



## **Estrategias de comunicación ecoturísticas del Vichama Raymi para un desarrollo sostenible**

### **Communication strategies Vichama Raymi ecotourism for sustainable development**

Henry William, Marcelo Castillo<sup>1</sup>, Kathelin Lozano Vásquez<sup>1</sup>, Roque Espino Hernández<sup>1</sup>, Robert Salazar Meza, Miguel Revilla Marreros Jorge Príncipe Ramírez

### **RESUMEN**

**Objetivos:** Evaluar estrategias de comunicación turística para potenciar el turismo regional a través de la promoción del Vichama Raymi. **Material y Métodos:** Desarrollo de diagnósticos estratégicos comunicacionales orientados para las Ferias Regionales de Turismo (Paquetes de Promoción Turística, Artesanías, Videos, Calendarios, Revistas, etc.), como estrategias de promoción para el Circuito Eco Turístico "VICHAMA" **Resultados:** Se observó que el 56% de los encuestados respondieron si conocen el Vichama Raymi al parecer superficialmente, el 75% de los encuestados respondieron que la información sobre el Vichama Raymi como estudiante no lo usa culturalmente en la vida educativa, los resultados reflejan que el 90% de los encuestados si cree que el Vichama Raymi de Paramonga puede convertirse en un recurso turístico fundamental para el turismo arqueológico de Caral, Bandurria y Caballete, por otro lado sólo el 4% es indiferente. **Conclusiones:** Se muestra la necesidad de desarrollar políticas culturales y turísticas en estrategias de comunicación turística para potenciar el turismo regional a través del Ritual del Poder de Vichama Raymi de Paramonga.

**Palabras Clave:** Desarrollo Sostenible, Vichama Raymi de Paramonga

### **ABSTRACT**

**Objectives:** To evaluate tourism communication strategies to boost regional tourism through promoting Vichama Raymi. **Material and Methods:** Development of strategic communication oriented diagnostics for Regional Tourism Fairs (Package of Tourism, Handicrafts, Videos, Calendars, Magazines, etc.) and promotion strategies for Eco Tourism Circuit "Vichama" **Results:** It was observed that 56% of respondents if they know the Vichama Raymi apparently superficial, 75% of respondents said that information on the Vichama Raymi not use it as a student in the educational life culturally, the results



show that 90% of respondents believed that if Vichama Raymi Paramonga can become a key Caral archaeological tourism, tourist resort Bandurria and stand on the other hand only 4% are indifferent. **Conclusions:** the need to develop cultural and tourism policies in tourism communication strategies to boost regional tourism through the Power of Ritual Vichama Paramonga Raymi is displayed.

**Keywords:** Sustainable Development, Vichama Raymi Paramonga