 mm, algo totalmente inusual. El desastre provocó más de 1.500 evacuados y la muerte de cuatro personas. La ruta nacional 9 permaneció clausurada durante seis días e indirectamente provocó inconvenientes en las localidades vecinas, ya que más de 2.000 turistas que se encontraban en la Quebrada permanecieron varados (Infobae, 2017).

Fotografía 8. Volcán después del alud (Volcán, 2017). Autoría: propia.



Por otra parte, “los recursos hídricos pueden ser el foco de demandas conflictivas, entre los que desean intensificar la producción agrícola y los centros urbanos que precisan agua para uso doméstico e industrial” (Preston, 2003, p. 15).

1.2. LA POBLACIÓN

El proceso de poblamiento: los pueblos originarios

Existen evidencias de que la Quebrada de Humahuaca ha sido poblada desde tiempos remotos. Los vestigios humanos más antiguos tienen entorno a los 10.000 años de antigüedad, que se han ido entrelazando en las diversas formas de relación entre la sociedad, el ambiente y el territorio adaptándose a las necesidades y etapas que vivió la Quebrada a lo largo de este tiempo.

En la Quebrada de Humahuaca confluyeron pueblos andinos y chaqueños, que al mezclarse, dieron a la región rasgos particulares. Desde aquel tiempo ya existían aldeas instaladas en muchos sectores de la cuenca del río Grande.

A partir del año 1.000 D.C, estas comunidades experimentaron cambios profundos. Algunas personas ya sobresalían por tener mayor poder y prestigio. Las crecidas aldeas contaban con jefes (los kuracas). Al norte habitaban los omaguacas y los uquías, que constituían una unidad; más al sur, los tilcara ocupaban la actual zona de Tilcara, Maimará y Hornillos; los purmamarca, se encontraban un poco más hacia el oeste; y en la actual zona de Volcán, estaban los Tilianes. Durante esta época se inicia una nueva etapa de desarrollo caracterizada por la instalación en sitios elevados y de difícil acceso, en poblados conocidos como *pucará*¹¹; el más importante de la región es el Pucará de Tilcara (Volveré Jujuy, 2016).

Los pueblos jujeños fueron libres e independientes durante 9.000 años; sin embargo desde el siglo XV, sufrieron la dominación de los grandes y poderosos imperios. Primero el de los incas, con quienes mantenían comunicaciones y compartían pautas culturales. Se cree que en Jujuy la dominación incaica fue pacífica, concretándose acuerdos entre los kuracas locales y el estado Inca, quienes aún subordinados mantuvieron su jerarquía y sus dioses. Durante este periodo la Quebrada de Humahuaca se convirtió en una vía de conexión natural hacia el norte. Los caminos los usaban las tropas para desplazarse, los chasquis, los administradores del Tawantinsuyu (imperio inca) cobraban los impuestos, y el propio rey inca con su comitiva. El resto de las personas no podían usarlo, salvo que tuvieran autorización del inca o de sus emisarios. En la actualidad, todavía quedan calzadas, escaleras, cercas y señales de madera o piedra un claro ejemplo es Qhapaq Ñan (camino del inca), declarado en 2014 Patrimonio de la

¹¹ Pucará significa “Fortaleza” en quechua.

Humanidad por la UNESCO; venía desde los sitios ubicados al sur de la Quebrada de Humahuaca y seguía hacia el noroeste desde Churquiaguada, en la base del Pucará de Hornaditas y corría junto al arroyo Sapagua hasta el Abra de Altar; de allí seguía por la Quebrada de Inca Cueva y Tres Cruces hasta la Puna, aún quedan restos de los muros de contención del camino. Otro ramal de este camino bajaba a la Quebrada de Humahuaca y seguía al sur, pasando por los pucarás de la Quebrada y tenía un ramal que siguiendo la actual ruta provincial 73 desde la ciudad de Humahuaca, cruzaba el Abra de Zenta y llegaba a las Yungas pasando por Santa Ana.

El poblamiento colonial

Durante los casi 300 años en que este territorio formó parte de la corona española, se sucedieron distintos procesos que configuraron lo que al finalizar este periodo, sería parte del territorio argentino.

En 1546 Nicolás de Heredia fue el primer español en recorrer la Quebrada de Humahuaca en toda su extensión en su regreso desde Tucumán hacia el Alto Perú si bien Heredia sufrió los embates de los omaguacas que atacaban a los invasores desde lo alto del Pucará, logró superar la travesía; dicen que partió con 20 hombres y regresó sólo con dos; esta región era considerada la Garganta del Perú (Reboratti y otros, 2003, p.34).

Bertoncello y Troncoso (2003) afirman:

La invasión europea trastornó profundamente esta organización. En un proceso prolongado y complejo, las comunidades aborígenes fueron vencidas y reducidas disminuyó su número, se las concentró y se las incorporó al régimen de encomiendas. Al mismo tiempo, se fue estructurando el territorio colonial, a través de la fundación de ciudades y la puesta en producción de la minería altoperuana. La Quebrada de Humahuaca se convirtió en un área privilegiada de tránsito, por la que pasaban los arreos de mulas y los productos destinados a abastecer las demandas de los centros mineros del Alto Perú (p. 18).

“El camino secular de la conquista incasiana ha continuado siendo el de la colonización española y el del comercio actual. Desde Tupiza, en la frontera boliviana, es carretero i atraviesa la Quiaca, Abrapampa, Humahuaca, Uquía, Tilcara, Tumbaya, i llega a Jujui” (Carrillo, 1888, p.172).

Animales, esclavos, textiles y productos mercantiles eran llevados por arrieros que los guiaban a través de la Quebrada del Toro y de la Quebrada de Humahuaca. En los años de buena demanda desde el Bajo y el Alto Perú, circulaban anualmente por la Quebrada de

Humahuaca de 50.000 a 60.000 mulas y de 12.000 a 15.000 vacas sin contar burros y caballos (Seca, 1989).

La Quebrada era la última zona con posibilidades de pasturas antes de ingresar en las tierras altas de la Puna, por tal motivo en ella se podían encontrar forrajes para la alimentación del ganado, como por ejemplo alfalfa, víveres, carne y ropa que eran traídos de Tucumán y otras partes del dominio español.

Según Difrieri (1980) los registros coloniales, entre ellos el primer censo de 1778 a 1779 ordenado por el Rey Carlos III, muestran una población local de origen eminentemente indígena, algunos esclavos negros y mulatos y muy pocos criollos o españoles.

El proceso de poblamiento moderno y el crecimiento de la población (entre la Revolución de Mayo y 1947)

La Quebrada de Humahuaca tuvo un rol crucial en la guerra de la independencia, ya que constituía el principal corredor viable para el traslado de tropas de los dos bandos entre el enclave realista del Alto Perú y el resto del territorio del Virreinato del Río de la Plata, en manos de los revolucionarios. El control de esa ruta, en manos de las tropas gauchas antirealistas al mando de Güemes, mantuvo en jaque a las tropas invasoras y permitió el desplazamiento de los ejércitos independentistas hacia Chile y Perú. Una vez vencida la oposición en el territorio peruano, se logró dominar definitivamente a las tropas del Alto Perú y dar lugar a la liberación de gran parte de América del Sur del dominio español (Reboratti y otros, 2003, p. 37).

En el primer período republicano las características del camino por la Quebrada no cambiaron sustancialmente. Desde 1869 datan los registros oficiales del primer Censo Nacional y revelaron que en la región de la Quebrada de Humahuaca ya vivían 7.390 personas; la mayoría se dedicaba a la arriería, que al igual que antaño, seguía prestando un servicio fundamental para los intercambios. El camino era, en su mayor parte, el propio lecho del río, que se veía afectado, especialmente en verano, por las crecidas y por los volcanes (Benedetti, 2015).

“Durante las crecientes, es imposible aventurarse allí: en 1901, debí detenerme durante tres días delante del Angosto de Yacoraite hasta que las aguas de las crecientes disminuyeron” (Boman, 1908, p. 774).

A fines del siglo XIX, una de las claves en el proceso de consolidación territorial de la Argentina fue la expansión de su red ferroviaria. El Estado argentino encaró, desde la década de 1880, una política activa de inversión para lograr la integración física de aquellas

provincias a las que las empresas británicas no llegaban por evaluarlas no rentables. Así, en 1890 el riel llegó a la ciudad de Jujuy y debió cambiar el siglo para que las obras avanzaran hacia el norte. Gracias a esto, la Quebrada de Humahuaca recuperó su función de vía de acceso hacia el altiplano, esta vez, con el tren. Este ramal integró por algunas décadas un sistema ferroviario que permitió la vinculación de Argentina, Bolivia y Chile. Comenzó a operar en 1908 y tenía estaciones en Jujuy, Reyes, Yala, León, Bárcena, (Volcán, Tumbaya, Purmamarca, Maimará, Tilcara, Huacalera, Senador Pérez, Humahuaca, Iturbe, Tres Cruces fueron las estaciones comprendidas dentro de la región de la Quebrada), Abra Pampa, Puerto del Marqués, Pumahuasi y La Quiaca. El ferrocarril compitió con el transporte de mulas, aunque no logró hacerlo desaparecer por completo. En esta etapa, debido a la influencia del ferrocarril la población creció significativamente: hacia 1914 vivían en la Quebrada cerca de 10.000 personas; la mayoría residía de forma dispersa, tanto en la Quebrada principal como en zonas transversales.

Surgieron nuevos pueblos donde se encontraban talleres y depósitos, como León, Volcán e Iturbe y muchos de los pobladores de la Quebrada utilizaban el tren para ir a la cosecha de caña de azúcar al sur de la provincia y Tucumán; además se desarrollaron nuevas técnicas de agricultura como la frutihortícola que aún subsisten hasta nuestros días. En 1920 la Quebrada era una región muy transitada debido a la conexión ferroviaria, además comienza a ser conocida y llegan muchos veraneantes de la provincia de Tucumán, principalmente a Maimará y Tilcara. Ejemplos son las familias Colombres, Cossio, Posse, Prat Gay, Brandenburg. Al mismo tiempo, estas poblaciones atraen a ingleses que trabajaban en ingenios azucareros del Ramal jujeño. En los años 30s no era inusual ver en las calles de Tilcara a ingleses cabalgando con vestimenta al estilo de la caza del zorro (chaquetas rojas y pantalones de montar tipo breech) C. Schwarz (comunicación personal, 22/3/2017).

En 1935 un documento del archivo de la Municipalidad de Tilcara registró que no se podía abrir la calle Ambrosetti porque casi todos los propietarios de los terrenos a ocuparse están ausentes de ésta, en los ingenios azucareros, ya vendrán pronto (Seca, 1989).

“Entre los grandes y hondos valles, cortados en dirección más o menos meridional dentro de las montañas marginales de la Puna, el de Humahuaca... tiene importancia particular para el tráfico, pues por él pasa la línea férrea internacional que se dirige a Bolivia” (Kühn, 1930, p.84).

Desde 1932 la Dirección Nacional de Vialidad proyectó y construyó el Sistema Carretero Troncal Nacional. El camino de Buenos Aires a La Quiaca se transformó en la ruta nacional 9 que, en líneas generales, conservaba la traza del Camino Real. En la Quebrada de Humahuaca

el sendero para vehículos iba paralelo al riel, pero todavía no había recibido prácticamente ninguna mejora.

Hacia fines de la década de 1940, había en la Quebrada una población de 22.000 personas y en la localidad de mayor tamaño (Humahuaca) apenas sobrepasaba los 11.000 habitantes. Esto se debió probablemente a que gran parte de la fuerza de trabajo emigraba hacia la Puna y sur de Bolivia, ya que nuevamente la actividad minera generaba un impacto de actividad económica en la región.

Lo desarrollado hasta aquí respecto del proceso de poblamiento anterior a 1947 (año del relevamiento del cuarto Censo Nacional de Población) sirve como contexto para el análisis del crecimiento de la población, a partir de los resultados de los censos de población de 1869, 1895, 1914 y 1947.

Cuadro 3. Crecimiento de la población por censos según departamentos. De 1869 a 1947

Departamento	Años			
	1869	1895	1914	1947
Total	7.390	9.070	9.947	22.003
Humahuaca	3.590	4.298	4.262	11.471
Tilcara	2.157	2.742	2.886	6.053
Tumbaya	1.643	2.030	2.799	4.479

Fuente: elaboración propia en base a INDEC Instituto Nacional de Estadística y Censos.

Cuadro 4. Crecimiento de la población por censos a nivel provincial. De 1869 a 1947

JUJUY	Años			
	1869	1895	1914	1947
Total	40.319	49.713	77.511	166.700

Fuente: elaboración propia en base a INDEC Instituto Nacional de Estadística y Censos.

Del cuadro 3 surge el crecimiento demográfico entre 1869 y 1895 en esos tres departamentos fue del 23%, o sea a un ritmo promedio anual de 0,9% durante los 26 años de ese período intercensal. Valga como comparación que toda la provincia de Jujuy creció en ese mismo periodo un 23%. Tanto en 1869 como en 1895, la población de esos tres departamentos representaba el 18,3% de la población de Jujuy. Siempre demográficamente hablando, nuestra región tenía un peso importante: 1 de cada 5 jujeños era de la Quebrada.

En el periodo intercensal de 1895 a 1914 la población de nuestra región había crecido de 9.070 en 1895 a 9.947 en 1914, es decir el 10%, a un ritmo promedio anual de 0,5%, la mitad que en el periodo anterior. Esto contrasta notablemente con lo ocurrido en el total provincial, que en ese mismo periodo creció más del 56%, un crecimiento notable. Por consiguiente, el peso demográfico de la Quebrada dentro del total de la población disminuyó significativamente, pasando de 18,3 a 12,8% en 1914. Ese mismo año poco más de 1 de cada 10 jujeños residía en la Quebrada de Humahuaca. Estas cifras sugieren, para el periodo de 1895 a 1914, un enorme crecimiento demográfico de Jujuy en base al aporte inmigratorio y también movimientos migratorios desde la Quebrada hacia otros lugares de la misma Jujuy. El análisis de los resultados de los primeros 4 Censos Nacionales de Población finaliza diciendo que en el periodo intercensal de 1914 a 1947 (33 años sin cifras censales!) la población de nuestra región había crecido de 9.947 a 22.003 en 1947, es decir el 121%, a un ritmo promedio anual de 3,7%, siete veces superior al del período anterior. En realidad, nuestra región no había sino acompañado el vertiginoso crecimiento de todo Jujuy, que en ese mismo periodo, creció 115%, el peso demográfico de nuestra región no había variado sino en una pequeña medida: del 12,8% en 1914 al 13,2% en 1947.

Estos diferentes ritmos de crecimiento intercensal hasta 1947 no deben ocultar que a lo largo de 78 años transcurridos entre 1869 (primer Censo Nacional de Población) y 1947 (el cuarto censo), la población de nuestra región había pasado de 7.390 habitantes a 22.003, el triple, a un ritmo de crecimiento anual del 1,5%. En esos 78 años, Jujuy había crecido el cuádruple, lo que da una medida de cierta pérdida del peso demográfico de nuestra región dentro del conjunto provincial, aún dentro de un crecimiento general bastante importante, como se verá al analizarse este mismo fenómeno en el periodo que va desde 1947 a nuestros días.

El proceso de poblamiento actual y el crecimiento de la población desde 1947 a nuestros días

Entre las décadas de 1950 y 1960 buena parte de los casi 2.000 kilómetros de la ruta nacional 9 ya estaban pavimentados, excepto el tramo quebradeño: de los 290 kilómetros que separaban las ciudades de Jujuy y La Quiaca, sólo se habían pavimentado 11 kilómetros, en las proximidades de la capital. El acondicionamiento de esa carretera se demoró. Recién concluyó en la década de 1970, hasta la localidad de Humahuaca. Durante todo ese tiempo, el ferrocarril siguió siendo la principal conexión de la Quebrada de Humahuaca con el resto de la Argentina, la población no tuvo crecimientos significativos, ya que la emigración era muy frecuente.

“Por la quebrada de Humahuaca, el camino cruza más de 250 veces el lecho de un río, de curso serpenteante, lo que obliga a los volantes a usar de la máxima prudencia para evitar contratiempos” (Automóvil Club Argentino [ACA], 1961).

Entre los meses de julio y octubre (1976) pocos meses después del golpe de estado del mes de marzo, hubo tres episodios de secuestros en el pueblo de Tumbaya, en la Quebrada de Humahuaca, Jujuy (Espósito y Da Silva, 2013).

En los años 80s Jujuy se perjudicó con la caída del precio del hierro y el estaño, dos de los principales metales que producía la provincia durante esta época muchos pobladores de la Quebrada que trabajaban en las minas cercanas perdieron sus empleos.

Hacia principios de la década de los 90s vivían en la Quebrada cerca de 31.000 personas, gran parte de esa población (30%) se ubicó en localidades situadas en el fondo de valle.

Humahuaca sobrepasaba los 6.000 habitantes y Tilcara, la segunda localidad en tamaño, los 2.000. En este periodo, las políticas de libre comercio aplicadas por el gobierno, la clausura del ferrocarril, los altos fletes y la competencia de productos extranjeros ocasionaron el cierre de fábricas y minas, como por ejemplo Mina Aguilar, Ingenio La Esperanza o Altos Hornos Zapla cambiaron de dueños, redujeron su actividad y despidieron trabajadores. Muchos pobladores de la Quebrada continuaron su lucha territorial que iniciaron en los años 80s para recuperar tierras que por ser pueblos originarios le correspondían.

La reforma de la Constitución Nacional en 1994 reconoció los derechos que asisten a los pueblos originarios no solo sobre las tierras de las cuales fueron despojados a partir del siglo XVI, sino también a una educación bilingüe que les permita afianzar su identidad social.

Tales disposiciones no se han concretado plenamente y su implementación constituye sin duda una deuda pendiente de reparación histórica (Mata, Fandos y Teruel, 2015).

El último tren de pasajeros que atravesó la Quebrada lo hizo en diciembre de 1993 y el último de carga lo hizo en julio de 1994. En 2016, se anunció la intención del gobierno nacional para rehabilitar esta línea ferroviaria (Argentina. Ministerio de Turismo de la Nación, 2016); y recientemente en el mes de abril (2017) iniciaron las obras del proyecto denominado -tren turístico de la Quebrada-.

La suspensión del tren provocó que muchos pueblos de la región se convirtieran casi en fantasmas. Pero en 2003 la Quebrada de Humahuaca es declarada por la Unesco “Paisaje Cultural”, lo que provocó gran revuelo dentro de la población, ya que el proyecto fue impulsado por el gobierno pero muchos habitantes no tenían conocimiento y se enteraron por la televisión y los medios de comunicación. A partir de esto, nuestra región ya no fue la

misma, el turismo como actividad económica generó grandes cambios y desde ese momento hasta la fecha la situación y posición de los pobladores es controversial.

Lo desarrollado hasta aquí respecto del proceso de poblamiento posterior a 1947 (año del relevamiento del cuarto Censo Nacional de Población) sirve como contexto para el análisis del crecimiento de la población, a partir de los resultados de los censos de población de 1947, 1960, 1970, 1980, 2001 y 2010.

Cuadro 5. Crecimiento de la población por censos según departamentos. De 1947 a 2010.

Departamento	Años						
	1947	1960	1970	1980	1991	2001	2010
Total	22.003	22.379	26.001	28.186	30.821	31.721	34.373
Humahuaca	11.471	12.014	14.947	16.817	18.183	16.765	17.366
Tilcara	6.053	5.834	6.832	7.159	8.463	10.403	12.349
Tumbaya	4.479	4.531	4.222	4.210	4.175	4.553	4.658

Fuente: elaboración propia en base a INDEC Instituto Nacional de Estadística y Censos.

Cuadro 6. Crecimiento de la población por censos a nivel provincial. De 1947 a 2010.

JUJUY	Años						
	1947	1960	1970	1980	1991	2001	2010
Total	166.700	241.462	302.436	410.188	512.329	611.888	673.307

Fuente: elaboración propia en base a INDEC Instituto Nacional de Estadística y Censos.

Del cuadro 5 surge que el crecimiento demográfico entre 1947 y 1960 en esos tres departamentos fue de un escaso 2%, o sea a un escasísimo ritmo promedio anual del 0,15% durante esos 13 años. Valga como comparación que toda la provincia de Jujuy creció en ese mismo periodo el 45%, lo que sugiere una gran inmigración. Este fenómeno a nivel provincial se habría acompañado de un proceso de migraciones internas desde nuestra región hacia otros lugares de la misma Jujuy. En lo consiguiente, el peso demográfico de la Quebrada dentro del total de la provincia volvió a disminuir, siendo el más bajo desde 1869: el 9,3%.

En los 10 años siguientes, en el periodo intercensal de 1960 a 1970, la población de nuestra región había crecido de 22.379 a 26.001 en 1970, es decir el 16%, a un ritmo anual promedio de 1,6%. Los 60s, demográficamente hablando, fueron años dorados para nuestra región. En tanto el total de Jujuy crecía el 25%, lo que implica que aún con la buena performance de la

Quebrada, no lograba seguir el importante crecimiento demográfico de todo Jujuy. En comparación, los 60s, años dorados demográficamente hablando para Jujuy, hacían ver una performance más “plateada” que “dorada” para nuestra región. De esta manera, el peso demográfico de la Quebrada volvía a encontrar un nuevo piso (8,6%), bastante menos que la mitad logrado 100 años antes, 1869.

En los 10 años que le siguen, en el periodo intercensal de 1970 a 1980, la población de nuestra región había crecido de 26.001 a 28.186 en 1980, es decir el 8%, a un ritmo promedio anual de 0,8%, la mitad del logrado en la década anterior. En tanto el total de Jujuy crecía un espectacular 36%. Estos ritmos tan diferentes de crecimiento demográfico hicieron que el peso demográfico de nuestra región encontrara un nuevo piso, esta vez de 6,9% respecto del total provincial.

En el periodo intercensal de 1980 a 1991 nuestra región pasa de 28.186 a 30.821 habitantes, un 9% más que 11 años antes a un ritmo anual promedio del 0,8%, similar al de la década anterior. En tanto, Jujuy había crecido un interesante 25%, con lo cual el peso demográfico de nuestra región alcanza un nuevo piso, esta vez del 6%, un tercio que tenía 100 años antes, entre 1869 y 1895.

Los noventa, a juzgar por el periodo intercensal de 1991 a 2001, mostraron un crecimiento demográfico del 9% en 2001 a 31.721 habitantes. El crecimiento medio anual había sido del 0,9% semejante al de las dos décadas anteriores. El de Jujuy seguía siendo importante (19%) pero continuaba su ritmo descendente de los últimos 40 años. El relativamente lento crecimiento de nuestra región en comparación con el siempre mucho mayor de Jujuy hacía que el peso demográfico de nuestra región encontrara un nuevo piso (5,2%).

Finalmente, en el último periodo intercensal de 2001 a 2010, la región creció el 8%, llegando a 34.373 habitantes. Su ritmo promedio anual había sido de 1,2%, algo menor que en las décadas inmediatamente anteriores pero inferior que el logrado durante los 60s. En esos mismos 9 años Jujuy había crecido el 10% continuando su tendencia de cada vez menos crecimiento desde 1970. En efecto el crecimiento entre 1970 y 1980 había sido del 36%, del 25% entre 1980 y 1991 del 19% entre 1991 y 2001 y ahora del 10% entre 2001 y 2010. El menor crecimiento de nuestra región, aunque pequeño en comparación al conjunto de Jujuy hizo que el peso demográfico descendiera una vez más (5,1%), el más bajo de toda la serie, casi un cuarto del que tenía en ocasión de levantarse el primer Censo Nacional de Población, en 1869.

Punta a punta, entre 1947 y 2010 la población de la Quebrada solo había crecido el 56%. El crecimiento medio anual había sido del 0,9%. En cambio, la población de todo Jujuy se había

cuadruplicado en esos mismos 63 años. Como contexto más global, la de la Argentina se había multiplicado por 2,5. Es una medida del retraso relativo de nuestra región.

La inmigración

Según Santamaría (2008) el contexto social de Jujuy es particular por la persistente inmigración boliviana; desde antaño nativos de Chichas y Tarija penetraban la Quebrada y Puna en forma sistemática, juntándose con los atacamas procedentes del norte de Chile y mezclándose con los omaguacas locales.

Desde fines del XVIII si bien no hay estadísticas confiables sobre el número real de los inmigrantes durante este periodo; sí se conoce bien el efecto político que su masiva llegada produjo en los núcleos urbanos. El aumento de población conmovió a la pequeña sociedad jujeña y las autoridades tomaron medidas para dispersar esas muchedumbres en estancias, fincas o fuertes de frontera. El Cabildo de San Salvador de Jujuy emitió en 1781 una orden para confinar a todos los desocupados y malvivientes en los fuertes de la frontera del río San Francisco.

Con el paso del tiempo el auge de las mineras fue decayendo, por tal motivo, muchos de los pobladores de Bolivia, Chile y Perú decidieron establecerse en Argentina. Las tareas que atraían a la multitud eran los puestos ganaderos y la arriería ya eran en el XVIII actividades muy bien pagas y que casi no demandaban fuerza de trabajo. La crisis de los valles centrales del sur boliviano (Sococho, Tojo, Livilivi) se había hecho crónica (como hasta hoy) y los campesinos arruinados preferían migrar al sur antes que a las ciudades mayores del oriente boliviano.

Durante la última etapa de la colonia y primera mitad del XIX, se destaca la participación del elemento africano en la formación del nuevo campesinado jujeño en la era republicana, aunque éste es un tema pendiente de investigación; hubo un estrato social bastante heterogéneo aunque de conductas sociales y económicas similares: las peonadas de las haciendas, los sectores de españoles pobres, los esclavos libres y manumitidos en proceso de campesinización.

Ya en el siglo XX existe evidencia que la región de la Quebrada especialmente recibió migrantes bolivianos y peruanos, estableciéndose a la vera del río Grande y en los pueblos existentes.

Seca (1989) sostiene que desde antes y, especialmente, mediados del siglo XX se incrementa la migración boliviana a lo largo de la Quebrada de Humahuaca hasta San Salvador y luego más al sur. Vinieron en oleadas, respondiendo a razones diversas según la situación

económica y política de ambos países; gente proveniente tanto del campo como de las ciudades. De hecho se denomina cómo migración boliviana a la que se dio en este siglo, fundamentalmente, pero en realidad, toda la zona ha sido constantemente zona de paso entre ambos países. No sólo corredor, sino un corredor donde la gente, además se establecía. Parte de la población actual de los pueblos de nuestra región está constituida por descendientes de bolivianos. Actualmente, del total de la población 34.373 registrada durante el último Censo Nacional en 2010, 715 son personas nacidas en el extranjero representando el 2% del total de la población y la mayor cantidad de extranjeros que residen en la Quebrada son bolivianos representando el 82,5% del total de la población extranjera.

Otros indicadores demográficos

Para el mismo año del relevamiento censal (2010) se registraron 704 nacidos vivos, es decir el 2,1% de la población total. Ese mismo año se registraron 161 defunciones, es decir el 0,5% de su población total. El saldo vegetativo (nacimientos vs. defunciones) fue de 543, lo que implica el 1,7% de su población total. Todo esto da cuenta de un crecimiento vegetativo importante, producto no de la alta natalidad (que es semejante a la del conjunto de Jujuy) sino de una mortalidad más baja que la del conjunto de Jujuy.

De las 161 defunciones registradas en 2010, el 3,7% (6) corresponden a menores de 1 año (indicador de mortalidad infantil), el 39,7% (64) a edades adultas (15 a 64 años) y el 54% (87) al grupo de 65 años y más.

“Nacer en Humahuaca es nacer con título nobiliario. Es presagio de un destino que inevitablemente será signado por el arte. Y es que sí...la harina del Carnaval, le pensaminta las sienas” (Maryta, 2008).

“Pachamama¹² Santa Tierra, no me lleves todavía ahora mira que soy jovencito; quiero dejar mi semilla” (Omaguaca, 2016).

Cuadro 7. Nacidos vivos registrados, defunciones totales, según grupos de edad y maternas por departamentos. Año 2010

Lugar de Residencia	Población	Nacidos vivos Registrados	Defunciones								Muertes maternas
			Totales	Menores de 1 año			1 a 4 años	5 a 14 años	15 a 64 años	65 y más	
				Subtotal	Neonatal	Postneonatal					
Total	32.814	704	161	6	4	2	1	3	64	87	0
Humahuaca	15.960	379	120	3	1	2	1	3	48	65	0
Tilcara	11.961	243	2	2	2	0	0	0	0	0	0
Tumbaya	4.893	82	39	1	1	0	0	0	16	22	0

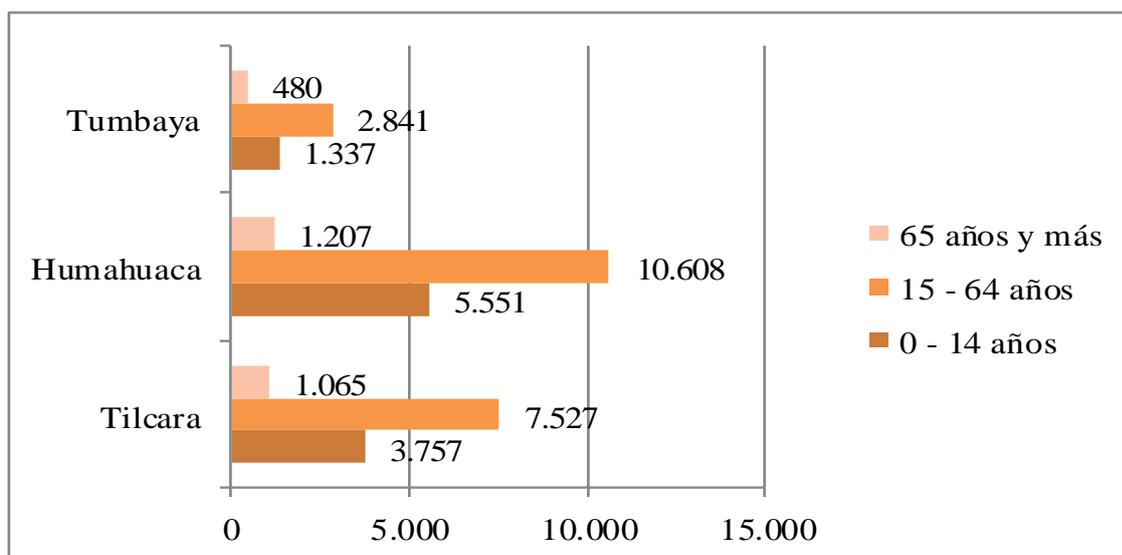
NOTAS: Se consideran nacidos vivos registrados a los ocurridos en el año de registro y en el año inmediato anterior. En el total de defunciones se incluyen aquéllas de edad no especificada.

Fuente: elaboración propia en base a natalidad, mortalidad general, infantil y materna por lugar de residencia. Argentina - Año 2010. Secretaria de Políticas, Regulación e Institutos. INDEC - DiPEC.

Este proceso se comprende mejor si se analiza la estructura de edades: en el total de los 3 departamentos que conforman la Quebrada de Humahuaca el peso del grupo etario de 0 a 14 años es del 31 %, el de 15 a 64 años del 61% y de 65 años y más del 8%. Esto sugiere que la baja mortalidad se corresponde con el escaso peso demográfico del grupo de 65 años y más.

¹² Pachamama es un concepto que procede de la lengua quechua. Pacha puede traducirse como “mundo” o “Tierra”, mientras que mama equivale a “madre”. Para los quebradeños y quebradeñas la Pachamama es algo sagrado. Es por eso que la nombran diciendo: “Pachamama Santa Tierra”

Gráfico 4. Rango etario según departamento. Año 2010.



Fuente: elaboración propia.

En cuanto a la población urbana y rural, el peso de la población urbana (es decir que reside en localidades de 2.000 habitantes y más) es importante (76,8%), aunque el peso de la población rural aún es de 23,2% (1 de cada 4 pobladores de la Quebrada vive como población dispersa o en localidades menores a 2.000 habitantes). Una idea de esto lo da la población de Purmamarca y sus 2.186 habitantes, es decir población urbana.

Cuadro 8. Distribución de la población por zona.

Tipo	Tilcara	Humahuaca	Tumbaya
Zona Rural	2.960	3.119	1.897
Zona Urbana	14.406	9.230	2.761
Total	17.366	12.349	4.658

Nota: la población total incluye a las personas viviendo en situación de calle. El índice de masculinidad indica la cantidad de varones por cada 100 mujeres.

Fuente: elaboración propia en base a INDEC - DiPEC. Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010.

De los 3 departamentos, el más rural es Tumbaya (40,7%). Le sigue Tilcara (25,2%) y el menos rural es Humahuaca (17,0%). Pero si solo se toma en cuenta a la población rural de la Quebrada (7.976), el mayor aporte lo hace Tilcara (39,1%), seguido por Humahuaca (37,1%) y por Tumbaya (23,8%).

El panorama demográfico se completa con un análisis de la densidad, es decir la población por kilómetro cuadrado (es decir, su superficie). Como región, la Quebrada tiene una densidad de 3,8 habitantes por kilómetro cuadrado (34.373 en una superficie de 9.079 kilómetros cuadrados). Pero las densidades varían en los 3 departamentos: es mayor en Tilcara (6,7), intermedia en Humahuaca (4,6) y extremadamente baja en Tumbaya (1,4). Como marco, la densidad poblacional en Jujuy es 12,6 y enormemente desigual entre departamentos. La densidad demográfica en Jujuy está por debajo de la de Argentina (14,4). La densidad de la Quebrada es equivalente a la de la provincia de La Rioja (3,7) y supera las de Catamarca, Río Negro, Chubut, La Pampa, Santa Cruz y Tierra del Fuego.

Cuadro 9. Superficie y densidad poblacional, según departamentos.

Departamentos	1991			2001			2010		
	Población	Superficie en km ²	Densidad hab/km ²	Población	Superficie en km ²	Densidad hab/km ²	Población	Superficie en km ²	Densidad Hab /km ²
Total	30.821	9.079	10,6	31.721	9.079	11,3	34.373	9.079	12,6
Humahuaca	18.183	3.792	4,8	16.765	3.792	4,4	17.366	3.792	4,6
Tilcara	8.463	1.845	4,6	10.403	1.845	5,6	12.349	1.845	6,7
Tumbaya	4.175	3.442	1,2	4.553	3.442	1,3	4.658	3.442	1,4

1) Densidad Demográfica: expresa, en promedio, la cantidad de personas por kilómetro cuadrado de un territorio determinado.

Fuente: elaboración propia en base a INDEC Instituto Nacional de Estadística y Censos. Censo Nacional de Población, Hogares y Vivienda e Instituto Geográfico Militar.

Capítulo 2. LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS

Este capítulo tiene como objetivo específico responder a la pregunta ¿Cuáles son las características socioeconómicas de la región?

2.1. LAS ACTIVIDADES AGROPECUARIAS

La agricultura

En Jujuy, su larga tradición y desarrollo están íntimamente vinculados a la agricultura familiar, actividad predominante en la provincia. Desde hace más de 2.500 años los quebradeños ya eran agricultores expertos; cultivaban más de cincuenta clases de papa, además de oca¹³, quínoa¹⁴, ají, zapallo, maíz y maní. En la cueva de Huachichocana (Purmamarca) se hallaron restos de plantas domesticadas de esa época. En Alfarcito (Tilcara), en Antumpa (cerca del río Grande) y en Estancia Grande (Purmamarca) hay vestigios que hablan de aldeas, con casas dispersas, habitadas por familias de igual riqueza, que trabajaban la cerámica, tejían y solían intercambiar productos con otros pueblos, incluso de lugares tan lejanos como el desierto de Atacama (Chile).

Desde antaño las comunidades que habitaban la región tuvieron una economía muy completa, gracias a que supieron utilizar los recursos que ofrecía este ambiente geográfico, en diferentes altitudes (pisos ecológicos). Por ejemplo, los pueblos de la Quebrada, que cuidaban sus cultivos y rebaños, enviaban a parte de su gente a “colonizar” las tierras altas de la Puna; se procuraban sal, cazaban guanacos y vicuñas. Otros colonos bajaban hasta los Valles para conseguir coca¹⁵, miel o madera para fabricar arcos y flechas (Volveré Jujuy, 2016).

La dieta alimenticia era un 80% de origen vegetal. Las plantas que cultivaban, de origen netamente americano, eran la papa, el maíz, el zapallo, el ají, el cayote¹⁶, el poroto, la quínoa, la oca, la papa lisa y otras de menor importancia como el yacón¹⁷ y el ataco¹⁸. Al perfeccionar

¹³ La oca, en quechua uqa, es un tubérculo dulce comestible rico en almidón que se cultiva entre los 3.000 y los 3.900 msnm.

¹⁴ La quínoa, en quechua kínua o kinuwa, es un pseudocereal perteneciente a la subfamilia Chenopodioideae de las amarantáceas. Se cultiva, principalmente, en la cordillera de los Andes.

¹⁵ Coca en quechua kuka es una especie de planta sudamericana con flor. El uso de las hojas de coca es versátil tanto en su aspecto ritual así como ligero estimulante y analgésico.

¹⁶ Cayote (cucurbita ficifolia) es una especie de enredaderas trepadoras de fruto comestible de la familia de las cucurbitáceas, cultivada a grandes alturas para el uso de su pulpa en la fabricación de dulces.

¹⁷ Yacón (*Smallanthus sonchifolius*) es un tubérculo cultivado en las zonas cálidas y templadas de la Cordillera de los Andes por su textura crujiente y sabor dulce.

la técnica de cultivo generación tras generación se fueron desarrollando muchas variedades. Como por ejemplo las papas criollas, de las cuales surgen la papa runa, collareja, chacarera, overa, tuni, cuarentona y decenas de otras variedades. Lo mismo pasa con el maíz; en la actualidad en la región se conocen más de diez variedades: ocho rayas, morocho, pisincho, capia, bolita y otras. También hay varias clases de oca, quínoa, papa lisa, ají, poroto y de todos los cultivos propios de la Quebrada.

En la Quebrada se destinan aproximadamente 1.358 hectáreas (17%) a la producción de hortalizas. La producción comienza en septiembre y la cosecha se extiende hasta mayo. En esta región la horticultura forma parte de sistemas de producción diversificados, cada productor maneja en promedio una superficie de entre 1 y 1,5 hectáreas en donde se articulan diversas actividades agrícolas (horticultura, fruticultura, floricultura). Por lo general las hortalizas se cultivan a campo y el sistema de riego es por surco o gravitacional (EPSA, 2012, p. 50 y 51).

“Se estima que en la Quebrada de Humahuaca se destinan 2.000 hectáreas a la producción de frutas, verduras, flores y hortalizas, aproximadamente” (Organización de las Naciones Unidas ONU para la Alimentación y la Agricultura [ONU], 2015, p.12). En la Quebrada de Humahuaca el 90% de los pequeños productores es o tiene ascendencia indígena. Por lo tanto, perviven en la memoria de la zona formas de organización social y de la producción ligada de la cultura andina. Desde hace miles de años se produce maíz y se cultiva papa; incluso, en Purmamarca se hallaron maíces más antiguos que los mexicanos (Cooperativa Agropecuaria y Artesanal Quebrada y Valles [Cauqueva], 2016).

Más del 50% de las familias de la región viven de la producción agropecuaria, con lo cual se transforma esta actividad en generadora de ingresos y fuentes de trabajo. La mano de obra es familiar, aunque para determinadas labores como plantación y cosecha se recurre a la contratación temporaria (Fernández, Zelarayán y Failde de Calvo, 2012).

La actividad agrícola en la Quebrada, se encuentra bastante diversificada, se puede encontrar: cayote (*Curcubita ficifolia*), zapallo, zapallito, arveja, papa criolla (*Solanum tuberosum*), tubérculos andinos, oca (*Oxalis tuberosum*), ulluco o papa verde (*Ullucus tuberosus*), lechugas, ajo (*Allium sativum*) de Huacalera, zanahorias (*Daucus carota*) en Maimará, remolachas (*Beta vulgaris*) en Juella, manzanas (*Malus doméstica*), durazno (*Prunus pérsica*)

¹⁸ Ataco, también conocido popularmente como amaranto es una planta que se produce en la zona andina. Es utilizado como una planta medicinal pero también como alimento por ser una fuente de nutrientes; por ejemplo, proteínas.

de Juella, pera (*Pyrus comunis*) de Purmamarca, membrillo (*Cydonia oblonga*), albarillo y/o durazno (*Prunus armeniaca*) de la Quebrada, nogal (*Juglans regia*), vid (*Vitis vinífera*) de Maimará, apio (*Apium graveolens*), cebolla morada (*Allium cepa*) del Perchel, acelga de Maimará, quínoa (*Chenopodium quínoa*), yacón (*Smallanthus sanchifolius*), kiwicha (*Amaranthus sp.*), girasol (*Helianthus annuus*) de Huacalera, maíz (*Zea mays*), capia (variedad *amylacea*), el ocho rayas amarillo (variedad *yndurata*), kully o morocho y chullpi (variedad *amileasaccharata*), ajíes, ají locoto, pimientos, habas (*Vicia faba*); hay pueblos como Maimará donde las flores son parte destacada de la fuente de ingresos de las familias.

Cuadro 10. Volúmenes de producción de los principales cultivos hortícolas. 2012.

Cultivo	Superficie (has)	Rendimiento	Producción	Época de cosecha
Acelga	102,5	8.000 paq. (en 3 a 4 cortes)	820.000 paq.	noviembre a mayo
Ajo	130,1	7,5 tn.	975 tn.	noviembre a marzo
Apio	28,3	25 tn.	957.000 tn.	diciembre a junio
Cebolla	46,6	880 bls.	41.000 bls.	diciembre a mayo
Espinaca	28,7	17 tn.	487,9 tn.	noviembre a abril
Haba	117,9	4 tn.	471,6 tn.	octubre a marzo
Lechuga	146,7	1.500 - 1.800 jls.	220.000 - 260.000 jls.	octubre a mayo
Papa	121,8	280 bls.	34.100 bls.	diciembre a marzo
Perejil	42,7	14 tn.	597,8 tn.	noviembre a mayo
Remolacha	26,9	16 tn.	430,4 tn.	diciembre a mayo
Zanahoria	73,5	7-8.000 paq.	520.000 - 585.000 paq.	diciembre a mayo

Fuente: elaboración propia en base a (Fernández, Zelarayán y Failde de Calvo, 2012).

Las flores ocupan un lugar muy importante en nuestra región, ya que éstas adornan y van en sus canastas o asoman en bolsas junto a verduras y frutas, para lucirlas durante todo el año crearon las tulmas¹⁹, por eso el espíritu de la flor siempre está presente.

El invierno en la Quebrada es muy crudo, frío y seco; por eso con la primavera todo florece y aunque le cuesta florecer, el sacrificio vale la pena; cuando este milagro de la naturaleza sucede pueden observarse: flores de estati (*Limonium sinatum*), clavel, clavelina (*Dianthus caryophyllus*), crisantemo unifloro y en ramillete (*Dendranthema*), siemprevivas (*Helichrysum bracteatum*), conejito, alhelí (*Mathiola*); reina margarita, china aster (*Callistephus chinensis*), gladiolo (*Gladiolus*), copetes o virreynas (*A. hybrids*), suncho

¹⁹ Tulmas son pompones hechos con vellones de lana teñidos con tintes vegetales.

(*Bacharis* sp.), fosforito o flor de cohete (*Kniphofia uvaria*), malvisco (*Sphaeralcea Bonariensis*), Amancay (*Zephyrantes* sp.), cresta de gallo (*Celosia argentea*), Bobo (*Tessaria Absinthioides*), chilca (*Bacharis* sp.), retama (*Sarothammus scoparius*), Aroma (*Amaranthus hypochondriacus*), cardo (*Cirsium vulgare*), dalia (*Dahlia* sp.), entre otras (Figoni Prado, 2013, p. 102-114 y 136-146).

Maimará, Tilcara y Purmamarca son las tres localidades florícolas más importantes. La forma de producción es mediante tecnología agrícola básica es una alternativa que debiera ser protegida, pero a la vez también es necesario perfeccionarla o combinarla con nuevas herramientas productivas. De esta manera se facilitarían las labores, eficientizaría el uso del agua y del suelo y permitirían mejorar la calidad para hacer más atractivo comprar flores, aumentando su demanda (Klasman, 2008).

Como pudo observarse, en la región se cuenta con variedades de cultivos andinos que han llegado a nuestros días desde la época precolombina; sin embargo, estas variedades están en riesgo de perderse, por numerosas razones: desastres naturales, sustitución con otros cultivos de mayor rentabilidad. Para regenerar la diversidad es necesario diseñar estrategias de conservación in situ en las que la participación de los productores y lo que ellos planteen es esencial (CONDESAN, 2016).

Estudios recientes realizados en nuestra región, evaluaron el efecto genotóxico de los plaguicidas en poblaciones rurales y puede sugerir un alto grado de exposición a los agroquímicos (Bianco, 2013).

La investigación que se realizó en Maimará en 2012 por la Residencia de Epidemiología y el Ministerio de Salud, reveló que el 94 % de los productores encuestados, en total 32 personas, afirmó que prepara el agroquímico y el 78 % realiza la actividad de aplicación de los mismos. La mayoría de los encuestados se desempeña como aplicador desde hace más de 10 años; 81 % prepara el agroquímico al aire libre.

Con respecto a la actitud post-aplicación que toman frente al sobrante del agroquímico, el 81 % refirió que no sobra, el 13 % lo desecha en la tierra y el 6% lo guarda años. El 63% refirió haber recibido alguna vez capacitación sobre el uso adecuado de productos agroquímicos.

Con respecto a los síntomas, el 82 % (25/32) de los productores encuestados refirió haber presentado alguno luego de aplicar el agroquímico, y de estos, más de la mitad ha presentado entre 3 y 5 síntomas (estornudos, mareos, dolores de cabeza, irritación de ojos y conjuntivitis, picazón, irritación de garganta, somnolencia, tos, náuseas, sarpullido, dolor de panza, enrojecimiento de manos, dificultad para respirar). Los más frecuentes fueron: estornudos, mareos, dolor de cabeza e irritación en los ojos/conjuntivas.

Por tal motivo es de suma importancia llevar a cabo evaluaciones de control sobre los efectos en la salud por el uso de los plaguicidas y desarrollar intervenciones de manera de disminuir riesgos y contaminación (Borda, 2014).

El tema es bastante complejo, pero una de las causas sobresalientes reside en los factores socioeconómicos, ya que los cambios en el modelo económico afectan directamente a los mercados de productos. Otros factores son: la migración campesina a las ciudades, el cambio de patrones de uso de determinados recursos (tierra y mano de obra), la inadecuada explotación de los mismos y los escasos suelos agrícolas que cada día se pierden, degradan y empobrecen a causa de la erosión y contaminación con agroquímicos, representando un riesgo elevado de deterioro en los agroecosistemas quebradeños, por lo que se deben de crear estrategias que permitan preservar esta actividad, puesto que la subsistencia de esta economía étnica forma parte del núcleo más profundo de la sustentabilidad (CONDESAN, 2016).

Siguiendo esta dirección el 14 de marzo de 2017 se firmó un convenio de financiamiento con las Naciones Unidas que permitirá poner en marcha un programa de desarrollo rural dirigido a unas 8.000 familias del norte del país que se dedican mayoritariamente a la producción de quinoa, papas andinas, chía, carne y lana de llama. El Programa de Inserción Económica de los Productos familiares del Norte (PROCANOR) beneficiará en especial a pueblos originarios, mujeres y jóvenes. Se realizará durante cinco años en las diez provincias incluidas en el Plan Belgrano²⁰: Catamarca, Chaco, Corrientes, Jujuy, Salta, Misiones, Formosa, La Rioja, Santiago del Estero y Tucumán (Argentina. Presidencia de la Nación, 2017).

La ganadería

En la etapa prehispánica en la Quebrada de Humahuaca y el resto de Sudamérica fue importante la ganadería de camélidos, con distintos grados de intensidad, especialmente la llama. Desde su temprana domesticación, el pastoreo produjo significativas modificaciones para las sociedades, no sólo proporcionando recursos pastoriles (carne y lana) sino también abriendo las posibilidades de integración económica y cultural a través del tráfico de caravanas (Núñez y Dillehay, 1995; Nielsen, 1999).

Con la conquista de los españoles y más tarde la colonia, debido al incremento exponencial de la población y a la conectividad del sur al norte y viceversa toda la región se especializó en ofrecer productos y servicios adecuados para satisfacer las necesidades de los viajeros y

²⁰ El Plan Belgrano es un reciente programa de desarrollo social, productivo y de infraestructura orientado al crecimiento y la igualdad de condiciones y oportunidades para diez provincias del norte argentino

alimentar al ganado, caballos y mulas antes de ingresar a la zona árida de la puna; los negocios se generaban a través de las caravanas de animales y esclavos, la actividad que se desarrolló de manera indirecta fue la arriería y ferias de ganado, grandes tropas de hacienda principalmente de mulas, atrayeron una multitud de compradores y vendedores de los lugares más remotos (Langer y Conti, 1991).

Actualmente, a diferencia de lo que sucedió en la antigüedad, se registró que en la Quebrada la producción de camélidos sólo representa el 1,5% de la producción total provincial; el 90% de la producción se concentra en la región de la Puna. Los caprinos representan el 34% del stock provincial, los ovinos ocupan el 20% de la producción total provincial con Humahuaca a la cabeza con 13%. La distribución regional de la actividad bovina indica una concentración del 15%, donde predomina la raza criolla, adaptada a las condiciones naturales de la zona (EPSA, 2012).

En la Quebrada el 65% de los animales son de raza indefinida o criollos de bajo nivel de productividad, ya que no reciben el manejo adecuado. Por lo general las mujeres están a cargo de estas actividades y de las múltiples tareas del hogar, lo que explica por qué las prácticas de rutina (vacunación, esquila y castraciones) no se realizan de manera oportuna.

Las familias que viven en los fondos de valle, vegas²¹, zonas de ojos de agua o vertientes pueden definirse como productores con mayores posibilidades por la posición estratégica de sus tierras.

Sin embargo, “en la serranía y en las montañas se hace más ganadería, en la cual predomina el ovino, el caprino y algunas llamas”, explicó el veterinario Fernando Echazú, quien trabaja en la oficina de Información Técnica del INTA (Arinfo, 2015).

En los últimos años la actividad ganadera disminuyó significativamente, ya que las nuevas generaciones no se dedican a la crianza de animales porque la consideran una actividad muy sacrificada. Por ejemplo, los jóvenes que vuelven a sus pueblos de origen al terminar sus estudios rara vez eligen el tipo de trabajo duro y a la intemperie, encuentran más atractivo tejer bajo techo artesanías escuchando música popular que arrear una manada de ovejas por una ladera escarpada o llevar vacas hasta una pastura de montaña donde pueden alimentarse durante los meses de invierno que quedan a más de ocho horas de camino (Reboratti y otros, 2003, p.13).

²¹ Vega es un terreno bajo, llano, fértil y generalmente a la orilla de un río.

2.2. LAS OTRAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS

La construcción

Como se mencionó anteriormente, los ríos quebradeños son de vital importancia porque ellos son piedra y barro; en sus márgenes crecen cañas, gramíneas, arbustos y árboles que aportan madera. Los pobladores toman de allí los elementos básicos para edificar sus casas. Del barro nace el adobe²² para la construcción de las casas y los muros son gruesos para administrar eficazmente la amplitud térmica.

El constructor de adobe participa en este vasto ciclo geológico. Trabaja el barro, fabrica adobes y con ellos muros a partir de esta materia naturalmente transformada por el tiempo. Establece ese lazo de unión entre la geología de un lugar y su arquitectura (Figoni Prado, 2013, p. 64, 84 y 87).

“El paisaje de la Quebrada de Humahuaca ha tenido modificaciones importantes en los últimos dos siglos. Una de ellas fue el proceso de construcción del hábitat, en el cual participaron distintas culturas, grupos sociales, organizaciones, instituciones y personas” (Rotondaro, 2011, p. 170). Entre las formas de construir hay modelos distintos en cuanto a su origen, materialización, transformación y durabilidad. Tanto en zonas urbanas como rurales coexisten construcciones antiguas y recientes que en ocasiones debido a la falta de control y regulación por parte del gobierno generan controversia y contaminación visual.

Cuadro 11. Permisos de edificación de los 3 departamentos. Año 2016.

Departamento	Año 2016
Tumbaya	13
Tilcara	18
Humahuaca	10
Total	41

Fuente: elaboración propia en base a información proporcionada sobre los permisos de construcción emitidos por el departamento de Obras Públicas de las comisiones municipales

²² El adobe es un material de construcción formado por una masa de barro sin cocer, secada al sol y moldeada en forma de ladrillo, al barro se le agregan fibras naturales, arena o estiércol animal; en ocasiones se deja reposar para que la masa sea homogénea. El horno que lo cuece es el sol, que en invierno alumbra sin descanso desde el amanecer hasta la caída de la tarde, luego de unos días el adobe está listo.

(Purmamarca, Maimará, Huacalera y Uquía) y municipalidades (Tilcara y Humahuaca). Año 2017.

No se puede dejar de mencionar que en la mayoría de los casos los propietarios adquieren propiedades ya construidas a las que les realizan refacciones; éstas no necesitan permisos de construcción (empleado de Obras Públicas, comunicación personal, 7/2/2017, Tilcara).

“Las casas parecen enraizadas en el paisaje, pero cuando un día sean abandonadas por sus habitantes, la tierra retornará a la tierra, y esas partículas de suelo reencontrarán su camino en la inconmensurable historia geológica del planeta” (Figoni Prado, 2013, p.84).

“Los pueblitos quebradeños, con sus casas de adobe y calles empedradas, enlazan historia y tradiciones de raíces ancestrales, conformando un paisaje cultural único en el mundo” (El Tribuno Jujuy, 2015).

Fotografía 9. Calles de la Quebrada de Humahuaca (Uquía y Maimará, 2017). Autoría: propia.



Del cuadro siguiente se puede apreciar la gran proporción de viviendas deshabitadas (39%). Este porcentaje puede sugerir viviendas de población que emigró, ya que el censo se hizo a fines de octubre 2010 (migraciones estacionales) o viviendas de uso turístico, que es un fenómeno cada vez más común.

Cuadro 12. Total de viviendas por departamento 2010.

Departamento	Total de viviendas	Viviendas particulares		Viviendas colectivas
		Habitadas	Deshabitadas	
Total	14.303	8.566	5.577	160
Humahuaca	7.394	4.422	2.922	50
Tilcara	4.996	2.995	1.922	79
Tumbaya	1.913	1.149	733	31

Fuente: elaboración propia en base a INDEC. Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010.

