

Política de Desarrollo y Promoción Turística para Cajamarca (2006-2010)



Dra. Beatriz Boza
Cajamarca, Mayo de 2006

Contenido de la Presentación

- I. Antecedentes y marco conceptual
- II. Demanda turística de Cajamarca
 - 2.1. Total de arribos a Cajamarca
 - 2.2. Arribo de turistas internos
 - 2.3. Arribo de turistas internacionales
- III. Proyección de la demanda turística
- IV. Problemática del Sector Turismo en Cajamarca
- V. Retos para la promoción turística de Cajamarca al 2010
- VI. Lineamientos de la Política de Desarrollo y Promoción Integral de Cajamarca al 2010



I. Antecedentes y marco conceptual



Conclusiones del “I Foro Cajamarca: Presente y Futuro”

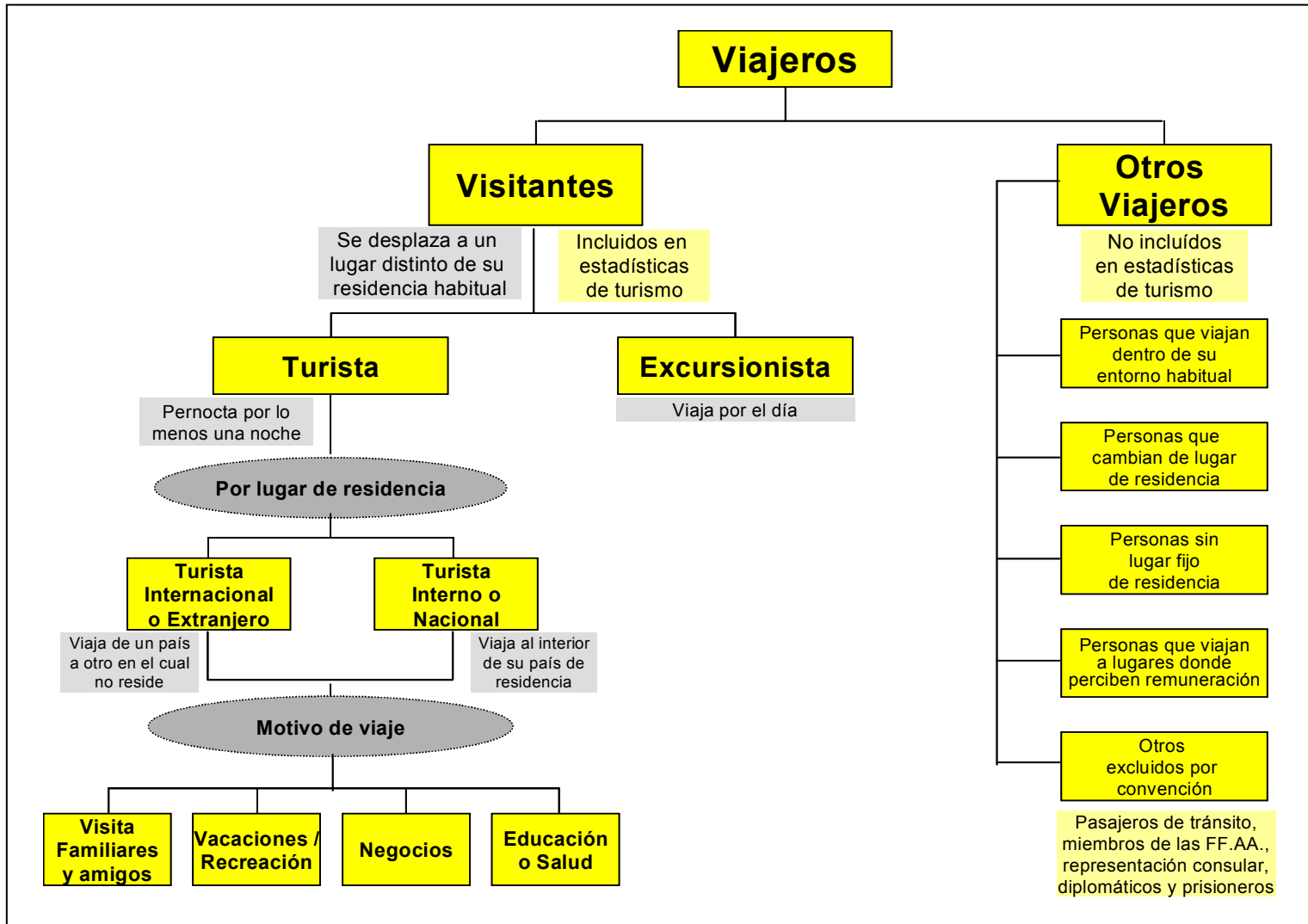
- **Objetivos del Foro:** “Generar compromisos para hacer una agenda común y coadyuvar con el desarrollo de la Región Cajamarca y su articulación con la macroregión Norte”.
- **Consenso alcanzado:** Construir una **visión de desarrollo regional** con un enfoque territorial, intercultural e integrador, teniendo como ejes la articulación vial, institucionalidad y orientación hacia la competitividad, generando valor agregado en productos estratégicos con mayor potencial competitivo, como el turismo.
- **Institucionalización:** Se creó el Grupo Impulsor para el Desarrollo de Cajamarca, en áreas claves para el desarrollo económico y social, como la actividad turística, a fin de impulsar la formulación de políticas regionales.

Compromiso del “I Foro Cajamarca: Presente y Futuro”

Identificar metas y objetivos de corto plazo a alcanzar dentro de los ejes de la agenda, con indicadores precisos que contribuyan a la generación de confianza y viabilicen el logro de los objetivos a largo plazo.

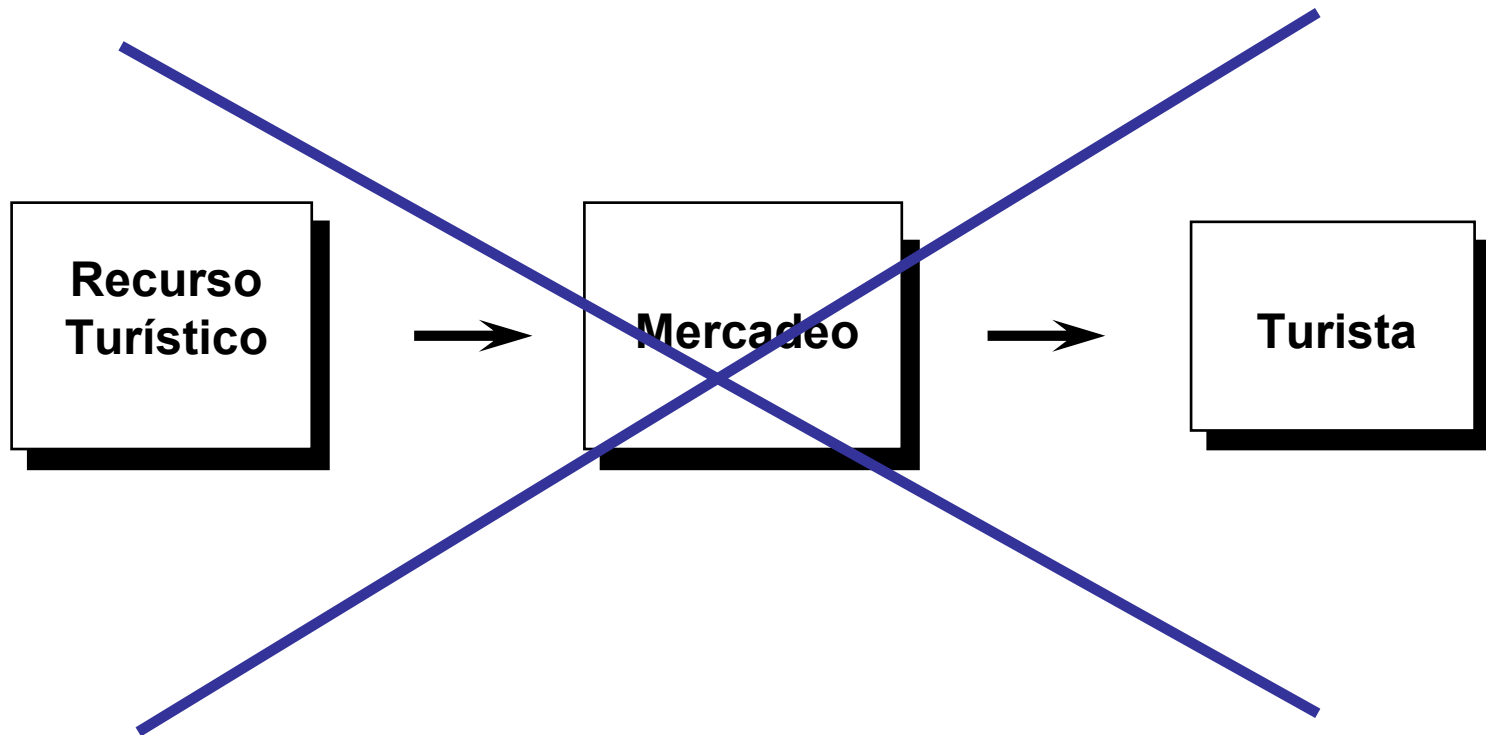


Clasificación de los viajeros



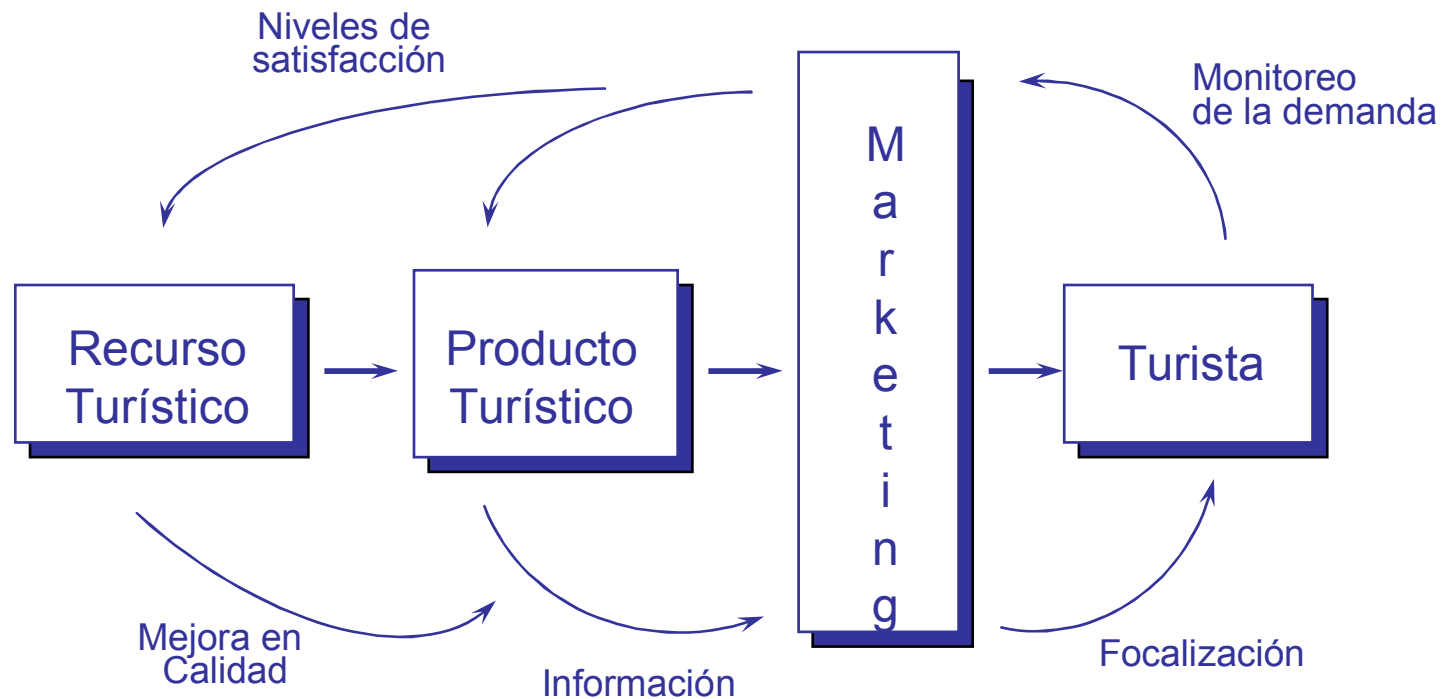
Fuente: OMT.
Elaboración propia.

