

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, CONTABLES Y
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ECONOMÍA



TESIS

“DINÁMICA DEL SECTOR TURISMO EN LA PROVINCIA DE
CAJAMARCA 2000 – 2013: ESTRATEGIAS DE MEJORA”

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE ECONOMISTA

PRESENTADO POR:

BACH. EN ECONOMÍA: VILLANUEVA COLLAO, HUGO

ASESOR:

DR. ÁNGEL LOZANO CABRERA

CAJAMARCA - PERÚ

2015

PRESENTACIÓN

Honorables miembros del Jurado Calificador:

El Reglamento de Grados y Títulos de La Escuela Académico-Profesional de Economía de la Facultad de Ciencias Económicas, Contables y Administrativas de la Universidad Nacional de Cajamarca, establece que, para obtener el Título Profesional de Economista, se debe elaborar, presentar, sustentar y defender un trabajo de Tesis; en tal sentido, ponemos a vuestra consideración para su dictamen y calificación, la tesis titulada: **“Dinámica del Sector turismo en la provincia de Cajamarca 2000 – 2013: Una estrategia de mejora”**.

El trabajo de investigación ha sido elaborado utilizando una metodología rigurosa, adecuada la metodología correspondiente desde la elaboración y aprobación del Proyecto de Tesis hasta la ejecución y presentación de la misma.

Esta modesta contribución teórica es el resultado de la investigación como proceso y de la aplicación de los métodos, técnicas e instrumentos que dicho proceso así lo exige; y que, estamos seguros servirá como punto de partida o marco metodológico para la realización de otras investigaciones en esta línea de la industria del turismo.

Por lo expuesto líneas arriba, asumiremos con interés, humildad y sobre todo con mucha responsabilidad, las críticas, observaciones y sugerencias para que el informe final siga su curso de perfectibilidad.

El autor

DEDICATORIA

A mi Mamá NOEMÍ, por ser la persona más importante en mi vida y demostrarme siempre su amor y cariño de una manera incondicional a pesar de mis múltiples errores y defectos.

A mis familiares más cercanos que siempre estuvieron presentes para brindarme su apoyo en todo momento

A todas las personas interesadas en la realización de otras investigaciones en esta línea de la industria del turismo

AGRADECIMIENTO

Agradezco a DIOS, quien es mi fortaleza y que permite que aún siga con vida para seguir consiguiendo las metas que me he trazado.

A mi Mamá NOE, porque si hoy estoy logrando esto, es por su apoyo, su ayuda, su esfuerzo porque yo esté bien siempre y sea una persona de bien.

A mi familia en general, que me apoyaron en los momentos más difíciles e importantes, jamás me dejaron solo.

A mi Papá, que aunque ya no esté entre nosotros me devolvió la confianza que alguna vez perdí y me ayudó a seguir esforzándome para conseguir lo que quiero.

A mis compañeros (as) y amigos (as) en general porque las experiencias vividas con ellos (as) me ayudaron a ver la vida de bastantes maneras distintas.

A mis maestros que dentro y fuera de la Universidad, influyeron con sus lecciones y experiencias en formarme como una persona de bien y preparada para los retos que la vida nos puede presentar.

Dedico este trabajo de igual manera a mi tutor quien me ha orientado en todo momento en la realización de este proyecto que enmarca el último escalón hacia un futuro en donde sea partícipe en el mejoramiento del proceso de enseñanza y aprendizaje.

ÍNDICE

	Página
PRESENTACIÓN	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
ÍNDICE	v
INTRODUCCIÓN	viii
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	
1.1 Situación problemática	10
1.2 Selección y delimitación del problema	15
1.3 Formulación del problema	15
1.4 Sistematización del problema	16
1.5 Justificación del problema	16
1.6 Limitaciones de la investigación	18
1.7 Objetivos de la investigación	18
1.7.1 Objetivo general	18
1.7.2 Objetivos específicos	19
1.8 Hipótesis de investigación	19
1.8.1 Operacionalización de las variables	20
1.9 Metodología de la investigación	20
1.9.1 Tipo y nivel de investigación	20
1.9.2 Métodos de la investigación	21
1.9.3 Técnicas de acopio de datos	22
1.9.4 Técnicas de procesamiento de información	22
1.9.5 Técnicas de análisis e interpretación de resultados	22
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	
2.1 Antecedentes del problema de investigación	23
2.2 Bases teóricas	30
2.2.1 Una aproximación a la definición de turismo	30
2.2.2 Elementos del turismo	31