Cuadro 13. Viviendas particulares habitadas, hogares y población censada por tipo de

Departamento	Total	Tipo de vivienda							
		Casa	Rancho	Casilla	Departamento	Pieza/s en inquilinato	Pieza/s en hotel o pensión	Local no construido para habitación	Vivienda móvil
Viviendas	8.566	7.263	1.078	35	43	115	9	11	12
Hogares	9.423	7.965	1.166	41	46	172	10	11	12
Población	33.314	28.537	4.005	127	118	434	30	25	38
Humahuaca									
Viviendas	4.422	3.791	514	19	21	57	3	8	9
Hogares	4.742	4.055	543	20	22	82	3	8	9
Población	17.042	14.662	2.005	74	47	194	7	18	35
Tilcara									
Viviendas	2.995	2.541	386	13	21	24	6	2	2
Hogares	3.397	2.862	434	18	23	49	7	2	2
Población	11.787	10.141	1.378	48	66	125	23	4	2
Tumbaya									
Viviendas	1.149	931	178	3	1	34	-	1	1
Hogares	1.284	1.048	189	3	1	41	-	1	1
Población	4.485	3.734	622	5	5	115	-	3	1

vivienda, según departamento. Año 2010.

Fuente: elaboración propia en base a INDEC. Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010.

Del cuadro anterior surge que el tipo de vivienda más frecuente es la casa: el 86% de la población vive en casas. El otro tipo con algún peso son ranchos: el 12% reside en ranchos. Para María Esther Albeck, antropóloga especializada en arqueología de la Quebrada, donde vive hace más de 20 años, "la declaratoria de Patrimonio de la Humanidad disparó el precio de los inmuebles y la proliferación de emprendimientos con estilos arquitectónicos muy diferentes, que contaminan visualmente. En algunos lugares, más que la Quebrada esto parece Nuevo México" (Ramos, 2007).

“Tres de cada cuatro viviendas ocupadas presenta algún tipo de déficit, y en las áreas netamente rurales estos porcentajes son aún mayores” (Sabaté Bel y Martínez de San Vicente, 2011, p. 110).

Una funcionaria de la Comisión Municipal de Maimará declaró que en su municipio hay muchas irregularidades en cuanto a zonas de riesgo y terrenos fiscales del Estado, ya que hay muchos asentamientos a la vera del río y sobre la serranía cuando eso está prohibido y en zonas muy peligrosas como por ejemplo la ubicación del barrio Sumaj Pacha, donde exigen la renovación de la tenencia precaria que les otorga el municipio, dándoles permiso de asentamiento, agua y luz, fomentando que éste y otros barrios de emergencia se expandan (comunicación personal, 6/2/2017).

A lo que una secretaria de Faltas del mismo municipio respondió “tenemos ciertos obstáculos para actuar porque si bien Maimará es una comisión municipal autónoma los terrenos fiscales donde se localizan los asentamientos irregulares de viviendas son terrenos fiscales de la Nación y en ese caso el municipio no puede tomar todas las decisiones (...) si bien contamos con la ordenanza 04/2016 y la Ley provincial N° 5.206 que mencionan cómo deben ser las construcciones, por ejemplo están prohibidas las construcciones de segundos pisos, los voladizos y/o aletas tenemos multas y sanciones; actualmente lo que hacemos es que antes de autorizar un permiso de construcción solicitamos entre otros requisitos los planos de cómo será la misma.

Fotografía 10. Centro Nocturno El Molino (Maimará, 2017). Autoría: propia.



El centro nocturno se encuentra ubicado enfrente de las viviendas de la fotografía anterior, alterando la estética visual del paisaje y una muestra de contaminación visual.

Fotografía 11. Hotel Manzur, próximo a inaugurarse (Maimará, 2017). Autoría propia.



Lujoso hotel que a primera vista no respeta los lineamientos estipulados en la ordenanza 04/2016 y la Ley provincial N° 5.206; ya que desde el frente se observan: voladizos, aletas y más de un piso.

El comercio

En la Quebrada de Humahuaca una parte importante de la población se ocupa en el sector terciario de la economía; esto significa que un porcentaje interesante de ingresos de las familias quebradeñas se originan en actividades de comercio de productos y servicios. Se

estima que el 70% de los comercios de nuestra región se concentra en los pueblos de Humahuaca, Tilcara y Purmamarca.

“Son los pequeños y medianos establecimientos comerciales los que explican prácticamente un 90% del valor agregado de la economía jujeña” (Golovanevsky, 2016). Todo ello en el marco de un sector terciario en permanente crecimiento (en gran medida a partir de actividades con un elevado componente de informalidad, como ventas y/o servicios por cuenta propia y diverso tipo de “changas”). La Quebrada no escapa a esta situación, ya que un gran número de establecimientos mantiene a sus empleados en plena informalidad o con empleos eventuales por ejemplo durante los meses de enero y febrero, Semana Santa y/o vacaciones de invierno (temporada alta), las peñas, restaurantes y hoteles contratan personal sólo para cubrir las necesidades en cortos periodos de tiempo. Los comercios de primera necesidad (almacenes, panaderías, carnicerías y verdulerías, etc.) contratan jóvenes locales abonando en promedio \$30 (valor a septiembre 2016) la hora, lo que significa que el ingreso mensual de un empleado de comercio trabajando en negro ronda los \$5.000 aproximadamente, un 30% menos que el sueldo mínimo oficial.

Infraestructura: medios de comunicación y vías de acceso

Medios de comunicación

En el departamento de Humahuaca hay una televisora de canal abierto, repetidora del canal provincial 7 Jujuy; una televisora comunitaria de circuito cerrado y dos emisoras de radio FM. En el departamento de Tilcara se registran al menos tres emisoras de radio FM y una televisora comunitaria de circuito cerrado. En el departamento de Tumbaya se registra una televisora comunitaria.

El servicio de wifi llega a la región a través de empresas privadas pero en agosto de 2016 el gobierno nacional a través de la empresa ARSAT que depende del Ministerio de Comunicaciones colocó el tendido de fibra óptica en la Quebrada permitiendo que la región pueda acceder a internet. “Este proyecto beneficiará, en la provincia de Jujuy, a unas 600.000 personas” mencionó el responsable de la obra Rodrigo de Loredó (El Tribuno Jujuy, 2016c). Sin embargo, hasta febrero de 2017 no se registró avances en este proyecto.

En noviembre de 2016 el Grupo Telecom inauguró en La Quiaca el servicio 4G de Personal, conectando la Quebrada de Humahuaca mediante un espejo gigante para reflejar la señal ubicado a 4.080 metros de altura y a pocos metros del Puente del Diablo. Telecom construyó el sistema de espejo pasivo más grande de su red, mejorando la comunicación de los

habitantes, así como la de los turistas que llegan y se maravillan con nuestra región y ya pueden compartir sus experiencias mediante la red móvil 4G LTE (La Voz, 2016).

Vías de acceso

Las vías de transporte para ingresar a la Quebrada deben de ser obligatoriamente a través de transporte terrestre, como por ejemplo autos particulares, autobuses, transfers o combis, remises, taxis, etc., ya que la región no cuenta con aeropuerto. Sin embargo, se puede llegar a través de vuelos de cabotaje hasta el Aeropuerto Internacional Gobernador Horacio Guzmán, también conocido como “Aeropuerto El Cadillal”. Las principales aerolíneas que realizan vuelos hacia San Salvador de Jujuy son Austral, Andes y Aerolíneas Argentinas, entre otras; el precio promedio final de un vuelo desde Buenos Aires en tarifa especial en OFERTA es de \$2.500 ida y vuelta (valor actual a septiembre 2016) y aproximadamente \$6.500 TARIFA NORMAL (valor actual a diciembre 2016). La duración del vuelo es de dos horas y 30 minutos aproximadamente.

La cantidad de vuelos arribados al Aeropuerto Horacio Guzmán durante 2015 fue de 1.199. La cantidad de pasajeros arribados a la provincia de Jujuy vía Aeropuerto Horacio Guzmán fue de 98.220, es decir 7.131 personas más que durante 2014, registrando un crecimiento interanual del 7,8%. Durante 2016 arribaron 35 vuelos semanales provenientes de diferentes destinos, principalmente Buenos Aires, Córdoba y Mendoza, haciendo un arribo total de 1.820 aproximadamente.

La vía férrea de trocha angosta ferrocarril General Belgrano que desde las primeras décadas del siglo XX facilitó el transporte, comercio y desarrollo de las poblaciones a su vera, se encuentra en la actualidad abandonada con proyectos pendientes a su puesta en marcha nuevamente como un tren turístico. Finalmente, la iniciativa de reactivación ferroviaria fue anunciada en julio de 2016, en la localidad de Volcán, la puerta de la Quebrada de Humahuaca, donde en abril de 2017 comenzaría la primera etapa de las obras que culminarían en 2018. Entre las razones de este proyecto se mencionan fines de desarrollo productivo de las comunidades que atravesaría (Télam, 2016).

Desde San Salvador de Jujuy existen servicios de remises y taxis compartidos que viajan hacia las localidades de la Quebrada de Humahuaca. El precio por persona es de \$90 dependiendo de la distancia (valor actual a febrero de 2017 desde San Salvador hasta Tilcara), pero esto no tiene controles ni regulación; el ascenso y descenso se realiza en la esquina de la antigua terminal de autobuses ubicada en la esquina de Avenida Dorrego y Avenida Exodo, en San Salvador de Jujuy.

Por su parte, lo más conveniente para los turistas es acceder a la región partiendo desde la terminal de autobuses "Coronel Manuel Arias" que por iniciativa del actual gobernador Gerardo Morales recibió esta nueva denominación, ya que cuando fue inaugurada en 2014 se denominaba Néstor Kirchner. Se encuentra ubicada en intersección ruta nacional 9 y ruta nacional 66, en San Salvador de Jujuy. Desde allí cada 30 minutos hay salidas hacia las localidades de la Quebrada y el valor del pasaje es de \$70 aproximadamente, dependiendo de la distancia (valor actual a febrero de 2017 desde San Salvador hasta Tilcara).

El 4 de enero de 2017 el gobierno inauguró sobre la ruta nacional 9 la primera autopista contemplada en el Plan Belgrano que une San Salvador de Jujuy con la localidad de Yala, en el departamento de Doctor Manuel Belgrano; tiene 13 kilómetros de longitud y aparte de mejorar la conectividad fomentará el crecimiento del sector turístico jujeño al unir a San Salvador con la Reserva de biosfera de las Yungas y el Parque Provincial Potrero de Yala. También, consolidará un nuevo corredor para aquellos que se dirigen hacia la Quebrada de Humahuaca y la región de la Puna.

La AU9 Jujuy-Yala es el punto de partida para dinamizar las economías regionales al vincular el noroeste del país con el sur de Bolivia y con el norte de Chile a través de la ruta nacional 52, que forman parte del corredor que conecta el noroeste con el noreste argentino, Paraguay y el sur de Brasil (Mensajero Web, 2017).

Servicios financieros

La escasez de servicios financieros en la región es notoria, puesto que la única banca privada que opera es Banco Macro; no existen entidades de banca pública. Las entidades financieras que se encuentran en la Quebrada son:

- Cajero automático Red Banelco de Banco Macro, en Purmamarca.
- Cajero automático de Banco Macro, ubicado en Maimará.
- Banco Macro en Tilcara. La sucursal cuenta con 2 cajeros automáticos.
- Banco Macro en Humahuaca.

“Banco Macro es el agente financiero oficial del estado provincial, monopolizando la administración de las cuentas públicas y se garantizó un importante mercado cautivo con el manejo de los sueldos de los empleados estatales” (Agencia de Noticias Redacción [ANRED], 2014). Al operar solamente Macro en la región, las dos únicas sucursales bancarias ubicadas en Tilcara y Humahuaca se congestionan. Igarzabal (2015), afirma que “la situación se

recrudece en tiempos de cobro de sueldos, asignaciones, planes, aguinaldos, entre otras, ya que es cuando más gente se concentra frente a estas herramientas tecnológicas”.

Existen además centros de pagos (Pago Fácil y Rapipago): 5 en Humahuaca, 1 en Tilcara y 1 en Maimará.

Fotografía 12. Sucursales de Banco Macro (Humahuaca, Maimará y Tilcara, 2017). Autoría: propia.



Actividad inmobiliaria

No se encontraron registros de negocios inmobiliarios en la Quebrada; se estima que el 80% de las ventas que se realizan pertenecen a inmobiliarias ubicadas en San Salvador de Jujuy, o zonas cercanas como desde la provincia de Salta; el comercio online de bienes inmuebles creció exponencialmente en los últimos años; actualmente se encuentran centenares de páginas webs que ofrecen la venta de terrenos y casas en toda la región. El comercio de bienes inmuebles se revolucionó a partir de 2003 por la declaración de la UNESCO. Hace años que el tema de los terrenos en nuestra región es controversial debido al despojo de los derechos por herencia de los pueblos originarios, pero en la última década aunado a esto la situación se tornó aún más delicada.

“Se estima que sólo el 30% de la superficie de la Quebrada de Humahuaca está mensurada. Un mismo terreno puede llegar a tener tres o cuatro pretendientes, algunos con supuestos papeles en regla” (Calvo, 2007). "Hay transferencias de palabra, gente que viene y dice: 'Esto me lo regaló un tío en 1950'. Son casos donde la documentación es muy endeble. También es cierto que existe una fuerte desactualización en el sector de la titularidad de dominio del inmueble", explica Hugo Insausti, fiscal de Estado de la provincia de Jujuy.

“Acá en Tilcara vinieron un montón de empresarios hoteleros que explotan recursos que son nuestros; en mi comunidad tenemos 14 juicios por tenencia, hasta ahora logramos parar seis hoteles”. Antes del Patrimonio nadie quería la tierra, todos se iban, vendían por dos monedas y hoy subió el 1.000% del valor de las tierra; cómo les va tan bien a los hoteleros quieren expandirse” (Chamán y guía turístico de la comunidad Cueva del Inca, comunicación personal 7/2/2017).

“Gente que se fue a engrosar las villas miserias a Buenos Aires nunca le interesó la tierra, al enterarse de la declaración de la UNESCO volvieron a reclamarla y piden que se les porcione y que se les dé la parte”; muchas veces el pequeño productor que no es dueño de la tierra entre los hijos se fueron heredando de boca en boca, se creyeron la palabra y no tienen papeles (Experto en gastronomía y turismo, Tilcara, comunicación personal, 13/2/2017).

Fotografía 13. Propiedades en juicio por tener más de un dueño (Maimará y Uquía, 2017).

Autoría: propia



Salud

Existen 60 centros de salud públicos compartidos por la Quebrada y zonas aledañas, de los cuales tres son hospitales de nivel I,²³ ubicados dos en el departamento de Tilcara (Maimará y Dr. Salvador Mazza) y uno en el de Humahuaca (Gral. Belgrano); el resto son centros de atención primaria o puestos sanitarios: 31 están en Humahuaca, 17 en Tilcara y 12 en Tumbaya. Los centros de atención primaria están distribuidos entre las distintas localidades (Jujuy. Ministerio de Salud, 2017). Los servicios privados de salud son de escaso desarrollo: hay sólo un sanatorio privado en Humahuaca (Sanatorio Quintar) y consultorios médicos especializados (oculistas, ginecólogos, traumatólogos, odontólogos; etc.) privados en Humahuaca y Tilcara.

Cuadro 14. Rendimiento estadístico de atención ambulatoria en hospitales y centros de salud. Año 2013

Departamento	Establecimiento	Consultas médicas					
		Consultas en hospital					
		Consultorio externo					
		Total	Cirugía	Clínica medica	Pediatría	Tocoginecología	Otros
Tilcara	Dr. Salvador Mazza	5.382		4.905	422		55
Humahuaca	Gral. Belgrano	13.013	80	7.004	4.237	1.530	162
Tilcara	Maimará	5.796				35	5.761

Fuente: elaboración propia en base a Ministerio de Salud de la Provincia de Jujuy en Anuario Estadístico de Jujuy año 2013.

Cuadro 15. Rendimiento estadístico de guardia en hospitales y centros de salud. Año 2013.

Departamento	Establecimiento	Consultas médicas					Consulta medica en centros de salud
		Consultas en hospital					
		Guardia					
		Total	Clínica Medica	Tocoginecología	Pediatría	Otros	
Tilcara	Dr. Salvador Mazza	8.393			5	8.388	1.866
Humahuaca	Gral. Belgrano	16.662				16.662	6.505
Tilcara	Maimará	8.255		12		8.243	12.225

²³ Nivel I: realiza acciones de promoción y protección de la salud, así como el diagnóstico temprano de daño, atención a la demanda espontánea de mortalidad percibida, búsqueda de demanda oculta, control de la población e internación para la atención de pacientes con bajo riesgo con mecanismos explicitados de referencia y contra referencia.

Fuente: elaboración propia en base a Ministerio de Salud de la Provincia de Jujuy en Anuario Estadístico de Jujuy año 2013.

Cuadro 16. Cantidad de médicos matriculados según departamento. Años 2012 y 2013.

Departamento	Localidad	Cantidad de profesionales 2012	Cantidad de profesionales 2013
Tilcara	Tilcara	9	9
Tilcara	Maimará	7	8
Tumbaya	Purmamarca	2	0
Humahuaca	Humahuaca	13	12
Total		31	29

Fuente: elaboración propia en base a Ministerio de Salud de la Provincia de Jujuy en Anuario Estadístico de Jujuy año 2013.

El director del hospital de Humahuaca Ramón Lascano refiere las consecuencias que vive el servicio de salud debido a la falta de recursos humanos:

En todos los lugares por suerte hay puestos de salud donde tienen agentes sanitarios pero falta la parte profesional. La parte profesional en el ámbito médico está muy limitada, en ese contexto manifestó "con 7 médicos y un médico de acá del hospital se trata de cubrir todos los lugares y es imposible" (Jujuy al Momento, 2015).

Del cuadro siguiente, surge que respecto de la capacidad de internación en los 3 hospitales mencionados hay 31 camas disponibles, siendo su utilización relativamente baja, lo cual sugiere alguna sobreoferta de internación o, también probable, cierta subutilización de la oferta existente, por ejemplo, por razones presupuestarias.

Cuadro 17. Rendimiento estadístico de sectores de internación en hospitales. Año 2013.

Establecimiento	Días de funcionamiento	Días camas disponibles		Pacientes días		Porcentaje ocupación de cama
		Número	Promedio diario	Número	Promedio diario	
Dr. Salvador						
Mazza	365	10.645	29,2	2.794	7,7	26,2
Gral. Belgrano	365	12.046	33	4.559	12,5	37,8
Maimará	365	11.318	31	4.240	11,6	37,9
Total		34.009	31,1	11.593	10,6	34

Fuente: elaboración propia en base a Ministerio de Salud de la Provincia de Jujuy en Anuario Estadístico de Jujuy año 2013.

Educación

Había una vez una vaca en la Quebrada de Humahuaca, como era muy vieja, muy vieja estaba sorda de una oreja y a pesar de que ya era abuela un día quiso ir a la escuela. Se puso unos zapatos rojos guantes de tul y un par de anteojos. La vió la maestra asustada y dijo: "Estás equivocada" y la vaca le respondió: "¿Por qué no puedo estudiar yo?" (Walsh, 1960).

Cuadro 18. Alumnos matriculados de educación común y servicios complementarios por nivel según departamentos. Año 2013.

Departamento	Total	Jardin maternal	Jardin de infantes	EGB 1 y 2	Primaria de 7 años	EGB 3 req. 6 años	Secundaria Completa req. 7 años	Polimodal	SNU	Servicios complementarios	Trayecto Artístico Profesional	Cursos y Talleres de Artística	Ciclos de Enseñanza Artística
Total	10.989	0	1.514	75	5.229	46	3.764	361	0	847	176	523	12
Humahuaca	5.872	0	877	75	2.746	46	1.851	277	0	699	107	464	0
Tilcara	3.988	0	490	0	1.893	0	1.521	84	0	88	69	10	12
Tumbaya	1.129	0	147	0	590	0	392	0	0	60	0	49	0

Fuente: elaboración propia en base a relevamiento Anual Estadístico 2013. Estadística Educativa. Ministerio de Educación. Datos: al 30 de abril de 2013.

Cuadro 19. Unidades educativas por nivel y sector según Departamento. Año 2013.

Departamento	Jardin maternal			Jardin de infantes			EGB 1 y 2		Primaria de 7 años			EGB 3 req. 6 años		Secundaria Completa req. 7 años			Polimodal	
	Estatal	Privado	Gestión social/	Estatal	Privado	Gestión social/ cooperativa	Estatal	Privado	Estatal	Privado	Gestión social/	Estatal	Privado	Estatal	Privado	Gestión social/	Estatal	Privado
Total	0	0	0	62	1	0	5	0	64	1	0	5	0	19	0	0	3	0
Humahuaca	0	0		32			5	0	30			5		10			2	
Tilcara	0	0		16	1		0	0	19	1		0		6			1	
Tumbaya	0	0		14			0	0	15			0		3			0	

Fuente: elaboración propia en base a relevamiento anual estadístico 2013. Estadística educativa. Ministerio de educación. Datos: al 30 de abril de 2013.

Del total de cargos docentes (777), el 18% corresponde al nivel secundario (140), entendiendo por tal a “Secundario/Medio/Polimodal” y “EGB 3”, lo cual sugiere un menor desarrollo de este nivel, por lo menos en lo que hace a los cargos.

Sin embargo, de la información sobre alumnos matriculados surge que del total (10.989), el 38% corresponde al nivel secundario (“Secundaria Completa”, “Polimodal” y “EGB 3”), lo cual también sugiere un escaso desarrollo de este nivel. De la información sobre cargos docentes y alumnos matriculados surge la impresión que la relación alumnos matriculados por cargo docente es bastante mejor en el nivel primario que en el secundario, lo cual refuerza lo ya señalado sobre la mayor debilidad del nivel secundario, estructurado a partir de una veintena de unidades educativas. De ellas, la mitad están en el departamento Humahuaca. Respecto del nivel Jardín de infantes, hay 1.514 alumnos matriculados (el 14% del total de alumnos), que concurren a 63 establecimientos, de los cuales un solo es de gestión privada y ubicado en Tilcara. El número de establecimientos es importante, pero se trata de unidades educativas relativamente pequeñas, con un tamaño promedio de 24 alumnos.

El nivel de mayor desarrollo es el primario, donde concurren 5.304 alumnos (el 48% del total de la matrícula). La oferta educativa está a cargo de 70 establecimientos, de los cuales uno solo es de gestión privada y ubicado en Tilcara. Si bien se trata de unidades educativas más grandes que las de Jardín de infantes (con un tamaño promedio de 76 alumnos), tampoco se trata de establecimientos de cierta complejidad.

El nivel secundario está a cargo de 27 establecimientos, donde concurren 4.171 alumnos (el 38% del total de la matrícula). En este nivel, todos de gestión estatal, son mucho más grandes, con 154 alumnos cada uno en promedio. Aún Tumbaya cuenta con 3 establecimientos con un promedio de 131 alumnos cada uno.

Todo sumado, el peso del sector educativo es importante: en una población estimada (para 2013) en 35.400 habitantes, el 31% de ellos (10.989) son alumnos matriculados. Es en Tumbaya donde el peso es bastante menor.

2.3. ALGUNOS DATOS SOBRE EMPLEO

Dentro de la Quebrada los trabajadores se distribuyen en distintas categorías ocupacionales: empleos en relación de dependencia, cuentapropistas, trabajadores familiares y patrones o socios: la población activa efectivamente ocupada representa el 55% (INDEC, 2010). Según Troncoso (2009, p.5) “tradicionalmente la Quebrada se caracterizó por la dificultad en el acceso al trabajo y ciertas condiciones de vida de su población, quedando asociada a las áreas más pobres de la provincia y del país”.

Cuadro 20. Condición de actividad según departamento. Año 2010.

Departamento	Total	Ocupado	Desocupado	Inactivo
Humahuaca	11.952	6.633	282	5.037
Tilcara	8.464	4.826	262	3.376
Tumbaya	3.267	1.716	72	1.479

Fuente: elaboración propia en base a INDEC. Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010. Procesado con Redatam+SP, CEPAL/CELADE.

Cuadro 21. Tasas de actividad, empleo y desocupación según departamento. Año 2010.

Departamento	tasa de actividad	tasa de ocupación	tasa de desocupación
Humahuaca	57,8	55,5	4,1
Tilcara	60,1	57,0	5,2
Tumbaya	54,7	52,5	4,0

Fuente: INDEC. Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010. Procesado con Redatam+SP, CEPAL/CELADE.

En la región de la Quebrada, los departamentos de Tilcara y Tumbaya mostraron estructuras productivas muy similares. Por el lado del sector agropecuario, ambas registraron una participación de alrededor del 35% (respecto a la ocupación total de cada uno de los departamentos), mientras que del sector público osciló entre el 19% y 21% (entre Administración pública y enseñanza) y el comercio entre 4% y 6%. Por último, se observaron semejanzas también dentro de los trabajadores de la construcción, cuyos porcentajes de incidencia se mantuvieron en el orden del 8% y 11%. Entre los otros sectores destacados, coincidieron en los servicios para la salud y en transporte (Martínez, Golovanevsky y Medina, 2010, p.13). Una mirada muy estilizada sobre la estructura del empleo en esta región, por lo menos tal como lo registró el último censo de población²⁴ señalaría, en comparación con la estructura del empleo en la Argentina, el enorme peso del empleo agropecuario, en

²⁴ Debe recordarse que los censos de población –y el de 2010 no es la excepción– no son la mejor fuente para estudios sobre el empleo. Para ello, el sistema estadístico nacional suele recurrir a las encuestas de hogares, que aunque permiten profundizar en la problemática del empleo, tienen la desventaja de su cobertura geográfica. Así, mientras los censos de población registran a todos los hogares, tanto urbanos como rurales, las encuestas de hogares tienen una cobertura acotada, que aunque amplia, no incluyen todas las localidades del país. Específicamente, la Encuesta Permanente de Hogares, se releva en Jujuy-Palpalá y no permite inferencias válidas, justamente porque se trata de una muestra probabilística, para dominios más pequeños como la Quebrada de Humahuaca.

consonancia con su importancia ya señalada al principio de este mismo capítulo como actividad económica, pero también, en una escala menor, del empleo en la construcción. Se trata de un sector muy asociado a la inversión en las actividades turísticas, especialmente en materia de alojamiento pero también de gastronomía y otros servicios de esparcimiento para los turistas y excursionistas. La contraparte es el escaso desarrollo del empleo comercial, una de las ramas de mayor empleo en la Argentina.

Según la Ley N° 20.744 de contrato de trabajo, a partir del 1° de septiembre de 2016, en la provincia de Jujuy el sueldo mínimo es 7.560 pesos para los trabajadores mensualizados que cumplen la jornada legal completa de trabajo, y 37,80 pesos por hora para los jornalizados. A partir del 1° de enero de 2017, es 8.060 pesos para los trabajadores mensualizados que cumplen la jornada legal completa de trabajo, y 40,30 pesos por hora para los jornalizados (El Tribuno Jujuy, 2016d).

Sin embargo, las condiciones que caracterizan al mercado laboral turístico quebradeño están signadas por cierta precariedad que se hace evidente; ya que en varios aspectos la situación del trabajo en negro existente se ve alentada por los programas sociales. Para complementar el ingreso obtenido por los programas, el segundo ingreso percibido debe ser en negro; de lo contrario, se pierde la posibilidad de acceso a este tipo de beneficios. De esta manera, la situación del trabajo en negro es conveniente para empleadores y también empleados, al menos en términos económicos y en el corto plazo. La vinculación al mercado laboral turístico en negro no es cuestionada, en muchas ocasiones, porque en la práctica se trata de una oportunidad laboral que no se desperdicia. Sin embargo, se reconoce como una situación desventajosa, se reclama más control sobre los abusos laborales y se pide la regularización de la situación laboral de los trabajadores del sector (Troncoso, 2012, p.73).

Capítulo 3. EL DESARROLLO TURÍSTICO

Este capítulo tiene como objetivo específico responder a la pregunta ¿cuál es la situación actual del desarrollo turístico en la Quebrada de Humahuaca?

3.1. LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Para Benedetti (2015) desde sus inicios el turismo en la Quebrada se fue consolidando como característica de la economía regional; la condición climática benigna de esta quebrada, especialmente en verano la convirtió en un destino apetecible para sectores de altos ingresos provenientes de Tucumán, Salta y Jujuy. Hacia la década de 1930, Maimará, Tilcara y Humahuaca se convirtieron en villas veraniegas, hasta las cuales se podía llegar en tren; desde ese tiempo ya se hacían excursiones al Pucará y la Garganta del Diablo.

En 1940 el trazado de la ruta nacional 9 permitió una nueva vía de acceso hacia nuestra región y en el Cabildo de Humahuaca se colocó el reloj de San Francisco Solano. La década de los 50s fue un período muy importante para el turismo, ya que se construyeron los primeros hoteles: uno en Volcán, dos en Maimará, cuatro en Tilcara y uno en Huacalera (Hotel Monterrey) y se comenzó a promocionar el destino en invierno para cortar con la estacionalidad. En ese mismo período se inauguró el Monumento a los Héroes de la Independencia en Humahuaca y en 1957 se celebró el primer festival del Enero Tilcareño.

A partir de la década de 1960 se incorporaron elementos del folklore local y manifestaciones culturales de raíces prehispánicas, expresiones que se presentan como la síntesis armoniosa de elementos prehispánicos e hispánicos (Troncoso, 2008, p.107). En 1967 se inauguró el aeropuerto “El Cadillal”, generando que los turistas arribaran a Jujuy de manera más rápida y directa. Entre 1960 y 1970 el turismo comenzó a operarse como opción de desarrollo

En 1980 los servicios gastronómicos se movilizan con los tours para ofrecer los almuerzos al medio día en la Quebrada. En 1990 el crecimiento de los turistas que transitan y pernoctan en nuestra región aumentó bastante por lo que iniciaron los procesos de preparación y acondicionamiento turístico. En 2003, como se mencionó anteriormente, el nombramiento por parte de la UNESCO marcó un antes y después en la evolución de la llegada de los turistas y el ritmo de vida de sus pobladores.

Actualmente en la provincia de Jujuy el turismo es una actividad económica muy importante y cada año llegan a la provincia miles de personas buscando recreación, aventura y descanso. La zona turística por excelencia es la Quebrada de Humahuaca, donde pueblos como Purmamarca, Tilcara y Humahuaca son los lugares más visitados (Volveré Jujuy, 2016).

El Cerro de Siete Colores es el icono de la región y se encuentra ya anclada en el inconsciente colectivo de la gran mayoría de los argentinos, asociando mentalmente esta imagen a la expresión “Quebrada de Humahuaca”. En esta zona los recursos más valorados por los viajeros son los paisajes naturales, los sitios históricos y arqueológicos, y diferentes manifestaciones de la cultura andina, como las artesanías, las fiestas populares y las comidas regionales.

El Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (PFETS) presenta a la Quebrada de Humahuaca dentro de la región NOA, caracterizada por la presencia de un eje de encadenamiento de atractivos de alto valor patrimonial actual denominado “Corredor Central del Norte” y que se desarrolla desde La Quiaca hasta San Miguel de Tucumán; el atractivo más importante de este sistema es nuestra Quebrada. El PFETS también menciona que en ella se ofrecen importantes atractivos histórico-culturales que se manifiestan en los sitios arqueológicos, la arquitectura, los museos, las fiestas populares, las artesanías, la gastronomía y vestimenta típica. Asimismo, en sus diferentes ambientes naturales se ofrecen y desarrollan principalmente tres tipos de productos turísticos: turismo activo, científico y cultural (Argentina. Ministerio de Turismo de la Nación, 2015).

Por turismo activo se entiende el turismo aventura, ecoturismo y turismo rural. El turismo científico comprende al turismo arqueológico, geológico y al minero. El turismo cultural incluye al turismo religioso, étnico, las fiestas populares y artesanías, los circuitos productivos, la gastronomía y al turismo idiomático/educativo.

Cuadro 22. Productos turísticos y mercados, según destino. Año 2012.

Destino	Productos						Demanda	
	Turismo Activo	Turismo Cultural	Turismo Científico	Turismo de Salud	Turismo Deportivo	Turismo Especial	Nacional	Internacional
	Quebrada de Humahuaca							

Nota:

	Grado de aprovechamiento MEDIO
	Grado de aprovechamiento ALTO
	Grado de aprovechamiento BAJO
	Turistas NACIONALES
	Turistas INTERNACIONALES

Fuente: elaboración propia en base a Matriz de destinos/productos/mercados del PFETS 2012.

Como puede apreciarse en el cuadro anterior en nuestra región el turismo cultural y científico son los de mayor aprovechamiento debido a la gran riqueza de tradiciones, costumbres y ritos ancestrales que aún prevalecen entre sus habitantes; así como también la larga historia de sus suelos y habitantes evidenciados en su paisaje, lugares de interés, monumentos históricos nacionales y yacimientos arqueológicos.

En Jujuy, la Quebrada de Humahuaca es el principal atractivo para los visitantes, sobre todo para los turistas extranjeros, ya que aún persisten costumbres prehispánicas y otros ritos anteriores a la colonización como las celebraciones donde participa todo el pueblo. Algunos de ellos son:

- Los misachicos²⁵
- El culto devoto a los difuntos²⁶
- Los pesebres vivientes
- La Semana Santa
- El culto a la Pachamama
- El Carnaval.

Los cultos religiosos/populares cobran un significado especial en la Quebrada. Durante diciembre se puede apreciar la adoración de los niños hacia el pesebre viviente en la representación del nacimiento de Jesús. También en los vía crucis y celebraciones en Semana Santa. En los poblados se mezclan las costumbres prehispánicas con las actuales. Un claro ejemplo de esto es la celebración de la Pachamama donde se le ofrece culto a modo de agradecimiento por todos los beneficios que otorga de acuerdo a los principios de cosmovisión andina.²⁷

Como avance en materia de turismo cultural, se realizó en Tilcara durante junio de 2016 el primer “Festival Gastronómico Andino” en el marco de la fiesta milenaria del mundo andino

²⁵ Los misachicos son pequeñas procesiones que se organizan por familias o grupos reducidos llevando la imagen de un santo o santa que no pertenece a una Capilla sino a una familia, profusamente ornada con cintas y flores.

²⁶ Durante el culto devoto a los difuntos, en la mayoría de los poblados quebradeños se honra a los muertos preparando comidas típicas y ofrendas de pan, que después de las misas del 1 y 2 noviembre se reparten entre la comunidad.

²⁷ Cosmovisión andina es como el hombre de los Andes ve la vida, como interpreta, analiza, siente y actúa en la vida, cosmos, naturaleza.

Inti Raymi²⁸. Con el festival se busca reivindicar y valorar las manifestaciones auténticas de las comunidades, compartir con personas de otras culturas que quieran acercarse al patrimonio tangible e intangible que tiene Tilcara. En la actualidad, este departamento de la Quebrada cuenta con más de 50 establecimientos gastronómicos que estuvieron a disposición de los visitantes para que puedan disfrutar de sus platillos (El Tribuno Jujuy, 2016e). El presidente de la Cámara de Turismo de Jujuy, Ignacio Güizzo, afirmó: "apuntamos a ofertas que sean totalmente innovadoras para los que nos visitan, con vivencias fuera de lo común apoyados en la calidad de los servicios y la variedad de recursos que tenemos en Jujuy, como la naturaleza, el legado cultural, y la comunidad con sus pueblitos del interior" (El Jujeño, 2016).

Fotografía 14. Primer Festival Gastronómico Andino de Tilcara. 2016.



Fuente: <http://salpimenta.com.ar/tilcara-se-prepara-primer-festival-gastronomico/>

Fotografía 15. Gobernador Gerardo Morales celebrando la Pachamama, Humahuaca. 2016.



²⁸ Inti-Raymi significa en quechua “fiesta del sol”; es una ceremonia incaica y andina celebrada en honor de Inti (el dios sol), que se realizaba cada solsticio de invierno, 24 de junio, en el hemisferio sur.

Fuente: <http://diarioelportico.com/morales-pidio-union-paz-y-trabajo-a-la-pachamama/>

Fotografía 16. Culto a los fieles difuntos en Maimará. 2015.



Fuente: <http://www.pregon.com.ar/nota/4238/tilcarenos-se-preparan-para-honrar-a-los-fieles-difuntos.html>

Destinos turísticos

Figura 1. Región “Quebrada” según la Secretaría de Turismo de Jujuy. 2016.



Fuente: Jujuy. Secretaría de Turismo (2016).

Como afirman Castro y Zusman “el turismo, si bien no es una actividad nueva en el área, está adquiriendo en los últimos años una gran importancia, bajo una modalidad de tipo itinerante o de recorrido que articula diferentes destinos del noroeste argentino” (2011, p. 124). Al igual que la cartografía de las guías de turismo, sus efectos son los de jerarquizar algunos sitios por sobre otros, los de imponer circuitos y localidades. En el caso de la región, las tomas fotográficas documentales de una naturaleza y de una población percibida como exótica desde la perspectiva de los fotógrafos de otros sitios, a la que se suman los alcances de la gráfica publicitaria de promoción turística, muestran prioritariamente a Purmamarca, Tilcara y Humahuaca. Entre otras vertientes visuales, estas fueron cristalizando en un repertorio de iconografías que caracterizan el “norte argentino”. Asimismo, en Jujuy hay 27 monumentos nacionales, de los cuales 21 corresponden a monumentos históricos, cinco a lugares históricos y uno a bienes de interés histórico. De los 27 monumentos nacionales, 13 están en la Quebrada de Humahuaca, cuatro de ellos en el departamento de Humahuaca, seis en el de Tilcara y los otros tres en el de Tumbaya.

Pero en la Quebrada, cada localidad tiene lugares, paisajes, festividades y costumbres de interés turístico que se enumeran a continuación.

Volcán

- Feria de artesanías
- Laguna de Volcán
- Yacimiento Arqueológico Pucará de Volcán

Esta localidad marca el inicio de la Quebrada de Humahuaca. En el ingreso sur del pueblo se encuentra la Feria Campesina, ubicada en instalaciones del ex Ferrocarril General Belgrano, en el antiguo edificio ferroviario donde se puede apreciar el diseño de arquitectura inglesa. La feria es un espacio donde artesanos de varias localidades de la zona ofrecen sus productos elaborados en arcilla, cardones, cueros, piedra, lana de oveja y de llama, reproducciones de cerámicas y de grabados y pinturas de yacimientos arqueológicos de la región.

Laguna de Volcán o Gronda: es privada, y está ubicada en Chilcayoc a 5 kilómetros del pueblo. El yacimiento arqueológico Pucará de Volcán es un conglomerado pequeño de viviendas indígenas.

Fotografía 17. Antigua estación de Volcán.



Fuente:<http://www.viajarhoy.com.ar/opencms/opencms/ViajarHoy/Destinos/Norte/Quebrada-de-Humahuaca/Yala-y-Volcan.html>

No se puede omitir que el reciente alud (10 de enero de 2017) sepultó parte de la ciudad y una de las consecuencias directas fue la sensible baja que se registró en el sector del turismo, ya que muchas reservas que había para esos días se cayeron debido a la imposibilidad de pasar por la ruta nacional 9 y también por el temor de un nuevo alud en la zona debido a la temporada de lluvias (Jujuy al Momento, 2017).

Tumbaya

- Museo Histórico de Cecilio Bustamante
- Capilla Nuestra Señora de la Candelaria y Señora de los Dolores (MHN)²⁹
- Manantial de agua bendita de Francisco Solano
- Capilla de Punta Corral

Entre sus atractivos se destacan la capilla de Nuestra Señora de los Dolores y Nuestra Señora de la Candelaria. La iglesia data de 1796 (en su interior hay valiosas pinturas de la escuela cuzqueña y piezas de orfebrería). La celebración de la Virgen de la Candelaria y de Nuestra Señora de los Dolores congregan en febrero y septiembre a toda la región y se instalan ferias populares. El domingo de Ramos, los peregrinos bajan la imagen de la Virgen de Copacabana, viniendo desde Punta Corral, a 23 kilómetros; también se encuentra el cementerio de altura y

²⁹ MHN Monumento Histórico Nacional. Los monumentos nacionales en Argentina son una serie de realizaciones arquitectónicas, lugares u obras que por su interés y valor gozan de una protección jurídica específica recogida en la ley para su preservación, enriquecimiento y exhibición. Hay varios tipos de monumentos históricos, monumentos histórico-artísticos, lugares históricos, bienes de interés histórico, bienes de interés histórico artístico, sepulcros y otros (que no clasifican en ninguna de otras categorías).

las comunidades originarias de Punta Corral y Finca Tumbaya, quienes abren sus puertas a los visitantes (Michelin, 2011).

El Museo Histórico Cecilio Bustamante fue inaugurado en 2012. Este museo incluye escritos de la época de la guerra de la Independencia, heredados por Cecilio Bustamante, teniente coronel de Guardia Nacional del Batallón 6 de Tumbaya. Además se pueden apreciar muebles, medallas y fotografías de fiestas familiares de antaño, domas, armas, cerámicas y otras pertenencias, piezas de culturas precolombinas, objetos de la vida cotidiana de fines del siglo XIX y principios del XX.

Fotografía 18. Iglesia Nuestra Sra. de la Candelaria y Sra. de los Dolores. Fuente: <http://www.argentinaviajera.com.ar/jujuy/tumbaya.html>



Purmamarca (LHN)

- Capilla de Santa Rosa de Lima (MHN)
- Cerro de Siete Colores
- Feria artesanal
- Paseo de los Colorados
- Huachichocana
- Cuesta de Lipán
- Salinas Grandes (está fuera de la Quebrada pero es uno de los grandes atractivos de Purmamarca y gran generador de la actividad turística. Por lo tanto, no puede pasarse por alto)

Con poco más de 2.000 habitantes y a 2.192 metros de altura, es señalado en las guías de viaje muy utilizadas por los turistas europeos como “el pueblo perfecto para empezar la visita de la Quebrada, ya que refleja la esencia y los paisajes de la región. Además, debido al desarrollo

del turismo en la zona, ofrece gran cantidad de alojamientos entre los que elegir” (Michelin, 2011).

Se puede visitar el pequeño Cabildo y la iglesia, en cuya puerta de madera tiene grabada la fecha 1648, probable año en que fuera construida esta capilla colocada bajo la advocación de Santa Rosa de Lima. Está construida en un pequeño recinto de adobe enlucido y su antigüedad la convierte en una de las más antiguas del país y en testimonio de la colonización española. En su interior se encuentra el altar de madera de cactus donde resalta la imagen de Santa Rosa de Lima y las pinturas que siguen el estilo de la escuela peruana Cuzqueña. También vale la pena visitar el cementerio con sus humildes tumbas adornadas con flores de papel. En la plaza principal hay una feria artesanal donde se ofrecen productos típicos: ponchos de lana de vicuña y llama, bufandas y gorros tejidos, tapices, sonajeros de semillas, collares y pulseras de alpaca y plata, entre otros souvenirs. Un sitio de interés es el centenario e histórico “Algarrobo” de 620 años. Otros de sus atractivos son la arquitectura colonial del pueblo y la cueva Huachichocana que posee en su interior pinturas rupestres. Aquí también se encuentra el icono de la Quebrada: el Cerro de Siete Colores. Junto con la iglesia de Santa Rosa de Lima, el Cerro de Siete Colores y el paseo de los Colorados constituyen los atractivos de mayor jerarquía turística en la región. El paseo de los Colorados y Cerro de Siete Colores, estimado en una hora, se sugiere realizarlo temprano por la mañana o al final de la tarde para disfrutar de la luz tangencial, y resume a la perfección la asombrosa diversidad geológica de la Quebrada. Grises, marrones, violetas y verdes para algunos; rosas, rojos u ocres para otros, las colinas que bordean el camino muestran la composición de la tierra y su riqueza mineral. Desde esta localidad se asciende a la Cuesta de Lipán, por la que se llega a Salinas Grandes, ya fuera de la Quebrada de Humahuaca (Michelin, 2011).

Fotografía 19. Cerro de Siete Colores. Autoría: Joaquín Carrillo.



Maimará

- Cerro Paleta del Pintor
- Iglesia Colonial de Nuestra Señora de la Candelaria
- Molino de Chicapa
- Cementerio Nuestra Señora del Carmen
- Posta de los Hornillos (lugar histórico)

En Maimará, con sus 2.740 habitantes y a una altura de 2.334 metros de altura, el tiempo parece suspendido en sus calles de tierra; sin embargo el pueblo se enorgullece de albergar unos de los sitios más fotografiados de la Quebrada: la Paleta del Pintor, formación geológica constituida por los cerros multicolores que recuerdan una paleta de pintura. Desde la ruta, al otro lado del río Grande, parece imposible no fijarse en este plano de la montaña donde la roca se pliega formando espectaculares ondas de colores; es que esta es la principal característica del paisaje maimareño, uno de los atractivos de mayor jerarquía turística de la región, después de los mencionados en Purmamarca.

El cementerio de altura está ubicado en el acceso norte y llama la atención por su colorido. También se encuentra allí en el noroeste de la localidad el Molino de Chicapa, antiguo establecimiento harinero, al otro lado del río Grande, en la Banda. Construido en 1888 con material de la zona y piedras de moler traídas de Iruya que abastecía a la región. Posta de los Hornillos es una bicentenaria posta que unía el Alto Perú con el virreinato del Río de la Plata y que además fue cuartel general de vanguardia del Ejército de la Independencia. La misma fue restaurada y actualmente alberga un museo que recrea con precisión la manera de vivir de siglos pasados. Fue construida en el siglo XVIII y durante las guerras de Independencia, el ejército del Norte se instaló allí y el General Manuel Belgrano también pernoctó en ella tras su campaña en el Alto Perú.

Fotografía 20. Cerro Paleta del Pintor. Autoría: Alberto Azparren.



Tilcara

- Capilla de San Francisco y Nuestra Señora del Rosario (MHN)
- Mercado artesanal
- Museo Arqueológico Eduardo Casanova
- Museo de Escultura Soto Avedaño
- Museo de las Ermitas³⁰
- Museo Fundación Medardo Pantoja
- Museo de Pintura Hugo Irureta
- Museo Regional de Pintura José A. Terry
- Museo en los Cerros (Huichaira)
- Yacimiento Arqueológico Pucará de Tilcara (MHN)/ Jardín Botánico de Altura
- Garganta del Diablo
- Laguna de los Patos

Con poco más de 5.500 habitantes y a 2.461 metros de altura, Tilcara está situado aproximadamente en el centro de la Quebrada y está cada vez más concurrido por los numerosos turistas que lo utilizan como base para su visita. Debe su nombre a los tilcara, quienes fueron los primeros habitantes (Michelin, 2011).

El centro de Tilcara no alberga grandes monumentos. Se pasea alrededor de la plaza central y por el mercado cubierto y se visita la iglesia de la Virgen del Rosario (siglos XVIII-XIX), cuyos cuadros sobre la vida de la Virgen merecen la pena; a una cuadra sobre su plaza principal se encuentra el mercado artesanal. Esta localidad ofrece un abanico de actividades, como visitas a museos, caminatas a la Garganta del Diablo, la laguna de los Patos o bien peñas folklóricas. Entre sus expresiones culturales destacadas se encuentran el Enero Tilcareño, Carnaval, y Semana Santa con la peregrinación al Santuario de la Virgen de Punta Corral y la elaboración de ermitas. La Quebrada de Huichaira (yacimiento arqueológico), el Museo de Escultura “Ernesto Soto Avedaño”, el Museo de las Ermitas, el Museo Medardo Pantoja.

El Museo Arqueológico Dr. Eduardo Casanova tiene una visita estimada entre 20 y 30 minutos y se aconseja especialmente a los interesados de la arqueología para familiarizarse con las civilizaciones precolombinas de la región antes de visitar Pucará. Se encuentran el mismo tipo de objetos que en el resto de los museos arqueológicos del noroeste: cerámica,

³⁰ Las ermitas son obras de artesanía hechas con flores, semillas y frutos del lugar.

cráneos deformes y momias, máscaras rituales, etc. Es uno de los atractivos de mayor jerarquía turística de Tilcara.

El Museo Regional de Pintura José Antonio Terry exhibe obras y exposiciones temporales de artistas regionales; se encuentra en la casa donde se retiró el pintor (1878-1954) de Buenos Aires que le da su nombre.

El Pucará tiene una visita estimada de 1 hora y 30 minutos y está a 1,5 kilómetros del pueblo, en una caminata de 15 a 20 minutos. Es el otro atractivo, junto con el ya citado Museo Arqueológico. Este pueblo fortificado domina el valle desde lo alto de la colina y es uno de los escasos vestigios de la época preincaica. Construido entre el siglo XI y el siglo XV, reúne viviendas, tumbas (agujeros cilíndricos) y un recinto sagrado. Su restauración, aunque un poco exagerada, permite hacerse una idea de la forma en que se organizaban estos pueblos que vigilaban la ruta estratégica de la Quebrada. Las técnicas de construcción no han cambiado mucho: armadura de madera de cactus y tejados de barro y paja. No puede dejar de apreciarse el Jardín Botánico de Altura (al pie del Pucará) con una gran variedad de flora quebradeña (cardones, suculentas, hierbas medicinales y aromáticas). Hay un pomposo monumento a la gloria de los arqueólogos que es lo único que afea el conjunto (Michelin, 2011).

Fotografía 21. Vista desde la Garganta del Diablo. Autoría: Juan Aranda



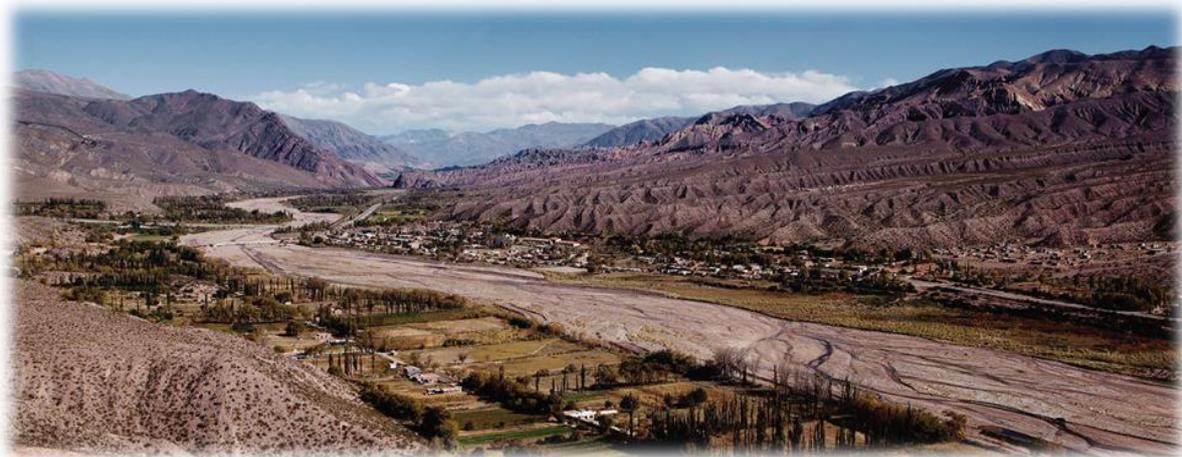
Huacalera

- Capilla de la Inmaculada Concepción de María (MHN)
- Molino Colonial

- Monolito del Trópico de Capricornio
- Museo Arqueológico e Histórico
- Yacimiento Arqueológico la Huerta (MHN)
- Yacimiento Arqueológico Cerro Morado
- Posta de Huacalera

Con poco más de 800 habitantes y a 2.641 metros de altura esta localidad se ubica sobre el Trópico de Capricornio, señalado por el Monolito del Trópico de Capricornio que además es un Reloj Solar. En este lugar cada año se celebra la fiesta de Inti Raymi. Huacalera posee la capilla de la Inmaculada Concepción, que data del año 1655 y fue declarada Monumento Histórico Nacional en 1941 por su arquitectura colonial, pinturas cuzqueñas e historia de Jujuy. Otros lugares de interés destacado son la Posta de Huacalera, el Museo Huacalera y el Molino Colonial, obra de los jesuitas del siglo XVII. Esta localidad además posee varios yacimientos arqueológicos como Cerro Morado y la Huerta. Otros edificios insignias de Huacalera son el Hotel Huacalera, antiguamente Finca Monterrey y la Escuela que data de 1825.

Fotografía 22. Vista panorámica del pueblo de Huacalera. Autoría: Juan Aranda



Uquía

- Iglesia de la Santa Cruz y de San Francisco de Paula (MHN)
- Museo Takashi
- Quebrada de las Señoritas
- Mesón de Yacoraite

- Yacimiento Arqueológico los Amarillos
- Molla

A 2.818 metros de una altura, 30 kilómetros al norte de Tilcara y 11 kilómetros al sur de Humahuaca, este tranquilo pueblo de 500 habitantes se extiende a lo largo de la ruta nacional 9.

La iglesia de San Francisco de Paula y de la Santa Cruz fue construida desde 1691 bajo la tutela de un padre jesuita y declarada Monumento Histórico Nacional en 1941. Posee un altar mayor tallado a mano de estilo barroco (1699), decorado con láminas de oro por artesanos de Potosí (Bolivia), uno de los más antiguos de la zona, paredes de adobe de 1,80 metros de espesor y una sólida armadura de madera de cactus. De la decoración interior de la nave se destaca también una serie de cuadros de la escuela de Cuzco (Perú) que representan nueve ángeles arcabuceros del siglo XVII (Michelin, 2011). El Museo Takashi está montado en la que fue la casa de este docente japonés que se instaló en Jujuy en los 60s. En el museo se exhiben sus obras, y en algunas habitaciones se recrearon los ambientes tal como permanecían en vida del profesor. Otros lugares de interés son la Quebrada de las Señoritas, el Mesón de las Señoritas y/o la Pollera de la Coya. El yacimiento arqueológico los Amarillos es el asentamiento prehispánico más extenso de la Quebrada de Humahuaca y Molla un paraje con bosque de cardones gigantescos.

Fotografía 23. Iglesia de la Santa Cruz y de San Francisco de Paula. Autoría: Juan Aranda



Humahuaca (LHN)

- Cabildo Reloj
- Monumento a los Héroeos de la Independencia

- Catedral Nuestra Señora de la Candelaria y San Antonio (MHN)
- Serranías del Hornocal de 14 colores
- Yacimiento Arqueológico Peña Blanca
- Museo Arqueológico Municipal
- Centro Artesano de Humahuaca
- Estudio Museo Francisco Ramoneda
- Museo Arqueológico Dr. J. Torres Aparicio
- Museo Folklórico Regional
- Yacimiento Arqueológico Coctaca (MHN)
- Yacimiento Arqueológico de Inca Cueva o Chulín
- Yacimiento Arqueológico Palca de Aparzo.