Promoción Turística Tradicional



Fuente: PromPerú.

Modelo de Promoción Turística Integral



Fuente: PromPerú.

El Modelo de Promoción Turística Integral implica un desarrollo turístico con visión de mercado, que prioriza las labores de inteligencia turística.

Beneficios del Turismo para Cajamarca

- Herramienta de desarrollo económico y lucha contra la pobreza, al ser fuente generadora de empleo e inversiones.
- Generación de impactos socio-culturales positivos, como revalorización de las tradiciones locales y fomento de un sentimiento de orgullo por la herencia cultural.
- Contribución a la conservación y generación de conciencia ambiental, financiando la protección de áreas naturales y generando estándares de calidad que garanticen el uso sostenible de los recursos.

II. Demanda Turística de Cajamarca



2.1. Total de arribos a Cajamarca

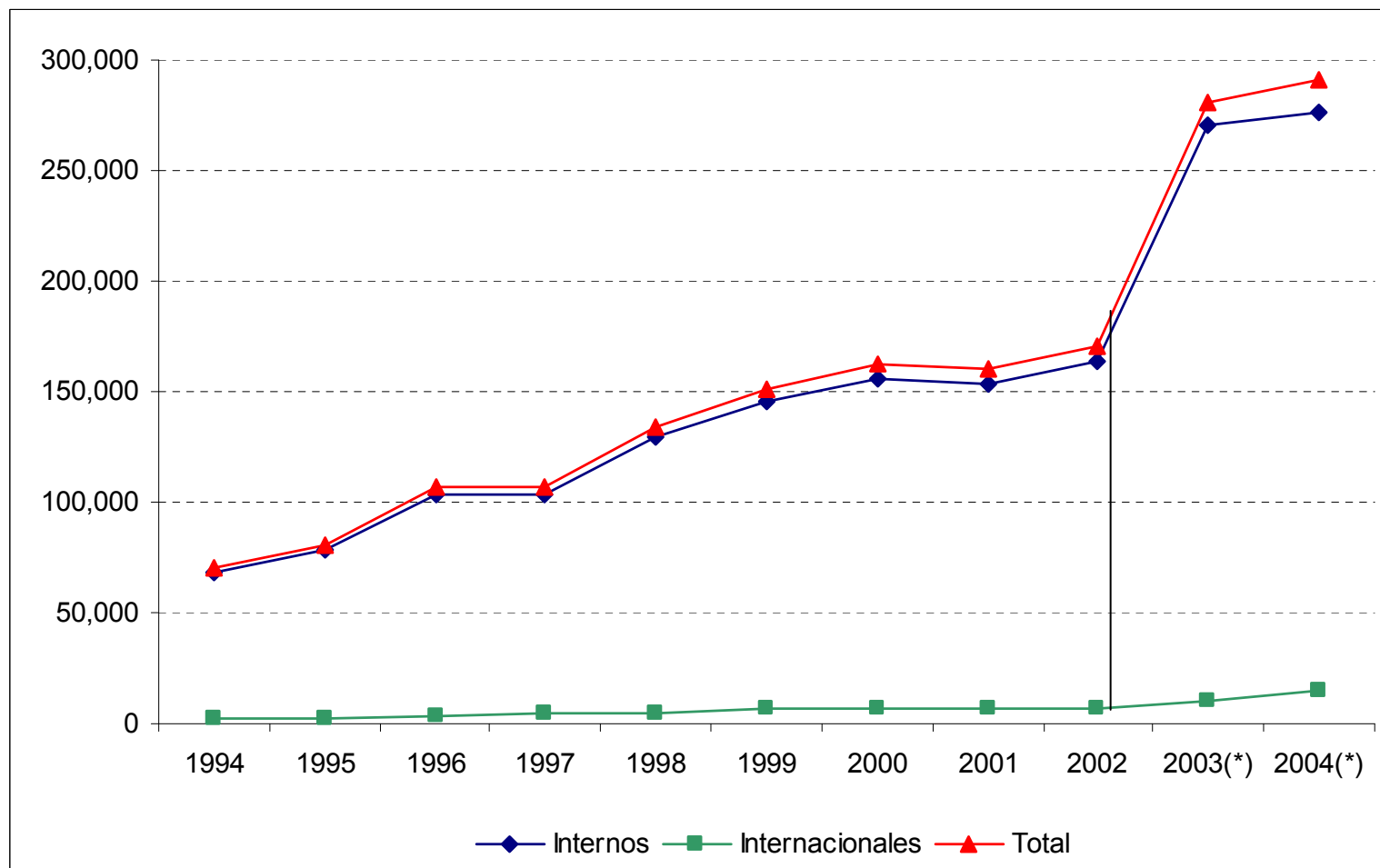


Generación de estadísticas de turismo en Cajamarca

- La medición de la demanda turística en Cajamarca sigue la metodología que el MINCETUR plantea: DIRCETUR Cajamarca recaba información de los arribos a establecimientos de hospedaje en base a los registros de arribos que le remiten los alojamientos de la Región.
- El MINCETUR realiza proyecciones de dicha data en función del total de establecimientos de hospedaje existentes en Cajamarca y no sólo sobre los que remitieron información a la DIRCETUR.
- Como resultado, se producen variaciones entre la información original de la DIRCETUR y la que procesa el MINCETUR.

Arribos a establecimientos de hospedaje de Cajamarca de acuerdo al MINCETUR

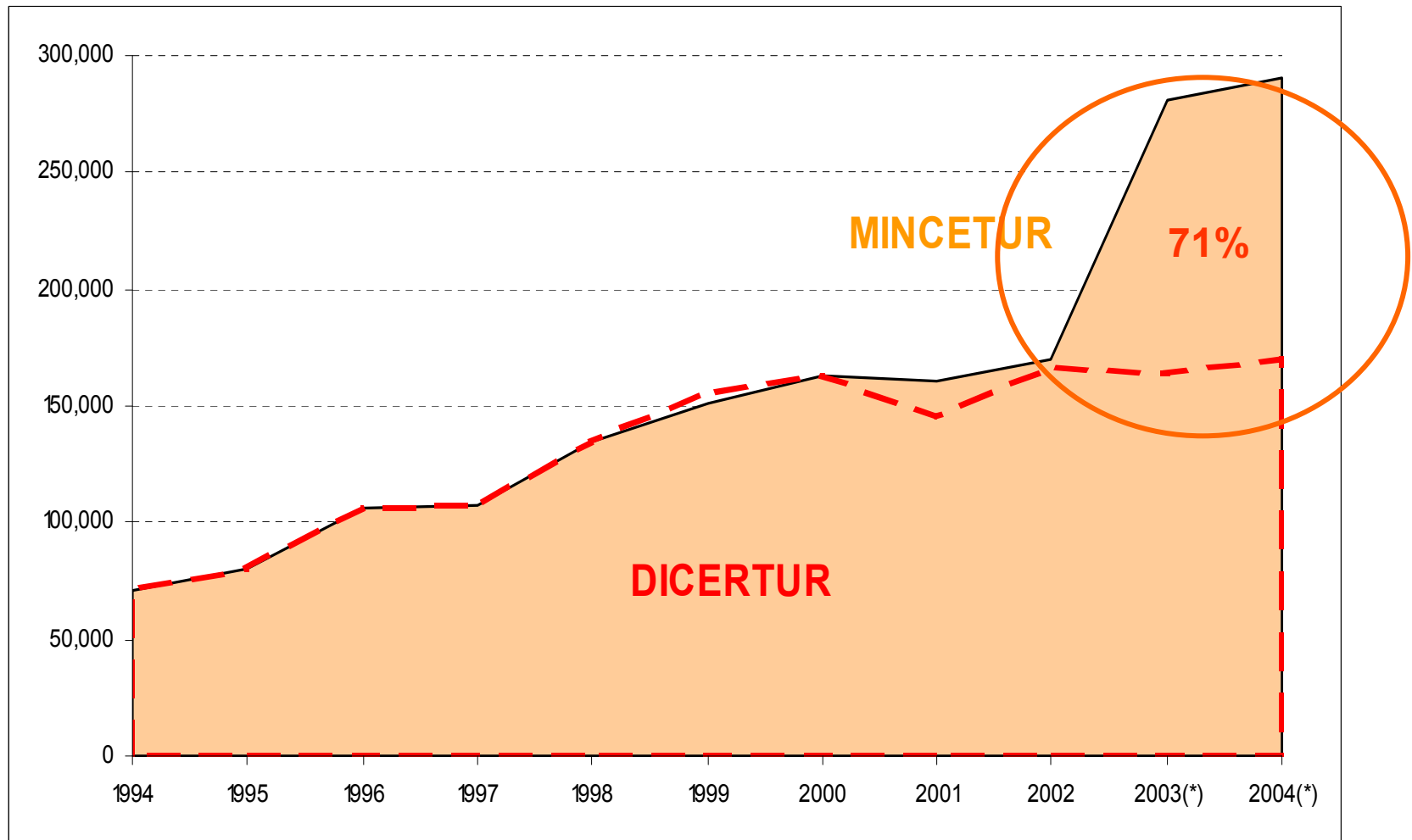
Arribos a establecimientos de hospedaje de Cajamarca, 1994-2004 (*)



Fuente: MINCETUR.
Elaboración propia.
(*) Cifras preliminares.

Demanda turística en Cajamarca: Cifras divergentes

Arribos a establecimientos de hospedaje de Cajamarca, 1994-2004 (*)



Fuente: MINCETUR y DIRCETUR Cajamarca.

Elaboración propia.

(*) Cifras preliminares.

Demanda turística en Cajamarca: Cifras divergentes

Variaciones porcentuales en el arribo a establecimientos de hospedaje de Cajamarca de acuerdo al MINCETUR y la DIRCETUR (2003-2004*)

Año	Turistas internos		Diferencia en puntos porcentuales	Turistas internacionales		Diferencia en puntos porcentuales
	MINCETUR	DIRCETUR		MINCETUR	DIRCETUR	
2003	66.1%	-1.2%	67.30	45.3%	0.7%	44.60
2004	1.9%	3.4%	-1.50	46.3%	7.6%	38.70

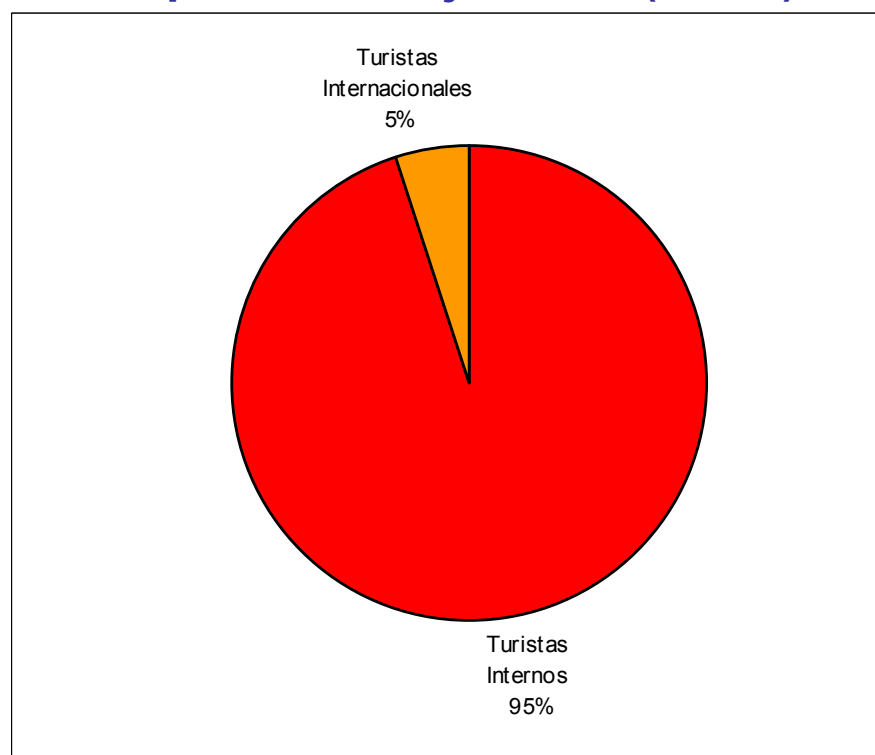
Fuente: MINCETUR y DIRCETUR Cajamarca.