Con sus 11.639 habitantes y a 2.936 metros de altura, es esta población la que le da su nombre a la Quebrada, derivado de los omaguacas, una de las tribus andinas del norte argentino, junto con los tilcara y los purmamarca. Fundada en 1541, fue un importante centro comercial y de comunicación bajo el dominio español y conoció incluso un mayor desarrollo tras la llegada del tren que unió Bolivia y Argentina en 1907. Hoy en día el tren ya no circula y el pueblo vive del turismo, que lo invade en febrero, durante el Carnaval.

La plaza principal alberga unos pocos árboles que dan una sombra densa y los edificios principales de la ciudad. La catedral de Nuestra Señora de la Candelaria (1641), con muros de adobe de 1 metro de espesor, esconde una imagen de la santa patrona, dos hermosos retablos y una serie de cuadros de los profetas, de la escuela de Cuzco del siglo XVIII. El Cabildo, reconocible gracias a su torre del reloj³¹, es especialmente original: una estatua de San Francisco Solano a tamaño natural sale a bendecir al pueblo todos los días a las 12 desde el 2 de febrero de 1940.

Monumento a los Héroes de la Independencia: la plaza principal se extiende hacia la colina mediante una imponente escalera dominada por un pomposo monumento (1950) a la gloria de la Independencia argentina. La lucha por la libertad y contra el colonialismo está representada

³¹ El reloj es de bronce de procedencia alemana, la máquina pesa 1800 kg y funciona con una cuerda que toca a las horas, las medias y los cuartos de hora. Al sonar las campanas de las 12 horas, se abre la puerta metálica en forma automática y da comienzo al movimiento articulado de la imagen. El santito evangelizador sale a la luz. Avanza deslizándose sobre unos rieles para detenerse e inclinar la cabeza hacia la tierra, baja lentamente el brazo izquierdo, en cuya mano lleva una cruz, y alza el derecho señalando el cielo de la quebrada, en un ademán de bendición.

por un gigantesco Amerindio de 10 metros de alto, puño en alto. Más discreta, a un lado, una bonita torre de adobe, la torre de Santa Bárbara, es el único resto de una antigua capilla que sirvió de fortín a los insurgentes. Simboliza el recuerdo del éxodo forzado de los indios en 1812³².

El Museo Folklórico Regional fue concebido inicialmente como un museo del Carnaval y en la actualidad expone el conjunto de costumbres de la Quebrada a través de trajes, tejidos, objetos cotidianos, instrumentos musicales, etc. Gracias a sus apasionadas explicaciones el turista puede descubrir los ritos del Carnaval, sus costumbres y máscaras, y también todos los aspectos relativos a otras celebraciones locales, bodas y fiestas religiosas.

También se pueden visitar el Estudio Museo de Arte Francisco Ramoneda, el Museo Arqueológico Municipal Dr. J. Torres Aparicio, el yacimiento arqueológico Coctaca y el yacimiento arqueológico de Peña Blanca, ubicado a 2 kilómetros del pueblo. También el yacimiento arqueológico de Inca Cueva donde se pueden observar imágenes de arte rupestre.

Desde Humahuaca se abren varios caminos de ripio que suben las sierras orientales, cruzando el río Grande. Si desde Humahuaca se sigue el camino de tierra que conduce hacia Aparzo, al nordeste se llega (30 kilómetros) al magnífico Mirador del Hornocal (4.200 metros sobre el nivel del mar) donde el turista puede contemplar las montañas multicolores de la pequeña sierra del Hornocal. En el camino se cruzará con vicuñas (Michelin, 2011).

Fotografía 24. Monumento a los Héroes de la Independencia. Autoría: Juan Aranda.



³² Uno de los episodios más tristes de la historia de Jujuy es el éxodo general durante la guerra de Independencia. En 1812, al saber que las fuerzas españolas se acercaban en masa procedentes de Bolivia, Manuel Belgrano, el general del ejército rebelde del norte, convenció a la población de que “demostrase su heroísmo” abandonando Jujuy con sus pertenencias y el ganado. Fue el llamado “éxodo jujeño”. Los que se negaban podían ser ejecutados y se quemó todo aquello que no se pudo transportar para no dejar nada a los realistas.

Tres Cruces y Santa Ana

Debe mencionarse que las localidades de Tres Cruces y Santa Ana se encuentran en la zona de transición entre las regiones provinciales. Tres Cruces se asienta en el altiplano a 3.693 metros de altura pero a la vez constituye el vértice superior de la Quebrada; su orografía y el paisaje son una transición entre la Quebrada y la Puna.

Por su parte, Santa Ana, ubicada a 3.470 metros de altura, se encuentra en la transición de la Quebrada y las Yungas, las cuales se hallan unidas por el antiguo Qhapaq Ñan declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, en la categoría de Itinerario Cultural (Jujuy. Secretaría de Turismo de Jujuy, 2017).

Una buena manera de presentar la situación actual del turismo en la Quebrada de Humahuaca es mediante el calendario anual de actividades ofrecidas a los turistas. Incluso la denominación de “festividades” hace referencia a milenarias manifestaciones populares prehispánicas e introducidas por la conquista española en América; ambas culturas que a través de los años se fusionaron generando rituales autóctonos quebradeños destinados a celebrar la vida, la muerte, la religión, la cosmovisión andina, la fecundidad de la tierra, las costumbres, etc.

Calendario general anual de festividades en la Quebrada

Enero

- 1ra. Semana: tradicionales pesebres y misachicos en toda la región.
- Enero Tilcareño: se realizan durante todo el mes actividades culturales tradicionales (peñas, festivales folklóricos, bailes, copleadas, chayadas³³, conferencias y exposiciones). Tilcara.
- Encuentro de Copleeros tradicionales, ruedas de coplas en contrapunto con cantores provenientes de la Quebrada y la Puna. Purmamarca.
- Fiesta de la Caja³⁴ y la Copla. Rodero, Humahuaca.
- Festival de Compadres y Comadres. Tres Cruces.

³³ La chayada es un rito muy común en la Quebrada y consiste en sahumar las herramientas de trabajo, algún nuevo vehículo, pertenencias personales, animales y todo cuanto nuevo tengan en el hogar para ahuyentar los malos espíritus. Luego se acostumbra arrojar a la tierra en señal de agradecimiento un vaso de vino, cerveza, chicha o la bebida que se ha preparado para la ocasión.

³⁴ La caja es un instrumento de percusión similar a un tambor pequeño, formado por dos membranas de piel tensadas a ambos lados del aro, que tradicionalmente es de madera de cardón aunque pueden utilizarse otros materiales.

Febrero

- 1 y 2: Virgen de la Candelaria. Tradicional Baile del Torito³⁵. La segunda jornada incluye una procesión con músicos (sikuris³⁶ y erkes³⁷), desfile de gauchos y destrezas criollas.
- Festival Alborozo Humahuaqueño: ofrece muestras pictóricas, serenatas, espectáculos musicales y folclóricos. Humahuaca.
- 7: Día del Carnavalito, homenaje a su autor, Edmundo Saldívar. Humahuaca.
- Fiesta de la Chicha³⁸, la Copla y Topamiento de Comadres. El jueves anterior al Carnaval los lugareños muestran sus habilidades en la elaboración de la chicha. Los cantores de coplas demuestran su encanto en contrapuntos. Humahuaca, Uquía, Purmamarca y Tilcara.
- Carnaval: una semana antes se realiza un “Carnaval de Ablande”, donde se desentierra el Carnaval en las afueras de los pueblos. Los bailes se extienden durante la fiesta “grande”, la celebración central. Y finaliza una semana después, con el “Carnaval Chico” (el entierro). Entre bailes se puede saborear empanadas, choclos, queso de cabra, asado de cordero, etc. Se realiza en toda la región.
- Festival del Acordeón. Competencia de tradicionales piezas musicales que forman parte del repertorio folklórico regional. Humahuaca.
- Festival Folklórico: Tumbaya canta a América. Tumbaya.
- Festival de la Chicha y la Copla. Uquía.
- Encuentro de Anateros³⁹. Huacalera.

³⁵El baile del torito es una antigua tradición donde un muchacho se recubre con un traje con la forma del toro, con mucho respeto se dirigirá a saludar a la Virgen de la Candelaria. Se encenderán los cohetes y el torito inicia su baile. El torito avanza con saltos, como amenazando a los concurrentes con sus astas.

³⁶ La palabra sikuris designa exclusivamente a las personas que tañen el siku, esta palabra pertenece a la lengua aymara. El siku es un instrumento musical andino de viento que se compone de una doble hilera de tubos de caña, generalmente ocho o siete.

³⁷ El erke es un instrumento musical de viento que está formado por 5 o más tramos largos de caña unidos en sus extremos y formando un solo tubo. Al tubo formado por las cañas se le eliminan los nudos interiores y exteriormente puede aparecer forrado con tripa o lana. En el extremo superior posee un pabellón de cuerno vacuno o de latón.

³⁸ La chicha es una bebida tradicional andina de origen ancestral elaborada desde tiempos preincaicos; se realiza a base de la fermentación de maíz o maní

³⁹ Los anateros son personas que tañen la anata; este es un instrumento musical muy antiguo ligado a los carnavales de Jujuy, es una flauta de pico construida con un trozo de madera blanda, liviana y de color claro.

- Encuentro de Instrumentistas. Evento folklórico. Humahuaca.
- Fiesta Provincial del Cerro de Siete Colores y Concurso del Queso de Cabra. Purmamarca.

Marzo

- Festival del Choclo y el Folklore. Encuentro musical y feria de comidas a base de maíz: humitas, pastel de choclo, locro y tamales. Maimará.
- Festival del Durazno y la Humita. Exposición y competencia entre productores locales sobre la cosecha de duraznos. Al mediodía las mujeres homenajean a los visitantes con variedades de humitas. Juella.
- 19: Feria del Trueque. Celebración del Santo Patrono de Rinconada, con procesión y eventos culturales y deportivos. Tradicional trueque de intercambio de objetos y alimentos. Rinconada.
- 19: Fiestas patronales de San José. Humahuaca y Mina Aguilar.

Abril

- Semana Santa: desde todos los pueblos de la Quebrada parten en procesión caravanas de promesantes rumbo a Punta Corral.
- 25: Fiesta patronal de Iturbe. Humahuaca.

Mayo

- 3: Fiesta patronal de San Francisco de Paula. Uquía.
- Fiesta patronal: Virgen de Luján. Chorrillos.

Junio

- 13: San Antonio de Padua. Fiesta patronal con actos litúrgicos, culturales y deportivos. Humahuaca y Coctaca.
- 20 y 21: Inti-Raymi o Fiesta del Sol. Inicio del nuevo ciclo agrícola para la cultura incaica. Las comunidades aborígenes se reúnen en el Monumento que marca el Trópico de Capricornio. A sus pies se encienden fogatas alrededor de las que se realizan danzas y cantos para esperar el amanecer, con los brazos abiertos al Sol. Huacalera.
- 23: San Juan Apóstol. Durante la noche se realizan las clásicas luminarias. Los jóvenes saltan sobre fogatas que se encienden delante de las casas y las esquinas. Se

sirve el tradicional ponche mientras se escucha y baila la música regional. En la mayoría de los pueblos de la Quebrada.

Julio

- 25: San Santiago. Fiesta patronal del ganado. Ceremonia de la “señalada”⁴⁰ en toda la Quebrada.

Agosto

- 1: Cultos a la Pachamama. Se rinde culto a la Madre Tierra durante el mes y en toda la región. Se realiza una ceremonia milenaria, en la que se “da de comer y beber” a la tierra con frutos, bebidas y hojas de coca.
- 30: Santa Rosa de Lima. Fiesta patronal, con actos litúrgicos, como los Misachicos acompañados por bandas de sikuris. Ferias de comidas regionales y artesanías. Purmamarca.

Septiembre

- 15: Virgen de los Dolores. Fiesta patronal con actos religiosos y festival folklórico. Tumbaya.

Noviembre

- Festival de la Minga⁴¹ y la Copla. Ferias, comidas regionales y destreza criolla. Rodero.

Diciembre

- 8: Fiesta patronal de la Inmaculada Concepción de María. Huacalera.
- 25: Navidad.

⁴⁰ En los desolados parajes quebradeños, donde toda la tierra tiene color ocre y la escasa vegetación obliga a los pastores a recorrer muchos kilómetros para encontrar alimento para su ganado, aparece un rito muy pintoresco y respetado por la gente: “la señalada”. Este ritual se hace con los animales nacidos durante el año para identificar de quién es cada una de las ovejas, cabras, llamas, alpacas o burros. La señalada es un acto simple que consiste en cortarle con determinada figura la punta de la oreja al animal. Así cada pastor reconoce las propias si las majadas se juntan por descuido. Los animales se “enfloran” con vellones de lana de colores para identificarlas (tulmas).

⁴¹ La minga o mink'a es una tradición precolombina, en quechua significa el trabajo con esfuerzo colectivo de los integrantes de una comunidad. Se practica en la siembra y la cosecha, en la construcción de una casa y otros quehaceres que necesitan apoyo para su concreción, al finalizar el trabajo se comparte comida y un momento de alegría con baile y copleadas

Fuente: elaboración propia en base al calendario general anual provincial emitido por la Secretaría de Turismo de Jujuy (2016).

3.2. ALGUNAS CIFRAS SOBRE TURISMO

Aunque dispersas y de distintas fuentes, permiten ilustrar la situación actual del turismo.

En 2015, el secretario de Turismo de Jujuy, Juan Martearena afirmaba:

El turismo como cadena productiva cuenta con gran potencial e importantes atractivos geográficos, históricos y culturales milenarios. “Representa el 7,5% del Producto Bruto Geográfico (PBG)⁴², que registra un crecimiento interanual de entre el 10% y el 15%, es decir, un crecimiento por encima de la media anual nacional”; esos resultados se llega con el fuerte trabajo integrador entre los gobiernos Nacional y el de Jujuy, junto a la Cámara de Turismo de la provincia y la comunidad para la promoción y la difusión de los destinos (Télam, 2015a).

Por su parte, Diego Solano en la presentación de su tesis de grado “Análisis Sectorial del Turismo en Jujuy” en la UNJu observó la incidencia del turismo en el PBG encontrando que el impacto de la actividad es del orden del 98% en el rubro hotelero; la cantidad de establecimientos en 2001 casi se triplicó en 2010, en tanto que la cantidad de plazas mostró en el mismo período un crecimiento de más del 100% (El Libertario, 2011).

En los primeros 15 días de enero de 2015 habían ingresado 41.516 turistas, los cuales sumados a la gran cantidad de excursionistas, superaban las 48.274 visitas a Jujuy en lo que va del año. En base a estos indicadores estadísticos proporcionados por el Observatorio de la Actividad Turística de Jujuy⁴³, con esas cifras hubo un aumento del 14% de visitas con respecto a la primera quincena del año anterior (La Gaceta, 2015a).

También la Confederación Argentina de la Mediana Empresa [CAME] en enero (2015) difundía algunas cifras. Según ella habían ingresado a la Quebrada más de 106.000 turistas, 26% más que en enero 2014 y según los datos de la secretaría provincial, la temporada iba a terminar con un crecimiento cercano al 20% frente a 2014; nuestra región fue uno de los circuitos más visitados y muchos de los turistas pernoctan un promedio de 4 noches.

⁴² Producto Geográfico Bruto (PGB): mide el valor de la producción a precios de mercado de la producción de bienes y servicios finales, atribuible a factores de producción físicamente ubicados en el país, o sea, factores suministrados por residentes. El PBG es idéntico al PBI pero en vez de referirse a todo un país, se calcula para una región o provincia. En Argentina, actualmente cada provincia es la encargada de calcular su valor.

⁴³ El Observatorio de la Actividad Turística de Jujuy es un organismo dependiente de la Secretaría de Turismo que se encarga de generar información estadística.

En Semana Santa de ese mismo año (2015), la Cámara Argentina de Turismo (CAT) informaba que en el NOA, Jujuy registraba un promedio de ocupación del 70%, que se repetía en sus regiones y se elevaba al 100% en su emblemática Quebrada de Humahuaca (Télam, 2015b).

La ocupación hotelera en Tilcara, durante las vacaciones de invierno en 2015, oscilaba entre el 95 y el 98% a sólo cuatro días del lanzamiento oficial de la temporada de invierno, y continuaba el ingreso de visitantes, superando las cifras estimadas para ese mismo periodo, según informaba el director de Turismo local, Ramón Serapio (La Gaceta, 2015b).

El fin de semana largo correspondiente al Día de la Diversidad Cultural (octubre) había dejado muy buenos resultados para el turismo provincial, según la información que publicaba el Observatorio de Turismo de Jujuy: durante los tres días del fin de semana largo 13.915 (+3%) personas decidieron visitar la provincia y pernoctar al menos una noche. Sumando los excursionistas el número asciende a 17.394 visitantes (+4%). Dentro de la Quebrada, Tilcara y sus alrededores fueron escenario para una nueva edición de la carrera de ecoaventura “Conociendo la Pachamama”, en la que participaban más de 300 competidores, muchos de ellos de países vecinos. Se observó preferencia por las hosterías en Quebrada. También el gasto había aumentado (La Voz del Cerro, 2015).

Respecto a 2016, CAME (2016a) informaba que como sucedía año tras año, la provincia de Jujuy fue uno de los destinos más populares del país para los fieles que van en busca del turismo religioso, y en parte por eso en Semana Santa se lograba uno de sus mayores picos de arribos. El movimiento de gente ese año fue bueno, con llegadas desde todos los puntos del país. Aunque en materia de ventas ese dinamismo se notaba menos, y a pesar del mayor flujo los comercios habían vendido menos que en 2015. En la Quebrada de Humahuaca, en todas sus localidades, pueblos y ciudades, se combinaban actividades culturales con una amplia oferta gastronómica y fiestas religiosas como el Vía Crucis de Tilcara, que siempre tiene prestigio. La estadía promedio en la provincia en esa ocasión fue de 2,8 días, algo inferior al de años anteriores.

La ocupación del fin de semana del feriado del 17 y 20 de junio (2016) en Jujuy, era motivo de alguna preocupación y el pernocte promedio rondó los 2,5 días. El comercio minorista se movió también bastante lento, con ventas por el Día del Padre muy concentradas el sábado, mientras que las vinculadas al turismo tuvieron poco dinamismo. Se preparó en la región algunos eventos convocantes, como las peñas de la Quebrada de Humahuaca y el Festival Gastronómico Andino en la localidad de Tilcara (CAME, 2016b).

Durante, las vacaciones de invierno de 2016; el ministro de Cultura y Turismo de Jujuy, Carlos Oehler, evaluó como "excepcional" el movimiento turístico en la provincia durante la segunda quincena de julio, lo que se reflejaba en el crecimiento de las pernoctaciones y los altos niveles de ocupación hotelera en el norte y en San Salvador.

En la Quebrada de Humahuaca, la ocupación alcanzó altos niveles en Tilcara, Maimará, Purmamarca y Humahuaca, y en muchos casos se tuvo que recurrir a casas de familia habilitadas. Oehler dijo que "el nivel promedio de gastos ha aumentado y se ha pasado de 900 pesos por turista a 1.100 ó 1.200, lo que significa que se ha generado un atractivo especial en Jujuy para que la gente empiece a quedarse y disfrutar más de lo que tenemos" (Jujuy online, 2016b).

En 2017 el secretario de Turismo de Tilcara, Santos Manfredi, detalló "la primera quincena de febrero estuvo a la baja después de lo ocurrido en Volcán (inundaciones), pero la llegada del Carnaval nos está dando un respiro, con la plaza disponible ya casi ocupada a pleno y totalmente agotada para Carnaval Grande, que es este fin de semana largo" (Nuevo Diario Web, 2017).

3. 3. ALGUNAS OTRAS MIRADAS DEL TURISMO EN LA QUEBRADA

Las cifras presentadas en el punto anterior trasuntan cierto optimismo respecto de la situación actual del turismo. Por lo contrario, hay otras miradas posibles respecto de lo que estaría sucediendo en la actualidad, claramente más críticas y casi todas con la intención de poner en la agenda pública algunas de las características y efectos, algunos visibles y otros no tanto, del crecimiento de visitantes desde que fuera declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.

Ramos (2007) en el artículo titulado *Un S.O.S. para la quebrada de Humahuaca* sostiene que la visión de los sitios quebradeños basada exclusivamente en su aprovechamiento turístico es un grave peligro, y por eso se alzaron numerosas críticas. Obtener beneficios del creciente flujo turístico es una preocupación entendible, pero no a costa de la plena conservación del valor universal excepcional del bien y de la calidad de vida de sus habitantes.

María Esther Albeck, antropóloga especializada en arqueología de la Quebrada, enciende la voz de alerta: "La Quebrada no resiste un número ilimitado de turistas porque es un ambiente frágil, tiene poca capacidad de carga y el crecimiento desmedido va a terminar jugándole en contra. Los valores que le acuerdan significación se pueden perder muy fácilmente a corto plazo" (Ramos, 2007).

Diego Solano, ya mencionado, señala que la provincia de Salta supera ampliamente a Jujuy en todos los aspectos de la actividad turística, pero Jujuy posee el atractivo más valorado del NOA, nuestra Quebrada de Humahuaca, “pero no sabe cómo aprovecharlo” y la dificultad más grande que tiene Jujuy actualmente es su recurso humano, puesto que no se cuenta con suficientes profesionales expertos en turismo o éstos no han accedido a una participación contundente en el desarrollo del sector. El turismo en Jujuy sigue creciendo pero tiene riesgos como la baja afluencia en junio y en diciembre (El Libertario, 2011).

Hoy en día la Quebrada es un espacio en el que las disputas por la tierra, el manejo y los réditos del turismo, los intereses superpuestos y el rol de las comunidades aborígenes en el control de su territorio, tienen un papel central (Belli y Slavutsky, 2005).

No hay dudas de que este lugar de ensueño es un sistema frágil, de características excepcionales, resultado de la interacción continua entre un paisaje altamente representativo de la región andina y las sucesivas sociedades y culturas que se asentaron en ella durante los últimos 10.000 años; aunado a esto, año tras año hay superposición de normativas municipales y provinciales que no se cumplen, y una invasión de turistas y nuevos residentes (Ramos, 2007).

Desde 2014, se observan acciones sobre concientización en la comunidad anfitriona y los turistas que visitan la zona, como la campaña ambiental "Plan Canje por mi Tierra" que llevó adelante la Dirección Provincial de Desarrollo Sustentable junto con los municipios de Tilcara, Humahuaca, Maimará y San Pedro, y la Unión Empresarios de Jujuy, los días 2 y 3 de marzo de 2014, durante la celebración del Carnaval. A través de esa campaña, en Humahuaca se logró recolectar 36.027 latas de espuma artificial, 25.055 botellas de plástico y 8.229 latas variadas. El material reunido fue destinado a diferentes cooperativas, fundaciones y comedores de nuestra región (Infojujuy, 2014).

En 2015 se realizó la iniciativa independiente de conciencia ciudadana “Sálvame Carnaval”; se comunicó por medio de las redes sociales a través de las imágenes que muestran al diablo del Carnaval en medio de la belleza natural junto a los rastros de los residuos que son arrojados a diario en la zona. Esta iniciativa se originó debido al pésimo manejo de la basura en la Quebrada de Humahuaca, ya que no hay centros de disposición de residuos, y la basura va a parar a cursos de agua o permanece a cielo abierto (Notinor, 2015).

Fotografía 25. Campaña Sálvame Carnaval. Año 2015. Autoría: Mateo Jiménez.



En el Carnaval de 2017 el municipio de Tilcara llevó a cabo la campaña de concientización ambiental denominada "Carnaval Ecológico 2017" que tuvo por objetivo juntar latas de nieves vacías y botellas de plásticos a cambio de kits escolares (Las 24 Horas de Jujuy, 2017).

Para Novick, Núñez, y Sabaté Bel (2011):

El estatuto de los habitantes frente a la dinámica del turismo parece poner en crisis instrumentos tradicionales de planificación y gestión. Aunque se propone un camino desde una mirada más optimista, es inevitable no reconocer que la región se maneja dentro de contextos institucionales débiles. La valoración del patrimonio como "Paisaje Cultural" es un importante recurso para el desarrollo de los lugares, las actividades y las personas. Desde una lectura crítica, las escalas y las temporalidades del patrimonio, son puestas en cuestión. En efecto, Novick, Núñez, y Sabaté Bel enfatizan que la interacción entre una situación local que se hace global en un territorio patrimonializado y las circunstancias globales que inciden en lo que está en juego en la esfera local, remiten a la amplia gama de recursos discursivos y omisiones propias del discurso del patrimonio y de su mercantilización turística. A lo que surgen los siguientes cuestionamientos: ¿El patrimonio debe operar como recurso para fomentar el turismo, para contribuir a fortalecer las identidades locales? ¿Se trata de promover el rescate del patrimonio cultural para el turismo o para los habitantes? ¿Conviene conservar el legado del pasado o ajustarlo a las configuraciones del presente?

"El patrimonio se comercializa a través del turismo, y el turismo adquiere legitimidad cultural a través del patrimonio" (Prats, 2006).

"La declaración de Patrimonio de la Humanidad trajo efectos positivos y negativos, mucho más efectos negativos que otra cosa, no nos olvidemos que antes la Quebrada estaba colmada de pequeños sembrados, esas tierras fueron vendidas a precios irrisorios para después poner un hotel, una casa de fin de semana (...) esto repercute porque en un lugar donde se producía

alimento hoy es nulo, hay una casa o está urbanizado o un enorme hotel que a veces es lavado⁴⁴ pero es un gran hotel y que ni se justifica en un lugar como este; todo esto formó parte de una falta de políticas serias, nunca se controló nada, ya que no se puede tocar en un paisaje bucólico, donde pastaban ovejas donde se sembraba alimentos; eso tenía que haberse prohibido, nunca se cuidó y por eso quiero denunciar porque esto del Patrimonio ha traído muchísimos efectos positivos pero también muchísimos efectos negativos” (Experto en gastronomía y turismo, Tilcara, comunicación personal, 13/2/2017).

“Antes Tilcara era un pueblo romántico y nostálgico, con la declaración de Patrimonio ya no lo es más, para nosotros este es un desafío muy grosso, ya que la Quebrada se convirtió en una ruta turística internacional con paisajes y un clima exquisito que debemos de cuidar y preservar” (Funcionaria de la Secretaría de Medio Ambiente, Tilcara, comunicación personal, 7/2/2017).

Por su parte, Susan Calafate Boyle, en base a su experiencia de turismo sostenible, sugiere que la necesidad de lograr un acuerdo sobre la futura dirección de nuestra región es fundamental, porque a menos que haya cierto consenso sobre el tema, es imposible implementar efectivamente las estrategias de administración, protección e interpretación necesarias. "Sin dicho acuerdo, los valores de la Quebrada están en peligro, amenazados por un desarrollo que puede dañar irremediabilmente las características que le confieren su atractivo" (Ramos, 2005).

Siguiendo la misma dirección, J. L. López Ibáñez (comunicación personal, 21/1/2017) reflexiona así:

Quizás las muestras más paradigmáticas en materia de respeto al hábitat e identidad de sus habitantes sean los conflictos derivados del proceso de patrimonialización como Patrimonio de la Humanidad de la Quebrada de Humahuaca; donde tendríamos mucho para discutir si hemos logrado algo. Yo creo que no.

Según Martínez de San Vicente, (2011, p.106) en sus diarios de viaje, analiza a la región de la siguiente manera:

En 1973, resultaba maravillosa la austeridad de estos pueblos hechos en la misma tierra en que se asentaban, donde toda la vida se desarrollaba entre el brillo

⁴⁴ El entrevistado sugiere en sus declaraciones de “lavado” al lavado de dinero y activos, frutos de actividades ilícitas que se vuelcan a la economía legal para poder gozar libremente de sus beneficios. Como sucede en Maimará donde se construye un imponente hotel que “supuestamente” pertenece al ex ministro de Salud de la Nación de la administración anterior (siendo el ministro más rico de Argentina, ya que su patrimonio creció más de 37 veces en la última década) y actual gobernador de la provincia de Tucumán.

enceguecedor del exterior y la sombra reparadora de los interiores. El patrimonio intangible se mostraba de una manera muy espontánea, sin disfraces. Era la actividad cotidiana, parte de los otros ritos de la vida de una pequeña ciudad.

Ya en 2008, cuando Martínez de San Vicente realizó el segundo viaje, el primer impacto fue muy fuerte, pero el golpe recibido al ver esos cambios fue acompañado por un gran optimismo ante las posibilidades de futuro y de un proyecto transformador; casi no quedaban casas a la calle, habían desaparecido o estaban ocultas por la ciudad-mercado, detrás de las ventas de artesanías, los restaurantes, los hospedajes y hoteles. “Sólo queda el paisaje natural como uno de los elementos inalterados en este cambio del territorio. Pero en los centros urbanos se percibió algo latente: la exclusión”. La población se ha ido a vivir lejos de los centros de las localidades más frecuentadas. Las zonas centrales están ocupadas por actividades de consumo.

Martínez de San Vicente (2011, p.108) agrega que “hay una gentrificación generalizada de la mayoría de las ciudades analizadas, y una expulsión de población hacia las periferias autoconstruidas o los conjuntos de vivienda financiados por el Estado”. Al Pucará se llega caminando y en auto, y todo lo que se ve atrás son las nuevas expansiones. Posiblemente lugares de residencia de antiguos residentes, o de nuevos inmigrantes atraídos por este cambio de uso del territorio.

“El notable incremento del turismo en la Quebrada conlleva otras externalidades negativas, atribuibles en parte a la debilidad técnica de las administraciones locales y a la escasa comunicación entre el gobierno municipal y la comunidad” (Martínez de San Vicente y Sabaté Bel, 2011, p.111).

Para Mourelle (2009):

El atractivo turístico de la Quebrada emana tanto de la belleza natural como de la cultura milenaria del lugar. Pero hay una relación conflictiva entre las actividades turísticas y la vida de la población local. El desarrollo turístico tiene sus bondades y sus efectos negativos. Mourelle destaca que sobre lugareños y gobernantes recae la responsabilidad de mantener a la Quebrada de Humahuaca.

Por su parte, Martínez de San Vicente y Sabaté Bel (2011, p.113) afirman que:

En estos momentos el comercio vinculado al turismo aporta seguramente insumos nada despreciables a muchas economías domésticas. Pero resulta preocupante que buena parte de lo que se expone en las calles y plazas de Purmamarca, Tilcara o Humahuaca se produzca lejos de la Quebrada, y que sea totalmente ajeno a sus

tradiciones artesanales o a la potencial actualización de éstas; que aquellos espacios se hayan convertido en un shopping estereotipado a cielo abierto.

Un claro ejemplo de esto son las artesanías en lana en la plaza de Tilcara, dónde se venden suéteres de lana de vicuña a \$250 (valor actual a enero 2017) que los revendedores traen a granel desde Villazón, Bolivia.

Asimismo, Sabaté Bel (2014, p.294) plantea que nuestra Quebrada necesita un proyecto ilusionante, ampliamente compartido y bien atento a su identidad. Se propone que éste incluya la recuperación de tradiciones agrícolas, o la cría de animales autóctonos, como la vicuña y la alpaca. Son actividades que ayudarían a retener a los pobladores. Forman parte del patrimonio cultural y son un recurso fundamental.

La provincia de Salta, que vive situaciones similares a la Quebrada, ya tomó cartas en el asunto: en pleno pico turístico, el intendente de San Antonio de los Cobres, Leopoldo Salva, decidió prohibir la venta de productos textiles provenientes de Perú. Al respecto, Salva explicó que mediante la medida se busca “defender lo nuestro”. “No queremos terminar como en la Quebrada de Humahuaca, donde ya no existe la artesanía autóctona” sentenció (Que Pasa Salta [QPS], 2016).

En julio de 2016 se realizó la quinta edición de la jornada reflexiva sobre la Quebrada de Humahuaca, ya que tiene 13 años como Patrimonio Mundial de la Humanidad. Durante la jornada se presentaron ponencias y mesas debate para reflexionar y presentar las investigaciones relacionadas a la región. Participaron numerosos estudiantes, docentes, escritores, funcionarios y la comunidad en general interesada. Gustavo Ontiveros, el coordinador de la actividad, aseguró que durante la jornada uno de los problemas más debatidos es el incremento de la pobreza, situación que se encuentra plasmada en los 48 asentamientos que se encuentran dispersos en Humahuaca (Alfaro, 2016).

Lara y Gemelli (2012) ratifican que nuestra región presenta importantes desafíos para la implementación de los principios del turismo responsable en este Paisaje Cultural denominado por la UNESCO. Una síntesis de las cuestiones agrupadas por categorías que se correlacionan en las principales facetas del turismo responsable y que no pueden ser obviadas son: medio ambiente (tensión y dificultad global-local para mantener el frágil equilibrio entre patrimonio, sitio natural y cultural), cultura (cambio en hábitos, costumbres y falta de autenticidad), gobierno (poca responsabilidad y falta de consideración al preservar los recursos) y comunidad (percepción de exclusión, conflictos ideológicos culturales y territoriales).

Aunado a los desafíos que ya mencionaron Lara y Gemelli, se detectó un reciente fenómeno, que se enmarca en el creciente flujo de viajes de compras a Chile. “En la actualidad, el turismo en Argentina está caro y yo que vengo a veces desde la ciudad de San Salvador de Jujuy veo un fenómeno que me llama mucho la atención: desde temprano suben combis que se desvían hacia Chile; nosotros tenemos el límite a 380 kilómetros⁴⁵ y al parecer todos los turistas ahora se van para allá” (Dueño de posada y negocio de artesanías, Purmamarca, comunicación personal, 8/2/2017).

Para finalizar, Ana Sofía Calvó, coordinadora de la Unidad de Planificación del Ministerio de Cultura y Turismo afirma en el artículo de Jujuy al día (2015) “*Jujuy, ¿líderes o seguidores?*” que además de una gestión colaborativa por medio de todos los actores sociales, también es fundamental que la sociedad se sienta involucrada directamente con el turismo. “Si la comunidad local está unida es posible conformar de forma natural y espontánea una imagen de destino turístico que tenga relación con la identidad del lugar y de las personas”.

Por tal motivo, la fragilidad de la situación turística que se vive actualmente en la Quebrada, que se ve evidenciada en todas las declaraciones anteriores pueden sintetizarse en la falta de criterio, compromiso y constancia de los actores involucrados y la falta de toma de decisiones que vayan acorde a los tiempos en que vivimos. Como lo dijo el presidente Mauricio Macri en su discurso de toma de posesión en diciembre 2015:

Este nuevo siglo ha traído nuevas posibilidades y nuevos desafíos al mundo entero. No podemos seguir pensando en la educación con las ideas y los objetivos del pasado. Hay que mejorar todo lo que haya que mejorar. Hay que animarse a responder con recursos nuevos a nuestros problemas. Hace falta osadía de ideas, osadía de invención y atrevimiento de proyectos nuevos y distintos” (La Nación, 2015).

Palabras inspiradoras que alientan a ponerse en acción pero asumiendo que el pasar de la teoría a la práctica el proceso no es tan sencillo como suena; más si el camino no tiene dirección fija y los esfuerzos no son acompañados por todas las partes. Ese será entonces, el verdadero desafío en materia turística para desarrollar en nuestra Quebrada de Humahuaca las bases de un turismo sostenible.

⁴⁵ El entrevistado se refiere a la distancia entre Purmamarca y la frontera de Chile.

Capítulo 4. MIRANDO A LOS TURISTAS

Este capítulo tiene como objetivo específico responder las preguntas ¿cuáles son los motivadores por los que los turistas la visitan?, ¿de dónde provienen?, ¿cuál es la tendencia?

4.1. LAS MOTIVACIONES TURÍSTICAS

¿Cuál es la necesidad, el turismo o la recreación?

En el turismo, el motivo constituye la base para el deseo de viajar e incluye la generación de una necesidad. Las necesidades, motivos y/o motivaciones son los motores de la conducta humana y por lo tanto, son vitales para activar los mecanismos que mueven el turismo (García y García, 2005).

Hay también otras visiones. Por ejemplo E. Amadasi (comunicación personal, 9/1/2017) sostiene la distinción entre necesidades y satisfactores de necesidades. La necesidad sería el “esparcimiento” a la par de otras como alimentos y bebidas, indumentaria, vivienda, salud, transporte o educación. Cada una de estas necesidades tiene diferentes “satisfactores”. Para esparcimiento hay distintos satisfactores como la lectura, ver televisión o escuchar música, ir a un espectáculo y/o turismo. Para alimentos y bebidas hay también diversos satisfactores, las carnes, las hortalizas, las legumbres, las frutas. Para Amadasi, reconocer al turismo como necesidad y no como satisfactor, sería como reconocer que el pescado o los cítricos no son satisfactores sino “necesidades”.

Para Castaño Blanco (2005, p.141) “el razonamiento acerca de la conveniencia de un viaje es interno y está relacionado con la pregunta del por qué viajar, mientras que las motivaciones más específicas determinan las respuestas a las preguntas de dónde y cómo quieren viajar”. Si se hace una analogía con la teoría expuesta por Maslow, el turista necesita satisfacer una serie de factores como la pertenencia, el reconocimiento, la curiosidad intelectual, el hedonismo o la interacción afectiva con los acompañantes y con el entorno cultural que se visita. Por lo cual, la labor profesional de los proveedores de servicios turísticos, van orientadas a ofrecer y diseñar una oferta turística basada en la satisfacción y enriquecimiento de los factores de la segunda clase (Garmendia, 2011).

Pearce a partir del modelo de Maslow propuso una adaptación incorporando el factor de la experiencia turística misma que genera un recuerdo en la memoria que sirve para la comparación con otras experiencias. Los niveles de motivación turística, según Pearce, son necesidad de relajación (descanso/actividad), necesidad de estimulación (seguridad/emociones fuertes), necesidades sociales (de familia y relaciones íntimas de

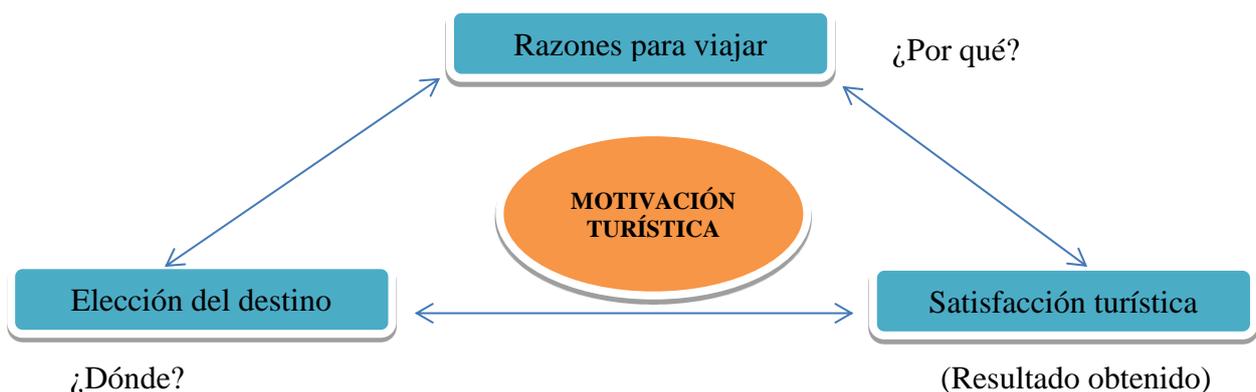
amistad), necesidades de autoestima (desarrollo personal, cultural, histórico, medioambiental) y necesidades de autorrealización (búsqueda de la felicidad), descritos en Gisolf (2014).

Para la OMT (2016) “el motivo principal de un viaje turístico se define como el motivo sin el cual el viaje no habría tenido lugar”. Establece al menos tres tipos de motivaciones turísticas: motivaciones personales (necesidad de contacto con la naturaleza y de conocimiento); motivaciones familiares (necesidad de encontrar cierto estilo de vida familiar que la vida cotidiana impide); motivaciones sociales (necesidad de imitación, singularidad o cómo distinguirse del grupo).

En términos generales, los turistas viajan porque son empujados, los factores de empuje (*push factors*), motivos o variables internas y factores de atracción (*pull factors*) porque son atraídos por fuerzas externas del destino (Crompton, 1979; Dann, 1977, 1981).

En síntesis, existen al menos tres aspectos que integran las motivaciones en el ciclo turístico: las razones para viajar (el por qué), la elección de destino (el dónde) y los resultados obtenidos (la satisfacción). Así, tras repasar algunas de las teorías sobre la motivación turística que se han propuesto hasta la actualidad, se identifican algunos elementos que deben considerarse en el estudio de ésta: la distinción entre factores de empuje (*push*) que inducen a viajar y de arrastre (*pull*) que estarían implicados en la elección (Castaño Blanco y otros, 2003).

Cuadro 23. La motivación en el ciclo turístico.



Fuente: elaboración propia.

Las motivaciones turísticas en la Quebrada de Humahuaca

El estudio de las motivaciones turísticas intenta determinar si Quebrada de Humahuaca es un destino turístico al que se viaja para satisfacer necesidades sociopsicológicas (vinculadas a la persona), factores de empuje “*push*”, o se acude a ella por

los de arrastre “*pull*” que tiene el propio destino (factores externos: clima, recursos históricos, comodidad, belleza natural, cultura, etc.) es decir por la novedad, antecedentes o significancia propia del lugar.

Asimismo, se incluye “la motivación” como factor decisivo al elegir el destino; la formación de la imagen durante el proceso de: anticipación/planificación, el viaje, comportamiento en destino, viaje de vuelta y el recuerdo; la proveniencia de viajeros nacionales e internacionales que la visitan; algunas cifras de arribo, el tipo de turistas y la tendencia de la demanda.

Motivos intrínsecos “*push factors*”

Los motivos de empuje tienen relación con los deseos intangibles del viajero: impulsos acaecidos dentro del interior de la persona. La mayoría de las personas no se decantan por un sólo motivo en particular, sino que se definen gracias a una serie de alternativas en las que se conjugan tanto motivos como necesidades, complicando aún más las cosas determinando la complejidad en la conducta de los seres humanos (Gisolf, 2014). Vivimos en un mundo donde todo es efímero, dónde el tiempo y la vida suceden cada vez más rápido y es en este punto donde la región de la Quebrada rompe los paradigmas establecidos, ya que la imagen que proyecta es de poblados donde el tiempo parece haberse detenido; son comunes las postales de sus calles empedradas, casitas de adobe y caña despintadas por las clemencias del clima extremo, el aroma a pan recién salido del horno de barro, el sonido del viento que se produce al surcar los cardones, las caravanas de llamas, vicuñas y cabras que cruzan las calles guiadas por los changos⁴⁶ o las madres con sus tekis⁴⁷ a la espalda. Singularidades de una vida común para sus pobladores pero que para los visitantes representa búsqueda, escape y deseo.

Búsqueda

Al referirse al volver a encontrarse con uno mismo, responder el cuestionamiento de nuestra identidad, del yo interno y del lugar que la gente ocupa en el mundo; saber que esa búsqueda sólo se responde uniendo todas las partes; en el caso de los visitantes argentinos y latinoamericanos a esa raíz de cosmovisión andina que fluye en nuestra sangre. Para los visitantes de otros países conocer la cultura de los pueblos quebradeños sintiéndose parte e

⁴⁶ Changos: es una palabra quechua que significa muchachos, jóvenes.

⁴⁷ Teki: es una palabra quechua que significa chicos, más exactamente el bebé que la madre lleva en sus espaldas.

identificándose con la humanidad misma; y por qué no quizás buscando nuevas experiencias que se asimilan como propias. No en vano la Secretaría de Turismo promociona a toda la provincia bajo el lema *Bienvenido a tu encuentro*:

Jujuy en donde aprendes que las mejores respuestas las tiene el silencio, ahí es cuando empezás a escuchar lo que nunca habías escuchado de nadie. Te das cuenta que tu hogar no es el espacio que habitas sino donde vivís experiencias; es irónico pero la gente pierde mucho tiempo pendiente del reloj pero si es el sol el mejor despertador del mundo, viajar es ser libre y el mejor equipaje es todo lo que te espera, cuando viajas a Jujuy tu única obligación es la cosa más sencilla del mundo.... ser vos (Jujuy. Secretaría de Turismo, 2014).

Escape

El turismo ofrece una liberación de la represión que produce el trabajo y otras obligaciones. Significa además, un escape de los roles sociales tradicionales, implicando la libertad de gastar el tiempo como se desee. Se puede decir, efectivamente, que el turismo es la “anti-estructura” de la vida occidental y se puede ver más como escape que como búsqueda de nuevos horizontes dependiendo de la perspectiva que tenga el turista (Turner, 1973). El requisito más importante del concepto de escape es tomar distancia del ambiente doméstico; es como vivir entre dos realidades: una que queda atrás, en el entorno familiar y la otra que se experimenta en el destino, también conocido como estado liminal⁴⁸ (Gisolf, 2014). La Quebrada es un destino turístico ideal para escaparse de la rutina del ruido de las ciudades, de lo caótico de las masas poblacionales; allí se puede experimentar la serenidad de las tardes de siesta, respirar aire puro, dicen que no hay cielos más azules que los de la Quebrada; desacelerar el ritmo, volver a las raíces, a la naturaleza. La Secretaría de Jujuy en su spot publicitario de *Soy pachamama, soy Jujuy*, relata:

Soy la herencia que no se erosiona con el tiempo, soy los pueblos originarios... soy la tierra marcándole el ritmo a la música y cauce de agua dulce circulando por tu cuerpo...soy origen...soy patrimonio de la humanidad...yo soy la humanidad. (Jujuy. Secretaría de Turismo, 2013).

⁴⁸ Liminal: proviene de la palabra latina LIMEN, que significa umbral. Es el periodo de transición de un estado a otro, donde es difícil apreciar el límite fronterizo entre un concepto y otro.

Deseo

Los deseos específicos que se quieren experimentar son una fuente totalmente diferente de motivos para emprender un viaje. Se trata de temas especializados que están más o menos definidos. Pueden fundamentarse sobre asuntos tangibles, tales como un pasatiempo específico como la observación de aves o un interés cultural; por otra parte el deseo como motivo principal de viaje también puede estar relacionado con elementos intangibles como serían ciertas emociones o experiencias espirituales profundas como la adrenalina, el éxtasis o la angustia como la visita de los antiguos campos de concentración (Gisolf, 2014).

En la Quebrada se pueden experimentar diversas situaciones, por un lado se tiene la calma, el relajamiento y el disfrute de la calma y de la naturaleza, alimentando el deseo de descanso, visitando los poblados y su cultura gastronómica. Por otro lado, también existen diversos deseos de practicar turismo activo como respuesta al deseo de aventura, muchos turistas van a la Quebrada para practicar trekking en las alturas (la Garganta del Diablo), motocross en los angostos de Perchel, escalada en Cueva del Inca, asistir al Rally Dakar o los deseos de convivir con la cultura local desarrollando el turismo rural. El deseo de pertenencia, culto popular y religioso se encuentran reflejados desde el sincretismo cultural-religioso en fechas específicas, ya que asisten turistas de todas partes del mundo para presenciarlos.

Motivos extrínsecos “pull factors”

Dentro de la Quebrada de Humahuaca se pueden identificar algunos de los siguientes motivos que arrastran al turista a conocer en el destino turístico:

Belleza paisajística

Como se mencionó dentro del primer capítulo “la belleza de la Quebrada es inconmensurable”, los aromas, colores y sensaciones envuelven a los viajeros, quienes la convirtieron en el principal destino del NOA. Los pueblos de Purmamarca, Tilcara y Humahuaca son paradas que no pueden ser obviadas y los paseos más visitados son el Cerro de Siete Colores, Pucará de Tilcara y en Humahuaca donde nadie puede resistir encontrarse con un hecho rutinario pero trascendente: al mediodía, esperar la salida de San Francisco Solano, que en casi tres minutos saluda y bendice a sus fieles para volver a entrar en su hornacina y retornar a las 12 de la noche, quizá con menos fieles (Boragno, 2016).

Valores culturales y tradiciones

Cada vez son más los turistas que desean vivenciar experiencias auténticas durante sus viajes, lo que los ha llevado a que descubran nuevos senderos direccionados hacia la “cultura viva” del lugar y un punto sumamente importante dentro los valores culturales y tradiciones es su gastronomía; por tal motivo el interés por los sabores locales de los destinos visitados ha ido in crescendo. El maíz morado, llama, papines andinos, quínoa y cayote son sólo algunos de los productos típicos de la Quebrada jujeña. Se pueden comer en recetas tradicionales tanto en mercados y puestos callejeros como en restaurantes con un toque de alta cocina que, en general tiende a suavizar los sabores picantes ancestrales (Origlia, 2016).

Es muy frecuente que los turistas viajen a nuestra región motivados por degustar, conocer y aprender sobre la gastronomía quebradeña. Es tal la novedad que en algunos museos como por ejemplo en Tilcara el museo José A. Terry, se ofrecen talleres de cocina. El primero se realizó el 20 de enero de 2016 y se llamó "Cocinando con historia e historia con cocina"; este taller responde a la demanda de una explicación de las historias de la comida regional, porque más allá de una pertenencia también es bueno preguntarse cómo una comida llega a formar parte de una cultura. El objetivo es visibilizar los sabores de Tilcara, sin que pierdan su esencia; también el taller apunta a reflexionar sobre la cultura alimentaria. “Hoy se da la paradoja de ver frutas pudriéndose en los árboles cuando vamos a comprar jugos en polvo”, afirma Magda Choquevilca, responsable del taller.

Las empanadillas de cayote, humitas y las capias⁴⁹ ya forman parte de la cultura quebradeña, pero en cada lugar se le agrega el dulce propio de la zona o la harina que se produce allí otorgándole una intensidad que acaricia el paladar. Como por ejemplo los tamales de charqui⁵⁰ y harina de maíz que tienen en su sabor la personalidad del territorio y la intensidad climática de la montaña, que en su significancia motivan a los turistas que visitan la Quebrada a degustarlos (El Tribuno Jujuy, 2016f).

“La Quebrada de Humahuaca tiene más de 10.000 años de historia y esas manifestaciones culturales propias, incluso la gastronomía, se fue manteniendo a través del tiempo, nosotros la conservamos de alguna manera, el paisaje es un paisaje de millones de años, como habla la tierra todo esto hace un combo maravilloso (...) junto con nuestros cocineros populares que no son los chefs que ponen plumas arriba de la comida ni que llenan

⁴⁹ Las capias son galletas dulces similares a las tapas de alfajores que se elaboran con harina de maíz y canela.

⁵⁰ El charqui proviene del quechua ch'arki y significa “cecina”. Es la carne deshidratada que se cubre con sal y se expone al sol, una vez completamente seca se utiliza en la preparación de platos.

de adornos; sino de manera sencilla pero éstas tienen el sabor agregado a las cocinas de las abuelas y de las ollas de barro (...). El turista aparte del paisaje viene buscando ese sabor, esa textura ¿qué cosas no se pueden dejar de comer si uno está en la Quebrada? No se puede dejar de comer: tamales, empanadillas, humitas, capias, cordero, llama o nuestros ricos picantes por la altura estamos a más de 2.000 metros de altura acá en Tilcara con condiciones climáticas que nos permiten degustar aquí en pleno verano un locro o un picante cosa que en otro lugar es imposible porque se va la vida en sudor” (experto en gastronomía y turismo de Tilcara, comunicación personal 13/2/2017).

Los visitantes son atraídos por la gastronomía regional; los tamales y las empanadas son los más elegidos. Pero también por los paisajes que ofrecen los pueblos a lo largo de todo el recorrido de la ruta nacional 9 y la calidad de la gente (Todo Jujuy, 2015).

Otro atractivo para visitar la Quebrada son las festividades que se distribuyen a lo largo del año, tal como se mencionó en el capítulo tres; si bien existen eventos religioso/culturales que no tienen gran difusión y que van direccionados a los visitantes locales, como las fiestas patronales o los encuentros entre pueblos, hay eventos como el Enero Tilcareño que marcan el inicio de la temporada alta en la región; evento de música y arte al que asisten mayormente visitantes cercanos. El segundo punto de inflexión es el Carnaval Quebradeño que convoca y motiva a turistas locales, regionales, nacionales e internacionales; los cuales, curiosos por descubrir cómo se celebra el Carnaval en la región, asisten especialmente para vivenciarlo en primera persona; periodo del año donde todo es fiesta, color, talco y música. Turistas y lugareños se mezclan durante el convite del Carnaval celebrando esta fiesta popular y si hay algo que los turistas recalcan es el espíritu alegre y la bondad de sus pobladores. El tercer punto de inflexión que genera asistencia masiva es la Semana Santa que con ermitas, procesiones y vía crucis vivientes se celebra en todas las iglesias a lo largo de la Quebrada. Las costumbres ancestrales de los pueblos originarios que aún persisten en la actualidad agiornan la belleza del paisaje y fortalecen la identidad del destino, lo que genera que gran cantidad de turistas lleguen motivados por conocer y compartir los usos y costumbres. Sin embargo, como ya se mencionó en el capítulo anterior la situación en la que se encuentra la Quebrada de Humahuaca es delicada, ya que se corre el riesgo de pérdidas y daños irreparables que afectan la sostenibilidad del lugar y la calidad de vida de la comunidad anfitriona. “En casos específicos como este, el patrimonio cultural es mucho más frágil que el natural” (A. Lara, comunicación personal, el 5/12/2016).

Relación precio/calidad de los servicios

¿Cuál es el motivo por el que los turistas prefieren a la Quebrada de Humahuaca entre otros destinos de Argentina?; ¿se puede medir una relación precio/calidad propiamente en el destino? Estos interrogantes también surgen a la hora de analizar los motivos económicos por los que los turistas visitan la región. Previamente fueron analizados los factores de arrastre cualitativos pero en este apartado se intentará analizar los motivos económicos.

El NOA ha experimentado un gran crecimiento turístico en los últimos años. “Es un destino cuyo crecimiento no tiene techo”, expresó Ricardo Rozas, presidente de la Asociación Argentina de Agencias de Viajes y Turismo (AAAVYT) y vicepresidente de la Cámara Argentina de Turismo (CAT) en ese periodo (Infobae, 2011).

El Ministerio de Turismo declaró que el gasto promedio diario en la región del NOA fue \$1.391 en 2014. El gasto promedio por turista más elevado se registró entre quienes visitaron la región Patagonia \$2.974 y quienes llegaron a la Ciudad de Buenos Aires \$2.389 (Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares [EVyTH], 2014).

La provincia de Jujuy, pero principalmente nuestra región de análisis, propone un abanico de posibilidades en cuanto a presupuestos que se adecuan al bolsillo de los turistas. Por ejemplo: Purmamarca y Tilcara son las ciudades con mayor oferta de alojamiento. Desde hosteles a \$150 la noche a hoteles boutique a \$1.500 promedio la doble por noche. A medida que se sigue hacia el norte las opciones son menos. Entre las recomendables están los Hoteles Turismo de Humahuaca y La Quiaca que ofrecen servicios básicos (Origlia, 2016).