Elaboración propia.

() Cifras preliminares.*

Lugar de residencia del turista que visita Cajamarca

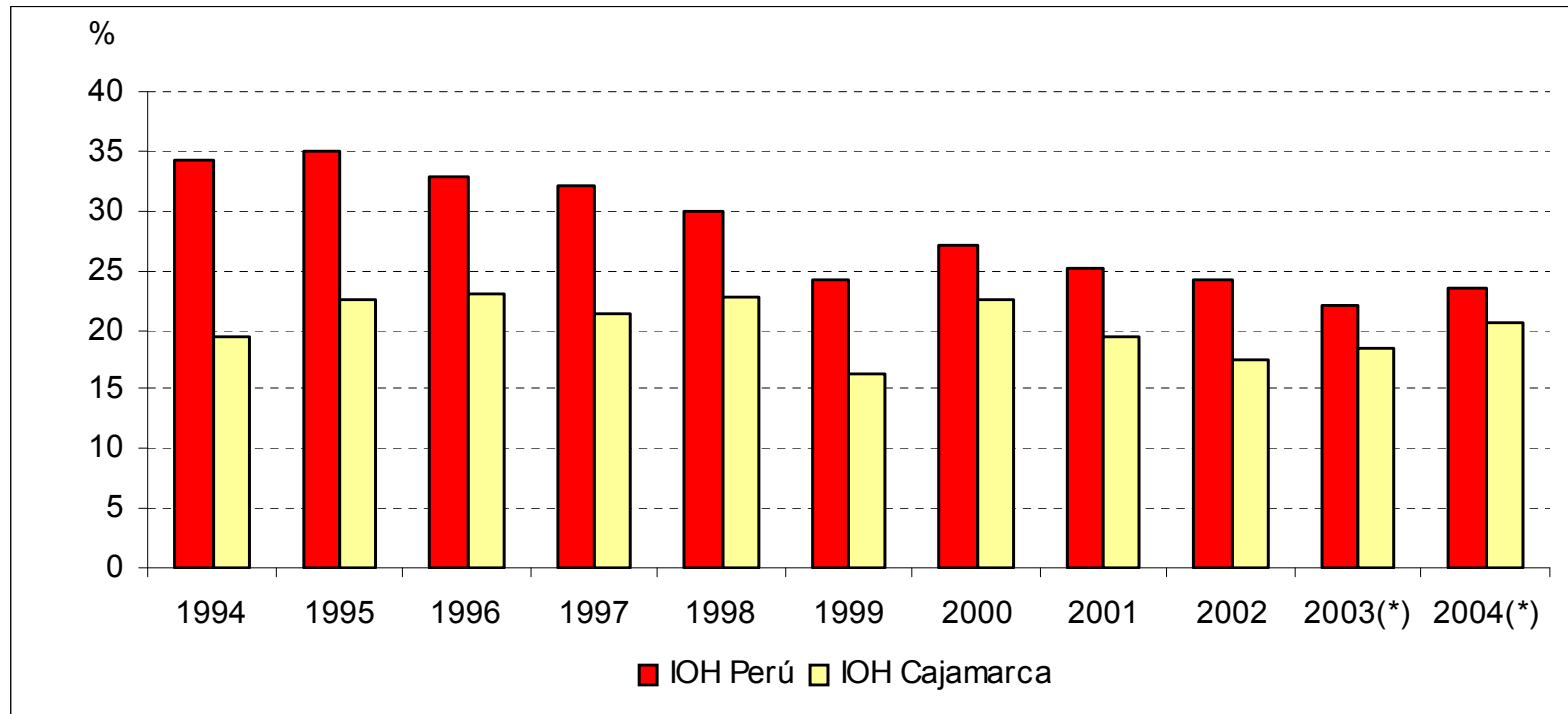
Procedencia del turista que visita Cajamarca (2004*)



Fuente: MINCETUR.
Elaboración propia.
(* Cifras preliminares.

Indices de ocupabilidad de establecimientos de hospedaje

Arribos a establecimiento de hospedaje en el Perú y Cajamarca (1994-2004*)



Fuente: MINCETUR.

Elaboración propia.

(*) Cifras preliminares.

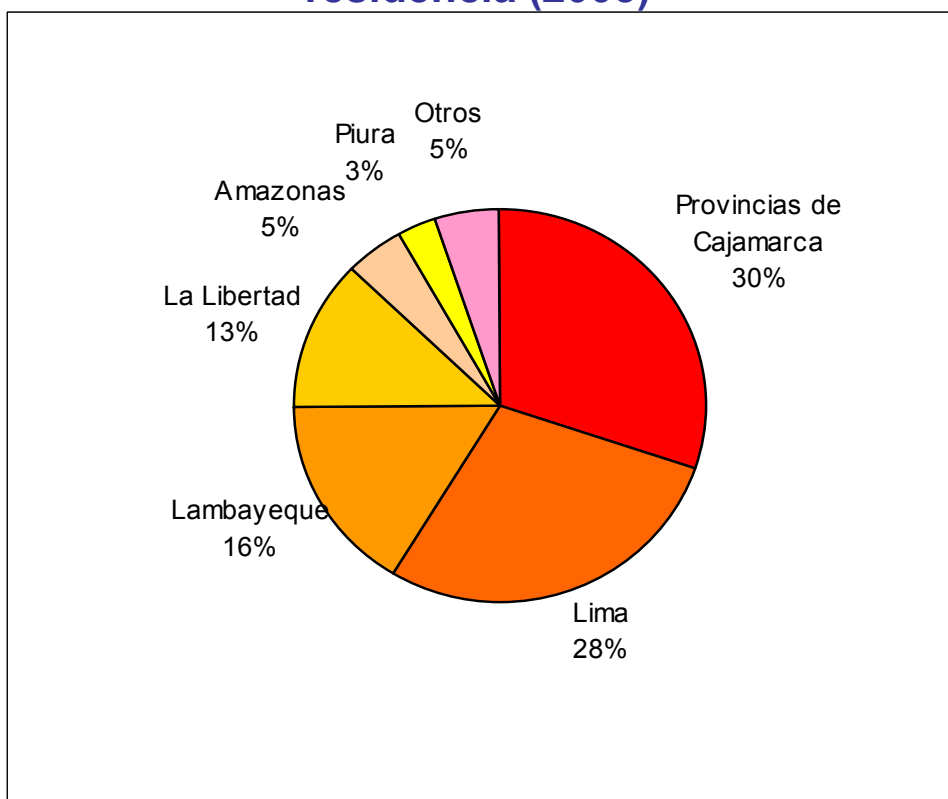
- Los Indices de Ocupabilidad de Habitaciones (IOH) y de Camas (IOC) están estancados y por debajo del promedio nacional: en el 2004 se registró un IOH de 20.75% y un IOC de 15.93%. Existe una enorme capacidad instalada ociosa que permitiría atender el crecimiento de la demanda turística en el corto plazo.

2.2. Arribos de turismo interno a Cajamarca



Lugar de residencia del turista interno que visita Cajamarca

Arribo de turistas internos a establecimientos de hospedaje de Cajamarca por lugar de residencia (2005)



Fuente: DIRCETUR.
Elaboración propia.

Cajamarca en el contexto del turismo interno

- Cajamarca ocupa el undécimo lugar en la captación de turistas internos (2.3% del total de arribos de turismo interno que se producen en el país).
- Entre las regiones del norte del país, es superada por La Libertad, Piura, Lambayeque y San Martín.

N°	Región	Arribos	Participación de mercado (%)
1	Lima	6,580,534	53.65
2	La Libertad	583,605	4.76
3	Arequipa	533,666	4.35
4	Junín	463,704	3.78
5	Ica	417,225	3.40
6	Piura	385,523	3.14
7	Lambayeque	376,441	3.07
8	Ancash	360,355	2.94
9	San Martín	321,008	2.62
10	Cusco	305,946	2.49
11	Cajamarca	276,154	2.25
12	Huanuco	257,058	2.10
13	Puno	188,822	1.54
14	Loreto	188,396	1.54
15	Tacna	187,282	1.53
16	Apurímac	127,279	1.04
17	Ayacucho	121,811	0.99
18	Amazonas	107,807	0.88
19	Ucayali	104,425	0.85
20	Pasco	100,889	0.82
21	Madre de Dios	79,969	0.65
22	Tumbes	74,160	0.60
23	Moquegua	61,502	0.50
24	Huancavelica	61,156	0.50
	Total	12,264,718	100.00

Fuente: MINCETUR.

Características de viaje del turista interno que visita Cajamarca

- **Estacionalidad:** Los turistas internos visitan Cajamarca mayormente en julio y octubre (debido principalmente a las vacaciones escolares), así como en agosto y noviembre, siendo Carnavales y Fiestas Patrias las festividades que mayor número de turistas internos atraen durante un periodo corto de días.
- **Arribos por categoría de hospedaje:** En los turistas internos predomina el hospedaje en la vivienda de familiares o amigos. El promedio de permanencia es de 1.3 días.

Motivaciones de viaje del turista interno que visita Cajamarca

- **Visita a familiares y amigos:** Viajes motivados por la creciente emigración desde Cajamarca al resto del país y la llegada de una fuerza laboral a raíz de la actividad minera.
- **Vacaciones:** Principalmente, jóvenes residentes de Lima con instrucción universitaria, que obtienen información previa a su viaje consultando a sus familiares o amigos, y han visitado Cajamarca en más de una oportunidad (Fuente: *Tips del Perfil del Vacacionista Nacional 2003-Vacacionistas que visitaron Cajamarca*).
- **Viajes de negocios:** Vinculados principalmente a las actividades mineras y, en menor medida, agrícolas, comerciales y ganaderas.

Perfil del turista interno que arriba a Cajamarca para visitar amigos o familiares

- **Principal segmento:** Personas de mayor edad que el vacacionista nacional, que viajan indistintamente por vía aérea o terrestre, en compañía de niños, planificando su viaje con cierta antelación y con una estadía mayor a tres noches.
- **Similitud con los vacacionistas nacionales:** Alojamiento en casa de amigos o familiares -que serían la mayor fuente de información consultada-, mínimo uso de agencias de viajes y alta frecuencia de visitas a Cajamarca.

Perfil de vacacionista interno que visita Cajamarca

- **Características demográficas:** Principalmente jóvenes de Lima con instrucción universitaria, de nivel socioeconómico C.
- **Aspectos previos al viaje:**
 - Fuentes de información: Familiares o amigos.
 - Planificación del viaje: Planifican su visita con dos días de anticipación.
- **Características de viaje:**
 - Frecuencia de visita a Cajamarca: En más de una oportunidad.
 - Grupo de viaje: Viajan en grupo.
 - Uso de agencias: No contratan agencias de viaje.
 - Medio de transporte más utilizado para llegar a Cajamarca: Omnibus.
 - Principales actividades realizadas en Cajamarca: Turismo urbano y de naturaleza.

Fuente: *Tips del Perfil del Vacacionista Nacional 2003-Vacacionistas que visitaron Cajamarca.*

Diferencias y similitudes entre el vacacionista interno que visita otras regiones del país y el que visita Cajamarca

Características demográfica y socioeconómicas	Perú	Cajamarca
Género: Mujeres	60%	55%
Edad: 18-34 años de edad	53%	61%
Estado civil: Forman parte de una pareja	51%	43%
Nivel de educación: Universitario	29%	40%
Ocupación: Trabajo a tiempo completo	30%	18%
Nivel socioeconómico: C	51%	45%
Ciudad de residencia: Lima	61%	62%
Ciclo de vida familiar: Joven dependiente	n.d.*	40%

(*) No disponible.

Fuente: Perfil del Vacacionista Nacional 2004 (PromPerú).

Perfil del Vacacionista Nacional que Visita Cajamarca 2003 (PromPerú)

Elaboración propia.

Diferencias entre el vacacionista interno que visita otras regiones del país y el que visita Cajamarca

- El vacacionista interno que visita otras regiones del país:
 - Tiene estudios universitarios en menor porcentaje.
 - Tiene en mayor medida un trabajo a tiempo completo.
 - Realizan una menor planificación de sus viajes.
 - Prácticamente no consulta información sobre los destinos a visitar.

Búsqueda de información previa al viaje del vacacionista interno que visita el Perú y Cajamarca

Uso de información	Perú	Cajamarca
Buscó información del destino	12%	62%
A través de familiares y amigos	41%	62%
Internet	28%	n.d.*
Agencias de turismo	15%	n.d.*
Guías turísticas	14%	9%
Folletos turísticos	12%	n.d.*

(*) No disponible.

Fuente: Perfil del Vacacionista Nacional 2004 (PromPerú).

Perfil del Vacacionista Nacional que Visita Cajamarca 2003 (PromPerú)

Elaboración propia.

Viajeros de negocios internos que visitan Cajamarca

- Turistas relacionados con la actividad minera, con mayor nivel de gasto que los vacacionistas y turistas internos que viajan a Cajamarca para visitar a familiares y amigos.
- las visitas vinculadas a Yanacocha constituyen uno de los principales motivos de turismo hacia Cajamarca y, por tanto, debe estudiarse cómo aprovecharlo para la promoción turística de la región.
- Desplazamiento a Cajamarca casi exclusivamente por vía aérea, uso predominante de restaurantes y hospedajes de mayor clase y categoría, y mayor compra de productos locales.
- Sus actividades turísticas estarían focalizadas en pocas actividades de visita a las atracciones locales o alrededores de la ciudad de Cajamarca.

Nivel de gasto del vacacionista interno que visita otras regiones del país y el que visita Cajamarca

- El gasto promedio del vacacionista interno durante su viaje a Cajamarca es de S/. 263, con un gasto promedio diario de S/. 35. El 78% realiza compras durante su estadía.
- Entre los principales mercados emisores de vacacionistas internos para Cajamarca, los residentes de Lima registran un mayor gasto promedio en sus viajes dentro del país (S/. 355) y un mayor gasto promedio diario (S/. 73).
- Los residentes de Chiclayo tienen un gasto promedio de viaje de S/. 241, mayor que el de los trujillanos (S/. 215). Sin embargo, éstos últimos tienen un gasto diario de S/. 54, mayor al de los chiclayanos (S/. 45).

Gasto personal	Perú (S/.)	Cajamarca (S/.)
Gasto promedio de viaje	308	263
Gasto promedio diario	65	35

Fuente: Perfil del Vacacionista Nacional 2004 (PromPerú).

Perfil del Vacacionista Nacional que Visita Cajamarca 2003 (PromPerú)

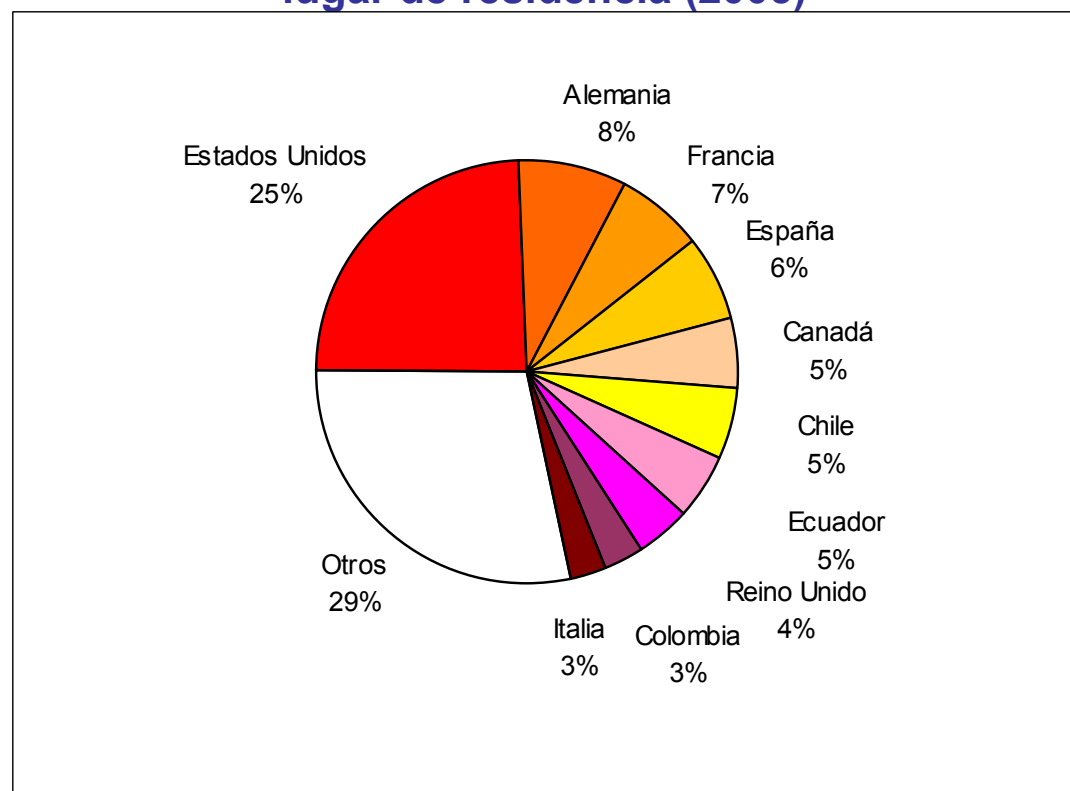
Elaboración propia.

2.3. Arribo de turistas internacionales a Cajamarca



Lugar de residencia del turista internacional que visita Cajamarca

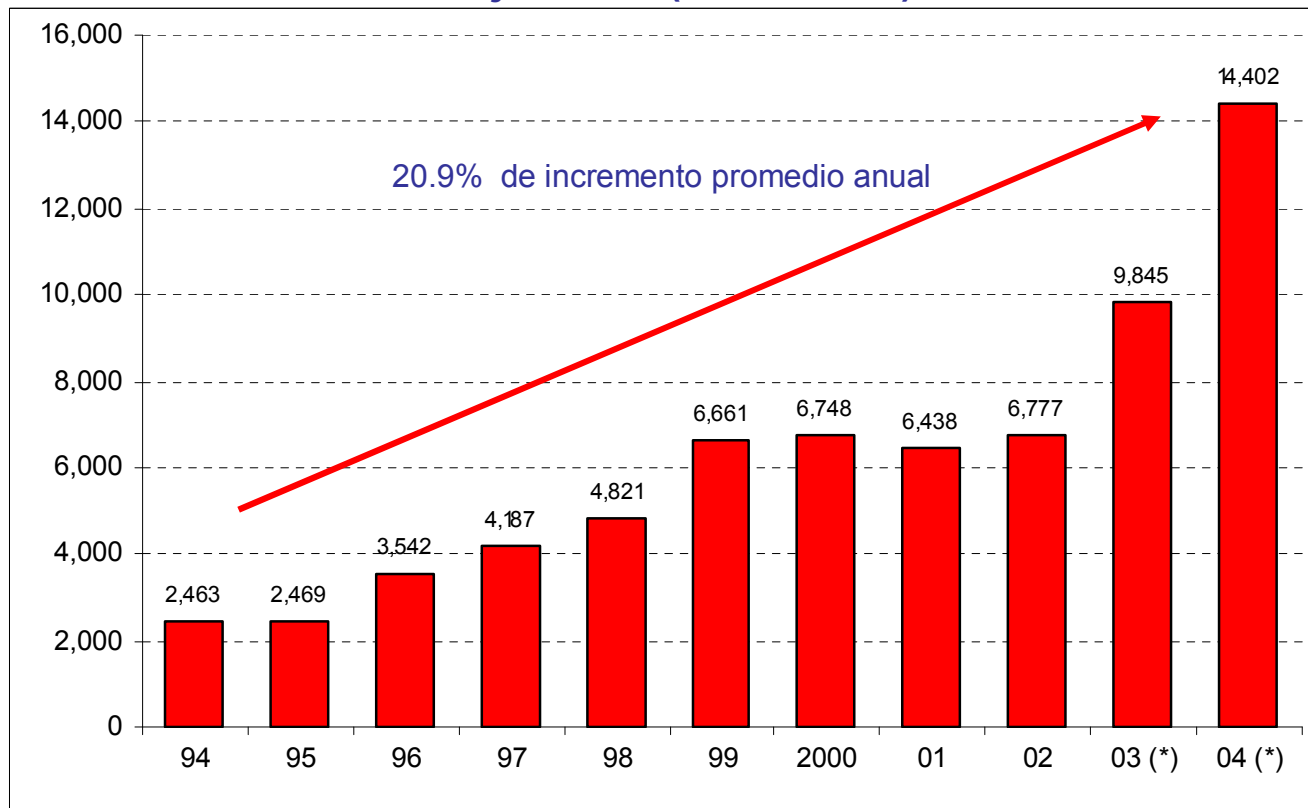
Arribo de turistas internacionales a establecimientos de hospedaje de Cajamarca por lugar de residencia (2005)



Fuente: DIRCETUR.
Elaboración propia.

Cajamarca en el contexto del turismo receptivo del país

Arribos de turistas internacionales a establecimiento de hospedaje de Cajamarca (1994-2004*)



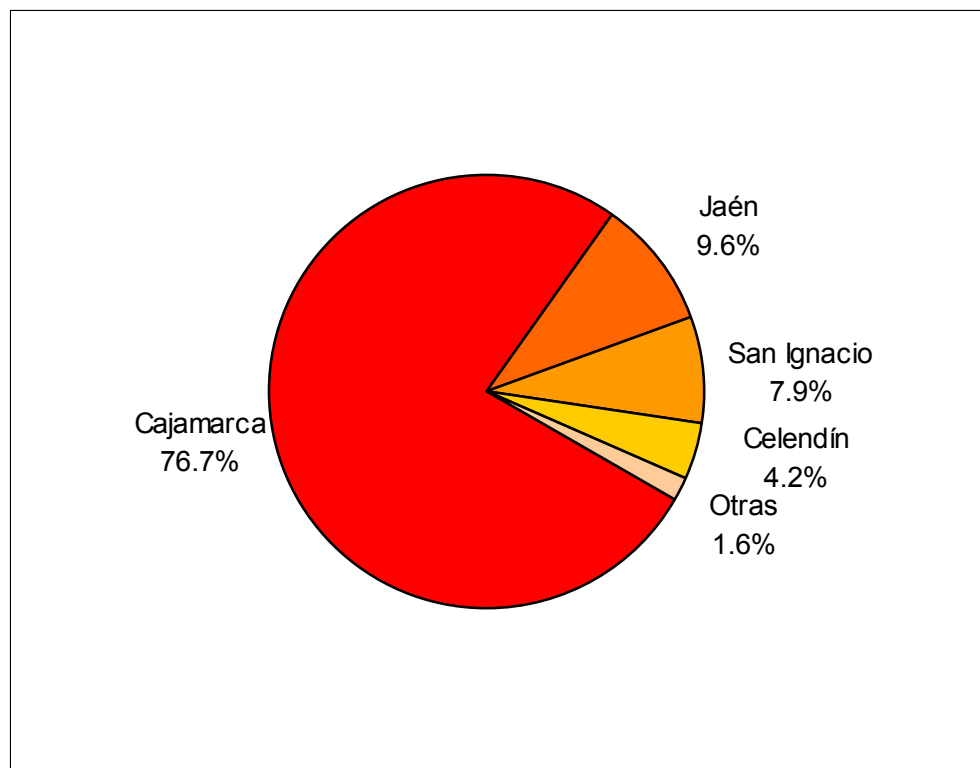
Fuente: MINCETUR.

Elaboración propia.

(*) Cifras preliminares.

Lugar de residencia del turista internacional que visita Cajamarca

Arribo de turistas internacionales a establecimientos de hospedaje de Cajamarca por provincia de destino (2005)



Fuente: DIRCETUR.
Elaboración propia.

Cajamarca en el contexto del turismo receptivo del país y del CTN

- Cajamarca tiene una participación de arribos de turistas internacionales de 0.62%, ubicándose en el décimo tercer lugar a nivel nacional.