Según la CAME el pernocte promedio en Jujuy es de 2,2 noches y el gasto promedio diario a diciembre de 2016 ronda los \$ 1.580 aproximadamente, incluyendo transporte interno, alojamiento, gastronomía, ocio y compras (La Gaceta, 2016). Mientras que en el resto del país la estadía promedio es de 2,6 noches y un gasto promedio de \$1.842 pesos (La Capital, 2016). Asimismo, la variedad de precios en los servicios se extiende a las actividades culturales y turísticas que se ofrecen en la Quebrada, desde actividades libres y gratuitas hasta pagas de acuerdo a la economía de los turistas.

Proximidad o fácil acceso desde su lugar de residencia

La posición estratégica en la que se encuentra la región también es interesante para los turistas, ya que es puerta de entrada hacia la Puna jujeña y posee conectividad al oeste con Chile a través del Paso de Jama por la ruta nacional 52 desde la localidad de Purmamarca y más al norte siguiendo la ruta nacional 9 hasta Bolivia. Muchos de los turistas que desean llegar a Bolivia y Perú planifican su travesía desde la Quebrada; por otra parte los turistas

estando en Humahuaca deciden realizar un viaje de día de compras hasta Villazón (Bolivia), aprovechando su estadía en la región. Desde Buenos Aires, hay vuelos diarios desde Aeroparque Jorge Newbery a San Salvador de Jujuy. Desde allí, por la ruta nacional 9, hay 65 kilómetros a Purmamarca, 84 a Tilcara y 126 hasta Humahuaca. Salen ómnibus con buena frecuencia a esas localidades y desde allí a destinos como Huacalera, Uquía, Humahuaca y La Quiaca (Origlia, 2016).

Luego de analizar algunos de los motivos intrínsecos y extrínsecos para intentar dar respuesta a ¿cuáles son los motivos por los que los turistas la visitan? puede sintetizarse diciendo que la Quebrada de Humahuaca es ante todo un destino de tipo cultural al cual acuden los viajeros con la motivación de ocio o esparcimiento, novedad y conocimiento sobre la naturaleza y cultura; es decir en la elección de la Quebrada como destino turístico tendrán más peso los factores de arrastre (*pull*) sobre los factores de empuje (*push*) que son difíciles de determinar porque influyen directamente sobre la sociopsicología de los turistas. En definitiva, la mayoría de los viajeros que visitan nuestra región lo hacen “arrastrados” extrínsecamente por la significancia propia del destino más que “empujados” por alguna necesidad interna.

La imagen del destino

Baloglu y McCleary (1999) consideran a la imagen como la representación mental de las creencias, los sentimientos y la impresión global del individuo sobre un destino turístico. Esta imagen es generalmente formada por dos fuerzas primordiales: los factores estímulo (externos) y los factores personales (internos).

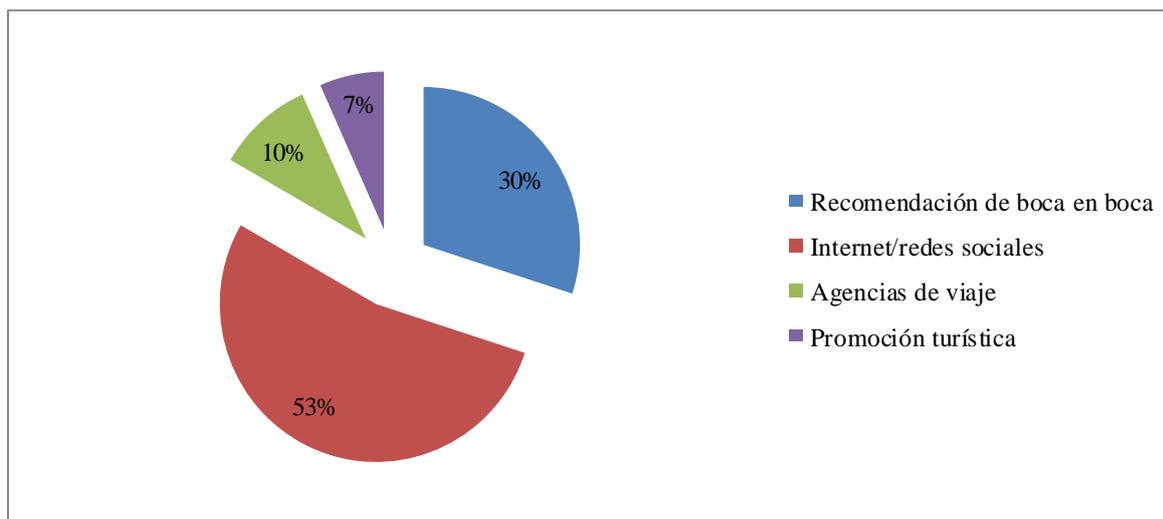
Para Andrade Suarez (2011) la imagen percibida del destino turístico pone en evidencia que, aunque la mayor parte de los recursos turísticos son de carácter objetivo, la percepción de los mismos puede ser heterogénea debido a la naturaleza subjetiva de esa representación.

La formación de la imagen de destino sigue el proceso de:

Anticipación/planeación

Es el primer contacto del turista con el lugar, se realiza en muchos casos de boca en boca, por conocimiento popular; actualmente internet y las redes sociales sirven mucho para formar una primera impresión de un destino turístico, ya que no sólo se pueden apreciar imágenes sino ver opiniones y valorar la experiencia de otros viajeros que ya estuvieron allí en cuanto a sus servicios, percepciones y recuerdos. Como se mencionó en los factores de arrastre (*pull*) la proyección del lugar juega un rol muy importante en la decisión de elegir la Quebrada de Humahuaca y por qué preferirla entre otros destinos.

Gráfico 5. Información sobre el destino. Resultados de investigación de campo.



Fuente: elaboración propia en base a entrevistas realizadas.

El 53% de los entrevistados se informó previamente sobre la Quebrada a través de internet y/o redes sociales; el 30% conoció el destino a través de la recomendación de boca en boca, lo que tiene relación directa con el gráfico 7 (recomendación sobre visitar Quebrada de Humahuaca). Sólo el 7% de los visitantes a través de promoción turística; cuando se entrevistó a un encargado de alojamiento en Tilcara ratificó lo siguiente:

“durante 2016 invertimos muchos recursos para estar presentes en varias ferias de turismo como por ejemplo FIT⁵¹ y eventos de promoción que organizó el gobierno de Jujuy; pero lo que más nos dió resultado es invertir en internet: Booking, Tripadvisor, Trivago y Facebook” (comunicación personal, 31/1/2017).

El viaje, comportamiento en destino

Una vez que los turistas ya se encuentran en destino es donde comienza la analogía y comparación de que lo previamente sabían y lo que efectivamente es, siempre existe la

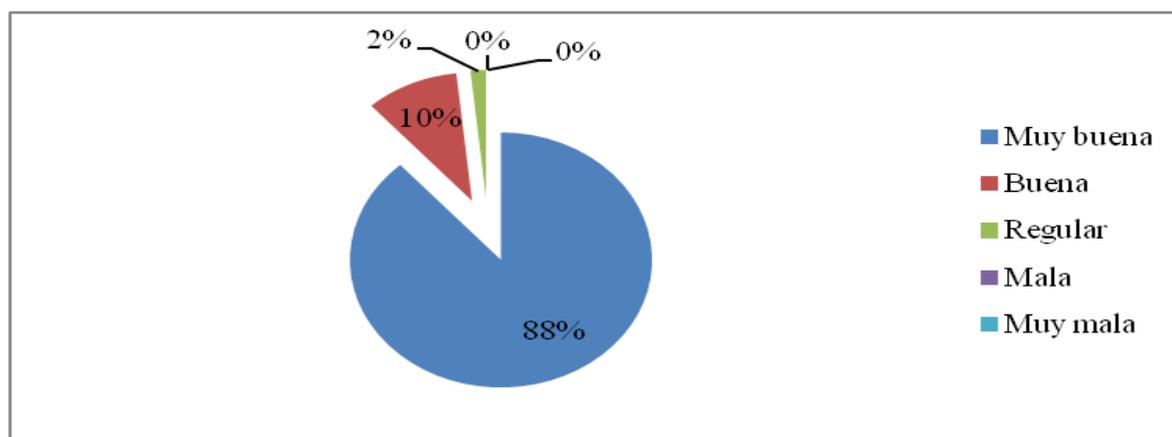
⁵¹ FIT es la sigla de la Feria Internacional de Turismo de América Latina que se realiza anualmente en la Ciudad de Buenos Aires desde 1997. Es organizada por la Asociación Argentina de Agencias de Viajes y Turismo (AAAVYT), la Asociación de Agencias de Viajes y Turismo de Buenos Aires (AVIABUE) y Ferias Argentinas, S.A. Es el evento de turismo más importante de Buenos Aires y, según sus organizadores, es la feria de turismo más importante de Latinoamérica. Este evento reúne a todo el sector turístico y le brinda al visitante la posibilidad de conocer toda la oferta turística. Expositores de más de 30 países presentan propuestas ante los profesionales y el público, tanto destinos nacionales como internacionales, tanto los productos de siempre como las nuevas opciones. Su duración es de 4 días, siendo que 2 de ellos (fin de semana) están destinados a profesionales y público y los otros 2 a profesionales del sector exclusivamente.

confrontación entre la realidad y la imagen que nos crearon. Es en este punto donde comienza a fortalecerse o debilitarse la imagen de la Quebrada, que es una conjunción de los atractivos, servicios, atención por parte de la “comunidad anfitriona”, relación precio/calidad, percepción y empatía que se genere entre el visitante y el destino. Aquí es donde el turista aprecia realmente la región y se forma una opinión personal sobre si la imagen que nos venden los portales de internet, agencias de viajes y la página del Ministerio de Turismo de la Nación y Secretaria de Turismo de Jujuy es real o es una versión inflada; si es cierto que Quebrada de Humahuaca es una región paralizada en el tiempo y si es verdad que todo es calma; aquí quedará evidenciado el cuidado o depredación de sus atractivos, el desarrollo turístico adecuado o no; las eficiencias o deficiencias del mismo. En definitiva si las expectativas fueron superadas por la realidad o viceversa. ¿Qué es lo que efectivamente hacen? Fundamentalmente los turistas ponen especial acento en los atractivos naturales del lugar y en aquellas manifestaciones del pasado precolombino, colonial y del periodo independiente que forman parte de las costumbres y folklore quebradeño.

Lo que más se busca responder es ¿qué es lo que los turistas ven, dónde se alojan y qué actividades realizan en la Quebrada? Los servicios estarán bajo la mira de los turistas, existen muchos artículos sobre viajes y ocio que sugieren qué ver, qué hacer, qué comer, dónde quedarse, muchos son promocionados como los imperdibles de la Quebrada o simplemente como:

¿Qué ver? El Cerro de Siete Colores en Purmamarca; excursión a las Salinas Grandes desde Purmamarca por la Cuesta del Lipán; el Pucará de Tilcara y la Garganta del Diablo; por Huacalera pasa el Trópico de Capricornio; en Uquía, la Quebrada de las Señoritas y la Iglesia de los Ángeles Arcabuceros; en Humahuaca, no hay que obviar los 25 kilómetros hasta las Sierras del Hornocal (Origlia, 2016).

Gráfico 6. Experiencia en la Quebrada de Humahuaca. Resultados de investigación de campo.



Fuente: elaboración propia en base a entrevistas realizadas.

La gran mayoría de los turistas entrevistados (88%) afirmaron que su experiencia en el destino fue muy buena, sólo 6 entrevistados (10%) mencionó que fue buena, debido a algunos detalles que sugirieron para mejorar la experiencia. He aquí algunas razones:

“Quebrada de Humahuaca es un lugar único sobre todo por los paisajes, el clima, la gente es humilde y muy dada; hace trece años que vengo y nunca me canso de este bello lugar porque para mí lo tiene todo” (turista de Buenos Aires, 12/2/2017).

“Quebrada de Humahuaca es un lugar muy bonito, mi experiencia en este lugar es muy placentera, me encantan los paisajes, la comida y sus costumbres” (turista de Francia, 31/1/2017).

“Mi experiencia en la Quebrada es muy buena porque está muy desarrollado el turismo y considero que tiene planificación turística. Acá en Tilcara hay lugares donde dormir, donde comer, los paisajes son lindos, hay transporte público para moverse entre los pueblos con mucha frecuencia; yo vengo viajando desde Catamarca donde para ir a un lugar tenía que esperar durante horas porque sólo pasaban 2 colectivos al día y la comida era cara y no había variedad” (turista mochilera de Buenos Aires, 1/2/2017).

“Nuestra experiencia en Quebrada hasta el momento es muy positiva, lo que más nos gustó es la belleza de sus paisajes y cultura, cada pueblo tiene su particularidad (...) ayer estuvimos en la fiesta de la Virgen de la Candelaria en Maimará y nos encantó” (turistas de La Plata, 3/2/2017).

“Mi experiencia en Quebrada es muy buena porque me gustaron muchos los paisajes, la atención de la gente y la comida en los mercados municipales es riquísima” (turista de Estados Unidos, 5/2/2017).

“Quebrada es un lugar único, donde no alcanza la vista para admirar sus paisajes y sus vinos de altura son de gran calidad” (turista de Italia, 6/2/2017).

“En la Quebrada para conocerla hay que caminar, muchas veces las caminatas nos quitan la respiración pero vale la pena porque... ¡La vista de los paisajes es impresionante!” (turista de Francia, 20/2/2017).

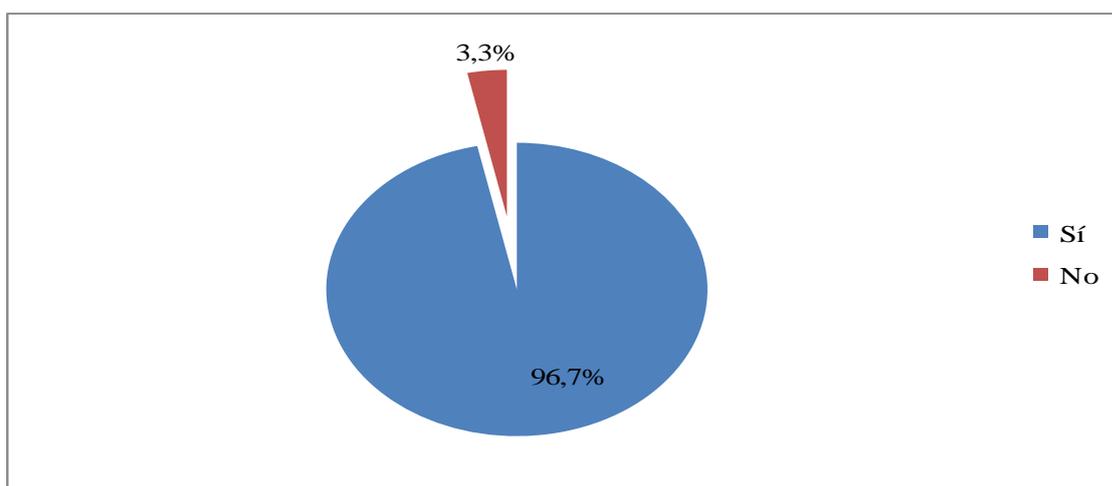
“Quebrada de Humahuaca lo tiene todo (paisaje, lugares y buena gente), es la cuarta vez que vuelvo porque estoy enamorada (...) mi pueblo favorito es Humahuaca, siempre me alojo acá y después de las 4 de la tarde, cuando la mayoría de la gente que la visita se va, el pueblo regresa a la calma y esa serenidad de sus calles es lo mejor” (turista de Santa Cruz, 15/2/2017).

“El turismo en Quebrada es muy accesible, hay buena relación precio/calidad, nos gustó mucho la atención de la gente y el contacto con la naturaleza” (turistas de Buenos Aires, 7/2/2017).

Viaje de vuelta y el recuerdo

Esta será la fase definitiva sobre la formación de imagen positiva o negativa de la Quebrada y tendrá impacto en el boca en boca y la recomendación hacia terceros de visitarla o no.

Gráfico 7. Recomendación sobre visitar Quebrada de Humahuaca. Resultados de investigación de campo.



Fuente: elaboración propia en base a entrevistas realizadas.

Las razones principales de quienes respondieron afirmativamente que “sí” recomendarían visitar el destino (58 entrevistados, representando el 96,7%) mencionaron que lo que más les gustó son:

“Los paisajes, la comida y las costumbres” (turista de Italia, 9/2/2017).

“El trato de la gente y que siempre sonrían, vengo desde la sierra de Bolivia y allá la gente tiene facciones más duras, acá en Tilcara cuando veo a la gente me sonrío” (turista de Francia 20/2/2017).

“Lo que más me gusta es la sencillez del lugar, de sus construcciones y la tranquilidad” (turista de Mendoza, 11/2/2017).

Por otra parte, lo que menos les gustó fue:

“No me gusta que cuando deseo visitar un lugar, tengo que preguntar a la gente local porque no hay carteles ni mapas que indiquen los atractivos” (turista de Uruguay, 3/2/2017).

“Los horarios tardíos de los comercios: abren después de las 10 de la mañana y que los productos no tengan los precios marcados” (turista de Tucumán, 1/2/2017)

“Lo que menos me gustó fue la basura en las calles y que no haya baños públicos” (turista de China, 31/1/2017).

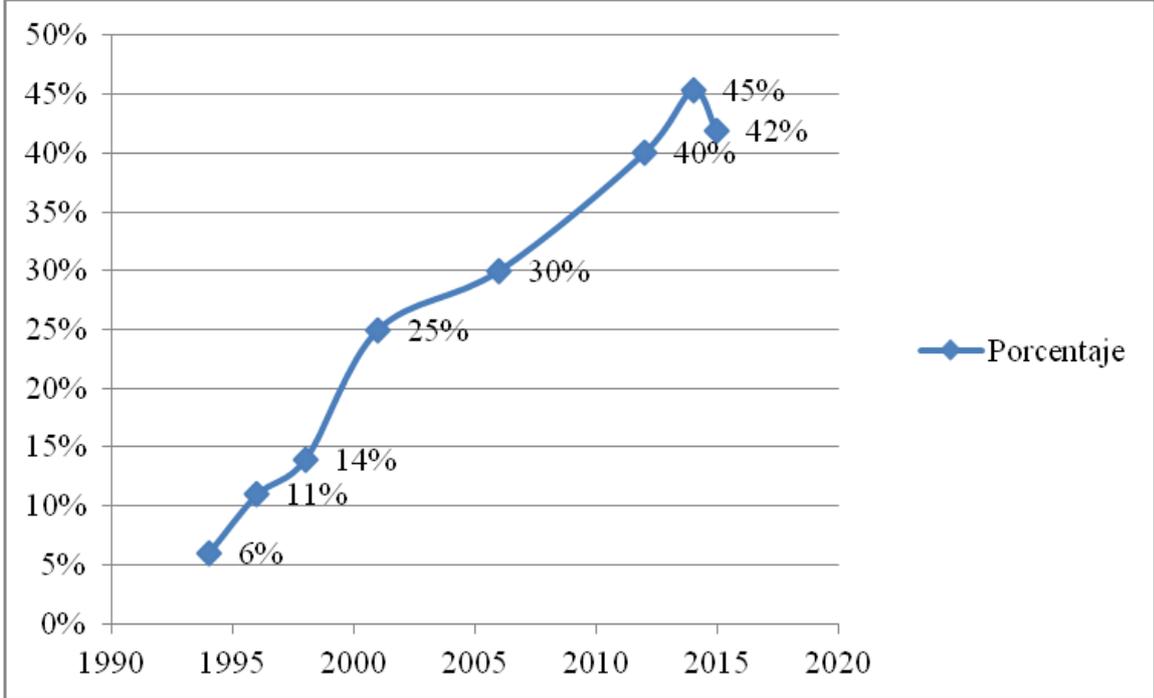
4.2. ALGUNAS CIFRAS SOBRE LOS TURISTAS Y SU EVOLUCIÓN

La llegada de turistas hacia la Quebrada fue constante a lo largo del siglo XX, pero es a partir de 1998 cuando comienza un crecimiento notable que se acelera en 2002. Desde 1994 a 2006 creció más de 15 veces: de 7.175 pasó a 109.057 arribos. En 2006, Purmamarca, Maimará y Tilcara concentraban la mayor cantidad de turistas, el 72%, en comparación con las localidades de Uquía, Huacalera y Humahuaca: 28%. La totalidad de turistas arribados a estas localidades representaban el 6% de los turistas llegados a la provincia en 1994. La cifra fue en aumento ya que subió a 11% en 1996, 14% en 1998, 25% en 2001, manteniéndose constante en el 30% para 2005 y 2006 (Troncoso, 2008, p.109).

En los últimos años la llegada de turistas a la Quebrada se ha mantenido en constante crecimiento hasta 2014: del 40% en 2012, 45,3% para 2014 y del 41,9% en 2015, lo que en comparación con los resultados del año anterior muestra alguna desaceleración siempre dentro de un crecimiento que sigue siendo vertiginoso. De este modo la región de la Quebrada se posiciona como uno de los destinos más buscados por los turistas en la provincia de Jujuy (Jujuy. Observatorio de la Actividad Turística, 2016).

Sobre la situación del arribo de turistas en la provincia, el secretario de Turismo, Juan Martearena, ya mencionado, dijo "en el 2003 teníamos una actividad turística de 250.000 visitantes por año; en 2014 hemos cerrado el año por primera vez en la provincia de Jujuy con cifras que superaron el 1.000.000 de turistas" (Télam, 2015a).

Gráfico 8. Incremento en el porcentaje de arribo de turistas a la Quebrada de Humahuaca en relación al total de arribos de la provincia de Jujuy. Desde 1994 a 2015.



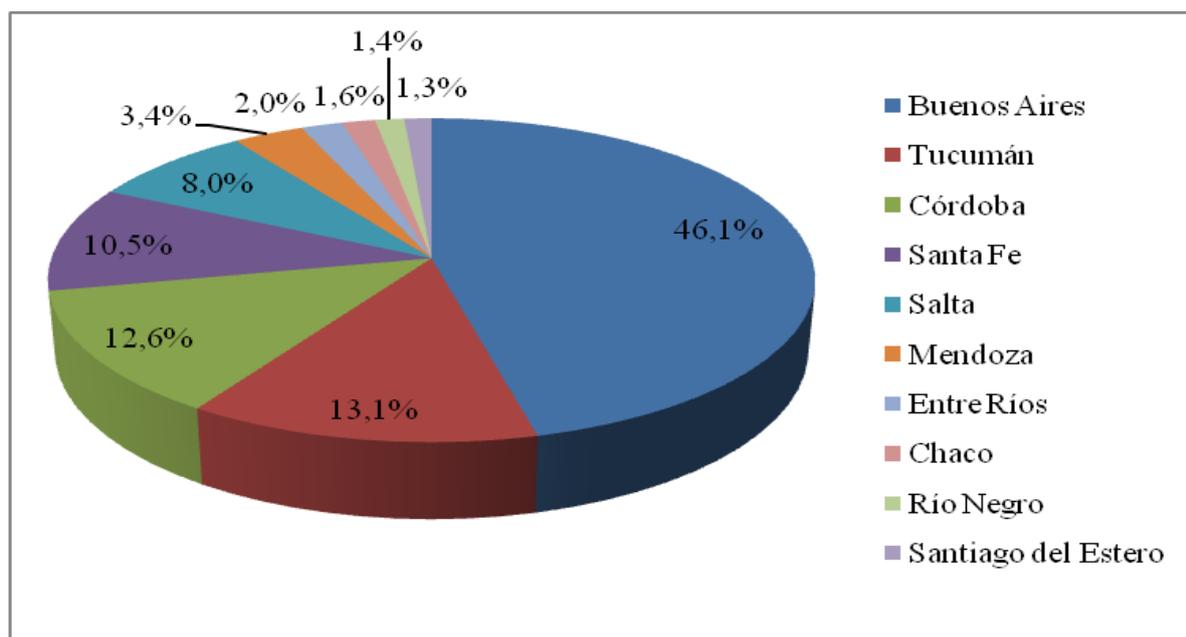
Fuente: elaboración propia.

La llegada de turistas se incrementa en determinados periodos del año, algunos en relación con eventos festivos locales. Especialmente en los meses de enero, febrero y julio, dependiendo de la fecha de celebración del Carnaval, Semana Santa y vacaciones de invierno. Los meses de marzo y agosto también pueden presentar valores importantes en cuanto a arribos durante el año (Troncoso, 2008, p.109). Durante los meses de temporada baja, para contrarrestar la estacionalidad llegan a la Quebrada contingentes de grupos de tercera edad que recorren el NOA durante entre 7 y 10 días y pernoctan en Tilcara o Humahuaca 2 o 3 noches aproximadamente, permitiendo a las economías quebradeñas subsistir durante esta época.

Turistas nacionales

Los turistas nacionales que llegan a Quebrada de Humahuaca provienen en su mayoría de la región metropolitana de Buenos Aires, Córdoba, Mendoza y Santa Fe. También llegan en gran cantidad turistas de la misma región del NOA: Salta, Tucumán y Santiago del Estero. El informe de EVyTH menciona que en 2014 el 75% de los viajeros provenientes del NOA viajó dentro de su misma región. La tendencia marca últimamente que visitantes de Chaco y Misiones han mostrado su preferencia por la Quebrada.

Gráfico 9. Proveniencia de turistas nacionales a la provincia de Jujuy. Año 2015.



Fuente: elaboración propia.

Del gráfico anterior se desprende que Buenos Aires (sumadas la Ciudad de Buenos Aires y la provincia) es el distrito que más peso tiene para el turismo provincial (46,1%) de todos los visitantes registrados durante 2015 (Jujuy. Observatorio de Turismo, 2016).

Una dificultad para determinar más en detalle la proveniencia de turistas, es que hasta 2016 no existen datos estadísticos oficiales publicados por la Secretaría de Turismo de Jujuy y las encuestas aplicadas a viajeros desarrolladas dentro de la Casa de Jujuy en Buenos Aires englobaba dentro de la sección “Buenos Aires” a la Ciudad Autónoma de Buenos y a la provincia de Buenos Aires (funcionario de la Casa de Jujuy en Buenos Aires, comunicación personal, 10/1/2017).

Para Juan Martearena, secretario de Turismo en 2015: “Jujuy ya no es un destino de paso, sino en un destino donde el turista elige pasar sus vacaciones, sus fines de semanas largos, elige pasar junto a su familia y sus amigos disfrutando de esta cultura viva y de estos paisajes maravillosos” (Jujuy al Momento, 2015b).

Turistas extranjeros

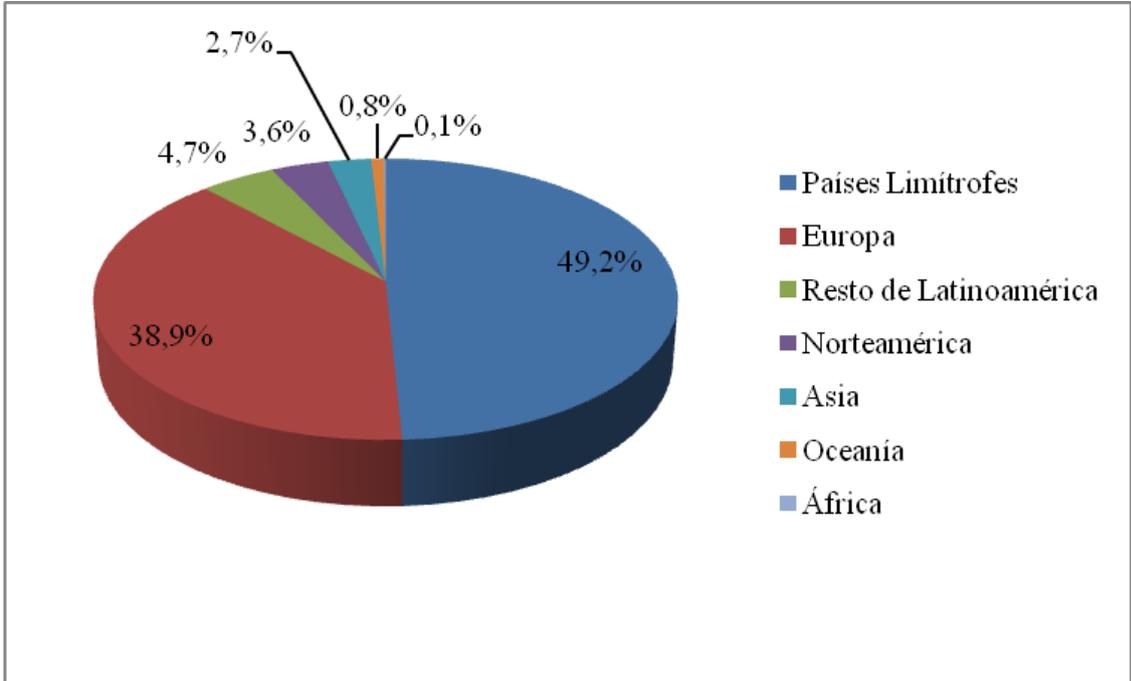
Los turistas extranjeros que visitan la Quebrada provienen en su mayoría de Europa (Francia, Italia, España, Alemania e Inglaterra, principalmente), Estados Unidos y en los últimos años se ha incrementado el arribo de turistas de países limítrofes provenientes de Brasil, Chile, Bolivia, Uruguay y Paraguay. La evolución de los turistas extranjeros ha tenido

cambios importantes ya que en 1994 su peso sobre el total de arribos era del 6% y en 2006 del 21%. Actualmente el porcentaje de éstos es de 25%, aproximadamente.

El mayor porcentaje de extranjeros proviene de Europa, ya que en la década de 2000 representaba un 45% del total. Sin embargo, se observa que los turistas provenientes de Paraguay y Brasil, que llegan a representar el 27% del total de los visitantes extranjeros que arribaron a Jujuy en 2012 ha crecido significativamente (El Tribuno Jujuy, 2013). Los “turistas” paraguayos son centralmente camioneros que buscan autos japoneses usados en la zona franca de Iquique, Chile y pasan por la Quebrada en camino a Paraguay, pero sin dormir y sin comer (C. Schwarz, comunicación personal, 22/3/2017).

Durante 2015 se registraron procedencias de 52 países distintos que visitaron la provincia, 11 más que durante 2014 cuando se registraron procedencias de 41. Se destacaron las de países limítrofes con un 49,2%; seguidas de las procedencias de Europa (38,9%), siendo ambos macro mercados regionales responsables del 88,1% de las visitas de extranjeros a Jujuy (Jujuy. Observatorio de la Actividad Turística, 2016).

Gráfico 10. Proveniencia de turistas extranjeros a la provincia de Jujuy. Año 2015.



Fuente: elaboración propia.

Durante la investigación de campo, en la oficina de información turística de Tilcara una empleada municipal (comunicación personal, 1/2/2017) destaca lo siguiente:

Los turistas extranjeros provienen en su mayoría de Francia, España, Alemania, Uruguay, Brasil y desde hace aproximadamente tres años llegan muchos de China. El idioma no es dificultad porque los turistas se hacen entender a través del español y vienen con preguntas específicas sobre los lugares en los que están interesados visitar. Los turistas extranjeros que viajan a conocer la zona norteña se caracterizan en su mayoría por ser europeos que buscan recorrer, conocer e investigar por sí mismos. “Es gente joven y de auténtico espíritu para descubrir lugares diferentes y alejados de las grandes ciudades. El altiplano invita a recorrer sus pueblos de adobe o sus capillas coloniales”, señaló Ricardo Rozas, ya mencionado (Infobae, 2011).

Según Matías Pemberton gerente del hotel El Manantial del Silencio, en Purmamarca (Infobae, 2011) hay muchos turistas extranjeros que disfrutan del turismo activo. Pero lo que más atrae a los turistas, además de los pueblos originarios y los paisajes, es la calidez de la gente. “Se van fascinados con el hecho de poder compartir esas costumbres y ser parte en celebraciones y ritos”, concluyó Pemberton.

Aún ante la señalada falta de estadísticas confiables, de nuestro trabajo de campo en el verano de 2017 y la consulta a múltiples fuentes orales, surge que en los años más recientes, el turismo nacional estaría creciendo por encima del internacional. El turismo nacional fue muy favorecido por el incremento de feriados largos, promovido por el gobierno nacional. En cambio, el turismo internacional, para toda la Argentina, según las cifras difundidas por las nuevas autoridades del Ministerio de Turismo, habría crecido mucho (al doble) durante el período 2003-2011, muy favorecido por la devaluación de principios de ese período. Sin embargo muestra un estancamiento en los últimos 5 años. El turismo internacional habría dejado de crecer en la Argentina. Esas mismas cifras muestran un fenómeno muy interesante. La locomotora de ese crecimiento muy importante entre 2003 y 2011 fue el turismo desde los países limítrofes, que creció el 42,7%. En cambio, el resto del turismo internacional (aquí está el europeo, tan importante para la Quebrada de Humahuaca) no sólo no creció entre 2008 y 2015 –en realidad decreció un 8,5%- sino que perdió su peso relativo dentro del total del turismo receptivo internacional (Argentina. Ministerio de Turismo de la Nación, 2016b).

Algunas cifras del arribo de turistas

Respecto de 2014, Juan Martearena, afirmó, que en enero fue más que positivo el balance turístico puesto que se recibieron acerca de 80.000 turistas; más los excursionistas, se alcanza los 88.000 arribos en la provincia. En relación a enero de 2013, el funcionario afirmó que ese año Jujuy mostró un crecimiento de un 10%. En cuanto a la procedencia de los

visitantes se puntualizó que un 77% fue de origen nacional particularmente de Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe, Tucumán y Salta. En lo que respecta al turismo extranjero se destacó el importante incremento de los visitantes de Brasil y Chile (Sentí Argentina, 2014a).

Respecto de 2015, alrededor de 35.000 turistas se movilizaron entre el viernes y martes durante el Carnaval hacia la Quebrada de Humahuaca. Desde el punto de vista económico, el gasto promedio diario por persona que permaneció entre cuatro y cinco días en la localidad de Humahuaca fue de \$1.000 (El Tribuno Jujuy, 2015b).

Durante 2015 la provincia de Jujuy recibió 917.256 visitas, las cuales el 80,2% de los visitantes fueron turistas, mientras que el 19,8% restante, fueron excursionistas, es decir que no pernoctaron en la provincia. Estos guarismos representaron una variación negativa del 10,1% respecto de 2014 que registró 1.020.004 de visitas (Jujuy. Observatorio de Turismo, 2016).

En cuanto a 2016, durante las vacaciones de invierno arribaron a la localidad de Humahuaca alrededor de 350 personas diariamente, un 5% más que el año anterior. El gasto promedio diario fue de \$1.200 por día.

La afluencia turística en la Quebrada durante esta época fue de 3.675 personas en alojamientos por día teniendo en cuenta los recambios continuos en igual cantidad de turistas. Es importante diferenciar turistas de excursionistas, ya que estos últimos que van por media jornada utilizan con preferencia los servicios de restaurante (Alpa Tour Consultora, 2016). Entre el 24 y 27 de marzo durante Semana Santa se registró una masiva concurrencia de turistas, con una ocupación de un 90 %, porcentaje que no ha variado significativamente en los últimos años. Como tampoco ha cambiado el origen de los visitantes que en su mayoría proviene de provincias cercanas a la región del NOA (principalmente Salta y Tucumán), Buenos Aires y Córdoba (Alpa Tour Consultora, 2016).

En febrero de 2016 los reportes turísticos arrojaron una ocupación hotelera por arriba del 90% en todo Jujuy, "se han mantenido muy buenas estadísticas a lo largo de los 4 días". "Se va consolidando en Jujuy un perfil de turista del NOA: jujeños, salteños, tucumanos, santiagueños, chilenos y bolivianos, entre otros disfrutaron de las fiestas carnestolendas sobre todo en Quebrada de Humahuaca, que como todos los años es la región preferida por el turismo. El NOA copó el Carnaval en la provincia" (El Tribuno Jujuy, 2016g).

¿Cuál es el perfil de los turistas?

Los motivos principales del viaje son: ocio/esparcimiento y/o vacaciones. Según el Observatorio de la Actividad Turística de Jujuy durante 2015 la mayoría de los visitantes

(84,1%) declaró estar visitando Jujuy por ocio/esparcimiento y/o vacaciones (turismo convencional); otro 6,4% reconoció hacerlo por turismo cultural.

En cuanto al rango etario, en el promedio general anual predominan edades entre los “20 a 50 años”. Esto significaría un menor peso de las familias con niños/adolescentes y también de los adultos mayores, pese a lo consignado más arriba.

En enero y febrero predominan las parejas de amigos/as, parejas propiamente dichas o dos familiares (34% del total), siendo sus edades más frecuentes entre 15 y 35 años. Se percibe cierta tendencia al crecimiento lento pero sostenido de mochileros adultos jóvenes.

“El tema de los mochileros es dual porque durante el año (temporada baja, sobre todo) son los que más vienen a la Quebrada y si no fuera por ellos y los contingentes, esto estaría muerto, no son el tipo de turista que más gasta pero vienen bastante. Nosotros como hostel vivimos de los jóvenes mochileros porque las familias que vienen por lo regular son demasiado exigentes y no pagan bien (...). Sin embargo, mucha de la gente del pueblo se queja porque el turismo que viene para Carnaval es invasivo, hacen desmanes, todo está lleno de botellas; se emborrachan y lamentablemente la droga también está presente; por lo regular la mayoría son mochileros que salen toda la noche y de día duermen así que no consumen ninguna excursión ni gastan demasiado” (dueña de hostel de Tilcara, comunicación personal 1/2/2017).

El resto del año predomina el turismo en familia, en grupos familiares de 4 personas (45% del total), especialmente en el periodo vacacional de invierno. Sin embargo, en los últimos años durante mayo, septiembre, octubre y noviembre, meses considerados de temporada baja, arriban cada vez más contingentes de la tercera edad que visitan la región pernoctando de dos a tres noches en las localidades quebradeñas.

El análisis de la demanda, según Alpa Tour Consultora (2016), confirma que durante enero y febrero el 92% de los viajeros organiza su viaje en forma independiente y sólo un 4% con agencias de viajes; el resto (4%) son excursionistas. El viaje a la zona es en coche particular en un 43%, 17% en autobuses de línea; el resto (40%) lo hace a través de ómnibus, combis o transfers. Durante el resto del año, las cifras entre los turistas que contratan paquetes turísticos y los que deciden viajar de forma independiente son un poco más equilibradas, siendo el turismo de tercera edad el que más utiliza los paquetes de agencias.

¿Hay nuevas tendencias en la demanda?

El Movimiento Slow

Una nueva revolución recorre el mundo: es la revolución del caracol o movimiento slow (lento). Este movimiento propone reencontrar el equilibrio perdido en nuestras vidas cada vez más estresadas y desbordadas por múltiples actividades y obligaciones que nos hacen perder de vista el verdadero orden de prioridades. Y esto no se limita sólo a la comida; hay muchas ciudades en el mundo que se definen hoy como “slow”, cuyos habitantes tienen un objetivo común: provocar una transformación que promueva un cambio social, económico y ambiental que permita mejorar la calidad de vida.

Quebrada de Humahuaca no es indiferente a este movimiento global y es cada vez más común que hostales, hoteles, restaurantes y servicios de la oferta escuchen a la demanda y adopten este movimiento; que para los habitantes de la Quebrada no es un *trending topic*, sino un estilo de vida ancestral direccionado a los principios de la cosmovisión andina, pero en el último tiempo se lo ha renombrado bajo el lema de “slow” para los turistas. Sin embargo, la importancia de esto es promover, reflexionar y reafirmar este estilo de vida haciendo uso responsable de las energías renovables a través del uso de cocinas solares andinas para preparar sus propios alimentos, sin prisa y saboreando cada minuto de esta experiencia. Compartiendo a los visitantes la sabiduría de la temporalidad andina, cuidando el medio ambiente y conociendo iniciativas innovadoras para un desarrollo local sostenible.

El turismo comunitario

Cuando la idea es conocer un destino lo más profundamente posible y entrar en contacto con una cultura o un pueblo, el turismo puede brindar algunas herramientas interesantes. Siempre será una mirada breve y parcial. Se trata de una experiencia de base comunitaria, que desde hace unos pocos años se le ofrece al viajero como una interesante alternativa para conocer en carne propia la cultura en lugares de la región.

Ocumazo y Hornaditas, caseríos del departamento de Humahuaca, y las localidades de Tumbaya y Tilcara, son algunos de los sitios donde los habitantes locales explican al visitante la profundidad del acervo cultural arraigado en la pacha mama y expresado en ritos y tradiciones cotidianos. La gastronomía de la zona es uno de los principales atractivos culturales en donde el visitante aprende y participa en la elaboración de comidas, como tamales realizados con harina de maíz obtenida tras métodos ancestrales, con la kutana⁵² e

⁵² Kutana: piedras para moler productos.

ingredientes como el charqui. Esta modalidad turística, considerada solidaria e intercultural, es consensuada por los miembros de cada comunidad, en la cual se promueve el manejo adecuado de los recursos naturales y la valoración del patrimonio cultural (Ámbito, 2016). Prestando atención a esta nueva tendencia, durante la investigación de campo se pudo indagar un poco más sobre el tema. En la oficina de información turística de Humahuaca ratifican lo mencionado en el párrafo anterior, ya que desde Humahuaca se coordinan las comisiones o pequeñas cooperativas entre las localidades de Ocumazo y Hornaditas donde se realiza turismo comunitario; en estos poblados viven alrededor de 25 familias y responden a la Dirección de Turismo de Humahuaca, pero no tienen mucha comunicación porque no cuentan con línea telefónica fija ni internet. La comunicación es través de telefonía celular cuando hay señal o si los voluntarios y guías van a Humahuaca; no se llevan reportes ni estadísticas (empleada municipal de Humahuaca, comunicación personal 16/2/2017).

El turismo comunitario que desarrollamos en Cueva del Inca es una opción que nos planteamos como “comunidad” porque el turismo llegó para quedarse queramos o no, y el cerrar las puertas al turismo y a los gringos⁵³ iba a ser un poco difícil, nos tuvimos que adaptar nosotros, por lo que nos planteamos que no estamos como hace quinientos o miles de años atrás, lamentablemente debemos adaptarnos al presente y... ¿el presente qué es no? El celular, los autos, la informática y los negocios son cosas que llegaron para quedarse y nosotros debemos pensar ¿dónde estamos parados? y desde ahí pensar, que necesitamos la parte material, porque si no la trabajamos nosotros, no buscamos la materia, vamos a desaparecer. Dentro de nuestra organización participan los miembros que quieren, somos 100 familias y no todas pueden vivir del turismo, hay familias que cultivan sus tierras, otras viven de la artesanías, son profesionales, empleados municipales que directa o indirectamente tienen relación con el turismo, otros hicieron sus cabañas, yo y varios muchachos somos guías de turismo, entonces se involucran los que quieren y pueden; no tenemos cooperativas, todavía falta planeación pero tenemos turismo comunitario (chamán y guía turístico de la comunidad Cueva del Inca, comunicación personal 7/2/2017).

Vlogs de viaje / Redes sociales

Cada vez más la tecnología está incorporada en la cotidianidad de nuestra vida y no es una excepción que los turistas demanden información oportuna, veraz y de calidad en cuanto a los destinos y a las experiencias buenas o malas que se pueden vivir allí. Las redes sociales

⁵³ Los gringos son los extranjeros, inmigrantes principalmente gente de tez clara.

más populares son los canales de vlogs⁵⁴ de viaje en Youtube, Stories en Instagram, videos cortos en Snapchat y lo último son las transmisiones en vivo de Facebook. Esta es una nueva tendencia que los turistas utilizan a la hora de elegir un destino, ya que las primeras impresiones las tienen a través de los buscadores; cotizan y abonan el 70% de las operaciones relacionadas con la planificación de sus viajes a través de internet; las páginas más populares son Booking, Tripadvisor, Airbnb, Couchsurfing y Trivago. Como ya se mencionó en el segundo capítulo, la Quebrada se está preparando para ser más competitiva a nivel tecnológico a través de la implementación de fibra óptica y redes 4G.

⁵⁴ Vlog es la abreviatura de la palabra “video blog”; un blog es un sitio web en el que se recopilan textos, artículos y fotos

Capítulo 5. LA ORGANIZACIÓN DEL TURISMO EN LA QUEBRADA Y SUS PRINCIPALES ACTORES

El objetivo de este capítulo es responder a dos preguntas específicas: ¿cómo está organizado el turismo en la Quebrada de Humahuaca?, ¿quiénes son los actores del sistema?

Para comprender la organización de la actividad turística en esta región es necesario estar atento a lo siguiente:

- La planta turística, que está compuesta por los servicios de alojamiento, de gastronomía y de las agencias de viaje.
- Los circuitos turísticos existentes y la competitividad.
- La institucionalidad y la sinergia entre el sector privado y el público
- Un nuevo actor: la universidad
- La comunidad “anfitriona”.

5.1. LOS SERVICIOS TURÍSTICOS BÁSICOS

Los servicios de alojamiento

En todo Jujuy, en el período 2010-2015 se sumaron 105 nuevos establecimientos, un crecimiento muy importante del 43% y un crecimiento medio anual del 7,4%. En 2015 había 356 establecimientos en todo Jujuy y ese fue el único año donde el ritmo de crecimiento disminuyó, pese a lo cual se sumaron siete nuevos establecimientos, cuatro de ellos localizados en la Quebrada de Humahuaca.

El peso de nuestra región en el total de la oferta de alojamiento de Jujuy es importante, ya que representa el 58% del total provincial, con 203 establecimientos.

Cuadro 24. Tipos de alojamiento en Quebrada de Humahuaca. Año 2015.

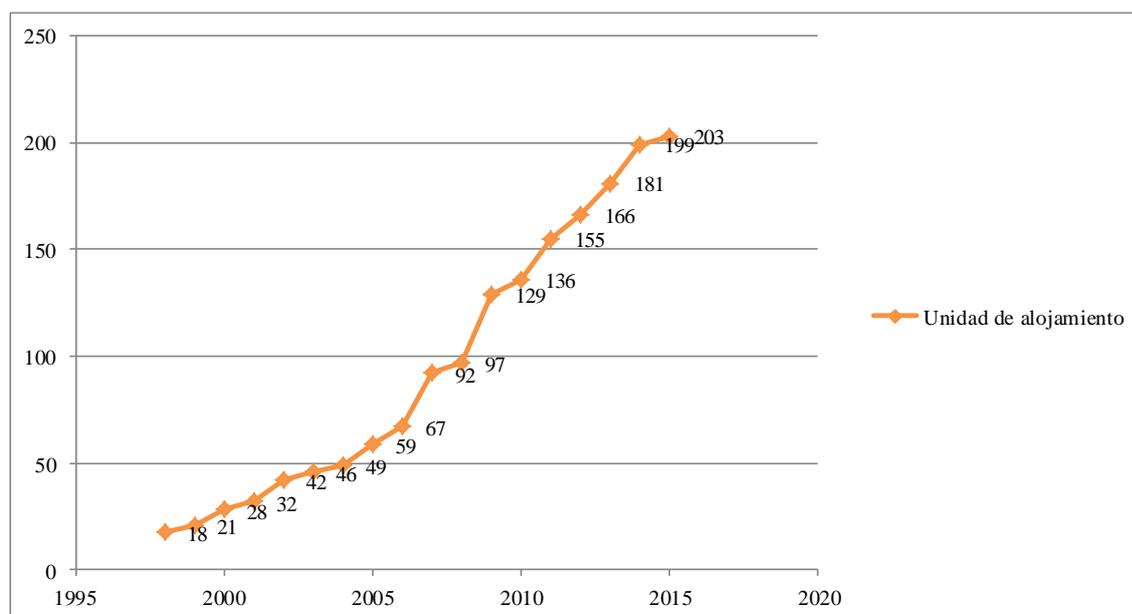
Tipo de establecimiento	Cantidad
Hoteles	13
Hosterías	119
Apart	1
Cabañas	19
Residencias	34
Bed and Breakfast	4

Hostel s/c	6
Campings	7
Total	203

Fuente: elaboración propia en base a Anuario Estadístico 2015 del Observatorio de la Actividad Turística de Jujuy.

En cuanto al tipo de alojamiento hay un claro predominio de las hosterías⁵⁵, que son 119, es decir 59% del total. Le siguen las residencias⁵⁶ con un 17% y en tercer lugar están las cabañas con un 9%. Esto sugiere las preferencias de los turistas interesados cada vez más en vivir experiencias naturales sin perder comodidad y descanso.

Gráfico 11. Evolución de alojamiento en la Quebrada de Humahuaca. Años 1998 a 2015.



Fuente: elaboración propia en base a Anuario Estadístico 2015 del Observatorio de la Actividad Turística de Jujuy.

⁵⁵ Hosterías: aquellos establecimientos con capacidad mínima de ocho (8) plazas en cuatro (4) habitaciones y máxima de treinta y seis (36), en los cuales se preste al turista servicio de alojamiento, sin perjuicio de los demás que para cada categoría se indique; reunirán además características de diseño arquitectónicas adecuadas al medio natural. Según reglamentación hotelera ley n° 3804/81 y decreto n° 777 – h.

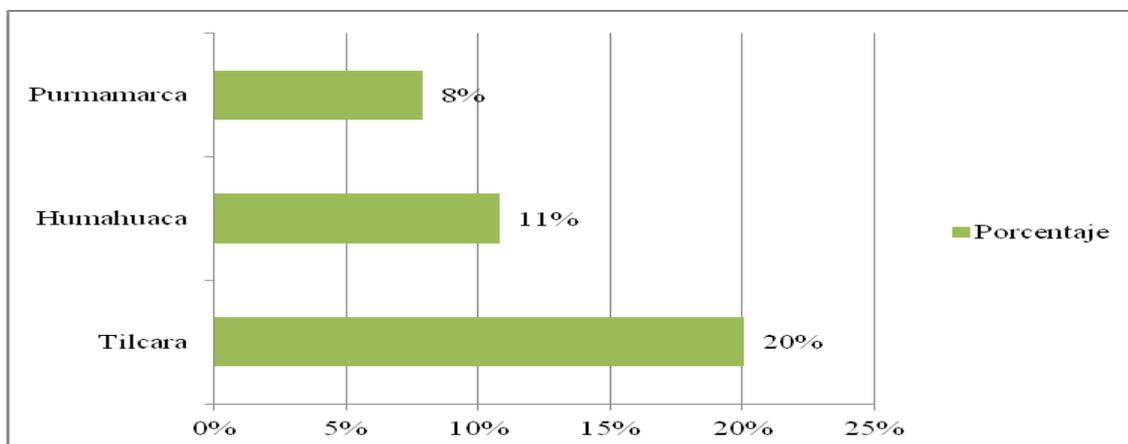
⁵⁶ Residencias: aquellos alojamientos turísticos con un mínimo de ocho (8) habitaciones, un local de uso común y que por sus condiciones ambientales, instalaciones y servicios, no se encuadren dentro de las denominaciones de: hotel, hostería o motel. Según reglamentación hotelera ley n° 3804/81 y decreto n° 777 – h.

El crecimiento en cuanto a la cantidad de establecimientos de alojamiento ha sido espectacular y una respuesta a la designación como Patrimonio de la Humanidad por parte de la UNESCO. En 1998, antes del boom turístico, había sólo 18 establecimientos y hacia 2005 ya se habían triplicado (59). En la década siguiente (2005-2015) volvieron a triplicarse hasta los 203 actuales. Este crecimiento ha generado beneficios cuantitativos y cualitativos, ofreciendo mayor diversidad en la oferta a los turistas; pero por otra parte el impacto en el territorio, medio ambiente y hacia la comunidad anfitriona ha sido negativo; ya que las redes cloacales, saneamiento, comunicación y eléctricas no estaban preparadas para tal incremento desmedido. Esto aunado a la debilidad en las políticas del sector público generó serios conflictos territoriales y de convivencia entre los inversores y los residentes, algunos de tal envergadura que hasta la fecha siguen sin solución.

Hasta aquí en cuanto a los establecimientos. Otra unidad de referencia importante son las plazas de alojamiento. En todo Jujuy hay 10.180 (2015). La evolución en la cantidad de plazas está bien ilustrada por el entonces secretario de Turismo de Jujuy Juan Martearena cuando afirmaba que las 2.700 plazas en hotelería con que contaba Jujuy en 2003 se elevaron a 10.180 en 2015, en un crecimiento que se centró particularmente en Tilcara, Purmamarca, Humahuaca y San Salvador (Télam, 2015a).

El peso de la Quebrada en el total de plazas de todo Jujuy es del 39%, porcentaje muy importante pero menor al peso en el total de establecimientos, lo cual está hablando de su menor capacidad promedio. De ese 39%, Tilcara aporta el 20% de las plazas, Humahuaca el 11% y Purmamarca el 8%.

Gráfico 12. Proporción de plazas de principales localidades turísticas de la región Quebrada de Humahuaca sobre total provincial. Año 2015.



Fuente: elaboración propia en base a Anuario Estadístico 2015 del Observatorio de la Actividad Turística de Jujuy.

Esas tres localidades principales (Tilcara, Humahuaca y Purmamarca) concentran el 89% de los establecimientos y el 91% de las plazas de nuestra región.

En el siguiente cuadro puede observarse el peso del resto de las localidades, encabezadas por Maimará.

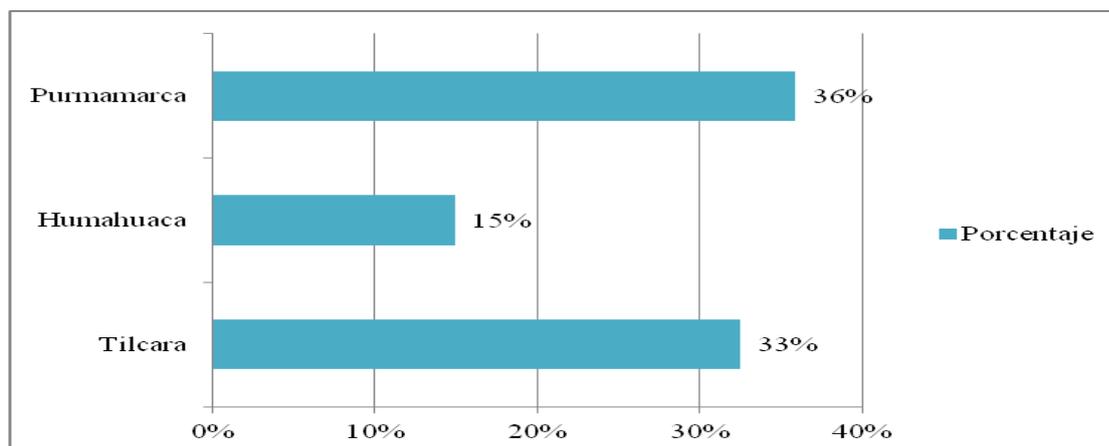
Cuadro 25. Cantidad de alojamiento y plazas según localidad. Año 2015.

Localidad	Establecimientos	Plazas
Tilcara	92	2.034
Humahuaca	47	1.085
Purmamarca	42	807
Maimará	10	155
Huacalera	5	101
Uquía	3	56
Volcán	2	33
Santa Ana	1	8
Tumbaya	1	20
Total	203	4.299

Fuente: elaboración propia en base a Anuario Estadístico 2015 del Observatorio de la Actividad Turística de Jujuy.

Para completar el panorama de la oferta de alojamiento y vincularlo con los comentarios acerca de la demanda del capítulo cuatro, debe señalarse su baja ocupación anual (28%), aunque con picos del 36% y 33% en Purmamarca y Tilcara respectivamente. Esto sugiere un crecimiento significativo de la oferta de alojamiento pero con dificultades para su plena utilización, seguramente explicado por una marcada estacionalidad.

Gráfico 13. Tasa de ocupación por plazas según localidades turísticas de la Quebrada. Año 2015.



Fuente: elaboración propia en base a Anuario Estadístico 2015 del Observatorio de la Actividad Turística de Jujuy.

Acercas de la calidad en materia de alojamiento, se han identificado los 10 establecimientos más recomendados por el buscador Booking (2017), para cada una de las tres localidades de mayor oferta.

En Tilcara son: Las Terrazas Hotel Boutique, Viento Norte, Al Sereno Hotel y Spa, La Posada del Río, Las Marías Hotel Boutique, Posada Con Los Ángeles, Pueblo Indio, Patio Alto, Hostal Antigua Tilcara y Villa del Cielo.

De la página de cada uno de los recomendados surge que 7 son de 3 estrellas, dos de los cuales se autodenominan hotel boutique. Hay 3 no clasificados, uno se autodenomina posada, otro es un bed and breakfast y el tercero una cabaña. Uno de los clasificados con 3 estrellas se identifica como posada y otro como hostal/alojamiento rural.

En Humahuaca la situación es muy distinta. De los 10 más recomendados, uno solo está clasificado con 4 estrellas pero no está en Humahuaca sino en Huacalera, a 26 kilómetros. De los otros 9 no clasificados puede decirse lo siguiente: 3 son hostales de 8 habitaciones (Hostal Azul, Hostal La Soñada y El Hornocal); uno es un bed and breakfast de 4 habitaciones (Casa del Tantanakuy); 2 son albergues, de 11 (El Sol Hostal de Humahuaca) y 8 habitaciones (Giramundo Hostel)

Los otros tres más recomendados están fuera de Humahuaca: La Hostería El Valle Sagrado, de 4 habitaciones a 14 kilómetros de Humahuaca; La Posada Campo Morado, un bed and breakfast de 6 habitaciones en Huacalera; y Cerro Chico lo del Francés es el décimo recomendado para alojarse en Humahuaca, pero en Tilcara a 40 kilómetros de Humahuaca, un hotel de 7 habitaciones.

En Purmamarca sobresalen: Colores de Purmamarca, Mirador del Virrey, Marquez de Tojo, El Manantial del Silencio, Killari Hotel, Terrazas de la Posta, Casa de Piedra, La Comarca, La Casa del Abuelo y Hostal Posta de Purmamarca.

De estos 10, 2 son 4 estrellas (la máxima categoría en Quebrada de Humahuaca) y 4 son 3 estrellas. Incluso hay uno de los más recomendados que es de 1 estrella. Uno de los 2 de 4 estrellas se autodenomina hotel boutique. De los 4 de 3 estrellas, uno se denomina hostel y otro son cabañas. 3 de los 10 no están clasificados, en uno se trata de “casas”, en otro de “hotel con casitas” y el tercero se autodenomina hotel boutique.

Los servicios gastronómicos

La gastronomía quebradeña es un elemento clave para diversificar la oferta turística y estimular el desarrollo económico local y regional y de a poco se van adoptando valores de sostenibilidad basados en el territorio, el paisaje, los productos locales y la autenticidad; todos ellos en consonancia con las actuales tendencias del consumo cultural (Hosteltur, 2012).

La oferta gastronómica se puede clasificar de la siguiente manera: restaurantes, casas de comidas, casas de té, bares, peñas folclóricas, entre otras, pero los sabores de la Quebrada pueden resumirse en los puestos de sus mercados municipales y a la calle, vendedores ambulantes y ferias en las plazas en donde se ofrecen desde hierbas medicinales hasta platos elaborados. Existen opciones para todo tipo de paladares y presupuestos, ya que en los últimos años los restaurantes de diseño o gourmet son tendencia fusionando sabores locales con técnicas de cocina internacional.

Sin embargo, aunque el crecimiento de este sector en la oferta quebradeña es significativo -en Tilcara hay 46 restaurantes, en Purmamarca 27 y en Humahuaca 20 (Tripadvisor, 2017)- hasta el momento no hay esfuerzos conjuntos para nuclearse e incrementar el servicio persiguiendo objetivos comunes acorde al rubro gastronómico.

Según el portal Tripadvisor los cinco mejores restaurantes son:

- Tilcara: El Nuevo Progreso 1917, Arumi, La Picadita, La Peña de Carlitos y El Patio.
- Purmamarca: La Posta, El Churqui de Altura, Comidas Gabriel, Hotel La Comarca y Pedro Pan Purmamarca.
- Humahuaca: Pacha Manka, Los Patios de Lucia, Aisito Resto Bar, La Peña de Fortunato y Mikunayoc.

Desde 2014 la Secretaria de Turismo de Jujuy creó el Registro Único Provincial de Establecimientos Gastronómicos Turísticos, a fin de cuidar y comprobar que se proceda

garantizando la excelencia en la prestación de los diferentes servicios, pero en 2016 sólo 17 establecimientos se registraron en toda la provincia; los propietarios no se registran porque muchas veces asocian fiscalización como sinónimo de inspección, de vigilancia o control. Si bien esta iniciativa es muy positiva haría falta por parte del sector público fomentarla y fortalecer los lazos con el sector gastronómico generando una base de datos actualizada y promoviendo la comunicación continua (Gobierno de Jujuy, 2017a).

En 2016, de los 17 establecimientos registrados en toda la provincia, 7 se encuentran localizados en Quebrada:

Tilcara

1. Arumi Sabores: pastas caseras y comida regional gourmet
2. Killa: restobar
3. La Peña de Chuspita: cazuela de llama y cordero
4. Los Puestos: parrilla restaurante, empanadas al horno de barro, parrilla, cazuela de cordero.
5. Nazareno: restobar
6. Qomer: pizzas y comida regional

Purmamarca

1. Tu Masi: comida regional y minutas

No puede omitirse que de los 15 mejores restaurantes de la Quebrada según Tripadvisor anteriormente mencionados, sólo Arumi (Tilcara) se encuentra registrado. La Secretaría de Turismo de Jujuy ofrece al incorporarse al Registro Único Provincial de Establecimientos Gastronómicos que las empresas potenciarán su promoción y difusión puesto que serán parte del material gráfico institucional, como folletería en general, página web oficial entre otros, obteniendo además el beneficio de participar en las distintas instancias de formación y capacitación tanto provinciales como nacionales (Gobierno de Jujuy, 2017a).

A pesar de estos beneficios, el número total de locales gastronómicos sin contar el servicio informal que hay en nuestra región quintuplica el número de los establecimientos registrados oficialmente; por tal motivo debería incrementarse el incentivo para que los propietarios se registren y creen asociaciones para poner en valor este sector de la oferta.

“Muchos hoteles y restaurantes no se registran ante la Secretaría de Turismo porque a los que estamos legalizados nos exigen de todo; muchas veces nos cae la AFIP y rentas, blanquear a un empleado lleva muchas cargas sociales y hay una persecución por las

autoridades porque eso registrarse es un arma de doble filo y muchos prefieren ser fantasmas” (responsable de hotel y restaurante en Tilcara, 31/1/2017),

“Tener un restaurante en la Quebrada con todos los papeles en regla es mucho esfuerzo porque las cargas sociales son bastante altas, todos nuestros empleados están en blanco y el restaurante cumple las exigencias del turista internacional, otros lugares ofrecen precios mucho más bajos porque de los 5 mozos que tienen, sólo tienen en blanco a 2 o es económico pero estéticamente es feo; nosotros ofrecemos un lugar único, con calidad en alimentos y servicios; y somos el único restaurante con un patio interior, detrás de nuestros precios están las cargas sociales y los impuestos inmobiliarios que son muy altos” (dueña de restaurante cocina de autor de Humahuaca, 17/2/2017).

Bebidas de Altura

Desde hace algunos años en la Quebrada se viene desarrollando la actividad vitivinícola; en ella se producen vinos de alta gama, en donde los nutrientes de ese suelo se mezclan con un clima extremo para obtener uvas de alta calidad. Se denominan vinos de extrema altura, ya que los viñedos están ubicados en una altitud y condiciones límites de vinificación, en este caso, a 2.670 metros de altura, con meses de más de 25°C de amplitud térmica, con viento casi permanente en muchos meses del año, convirtiéndolo en uno de los viñedos más altos del mundo (El Diario de Turismo, 2014). Los vinos de Dupont consiguieron una calificación muy alta; ya que cuentan con la asesoría del experto norteamericano Robert Parker; debido a esto, Dupont vende una parte importante de su producción a Estados Unidos. Por otra parte, Tukma procesa las uvas en Finca Las Nubes, Cafayate, (C. Schwarz, comunicación personal, 22/3/2017).

En la región se encuentran 3 bodegas:

- Bodega Dupont, Maimará.
- Viñas del Perchel, en Villa del Perchel.
- Bodega Tukma, Huacalera.

Asimismo, dentro de la localidad de Maimará se encuentra la microcervecería *Cerveza Aymara*, producida en pequeñas cantidades 100% natural; la malta proviene de la zona, el agua utilizada es de vertientes naturales (Microcervecería Aymara, 2016).

El presidente de la Cámara de Turismo de Jujuy, Ignacio Güizzo, destacó que se asumió una nueva política de acciones desde esa entidad, con la participación de nuevos empresarios y

emprendedores, que integra al sector de la gastronomía "con el objetivo de darle un valor agregado a la comida regional" (El Jujeño, 2016).

La gastronomía es un segmento especialmente importante para las comunidades rurales de la Quebrada, ya que presenta una gran ventaja competitiva a la hora de servir platos tradicionales, dada su proximidad a las tierras productoras de alimentos. De este modo tienen la oportunidad de generar ingresos y puestos de trabajo, además de contribuir al mantenimiento de otros sectores de la economía local como la agricultura (Hosteltur, 2012). Como ya se mencionó en el capítulo cuatro "la cocina quebradeña tiene sabores ancestrales; también en materia de gastronomía es un refugio de tradiciones". En sus hornos de barro se cocinan locros, picantes, tamales y humitas. En general, en la cocina quebradeña sobresalen los sabores picantes, el maíz como base, pimientos, papa andina, la carne de llama y el charqui. En todas las localidades se elaboran panes y dulces caseros, quesos y quesillos (especialmente de cabra) producidos con técnicas artesanales, chivitos, corderos asados y por supuesto empanadas (las más clásicas son de papa y cebolla).

El maíz, insumo ancestral del periodo incaico y primer cultivo de la región, es el elemento base de la mayoría de los platos de la cocina quebradeña. En cuanto a las carnes sobresale la de llama, ya que con ella se elaboran un sinnúmero de platos y fiambres.

Dentro de los postres se destacan las empanadillas de cayote, la miel de caña, el arrope de tuna, los gaznates⁵⁷, las nueces confitadas y los alfajores de quínoa.

Comida callejera o fast food local

El boom turístico que se ha producido en la región ha impulsado que el rubro gastronómico crezca, se diversifique y ofrezca opciones para todos los bolsillos; y la comida rápida es una buena opción ya que permite dar a conocer los sabores de la quebrada a un buen precio.

En los últimos años la tortilla casera gana terreno en las tardes/noches quebradeñas. En las calles de tierra que llevan a la plaza central los puestos de venta de tortillas empiezan a repetirse. Harina, sal y grasa. Esos son los ingredientes de la masa que llega en bollos dentro de canastos que se acomodan al lado de las parrillas para ir alimentando las brasas. En segundos, Nelson estira y coloca sobre el fuego. Finita y bien crujiente, la entrega lista para acompañar el mate. Lleva veinte años repitiendo la receta. Desde hace un tiempo a la versión

⁵⁷ Los gaznates son pastelitos fritos tradicionales del NOA envueltos sobre sí mismos, llevan un relleno de dulce de leche.

original se le incorporó relleno de queso y jamón o de dulces. "Para los turistas", comenta como al pasar. Valen entre 20 y 25 pesos y los puesteros las despachan entre los visitantes. Los jujeños las acompañan con Api (harina de maíz morado hervida con canela y clavo de olor). Un shock de energía (Origlia, 2016).

Las agencias de viajes

Jujuy registra un total de 57 agencias de viaje y turismo en 2015, distribuidas en nueve localidades: San Salvador, Tilcara, El Carmen, Humahuaca, San Pedro, Purmamarca, La Quiaca, Perico y Palpalá; el 70% se encuentran ubicadas en la capital San Salvador. Por su parte, la región de Quebrada representa el 15,7% del total de agencias a nivel provincial, con 9 establecimientos distribuidos de la siguiente manera:

Purmamarca

1. Coquena Travel
2. Empresa de Viajes San Ignacio, Transporte y Alojamiento

Humahuaca

1. Ser Andino
2. Danoa Turismo

Tilcara

1. Altitud Norte
2. Diungo
3. Runa Tour
4. Tilcara Tours
5. Uma Travel.

Cuadro 26. Evolución anual de la cantidad de agencias de viaje en Quebrada de Humahuaca. Años 2006 a 2015.

Año	Agencias
2006	1
2007	1
2008	1
2009	2
2010	3
2011	6

2012	5
2013	6
2014	8
2015	9

Fuente: elaboración propia en base a Anuario Estadístico 2015 del Observatorio de la Actividad Turística de Jujuy.

Paseos y/o excursiones ofrecidos por las agencias de viajes locales

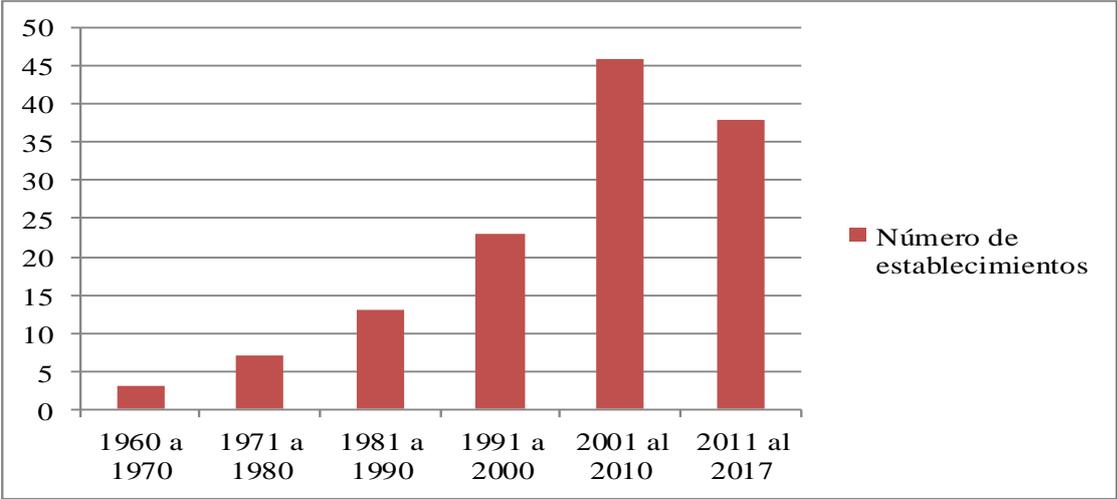
- Quebrada de Humahuaca: Cerro de Siete Colores, los Colorados, Monumento a la Independencia, reloj articulado de San Francisco Solano, iglesia de la Candelaria y Ángeles Arcabuceros, Monolito Trópico de Capricornio, Pucará de Tilcara y Paleta del Pintor. Duración: 9 hs \$580 (valor a febrero de 2017).
- Humahuaca con Serranías del Hornocal: Monumento a los Héroes de la Independencia, reloj articulado de San Francisco Solano, Serranías del Hornocal, iglesia de la Candelaria y Ángeles Arcabuceros, Monolito Trópico de Capricornio. Duración: 9 hs \$690 (valor a febrero de 2017).
- Salinas Grandes: Cuesta de Lipán, Salinas Grandes, Cerro de Siete Colores, los Colorados, Pucará de Tilcara y Paleta del Pintor. Duración: 8.30 hs \$590 (valor a febrero de 2017).
- Iruya con Humahuaca: Iturbe y su antigua estación FFCC, Abra del Cóndor, Monumento a los Héroes de la Independencia, Monolito del Trópico de Capricornio. Duración: 10 hs \$890.
- La Quiaca y Yavi: La Quiaca, Yavi, Casa del Marqués, iglesia de Yavi, Villazón (Bolivia). Duración: 10.30 hs \$790.
- Valles y Diques: dique Los Alisos, La Ciénaga y Las Maderas. Duración: 7 hs \$690.

Fuente: Agencia de viajes Tilcara Tours, comunicación personal 22/2/2017.

Resultados de investigación de campo

Como se describe en la metodología, la obtención de fuentes primarias de información se realizó a través de cuestionarios, entrevistas y observación directa; a continuación se describirá una parte de los resultados obtenidos en el análisis de la oferta de los servicios turísticos de la Quebrada de Humahuaca.

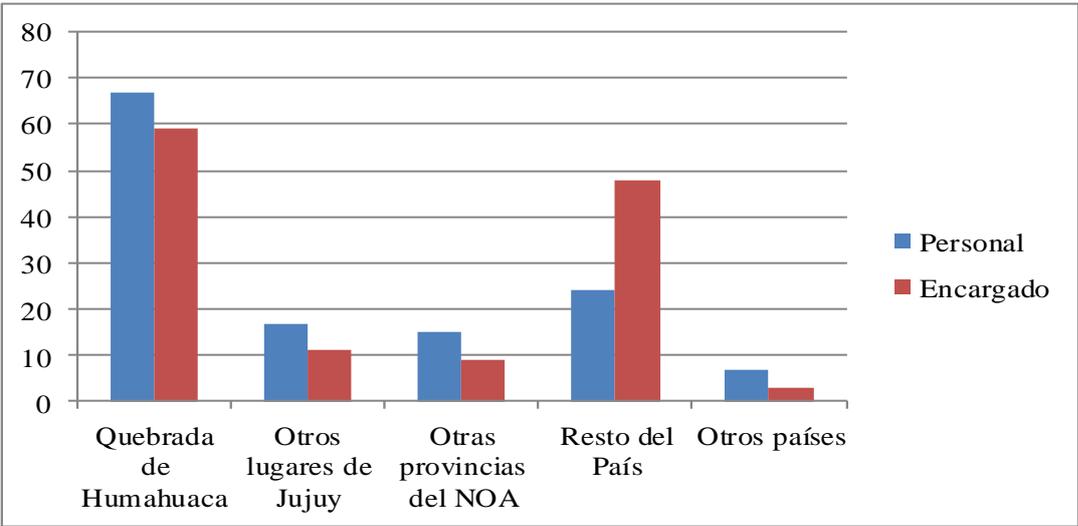
Gráfico 14. Año de inicio de operaciones. Resultados de investigación de campo.



Fuente: elaboración propia en base a cuestionarios realizados.

¿Desde cuándo funcionan los establecimientos encuestados? Un tercio de ellos (35,4%) data de la década 2001-2010, lo que tiene relación directa con el boom turístico e inmobiliario provocado por la designación de la UNESCO. La otra década (de la cual sólo pasaron 6 años) es la actual, desde 2011: el 29,2% abrió sus puertas muy recientemente. Sumadas ambas décadas, 2 de cada 3 (64,6%) establecimientos son posteriores a 2001. De todos modos, hay que señalar también que 1 de cada 3 iniciaron sus actividades pre boom turístico. No son muy frecuentes los establecimientos previos a 1990 (17,7%).

Gráfico 15. Proveniencia de los trabajadores en los establecimientos. Resultados de investigación de campo.



Fuente: elaboración propia en base a cuestionarios realizados.

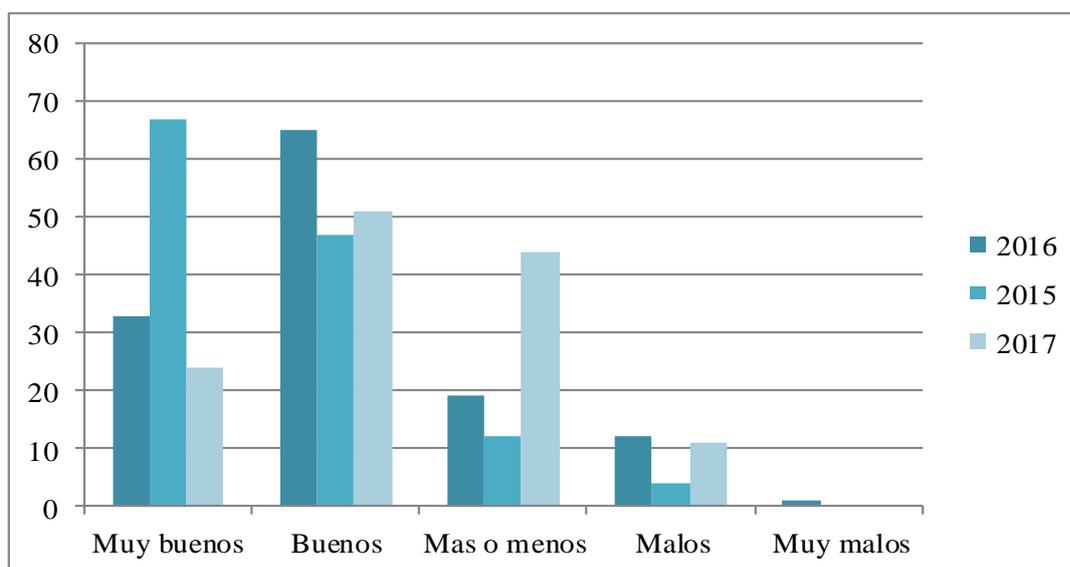
¿Cuál es el lugar del cual proviene la mayor parte del personal ocupado en estos establecimientos? Al menos 1 de cada 2 provienen de la propia Quebrada, lo que indica el importante impacto que ha tenido el reciente crecimiento turístico en la generación de empleo local; lo que no surge de nuestro cuestionario es si ese empleo para la población local en los establecimientos entrevistados llegó a quienes estaban ocupados en otras actividades, también a quienes se encontraban sub ocupados en otras actividades o a nuevos trabajadores, muy probablemente jóvenes.

De la otra mitad, de los que no son de la propia Quebrada, hay un importante 18,5% del total del personal (24) que proviene del resto del país, ni de otros lugares de Jujuy ni de las provincias del NOA. El peso del resto de Jujuy es similar al de otras provincias del NOA. Una mirada muy estilizada de este importante aspecto indicaría que de cada 11 ocupados en la actividad turística, 6 vienen de la propia Quebrada, 2 del resto de Jujuy, otros 2 del resto del NOA y los otros 2 del Resto del País.

El formulario utilizado en el cuestionario permitió diferenciar el lugar de proveniencia del personal y del propio encargado que estaba respondiendo. Respecto de estos surgen algunas particularidades. Por un lado, la propia Quebrada sigue siendo el lugar más frecuente para los propios encargados: el reciente crecimiento turístico ocupó no solo más “personal” local sino también a quienes podían estar al frente de esos establecimientos (propietarios, gerentes, encargados, etc.). De todas maneras es claro que el peso de la Quebrada de Humahuaca es mayor entre el personal que entre los encargados. Lo que sí es nuevo, en comparación con el personal, es el peso del resto del país, mucho más importante para los encargados que para el personal. Una gran proporción (36,9 %) de quienes están al frente de los establecimientos proviene del resto del país, de provincias o distritos, extra NOA.

En relación a este punto, un encargado de una posada en Tilcara comentó “existe en la Quebrada una desventaja o problema porque no hay gente capacitada que maneje recursos humanos, idiomas y resolución de problemas; las personas del pueblo viven al ritmo del pueblo y el turista tiene otros ritmos y por lo tanto, exige otros ritmos” (31/1/2017).

Gráfico 16. Evaluación de resultados económicos en los establecimientos. Años 2015, 2016 y expectativas de 2017. Resultados de investigación de campo.



Fuente: elaboración propia en base a cuestionarios realizados.

En cuanto a la evaluación de los resultados económicos de los establecimientos, se preguntó sobre 2016, si habían sido mejores o peores a los de 2015 y como se imaginaban 2017, en comparación a 2016.

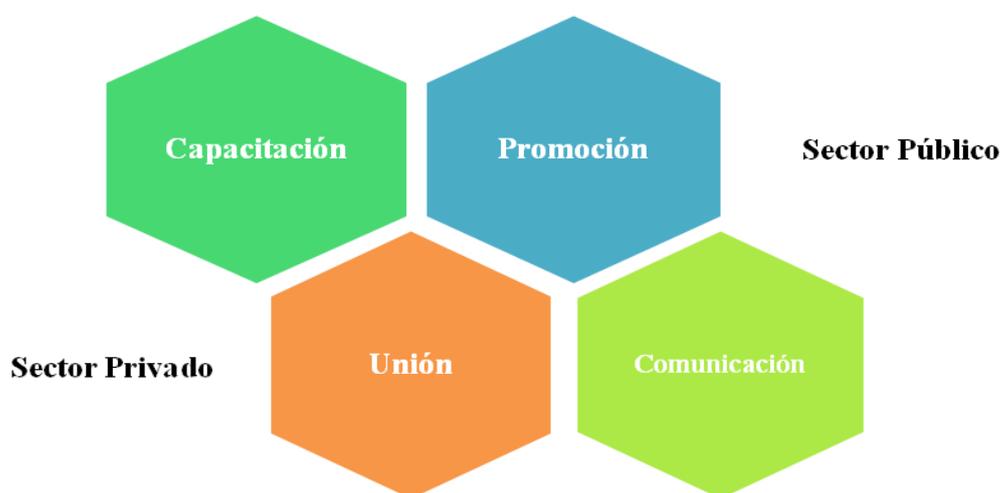
La gran mayoría (75%) respondió que en 2016 habían sido “buenos o muy buenos”, una evaluación bien optimista. Pero también hay 1 de cada 5 que respondió “más o menos”. En la comparación con 2015, la gran mayoría (88%) respondió que “mucho mejor” (la respuesta más frecuente) o “bastante mejores”, lo que ilustra mejor el optimismo respecto a 2016. Conviene recordar que en ambos años -2015 y 2016- la economía argentina atravesó una recesión importante. Sería difícil encontrar otra rama/actividad u otra región con semejante clima optimista. Recordemos que a fines de 2015 hubo cambios de gobierno, tanto a nivel provincial como nacional, que sin duda implicaron distintas reglas de juego económicas.

El futuro inmediato (2017) se ve también con optimismo pero mucho más moderado. La respuesta más frecuente es que se imaginan 2017 -en cuanto a resultados económicos- “bastante mejor” (esta fue la respuesta más frecuente) o “mucho mejor” que 2016. Ambas categorías de respuesta suman el 58%. Pero también hay 2 de cada 5 que se imaginan un 2017 “parecido” a 2016. Esta última tampoco deja de ser una respuesta optimista porque -como se señaló más arriba- 2016 habría sido un año “bueno o muy bueno”. Son muy pocos, aunque los hay (1 de cada 10) que se imaginan un futuro inmediato “bastante peor”.

También debe aclararse que en las opiniones no tan optimistas de 2017 pesó mucho el desastre natural en la localidad de Volcán (10/1/2017), ya que esto provocó que el 80% de las reservas de alojamiento en la Quebrada fueran canceladas por miedo a que suceda algo similar en otras localidades. El clima de mayor incertidumbre para 2017 también se fundamenta en el hecho que a fines de 2015 el número de reservas para las vacaciones de 2016 triplicaron las propuestas para 2017.

El 2017 lo veo difícil porque con el cambio de gobierno, los tarifazos, la inundación y lo caro que está Argentina, todo el mundo se fue a Brasil (dueña de hostel en Tilcara, 31/1/2017).

Cuadro 27. Ideas de cómo mejorar el turismo en la región. Resultados de investigación de campo.



Fuente: elaboración propia en base a cuestionarios realizados.

Del cuadro anterior se desglosan las siguientes ideas:

“Para mejorar el turismo Jujuy debe de tener “identidad propia” y que nos dejen de vender los salteños. Otro punto importante es la falta de información turística; los que dan la información son empleados municipales y trabajan en esos horarios, pero los turistas llegan todo el día y muchas veces vienen a quejarse porque no hay nadie que les información” (dueña de restaurante cocina de autor de Humahuaca, 17/2/2017).

“Para mí el gobierno tiene que darle más impulso al turismo; acá en Purmamarca hay una situación que es muy delicada. Salta trae entre 15 y 20 combis diarias que están 45 minutos y compran regalitos y artesanías en nuestros negocios pero el mayor consumo no lo hacen acá, ellos les traen el almuerzo y duermen en Salta Capital; porque acá no hay agencias que hagan más difusión para hacer de conocimiento que la Quebrada es de Jujuy no de Salta” (dueño de posada y negocio de artesanías de Purmamarca, 8/2/2017).

“Para mí debería mejorarse el turismo a través de la organización y comunicación, también se debería concientizar a toda la comunidad sobre el tema de higiene y seguridad; como en Humahuaca hay poca policía y tarda en llegar hay observadores de prevención que cumplen la función de la policía porque los monumentos amanecían todos grafitados y una cosa de la que se quejan muchos los turistas, es que los vendedores de artesanías tiran mucha basura; todos los envoltorios de las ollas de barro que venden y las cajas vacías quedan tiradas cuando levantan sus puestos (...) otro tema importante sería mejorar la competencia acorde a los precios porque cada uno pone el precio que quiere” (dueño de hotel Humahuaca, 17/2/2017).

“Considero que en Tilcara sería bueno que el gobierno dé capacitaciones para los hoteles y restaurantes pero me gustaría que quién diera la capacitación sea alguien de acá, no que venga de afuera porque los de afuera no entienden que es lo que nosotros necesitamos realmente” (dueño de hospedaje en Tilcara, 31/1/2017).

“Lo que para mí ayudaría al turismo y a la vez la comunidad es mejorar la calidad del internet ya que ahí mejorarían las reservaciones y las comodidades para el turista; acá en nuestro hotel sólo tenemos wifi en la recepción y de eso se quejan mucho los turistas” (repcionista hotel en Humahuaca, 17/2/2017).

“Capacitar al personal de los establecimientos de la oferta para brindar una mejor atención a los turistas” (encargado de restaurante de Uquía, 12/2/2017).

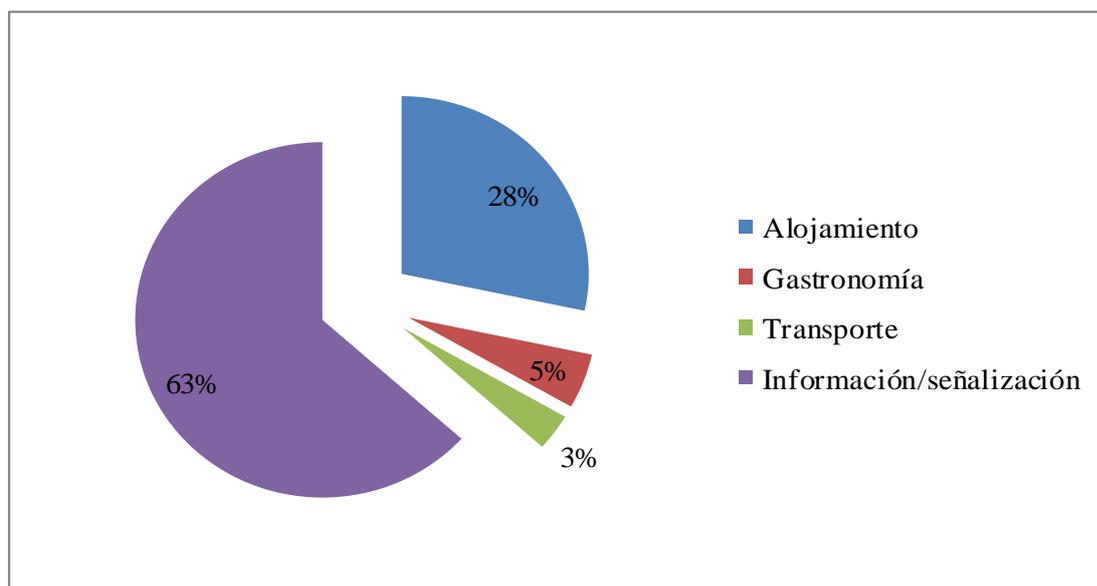
“La Secretaria de Turismo de Jujuy debería impulsar más campañas de publicidad para que la Quebrada sea un destino más conocido” (encargado de agencia de viajes de Tilcara, 31/1/2017).

“Tiene que haber mayor publicidad e informar a los turistas que el desastre natural fue en Volcán y que el resto de la Quebrada los está esperando (...) los turistas tienen miedo de venir (encargada de hostel en Tilcara, 1/2/2017).

La otra mirada

Si bien en este capítulo se analiza la organización del turismo y sus actores, resulta imprescindible conocer la opinión de los turistas sobre lo que se debería mejorar en nuestra región; por lo que se decidió incluir este apartado en este capítulo y no en el anterior; para tener una visión integral sobre el rumbo de sostenibilidad de nuestro destino.

Gráfico 17. Servicios que deben ser mejorados. Resultados de investigación de campo.



Fuente: elaboración propia en base a cuestionarios realizados.

Del total de turistas entrevistados, el 63% coincidió en que los servicios de información turística y la señalización del destino deben ser mejorados, ya que en la mayoría de los poblados la señalización es escasa o nula. 17 turistas (28%) mencionaron que los servicios que se ofrecen en los alojamientos no son acorde a la tarifa estipulada, asimismo el trato e instalaciones pueden mejorarse; por otra parte el 5% de los entrevistados mencionó que la oferta gastronómica también debe mejorar. Estos son sus argumentos:

“La limpieza y la iluminación del pueblo la califico como regular, ya que podrían ser mejorados, no veo muchos tachos de basura en las calles y los pocos que hay están maltratados, en las noches algunas de las calles de Humahuaca están oscuras” (turista de Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 19/2/2017).

“Los pueblos en la Quebrada tienen que mejorar el trato al turista, ya que desde mi opinión en algunos momentos sentí a la población local como reacia hacia el turismo, es decir por una parte desean que vengan turistas pero cuando los turistas llegan, desde mi percepción, sienten a la vez una invasión, todavía hay cierta resistencia; por ejemplo hoy en Maimará quería saber cómo llegar a las bodegas y le pregunté a una señora que estaba parada en la puerta de su casa y cuando la saludé me dio la espalda ignorándome”(turista de La Plata, 2/2/2017).

Desde mi opinión “los servicios de alojamiento deben ser mejorados en cuanto a tener precios acorde a lo que ofrecen, en Purmamarca estuve una noche y la tarifa era demasiado

elevada para lo que realmente ofrecía, desde internet parecía una cosa pero cuando llegué era otra” (turista de Francia, 14/2/2017).

“La atención y los servicios de alojamiento deberían ser mejorados porque cada hotel pone la tarifa que quiere y en nuestra experiencia el precio no correspondía” (turista de Salta, 1/7/2017).

“La información hacia turistas es casi inexistente, acá en Uquía no hay información gráfica disponible ni carteles hacia los atractivos turísticos; si uno quiere moverse por su propia cuenta la mejor forma de enterarse es preguntar en algún negocio o alguien que pase por la calle” (turista de Santiago del Estero, 12/2/2017).

Desde nuestra opinión “la información hacia el turista debe mejorar, ya que el discurso que tienen en información turística es muy armado, escueto, tienen un discurso casi memorizado” (turistas de Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 31/1/2017).

Dando seguimiento a los detalles que mencionaron los turistas entrevistados, se evidencia lo siguiente:

Fotografía 26. Señalización y carteles. (Maimará, Tilcara y Purmamarca, 2017). Autoría: propia.



5.2 LA CALIDAD TURÍSTICA

“La calidad en el turismo es la cara objetiva de la sostenibilidad” (F. Vargas, comunicación personal 5/12/2016).

“La calidad turística es una herramienta indispensable para desarrollarse de manera sostenible, ya que se centra sobre tres pilares fundamentales: herramientas técnicas, innovación y compromiso ético; es decir, generar concientización y acción, a través de un turismo pensado para los turistas y para la comunidad en general” afirmó el Director Ejecutivo del Ente de Turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, G. Robledo (comunicación personal, 29/3/2017).

En Jujuy, la Dirección de Gestión Turística (organismo dependiente de la Secretaría de Turismo) y la Subdirección Provincial de Calidad Turística y Capacitación, son los responsables de implementar y acompañar los programas de calidad turística en la provincia. Algunos de los programas del Sistema Argentino de Calidad Turística (SACT)⁵⁸, que actualmente funcionan en nuestra región son:

SIGO

El Sistema Inicial de Gestión Organizacional (SIGO)⁵⁹, se implementó en la Quebrada de Humahuaca en 2013, cuenta con 23 establecimientos turísticos distinguidos y un 88,5% de efectividad (Sentí Argentina, 2014b).

Club de la Excelencia

En la Quebrada, el “Club de Excelencia”⁶⁰ está conformado por: Hotel El Manantial del Silencio, (Purmamarca); Hotel El Marqués de Tojo, (Purmamarca); Hotel La Comarca, (Purmamarca); Salón de Té La Casa de Champa, (Tilcara); Restaurant El Nuevo Progreso, (Tilcara); Hotel Boutique Las Marías (Tilcara); Posada de Luz, (Tilcara); Estancia Casa

⁵⁸ SACT es un conjunto de herramientas especialmente diseñadas por el MinTur para promover la calidad en cada una de las prestaciones turísticas que brindan los destinos en todo el territorio. No es un modelo teórico abstracto, sino una propuesta metodológica que puede adecuarse y aplicarse a disímiles realidades y según las características del lugar y su contexto.

⁵⁹ SIGO es un Programa de Calidad que forma parte del Sistema Argentino de Calidad Turística (SACT), diseñado por el MinTur, dirigido a propietarios y directivos de micro, pequeñas y medianas empresas turísticas debidamente habilitadas

⁶⁰ Club de la Excelencia, diseñado por el MinTur nuclea a grupos de establecimientos turísticos que ofrecen niveles de servicio por encima de la media del sector y de las expectativas de los turistas. Estos grupos acceden a mercados rentables y selectivos a través de una marca de calidad reconocida por terceros. Actualmente hay clubes de excelencia conformados en Buenos Aires, Jujuy, Mendoza, Misiones y Salta.

Colorada, (Tilcara); Las Terrazas Hotel Boutique, (Tilcara); Quinta La Paceña, (Tilcara); Hotel Huacalera, (Huacalera) y Hostería Solar del Trópico, (Huacalera). Se trata de una nueva acción en pos de la mejora de los servicios turísticos ofrecidos fortaleciendo la gestión de calidad en los prestadores y se van generando estrategias que posicionen a Jujuy y a la Quebrada de Humahuaca como un destino de excelencia, diferenciado y competitivo en los mercados turísticos nacional e internacional (Jujuy. Secretaría de Turismo, 2014).

Directrices de Gestión Ambiental

Desde 2016, en la localidad de Purmamarca se aplica el programa de calidad: *Directrices de Gestión Turística Ambiental*⁶¹, para Municipios y Prestadores Turísticos, donde se logró la distinción para 12 emprendimientos. La Comisión Municipal de Purmamarca fue pionera en implementar procesos de gestión municipal sustentable con participación comunitaria, en la Quebrada de Humahuaca (Gobierno de Jujuy, 2017b).

Jujuy continúa apostando a la calidad turística

La Secretaría de Turismo de Jujuy, por medio de la Dirección de Gestión Turística, implementará durante el 2017 tres programas de calidad Turística: Directrices de Accesibilidad para Servicios Turísticos, de Gestión Ambiental y de Gestión Turística para Municipios. Tilcara será una de las tres localidades beneficiarias (junto a Salvador de Jujuy y Yala) de los programas del Ministerio de Turismo de la Nación. Asimismo, la Subdirectora de Calidad Turística, Jorgelina Duhart, destacó:

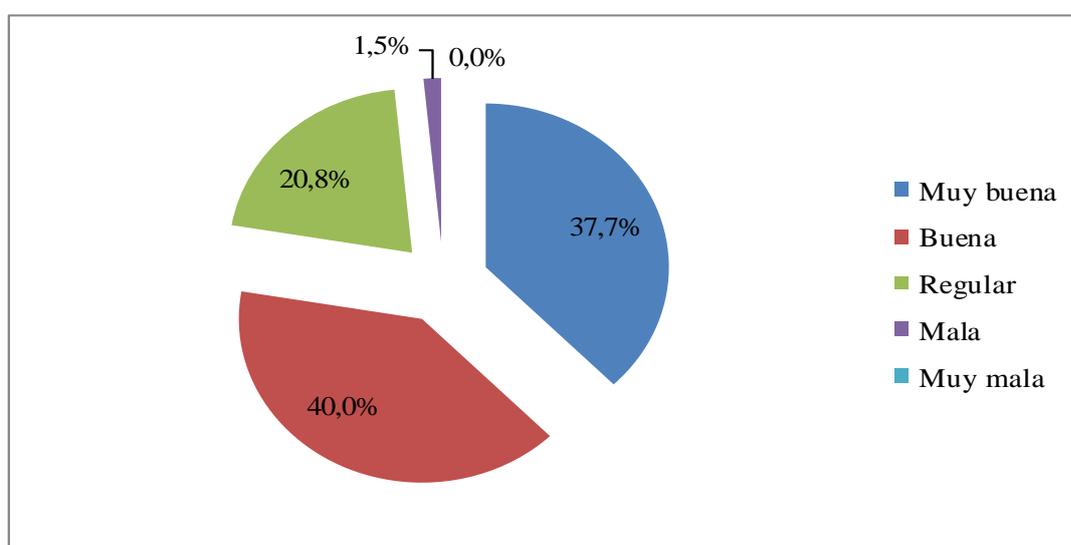
“Con el objetivo de elevar la calidad de los servicios, Jujuy es la provincia pionera que creó un programa de calidad turística propio, el Programa Inicial de Calidad (PIC), el cual se ejecutó por primera vez en Humahuaca logrando 7 distinguidos. Seguiremos trabajando y convocando a todos los sectores involucrados en la actividad turística a participar de los programas de calidad establecidos por la Secretaria para lograr un plan consolidado en estándares de calidad y brindar servicios de excelencia”

(Gobierno de Jujuy, 2017b).

⁶¹ Las Directrices de Gestión Ambiental creadas por el MinTur están destinadas a Municipios Turísticos y Empresas Turísticas, tiene por objetivo garantizar la calidad ambiental, social y cultural de las organizaciones turísticas, proporcionándoles un conjunto de recomendaciones capaces de guiarlas hacia la implantación de un sistema de gestión ambiental, contribuyendo a la calidad de servicio, solucionando y atenuando los impactos producidos y minimizando los costos.

El 19 de mayo (2017) se realizó el III Encuentro Federal de Calidad Turística y Formación en San Salvador de Jujuy, donde Gonzalo Casanova Ferro, el subsecretario nacional de Calidad Turística enfatizó "nuestro propósito es generar inquietud, sobre todo en los jóvenes, por pensar en el turismo que hoy si bien tiene el adjetivo de sustentable, esperamos que mañana no tengamos que agregarle ningún otro, porque si es turismo es sustentable" (Turismo 530, 2017).

Gráfico 18. Calidad de los establecimientos de la oferta en la Quebrada de Humahuaca. Resultados de investigación de campo.



Fuente: elaboración propia en base a cuestionarios relevados.

Fue muy interesante preguntar a los propios responsables de los establecimientos por su evaluación de la calidad de los alojamientos/restaurantes/agencias de viajes (como se señaló en la metodología, este cuestionario se aplicó específicamente a responsables de ese tipo de establecimientos). La gran mayoría (77,7%) evalúa la calidad como "buena o muy buena". La mitad de ellos (38%) dice que la calidad es "muy buena"⁶². Este optimismo respecto a la calidad refiere tanto al establecimiento propio como a lo ofrecido por el resto. También hay que señalar que hay quienes reconocen que hay aspectos que deben ser mejorados.

1 de cada 5 (20,8%) evaluaron la calidad como "regular", debido a que hace falta mejorar la calidad de los establecimientos; un número significativo de respuestas coincidieron en que no

⁶² incluso el encargado de un hotel en Tilcara afirmó que la localidad de Tilcara obtuvo el puesto número uno en el "Ranking de Reputación Online", como la ciudad con la mejor hotelería de Argentina, según lo destaca el buscador de hoteles Trivago (1/2/2017).

hay comunicación en los diferentes rubros y no se trabaja de manera conjunta con los demás actores de la región. El encargado de un restaurante en Purmamarca mencionó que si bien el gobierno dialoga con la oferta y ofrece propuestas para mejorar el desarrollo turístico en la Quebrada, no le da seguimiento a los proyectos (11/2/2017).

Estos son sus argumentos:

“Hay muchas oportunidades turísticas para nuestra región y mejorar nuestras excursiones o paquetes y la calidad de nuestros servicios es fundamental” (encargada de una agencia de viajes en Tilcara, 1/2/2017).

“La calidad de los servicios en la oferta de nuestra localidad es muy buena porque desde hace aproximadamente cinco años que el NOA está en pleno crecimiento demandando una evolución constante” (encargado de hostel en Tilcara, 31/1/2017).

“La calidad en los servicios de alojamiento en mi localidad es regular porque hay que mejorar la comodidad en las habitaciones y sus servicios” (encargado de cabañas en Maimará, 7/2/2017).

“La calidad de los servicios de alojamiento en Humahuaca es muy buena porque se brindan capacitaciones de mejoramiento de calidad y nuestro hotel cuenta con distintivo de calidad turística” (dueño de hotel en Humahuaca, 17/2/2017).

5.3. LA OFERTA DE CIRCUITOS TURÍSTICOS

Según Guía de Vacaciones (2017) los atractivos principales y lugares para conocer en los pueblos quebradeños son:

- Maimará: visitar el pueblo, cementerio y la Paleta del Pintor.
- Purmamarca: pueblo, iglesia, mercado y Cerro de Siete Colores.
- Tilcara: pueblo, plaza, Pucará de Tilcara, Jardín Botánico de Altura.
- Huacalera: iglesia.
- Uquía: iglesia.
- Humahuaca: pueblo, plaza, iglesia, monumento, peñas, mercado, museo.

Según MTB Aventura Salta (2017) la excursión en el día incluye:

Partiendo desde Salta Capital, el recorrido comienza en la visita a Purmamarca para observar “El Cerro de Siete Colores”, la Iglesia y el Mercado Artesanal. Paso por la “Posta de Hornillos” y luego entrando a la villa veraniega “Maimará”. Arribo a Tilcara: visita al Pucará y al Museo Arqueológico E. Casanova, continuando hacia Huacalera, pasando por el Trópico de Capricornio. Vista fotográfica de la Pollera de la Colla, visita a la iglesia de Uquía, donde

se encuentran los Ángeles Arcabuceros. Arribo a Humahuaca: visita a su catedral y al Monumento de los Héroes de la Independencia. Luego del almuerzo se comienza el regreso hacia San Salvador de Jujuy pudiendo observar en el camino la Paleta del Pintor. Recorrido: 400 kilómetros aprox. Duración: día completo (13 hs. aprox.). Horarios: de 7:00 a 19:00 hs. aprox. Incluido: transporte, guías y seguro. Valor final \$865 (valor actual a enero 2017) Falabella Viajes (2017) ofrece en su paquete “Vuelta al Norte” una recorrida por Tucumán, Salta y Jujuy en seis noches; incluye pasaje aéreo con Aerolíneas Argentinas partiendo desde Buenos Aires. Traslados in/out. Hoteles tres y cuatro estrellas con desayuno. Dentro de sus excursiones en Quebrada de Humahuaca recorre: Quebrada de Humahuaca, Purmamarca, Tilcara, Humahuaca. Valor final \$11.259 (valor actual a enero 2017).

Alexis EVT (2017) en su paquete “Norte Argentino” ofrece: ocho días/cinco noches. Transporte: ida y vuelta en bus mix, totalmente equipado. Alojamiento: tres noches en Jujuy, dos noches en Salta, partiendo desde Buenos Aires. Dentro de sus excursiones ofrece recorrer en Quebrada de Humahuaca, partiendo desde San Salvador: “Purmamarca para conocer el hermoso pueblo, sus calles, su gente y el mundialmente conocido Cerro de Siete Colores. Atravesaremos pintorescos pueblos quebradeños como Tilcara, Maimará, Huacalera, Uquía y descubriendo historias y costumbres; llegaremos a Humahuaca. Regreso al hotel. Cena”; valor final \$5.750 (valor actual a enero 2017).

Otros sitios imperdibles

Muchos de los circuitos que tiene Quebrada de Humahuaca incluyen también la visita a otros sitios de gran belleza natural que se encuentran en zonas aledañas. Uno de ellos es la Cuesta de Lipán, un camino que conduce hacia el límite fronterizo con Chile sobre la ruta nacional 52, desde donde se avista un imponente paisaje constituido por la Quebrada de Sepultura y Lipán. En la conocida clasificación Michelin el recorrido hacia Salinas Grandes por la Cuesta de Lipán está indicada con la máxima categoría, 3 estrellas. La Cuesta de Lipán en sí está clasificada con dos estrellas (significa vale la pena desviarse) e implica un ascenso de 2.192 metros desde Purmamarca hasta el altiplano, dejando atrás las montañas multicolores para adentrarse en un cañón erosionado y con vegetación a través de una carretera en zigzag. Las guías sugieren detenerse antes de llegar a la cumbre por la calidad de sus vistas y para observar los grupos de vicuñas que durante todo el recorrido escalan las pendientes. La subida termina en el punto más alto del recorrido, el Abra de Potrerillos, a 4.170 metros de altitud (Michelin, 2011).

Los glaciares norteños de El Quemado son formaciones de hielo macizo originados por la vertiente natural de altura que se solidifica por las bajas temperaturas entre los meses de mayo y agosto. El acceso se realiza desde Purmamarca, luego de transitar unos 33 kilómetros sobre la ruta nacional 52, a casi 4.000 metros de altura.

Salinas Grandes, el tercer salar más grande de Sudamérica con una extensión mayor a los 12.000 hectáreas a cielo abierto, donde se disfruta del silencio y la inmensidad blanca del escenario natural. La depresión totalmente despoblada, alberga sólo a los artesanos que trabajan este mineral, quienes ofrecen al viajero objetos delicadamente tallados con picos y hachas. Salen excursiones diarias con guía incluido desde Purmamarca desde \$500 (valor actual a enero 2017). Duración: 5 horas. En la clasificación Michelin el Salar está señalado con 3 estrellas.

Iruya (Salta): está ubicado a 2.780 metros de altura, sobre los faldeos orientales de la sierra de Santa Victoria, Al llegar a Iruya, la primera impresión es de un pueblo colgado en la montaña, o más bien de una isla, ya que está rodeado por los ríos Milmahuasi y Colanzulí. Se destaca su edificación colonial con callejuelas estrechas y sus paisajes de imponentes vistas panorámicas. En sus proximidades, cinco kilómetros al noreste, se encuentran las ruinas del Pucará de Titiconte. En la clasificación Michelin el pueblo de Iruya está señalado con 2 estrellas. Salen excursiones diarias con guía incluido desde Tilcara y Humahuaca desde \$890 (valor actual a enero 2017). Duración: 7 horas.

Otras modalidades de esparcimiento

- *Cabalgatas de altura*, es un emprendimiento familiar que brinda una experiencia vivencial ingresando por sendas a lomo de caballo, para compartir con gente local, y enseñar su forma de vida. Sus cabalgatas incluyen: alrededores de Tilcara, Cerro Negro, Puerta de Huella, Garganta del Diablo y Paleta del pintor, Antigal de Juella. Duración de 1 a 2 horas.
- *Caravana de llamas*, es una empresa de turismo rural ecológico cuyo objetivo principal es rescatar el uso de la llama como animal carguero. Realiza senderismo con llamas por Quebrada de Humahuaca y Puna Jujeña, con bases en Tilcara, Pozo Colorado (Salinas Grandes), El Colorado (Puna) y Purmamarca. Duración: los paseos pueden ser de medio día o varios días en el cerro. Además de los itinerarios tradicionales, se arman viajes a medida.

- *Jujuy en Bici*, ofrece excursiones en mountain bike en la Quebrada de Humahuaca, la Puna y las Yungas para personas entusiastas y aventureras, con ganas de conocer el paisaje que los rodea y aprender sobre su historia y su gente. Duración: 5 horas.
- *Tilcara Trekking* es una pequeña empresa especializada en turismo alternativo ubicada en la localidad de Tilcara; ofrece circuitos que se adecuan a las necesidades físicas y presupuestos de los turistas. La duración de tiempo depende de las condiciones físicas y presupuesto del cliente.

Fuente: Asociación de Turismo de Quebrada de Humahuaca y Puna Jujeña (2017).

En las últimas décadas se han multiplicado las opciones turísticas en Quebrada al tiempo que se evidencia la redefinición del lugar, marcado por las nuevas formas de hacer turismo en el destino y dando respuesta a las nuevas tendencias que los turistas demandan. Se redefinen las primacías dentro de nuestra región: el cambio de Humahuaca como histórico centro turístico en los 90s, Tilcara y su transformación turística con el boom que surge en los 2000s y Purmamarca que se posiciona como meca del turismo exclusivo en la Quebrada. La región en su redefinición compite a partir de la nueva oferta turística con San Salvador y Salta Capital quitándoles protagonismo como centro de pernocte y distribución, pero su relación es particular porque a la vez se complementa con Salta y los Valles Calchaquíes (Troncoso, 2008, p.119). Lo mismo sucede con los destinos de zonas aledañas a los que se acceden directamente desde la Quebrada mencionados anteriormente. En definitiva la Quebrada dejó de ser un destino de excursión, la mayoría de las veces con base en la ciudad de Salta para convertirse en un centro de pernocte, aunque el peso de los excursionistas de día sigue siendo importante.