Arribo de turistas internacionales a establecimientos de hospedaje de los principales destinos turísticos del país (1994-2004*)

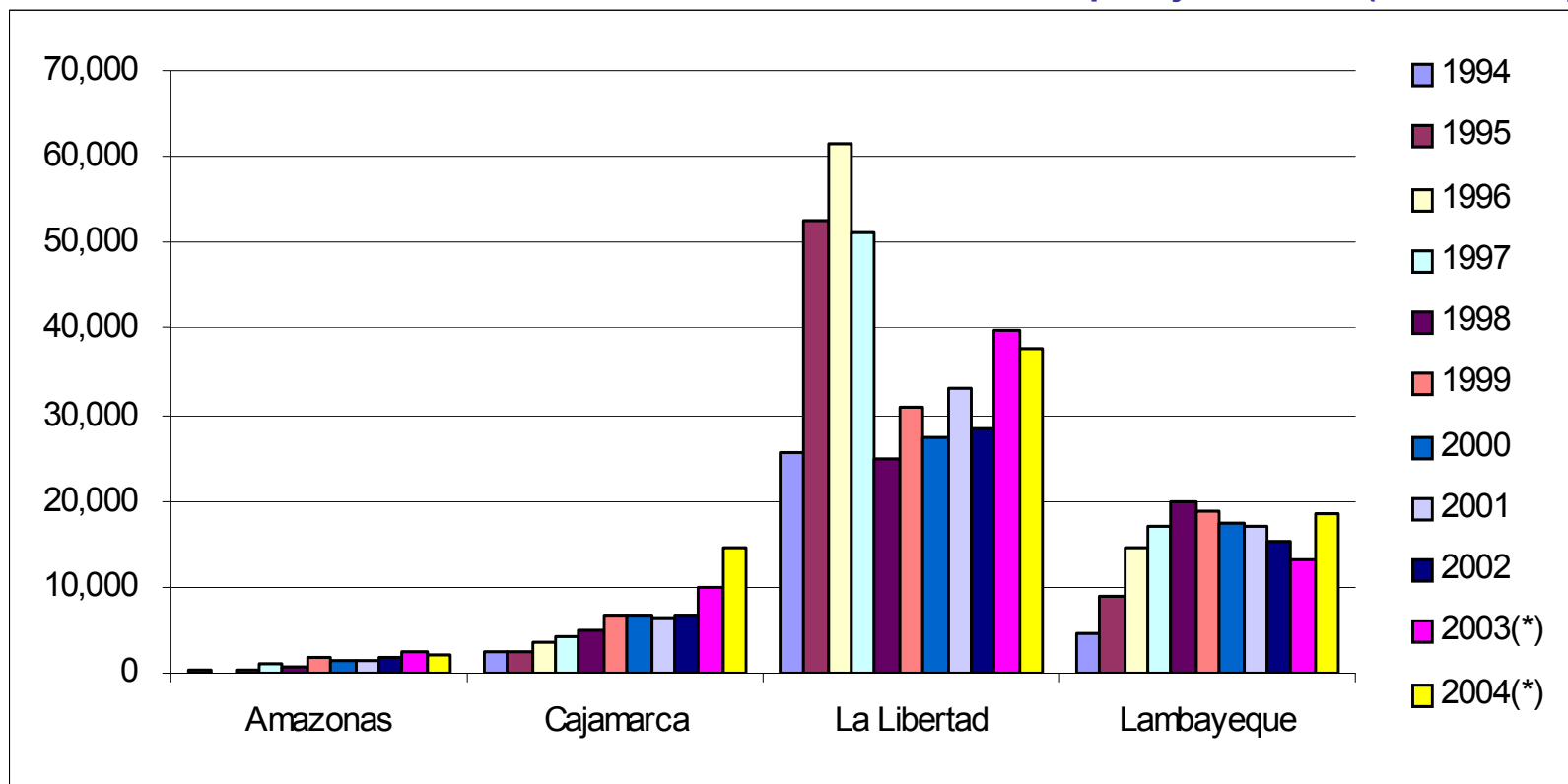
Región	2000	2001	2002	2003 (*)	2004 (*)
Cajamarca	6,748	6,438	6,777	9,845	14,402
Circuito Sur					
Cusco	361,211	410,448	366,325	494,734	605,540
Arequipa	81,194	81,328	74,833	134,380	189,344
Puno	94,192	88,590	108,922	119,454	131,785
Madre de Dios	29,195	33,997	36,948	35,871	41,949
Circuito Turístico Nororiental (CTN)					
La Libertad	27,515	32,955	28,379	39,904	37,779
Lambayeque	17,254	16,891	15,428	13,320	18,597
Amazonas	1,412	1,486	1,874	2,414	2,086
Otras regiones del país					
Lima	591,479	560,357	590,802	883,891	990,167
Ica	76,211	79,780	71,084	94,703	112,651
Loreto	31,041	33,615	35,858	35,086	41,723
Piura	9,274	12,690	13,425	21,798	25,933
Tacna	37,406	30,372	25,393	24,970	31,844
Ancash	21,215	24,817	27,026	21,936	24,244
Tumbes	5,052	5,896	6,726	10,046	9,980

Fuente: MINCETUR.
Elaboración propia.
(*) Cifras preliminares.

Cajamarca en el contexto del turismo receptivo del CTN

- En el CTN, Cajamarca tiene una menor captación que La Libertad y Lambayeque y sólo supera a Amazonas.

Arribo de turistas internacionales a establecimientos de hospedaje del CTN (1994-2004*)



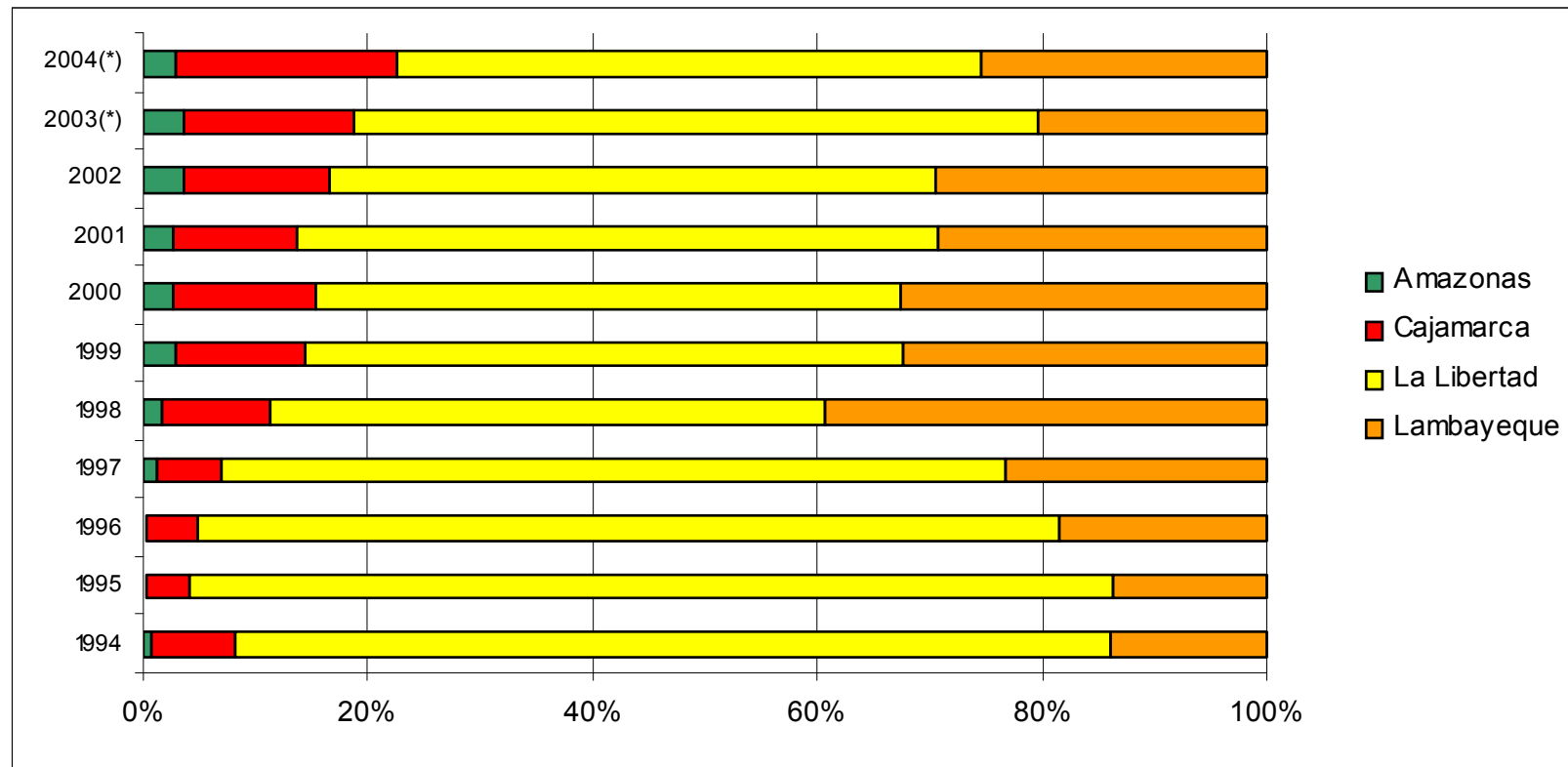
Fuente: MINCETUR.

Elaboración propia.

(*) Cifras preliminares.

Cajamarca en el contexto del turismo receptivo del CTN

Participación porcentual en el arribo de turistas internacionales a establecimientos de hospedaje del CTN (1994-2004*)



Fuente: MINCETUR.

Elaboración propia.

(*) Cifras preliminares.

Características de viaje del turista internacional que visita Cajamarca

- **Estacionalidad:** Los turistas internacionales visitan Cajamarca especialmente en febrero, julio, agosto y octubre.
- **Arribos por categoría de hospedaje:** La mayoría de arribos a establecimientos de hospedaje de Cajamarca se producen en alojamientos sin categoría asignada, aunque en los turistas extranjeros es elevado el uso de establecimientos de tres y cuatro estrellas. El promedio de permanencia es mayor en los turistas extranjeros (1.5 días) que en los internos (1.3 días).

Motivaciones de viaje del turista internacional que visita Cajamarca

- El turista internacional que arriba a Cajamarca debe tener como principales motivaciones de viaje las **vacaciones** (debido a la promoción realizada por el Proyecto CTN en los últimos tres años) y los **viajes de negocios** (el inicio de operaciones de Yanacocha coincide con el periodo a partir del cual se incrementa la llegada de turistas internacionales a Cajamarca).
- Se requiere un estudio de mercado que valide estas hipótesis, cuantificando los segmentos de turistas internos e internacionales que visitan Cajamarca de acuerdo a su motivación de viaje

Perfil del turista internacional que visita Cajamarca

- **Nacionalidad:** Los turistas internacionales que visitaron Cajamarca en Carnavales de 1999 residían en Alemania, España, Chile y Argentina.
- **Fuentes de información:** La mayoría de turistas internacionales consultan amigos o familiares como fuente de información previa a su viaje a Cajamarca (lo cual coincide con los extranjeros que visitan el CTN y se diferencia de la principal fuente de información de los turistas internacionales que visitan el Perú, que es el Internet).
- **Uso de agencias de viajes:** Durante su visita a Cajamarca, la mayoría de turistas internacionales no contrata agencias de viajes ni guías turísticos.
- **Principales atractivos visitados:** Los principales sitios arqueológicos visitados en Cajamarca por los turistas internacionales que viajan al CTN son el Cerro Santa Apolonia, el Cuarto del Rescate, Cumbemayo y las Ventanillas de Otuzco; en tanto los templos más visitados son la Catedral, San Francisco, La Recoleta y el Complejo de Belén (el atractivo histórico-cultural más visitado por los turistas extranjeros que viajan al CTN). También destacan las visitas a la Hacienda La Collpa y las aguas termales de Corontachaca y Baños del Inca.

Fuente: MINCETUR, PromPerú y Proyecto CTN.

III. Proyección de la demanda turística



Situación actual de la demanda turística de Cajamarca

- Pronosticar la demanda turística permite desarrollar productos turísticos con infraestructura y servicios que satisfagan el crecimiento del flujo turístico. Como no existe una meta sobre el total de turista que Cajamarca desea alcanzar, el pronóstico de la demanda debe basarse en tasas de crecimiento históricas.