5.4. LA INSTITUCIONALIDAD ¿HAY SINERGIA ENTRE LOS SECTORES PRIVADO Y PÚBLICO?

La mayor agrupación de operadores turísticos y profesionales dentro de nuestra región es la Asociación de Turismo de Quebrada de Humahuaca y Puna Jujeña. Nuclea más de 35 emprendimientos turísticos que se encuentran clasificados en los rubros de hoteles, turismo y gastronomía. Progresivamente la Asociación consolidó su posición como un actor de peso en Quebrada, llegando a desafiar a la Cámara de Turismo dentro del sector turístico empresarial. La Asociación tiene cierta capacidad de controlar e imponer condiciones al poder político local, ya que son quienes posibilitan la estadía a los turistas y pagan en su calidad de contribuyentes fiscales, las habilitaciones e impuestos. Por tal motivo, tienen una situación de

privilegio para negociar, por ejemplo, las condiciones en las que se lleva adelante el turismo en las localidades quebradeñas (Troncoso, 2008).

La Cámara de Turismo de Jujuy es quien reúne fundamentalmente a las agencias de servicios turísticos tradicionales que realizan visitas de día a la Quebrada, partiendo desde San Salvador o Salta donde cada agencia tiene su sede. La Cámara se encuentra conformada por los prestadores turísticos que comercializan su oferta en la capital de la provincia; aunque en los últimos años se incorporaron más prestadores provenientes de la Quebrada.

En cuanto al sector público, a partir del 10 de diciembre de 2015 con el nuevo gobierno de Gerardo Morales hubo cambios en la organización provincial del turismo, ya que previamente no se contemplaba un Ministerio de Turismo sino que el máximo organismo provincial era la Secretaría de Turismo. Para Juan Martearena, el ex secretario de Turismo "El Gobierno nacional es un actor muy importante en nuestro desarrollo y crecimiento, por las inversiones y la conectividad que nos permite". Jujuy tenía un importante atraso en desarrollo turístico y añadió que desde 2003 se tomó la decisión de implementar políticas de desarrollo sustentable, con claras definiciones estratégicas de inversión para el crecimiento. (Télam, 2015a). Estas afirmaciones fueron hechas durante el gobierno anterior, finalizado a fines de 2015.

Desde la reestructuración del organismo provincial del turismo se creó el Ministerio de Cultura y Turismo de Jujuy; Carlos Oehler es el ministro desde diciembre de 2015. Tiene a su cargo fijar la política cultural y del turismo de Jujuy y establecer las estrategias que permitan transversalidad y coherencia con las políticas provincial y nacional articulando todos los sectores socioeconómicos. Asimismo, impulsa las formas de expresión y la defensa del patrimonio cultural de la provincia (ver anexo 3). "Con la transición de gobierno, las cosas cambiaron pero no tanto, por ejemplo antes todo el organismo era Secretaría de Turismo y ahora es Ministerio por lo que se agrandó la nómina y el número de empleados pero las tareas son las mismas, hay un mayor número de profesionales del turismo en los medios/altos cargos; sin embargo el ministro de Turismo Carlos Oehler es ingeniero bioquímico y el secretario César Siufi es bioquímico" (funcionario del Ministerio de Cultura y Turismo, comunicación personal 1/3/2017).

La Secretaría de Turismo de Jujuy es un organismo que depende del Ministerio de Cultura y Turismo. El secretario de Turismo es César Siufi y tiene como misión desarrollar integralmente al turismo a través de la protección, creación, planificación, aprovechamiento, (...); el resguardo del turista (...); *la promoción y aplicación de un marco regulatorio adecuado; con una decidida participación de la comunidad y de los actores involucrados,*

(...) que atraiga a los turistas del mercado regional, nacional e internacional, haciéndoles vivir una experiencia única (Jujuy. Secretaría de Turismo, 2017).

La Casa de la Provincia de Jujuy, ubicada en la Ciudad de Buenos Aires, es un organismo del estado provincial que constituye institucionalmente la representación oficial de los valores culturales, los intereses sociales, las relaciones de promoción económica y las políticas públicas de desarrollo y asistencia que se impulsan desde la provincia.

El Observatorio de la Actividad Turística de Jujuy es un departamento dependiente de la Secretaría de Turismo; es el encargado de generar información estadística oportuna y veraz sobre el sector turístico. Los principales datos que se reúnen en dicho trabajo están vinculados a la cantidad de visitantes, plazas hoteleras ocupadas y los periodos de mayor afluencia de turistas, entre otros.

Una medida del grado de profesionalidad de sus funcionarios es que allí trabajan personas capacitadas en materia turística; la mayoría son graduados de carreras turísticas de la educación superior, universitaria y terciarios. Por ejemplo la coordinadora de la Unidad de Planificación Sofía Calvo es Licenciada en Gestión y Planificación del Turismo. En el área de Gestión Turística Claudia Samardzich es Licenciada en Geografía con Orientación Turística; el coordinador para el COPROTUR (Consejo Provincial de Turismo) – CIFAT (Consejo Interministerial de Facilitación Turística) Ramón Aisama es Técnico Superior en Turismo, sólo por mencionar algunos (Ministerio de Turismo y Cultura de Jujuy, 2017).

Las comisiones municipales (menos de 2.000 habitantes) e intendencias (más de 2.000 habitantes) de la Quebrada se caracterizan por ser completamente autónomos.

Económicamente subsisten debido a la coparticipación municipal que distribuye la provincia, de los impuestos que a su vez ésta recibe de la Nación. Son autónomos, inclusive para crear tasas por servicios y hasta para crear impuestos (CONDESAN, 2016).

A nivel local el gobierno se conforma a partir de los intendentes electos o presidentes de comisión municipal, según localidad. Desde 2015 son: Humahuaca: Leonel Herrera; Tilcara: Ricardo Romero; Tumbaya: Hugo Mamani; Purmamarca: Marcelo Aramayo; El Aguilar: Sergio José Alejo; Huacalera: Hugo Humberto; Volcán: Dario Chañi; y Maimará: Juan Bautista Mamani.

En el diario online *Jujuy al Día* (2016a) en su publicación del 25 de enero de 2016, se afirmó que:

El inicio de 2016 y mandato del intendente de Tilcara Ricardo Romero, fue con un escándalo, ya que el flamante intendente por medio de la primera ordenanza N° 01/2016 se aumentó el sueldo seis veces y estableció ahora 12 secretarías municipales. Hasta 2015 había

tres secretarías aprobadas según el presupuesto 2015, pero sólo funcionaban dos por falta de recursos; son seis más que la propia municipalidad de la capital provincial, con la diferencia que San Salvador tiene unos 257.970 habitantes, mientras que la localidad de Tilcara ronda los 12.349.

Cada municipio al ser autónomo se organiza en materia turística de manera independiente. Por ejemplo en la Comisión Municipal de Purmamarca hay una Directora de Cultura y Turismo: María Josefina Calderón (Licenciada en Turismo). En la Municipalidad de Tilcara hay un Secretario de Turismo: Santos Manfredi (Guía Turístico). En la Municipalidad de Humahuaca, un Director de Turismo: Claudio Mamaní (Guía Turístico) y en la Comisión Municipal de Maimará hay Secretaria de Turismo: Anahí Rivero (empleada municipal). El poder político local tiene la capacidad de crear normativas turísticas referidas al establecimiento de los montos de habilitación, controles sobre los diferentes sectores de la oferta económica y uso del territorio; al ser la autoridad tiene la capacidad de decisión directa sobre el desarrollo del destino. La relación con el sector privado en muchas ocasiones se torna tensa, ya que el sector público argumenta que “los empresarios usufructúan un lugar que no les pertenece”, dado que el 90% de los prestadores turísticos provienen de lugares foráneos a la Quebrada. Esto genera roces entre la población, el sector público y los empresarios (Troncoso, 2008).

Entrevistas a personal municipal de información turística

- *Información turística en Maimará:* el horario de atención es el mismo que el del municipio, de 7 a 13 hs, la información que se ofrece al turista es sobre los atractivos del lugar, la oficina de información turística no lleva estadísticas turísticas, las personas que brindan la información son empleados municipales (comunicación personal, 7/2/2017).
- *Información turística en Tilcara:* se visitaron dos oficinas; la principal que se encuentra a un lado del hotel de Turismo de Tilcara en un horario de 10 a 20 hs y es la que depende del municipio donde el personal que brinda la información son empleados municipales y guías autorizados, se entrega un mapa sobre el pueblo y tienen carpetas con establecimientos de alojamientos, gastronomía y esparcimiento. Al hablar con los informantes comentan que son empleados que recibieron capacitación por parte del gobierno, no llevan estadísticas turísticas. Los informantes aseguraron que se les dió capacitación en idiomas, principalmente inglés. La segunda oficina de turismo se encuentra ubicada a la entrada del pueblo antes de cruzar el puente y esta

oficina es de carácter privado, ya que allí trabaja la comunidad Cueva del Inca, ofreciendo excursiones y alojamiento a través de turismo comunitario; el horario de atención es de 10 a 20 hs (comunicación personal, 1/2/2017).

- *Información turística en Humahuaca*: el horario de atención es el mismo que el del municipio, de 8 a 15 hs; la información que se ofrece al turista es sobre los atractivos del lugar; no llevan estadísticas turísticas, las personas que brindan la información son empleados municipales y comentan que recibieron capacitación por parte del municipio sobre turismo e idiomas (comunicación personal, 16/2/2017).

5.5. UN NUEVO ACTOR: LA UNIVERSIDAD

“La universidad tiene que ir hacia los estudiantes” se pretende desde la Universidad Nacional de Jujuy (UNJu), “abrir una sede en la Quebrada de Humahuaca y abrir otras carreras como por ejemplo la Licenciatura en Turismo, que ya fue aprobada por el Ministerio de Educación” afirmó César Arrueta, Secretario de Asuntos Académicos de la UNJu (UNJu Radio, 2016).

El municipio de la ciudad de Humahuaca avanzó con la UNJu en el acuerdo de implementar aquí carreras universitarias a partir de 2017; probablemente se estarían lanzando algunas carreras de grado y tecnicaturas. El objetivo es fortalecer las capacidades locales para que puedan implementar estrategias que tienen que ver con el desarrollo turístico, agropecuario y de actividades relacionadas a generar temas de trabajo a nivel local y que con el tiempo puedan ser un aporte para toda la región. La UNJu está saliendo al interior y esto tiene que ver con la realidad que tiene la provincia de cómo llegar con carreras específicas o ajustadas a las necesidades de la zona y acercarlas a la gente (El Pregón, 2016).

Leonel Herrera, intendente de Humahuaca, afirmó que tener una sede de la UNJu en Humahuaca hace que la soberanía educativa que debe implementarse desde las universidades sea un hecho concreto, permitiendo que los alumnos tengan igualdad de posibilidades de estudio en toda la provincia, por lo que consideró que es una muy buena política, ya que viene a reforzar la educación superior en todo el territorio. Desde 2016 se pusieron a disposición diferentes sectores del municipio, además de la Casa de la Cultura, el Hotel de Turismo y la Escuela Agrotécnica, en los cuales ya se encuentran dictando diferentes tipos de capacitaciones y cursos (Gobierno de Jujuy, 2016).

La primera semana de marzo (2017), se reunieron el rector de la UNJu, Rodolfo Tecchi y el intendente Leonel Herrera (Humahuaca) para retomar la continuidad del proyecto académico y acordar la creación de una pequeña Comisión de Coordinación y Enlace, con el objetivo de

preparar los espacios físicos y los aspectos logísticos” para poner en marcha la importante iniciativa académica (Jujuy Online, 2017). El mayor desafío que tendrán que enfrentar la UNJu y el municipio de Humahuaca será sortear los obstáculos burocráticos y de infraestructura, para que finalmente el sector académico pueda extender su oferta académica y territorial hacia nuestra región, que por el momento es un accionar bastante complejo.

El Observatorio de la Actividad Turística de Jujuy recibirá colaboración de la Universidad Nacional de Jujuy (UNJu) para optimizar la tarea que viene realizando. La asistencia será de tipo técnica, a fin de analizar información referida a aspectos socioculturales y económicos que permitan desarrollar políticas públicas adecuadas al contexto local (UNJu, 2016).

5.6. LA COMUNIDAD “ANFITRIONA”

Como se mencionó en el primer capítulo, según el último censo 2010 Quebrada tiene 34.373 habitantes; los núcleos urbanos más grandes son Humahuaca, Tilcara, Purmamarca y Maimará. El resto de la población se encuentra ubicada en varias localidades menores, todas situadas a los márgenes del río Grande o bien disperso en el fondo del valle principal y en alguno de los valles transversales.

Durante las últimas décadas, la Quebrada de Humahuaca experimentó un importante proceso de cambio vinculado con la presencia creciente del turismo en el lugar, el cual se agudizó a partir de su declaración como Patrimonio de la Humanidad. Desde entonces, se incrementó el desarrollo de circuitos turísticos de aventura y culturales, como consecuencia de la afluencia de visitantes nacionales y extranjeros, que acude ahora durante todo el año; alterando el estilo de vida, costumbres y rutinas de la población local, quienes han expresado de muchas maneras y en diferentes medios su opinión sobre el proceso que allí se desarrolla; estas voces son cada vez más frecuentes y su presencia en los medios de comunicación locales se acentuó sobre todo a partir de 2005 a la fecha (Bergesio, Montial y Scalone, 2012). Según estas voces, dentro de las repercusiones negativas de la actividad turística sobre la comunidad, algunos de los impactos se vinculan con:

- La gran afluencia de turistas en la zona sin que antes se haya preparado a la población local y a los lugares receptores para ello.

“Quiero quejarme porque desde 2003 que se disparó el turismo nadie nos cuidó, se perdieron y destruyeron muchas cosas, por ejemplo en Inca Cueva se robaron los petroglifos; siento que en el turismo no hay acompañamiento ni seguimiento, tampoco capacitación” (Andrea, residente de Humahuaca, 17/2/2017).

- Conflictos socioeconómicos por el aumento y la venta indiscriminada de tierras perdidas que antes eran destinadas a actividades tradicionales como las agrícolas y que ahora son apropiadas por foráneos con fines de explotación turística y la escasa posibilidad de los pobladores locales de participar en las ganancias que la actividad genera.

“En la Quebrada de Humahuaca faltan obras de desarrollo de infraestructura, de la que debe de gozar una comunidad tenga o no turistas, por ejemplo acá tenemos la falta de caminos y rutas serias, si cae una piedra se corta la ruta, ahora tuvimos este gran desastre en Volcán, 10 días los gobiernos no pudieron solucionar el problema, dejaron a la deriva a los turistas, a la gente se la abandonó a su suerte, la gente entró en pánico y la gran panacea de dinero que dijeron que iba a venir con el nombramiento de la UNESCO para cuidar, para preservar nunca cayó acá absolutamente nada” (experto en gastronomía y turismo de Tilcara, comunicación personal 13/2/2017).

“Los quebradeños hacemos la diferencia porque hacemos esfuerzos propios para sostener la economía y el turismo, nosotros somos los que conocemos las costumbres; muchos vienen se hacen la América y se van; considero que se debería dar prioridad a los lugareños pero para eso somos nosotros los que tenemos que unirnos” (Roberto, residente de Purmamarca, comunicación personal 8/2/2017).

“La gente de la Quebrada cuida su lugar, este es un pueblo chico y nosotros que llegamos hace dos años al principio no conocíamos a nadie y no nos aceptaban mucho, siempre nos preguntaban ¿si te venís a quedar? Y cuando vieron que era verdad que llegamos para quedarnos de a poco nos fueron aceptando más; pero nosotros nos sentimos un poco solos porque no hay comunicación ni cooperación con los otros, cada cual ve por sus intereses” (Gisela y Luis, residentes de Tilcara, comunicación personal, 1/2/2017).

- Culturales como la “teatralización” de costumbres ancestrales realizadas únicamente con el fin de entretener al turista. Un claro ejemplo de esto es el culto a la Pachamama que se realiza el primero de agosto para dar de comer y agradecer a la madre tierra y que en varios poblados se hace en cualquier época del año. Otro aspecto es la aculturación sobre todo de la juventud que está perdiendo la riqueza cultural por falta de preservación e incentivos.

“Hay bastantes costumbres en la Quebrada que se han perdido con el pasar de los años; desde que llegaron los españoles fue un cambio brusco para todos los pueblos originarios, todas esas cosas nos afectaron un montón pero también hay un sincretismo entre

la religión y las costumbres, por ejemplo una persona puede dar de comer a la tierra en agosto pero a la vez también desea ir a misa y no hay problema. Podemos movernos por todos los campos porque esta es nuestra cultura” (chamán y guía turístico de la comunidad Cueva del Inca, comunicación personal 7/2/2017).

“No se deben fomentar pseudos actos culturales, los tekis son los más dañino que hemos tenido en Tilcara, que vengan miles de gente, que compren esa entrada, a la noche traían todo armado y se iban, y no es una música representativa, son maquiavélicos. Nosotros los diablos nunca vamos a sacar fuera del carnaval, ahora están en los escenarios, es una teatralización” (experto en gastronomía y turismo de Tilcara, comunicación personal 13/2/2017).

- El impacto ambiental, principalmente la escasez de agua, aludes de tierra por la deforestación, sobrecarga en el tendido eléctrico y construcción en zonas no aptas. Un tema preocupante es la acumulación de basura, ya que existen varios basurales en la región; uno antes de llegar a la Posta de Hornillos y el basural de Huichaira a pocos kilómetros antes de Tilcara, ubicados a metros de la ruta nacional 9. Se encuentran a cielo abierto, sin control, donde proliferan insectos, roedores, donde se multiplican lixiviados⁶³ infecciosos y donde ocurre esa tragedia diaria que contamina los suelos, las napas, las aguas y perjudica silenciosamente la capacidad reproductiva de los territorios. “Es un crimen lo que se ha permitido” afirmó María Inés Zigarán, ministra de Ambiente de Jujuy (Jujuy al día, 2016b).

“Con el cambio de gobierno se ve un poco de obras pero el gran problema es que la oposición política (radicales) muchas veces no les ayuda (...) el tema de la basura y las cloacas es un problema grande, hay mucha contaminación y moscas; pero el tema es que la gente tampoco ayuda... los lugareños se preocupan mucho por la Pachamama pero no cuidan su entorno, tiran basura al río en las calles, entonces no exigen tampoco sus derechos y que el gobierno ponga mano firme con el basural y lo que debe de hacerse” (Luis, residente de Tilcara 1/2/2017).

“En Tilcara el 80% del pueblo tiene red cloacal, los desechos cloacales son tratados en la planta de tratamiento; en cuanto a los residuos intentamos concientizar a la población sobre

⁶³ Los lixiviados son líquidos que se forman como resultado de pasar o “percolarse” a través de un sólido. El líquido va arrastrando distintas partículas de los sólidos que atraviesa. Su aspecto es desagradable, negro o amarillo, denso y con mal olor a ácido. Generalmente aparecen en los vertederos y lugares donde se acumula basura.

separar la basura pero todavía es muy difícil; los residuos se llevan al basural que tenemos en Huichaira pero el mayor conflicto es que no hay cultura sobre respeto al medio ambiente, la gente tira basura en las calles y desde que llegó el turismo y todo el crecimiento desmedido de la población, provocó que los residuos crecieran significativamente. El basural de Huichaira es un basural a cielo abierto donde los residuos son vertidos y no hay clasificación y hemos detectado que en la madrugada vienen de otros pueblos a dejar basura en Huichaira, lo que incrementa la dificultad de la situación” (funcionaria de la Secretaría de Medio Ambiente de Tilcara, comunicación personal 7/2/2017).

“Una parte de Huichaira se encuentra también dentro de los límites de Maimará y el basural a cielo abierto que se hay en ese lugar y dónde el pueblo de Tilcara deja sus desechos fue puesto sin la autorización del municipio de Maimará” (funcionaria de la Comisión Municipal de Maimará, comunicación personal 6/2/2017).

Fotografía 27. Basural a cielo abierto (Huichaira, 2017). Autoría: propia.



Fotografía 28. Vista del basural desde dos puntos diferentes (Huichaira, 2017). Autoría: propia.



- La contaminación visual por creación de infraestructura hotelera sin planificación ni regulación y la contaminación sonora provocada por la masividad de turistas en temporadas altas a la madrugada; ha generado incomodidades en la comunidad local que abandona las zonas céntricas de las localidades turísticas para ubicarse en las periferias debido a que denuncian prepotencia, atropellos y saqueos.

“Acá los hoteleros que vienen a invertir no respetan la arquitectura quebradeña, construyen hoteles de estilo mexicano y así perdemos la esencia del lugar” (Marcelo, residente de Tilcara, 31/1/2017).

“El carnaval de Tilcara cambió mucho, ya no es el que era antes, hace 10 años atrás la gente jugaba en las calles con talco, serpentinas, era más familiar; ahora hay muchos

conjuntos locales, mucha juventud, mucha droga y mucho descontrol (Fernando, joven residente de Tilcara, 31/1/2017).

La comunidad anfitriona evidencia claramente la falta de planificación, participación en las políticas turísticas y en la distribución de las ganancias que la actividad genera; si bien esto es un tema que debe ser tratado en profundidad debido a su complejidad, tiene varias aristas dependiendo desde el punto de vista de cada grupo involucrado.

Existen comunidades que participan directamente de la explotación del destino, como por ejemplo la comunidad de Santa Ana, quienes son los dueños de la explotación turística de las Serranías del Hornocal y únicos autorizados para realizar visitas guiadas y en muchas ocasiones tienen roces con los turistas porque cobran alrededor de \$50 por la entrada pero no ofrecen ninguna contraprestación por el servicio. Muchos de los turistas a su regreso llegan a quejarse a la Casa de Jujuy en Buenos Aires y esto es algo que se replica en toda la provincia; aún hay mucho trabajo por hacer en nuestra región sobre la capacitación en las comunidades anfitrionas para que tengan mayores herramientas de desarrollo y puedan acceder plenamente a los beneficios del turismo (funcionario de la Casa de Jujuy en Buenos Aires, comunicación personal, 10/1/2017).

Sin adelantar juicio ante esta compleja y delicada cuestión, sí es conveniente señalar que las voces críticas de lo que aquí se denomina “comunidad anfitriona” tiene dos destinatarios bien distintos:

- Los propios turistas y excursionistas
- Otros actores, tan residentes como los viejos moradores pre-boom turístico, y que se radicaron allí con sus nuevos emprendimientos o empleándose como mano de obra requerida por esos nuevos emprendimientos o también de cuentapropistas que trabajan en los infinitos intersticios que la nueva economía de la Quebrada genera. Muchos de los nuevos residentes llevan varios años allí y este complejo proceso poblacional sugiere algunos rasgos de xenofobia ante los inmigrantes.

Sobre los jóvenes quebradeños

Una pregunta crucial para comprender este difícil proceso sería preguntarse por la trayectoria laboral de los numerosos -y esta es una buena noticia- jóvenes de nuestra Quebrada egresados del nivel educativo secundario, que como se vio en el capítulo dos, tiene un cierto desarrollo. ¿Qué hacen esos adolescentes/jóvenes cuando finalizan su secundario? ¿Se emplean en la propia Quebrada, en actividades turísticas o no? ¿Deben emigrar ante la

falta de oportunidades locales o porque compiten en desventaja con jóvenes inmigrantes?

¿Emigran a San Salvador para seguir sus estudios superiores?

Según los resultados del informe realizado por Alpa Tour Consultora en diciembre de 2016, en la región de la Quebrada y Puna Jujeña más del 60% de los jóvenes consultados consideran que los estudios que están realizando o han realizado no son adecuados para incorporarse al medio laboral y que sus conocimientos técnicos o profesionales no son suficientes para incorporarse al medio profesional que les interesa. Además, alrededor del 80% considera que antes debería ser importante su acercamiento a la práctica laboral para incrementar sus oportunidades de empleabilidad, algo que no ocurre, menos en el medio local y regional. La mayoría no se siente optimista cuando se les pregunta si creen que sus estudios les van a servir para encontrar un trabajo que les guste y que esté bien remunerado; sólo el 33% cree que lo conseguirá, especialmente entre quienes están cursando o han terminado estudios superiores.

Más del 80% cree que los organismos de las administraciones públicas del Gobierno “no hacen nada”, hacen “poco” o “lo justo” o lo que hacen “es insuficiente”. La tasa de desempleo juvenil aumentó un 41% en la región. Por cada adulto sin empleo hay 4 jóvenes que lo están de manera permanente.

Cada vez son menos los que siguen buscando un trabajo seguro y estable, relacionado con sus estudios y en su lugar de residencia; un 45% del total considera que hoy en día sus oportunidades son peores comparadas con las de sus padres.

Entre las principales posibilidades que se plantean a corto plazo es “trabajar en lo que sea”, “depender económicamente de su familia” o la mayoría ve entre “algo” y “muy probable” la posibilidad de hacer changas. Un número significativo acepta que tendrá que emigrar por “necesidad” laboral o “trabajar en lo que sea”, además prefieren estar contratados por cuenta ajena y así asegurarse cierta estabilidad y un sueldo fijo al mes. Sólo el 11% de los encuestados estaría dispuesto a trabajar por cuenta propia para poder realizar tareas que les permitan autorealizarse, ser más independientes y tener la libertad para elegir el lugar y el tiempo de trabajo. Lo cierto es que las exigencias han cambiado hacia la valoración de un empleo relacionado con sus estudios (Alpa Tour Consultora, 2016a).

“Acá en Tilcara existe la tecnicatura en turismo, por lo regular va dirigido a formar guías turísticos y recepcionistas, tengo amigos que cursan, pero en mi opinión al joven quebradeño no le gusta mucho interactuar con el turista; por naturaleza es tímido, introvertido. Lamentablemente la juventud de la quebrada no le presta mucha atención al turismo; estudian turismo para ver si hay mayores oportunidades porque el pueblo está lleno de profesores de

literatura e historia, ya que esas son las tecnicaturas que llevan más tiempo” (Fernando, joven residente de Tilcara, comunicación personal 31/1/2017).

“La mayoría de los jóvenes se dedica a hacer changas o a trabajar en las quintas, en albañilería, atendiendo negocios o en lo que salga; los que pueden se van a la ciudad (San Salvador de Jujuy) a estudiar allá enfermería o la uni...y si tienen más plata los padres los mandan a Tucumán, pero una vez que se van son muy pocos los que vuelven al pueblo” (Sebastián, joven residente de Maimará, comunicación personal 20/2/2017).

“Los jóvenes que tienen recursos se van a estudiar a Tucumán y los que no, se quedan acá trabajando en lo que encuentren, artesanía, albañilería o en la siembra” (Roberto, residente de Purmamarca, comunicación personal 8/2/17).

“La juventud acá en Humahuaca la tiene difícil porque se ven muchos jóvenes sin oficio ni ocupación, están en la plaza drogándose o tomando; casi nadie termina el secundario; algunos se asustan de lo que pasa en Buenos Aires pero acá estamos igual” (Carmen, residente de Humahuaca 17/2/2017)

“Para la juventud que desea aprender hay cursos con salida laboral o perfeccionamientos y la mayoría son gratuitos, también está la escuela técnica que enseña oficios, pero muchos no los aprovechan, prefieren lo fácil y es una pena” (Susana, residente de Maimará, comunicación personal 2/2/2017).

“Sería importante que le den seguimiento al proyecto de la UNJu para que los chicos no se desarraiguen al ir de un lugar a otro fuera de la Quebrada para estudiar” M. Ramírez, directora de la Escuela Primaria Faustino Sarmiento N° 7 de Tilcara (comunicación personal 1/2/2017).

CONCLUSIONES Y REFLEXIONES FINALES

La geografía de un lugar no depende únicamente de su espacio físico sino de la población que se asienta y es por eso que la mirada del territorio de un destino turístico debe ser integral y holística, ya que las bases naturales y la sociedad no son elementos del espacio geográfico aleatorios e independientes; sino engranajes vitales de un sistema sensible y complejo donde solamente se genera sinergia positiva cuando cada uno de ellos se desarrolla de manera plena, interactiva y coordinada en un entorno hostil y cambiante que es modificado constantemente por factores externos e internos.

Las bases naturales

Las bases naturales de la Quebrada de Humahuaca son peculiares, ya que los componentes de su heterogeneidad natural la convierten en un escenario de constante interacción con recursos y características únicas de la región; y esto se debe a la formación geológica antiquísima de sus suelos, las condiciones extremas de su clima y el rol fundamental de su ubicación. La Quebrada es la suma de una serie de procesos geomorfológicos, atmosféricos e hidrológicos que le dieron origen y que diariamente modifican sus paisajes a través de la erosión del viento, el agua y la huella humana. No en vano es denominada la bisagra climática de la provincia de Jujuy, ya que nuestra región asombra a cualquier viajero que la recorre por primera vez porque la altura, el contraste del paisaje y la sequedad del aire dejan a cualquiera sin aliento.

El principal héroe y a la vez antagonista de la Quebrada es el río Grande, ya que a modo de alfarero posee una excepcional capacidad de modelado; provee el riego a las siembras en temporada de sequía cuando las lluvias escasean pero también provoca desastre y muerte cuando su cauce crece y se desborda. El agua representa la dualidad en la Quebrada, ya que se requiere de mucho sacrificio obtenerla para la subsistencia pero cuando los volcanes bajan a través de las laderas hacia los pueblos ratificando la vulnerabilidad y peligrosidad de su ubicación todo a su paso queda estéril; y es que este tipo de desastres naturales son cada vez más frecuentes y violentos en nuestra región. El cambio climático ya es una realidad y se deben de tomar medidas drásticas para preservar la seguridad y calidad de vida de los pobladores quebradeños.

La población

La población es un elemento sumamente importante dentro del espacio geográfico de un destino por lo que por ningún motivo debe de recibir un tratamiento aislado sino reflexivo e inclusivo, por lo que se hace referencia a los principios de la cosmovisión andina en los que el hombre, el paisaje y los elementos de la naturaleza confluyen dentro de la región interactuando y conformándolo dentro de un todo.

Existen muchos estudios que evidencian la influencia del hombre sobre la Quebrada desde hace más de 10.000 años donde los procesos sociales, naturales y espaciales se entrelazan una y otra vez tejiendo la historia; desde los primeros pobladores que se establecieron en nuestra región generando cambios en los suelos para hacerlos más fértiles y al ambiente a través de sus asentamientos aprovechando la heterogeneidad de sus recursos; las reiteradas dominaciones iniciada por los incas, españoles y las batallas por lograr la independencia; los avances en el transporte, la tecnología y el comportamiento de la sociedad quebradeña con el pasar de los años; generando un pesado bagaje cultural que aún permanece hasta nuestros días. El territorio quebradeño es el resultado de una historia socioeconómica particular que se imprimió en el espacio produciendo su actual configuración; misma que intenta explicar la situación presente de la Quebrada como producto de las decisiones que se tomaron en el pasado y que tienen consecuencias hoy.

Es interesante el análisis de la población y el comportamiento de la sociedad quebradeña que ha pasado por muchos estadios que le permitieron avanzar y retroceder en su evolución; como por ejemplo cuando se iniciaron los relevamientos censales de población (1869), 1 de cada 5 jujeños era de la Quebrada. Entre 1869 y 1947 los sucesivos censos dan cuenta de la disminución relativa del peso demográfico de la región: en 1947 el 13,2% de la población de todo Jujuy era de la Quebrada. No es que la población de la Quebrada no creciera, de hecho había triplicado su población en esos 78 años, pero no había logrado seguir el vertiginoso crecimiento demográfico de todo Jujuy, que en ese mismo período había cuadruplicado su población.

Entre 1947 y 2010 la población de la Quebrada sólo creció el 56%. En cambio la población de todo Jujuy se había cuadruplicado en esos mismos 63 años. Como contexto global, la de la Argentina se había multiplicado por 2,5. Es una medida del retraso relativo de nuestra región. En una mirada muy estilizada, de punta a punta, entre 1869 y 2010, el peso demográfico de la Quebrada respecto de todo Jujuy era el más bajo de toda la serie (5,1%), casi un cuarto del que tenía en ocasión de levantarse el primer Censo Nacional de Población, en 1869.

Si bien los últimos resultados censales de población datan de 2010, ya pasaron 6 años, los primeros años de la declaración de la UNESCO no fueron acompañados por un crecimiento demográfico importante: en el último período intercensal de 2001 a 2010 la región creció el 8%, algo menor incluso que en las décadas inmediatamente anteriores pero bastante inferior al logrado durante los 60s.

Todos estos aspectos demuestran que la realidad territorial de la Quebrada de Humahuaca se va modificando y da lugar a otras estructuras y sistemas productivos que, a su vez, van reconfigurando su paisaje pero sin dejar de lado a las bases naturales y su población como elementos vertebrales de esta construcción y evolución del espacio geográfico, desafiando la incertidumbre del futuro y las posibles oportunidades o amenazas que sin duda pondrán a prueba a nuestra región; y dónde no se tiene más opción que reinventarse para subsistir.

Las actividades agropecuarias

Siempre las actividades económicas son parte muy importante de la identidad de la población de un territorio y la Quebrada no es una excepción. Las actividades agropecuarias, así como sus procesos productivos y de desarrollo acompañaron a sus pobladores desde que decidieron establecerse en el territorio; con el paso de los años, las técnicas de cultivo siguieron dos caminos: algunas se fueron perfeccionando y se mantienen hasta la actualidad y otras se perdieron. Aunque las condiciones climáticas son extremas y los suelos deben ser preparados para que sean fértiles y se pueda dar la agricultura; los productos que se obtienen son diversos, de alta calidad y ricos en nutrientes. . La Quebrada tiene importantes ventajas climáticas y geográficas que le permiten una producción desfasada con el resto de las zonas cálidas del NOA.

Los pequeños productores hacen a la identidad económica de la Quebrada, y la agricultura es el sostén de muchas familias; la región cuenta con cultivos andinos que se conservan desde épocas precolombinas, donde se destacan diferentes clases de maíz, incluso más antiguos que los encontrados en México (3.000 años más de antigüedad que los mexicanos); papines y tubérculos, entre otros. La mano de obra se realiza entre los miembros de las propias familias productoras (más del 50% de las familias quebradeñas viven de las actividades agropecuarias) pero en épocas de cosecha, se recurre a la contratación temporal.

La superficie destinada a la producción de frutas, flores y hortalizas es de aproximadamente 2.000 hectáreas. Decíamos en el párrafo anterior lo de la identidad porque el 90% de los productores es o tiene ascendencia indígena. Por lo tanto, perviven en la memoria formas de organización social y de la producción ligadas a la cultura andina.

La actividad agrícola se encuentra bastante diversificada y los cultivos a los cuales se destina la mayor superficie son lechuga, ajo, papa, haba y acelga.

En cuanto a la floricultura, a un invierno crudo, frío y seco, le sucede una primavera donde todo florece. Los tres centros florícolas más importantes son justamente tres de las localidades turísticas más importantes: Maimará, Tilcara y Purmamarca. Las flores ocupan un lugar muy importante. Para su utilización como adorno durante la estación, se las ve en canastas o asoman en bolsas junto a verduras y frutas. Para lucirlas durante todo el año crearon las tulmas, pompones hechos con vellones de llama teñidos con tintes vegetales. Así, siempre el espíritu de la flor está presente.

La ganadería se desarrolla principalmente en los valles y en las serranías de la montaña; ovinos, caprinos y llamas son los animales que más se crían; el 65% son criollos o de raza indefinida y su nivel de producción no es muy alto debido a que no reciben el manejo adecuado. La mayor parte de la producción ganadera es destinada al autoconsumo.

La producción local de camélidos representa sólo el 1,5% de la producción de todo Jujuy, donde la Puna concentra el 90%. Es un pálido reflejo de lo que significaron los camélidos en la Quebrada de Humahuaca durante el período prehispánico. En cambio los caprinos locales representan el 35% de todo Jujuy. Con más intensidad que otras actividades agropecuarias, la ganadera disminuye significativamente, ante las nuevas generaciones que la consideran una actividad muy sacrificada y con retribuciones escasas. Otros factores que afectan su pleno desarrollo son la erosión y la contaminación de sus suelos a través de los agroquímicos y pesticidas que afectan la salud de los pobladores y degradan los agroecosistemas quebradeños; junto a la emigración de campesinos hacia los centros urbanos y la disminución de suelos destinados a tierras de cultivo, transformados hoy en desarrollos urbanos.

Las otras actividades económicas

Entre las otras actividades económicas una de las más sólidas es la construcción, junto con la actividad inmobiliaria se convirtieron en el “gran negocio” de la Quebrada, ya que a partir de la declaración de Patrimonio de la Humanidad se incrementó hasta en 1.000% el valor de las tierras. Esto trajo aparejado un sinnúmero de juicios por la tenencia de los suelos; los impuestos también aumentaron. Se hizo evidente el desorden urbanístico en un sinnúmero de aspectos que no sólo atentan contra la estética del paisaje -elemento esencial en localidades turísticas- sino en la seguridad de sus pobladores. Un claro ejemplo de esto es lo que sucede en Maimará, donde los asentamientos irregulares y los barrios de emergencia proliferaron exigiendo cada vez más derechos y demandas de servicios y donde las autoridades locales y

provinciales no han demostrado vocación por esfuerzos conjuntos para tratar de resolver esta situación, que se replica en toda la región.

La conectividad de la Quebrada – factor esencial para el turismo- es a través de la vía terrestre, ya que el aeropuerto más cercano está ubicado en los alrededores de la capital provincial, a escasos 33 kilómetros. En cuanto a medios de comunicación, se necesita que ya finalicen las obras de fibra óptica para que los poblados quebradeños puedan acceder a servicios de internet de calidad a menor costo. En cuanto a la actividad financiera, Banco Macro es la única entidad financiera de la zona, y opera como una suerte de banca provincial. Hay un cierto desarrollo de la rama de los servicios sociales, tanto de salud como de educación. La cercanía con la capital provincial impide un mayor desarrollo del sector de salud pública, que cuenta con infraestructura (tres hospitales públicos) pero presenta déficit de profesionales; la atención se circunscribe a lo clínico y si los pobladores – y también los turistas- requieren de atención especializada deben trasladarse a la ciudad capital. Los servicios privados de salud son casi inexistentes.

En cuanto a lo cuantitativo y la cobertura, la oferta de servicios de educación en la Quebrada está desarrollada, ya que el 31% de la población (10.989) son alumnos matriculados; lo que significa que el peso de la actividad educativa en nuestra región es importante. El mayor nivel de desarrollo educativo corresponde al primario donde concurren 5.304 niños (48% del total de la matrícula). Le sigue en importancia el nivel secundario, con 4.171 alumnos (38% del total de la matrícula). El desarrollo más incipiente es el jardín de infantes: 1.514 alumnos (14% del total de la matrícula). Como en salud, la oferta de servicios educativos es casi totalmente pública.

Algunos datos sobre empleo

También en la Quebrada el empleo es un tema delicado, con una tasa de actividad del 55% de la población. En las condiciones de empleo pesa mucha la informalidad laboral, debido a que las principales actividades económicas se encuentran condicionadas a la estacionalidad del destino. En la Quebrada se estima que el 35% de la fuerza de trabajo se ocupa en las actividades agropecuarias; el 8 y 11% a la construcción, sectores muy asociados a la inversión de la actividad turística especialmente en materia de alojamiento y gastronomía. El 21 y 19% se encuentra representado por la administración pública y enseñanza; el 27% corresponde al sector del transporte y salud; y en contraposición a lo que sucede en el resto de Argentina sólo el 4 y 6% pertenecen al sector del comercio en la Quebrada.

Los atractivos turísticos

Dar cuenta de la situación actual del desarrollo turístico de la Quebrada de Humahuaca requiere de una recorrida por sus principales atractivos turísticos, acercar algunas cifras sobre sus visitantes y también estar atentos a otras miradas más críticas sobre el funcionamiento actual de la actividad, resultado de una oferta que es la que justifica el viaje y una demanda cada vez más interesada en disfrutarla, pero que viene creciendo no sólo en volumen sino también en variedad.

Como siempre ocurre, la situación actual del turismo en nuestra región no nació de un día para el otro. Para comprenderla hay por lo menos que ver su trayectoria desde más de 80 años atrás, antes del actual fenómeno de turismo de masas. Un buen punto de partida son los ya lejanos 30s, cuando la región contiene algunas villas veraniegas utilizadas por jujeños, salteños y tucumanos de altos ingresos, que pueden transportarse en tren y disfrutar de excursiones y paseos a atractivos como el Pucará de Tilcara o el Cerro de Siete Colores, en Purmamarca. Le siguen los 40s, con un hecho muy importante: la ruta nacional 9 como nueva vía de acceso. De esa época data la colocación del reloj de San Francisco Solano en el Cabildo de Humahuaca. El aporte, siempre para más, de los 50s es la construcción de los primeros hoteles “turísticos” (4 de ellos en Tilcara), los primeros intentos por promover el turismo de invierno para mejorar la marcada estacionalidad, la organización en 1957 del primer festival del Enero Tilcareño y también un icono: la inauguración del Monumento a los Héroes de la Independencia en Humahuaca.

La década de los 60s suma el acceso aéreo con la inauguración del aeropuerto El Cadillal, en los alrededores de la capital provincial y es desde allí que comienza a pensarse y postularse al turismo como opción de desarrollo. Durante los 70s y los 80s la Quebrada funciona especialmente como uno de los atractivos sobresalientes de un viaje al NOA, frecuentemente como una excursión de día completo con salida y regreso a Salta Capital. En esa modalidad es que se desarrollan los servicios gastronómicos, para satisfacer aquello de “almuerzo en la Quebrada de Humahuaca”. Es a partir de 2003 que comienza una nueva etapa, la actual, desde que recibiera la distinción de la UNESCO como *Patrimonio de la Humanidad*.

El esquema básico de atractivos es siempre el mismo: naturaleza y cultura, tal la denominación del reciente libro de S. Figoni Prado y que tanto inspiró nuestro trabajo de investigación. Siempre, el Cerro de Siete Colores es el icono de la región, instalado desde hace décadas en el imaginario social.

Uno de los ejes es entonces el paisaje natural, en un circuito que suele recorrerse de sur a norte entre 2.200 y 2.900 metros de altura. El otro es la cultura, con testimonios del pasado

como el presente en costumbres actuales. Costumbres prehispánicas y ritos precoloniales, junto a la importante presencia de la Iglesia (católica) durante el largo período colonial, con celebraciones donde participa todo el pueblo, como el caso de los misachicos, el culto devoto a los difuntos, los pesebres vivientes, la Semana Santa, el culto a la Pachamama, y el Carnaval. Desde lo institucional, de los 27 monumentos nacionales, la mayoría MHN, con que cuenta todo Jujuy, 13 están localizados en nuestra región: 6 en Tilcara, 4 en Humahuaca y 3 en Tumbaya.

El circuito permite visitar/experimentar (lo que cada uno pueda y prefiera) tanto paisajes naturales como cultura de 10 localidades turísticas de entre 500 (la más pequeña: Uquía) y 12.000 habitantes (la más grande: Humahuaca). Son ellas: Volcán -en el inicio de la Quebrada-, Tumbaya, Purmamarca –esencia de los paisajes de la región y con su Cerro de Siete Colores-, Maimará -con su Paleta del Pintor, el lugar más fotografiado de nuestra región-, Tilcara -en el centro de la Quebrada y la base más utilizada para las visitas-, Huacalera, Uquía, Humahuaca, Tres Cruces y Santa Ana.

Entre los atractivos turísticos tampoco pueden dejar de mencionarse algunos que aunque fuera de nuestra región están íntimamente vinculados con ella por razones de conectividad. Nos referimos a la región de la Puna, contigua a la Quebrada de Humahuaca. Desde Purmamarca y por la Cuesta de Lipán se accede al altiplano, con su salar de Salinas Grandes y Susques, configurando unos de los ejes de acceso a la Puna. El otro eje es la continuación del recorrido desde Humahuaca hacia el norte de la ruta nacional 9, que permite el acceso a Iruya (Salta) pero también la ruta de La Quiaca, última población argentina y cabecera del departamento Yavi, al sur de la frontera con Bolivia.

El otro componente es el calendario anual de festividades, siempre en lugares de interés turístico, algunos de los cuales justifican el viaje, otros hacen que valga la pena desviarse, pero todos por lo menos interesantes.

Algunas cifras sobre turismo

Las cifras disponibles para ilustrar la situación actual del turismo, que provienen de distintas fuentes y están dispersas, merecen una reflexión final. Siguiendo la pauta seguida en otros destinos del país, generalmente no son dadas a conocer por las autoridades turísticas locales, sino especialmente por las provinciales. No es habitual que denoten alguna preocupación respecto de la situación sobre la que se está informando. Siempre son buenas noticias, sobre el momento que se informa y respecto del pasado reciente. Ante la requisitoria periodística, que muchas veces no necesita escuchar a los funcionarios para tener una

impresión general de lo que está ocurriendo, si hay algún hecho que haga poner en duda que todo va bien y mejor que antes, enseguida aparece otro que confirme el optimismo. Como si fuera parte de la cultura oficial del sector, porque era lo habitual hasta el cambio de autoridades de la provincia a fines de 2015 y se continuó con la misma pauta desde 2016, con autoridades políticas de signo bien distinto.

Una suerte de mezcla de marketing y estadísticas turísticas, como si se creyera que dar sólo buenas noticias (más turistas, más gasto, estadía más larga, etc.) fuera una parte importante de la promoción del destino. Y además se informa siempre sobre los momentos “pico” (la alta temporada, el Carnaval, el Enero Tilcareño, la Semana Santa, eventualmente las vacaciones de invierno).

Algunas otras miradas del turismo en la Quebrada

Ahora bien, no se pueden ignorar otras miradas que no se enfocan en los guarismos sino hacia el rumbo que ha tomado nuestra región, visibilizando los fenómenos y efectos producidos por el crecimiento turístico. Estas no son tan positivas como las mencionadas en el párrafo anterior, sino que alertan sobre la fragilidad del destino, su poca capacidad de carga, las disputas por las tierras, el manejo y los réditos del turismo. La región se desarrolla dentro de contextos institucionales débiles, donde las pocas normativas municipales existentes no se cumplen; asimismo la comunicación entre el gobierno municipal y las comunidades es escasa. Otra de las externalidades negativas es la relación entre el turismo y los habitantes. Tuvo un inicio forzado y si bien en estos momentos se convirtió en un aporte seguramente nada despreciable para las economías domésticas, aún genera discordias, ya que los beneficios del turismo seguirán siendo limitados para la comunidad mientras que los visitantes pernoctan lejos de nuestra región. Salta supera ampliamente a Jujuy en materia turística, pero Jujuy tiene el recurso más valorado del NOA, la Quebrada de Humahuaca sin embargo no sabe cómo aprovecharlo.

El uso del territorio quebradeño también tuvo un gran cambio. Ese paisaje bucólico donde pastaban los animales y esas tierras donde se producía alimento hoy son escasas. Desde cualquier sitio elevado se aprecian las nuevas expansiones, en su gran mayoría turísticas; sólo queda el paisaje natural como uno de los elementos inalterados, pero en los centros urbanos se percibe algo latente: “la exclusión”. La población se ha desplazado hacia las zonas periféricas; en las zonas centrales hay gentrificación, ocupadas por zonas de consumo como restaurantes, centros de esparcimiento, hospedajes y hoteles.

Asimismo, resulta preocupante el crecimiento desmedido de lo ajeno a las tradiciones de la Quebrada. Algunos autores describen a lo que se vende en las calles de la Quebrada como un “shopping a cielo abierto”, donde se venden artesanías a granel que se producen lejos de la región. Por eso es imprescindible la puesta en valor y la conservación de las artesanías en lana y barro, aunado a la recuperación de más tierras agrícolas y cría de animales autóctonos; se debe enfatizar que lo que se hace en la Quebrada está bien hecho y vale mucho; pero para lograrlo se necesita una gestión colaborativa por medio de todos los actores sociales.

Desde una lectura crítica, las escalas y temporalidades del patrimonio son puestas en juicio y desde donde surgen cuestionamientos como ¿rescatar la identidad del patrimonio cultural es para los turistas o para los habitantes? Y es que antes el patrimonio intangible se mostraba espontáneo, en estado puro, sin disfraces. Actualmente, la Quebrada tiene un desafío muy grande, ya que es una ruta turística internacional y se deben de lograr acuerdos certeros sobre su futura dirección porque sus valores están en peligro, amenazados por un desarrollo que puede causar daños irreparables. Por lo tanto, una referencia importante en nuestro estudio es que hacen falta osadía de ideas, de creatividad y atrevimiento de proyectos nuevos y distintos. Palabras que inspiran a la acción, pero sin dudas el proceso turístico es complejo; más si el camino no tiene dirección fija y los esfuerzos de sus actores no son conjuntos.

Mirando a los turistas: las motivaciones turísticas

Los motivadores turísticos pueden ser abordados desde distintas perspectivas. Para algunos autores el principal motivador es la necesidad de viajar para salir de la cotidianidad; para otros el verdadero motivador es la necesidad de esparcimiento para la cual el turismo es una buena opción para satisfacer esa necesidad; otros se centran en las razones de ¿por qué viajar?, la elección del destino ¿dónde? y la satisfacción turística; tres elementos fundamentales en la motivación del ciclo turístico. Pero si vamos específicamente al análisis de nuestra región surge como cuestionamiento el siguiente: ¿cuáles son los motivadores por los que los turistas visitan la Quebrada de Humahuaca?

Para intentar dar respuesta a esta pregunta primero se deben de distinguir los posibles motivos que estarían implicados en esta elección. Por un lado se encuentran los de empuje (*push factors*), que representan a las necesidades sociopsicológicas que se ven influenciadas directamente con los motivos intrínsecos que surgen desde el interior de la persona, por lo que son imposibles de ser generalizados, ya que cada individuo/turista es único y particular; pero lo que sí puede afirmarse es que la mayoría de las personas que se sienten motivadas a viajar no lo hacen por un solo motivo en especial.

Dependiendo de la perspectiva que tenga el turista pueden identificarse tres elementos dentro de los factores de empuje: búsqueda, escape y deseo. La Quebrada puede representar cualquiera de estos elementos y a la vez conjugarlos y ser los tres al mismo tiempo; la configuración corresponde al momento y a la experiencia que el turista desee vivir. La búsqueda se encuentra relacionada con la cultura viva que tiene nuestra región, con la identidad de aquello con lo que nos identificamos, el cuestionamiento de quién soy y de dónde vengo, o simplemente la búsqueda de nuevas experiencias que se asimilan como propias. Este aspecto se puede asociar en la Quebrada con la cosmogonía andina, donde se enfatiza que el hombre, la tierra y los elementos de la naturaleza son uno mismo e interactúan todo el tiempo. El escape significa alejarse de la rutina y tomar distancia de lo que hacemos todos los días para entrar en un estado liminal, donde la Quebrada nos ofrece un escenario repleto de costumbres y misticismo que nos invita a emprender el viaje y dejarnos llenar de sus colores, aromas y sabores. Siguiendo esta dirección, los motivos para visitarla, pueden estar fundamentados también por deseos tangibles e intangibles, ya que en nuestra región se pueden experimentar diversas situaciones que le permitirán vivir al visitante aquello que desea. Esto es porque, como se ha evidenciado en este trabajo, la singularidad de la Quebrada de Humahuaca es que rompe con los paradigmas actuales establecidos en este mundo efímero, donde el tiempo y la vida pasan velozmente: la Quebrada tiene un gran recurso intangible que es su “tranquilidad”, privilegiada por quienes la visitan. Asimismo, los visitantes que deseen experimentar emociones como el vértigo, la adrenalina o la fe también pueden hacerlo. Por otro lado, también existen los motivos extrínsecos (*pull factors*), que atraen a los visitantes a conocer la Quebrada. Los más destacados son: la belleza paisajística de la región que brota a borbotones en cada rincón, en cada pueblo, con el valor agregado de la sencillez y la profundidad de sus cielos; los valores y las tradiciones culturales quebradeñas que envuelven a los turistas a través de la calidez de su gente -el sincretismo entre el culto popular y religioso es un punto de inflexión en la Quebrada-. Otros elementos que van ganando terreno son sus sabores: los turistas se interesan cada vez más en degustar, conocer y aprender sobre la “auténtica” cocina quebradeña. Es tal el interés que en los últimos años se produjo una visibilización mundial sobre nuestros alimentos, como por ejemplo la quínoa -declarada por la ONU en 2013 como su año internacional, por ser un “súper alimento”-, el maíz, los papines andinos y el amaranto, que aquí se cultivan y preparan desde tiempos remotos; también desde enero de 2016 en el Museo Regional de Pintura José A. Terry, en Tilcara, se ofrecen talleres de cocina donde visitantes y turistas pueden experimentar la cocina mediante tecnologías prehispánicas usadas para la gastronomía.

Por lo tanto, sería recomendable que se reflexione más sobre la importancia de la preservación de la cultura gastronómica de la región para que las recetas y los nutrientes se conserven y se les dé prioridad ante la invasión del fast food. Los cocineros locales tienen en sus manos, arte, rito y todo ese misticismo que se guarda celoso en el secreto de sus cocinas, porque la comida en la Quebrada juega un papel fundamental en el patrimonio intangible, debido a que su gastronomía se encuentra íntimamente relacionada con las festividades populares. Por ejemplo las comidas que se preparan para celebrar la finalización del período anual de una defunción; las ofrendas para honrar a sus muertos; los tamales, la tijtincha⁶⁴ y los picantes para celebrar a la Pachamama; entre otros. Y es que la textura, sabor y diversidad de sus productos permiten que los turistas puedan saborear un picante o un locro en cualquier momento del año, incluso en pleno verano, debido a la altitud del territorio y las condiciones climáticas; sin que se les vaya la vida en sudor.

Pero hay otros aspectos importantes a tomar en cuenta dentro de los factores de arrastre. Uno es la relación precio/calidad de sus servicios, porque nuestra región ofrece un abanico de posibilidades para los diferentes presupuestos de los turistas que la visitan. Otra es la proximidad o facilidad de acceso, otro de los motivos por el que los turistas la eligen como destino, ya que desde antaño la posición geoestratégica de la Quebrada la convierte en un centro de paso obligado entre el comercio que se realizaba desde Buenos Aires hasta el Potosí. Actualmente, la Quebrada es la puerta de entrada hacia la Puna y la conectividad que posee con Chile y Bolivia permite que los turistas que deseen planificar su travesía por Sudamérica inicien su viaje en la Quebrada; asimismo muchos turistas que visitan la región realizan viajes de compras hacia Villazón (Bolivia) y Chile. Por lo tanto, el peso de los motivos de arrastre es más fuerte y se pueden determinar con mayor claridad que los motivos de empuje, ya que estos se ven influenciados por fuerzas internas.

Era de suma importancia para nuestro trabajo de investigación conocer cuál es la imagen real que tienen los turistas del destino, por lo que a través de los cuestionarios aplicados en la investigación de campo se intentó indagar sobre este tema. La primera fase sobre la formación de la imagen es el proceso de anticipación/planeación del viaje, es decir, cómo supieron del destino mismo. Los cuestionarios reflejaron que el 53% de los visitantes conoció el destino a

⁶⁴ La tijtincha es una comida típica ritual para la celebración de la Pachamama. Para su preparación se eligen los mejores productos cosechados de la propia siembra y la mejor carne carneada en el año del propio rebaño, por lo general, capones. En efecto, los principales ingredientes de la tijtincha son: mazorcas de maíz, maíz con cáscara y/o pelado, habas secas, chalonga y papas. Se denomina chalonga a la carne deshidratada de cordero.

través de internet y las redes sociales (eWOM⁶⁵), lo que evidencia la influencia de la tecnología en nuestra vida diaria, considerada una tendencia muy marcada en la demanda. Los sitios más populares son Instagram, Facebook, Youtube, Airbnb, Couchsurfing, Tripadvisor, Booking, Trivago, entre otros. El 30% lo hizo a través de la recomendación boca en boca, el 10% a través de agencias de viajes y el resto (7%) vía promoción turística. En cuanto al comportamiento y experiencia en destino el 88% de los entrevistados respondió que su experiencia fue “muy buena”, que se suma a otro 18% para el cual fue sólo “buena”. Lo que más ponderaron fue la belleza de sus paisajes, la cultura, la gastronomía y su gente. La última fase, el viaje de vuelta y el recuerdo, forman la opinión final sobre la imagen del lugar, y ésta puede ilustrarse a través de la recomendación de visitar o no el destino. En nuestro caso, el 96,7% de los entrevistados respondió que sí, destacando que lo que más les gustó fue la sencillez y la tranquilidad del lugar y lo que menos les gustó fue la falta de señalización e información turística así como el descuido del medio ambiente.

Mirando a los turistas: algunas cifras sobre los turistas y su evolución

Si bien la importancia de la Quebrada de Humahuaca como destino turístico comenzó mucho antes, es desde fines de los 90 cuando comienza un crecimiento notable, después acelerado desde la nominación por la UNESCO. Hay registros que indican que entre 1994 y 2006 los arribos aumentaron 15 veces, de unos 7.000 a más de 100.000. En los últimos años la llegada de turistas se ha mantenido en constante crecimiento, con incrementos interanuales a ritmo vertiginoso.

En el crecimiento pesan tanto los turistas nacionales como los provenientes del exterior. Los turistas nacionales provienen en su mayoría de la región metropolitana de Buenos Aires, Córdoba, Mendoza y Santa Fe, es decir de las áreas más pobladas del país. Pero también en gran cantidad de la misma región del NOA, especialmente desde Salta, Tucumán y Santiago del Estero. Últimamente se suman visitantes de Chaco y Misiones.

El turismo internacional proviene la mayoría de Europa (Francia, Italia, España, Alemania y Gran Bretaña, en ese orden) y en menor medida, de Estados Unidos. En los últimos años se incrementaron los arribos desde los países limítrofes, especialmente desde Brasil. El peso de

⁶⁵ El eWOM (Word of mouth) o boca oreja electrónico es la forma de comunicación a través de internet producida íntegramente por los usuarios, donde los mismos comentan y dan su opinión sobre los productos/servicios u organizaciones; dicho comentario podrá ser positivo, negativo o neutro y estará disponible en internet a disposición de todas las personas e instituciones.

los turistas internacionales aumentó mucho: en 20 años se cuadruplicó, pasando del 6% en 1994 al actual 25%.

No solo para nuestro trabajo de investigación la falta de estadísticas confiables se constituye en un problema. De hecho, se constituyó en nuestro principal problema. Las disponibles son una mezcla de marketing y estadísticas, casi siempre relevadas en períodos de alta temporada y mostrando que el presente (cualquiera fuera el momento sobre el que se informa) es mejor que el pasado. Tuvimos la impresión que al fin de cada temporada, las autoridades turísticas oficiales compiten por saber a quién le fue mejor. Casi nunca una preocupación, poca predisposición a problematizar la situación. De nuestro trabajo de campo en el verano de 2017 y la consulta a variadas y numerosas fuentes orales surge que en los años más recientes, el turismo nacional estaría creciendo por encima del internacional. Es que el turismo nacional habría sido muy favorecido por el incremento de feriados largos, promovido por el gobierno nacional. En cambio, el turismo internacional, para toda la Argentina, según las cifras difundidas por las nuevas autoridades del Ministerio de Turismo, habría crecido mucho (al doble) durante el período 2003-2011, muy favorecido por la devaluación de principios de ese período. Sin embargo muestra un estancamiento en los últimos 5 ó 6 años. El turismo internacional habría dejado de crecer en la Argentina. Esas mismas cifras muestran un fenómeno muy interesante. La locomotora de ese crecimiento muy importante entre 2003 y 2011 fue el turismo desde los países limítrofes, que creció el 42,7%. En cambio, el resto del turismo internacional (aquí está el europeo, tan importante para la Quebrada de Humahuaca) no sólo no creció entre 2008 y 2015 -en realidad decreció un 8,5%- sino que perdió su peso relativo dentro del turismo receptivo internacional.

El mayor arribo de visitantes se produce en los meses de enero, febrero, marzo, julio y agosto; la temporada alta tiene relación directa con los eventos festivos y las vacaciones. Durante los meses de temporada baja, llegan contingentes de turistas en su mayoría de la tercera edad, que pernoctan entre 2 y 3 noches, permitiendo a las economías familiares generar ingresos en los meses de poca afluencia turística.

Continuando con el análisis de los visitantes que arriban a la Quebrada, el rango etario en el promedio general anual es de “20 a 50 años”. Sin embargo, durante los meses de verano especialmente en el Carnaval, el 34% corresponde a parejas, familiares o amigos y la edad más frecuente va entre los “15 a 35 años”. El resto del año predomina el turismo familiar, con grupos familiares de cuatro personas representando el 45% del total anual de visitantes. Las tendencias crecientes son los contingentes de grupos de tercera edad y el incremento sostenido de adultos jóvenes mochileros. Éstos últimos han generado debates entre los pobladores de la

Quebrada, ya que algunas voces expresan que es beneficiosa su llegada pero para otros no tanto, porque señalan que durante la época carnestolenda provocan desmanes, donde el alcohol y las drogas están presentes; no gastan demasiado, ya que no consumen excursiones debido a que salen de noche y duermen de día.

La organización del turismo en la Quebrada y sus principales actores: los servicios turísticos básicos

Uno de los componentes sustanciales para conocer cuáles son las bases de un desarrollo turístico sostenible es analizar la organización del turismo y quiénes son sus actores. Nuestra región cuenta con una planta turística compuesta principalmente por servicios de alojamiento y gastronomía; el rubro de esparcimiento (agencias de viajes) no se encuentra tan desarrollado como los anteriores.

En cuanto a los servicios de alojamiento, están organizados alrededor de 203 establecimientos, el 58% de la oferta de alojamiento de todo Jujuy. Hay una variedad de tipos de alojamiento, pero el más importante son las 119 hosterías, el 59% del total de establecimientos. De acuerdo a la normativa provincial, se trata de establecimientos de hasta 36 plazas. Le siguen en importancia las 34 residencias, el 17% del total. Según la mencionada normativa, se trata de establecimientos de un mínimo de 8 habitaciones no encuadrables como hoteles, hosterías o moteles. El cuadro se completa con 14 establecimientos de cabañas (9% del total) y 13 hoteles.

El crecimiento en cuanto a establecimientos ha sido espectacular y una respuesta a la designación de la UNESCO. En 1998, antes del boom turístico había solo 18, que se habían triplicado (59) hacia 2005. En la década siguiente (2005-2015) volvieron a triplicarse hasta los actuales 203.

Este crecimiento da cuenta de beneficios tanto cuantitativos como cualitativos, ofreciendo una mayor diversidad en la oferta de alojamiento a los turistas. Pero también de impactos negativos en el territorio, el medio ambiente y la comunidad anfitriona. El inusitado incremento luce desmedido a la luz de las redes de servicios cloacales y de saneamiento, eléctricos y de comunicación. En medio de este proceso, la región fue escenario de conflictos territoriales y de convivencia entre inversores y residentes, algunos de tal envergadura que hasta la fecha siguen sin solución.

En cuanto a las plazas, la oferta actual es de 4.299, de las cuales el 47% (2.034) están en los 92 establecimientos de Tilcara, el 25% (1.085) en los 47 de Humahuaca y otro 19% (807) en los 42 de Purmamarca. Estas cifras de capacidad también ilustran sobre el impacto del arribo

de turistas en distintas localidades y en función de su distinto tamaño demográfico, es decir su cantidad de habitantes. Así, con su capacidad de alojamiento a pleno, situación poco frecuente salvo en los picos de temporada, los visitantes son el 39% de la población local en Purmamarca y el 36% en Tilcara.

La contraparte de este importante desarrollo del sector de los servicios de alojamiento es la baja ocupación anual: 28%, con picos del 36% en Purmamarca y de 33% en Tilcara, lo cual muestra las dificultades para su plena utilización, muy asociadas a una marcada estacionalidad. Moderar la estacionalidad aparece como uno de los principales desafíos hacia el futuro de la actividad.

La gastronomía quebradeña es otro elemento clave para diversificar la oferta turística y estimular el desarrollo local y regional. La oferta actual es variada e incluye tanto restaurantes como casas de comida, casas de té, bares y peñas folklóricas, pero los sabores de la Quebrada se resumen en los puestos de sus mercados domiciliarios y a la calle, vendedores ambulantes y ferias en las plazas en donde se ofrecen desde hierbas medicinales hasta platos elaborados. Existen opciones para todo tipo de paladares y presupuestos, ya que en los últimos años los restaurantes de diseño o gourmet son tendencia, fusionando sabores locales con técnicas de cocina internacional.

El crecimiento del sector es significativo pero luce menor que el reseñado para el alojamiento. Según Tripadvisor, un buscador muy utilizado por los turistas a la hora de decidir dónde comer, hay 93 restaurantes recomendables, 46 de ellos en Tilcara y 27 en Purmamarca. En 2014 la Secretaría de Turismo de Jujuy creó el Registro Único Provincial de Establecimientos Gastronómicos Turísticos, a fin de cuidar y comprobar que se proceda garantizando la excelencia en la prestación del servicio. Sin embargo, sólo 7 establecimientos de la región están inscriptos, 6 de los cuales son de Tilcara. El programa ofrece a los inscriptos apoyo para su promoción y difusión y también beneficios en materia de formación y capacitación. La magra respuesta empresaria tiene que ver con sus temores a la fiscalización, que asocian a inspección, vigilancia o control.

De las entrevistas surge el temor de los empresarios ante los organismos de recaudación fiscal (AFIP y Rentas), especialmente en materia de cargas sociales para los allí ocupados. El trabajo en negro es una estrategia muy mencionada para aumentar su competitividad. Da la impresión que si los empresarios cumplieran todas sus obligaciones, tanto de impuestos como de contribuciones, que la normativa vigente exige, directamente el negocio gastronómico no sería rentable.

Como ya se mencionó más arriba, la gastronomía es un segmento especialmente importante para las comunidades rurales de la Quebrada, ya que presenta una ventaja comparativa a la hora de servir platos tradicionales, dada su proximidad a las tierras productoras de alimentos. Gastronomía y agricultura regional son dos eslabones que pueden y deben beneficiarse mutuamente, más allá de su expresión actual.

En la cocina quebradeña sobresalen los sabores ancestrales, la gastronomía es un refugio de tradiciones. En sus hornos de barro se cocinan locros, picantes, tamales y humitas. En la cocina sobresalen los sabores picantes, el maíz como base, pimientos, papa andina y carne de llama, con la cual se elaboran varios platos y fiambres. En todas las localidades se elaboran panes y dulces caseros, quesos y quesillos (especialmente de cabra) producidos con técnicas artesanales, chivito, corderos asados y por supuesto empanadas. Pero como casi siempre en gastronomía, hay bastante margen todavía para aumentar no sólo la calidad de la cocina, sino el servicio y el ambiente donde se sirve.

Como se dijo, el boom turístico que se ha producido en la región ha impulsado que el rubro gastronómico crezca, se diversifique y ofrezca opciones para todos los bolsillos. En este marco, la comida rápida es una buena opción ya que permite dar a conocer los sabores de la Quebrada a un buen precio. En los últimos años, la tortilla casera gana terreno en las tardes/noches quebradeñas, ofrecidas en las calles que llevan a una plaza central. Sólo harina, sal y grasa para la masa, que se cocina en parrillas con brasas. Finitas y bien crujientes, se entregan listas para acompañar el mate. A la versión original se le suma más recientemente otra “para los turistas”, con relleno de queso y jamón o de dulces.

El cuadro gastronómico se completa con las bebidas de altura. Desde hace algunos años se viene desarrollando localmente la actividad vitivinícola, con vinos de alta gama. Se denominan *vinos de extrema altura*, ya que los viñedos están ubicados a una altitud y condiciones límites para la vinificación, a 2.670 msnm. Hay tres bodegas, ubicadas en localidades como Maimará o Huacalera, pero todavía no son una opción para las visitas turísticas.

Las agencias de viajes localizadas en la Quebrada son 9, 5 de ellas en Tilcara. En toda la región, en los primeros años del boom turístico (2006) había solo 1. Las excursiones que ofrecen son de día entero, un paseo de 9 horas en promedio. Algunas incluyen la Puna, sea Salinas Grandes (vía Purmamarca) o el recorrido hacia La Quiaca/Villazón, que incluye Yavi. En todos los servicios turísticos aquí presentados se ve que las oportunidades laborales generadas por ellos fueron aprovechadas tanto por los residentes locales que ya vivían allí antes del boom turístico, como por empresarios y trabajadores de afuera. Entre los de afuera

tiene igual peso los del resto de Jujuy, el resto de NOA y el resto del país. El peso del resto del país (extra NOA) es más importante entre quienes están al frente de las unidades económicas que entre su personal.

De las entrevistas realizadas surge un clima bien optimista. El 75% respondió que en 2016 le había ido bien o muy bien, mucho o bastante mejor que en 2015. Conviene recordar que durante ambos años -2015 y 2016- la economía argentina atravesó una recesión importante. El futuro inmediato (2017) se ve también con optimismo pero mucho más moderado.

La organización de la actividad turística y la calidad turística

A instancias del Ministerio de Turismo de la Nación existen desde hace pocos años algunas iniciativas en materia de calidad. Su puesta en práctica indica que el proceso de problematización de la situación actual, de cara al futuro, ha comenzado. El camino a recorrer luce sinuoso porque la mayoría de los responsables de los servicios turísticos sostiene que la calidad es “buena o muy buena”, tanto cuando se refieren a su propio servicio como al de los demás.

La institucionalidad: la esfera de lo público y de lo privado

Desde hace algunos años pareciera que la sinergia entre el sector privado y el público forma parte de la cultura del sector. Por lo menos así se viene proclamado por lo menos desde hace diez años por los máximos dirigentes nacionales tanto del sector público como privado. La Cámara Argentina de Turismo ha sido un tenaz portador de esta concepción, planteando que sólo es posible desarrollar el turismo en Argentina si se construye esa sinergia. La entonces Secretaría de Turismo de la Nación primero y el Ministerio de Turismo -con su mismo titular- después, fijaron eso como uno de los ejes de la política sectorial. Debe reconocerse que se avanzó mucho en el plano de la institucionalidad, por lo menos en los elementos que prevé la Ley Nacional de Turismo, concebida y sancionada en ese período. Un observador imparcial señalaría que se los ve trabajando juntos, con intereses compartidos. Da la impresión que no ocurre lo mismo a nivel local. Una posible explicación es que justamente, la pugna de intereses se expresa con toda su riqueza a nivel local. Los intereses privados se expresaron con toda su fuerza, estimulados por la oportunidad de nuevos negocios. Hicieron casi lo que quisieron, su único límite fue el funcionamiento del libre mercado. El interés público, expresado en las autoridades oficiales, estuvo casi ausente, asistiendo casi con pasividad a tremendo desafío. No pareciera ausencia de política pública

sino toda una política. Ni siquiera las inversiones públicas necesarias para hacer sustentable ese esfuerzo privado.

Los resultados están a la vista e intentaron ser reseñados en este estudio. Los buenos, que no son pocos, y los otros, que tampoco son pocos. Una más apropiada institucionalidad está pendiente.

La mayor agrupación de operadores turísticos y profesionales locales es la Asociación de Turismo de Quebrada de Humahuaca y Puna Jujeña, que nuclea a 35 emprendimientos turísticos. No son pocos miembros, pero claramente menos que lo que se sería deseable y necesario para una acción de conjunto. Con sólo comparar esta cifra (35) con la cantidad de prestadores de servicios de alojamiento y gastronomía, se evidencia que todavía hay mucho camino por recorrer en materia de institucionalidad del sector privado. La Asociación fue consolidando su posición como actor de peso, en desafío a la Cámara de Turismo de Jujuy, en materia de representación de los intereses empresarios. La Asociación tiene cierta capacidad de controlar e imponer condiciones al poder político local, dado su condición de importantes contribuyentes fiscales. En cambio, la Cámara de Turismo de Jujuy nuclea principalmente a los servicios turísticos más tradicionales, que organizan excursiones de día completo a la Quebrada, partiendo desde San Salvador o Salta. La Cámara agrupa principalmente a los prestadores que comercializan en la capital de la provincia, aunque en los últimos años incorporó más prestadores provenientes del destino.

Nuestro trabajo de investigación contribuye a hacer evidente que se necesitan imperiosamente dos cosas: políticas y planificación. Si bien la formulación de la política es claramente una facultad del Ministerio de Cultura y Turismo –así está establecido en la normativa vigente-, esa política requiere, para que el desarrollo turístico a conseguir con esa política sea sustentable, se acuerde con el sector privado. Si sólo de acuerdos entre las autoridades públicas y el sector privado pueden surgir políticas sustentables, hay un requisito previo y es que el sector privado discuta internamente opciones de política turística para la región. Pero además, de nuestro trabajo de investigación surge la necesidad de poner en marcha – antes que sea tarde- un proceso de planificación, que también, para que sea sustentable, debe tener en cuenta a todos los actores.

La contraparte de la institucionalidad privada es la institucionalidad pública, y a nivel regional, los gobiernos locales son –cada uno de ellos- un actor importante. Tanto las intendencias, para las localidades de al menos 2.000 habitantes, como las comisiones municipales, para las localidades de menor tamaño, pueden ser y son completamente autónomos. En Humahuaca, Tilcara, Tumbaya, Purmamarca, Huacalera, Volcán y Maimará

hay intendentes electos, con muchas facultades de importancia para el turismo. En la medida que haya desacuerdos básicos entre ellos respecto de las cuestiones sensibles para el turismo, el desarrollo regional se hace no sólo difícil sino poco sustentable.

Además, cada municipio, al ser autónomo, se organiza en materia turística de manera independiente, mediante secretarías o direcciones. La relación con el sector privado en muchas ocasiones se torna tensa, como no podía ser de otra manera cuando desde algunos sectores de las autoridades públicas locales se sostiene que “los empresarios usufructúan un lugar que no les pertenece” haciendo referencia a que “el 90% de los prestadores provienen de fuera de la Quebrada de Humahuaca”. Son este tipo de visiones las que conspiran contra un desarrollo turístico sustentable.

Un nuevo actor: la universidad

La anunciada intención de la Universidad Nacional de Jujuy de abrir una sede en nuestra región no puede sino concitar apoyo y esperanzas. Esto se enmarca en una visión universitaria de una institución de educación superior que sale al interior, que tenga en cuenta las necesidades de la zona y también, más cercana a la gente. Que esto se reduzca solamente a la creación de una Licenciatura en Turismo –ya aprobada por el Ministerio de Educación– puede ser un paso en falso. Que el Observatorio de la Actividad Turística, dependiente de la Secretaría de Turismo de Jujuy, sea apoyada por la UNJu es un paso importante y en la dirección deseada.

La comunidad “anfitriona”

Con respecto a la comunidad “anfitriona”, se debe mencionar que la cuestión de los habitantes de la Quebrada es delicada. Ya desde la revisión bibliográfica se percibió cierta distinción entre los residentes pre-boom turístico y los nuevos residentes que se radicaron allí con sus emprendimientos y los cuentapropistas que trabajan en las diversas vertientes que generó la nueva economía; aunque ya llevan varios años, se sugieren algunos rasgos de xenofobia ante los inmigrantes. Durante la investigación de campo la distinción fue aún más evidente. Algunas de las posibles razones sobre el recelo hacia los foráneos que se explicitaron en los testimonios, hacen referencia a que con la vorágine del turismo arribaron a la Quebrada muchos oportunistas que “sólo vinieron a hacerse la América y se fueron”. De los cuatro actores, la comunidad -desde su propia perspectiva- se presenta como la más “vulnerable”, debido a que el proceso de desarrollo turístico trajo aparejado impactos negativos sobre la vida de sus pobladores. Algunos de ellos son la poca preparación de los

locales y lugares receptores para la gran afluencia de visitantes, sumados a conflictos socioeconómicos por la venta indiscriminada de tierras y títulos de propiedad destinados al turismo. Señalan la teatralización de sus costumbres y el fomento de pseudo actos culturales con el fin de atraer a los turistas. Especialmente, la depredación del ambiente, así como la sobrecarga en la infraestructura de los poblados y la escasez de recursos para enfrentarla. Se suma la contaminación provocada por la masividad de los turistas en temporada alta y nuevamente, las débiles políticas de protección hacia el medio ambiente. Aunado a esto las consecuencias del cambio climático en su flora, fauna, desastres naturales y la falta de concientización de la misma población sobre los recursos naturales. La lista sigue, se trata de una población preocupada.

Para los lugareños “El afuera” no tiene rostro ni nombre; y los otros “de afuera” son los turistas que pernoctan fuera de la Quebrada, los que vienen solo por el día, solo de paso, y regresan a pernoctar a las bases de sus desplazamientos, la vecina San Salvador de Jujuy o la temida Salta. Muchos años de una organización turística donde la visita a la Quebrada de Humahuaca era una excursión de día desde Salta y que aún hoy tiene cierto peso, aunque en disminución. También se les imputa a “los de afuera” que muchos de los empleos generados por el turismo sean informales y que requieran no demasiada calificación laboral. A ello se debería que la situación de la población aún seguirá siendo “vulnerable”, ya que de esta manera los beneficios recibidos del turismo son muy limitados y “arriesga incluso verse ella misma convertida en un atractivo cuya transformación se desvaloriza o se oculta, a pesar de que se incentiva el turismo en su nombre y en pro de su bienestar” (Bertoncello y Troncoso, 2003).

También existen muestras certeras de que con el esfuerzo de la suma de voluntades, se pueden lograr grandes proyectos exitosos, como los tres ejemplos siguientes:

- Red Puna y Quebrada (organización conformada por más de 30 comunidades aborígenes y campesinas de la Puna y Quebrada), que desde agosto de 2013 abrieron un local en el centro de Tilcara. Es allí donde ofrecen artesanías confeccionadas con materiales originarios (fibra de llama y lana de oveja), usan teñidos naturales, tejidos en telar y a dos agujas, y mantienen técnicas ancestrales en los diseños hechos a mano. Participan 80 artesanos, las comunidades crían llamas y ovejas, esquilan los animales, y hacen manualmente el hilo continuando con la tradición.
- La publicación de libros proyectados, diseñados y materializados íntegramente en la Quebrada como lo son: *Bicentenario de la Batalla de Humahuaca (1817-2017)*. *General Manuel Eduardo Arias*, de L. Vega y *Arte en las Alturas* de S. Figoni Prado,

presentados el 3 de mayo de 2017 en la 43 FERIA Internacional del Libro de Buenos Aires; que sin dudas contribuyen al fortalecimiento del patrimonio cultural de la Quebrada.

- CAUQUEVA, una cooperativa de 102 agricultores que producen y comercializan alimentos naturales; entre sus objetivos, figuran recuperar la riqueza de la agrobiodiversidad de la región y restaurar la práctica de la cultura que siempre han acompañado a estos cultivos.

Da la impresión que es momento de que la comunidad anfitriona se dé cuenta del gran potencial que posee; y también que son los mismos pobladores los que deciden, a través de su voto, quiénes son sus representantes en los gobiernos y sus delegados en el sector público, un actor de gran peso. Algunos entrevistados denunciaron en la investigación, que lo que se hace o se deja de hacer en nuestra región responde a la nomenclatura de los punteros políticos de turno. Por lo que sería bueno que todos los proyectos se enfoquen tanto hacia el beneficio de los pobladores como a la mejora de la experiencia turística. Esto hace necesario que los buenos proyectos continúen independientemente del partido político que gane las elecciones. Una parte importante de la comunidad anfitriona son los jóvenes. Ellos son el presente y futuro de nuestro país y con sus acciones pueden lograr grandes cambios. Como lo menciona la Ley Nacional de Turismo 25.997 “el turismo se desarrolla en armonía con los recursos naturales y culturales a fin de garantizar sus beneficios a las futuras generaciones”. Por eso en nuestra investigación se decidió prestar especial atención hacia este segmento de la comunidad y analizar cuáles son las oportunidades laborales que tienen los jóvenes quebradeños y su relación con el turismo.

Los resultados se obtuvieron a través del cruce de información entre el muy reciente reporte sobre empleo y juventud de la Quebrada y Puna Jujeña realizado por Alpa Tour Consultora (diciembre de 2016) y nuestras entrevistas realizadas in situ (enero y febrero de 2017). La mirada de los jóvenes sobre las oportunidades de empleo en nuestra región no es muy alentadora, ya que el 60% considera que los estudios realizados no son suficientes para incorporarse al medio profesional que les interesa; la tasa de desempleo juvenil aumentó al 41% en el último tiempo y el 45% piensa que las oportunidades de conseguir un trabajo estable son peores a las que tenían sus padres. Muchos piensan que tendrán que emigrar para acceder a un mejor empleo o profesión o resignarse a trabajar de lo que sea, lo que evidencia una desvalorización del empleo en relación a sus credenciales educativas. Para los jóvenes, hay pocas oportunidades laborales de cierta calidad que tengan que ver con el turismo o con

sus actividades conexas. Si la población de la región es de 30.000 habitantes, hay que pensar estrategias que permitan crear unos 300 empleos anuales, unos 3.000 en la próxima década. Es otra dimensión de la sustentabilidad.

Sí debe señalarse que en la Quebrada se dictan cursos cortos de capacitación turística y mejora continua en áreas relacionadas a esta actividad. Ejemplos de ello son la Tecnicatura Superior en Turismo en las localidades de Maimará y Tilcara; la Tecnicatura Superior de Turismo en Hotelería (Humahuaca) y la Tecnicatura Superior en Cocinas Regionales y Cultura Alimentaria (Tumbaya). “Las tecnicaturas son públicas y nacen como una oportunidad de generar espacios para que los chicos de la Quebrada puedan estudiar y poner en valor nuestros productos y nuestras cocinas” (Choquevilca, 2016). Sin embargo, la realidad es que el joven quebradeño por naturaleza es más bien tímido e introvertido y ni interactúa mucho con los turistas ni busca hacerlo, cuanto menos, mejor. Durante el sondeo y las entrevistas directas a los jóvenes pudo determinarse que el turismo no es un tema relevante para ellos; la mayoría de los pocos que cuentan con recursos económicos, deciden emigrar hacia a la capital o provincias cercanas para cursar sus estudios superiores. Por lo tanto, otro de los desafíos para que el desarrollo turístico sostenible en la Quebrada sea inclusivo será proponer herramientas que generen posibles oportunidades de empleo y crecimiento laboral para que los jóvenes apuesten por nuestra región.

Algunas reflexiones finales

Hasta aquí, se ha intentado dar respuesta a las preguntas específicas que se formularon en el planteamiento del problema y las cuales se describen a lo largo de los cinco capítulos del corpus del trabajo; ahora es tiempo de pensar en alternativas más amigables con el ambiente que respondan a una gestión turística responsable. Y para ello, la reciente creación del Ministerio de Ambiente por parte de las autoridades provinciales surgidas de las elecciones de fines de 2015, puede constituirse en una oportunidad no exenta de necesidad. Si bien es cierto que los principios de sostenibilidad se refieren tanto a los aspectos medioambientales, como a los económicos y socioculturales del desarrollo turístico, todo lo que tiene que ver con lo medioambiental merece una atención prioritaria, y por eso postulamos un papel central para el mencionado Ministerio de Ambiente. Lo que sigue sugiere un guión para su intervención. Más arriba y dentro de estas mismas reflexiones finales se abogó por la puesta en marcha de un proceso de organización. La planificación turística debe priorizar dentro de sus objetivos una adecuada distribución de las actividades en el espacio, capacidad de carga turística y usos racionales del suelo. Las directrices que guíen esta planificación deben ser acompañadas por

el ordenamiento territorial. También debe centrarse sobre todo en la conservación de los recursos naturales, ya que son éstos los que posibilitan la práctica del turismo, y aunque es imposible que no se generen impactos negativos por la práctica turística, se deben crear estrategias que causen el menor perjuicio posible.

Los temas específicos que requieren mejoras son: el gerenciamiento de la energía, la disponibilidad y consumo de agua, la calidad del agua para beber, el tratamiento de cloacas, el manejo de residuos sólidos. En las localidades de la Quebrada existen contenedores de residuos (orgánicos, inorgánicos y reciclables), pero están localizados en ciertos puntos públicos como las plazas o el municipio. En los hogares y en los establecimientos de la oferta turística, por lo regular, este procedimiento no se lleva a cabo; la recolección se hace de manera rústica en camiones descubiertos o tractores del municipio. Se sugiere crear un proyecto piloto que involucre a todos los municipios quebradeños, y donde se hagan campañas de concientización sobre la importancia de cuidar el lugar donde se vive. La ventaja que se tiene es que los quebradeños sienten respeto y afecto por la Pachamama, por lo que este valor ya se encuentra en el inconsciente colectivo. Las campañas de concientización se deben de aplicar en todos los ámbitos: en las escuelas, en los municipios, centros vecinales, los centros culturales, la comunidad en general, los establecimientos turísticos e incluso interesar e informar a los turistas sobre este emprendimiento para que ellos también sean parte.

Durante el corpus del trabajo se describieron algunas de las campañas de concientización en épocas de Carnaval, pero éstas deben ser constantes para que el cuidado del medio ambiente se convierta en un hábito y no algo que sucede sólo en ciertos periodos del año. Un caso recurrente en los cementerios de altura que posee la Quebrada, es la excesiva acumulación de residuos por lo que también sería un buen caso de estudio ponerlos en valor a través de este proyecto de manejo de residuos. El viento arrastra todo a su paso y a lo largo de la ruta nacional 9 se observa que los residuos livianos como botellas de plástico, junto a pañales y bolsas, se enredan en la vegetación, especialmente en los cardones y en los churquis por sus espinas. Esto hace que se deban crear campañas conjuntamente con la limpieza del paisaje y no permitir que se arrojen residuos, al mismo tiempo que se verifique que efectivamente las multas existan y se cumplan.

En referencia a los basurales de cielo abierto, deben ser puestos en la agenda pública pronto porque causan daños irreparables al ambiente y todo a su alrededor. Un claro ejemplo de esto es el basural de Huichaira, que se puede apreciar desde cualquier punto alto de Tilcara y especialmente desde sus principales atractivos turísticos, ya que se localiza enfrente del

Pucará y de la Garganta del Diablo. Se debe de dar continuidad a la Gestión Integral de los Residuos Sólidos Urbanos (GIRSU)⁶⁶ para la creación de plantas de reciclaje y tratamiento, ya que muchos de los residuos sólidos tienen gran potencial y pueden ser reutilizados, como es el caso de la recuperación, separación y acopio de los envases de PET. Los recursos naturales más abundantes en nuestra región son la energía solar y eólica, por lo que a través de las energías renovables podrían ser maximizados en beneficio de los habitantes.

Es parte de la política turística que la Dirección Provincial de Gestión Turística de Jujuy – creada por el nuevo gobierno provincial desde 2016- y el Ministerio de Turismo de la Nación, a través de las Directrices de Gestión Ambiental puedan implementar este plan en más localidades de nuestra región. Si bien Tilcara fue la seleccionada para comenzar con este proceso (2017), sería bueno que se replicara a todos los municipios con el fin de atenuar algunos de los impactos producidos.

Una mirada más de mediano plazo no puede dejar de advertir sobre la excesiva concentración territorial de la actividad turística, tal vez demasiado concentrada en Purmamarca, Tilcara y Humahuaca. Pareciera razonable buscar descomprimir un poco estos nodos en temporada alta y evitar la saturación de los recursos y el desgaste que ello genera. Para eso se necesita mayor inversión en infraestructura de servicios en Uquía, Huacalera, Tumbaya y Volcán, localidades que poseen gran belleza y si el turismo ya existente se desarrolla un poco más, podría ser una posible alternativa para su crecimiento socioeconómico. De este modo, los beneficios del turismo llegarían a más comunidades y el desarrollo económico sería más integrado. Una de las tres nuevas direcciones provinciales –la de Desarrollo de Productos Turísticos, con sus dos nuevas subdirecciones provinciales, la de Productos Turísticos y la de Proyectos Turísticos- casi seguro que debería tener ideas al respecto.

Otro factor esencial sería otorgar mayores recursos a la promoción turística. No para aplicarla de manera tradicional sino direccionada hacia nuevas alternativas como el eWOM. También resulta esencial formular un plan de marketing que ponga en valor la fuerza de la gente y la identidad quebradeña. Las campañas de promoción turística requieren que sean enfocadas hacia las nuevas tendencias de la demanda, y a través de la tecnología. Se requiere, por ejemplo, de aplicaciones para teléfonos móviles que contengan información y señalización en diferentes lenguas, a través de GPS e internet. Esta sería una buena solución a la falta de

⁶⁶ El objetivo general de la Gestión Integral de los Residuos Sólidos Urbanos (GIRSU) es mejorar la calidad de vida de la población a través de una gestión ambiental participativa y responsable en el manejo integral de los residuos sólidos domiciliarios.

información y señalización que se evidenció en los cuestionarios aplicados a los turistas. Nuestro estudio ilustra de cómo casi todos los contenidos tratados en la materia Marketing Turístico de nuestra carrera están ausentes. Solo faltaría aplicarlos. Cuando uno está familiarizado con la visión de nuestro conocido autor P. Kotler, vienen ganas de escribirle para recomendarle que seleccione el caso de la Quebrada de Humahuaca para una nueva edición de su tan difundida obra *Marketing Turístico*. Nuevamente debemos apuntar que una de las tres direcciones provinciales recientemente creadas –la de Promoción Turística, con sus dos subdirecciones provinciales, una de Marketing y otra de Promoción– parece ser la agencia estatal para encabezar este proceso. La marcada estacionalidad actual de los flujos turísticos conspira contra el desarrollo sustentable porque evidencia una deficiente utilización de los recursos, tanto físicos y humanos como económicos y financieros. La promoción y el marketing parecen ser los instrumentos adecuados pero antes hay que coincidir por lo menos en tres puntos: i) que la estacionalidad es un problema, ii) que no está en la naturaleza de las cosas, que hoy es así pero podría no ser así, y iii) que debería hacerse algo al respecto, es decir una política que no puede no ser pública.

Para que Jujuy y la Quebrada sean un destino competitivo deben modernizarse en materia de hábitat e invertir en infraestructura que independientemente de los turistas, se provea a los residentes de una mejor calidad de vida. Si realmente se desea crecer en materia turística es importante transformarse en un destino que aunque conserve su identidad cultural se distinga por su calidad turística e innovación, ya que estas herramientas son primordiales para la mejora de las experiencias turísticas de quienes lo visitan.

Si la tendencia es enfocarse en la experiencia de los viajeros, debe hacerse una evaluación crítica de ellas, buscando activamente una retroalimentación para conocer a fondo los problemas que se puedan encontrar y las formas para mejorarlas, y con ellas, el destino. Por eso también es insoslayable la aplicación de encuestas y llevar estadísticas confiables de la procedencia del turismo. Durante nuestra investigación de campo fue interesante ver la reacción de los turistas entrevistados, ya que se sorprendieron gratamente de que se tomara en cuenta su opinión y aprovechaban para manifestar que sería bueno que los municipios los hicieran por iniciativa propia, para autoevaluarse y fomentar la mejora continua. Tuvimos la impresión que nunca nadie les había preguntado nada sobre lo que estaban viviendo como turistas, sobre sus experiencias y menos aún, sobre ellos, que además de turistas son personas (sujetos activos), que entre otras cosas, hacen turismo.

La generación de información estadística oportuna brindaría datos sustanciales a la hora de tomar decisiones; no hay promoción ni marketing sin ellos. Sobre todo para planes de acción

y proyecciones a futuro. Por ejemplo, si se comprueba lo expresado en los testimonios orales recogidos en los centros de información turística sobre el crecimiento de los turistas asiáticos, principalmente chinos, podría realizarse promoción turística a través de su red social QQ⁶⁷ y Wechat⁶⁸, ya que este segmento de la demanda se encuentra muy familiarizado con las últimas tecnologías. No suena alocado incluso, si se tiene éxito, pensar en establecer una Casa de Jujuy en alguna de las ciudades de China, con el fin de posicionar su industria, producción y turismo en el gigante asiático y atraer sus inversores y visitantes a través del Pacífico. Sería espectacular conquistar aunque sea una porción de esos millones de chinos que salen anualmente a conocer el mundo. Así lo intentó la provincia de la Rioja en el mes de marzo de 2017 en Cantón. Otra alternativa sería trabajar en cogestión con las demás provincias del NOA para atraer a estos nuevos potenciales turistas. Como se pregunta siempre la tradicional guía Michelin: nuestro destino y para los chinos ¿justifica el viaje? ¿vale la pena desviarse? ¿es interesante? La Ley Nacional de Turismo fija un ámbito para responder esas preguntas: el Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR). Allí, entre otros, hay representantes del Consejo Federal de Turismo –es decir de las autoridades provinciales de turismo-, y sus voces deberían ser escuchadas.

En otro plano y para fortalecer el desarrollo sociocultural en beneficio de los pobladores de la Quebrada y mejorar el turismo en la región, sería bueno implementar visitas turísticas a las unidades agrícolas atendiendo a la producción, incentivando a la comunidad anfitriona a valorizar su esfuerzo y sentirse orgullosa de continuar con una de las actividades más antiguas que se realizan en la Quebrada, como lo es la agricultura. Los criaderos de llamas, animales domésticos tan emblemáticos de la región, también serían aplicables a este tipo de proyectos, lo que ayudaría a generar ingresos complementarios para los productores y nuevas fuentes de empleo u horas complementarias para los guías. Ya hay clima para poder trabajar

⁶⁷ QQ es una aplicación telefónica que se inició como un servicio de mensajería, pero QQ es mucho más que un Messenger. A través de este programa se puede enviar un e-mail (QQMail), disponer de un disco duro virtual (Wangluo Yingpan), escribir un blog (QQZone), un microblog (Tencent Weibo), escuchar música (QQYinyue), comprar online (Paipai) y jugar en red (QQYouxi). Además, también permite reservar viajes, buscar pareja (QQTongchang) o mantener a una mascota virtual, al estilo del Tamagotchi (QQChoungwu).

⁶⁸ Wechat es considerado en el mundo el fenómeno de las aplicaciones telefónicas, es una red social “All Inclusive”, ya que dentro de sus múltiples funciones lleva años funcionando como una social commerce real. Muchos la consideran como un WhatsApp chino pero en realidad es una combinación de todas las redes sociales y desde ella se pueden comprar y vender productos y/o servicios, enviar dinero a amigos, pagar facturas, se piden taxis, se reservan y pagan viajes, se emiten juicios, se conoce gente nueva. Es casi un sistema operativo desde el que se puede hacer de todo.

transversalmente con investigadores del CONICET, UNJu, las Tecnicaturas Superiores de Turismo y Gastronomía locales, y la cooperación de CAUQUEVA, ya que “la ciencia y el turismo van de la mano y se complementan, los gestores turísticos deben garantizar una explotación racional del recurso que no produzcan impactos en el ecosistema, y que los turistas se vayan con información de calidad y que tomen conciencia y generen un nuevo conocimiento” (Cappozzo, 2017). Asimismo, Cruz (2017) afirma: “estaría bueno que los visitantes se lleven nuestro pasado, nuestra historia, nuestras vivencias diarias y comprueben que con la agricultura se puede vivir”.

Otra avenida a recorrer sería incentivar la artesanía local con el objetivo de fomentar el desarrollo de la producción artesanal promoviendo el rescate de las técnicas tradicionales y revalorización de la cultura a través de las “rutas del artesano”, donde los turistas puedan visitar los talleres y casas de artesanos jerarquizando su profesión y las economías subregionales. Visitas de talleres de cerámica y ollas de barro que tienen un proceso complejo, desde la recolección de la materia prima del cerro, el amasado, modelado de la pieza y proceso de cocción en la tierra. También de tejidos y bordados, donde los turistas podrían conocer el proceso textil desde la esquila, hilado, el teñido hasta el tejido; porque “tejer es atrapar la información del cosmos reconociéndose uno en lo divino y manifestar con aparente simpleza ese complejo manto andino y así nomás tejiendo, así se va comprendiendo que cada planeta en el universo es un cuerpo vivo que funciona en relación a otros cuerpos, bajo un solo latido y que cada estrella es tan sólo un punto, pero un punto indispensable en ese gran tejido” (Tschudi, 2017). Hay espacio para otras opciones, bien diversas: la elaboración de instrumentos musicales andinos; artesanías en piedra; imaginería (escultura) religiosa; elaboración de ermitas; máscaras y diseños típicos; entre otros. Siguiendo esa misma dirección de promover y acercar al turista todo lo que la gente del lugar hace y pueda hacer si es estimulado y valorado, deben de acompañarse los proyectos ya existentes en las localidades quebradeñas como el proyecto de cocineros populares y rutas gastronómicas. La educación es un eje esencial para que los procedimientos turísticos –entendidos como modos de “hacer turismo”- avancen en la región. Si bien durante la investigación de campo se percibieron esfuerzos compartidos por parte de los municipios, el gobierno provincial y nacional en ofrecer capacitación, es importante darle seguimiento y continuidad a estos proyectos. Por lo que sería importante que estos esfuerzos se multipliquen a todas las localidades quebradeñas a través de profesionales del turismo y expertos en temas relacionados directa e indirectamente con él, como referentes de pueblos originarios y oficios populares, historiadores, agrónomos, biólogos, antropólogos, sociólogos, gastronómicos,

artistas plásticos y musicales, entre otros. Todas estas profesiones, entre otras, pueden ofrecer una mirada distinta y valiosa sobre nuestro “patrimonio de la humanidad”.

Asimismo, se debería promover una mayor calidad educativa a niños y adolescentes en materia de educación ambiental, enfocándose en el respeto y la preservación del medioambiente. Hay que motivar esa curiosidad espontánea que tienen los chicos y que comprendan que son parte del territorio y la cultura, por lo que deben sentirse orgullosos de sus orígenes, tal como se afirma en nuestro marco teórico “bienvenido, estas son mis reglas”. Es que no tiene sentido que en la Quebrada se desarrollen proyectos que promuevan los principios de sostenibilidad y turismo, y que ellos estén ajenos a lo que sucede en su comunidad, pudiendo ser agentes de cambio. Quizás de esta manera, no se vayan a las grandes ciudades y el turismo pueda ofrecerles alguna oportunidad de crecimiento también personal que permita a los jóvenes quedarse en su lugar de origen, si así lo desean.

Para investigaciones futuras, se sugiere la aplicación de un sistema de indicadores de sostenibilidad del turismo, que se evidencien en resultados certeros, no sólo en discursos que ofrezcan soluciones “mágicas”, sino en las acciones efectivas, y que se pueda ver, a los ojos de todos los actores intervinientes, los pequeños o grandes logros, y también los retrocesos, que toda acción humana también tiene. El monitoreo y el seguimiento puede ser un instrumento que entusiasme a todos. Lo que llevará sin duda a pensar el desarrollo socioeconómico y territorial de la Quebrada con nuevas perspectivas, que posibiliten una aproximación más acertada a la realidad y con proyecciones de las tareas por cumplir. Siempre a través de diagnósticos hechos en profundidad –nuestro estudio es sólo un primer paso, casi un protodiagnóstico- y con sugerencias para un plan de acción dinámico que posibilite la puesta en valor integral del destino.

Finalmente, desde nuestra lectura fundamentada a través de una mirada crítica, se puede afirmar que el rumbo que sigue actualmente la Quebrada de Humahuaca no es en gran medida sostenible: consideramos que es un destino frágil en peligro. Con pena concluimos que si la Quebrada continúa por este camino, en unos veinte años o menos, ya no habrá Quebrada para las generaciones futuras, ni para nuestros hijos ni para la humanidad. Lo que pudo ser una oportunidad hace 14 años, la declaración de la UNESCO, se transformó en una amenaza. Será fácil echarle la culpa al turismo. Más bien el turismo en mayor escala, tal como lo querían casi todos, desnudó e hizo más visible otros factores, que no son exclusivos del turismo. Sin desarrollo de los mercados es difícil el crecimiento de la riqueza, de todos. Pero sin Estado puede estarse por cumplir aquello de “matar a la gallina de los huevos de oro”. Faltó Estado. No en los servicios sociales. En todo el resto. Faltó planificación, no sólo del turismo. Pero

también faltó sociedad civil. No nos referimos a “la gente” sino a las instituciones, ni públicas, ni privadas.

Pero también nuestro estudio arroja suficiente evidencia que no se trata de un caso perdido. Hay esperanzas, todo puede ser mejor y distinto. Si bien la actuación de sus actores la convierten en un desarrollo turístico “complejo”, donde cada uno de ellos tiene prioridades y necesidades diferentes, para que este destino continúe siéndolo, es primordial que se parta de una misma base, constituida por tres pilares fundamentales: compromiso, educación y trabajo, y donde los objetivos sean conjuntos, reales y alcanzables. Como lo afirmaban los griegos, todo tiene su *kairós*, por lo tanto este es el momento de actuar para que nuestra región no sea devorada por la vorágine del turismo que no conforma a casi nadie. La comunidad anfitriona deberá desempeñar un papel fundamental en este proceso de cuidado, ya que en ella está la responsabilidad de hacer garantizar la preservación de este recurso tanpreciado que es nuestra Quebrada de Humahuaca.

Elevado nuestro espíritu al escribir estas reflexiones finales, tampoco podemos ni debemos olvidar nuestra condición de graduada de Ciencias Económicas y de estar finalizando mis estudios de posgrado en una Facultad de Ciencias Económicas. ¿Cómo financiar algunas obras identificadas como necesarias? Se trata de obras públicas de interés claramente turístico. Sugerimos pensar entonces en el proceso de aprobación de la Ley de Presupuesto del año pasado. También en el dictamen de la Comisión de Turismo de la Cámara de Diputados que llevaba el gravamen a los viajes al exterior (conocido como DNT) del 5 al 10%, justamente para financiar obras de interés turístico en todas las provincias. Finalmente, la Ley de Presupuesto aprobada incluyó una cláusula al respecto pero con un aumento menor, del 5 al 7%. Se estableció que estos fondos sean administrados directamente por el Ministerio de Turismo, de acuerdo a los lineamientos establecidos en la Ley Nacional de Turismo. Sin embargo, son conocidas en el ambiente turístico las dificultades de ese organismo para ejecutar las partidas presupuestarias que le son asignadas. Dificultades de gestión, se dice. Subejecución presupuestaria, dicen los informes de los organismos fiscalizadores de Hacienda.

Así sucedió en 2016, con un presupuesto bastante menor. Trascurrido casi medio año del nuevo ejercicio fiscal, no han trascendido medidas que permitan suponer una mejor gestión del presupuesto sectorial. Justamente uno de los argumentos de la mencionada Comisión de Turismo para incrementar el DNT es que esas obras públicas que necesita el sector pierden prioridad cuando se las compara con otras, más bien grandes obras públicas y que figuran en el presupuesto del Ministerio del Interior y son gestionadas desde allí. Pareciera que la

solución encontrada de asignar los fondos para estas obras de interés turístico para asegurar su prioridad choca con sus dificultades de gestión. Se abre aquí entonces una nueva avenida para que tanto las autoridades del gobierno de Jujuy como los representantes provinciales de Jujuy en el Congreso Nacional muestren un celo especial en aquellas inversiones en nuestra Quebrada de Humahuaca.

BIBLIOGRAFÍA⁶⁹

Fuentes de internet

Agencia de Noticias Redacción ANRED. (2014). *Acto de repudio al Grupo de los Seis, Macri y su reunión en la Sociedad Rural*. Recuperado el 27 de agosto de 2016, de <http://anred.org/spip.php?breve9583>

Alexis Empresa de Viajes y Turismo EVT. (2017). Sitio web oficial. Recuperado el 28 de diciembre de 2016, de http://alexis-evt.tur.ar/norte_argentino_verano_2017_

Alfaro, V. (2016). *La Quebrada ya tiene 13 años como Patrimonio Mundial de la Humanidad*. Recuperado el 05 de septiembre de 2016, de <http://www.eltribuno.info/la-quebrada-ya-tiene-13-anos-como-patrimonio-mundial-la-humanidad-n732870>

Alpa Tour Consultora. (2016). *Informe turístico 2016*. Recuperado el 31 de diciembre de 2016, de <https://www.facebook.com/Alpa-tour-190327187968863/?fref=ts>

AlpaTour Consultora. (2016a). *¿Cómo ven los jóvenes su futuro? en la región Quebrada y Puna Jujeña*. Recuperado el 18 de enero de 2017 de <https://www.facebook.com/Alpa-tour-190327187968863/>

Ámbito.com. (2016). *La Quebrada de Humahuaca desde el turismo vivencial*. Recuperado el 18 de diciembre de 2016, de <http://www.ambito.com/809080-la-Quebrada-de-humahuaca-desde-el-turismo-vivencial>

Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo. (2017). *Portal del Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo*. Recuperado el 02 de febrero de 2017, de <http://www.tourism4development2017.org/es/acerca-del-ano/>

⁶⁹ Dentro de este apartado se incluyen referencias bibliográficas y bibliografías utilizadas para enriquecer el presente Trabajo Final de Maestría.

Argentina. La Agencia de Viajes. (2017). A sala llena se desarrolló en Jujuy el III Encuentro Federal de Calidad. *Revista La Agencia de Viajes. Argentina*. Ed. N. 1468. Año XXIX. Buenos Aires: LADEVI.

Argentina. Ministerio de Turismo de la Nación MinTur. (2011). *Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable Argentina 2016*. Recuperado el 02 de noviembre de 2015, de: <http://www.turismo.gov.ar/plan>

Argentina. Ministerio de Turismo de la Nación MinTur. (2017). *Plan Federal de Turismo*. Recuperado el 08 de marzo de 2017, de <http://www.turismo.gov.ar/plan>

Argentina. Ministerio de Turismo de la Nación MinTur. (2015). *Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable Argentina 2016*. Recuperado el 02 de noviembre de 2015, de <http://www.turismo.gov.ar/plan>

Argentina. Ministerio de Turismo de la Nación MinTur. (2016a). *Puesta en valor del Tren Turístico de Jujuy*. Recuperado el 01 de diciembre de 2016, de <http://www.turismo.gov.ar/noticias/2016/09/06/puesta-en-valor-del-tren-turistico-de-jujuy>

Argentina. Ministerio de Turismo de la Nación. (2016b). Plan integral de gestión. Recuperado el 02 de enero de 2017, de <http://www.turismo.gov.ar/plan>

Argentina. Presidencia de la Nación. (2017). *El Gobierno pondrá en marcha un programa de desarrollo para familias rurales del Norte*. Recuperado el 22 de marzo de 2017, de <https://www.argentina.gob.ar/noticias/el-gobierno-pondra-en-marcha-un-programa-de-desarrollo-para-familias-rurales-del-norte>

Arinfo.com. (2015). *Cómo es la producción rural en la Quebrada de Humahuaca*. Recuperado el 7 de noviembre, de 2016, de http://www.arinfo.com.ar/notix/noticia/08671_cmo-es-la-produccion-rural-en-la-quebrada-de-humahuaca.htm

Asociación de Turismo de Quebrada de Humahuaca y Puna Jujeña. (2017). Sitio web oficial. Recuperado el 01 de enero de 2017, de <http://Quebradaypuna.com/>

Barbini, B. [CONICET Documental]. (2017, abril, 12). Pensando Turismo -Gobernanza Turística-. [Video de Youtube]. Recuperado el 10 de mayo de 2017, de https://www.youtube.com/watch?v=Lqlqi02bMLw&index=11&list=PLKbhmh0_fG5JWqfAZgDUTJT8r2wXrXbye

Benseny, G. [CONICET Documental]. (2017, abril, 12). Pensando Turismo –Playas sustentables-. [Video de Youtube]. Recuperado el 10 de mayo de 2017, de https://www.youtube.com/watch?v=YZKNat0_fi&list=PLKbhmh0_fG5JWqfAZgDUTJT8r2wXrXbye&index=6

Booking. (2017). Sitio web oficial. Recuperado el 04 de enero de 2017, de <http://www.booking.com/country/ar.es>.