Tasas de crecimiento de los arribos a establecimientos de hospedaje de Cajamarca de acuerdo a diversos escenarios

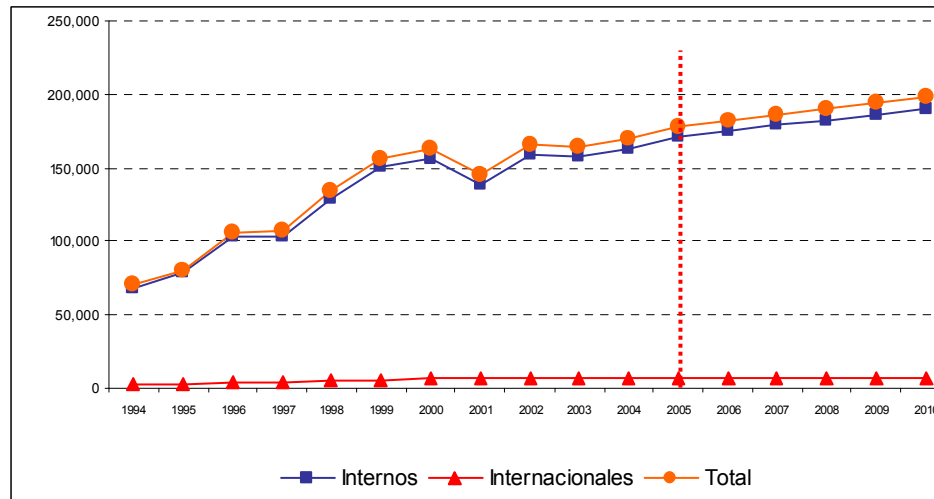
Escenarios	Internos	Internacionales
Escenario Bajo: Promedio de crecimiento de arribos a la Región Cajamarca (cinco años, según data de la DIRCETUR)	2.2	0.3
Escenario Conservador: Promedio de crecimiento de arribos al CTN (diez años)	3.4	12.2
Escenario Moderado: Promedio de crecimiento de arribos la Región Cajamarca (diez años, según data de la DIRCETUR)	8.9	11.5
Escenario Perú: Promedio de crecimiento de arribos a establecimientos de hospedaje del Perú (diez años)	5.7	13.4
Escenario Optimista: Promedio de crecimiento de arribos a la Región Cajamarca (diez años, según data de MINCETUR)	16.4	20.9

*Fuente: MINCETUR y DIRCETUR.
Elaboración propia.*

(i) Escenario bajo

- El primer escenario se basa en que se mantenga el promedio anual de variación en el arribo de turistas internos (2.2%) e internacionales (0.3%) de Cajamarca en los últimos cinco años (2001-2005) de acuerdo a la DIRCETUR. Con estas tasas, Cajamarca recibiría apenas 190,872 arribos internos y 6,892 internacionales en el 2010.

Arribos proyectados a establecimientos de hospedaje de Cajamarca de acuerdo al promedio anual de crecimiento de la Región para el periodo 2001-2005



Fuente (1994-2005): DIRCETUR Cajamarca.

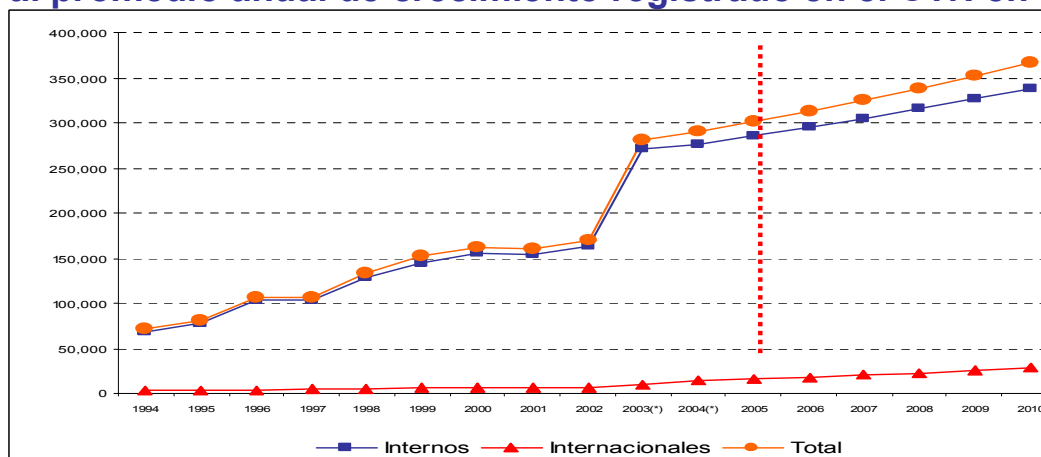
Elaboración propia.

Nota: A partir del 2006, la proyección se realiza asumiendo que se mantenga el promedio de crecimiento anual de los arribos a establecimientos de hospedaje de la Región Cajamarca registrados en el periodo 2001-2005 (2.2% para los turistas internos y 0.3% para los internacionales).

(ii) Escenario conservador

- Un segundo escenario podría tomar como base el promedio anual de incremento en el arribo de turistas internos (3.40%) e internacionales (12.17%) en las cuatro regiones del CTN durante los últimos diez años con que se cuenta información (1995-2004). Ello daría como resultado de captación de turistas en Cajamarca al 2010 un total de 337,501 mil turistas internos y 28,687 internacionales.

Arribos proyectados a establecimientos de hospedaje de la Región Cajamarca de acuerdo al promedio anual de crecimiento registrado en el CTN en el periodo 1995-2004



Fuente (1994-2004): MINCETUR.

(*) Cifras preliminares.

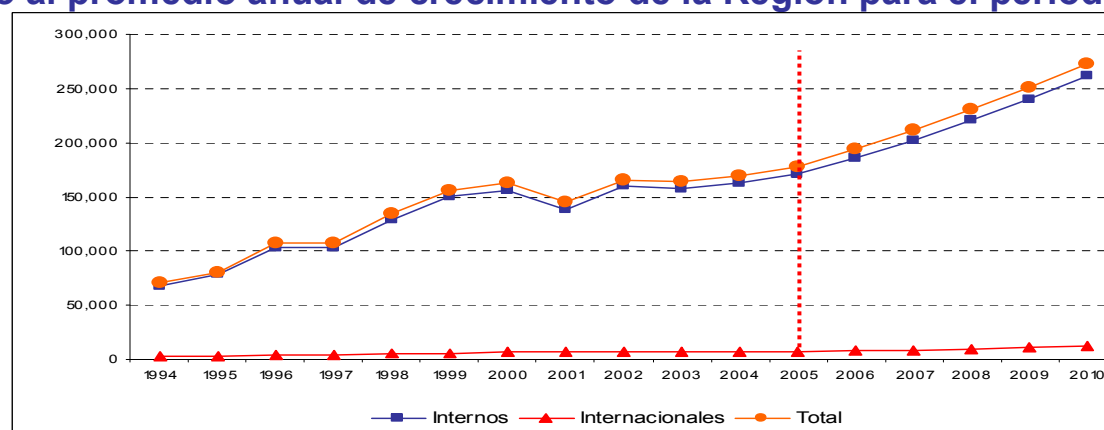
Elaboración propia.

Nota: A partir del 2005, la proyección se realiza asumiendo que se mantenga el promedio de crecimiento anual de los arribos a establecimientos de hospedaje del CTN registrados en el periodo 1995-2004 (3.40% para los turistas internos y 12.17% para los internacionales).

(iii) Escenario moderado

- Si se mantiene constante el promedio anual de incremento en el arribo de turistas internos (8.9%) e internacionales (11.5%) en Cajamarca de los últimos diez años (1996-2005) de acuerdo a la DIRCETUR, la Región recibiría 261,680 mil turistas internos y 11,717 internacionales en el 2010.
- No obstante, estas tasas representan prácticamente la mitad que las registradas por el MINCETUR para el período 1995-2004, por lo cual es difícil asegurar con certeza que se produzcan.

Arribos proyectados a establecimientos de hospedaje de Cajamarca de acuerdo al promedio anual de crecimiento de la Región para el periodo 1996-2005



Fuente (1994-2005): DIRCETUR Cajamarca.

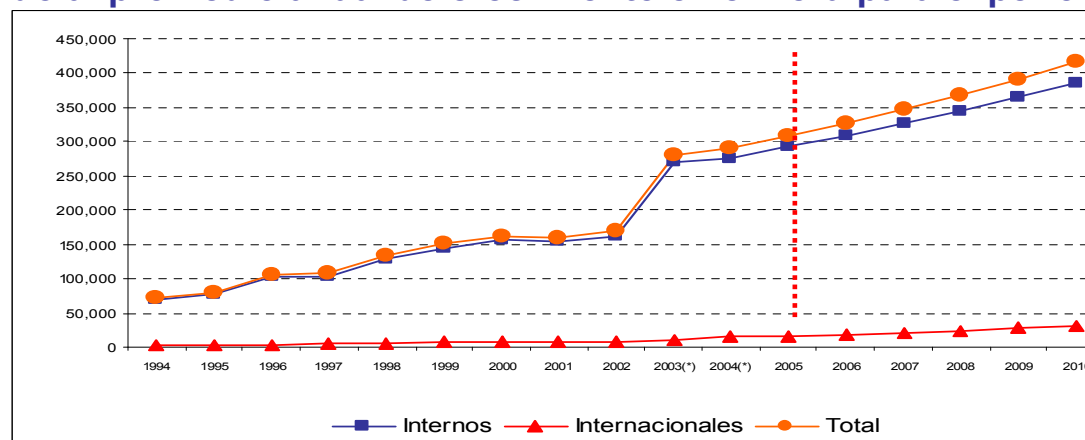
Elaboración propia.

Nota: A partir del 2006, la proyección se realiza asumiendo que se mantenga el promedio de crecimiento anual de los arribos a establecimientos de hospedaje de la Región Cajamarca registrados en el periodo 1996-2005 (8.9% para los turistas internos y 11.5% para los internacionales).

(iv) Escenario Perú

- Un cuarto escenario podría tomar como base el promedio anual de incremento en el arribo de turistas internos (5.72%) e internacionales (13.42%) en todas las regiones del país durante los últimos diez años, proyectándose así un arribo de 385,562 mil turistas internos y 30,659 internacionales en el 2010.
- Este escenario también resulta algo moderado, si se toma en cuenta que las tasas de crecimiento anual proyectadas ya han sido superadas por Cajamarca en la mayoría de años comprendidos en el periodo 1995-2004.

Arribos proyectados a establecimientos de hospedaje de la Región Cajamarca de acuerdo al promedio anual de crecimiento en el Perú para el periodo 1995-2004



Fuente (1994-2004): MINCETUR.

(*) Cifras preliminares.

Elaboración propia.

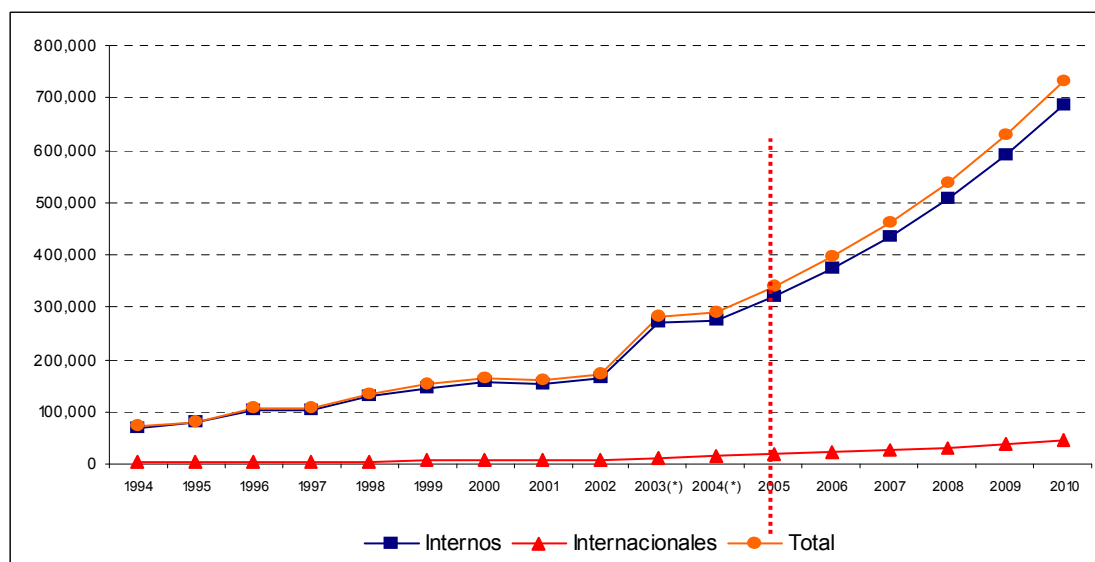
Nota: A partir del 2005, la proyección se realiza asumiendo que se mantenga el promedio de crecimiento anual de los arribos a establecimientos de hospedaje de todo el país registrados en el periodo 1995-2004 (5.72% para los turistas internos y 13.42% para los internacionales).