Boragno, S. (2016). *San Francisco Solano, en Humahuaca*. La Nación. Recuperado el 11 de diciembre de 2016, de <http://www.lanacion.com.ar/1929516-san-francisco-solano-en-humahuaca>

Calvo, P. (2007). *Quebrada de Humahuaca: paraíso en peligro*. Diario Clarín. Recuperado el 20 de septiembre de 2016, de <http://edant.clarin.com/diario/2007/01/07/sociedad/s-01340333.htm>

Cappozzo, L. [CONICET Documental]. (2017, abril, 12). Pensando Turismo – MACN Bernardino Rivadavia-. [Video de Youtube]. Recuperado el 10 de mayo de 2017, de https://www.youtube.com/watch?v=fmdrf0vSWLs&list=PLKbhmh0_fG5JWqfAZgDUTJT8r2wXrXbye&index=15

Choquevilca, M. (2016). [Clave Argentina]. (2016, noviembre, 5). Clave Argentina: Programa del 05 de Noviembre 2016. [Video de Youtube]. Recuperado el 10 de mayo de 2017, de <https://www.youtube.com/watch?v=sLosxnL-lzA&t=710s>

Confederación Argentina de la Mediana Empresa CAME. (2015). *Temporada 2015: se gastaron \$ 60.048 millones y las ventas ligadas al turismo subieron 4,7%*. Recuperado el 03

de agosto de 2016, de http://www.redcame.org.ar/contenidos/comunicado/Temporada-2015_-se-gastaron-_60_048-millones-y_br_las-ventas-ligadas-al-turismo-subieron-4_7_-1174.html

Confederación Argentina de la Mediana Empresa CAME. (2016a). *Semana santa 2016: los turistas gastaron \$4.045 millones pero las ventas cayeron 4,8%*. Recuperado el 03 de agosto de 2016, de http://www.redcame.org.ar/contenidos/comunicado/Semana-Santa-2016_br_-los-turistas-gastaron-_4_045-millones-pero-las-ventas-cayeron-4_8_.1294.html

Confederación Argentina de la Mediana Empresa CAME. (2016b). *Feriado del 17 y 20 de junio: movimiento muy heterogéneo y pocas ventas en el fin de semana*. Recuperado el 03 de agosto de 2016, de http://redcame.org.ar/contenidos/comunicado/Feriado-del-17-y-20-de-Junio_-_br_-movimiento-muy-heterogeneo-y-pocas-ventas-en-el-fin-de-semana.1313.html

Consorcio para el Desarrollo Sostenible de la Ecorregión Andina CONDESAN. (2016). Recuperado el 25 de mayo de 2016, de <http://www.condesan.org/jujuy/quebrada2.htm>

Cooperativa Agropecuaria y Artesanal Quebrada y Valles Cauqueva. (2016). Sitio oficial de la cooperativa Cauqueva. Recuperado el 10 de septiembre de 2016, de <http://www.cauqueva.org.ar/>

Cruz, J. [CONICET Documental]. (2017, abril, 12). *Pensando Turismo –Cultivos Andinos-*. [Video de Youtube]. Recuperado el 10 de mayo de 2017, de https://www.youtube.com/watch?v=Qrtore9M3RQ&list=PLKbhmh0_fG5JWqfAZgDUTJT8r2wXrXbye&index=10

Definición.com (2016). *Definición de motivación*. Recuperado el 01 de diciembre de <http://definicion.de/motivacion/>

Dirección Provincial de Estadística y Censos DiPEC, Gobierno de la Provincia de Jujuy. (2016). *2013 Anuario estadístico provincia de Jujuy*. San Salvador de Jujuy: Autor. Recuperado el 15 de mayo de 2016, de <http://www.dipec.jujuy.gov.ar/anuario.html>

Eizayaga, A. (2007). Enamorados de la Quebrada. *Revista La Nación versión online*. Recuperado el 23 de junio de 2016, de <http://www.lanacion.com.ar/968071-enamorados-de-la-quebrada>

El Diario de Turismo. (2014). *Primera Vendimia de vinos de extrema altura en la Quebrada de Humahuaca, Jujuy*. Recuperado el 31 de diciembre de 2016, de <http://www.eldiariodeturismo.com.ar/2014/04/08/primera-vendimia-de-vinos-de-extrema-altura-en-la-Quebrada-de-humahuaca-jujuy/>

El Jujeño. (2016). *El crecimiento de la actividad turística en Jujuy en temporada invernal*. Recuperado el 25 de diciembre de 2016, de <http://xn--eljujeo-9za.com.ar/2016/08/05/crecimiento-de-la-actividad-turistica-en-jujuy-en-temporada-invernal/>

El Libertario. (2010). *Grandes pérdidas en el sector frutihortícola de Jujuy por las nevadas*. Recuperado el 22 de marzo de 2017, de <http://www.ellibertario.com/2010/07/17/grandes-perdidas-en-el-sector-frutihorticola-de-jujuy-por-las-nevadas/>

El Libertario. (2011). *Tesis presentada en la UNJu analizó debilidades y fortalezas del turismo de Jujuy*. Recuperado el 07 de septiembre de 2016, de <http://www.ellibertario.com/2011/12/24/tesis-presentada-en-la-unju-analisis-debilidades-y-fortalezas-del-turismo-de-jujuy/>

El Pregón. (2016). *Carreras universitarias se impartirán en Humahuaca desde el próximo año*. Recuperado el 29 de diciembre de 2016 de <http://www.pregon.com.ar/nota/15762/carreras-universitarias-se-impartiran-en-humahuaca-desde-el-proximo-a.html#sthash.xi2SOZbJ.dpuf>

El Tribuno Jujuy Online. (2013). *1° datos ESTADISTICOS de afluencia turística, registradas en Humahuaca enero y febrero CARNAVAL 2013*. Recuperado el 15 de diciembre de 2016, de <http://www.eltribuno.info/1-datos-estadisticos-afluencia-turistica-registradas-humahuaca-enero-y-febrero-carnaval-2013-n253584>

El Tribuno Jujuy Online. (2015a) *¡Viajemos por la Quebrada!* Recuperado el 16 de agosto de 2016, de <http://www.eltribuno.info/viajemos-la-quebrada-n512022>.

El Tribuno Jujuy Online. (2015b). *Humahuaca fue otra vez la más elegida*. Recuperado el 23 de noviembre de 2016, de <http://www.eltribuno.info/humahuaca-fue-otra-vez-la-mas-elegida-n511134>

El Tribuno Jujuy Online. (2016a). *Alud de barro causó daños en Purmamarca*. Recuperado el 17 de junio de 2016, de <http://www.eltribuno.info/alud-barro-causo-danos-purmamarca-n671679>.

El Tribuno Jujuy Online. (2016b). *Temor en Tilcara por el alerta de un alud de barro y piedras*. Recuperado el 28 de julio de 2016, de <http://www.eltribuno.info/temor-tilcara-el-alerta-un-alud-barro-y-piedras-n672235>.

El Tribuno Jujuy Online. (2016c). *Etapa final para la fibra óptica en la Quebrada*. Recuperado el 28 de diciembre de 2016, de <http://www.eltribuno.info/etapa-final-la-fibra-optica-la-Quebrada-n745765>

El Tribuno Jujuy Online. (2016d). *Oficializan aumento del salario mínimo*. Recuperado el 12 de septiembre de 2016, de <http://www.eltribuno.info/oficializan-aumento-del-salario-minimo-n715066>

El Tribuno Jujuy Online. (2016e). *Festival Gastronómico Andino en Tilcara*. Recuperado el 15 de agosto de 2016, de <http://www.eltribuno.info/festival-gastronomico-andino-tilcara-n725189>

El Tribuno Jujuy Online. (2016f). *Cuando la comida llega a formar parte de una cultura*. Recuperado el 02 de diciembre de 2016, de <http://www.eltribuno.info/cuando-la-comida-llega-formar-parte-una-cultura-n665154>

El Tribuno Jujuy Online. (2016g). *El Carnaval 2016 atrajo más turistas a la provincia*. Recuperado el 15 de diciembre de 2016, de <http://www.eltribuno.info/el-carnaval-2016-atrajo-mas-turistas-la-provincia-n672661>

El Tribuno Jujuy Online. (2017h). *Alertan contaminación de agua en la Puna*. Recuperado el 27 de mayo de 2017, de <http://www.eltribuno.info/jujuy/nota/2016-11-25-1-30-0-alertan-contaminacion-de-agua-en-la-puna>

Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares EVyTH. (2014). Ministerio de Turismo de la Nación. Recuperado el 01 de diciembre de 2016, de <http://www.yvera.gob.ar/recursos/estadistica/documentos/b87358b5a68e187ca15b7f55af3132e4d2a8696c.pdf>

Falabella Viajes. (2017). Sitio web oficial. Recuperado el 01 de enero de 2017, de <http://www.viajesfalabella.com.ar/especial/escapadas-VueltaNorte>

Gobierno de Jujuy. (2016). *Autoridades provinciales, universitarias y municipales analizaron el plan de desarrollo de la UNJu*. Sitio web oficial. Recuperado el 02 de enero de 2017, de <http://prensa.jujuy.gob.ar/2016/09/09/autoridades-provinciales-universitarias-y-municipales-analizaron-el-plan-de-desarrollo-de-la-unju/>

Gobierno de Jujuy. (2017a). *Registro único de establecimientos gastronómicos*. Sitio web oficial. Recuperado el 01 de enero de 2017, de <http://prensa.jujuy.gob.ar/2016/11/01/registro-unico-de-establecimientos-gastronomicos/>

Gobierno de Jujuy. (2017b). *Jujuy sigue apostando a la calidad turística*. Recuperado el 19 de marzo de 2017, de <http://prensa.jujuy.gob.ar/2017/03/16/jujuy-sigue-apostando-a-la-calidad-turistica/>

Gobierno de Jujuy. (2017c). *Jujuy es cuna de la matriz de la energía del futuro*. Recuperado el 23 de mayo de 2017, de <http://prensa.jujuy.gob.ar/tag/cauchari/>

Guía Vacaciones. (2017). Sitio web oficial. Recuperado el 28 de diciembre de 2016, de <http://www.vacaciones2017.com.ar/jujuy.php>

Hosteltur. (2012). *El turismo gastronómico, oportunidad para revitalizar y diversificar la oferta*. Recuperado el 29 de diciembre de 2016, de http://www.hosteltur.com/121860_turismo-gastronomico-oportunidad-revitalizar-diversificar-oferta.html

Igarzábal, I. (2015). *Largas filas para los cajeros automáticos, una constante*. Recuperado el 10 de agosto de 2016, de <http://www.eltribuno.info/largas-filas-los-cajeros-automaticos-una-constante-n589557>

Infobae. (2011). *Cada vez más extranjeros eligen el NOA como destino turístico*. Recuperado el 01 de diciembre de 2016, de <http://www.infobae.com/2011/05/20/582797-cada-vez-mas-extranjeros-eligen-el-noa-como-destino-turistico/>

Infobae. (2017). *Impactantes imágenes del alud que azotó Jujuy: hay dos muertos y más de mil evacuados*. Recuperado el 15 de enero de 2017, de <http://www.infobae.com/sociedad/2017/01/11/impactantes-imagenes-del-alud-que-azoto-jujuy-hay-dos-muertos-y-mas-de-mil-evacuados/>

InfoJujuy. (2014). *Exitosa campaña de concientización ambiental y limpieza en carnaval*. Recuperado el 05 de agosto de 2016, de <http://www.infojuy.com/item/2352-exitosa-campa%C3%B1a-de-concientizaci%C3%B3n-ambiental-y-limpieza-en-carnaval>

Instituto Nacional de Estadística y Censos INDEC. (2016). *Censos de 1869 a 2010*. Sitio oficial. Recuperado el 15 de julio de 2016, de http://www.indec.gob.ar/nivel4_default.asp?id_tema_1=2&id_tema_2=41&id_tema_3=135

Jujuy al Día. (2015). *Jujuy, ¿líderes o seguidores?* Recuperado el 05 de septiembre de 2016, de <http://www.jujuyaldia.com.ar/2015/12/11/jujuy-lideres-o-seguidores/>

Jujuy al Día. (2016a). *Nuevo escándalo en Jujuy: El intendente de Tilcara se aumentó seis veces su sueldo*. Recuperado el 25 de Septiembre de 2016, de <http://www.jujuyaldia.com.ar/2016/01/25/nuevo-escandalo-en-jujuy-el-intendente-de-tilcara-se-aumento-seis-veces-su-sueldo/>

Jujuy al Día. (2016b). *Los basurales, una tragedia ambiental y un fracaso ético y cultural*. Recuperado el 31 de diciembre de 2016 de <http://www.jujuyaldia.com.ar/2016/01/31/los-basurales-una-tragedia-ambiental-y-un-fracaso-etico-y-cultural/>

Jujuy al Momento. (2015a). *Hospital Humahuaca: Consecuencias por falta de recursos humanos*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2016, de <http://www.jujuyalmomento.com/post/22124/hospital-humahuaca-consecuencias-por-falta-de-recursos-humanos>

Jujuy al Momento. (2015b). *La Quebrada de Humahuaca con reservas hoteleras que superan el 80%*. Recuperado el 10 de diciembre de 2016, de <http://www.jujuyalmomento.com/post/23019/la-Quebrada-de-humahuaca-con-reservas-hoteleras-que-superan-el-80-.html>

Jujuy al Momento. (2017). *El sector turístico también sufrió las consecuencias del alud*. Recuperado el 12 de enero, de <http://www.jujuyalmomento.com/post/62931/el-sector-turistico-tambien-sufrio-las-consecuencias-del-alud.html>

Jujuy Online (2016a). *Tras la nieve en la Quebrada de Humahuaca ¿cómo sigue el tiempo en Jujuy?* Recuperado el 02 de septiembre de 2016, de <http://www.jujuyonlinenoticias.com.ar/jujuy/2016/8/29/tras-nieve-quebrada-humahuaca-como-sigue-tiempo-jujuy-35766.html>

Jujuy Online. (2016b). *Para el Gobierno, el movimiento turístico fue "excepcional" en Jujuy*. Recuperado el 07 de septiembre de 2016, de <http://www.jujuyonlinenoticias.com.ar/jujuy/2016/8/3/para-gobierno-movimiento-turistico-excepcional-jujuy-35075.html>

Jujuy Online. (2017). *La UNJu avanza con expansión académica a Humahuaca*. Recuperado el 19 de marzo de 2017, de <http://www.jujuyonlinenoticias.com.ar/jujuy/2017/3/6/unju-avanza-expansion-academica-humahuaca-40261.html>

Jujuy. Ministerio de Cultura y Turismo. (2017). Sitio web oficial. Recuperado el 01 de enero de 2017, de <http://culturayturismo.jujuy.gob.ar/>

Jujuy. Ministerio de Salud. (2017). *Listado de hospitales y puestos de salud (CAPS)*. Recuperado el 21 de marzo de 2017, de

http://salud.jujuy.gov.ar/wpcontent/uploads/sites/14/2016/05/Establecimientos_de_Salud-2.pdf

Jujuy. Observatorio de la Actividad Turística. (2016). *Anuario estadístico 2015*. Recuperado vía email, el 23 de diciembre de 2016.

Jujuy. Secretaría de Turismo de Jujuy. (2017). Sitio web oficial. Recuperado el 03 de marzo de 2017, de <http://www.turismo.jujuy.gov.ar/region/quebrada/>

Jujuy. Secretaría de Turismo. (2014). *Miembros del “Club de la Excelencia” recibieron sus placas*. Recuperado el 13 de abril de 2017, de <http://www.turismo.jujuy.gov.ar/noticias/miembros-del-club-de-la-excelencia-recibieron-sus-placas>

Jujuy. Secretaría de Turismo. (2016). Sitio web oficial. Recuperado el 02 de enero de 2016, de <http://www.turismo.jujuy.gov.ar/>

Jujuy. Secretaría de Turismo. [Viva Jujuy!]. (2013, noviembre, 28). Soy Pachamama, soy Jujuy, soy jujeño. [Video de Youtube]. Recuperado el 02 de agosto de 2016, de <https://www.youtube.com/watch?v=OnbX4VgXSh8>

Jujuy. Secretaría de Turismo. [Viva Jujuy!]. (2014, mayo, 13). Bienvenido a tu Encuentro - VIVA JUJUY. [Video de Youtube]. Recuperado el 02 de agosto de 2016, de <https://www.youtube.com/watch?v=OVPbKB0jWjU>

La Capital. (2016). *El gasto promedio de los turistas fue superior a los 1.800 pesos*. Recuperado el 16 de diciembre de 2016, de <http://www.lacapitalmdp.com/noticias/La-Ciudad/2016/08/16/299989.htm>

La Gaceta. (2015a). *Cerca de 50.000 personas visitaron Jujuy en la primera mitad de enero*. Recuperado el 28 de septiembre de 2016, de <http://www.lagaceta.com.ar/nota/624170/sociedad/cerca-50000-personas-visitaron-jujuy-primera-mitad-enero.html>

La Gaceta. (2015b). *Tilcara arranca la temporada de invierno con una ocupación hotelera cercana al 100%*. Recuperado, el 07 de julio de 2016, de:<http://www.lagaceta.com.ar/nota/645974/sociedad/tilcara-arranca-temporada-invierno-ocupacion-hotelera-cercana-al-100porciento.html>

La Gaceta. (2016). *Fin de semana largo: cada visitante gastó un promedio de \$ 1.581 diarios*. Recuperado el 16 de diciembre de 2016, de:
<http://www.lagaceta.com.ar/nota/711164/economia/fin-semana-largo-cada-visitante-gasto-promedio-1581-diarios.html>.

La Nación (2015). *Transcripción completa del discurso de Mauricio Macri*. Recuperado el 12 de septiembre de 2016, de <http://www.lanacion.com.ar/1852996-transcripcion-completa-del-discurso-de-mauricio-macri>

La Voz (2016). *Mirá cómo hicieron para llevar 4G a La Quiaca*. Recuperado el 28 de diciembre de 2016, de <http://srvc.lavoz.com.ar/tecno/mira-como-hicieron-para-llevar-4g-la-quiaca>

La Voz del Cerro. (2015). *Jujuy incrementó el nivel de visitas turísticas en un 4%*. Recuperado el 28 de septiembre de 2016, de
<http://lavozdelcerro.com.ar/blog/tag/observatorio-turistico/>

Las 24 Horas de Jujuy, Diario digital. (2017). *Tilcara: campaña carnaval ecológica 2017*. Recuperado el 02 de marzo de 2017, de
<http://las24horasdejujuy.com.ar/index.php/interior/9596-tilcara-campana-carnaval-ecologica-2017>

Maryta. (3 de julio de 2008). *Su camino, canto de mujer quebradeña* [Mensaje de Blog]. Maryta de Humahuaca Blog Oficial (la autora ha adoptado un apodo (nickname) o nombre de pantalla). Recuperado el 16 de agosto de 2016, de
<http://marytadehumahuaca.blogspot.com.ar/2008/07/su-camino.html>.

Mensajero Web. (2017). *El Gobierno inauguró la primera autopista del Plan Belgrano*. Recuperado el 22 de marzo de 2017, de <http://mensajeroweb.com.ar/post/54853/el-gobierno-inauguro-la-primera-autopista-del-plan-belgrano.html>

Microcervecería Aymara. (2016). Sitio web oficial. Recuperado el 28 de diciembre de 2016, de <http://www.cerveza-aymara.com.ar/>

MTB Aventura Salta. (2016). *Excursión a Humahuaca (Jujuy)*. Recuperado el 28 de diciembre de 2016, de: <http://www.mtbsalta.com/es/turismo-salta/Quebrada-de-humahuaca.html>

Navarro, F. [CONICET Documental]. (2017, abril, 12). *Pensando Turismo –Turismo Gastronómico-*. [Video de Youtube]. Recuperado el 10 de mayo de 2017, de https://www.youtube.com/watch?v=6PD6D19XdFk&list=PLKbhmh0_fG5JWqfAZgDUTJT8r2wXrXbye&index=9

Nieva, A. (2012). *La Quebrada tiene problemas de conservación que podrían afectar su valor excepcional*. El Libertario. Recuperado el 12 de Junio de 2013, de <http://www.ellibertario.com/2012/01/09/la-quebrada-tiene-problemas-de-conservacion-que-podrian-afectar-su-valor-excepcional/>

Notinor Jujuy. (2015). *“Salvame Carnaval” una iniciativa de conciencia ciudadana*. Recuperado el 27 de agosto de 2016, de: <http://notinor.com/jujuy/salvame-carnaval-una-iniciativa-de-conciencia-ciudadana/>

Nuevo Diario Web. (2017). *Tilcara recibe el carnaval con la ocupación hotelera colmada*. Recuperado el 02 de marzo de 2017, de <http://www.nuevodiarioweb.com.ar/noticias/2017/02/22/77041-tilcara-recibe-el-carnaval-con-la-ocupacion-hotelera-colmada>

Omaguaca. (2016). *Agosto mes de la Pachamama*. Recuperado el 24 de septiembre de 2016, de <http://omaguaca.blogspot.com.ar/2009/08/agosto-mes-de-la-pachamama.html>

Organización de las Naciones Unidas ONU para la Alimentación y la Agricultura. (2015). *Áreas de riego en la provincia de Jujuy*, (p.12). Recuperado el 06 de septiembre de 2016, de http://www.agroindustria.gob.ar/sitio/areas/prensa/blog/index.php?accion=noticia&id_info=150611130327

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura UNESCO. (2017). *Desarrollo Sostenible*. Recuperado el 12 de septiembre de 2015, de <http://www.unesco.org/new/es/education/themes/leading-the-international-agenda/education-for-sustainable-development/sustainable-development/>

Organización Mundial del Turismo OMT. (2016). *Entender el turismo: Glosario Básico*. Recuperado el 02 de diciembre de 2016, de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

Organización Mundial del Turismo OMT. (2017a). *2017 Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo*. Recuperado el 10 de mayo de 2017, de <http://www2.unwto.org/es/tourism4development2017>

Organización Mundial del Turismo OMT. (2017b). *Sustainable Development of Tourism*. Recuperado el 03 de febrero de 2017, de <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>
Origlia, G. (2016).

Origlia, G. (2016). *Jujuy: algo muy bueno se cocina en la Puna*. La Nación. Recuperado el 05 de diciembre de 2016, de <http://www.lanacion.com.ar/1961474-jujuy-algo-muy-bueno-se-cocina-en-la-puna>

Que Pasa Salta QPS. (2016). *Contundente: en San Antonio de los Cobres prohibieron vender productos peruanos*. Recuperado el 23 de septiembre de 2016, de http://www.quepasasalta.com.ar/noticias/salta_26/contundente-en-san-antonio-de-los-cobres-prohibieron-vender-productos-peruanos_153811

Ramos, C. (2005). *Preocupa el auge del turismo en la quebrada de Humahuaca*. Diario La Nación. Recuperado el 13 de septiembre de 2016, de <http://www.lanacion.com.ar/679487-preocupa-el-auge-del-turismo-en-la-quebrada-de-humahuaca>

Ramos, C. (2007). *Un S.O.S. para la quebrada de Humahuaca*. Diario La Nación. Recuperado el 05 de marzo de 2016, de <http://www.lanacion.com.ar/968071-enamorados-de-la-quebrada>.

Real Academia Española (2014). Diccionario de la lengua española. Recuperado el 29 de Noviembre de 2016 de: <http://dle.rae.es/?id=PwDYZFz>

Rumbo Jujuy. (2016). Sitio web oficial. Recuperado el 29 de diciembre de 2016, de <http://www.argentino.com.ar/rumbo-jujuy-F120EC80E>

Sentí Argentina. (2014a). *Jujuy: 80 mil turistas visitaron la provincia, reflejando un crecimiento del 10 por ciento*. Recuperado el 15 de diciembre de 2016, de <http://sentiargentina.com/jujuy-80-mil-turistas-visitaron-la-provincia-reflejando-un-crecimiento-del-10-por-ciento/>

Sentí Argentina. (2014b). *Jujuy: segunda implementación del programa de calidad turística SIGO, ahora en San Salvador*. Recuperado el 13 de abril de 2017, de <http://sentiargentina.com/jujuy-segunda-implementacion-del-programa-de-calidad-turistica-sigo-ahora-en-san-salvador/>

Soto Giménez, P. (2011). *¿Turismo Sostenible o Turismo Sustentable?* Diario Digital Comodoro Rivadavia, 32. Recuperado el 10 de Junio de 2013, de http://www.diariodigitalcomodororivadavia.com/index.php?option=com_content&view=article&id=2145:iturismo-sostenible-o-turismo-sustentable&catid=79:capitacion&Itemid=58

Télam, Agencia Nacional de Noticias. (2015a). *La actividad turística en Jujuy se triplicó en los últimos 11 años*. Recuperado el 01 de septiembre de 2016, de <http://www.telam.com.ar/notas/201504/101046-turismo-argentina-meyer-destinos.html>

Télam, Agencia Nacional de Noticias. (2015b). *Buena ocupación en los principales destinos, con casi un millón de turistas*. Recuperado el 01 de septiembre, de <http://www.telam.com.ar/notas/201512/129433-ventas-minoristas-turismo-feriado.html>

Télam, Agencia Nacional de Noticias. (2016). *Lanzaron proyecto de tren turístico en la Quebrada de Humahuaca*. Recuperado el 18 de septiembre de 2016, de <http://www.telam.com.ar/notas/201607/156650-tren-turistico-jujuy.html>

Télam, Agencia, Nacional de Noticias. (2017). *La Rioja inauguró la primera casa de provincia en China*. Recuperado el 12 de mayo de 2017, de <http://www.telam.com.ar/notas/201704/185394-la-rioja-casa-china.html>

Todo Jujuy.com. (2015). *Turistas visitan la Quebrada de Humahuaca*. Recuperado el 12 de diciembre de 2016, de http://www.todojujuy.com/todoelinterior/turistas-visitacion-la-Quebrada-de-humahuaca_42329

Tripadvisor. (2017). Sitio web oficial. Recuperado el 04 de enero de 2017, de <https://www.tripadvisor.com.ar/SmartDeals-g294266-Argentina-Hotel-Deals.html>

Tschudi, M. (2017). [Ademas Arte Andino]. (2017, abril, 7). *Tejido Andino*. [Video de Vimeo]. Recuperado el 10 de mayo de 2017, de <https://vimeo.com/214892893>

Turismo 530. (2017). *Con excelente convocatoria se realizó en Jujuy un brillante III Encuentro Federal de Calidad Turística*. Recuperado el 23 de mayo de 2017, de http://www.turismo530.com/noticia_ampliada.php?id=47485&id_seccion=1

Universidad Nacional de Jujuy UNJu. (2016). *Acciones conjuntas con la secretaría de turismo de Jujuy*. Recuperado el 29 de diciembre de 2016 de <http://www.unju.edu.ar/Noticias.php?id=640>

Universidad Nacional de Jujuy UNJu. (2016a). *Gastronomía, biodiversidad y turismo*. Recuperado el 29 de diciembre de 2016 de <http://www.unju.edu.ar/Agendas.php?id=1010>

UNJu Radio. (2016). *Nuevos desafíos para la Universidad Nacional de Jujuy en el 2017*. Recuperado el 31 de diciembre de 2016 de <http://unjuradio.com/2016/12/30/nuevos-desafios-para-la-universidad-nacional-de-jujuy-en-el-2017/>

Volveré Jujuy. (2016). *Los primeros habitantes de Jujuy*. Recuperado el 02 de julio de 2016, de <http://volvareju2juy.com.ar/historia/los-primeros-habitantes/>.

Autores académicos y publicaciones científicas

Alonso, R. (2010). *Historia geológica de Salta y reflexiones sobre los Andes. Breve ensayo de Filosofía de la Geología*. Salta: Mundo Editorial.

Andrade Suarez, M.J. (2011). La formación de la imagen turística desde la perspectiva de la distancia cultural del viajero. Marco teórico y estudio de caso. *Estudios y perspectivas del turismo vol.20 (6)*. Recuperado el 13 de diciembre, de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322011000600001

Ángeles Rojas, L. (2015). Turismo rural como factor de desarrollo en las comunidades de Nuevo Durango y Tres Reyes en el municipio de Lázaro Cárdenas, Quintana Roo, México. (Trabajo Final de Maestría). Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Económicas.

Argentina. Ley Nacional de Turismo 25.997. (2005). *TITULO I Objeto y Principios*, (art. 2). Recuperado el 02 de abril de 2016, de <http://www.turismo.gov.ar/sites/default/files/archivos/ley25997.pdf>

Automóvil Club Argentino ACA. (1961). *Revista Autoclub*, (1). Buenos Aires: Autor.

Baloglu, S. y McCLeary, K. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 26 (4), 868-897.

Barretto, M. y Otamendi, A. (2015). Antropología y Turismo “en los países del Plata” (Argentina y Uruguay). *Revista Pasos*, (vol. 13 no 2). Special Issue Págs. 283-294. Recuperado el 12 de marzo de 2016, de www.pasosonline.org/es/articulos/download/file?fid=57.768

Belli, E. y Slavutsky, R. (2005). *Patrimonio en el Noroeste Argentino*. Buenos Aires: Instituto Interdisciplinario Tilcara, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires.

Benedetti, A. (2015). Breve hodografía histórica de la Quebrada de Humahuaca. *El Ojo del Cóndor, la Revista del Instituto Geográfico Nacional*, (6) 30-35. Buenos Aires: Instituto Geográfico Nacional IGN.

Bergesio, L. Montial, J y Scalone, L. (2012). Territorio imaginado. El caso de la Quebrada de Humahuaca (Jujuy, Argentina). *Pampa. Revista Interuniversitaria de Estudios Territoriales*, año 8, n° 8. Santa Fe: Universidad Nacional del Litoral UNL.

Bertoncello, R. y Troncoso, C. (2003). El Lugar y las redes. Turismo en la Quebrada de Humahuaca (Argentina). *Revista Huellas*, (8)11-38, (p.18). Santa Rosa: Universidad Nacional de La Pampa.

Bianco, S. (2013). *Alteración de la actividad de la colinesterasa sérica y efecto genotóxico como resultado de la exposición a plaguicidas en trabajadores del sector hortícola de la provincia de Jujuy. Argentina*. Beca Informe final académico presentado ante la Comisión Nacional Salud. Buenos Aires: Ministerio de Salud de la Nación.

Blasco Lázaro, M. (2005). Jornada sobre turismo sostenible en Aragón. Recuperado el 07 de marzo de 2016, de <http://www.aragon.es/estaticos/ImportFiles/06/docs/%C3%81reas/EducaSensib/Sensibilizaci%C3%B3nAmbiental/Campa%C3%B1as/TurismoSostenible/PonenciasPresentadas/INTRODUCCION.pdf>

Boman, E. (1908). *Antigüedades de la región andina de la República Argentina y del desierto de Atacama*. En Reimpresión Universidad Nacional de Jujuy (1991), (p. 774). San Salvador de Jujuy: EdiUNju.

Booth, W., Colomb, G. y Williams, J. (2009). *Como convertirse en un hábil investigador*. Barcelona: Gedisa.

Borda, G. (2014). *Estudio de percepción de riesgo a la salud y dinámica de uso de plaguicidas en la localidad de Maimará, provincia de Jujuy*. Residencia de Epidemiología. Buenos Aires: Ministerio de Salud de la Nación.

Buitrago, L. (2012). *El Clima de la Provincia de Jujuy*, (2da edición). Recuperado el 25 de julio de 2015, de

http://www.dipec.jujuy.gov.ar/ag_datosclimaticos/el_clima_de_la_provincia_de_jujuy.pdf

Capece, G. (2012). *Política turística, metodología para su concepción y diseño*. Buenos Aires: Fundación Proturismo

Cardoso Jiménez, C. (2006). Turismo Sostenible: una revisión conceptual aplicada. *El Periplo Sustentable*, (11), 5-21. Toluca: Universidad Autónoma del Estado de México.

Carrillo, J. (1888). Descripción brevísima de Jujuy. Provincia de la República Argentina. En *Serie Jujuy en el Pasado* (1989), (p.172). San Salvador de Jujuy: Universidad Nacional de Jujuy UNJu.

Castaño Blanco, J.M. (2005). *Psicología social de los viajes y del turismo*. Madrid: Thompson.

Castaño Blanco, J.M. Moreno Sáez, A., García Dauder, S. y Crego Díaz, A. (2003). *Aproximación psicosocial a la motivación turística: variables implicadas en la elección de Madrid como destino*. Madrid: Instituto de Estudios Turísticos. Secretaría General de Turismo. Secretaría de Estado de Turismo y Comercio.

Castro, H. y Zusman, P. (2011). Notas sobre la Quebrada. En Novick, A. Núñez, T. y Sabaté Bel, J. C. 2.3, *Miradas desde la Quebrada de Humahuaca. Territorios, proyectos y patrimonio*, (p.124). Recuperado el 15 de septiembre de 2016, de https://www.academia.edu/8262925/Miradas_desde_la_Quebrada_de_Humahuaca_Territorio_patrimonio_y_proyecto?auto=download

Centro de Estudios, Análisis y Documentación del Uruguay CEADU. (2017). *Todo turismo debería ser sustentable*. Recuperado el 21 de marzo de 2017, de http://www.ceadu.org.uy/turismo_sustentable.htm

Chiavenato, I. (2000). *Administración de recursos humanos*. (5a edición). Bogotá: Mc Graw Hill.

Crompton, J.L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-424. Recuperado el 05 de diciembre de <http://reme.uji.es/articulos/numero35/article9/article9.pdf>

Dann, G.M.S. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research*, 4(4), 184-194. Recuperado el 05 de diciembre de <http://reme.uji.es/articulos/numero35/article9/article9.pdf>

Dann, G.M.S. (1981). Tourism motivation: an appraisal. *Annals of Tourism Research*, 8(2), 187-219. Recuperado el 05 de diciembre de <http://reme.uji.es/articulos/numero35/article9/article9.pdf>

Difrieri, H. (1980). *Un modelo de poblamiento colonial, el sector medio de la Quebrada de Humahuaca en el siglo XVIII*. Entregas del Instituto Interdisciplinario de Tilcara (7). Tilcara: Facultad de Filosofía y Letras, UBA.

Einyelov, L. (2016). *Teorías de motivación según Stoner, Maslow, Sexton, Aristóteles y Mahillo*. Recuperado el 03 de diciembre de 2016, de <https://autoamor.net/606-teorias-de-motivacion-segun-stoner-maslow-sexton-aristoteles-y-mahillo.html#ird2ddq2d>

Espósito, G. y Da Silva Catela, L. (2013). “Indios”, “comunistas” y “guerrilleros”: miedos y memorias de la lucha por tierras en las tierras altas de Jujuy, Argentina, *Corpus En línea*, (3), 1. Recuperado el 28 julio 2016 de <http://corpusarchivos.revues.org/224>; DOI: 10.4000/corpusarchivos.224

Estrategia Provincial para el Sector Agroalimentario EPSA. (2012). *Programa de servicios agrícolas provinciales*, (p.50 y 51). Provincia de Jujuy. Resolución del Ministerio de Producción. N° 156/12. Buenos Aires: Ministerio de Producción de la Nación.

Fassio, A. (2015). *Apuntes para desarrollar una investigación en el campo de la administración y el análisis organizacional*. Buenos Aires: Eudeba

Fernández, D., Zelarayán, A. y Failde de Calvo, V. (2012). *SSD QH Sistema de soporte de decisiones de la Quebrada de Humahuaca*. Salta: INTA EEA

Figoni Prado, S. (2013). *Quebrada de Humahuaca, naturaleza y cultura*. Buenos Aires: Tilcarallajta.

Gamboa, E. (2011). *Turismo sustentable: la conciencia socio-ambiental por encima del negocio*. Recuperado el 23 de agosto de 2016 de <http://www.ctys.com.ar/index.php?idPage=20&idArticulo=340>

García Mas, A. García Mas, A. (2005). *La mente del viajero. Características psicológicas de viajeros y turistas*. Madrid: Thompson.

Garmendia, I. (2011). *Turismo y seguridad*. Recuperado 30 de noviembre de 2016, de <http://segurtur.blogspot.com.ar/2011/01/la-necesidad-de-seguridad-entre-las.html>

Gemelli, A. (2011). *Turismo sustentable: la conciencia socio-ambiental por encima del negocio*. Recuperado el 23 de agosto de 2016 de <http://www.ctys.com.ar/index.php?idPage=20&idArticulo=340>

Gisolf, M. (2014). *Motivación en el turismo*. Recuperado el 04 de diciembre de 2016, de <http://www.tourismtheories.org/?p=329&lang=es>

Golovanevsky, L. (2016). *Jujuy: economía y sociedad en una mirada de larga duración*. Recuperado el 17 de septiembre de 2016, de <http://www.vocesenelfenix.com/content/jujuy-econom%C3%AD-y-sociedad-en-una-mirada-de-larga-duraci%C3%B3n>

Gómez Naranjo, M. (2016). *Hacia el desarrollo turístico de Venezuela. ¿Qué se puede aprender de la experiencia argentina? (Trabajo Final de Maestría)*. Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Económicas.

Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación. 6a edición*. México, DF: McGraw Hill/Interamericana Editores.

Igarzábal, A. (1991). Morfología de las Provincias de Salta y Jujuy, *Revista del Instituto de Geología y Minería*, (8), 97–132. San Salvador de Jujuy: Instituto de Geología y Minería.

Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria INTA. (1990). *El Atlas de suelos de la República Argentina*, (Tomo I, p. 731). Buenos Aires: Autor.

Ivars, J. (2003). *Planificación Turística de los espacios regionales en España*. Madrid: Síntesis

Klasman, R. (2008). *Floricultores de Jujuy*. Cátedra de Floricultura. Departamento de Producción Vegetal. Facultad de Agronomía. Universidad de Buenos Aires. Recuperado el 27 de agosto de 2016 de <http://floricultura34.blogspot.com.ar/2008/01/floricultores-de-jujuy.html>

Kotler, P., et al. (2011). *Marketing turístico*, 5.a ed. Madrid: Pearson Educación.

Kuhn, F. (1930). *Geografía de la Argentina*, (p.84). Barcelona: Editorial Labor.

Langer, E. y Conti, V. (1991). *Circuitos comerciales tradicionales y cambio económico en los Andes centro meridionales (1830-1930)*. V.31, 121. Buenos Aires: Desarrollo Económico.

Lara, A. y Gemelli, A. (2012). Cultural Heritage: “lessons learned”; with attention to World Heritage Sites, CABI, en *Responsible Tourism: Concepts, Theory and Practice*. Reino Unido: Dr David Leslie.

Ley Provincial N° 3804/81 y Decreto N° 777 – H. (2009). *Reglamentación hotelera para la Provincia de Jujuy*. Recuperado vía email, el 12 de marzo de 2017.

MacCannell, D. (2003). *El turista: una nueva teoría de la clase ociosa*. Barcelona: Melusina.

Martínez de San Vicente, I y Sabaté Bel, J. (2011). Algunas hipótesis de trabajo. En Novick, A. Núñez, T. y Sabaté Bel, J. C. 2.1, *Miradas desde la Quebrada de Humahuaca. Territorios, proyectos y patrimonio*, (pp.111-113). Recuperado el 15 de septiembre de 2016, de

https://www.academia.edu/8262925/Miradas_desde_la_Quebrada_de_Humahuaca_Territorio_patrimonio_y_proyecto?auto=download

Martínez de San Vicente, I. (2011). Apuntes de Viaje. En Novick, A. Núñez, T. y Sabaté Bel, J. C. 2.1, *Miradas desde la Quebrada de Humahuaca. Territorios, proyectos y patrimonio*, (pp.106-108). Recuperado el 15 de septiembre de 2016, de https://www.academia.edu/8262925/Miradas_desde_la_Quebrada_de_Humahuaca_Territorio_patrimonio_y_proyecto?auto=download

Martínez, R., Golovanevsky, L. y Medina, F. (2010). *Economía y empleo en Jujuy*, (p.13). Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Naciones Unidas.

Mata, S., Fandos, C. y Teruel, A. (2015). Quebrada de Humahuaca. Estudios históricos y antropológicos entorno a las formas de propiedad. *Revista Andes*, (26), 2. Salta: Editorial de la Universidad Nacional de Jujuy-ISHIR-CONICET.

Michelin. (2011). *Guía Verde Michelin. Región Noroeste. Quebrada de Humahuaca*. Buenos Aires: Autor.

Mochón, F. (2008). *Economía y Turismo*, 2da edición. Madrid: Mc Graw Hill

Mourelle, L. (2009). *Malestar en la Quebrada de Humahuaca: activo y pasivo de un patrimonio*. Recuperado el 01 de julio de 2016, de <https://acuarela.wordpress.com/2009/09/12/malestar-en-la-quebrada-de-humahuaca-activo-y-pasivo-de-un-patrimonio/>

Muñoz Razo, C. (2011). *Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis. 2da edición*. México: Pearson Educación.

Nielsen, A. (1999). Por las rutas del Zenta: evidencias directas de tráfico prehispánico entre Humahuaca y las Yungas. En Ortiz, G. y Ventura, B. (2003). *La mitad verde del mundo andino*, (p. 261-284). Investigaciones arqueológicas en la vertiente oriental de los Andes y las tierras bajas de Bolivia y Argentina. San Salvador de Jujuy: Editorial Unju.

Novick, A., Núñez, T. y Sabaté Bel, J. (2011). *Miradas desde la Quebrada de Humahuaca. Territorios, proyectos y patrimonio*. Recuperado el 15 de septiembre de 2016, de https://www.academia.edu/8262925/Miradas_desde_la_Quebrada_de_Humahuaca_Territorio_patrimonio_y_proyecto?auto=download

Núñez, L. y T. Dillehay. (1995). *Movilidad Giratoria, Armonía Social y Desarrollo en los Andes Meridionales: Patrones de Tráfico e Interacción Económica*. Ensayo. Segunda Edición. Antofagasta: Universidad Católica del Norte.

Prats, L. (2003) ¿Patrimonio + turismo = desarrollo? *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, (I-2), 127-136. Tenerife: Universidad de La Laguna.

Prats, L. (2006) "La mercantilización del patrimonio: entre la economía turística y las representaciones identitarias". *PH Boletín del Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico*, (58), 72-80. Recuperado el 25 de mayo de 2016, de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322011000500009

Preston, D. (2003). Los pueblos andinos en el nuevo milenio. En Reboratti, C. *La Quebrada de Humahuaca*. Buenos Aires: Editorial La Colmena.

Reboratti, C., García Codrón, J., Albeck, M., Castro, H. y Arzeno, M. (2003). Una visión general de la Quebrada. En Reboratti, C. *La Quebrada de Humahuaca*. Buenos Aires: Editorial La Colmena.

Reyes Ávila, A. (2002). *Turismo sostenible*. Madrid: IEPALA.

Rojas Mullor, M. (2011). *La idea de progreso y el concepto de desarrollo*. Recuperado el 4 de junio de 2013, de http://www.campusepic.org/file.php/1/Idea_de_progreso.pdf

Romero J. (2003). *Descripción de la Quebrada de Humahuaca*, (p. 10). Recuperado el 10 de junio de 2015, de <http://www.cauqueva.org.ar/archivos/Descripci%C3%B3n-de-la-regi%C3%B3n.pdf>

Rotondaro, R. (2011). Culturas constructivas y arquitectura en la Quebrada de Humahuaca. Persistencias y cambios recientes. En Novick, A., Núñez, T. y Sabaté Bel, J. C. 3.3, *Miradas desde la Quebrada de Humahuaca. Territorios, proyectos y patrimonio*, (p.170). Recuperado el 15 de septiembre de 2016, de https://www.academia.edu/8262925/Miradas_desde_la_Quebrada_de_Humahuaca_Territorio_patrimonio_y_proyecto?auto=download

Sabaté Bel, J. (2014). *Turismo, paisaje y urbanismo: un diálogo necesario*, (p.294). Recuperado el 23 de enero de 2017, de <https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099/14910/3628-517-2-RV.pdf>

Sabaté Bel, J. y Martínez de San Vicente, I. (2011). Notas sobre la Quebrada. En Novick, A., Núñez, T. y Sabaté Bel, J. C. 2.2, *Miradas desde la Quebrada de Humahuaca. Territorios, proyectos y patrimonio*, (p.110 y 111, 113). Recuperado el 15 de septiembre de 2016, de https://www.academia.edu/8262925/Miradas_desde_la_Quebrada_de_Humahuaca_Territorio_patrimonio_y_proyecto?auto=download

Salleras, L. (2011). Territorio, turismo y desarrollo sustentable en la Quebrada de Humahuaca - Paisaje y naturaleza al servicio de la práctica turística. *Estudios y perspectivas en turismo*, (vol.20, no.5). Recuperado el 12 de mayo de 2015, de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322011000500009

Santamaría, D. (2008). El territorio jujeño. En *Dirección Provincial de Estadística y Censos - Provincia de Jujuy*. Recuperado el 02 de julio de 2016, de http://www.dípec.jujuy.gov.ar/ag_territoriojujuy.html.

Seca, M. (1989). *Introducción a la geografía histórica de la Quebrada de Humahuaca, con especial referencia al pueblo de Tilcara*. Cuadernos de investigación (1). Instituto Interdisciplinario de Tilcara. Tilcara: Facultad de Filosofía y Letras, UBA.

Sotelo Cortes, J. (2015). Diversificación de la oferta de turismo de Colombia. Nuevos segmentos de mercado: la ruta de los volcanes en el departamento de Nariño como producto turístico. (Trabajo Final de Maestría). Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Económicas.

Torres, S., González Bonorino, A. y Vavilova, I. (2015). *La Cita y Referencia Bibliográfica*, (3a edición). Buenos Aires: Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales UCES. Biblioteca Central.

Troncoso, C. (2008). Valorización turística de la Quebrada de Humahuaca (provincia de Jujuy). La conformación turística de una oferta turística y los cambios en la forma de ver el destino, (pp. 107, 108, 109 y 119). *Párrafos Geográficos volumen 7*, número 2. ISSN 1666-5783. Recuperado el 02 de Diciembre de 2016, de http://igeopat.org/parrafosgeograficos/images/RevistasPG/2008_V7_2/10-6.pdf

Troncoso, C. (2009). *Turismo y alternativas laborales: convivencias y desavenencias en la definición de la Quebrada de Humahuaca como lugar turístico*, (p.5). X Jornadas Argentinas de Estudios de Población. San Fernando del Valle de Catamarca: Asociación de Estudios de Población de la Argentina.

Troncoso, C. (2012). Turismo, desarrollo y oportunidades laborales en la Quebrada de Humahuaca (Jujuy): Asimetrías y contradicciones. *Geograficando*, 8(8), 61-80. En Memoria Académica. Recuperado el 12 de marzo de 2017, de http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.5485/pr.5485.pdf

Troncoso, C. (2012). Turismo, desarrollo y oportunidades laborales en la Quebrada de Humahuaca (Jujuy): Asimetrías y contradicciones. *Geograficando*, 8(8), 61-80. En Memoria Académica. Recuperado el 12 de marzo de 2017, de http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.5485/pr.5485.pdf

Turner, V. (1973). *The center out there: Pilgrims goal*. In: *History of religion* 12. (pp. 191-230). Recuperado el 12 de diciembre de 2016, de <http://www.tourismtheories.org/?p=329&lang=es>

Vázquez, F. (2006). *Territorio y población. Nuevas dinámicas regionales en el Paraguay*. Asunción: ADEPO.

Walsh, M. (1960). *La vaca estudiosa*. Tutú Marambá, disco de canciones infantiles. Buenos Aires: Edición de la Autora.

ANEXOS

Anexo 1. Cuestionario a establecimientos de la oferta: alojamiento/gastronomía/esparcimiento.

Establecimiento:

1. ¿Desde qué año funciona este establecimiento?

2. ¿Usted está aquí desde entonces o en qué año se incorporó?

3. ¿Cuál es el lugar del cual proviene la mayor parte del personal?

- Quebrada de Humahuaca
- Otros lugares de Jujuy
- Otras provincias del NOA
- Resto del país
- Otros países

7. ¿Cómo se imagina 2017, en comparación a 2016?

- Mucho mejor
- Bastante mejor
- Parecido
- Bastante peor
- Mucho peor

4. ¿Y usted?

- Quebrada de Humahuaca
- Otros lugares de Jujuy
- Otras provincias del NOA
- Resto del país
- Otros países

8. ¿Cómo evalúa la calidad de los alojamientos/
restaurantes/esparcimiento en general en esta localidad?

- Muy buena
- Buena
- Regular
- Mala
- Muy mala

¿Por qué?

1. ¿Cómo evalúa los resultados económicos
de este establecimiento durante 2016?

- Muy buenos
- Buenos
- Más o menos
- Malos
- Muy malos

9. ¿Tiene alguna idea de cómo mejorar el turismo en la Quebrada
de Humahuaca?

- Sí
- No

¿Cuál?

6. ¿Fueron mejores o peores que los de 2015?

- Mucho mejores
- Bastante mejores
- Parecidos
- Bastante peores
- Mucho peores

Anexo2. Cuestionario a turistas que visitan la Quebrada de Humahuaca.

País de Residencia: _____

Edad: _____

Lugar de procedencia: _____

2. ¿Por cuantos noches viene a QH?

- Sólo durante el día
- 1 noche
- 2 noches
- 3 o más noches

3. ¿Cómo se informó sobre este destino?

- Recomendación boca en boca
- Internet/ redes sociales
- Agencias de viaje
- Promoción turística
- Otro

4. ¿Cuál medio de transporte utilizó para llegar a Jujuy?

- Avión
- Autobús
- Automóvil

5. ¿Qué tipo de alojamiento utiliza?

- Hotel
- Hosterías/hosteles/residenciales
- Cabañas
- Camping
- De alquiler/otro

5. ¿Cómo calificaría su experiencia en Quebrada de Humahuaca?

- Muy buena
- Buena
- Regular
- Mala
- Muy mala

¿Por qué? _____

6. ¿Qué servicios cree que deben ser mejorados?

- Alojamiento
- Gastronomía
- Transporte
- Información/servicios turísticos
- No sabe/no contesta

7. ¿Recomendaría visitar Quebrada de Humahuaca?

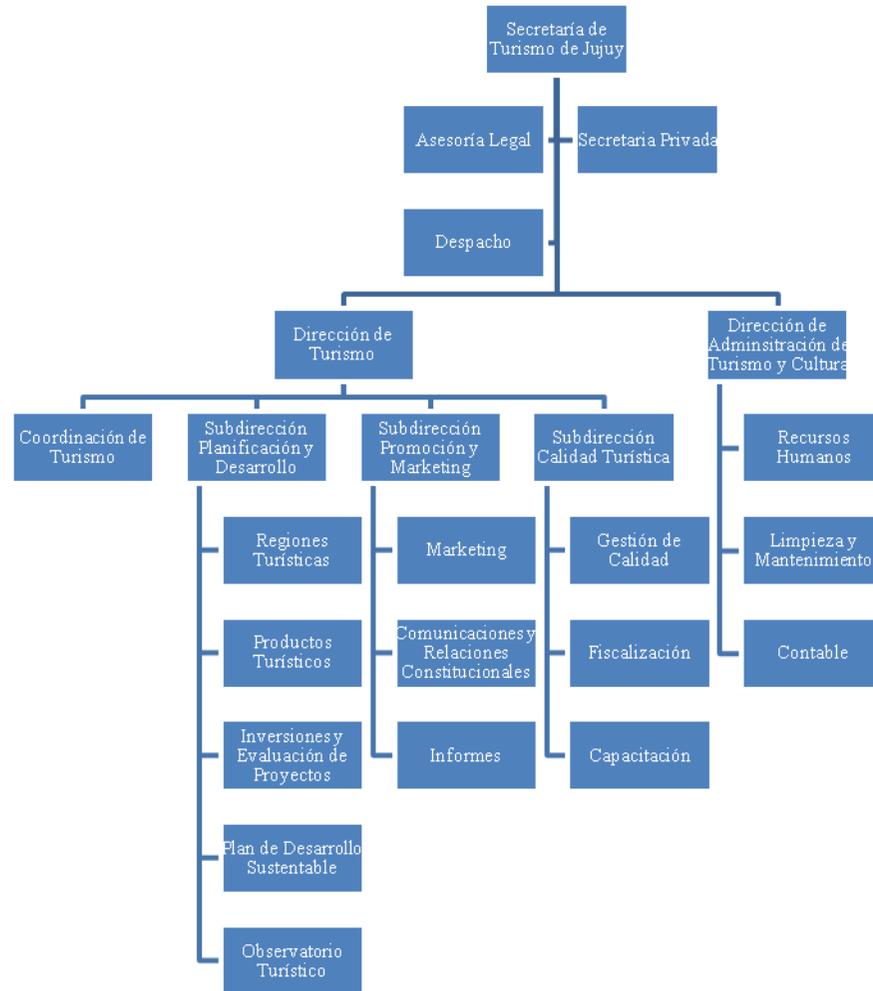
- Sí
- No
- No sabe/no contesta

8. ¿Qué es lo que más le gustó de su estadía en la Quebrada?

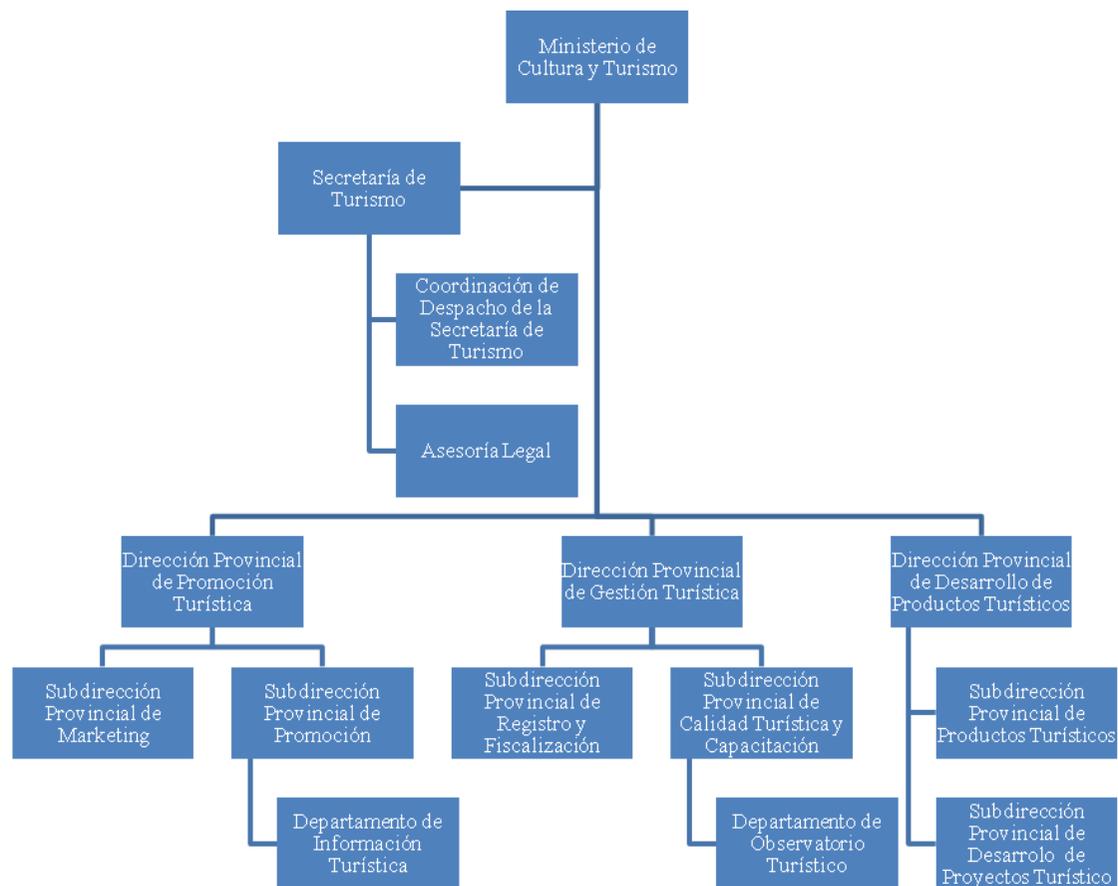
9. ¿Qué es lo que menos le gustó de su estadía en la Quebrada?

Anexo 3. Comparación de organigramas

Organigrama de la Secretaría de Turismo de Jujuy. Año 2015



Organigrama de área turística del Ministerio de Cultura y Turismo de Jujuy. Año 2016



Fuente: elaboración propia.