(v) Escenario optimista

- De acuerdo a las estadísticas de MINCETUR, podría proyectarse la demanda turística tomando como hipótesis que se mantenga el promedio anual de crecimiento en el arribo de turistas internos (16.4%) e internacionales (20.9%) registrado en los últimos diez años en Cajamarca.
- De cumplirse ello, Cajamarca recibiría en el 2010 alrededor de 700 mil turistas internos y poco menos de 45 mil internacionales.
- Suponer dicho crecimiento resulta difícil, dado que apenas en tres años la Región superó un 16.4% de incremento en la captación de turistas internos y sólo en cuatro años alcanzó cifras mayores a 20.9% de incremento en los arribos internacionales.

(v) Escenario optimista

Arribos proyectados a establecimientos de hospedaje de Cajamarca de acuerdo al promedio anual de crecimiento de la Región en el periodo 1995-2004



Fuente (1994-2004): MINCETUR.

(*) Cifras preliminares.

Elaboración propia.

Nota: A partir del 2005, la proyección se realiza asumiendo que se mantenga el promedio de crecimiento anual de los arribos a establecimientos de hospedaje de la Región Cajamarca registrados en el periodo 1995-2004 (16.4% para los turistas internos y 20.9% para los internacionales).

Metas de crecimiento en un contexto de promoción integral

- Una posible meta de consenso es incrementar la captación de turistas internos en 15% promedio anual al 2010 y en 25% para los turistas internacionales, lo cual le permitiría a Cajamarca encaminarse a alcanzar una posición de liderazgo en la captación de turistas internacionales en el CTN a mediano plazo. Ello permitiría duplicar el arribo de turistas internos al 2010 y triplicar la llegada de turistas internacionales.

IV. Problemática del Sector Turismo en Cajamarca



Deficiente generación de estadísticas de turismo

- Se presenta una serie de limitaciones y deficiencias en la generación de estadísticas de turismo que no permiten contar con información adecuada para la toma de decisiones de los actores públicos y privados.
- Existen marcadas diferencias entre la data de arribos del MINCETUR y la DIRCETUR.
- No se cuenta con información que permita cuantificar los turistas internos e internacionales que visitan Cajamarca de acuerdo a su motivación de viaje: diferenciando entre quienes viajan por vacaciones, para visitar a familiares y amigos, o por viajes de negocios.

Ausencia de investigaciones de mercado en turismo

- Cajamarca no cuenta con investigaciones de mercado que permitan la toma de decisiones de los actores públicos y privados. Existen apenas dos estudios con información sobre el perfil, características de viaje y nivel de satisfacción de los turistas, realizados por PromPerú:
 - *Nivel de Satisfacción de los Turistas que visitan Cajamarca* (cuya data está desactualizada y no puede ser generalizada, ya que fue realizado durante los Carnavales de 1999).
 - *Tips del Perfil del Vacacionista Nacional 2003-Vacacionistas que visitaron Cajamarca*.
- Un tercer estudio es el *Perfil del Turista Nacional y Extranjero que visita el Circuito Turístico Nororiental*; sin embargo, no brinda información desagregada sobre Cajamarca.
- No se conoce el perfil, características de viaje y nivel de satisfacción de los turistas que arriban a Cajamarca para visitar a sus amigos o familiares, así como por viajes de negocios.

Existencia de recursos turísticos en estado embriónico

- Los atractivos turísticos de Cajamarca constituyen “recursos turísticos” que requieren su conversión en productos turísticos.
- Se requiere propiciar mejoras en la infraestructura de acceso y calidad de los servicios turísticos, a fin de propiciar la conversión de Cajamarca en un destino turístico competitivo.

Escasa conectividad aérea

- Cajamarca no registra vuelos internacionales y, si bien, el aeropuerto local cuenta con autorización para recibir vuelos desde cualquier ciudad del país, sólo recibe vuelos desde Lima y Trujillo.
- El aeropuerto de Cajamarca viene siendo utilizado sólo en un 53% de su capacidad actual (durante el 2005 registró un movimiento de 56,704 pasajeros).

Deficiente conectividad terrestre

- Se requiere mejorar el acceso a la ciudad de Chachapoyas (Amazonas) y propiciar la captación de mayores flujos turísticos desde el Ecuador, a través de una apropiada integración vial.

Servicios turísticos no competitivos

- **Establecimientos de hospedaje:** Cajamarca cuenta mayormente con alojamientos sin categoría o clase asignada (más de la mitad de la oferta hotelera de la Región).
- **Agencias de viajes:** Más de dos tercios cuentan con cinco años o menos de funcionamiento y no todos cuentan con una cultura de excelencia en los servicios (algunas empresas ofrecen servicios turísticos en locales poco apropiados y compartidos con la venta de diversos productos, lo cual genera cierta percepción de informalidad).
- **Guías de turismo:** Más de un tercio tiene cinco años o menos en dicha actividad. Requieren mayor capacitación en diversas áreas, como el aprendizaje de idiomas.
- **Restaurantes:** Nueve de cada diez restaurantes de Cajamarca no tienen ninguna categoría asignada. Entre los que cuentan con alguna categoría, los de un tenedor son la mayoría, lo cual no asegura estándares de calidad internacional.

Duplicidad de proyectos y sin una visión de consenso ni orientación de mercado

- En los últimos años se han realizado más de veinticinco estudios y proyectos ligados a diversos aspectos del Sector Turismo en Cajamarca, duplicándose esfuerzos y sin la orientación de una visión de consenso (como inventarios turístico, planificación y desarrollo de productos turísticos, capacitación, conciencia turística, puesta en valor de atractivos turísticos y promoción).
- Ninguno de los proyectos se orientó a la generación de un Sistema de Inteligencia Turística que genere estadísticas de turismo o investigaciones de mercado para conocer el perfil, nivel de satisfacción y características de viaje de los turistas que visitan a Cajamarca.

V. Retos para la promoción turística de Cajamarca al 2010



Modelo de “promoción integral”

- Para lograr un desarrollo estratégico y competitivo de Cajamarca como destino turístico se requiere seguir un modelo de “promoción integral” que convierta sus recursos y atractivos turísticos en productos turísticos que prioricen una visión de mercado.
- La conformación del “producto turístico Cajamarca” implica:
 - mejoras en la conectividad e infraestructura de acceso,
 - creación de productos temáticos.
 - puesta en valor de los principales recursos turísticos
 - generación de mayor conciencia turística
 - capacitación y mejora de la calidad de los servicios turísticos
 - fortalecimiento institucional y la plena participación de los actores locales.
- Se debe propiciar un desarrollo turístico sostenible que beneficie a las poblaciones rurales de menores recursos y que se lleve a cabo en paralelo a la implementación de un Sistema de Inteligencia Turística que genere y difunda investigaciones de mercado y estadísticas de turismo oportunas y confiables, útiles para la toma de decisiones y la planificación pública y privada.

Segmentación del mercado interno:

- **Estrategia:** Focalización de esfuerzos promocionales en el mercado interno, a fin de alcanzar resultados inmediatos en los siguientes segmentos prioritarios:
 - **Vacacionistas jóvenes:** Residentes en Lima, Lambayeque y La Libertad, con instrucción universitaria, que no han visitado Cajamarca en otras oportunidades, con un gasto per cápita diario mayor a S/. 70.00 (35% más de gasto per cápita diario que el turista interno promedio).
 - **Parejas y adultos profesionales:** Personas que viajan con grupo de amigos o familiares y que, por su nivel de exigencia, ayudarían a elevar la calidad de los servicios y el uso de empresas turísticas de mayor categoría.
 - **Turistas de congresos y eventos:** Cajamarca podría captar la sede de eventos de colegios profesionales del país y -con el tiempo- asumir eventos de carácter internacional; así como ser sede de convenciones anuales, capacitación y eventos de incentivo de empresas comerciales, principalmente de Lima.

Segmentación del mercado internacional:

- **Estrategia:** Orientarse a segmentos y nichos que perciban el valor de una oferta diferenciada y en el marco de la propuesta turística del CTN, focalizando la promoción de Cajamarca como destino turístico en los Estados Unidos, Chile y Ecuador.
 - Estados Unidos es el segundo mercado emisor de turistas en el mundo, el primero en gastos por turismo, el principal mercado emisor de turistas al Perú y Cajamarca, y registra un promedio de permanencia superior al promedio del turista extranjero que visita Cajamarca (2.9 noches).
 - Chile es el principal mercado emisor de turistas al Perú.
 - Ecuador es el cuarto mercado emisor de turistas al Perú, uno de los principales del CTN y una zona que puede favorecer a Cajamarca por un tema de conectividad natural.
 - El segmento prioritario debería tener un alto nivel educativo y de ingresos, entre los 30 y 45 años de edad, viajar sin hijos y motivados por el disfrute de sus vacaciones, el contacto con la naturaleza, visita a sitios arqueológicos y práctica de actividades especializadas, tratándose de un turista con conciencia ambiental y social.

Objetivos para el desarrollo y promoción turística de Cajamarca al 2010:

- A fin de lograr un crecimiento turístico planificado en Cajamarca, basado en la creación de productos turísticos sostenibles y con una visión de mercado, se propone consensuar una meta de incremento en la llegada de turistas, que podría orientarse a alcanzar un crecimiento de 15% en promedio anual para el arribo de turistas internos y de 25% para los internacionales, sobre la base de una propuesta de promoción integral.
- Dicha meta se basa en el logro de cuatro objetivos: la implementación de un Sistema de Inteligencia Turística; el desarrollo de una oferta turística competitiva, sostenible y con visión de mercado; su comercialización en los mercados meta del país y el extranjero; y el fortalecimiento institucional.

Sistema de Inteligencia Turística

- El proceso de conversión de un recurso o atractivo turístico en un producto turístico requiere de información técnica y actualizada que sustente la toma de decisiones. La información estadística de arribos de turistas a Cajamarca es insuficiente y presenta diferencias según la fuente consultada, lo cual dificulta el análisis del comportamiento de la demanda turística. Ello se agrava en la medida que prácticamente no se han realizado investigaciones de mercado sobre los turistas que visitan Cajamarca. Es necesario establecer un Sistema de Inteligencia Turística que asegure la generación de estadísticas oportunas, confiables y precisas, y la realización permanente de investigaciones de mercado. De esta forma, se podrá conocer el perfil, características de viaje y nivel de satisfacción de los turistas que visitan Cajamarca; así como obtener información sobre los canales de distribución, las nuevas tendencias del turismo internacional, y los mercados y segmentos prioritarios; mediante la elaboración de documentos técnicos que brinde información periódica a los actores locales. Asimismo, se deberá de priorizar la medición y monitoreo de los impactos medioambientales, socio-culturales y económicos generados por el turismo, a fin de alcanzar la sostenibilidad turística.

Desarrollo del “Producto Turístico Cajamarca”

- El futuro desarrollo turístico de Cajamarca para una mayor captación de turistas internacionales está ligado a la consolidación del CTN como destino turístico. El conjunto de atractivos del CTN configura una oferta turística diferenciada y con mayores posibilidades de lograr un buen posicionamiento y comercialización en el extranjero. En el caso del turismo interno (que representa el 95% de arribos a Cajamarca) es más apropiada una promoción y comercialización de Cajamarca por separado del CTN, pues el vacacionista interno tiene un menor promedio de estadía que el turista internacional que visita el Perú (lo cual dificulta que pueda desplazarse a varias ciudades del CTN) y ya tiene un posicionamiento formado sobre Cajamarca como destino turístico (lo cual podría motivar sus viajes a Cajamarca con mayor facilidad como respuesta a estímulos promocionales). No obstante, se requiere plantear un desarrollo turístico que convierta los recursos y atractivos en productos turísticos sostenibles, competitivos y con visión de mercado, para lo cual se sugiere realizar las siguientes acciones:

a. Conectividad e infraestructura de acceso:

- (i) **Conectividad terrestre:** Cajamarca debe priorizar una integración vial con caminos que configuren corredores económicos; es decir, infraestructura productiva para el desarrollo. Las mejoras requeridas en las vías prioritarias para el desarrollo del turismo en Cajamarca son las siguientes:
 - Asfaltado de la ruta que une Cajamarca con Amazonas, a través de Celendín, Balsas y Leimebamba, para arribar a Tingo, en las cercanías de Kuélap: Esta ruta es clave para motivar el interés de los turistas internacionales por visitar Cajamarca durante su visita al CTN, utilizando vías seguras y en buen estado.
 - Asfaltado de la vía Cajamarca-Puente Balsas (en el marco de la implementación del Corredor Pacasmayo-Cajamarca-Celendín-Soritor, que une la Costa Norte con la Selva de San Martín): Fomentaría la integración con el Ecuador a través de la Carretera Longitudinal de la Sierra Norte y permitiría incrementar la llegada de turistas desde la zona sur del Ecuador (que actualmente genera un flujo turístico importante a otras regiones del norte del Perú, como Tumbes, Piura, Lambayeque y La Libertad, mas no así a Cajamarca).
 - Asfaltado del tramo Cajamarca-Jaén de la Carretera Longitudinal de la Sierra Norte: Es una acción prioritaria, pues permitirá la interconexión futura con el Ecuador a través la Carretera Longitudinal de la Selva Norte. Una vez que se cuente con vías asfaltadas desde Loja hasta Vilcabamba (en el Ecuador) y, luego, hasta el Puente de Integración, en la frontera con el Perú, se crearía un corredor hacia Jaén, que permitiría seguir ruta hacia la ciudad de Cajamarca o Amazonas, para visitar Kuélap a través de la carretera que lleva a Pedro Ruiz Gallo (cuyo asfaltado ha sido anunciado por el Gobierno nacional).

a. **Conectividad e infraestructura de acceso:**

- **(ii) Conectividad aérea:** De acuerdo a la demanda de pasajeros que hacen uso de los servicios de transporte aéreo, es difícil motivar el ingreso de nuevas aerolíneas para que operen la ruta Lima-Cajamarca-Lima, pero - gracias a una propuesta de promoción turística integral que incremente los actuales flujos de turistas que arriban a Cajamarca por vía aérea-, en el mediano plazo Cajamarca podría convertirse en un hub regional para los desplazamientos al interior del CTN, entre la zona norte del país y con las principales ciudades del sur del Ecuador.

b. Puesta en valor de recursos turísticos:

- Cajamarca requiere una urgente puesta en valor de sus principales recursos y atractivos turísticos, que implique mejoras en infraestructura básica, señalización, conservación, investigación y provisión de servicios básicos, priorizando la implementación de estas acciones en los principales puntos de interés turísticos. En este sentido, se podría priorizar la puesta en valor de Cumbemayo, Baños del Inca, Cuarto del Rescate, complejos religiosos, Cerro Santa Apolonia y Ventanillas de Otuzco.

c. Creación de productos temáticos:

- Se requiere la creación de nuevos productos turísticos en Cajamarca, a fin de contar con una oferta turística diferenciada, de acuerdo a los gustos, necesidades y preferencias de los turistas, y en base al aprovechamiento del potencial turístico existente (termalismo, vestigios prehispánicos como el Camino Inca, belleza paisajística y culturas vivas). Ello debe producirse fomentando la generación de ingresos y empleo para las poblaciones rurales. El concepto de Cajamarca como “Villa Termal de los Incas” podría ser el eje central de la propuesta del desarrollo turístico y su promoción, complementándolo con la creación de productos temáticos basados en turismo vivencial y de naturaleza (como trekking en el Camino Inca para la observación de aves). La creación de rutas temáticas generaría beneficios económicos a una serie de microempresas -sobre todo de artesanía- y nuevas opciones de negocios en las áreas rurales.

d. Generación de conciencia turística:

- La población de Cajamarca aún no ha internalizado los beneficios que la actividad turística puede generar. Es probable que la llegada de turistas se vincule únicamente a determinados periodos del año (especialmente Carnavales y Fiestas Patrias) y que se asocie sólo con uno de los segmentos de turistas que arriban a Cajamarca: los viajeros de negocios vinculados a la actividad minera. Es necesario preparar a la población para que acoja adecuadamente al turista, a través de una campaña de generación de conciencia turística y sensibilización ciudadana. Se requiere la organización de talleres, microprogramas de radio y charlas dirigidas a los grupos organizados de la sociedad (como clubes de madres y comedores populares), así como a jóvenes universitarios y escolares, motivando la identificación del turismo como una alternativa de generación de ingresos y empleo; y un mayor involucramiento de los pobladores en el desarrollo turístico y la prestación de determinados servicios turísticos. De esta forma, se genera buenos hábitos para el cuidado y conservación del patrimonio cultural y natural, se revaloriza la cultura local y fortalece la identidad cultural.

e. Capacitación y mejora de la calidad de los servicios turísticos:

- Uno de los principales componentes del desarrollo turístico es la capacitación de los recursos humanos, con énfasis en las pequeñas y microempresas prestadoras de servicios turísticos operadas por pobladores locales. La capacitación de los prestadores de servicios turísticos debe priorizarse en la ciudad de Cajamarca, que concentra a la mayoría de empresas turísticas. El Sistema de Inteligencia Turística brindaría información sobre cuál es el actual nivel de satisfacción del turista que Cajamarca y, en base a sus resultados, permitiría priorizar la capacitación requerida y las empresas a las cuales estaría dirigida. Igualmente, deberá medir los resultados de las capacitaciones en la mejora de la calidad de los servicios y nivel de satisfacción de los turistas. En términos generales, entre las acciones de capacitación prioritarias -cuya necesidad real debe verificarse a través de investigaciones de mercado- se encuentran las siguientes:

e. Capacitación y mejora de la calidad de los servicios turísticos:

- Capacitación del personal de servicios de transporte, restauración, hospedaje y guiado, especialmente en el aprendizaje del idioma inglés, manejo de operaciones turísticas y técnicas básicas de administración y atención al cliente.
- Programa de fortalecimiento y capacitación de micro y pequeñas empresas turísticas, a fin de que alcancen niveles de eficiencia y competitividad.
- Dictado de cursos de planificación y gestión social de proyectos en turismo, dirigidos a las autoridades locales (con énfasis en el distrito de Baños del Inca).
- Capacitar a grupos vinculados indirectamente a la actividad turística, como asociaciones de ganaderos y agricultores, acerca de su posible vinculación con el turismo y en temas ambientales.
- Capacitar al personal directamente vinculado al trato con el turista en la provisión de información sobre los principales atractivos turísticos de Cajamarca y particularidades locales.

Fortalecimiento institucional (participación de actores locales, coordinación interinstitucional y visión compartida)

Objetivo: Lograr el convencimiento, participación, compromiso y apoyo de los actores locales.

- **Pobladores locales:** Focalizar esfuerzos en dos grupos prioritarios: (i) artesanos de los poblados aledaños a Cajamarca; y (ii) pobladores que vienen prestando servicios de turismo vivencial o podrían incorporarse a dicha modalidad de turismo.
- **Autoridades:** El gobierno regional y local se deben involucrar en el desarrollo sostenible de la actividad turística mediante la planificación participativa, ordenamiento territorial, ejecución de obras públicas, puesta en valor y conservación de los recursos turísticos locales, y supervisión de los servicios turísticos.
- **Gremios:** Se requiere una labor de fortalecimiento de los gremios, que implique mayor representatividad y aumentar el número de asociados.
- **Yanacocha:** Podría continuar apoyando la construcción de infraestructura que facilite la accesibilidad y provisión de servicios en los principales atractivos turísticos, permitiendo que se cuente con la infraestructura básica requerida para su consolidación como producto turístico. Igualmente, puede incorporar a la mina dentro de la oferta turística, propiciando visitas a la misma y a los proyectos de desarrollo que promueve (como el que fomenta la competitividad de productores de joyas y artesanía en oro y plata).

Fortalecimiento institucional (participación de actores locales, coordinación interinstitucional y visión compartida)

- **Asociación Los Andes de Cajamarca:** A través de ALAC, la empresa Yanacocha puede continuar desempeñando un rol de facilitador de las iniciativas locales para el desarrollo del turismo, apoyando la implementación del modelo de “promoción turística integral” y la captación de fondos de cooperación internacional, en coordinación con los principales proyectos que se vienen implementando, como el “Proyecto Competitividad de MiPyMEs-Consolidando el Desarrollo del CTN”.
- **Organizaciones no gubernamentales:** Es importante continuar apoyando a las ONG’s que vienen desarrollando diversos proyectos ligados al Sector Turismo y a la actividad cultural en Cajamarca, como la Asociación Antares, Artes y Letras. La investigación y difusión de aspectos culturales que desarrolla esta ONG en temas como artesanía, festividades y gastronomía, podrían resultar el elemento integrador de una campaña de conciencia turística y reforzamiento de la identidad local. Igualmente, sería conveniente convocar la participación de ONG’s del extranjero que permitan nuevas fuentes de recursos y establecer alianzas estratégicas.
- **Grupo Impulsor:** Se requiere aprovechar al máximo los espacios de coordinación interinstitucional existentes, a fin de propiciar la búsqueda de objetivos comunes, evitando la duplicidad de esfuerzos y optimizando el uso de los recursos. El Grupo Impulsor, bajo el liderazgo de ALAC, podría ser el organismo que convoque la participación permanente de todos los actores locales, para el diseño final, aprobación y ejecución de las políticas de desarrollo turístico, bajo el “modelo de promoción integral”.

Comercialización de Cajamarca como destino turístico

- La comercialización de Cajamarca como destino turístico debe plantearse en función de la información que genere el Sistema de Inteligencia Turística.
- Se necesita una marca turística, propiciar un mayor uso del Internet para la difusión de información (elaborando un Portal de Cajamarca con información actualizada sobre la oferta turística de la Región y su vinculación con el CTN) y el aprovechamiento de canales de distribución especializados
- Establecer alianzas con operadores de turismo especializados y un acercamiento con los cajamarquinos que residen fuera de la región (diseño de una “Red de Cajamarquinos”).

VI. Lineamientos de la Política de Desarrollo y Promoción Integral de Cajamarca al 2010



Lineamientos de la Política de Desarrollo y Promoción Turística Integral de Cajamarca al 2010

- El desarrollo de Cajamarca como un producto turístico competitivo requiere la implementación de una política de desarrollo y promoción turística integral que concrete el compromiso y actuación conjunta de los actores locales; y se base en la conversión de los recursos y atractivos en producto turísticos, la mejora de la calidad de los servicios y una visión de mercado y un plan de marketing impulsados por un Sistema de Inteligencia Turística creíble, oportuno y vigente.

Lineamientos de la Política de Desarrollo y Promoción Turística Integral de Cajamarca al 2010

1. Diseñar e implementar un Sistema de Inteligencia Turística para Cajamarca.
2. Elaborar un Plan de Desarrollo de Producto Turístico para Cajamarca.
 - a. Priorizar el desarrollo de productos turísticos en función de mercados prioritarios.
 - b. Implementar un Plan de Mejora en la Calidad de los Servicios de acuerdo a estándares internacionales.
 - c. Implementar un Plan de Sensibilización de la Población sobre el real potencial del turismo como una herramienta de lucha contra la pobreza.
3. Plan de Marketing y Promoción Turística de Cajamarca:
 - a. Segmentación de mercados prioritarios.
 - b. Desarrollo de una marca turística.
 - c. Implementación de un Portal Turístico.
 - d. Identificar los canales de comercialización y promoción que permitan maximizar el uso de los recursos existentes y alcanzar las metas de consenso.

Lineamientos de la Política de Desarrollo y Promoción Turística Integral de Cajamarca al 2010

4. Plan de Fortalecimiento Institucional

- a. Generar un sistema de coordinación interinstitucional de carácter permanente.
- b. Formular e interiorizar una visión de consenso sobre el desarrollo y promoción turística de Cajamarca al 2010.

Política de Desarrollo y Promoción Turística para Cajamarca (2006-2010)



Dra. Beatriz Boza
Cajamarca, Mayo de 2006