2.2.3	Importancia e impacto del turismo	35
2.2.4	Planificación y ordenamiento turístico	37
2.2.5	Formas de turismo	40
2.2.6	Enfoques básicos para el estudio del turismo	47
2.2.7	Globalización, turismo y desarrollo	49
2.2.8	Turismo y gobiernos locales y regionales	52
2.2.9	Turismo y desarrollo local	58
2.3.0	Ecoturismo: alternativa para el desarrollo local	62
2.3	Glosario de términos básicos	64

**CAPÍTULO III: DINÁMICA DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE CAJAMARCA,
PERIODO 2000 – 2013.**

3.1	Descripción del área de estudio	69
3.1.1	Provincia de Cajamarca	69
3.1.1.1	División administrativa	69
3.1.1.2	Población	69
3.1.1.3	Clima e hidrografía	70
3.1.1.4	Estructura productiva	71
3.1.1.5	Actividades productivas	72
3.1.1.6	Distancias de Cajamarca a otras ciudades del Perú	76
3.2	Oferta turística de Cajamarca	76
3.2.1	Principales atractivos	76
3.2.1.1	Restos arqueológicos	76
3.2.1.2	Iglesias y casonas	78
3.2.1.3	Otros atractivos turísticos	80
3.2.1.4	Festividades	81
3.2.2	Principales recorridos y circuitos turísticos	83
3.2.3	Circuito Turístico Nororiental (CTN)	84
3.2.4	Infraestructura de acceso y servicios turísticos en Cajamarca	85
3.2.4.1	Establecimientos de hospedaje	85
3.2.4.2	Establecimiento de restaurantes	91
3.2.4.3	Acceso, conectividad y servicios de transporte turístico	93

3.2.5 Agencias de viajes y operadores de turismo	96
3.2.6 Servicios de guiado	98
3.2.7 Otras empresas de servicios turísticos	99
3.3 Demanda turística de Cajamarca	100
3.3.1 Arribo de turistas a Cajamarca	100
3.3.2 Análisis comparativo de los arribos de turistas a Cajamarca	110
3.3.3 Perfil del turista interno que visita Cajamarca	112
3.3.4 Perfil del turista internacional que visita Cajamarca	112
3.3.5 Proyección de crecimiento de demanda turística en Cajamarca	115

CAPÍTULO IV: ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE CAJAMARCA

4.1 Plan estratégico de desarrollo turístico	120
4.2 FODA	121
4.3 Objetivos	125
4.4 Estrategias de desarrollo del turismo sostenible desde la políticanacional	126
4.5 Estrategias para mejorar la actividad turística en la provincia de Cajamarca	135
CONCLUSIONES	139
SUGERENCIAS	140
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	141

INTRODUCCIÓN

La presente tesis titulada “Dinámica del sector turismo en la provincia de Cajamarca 2000 – 2013: Estrategias de mejora”, está ubicada en el campo macroeconómico; y, el sector turismo constituye hoy en día uno de los sectores estratégicos para dinamizar el crecimiento económico, no solamente del Perú, sino por su importancia, para todos los países que tengan recursos turísticos sin mayor valor agregado. Los estudiosos e investigadores señalan que, si se quiere salir de la pobreza y dinamizar el crecimiento y desarrollo, prioritariamente se debe evaluar la potencialidad de recursos de diversa naturaleza que hay en sus propios territorios y en la capacidad e inteligencia de sus autoridades responsables, para darles mayor valor agregado e imprimirles un uso lo más racionalmente posible.

MONITOR COMPANY (1995) es una consultora norteamericana y fue contratada por el gobierno peruano para realizar un estudio para determinar las ventajas competitivas que posee el Perú; los estudios concluyeron que – las ventajas comparativas y competitivas – del país, se ubicaban en tres sectores: Turismo, agro exportación y confecciones. Sin embargo, indica que el país no está preparado para recibir adecuadamente a un creciente número de turistas de manera exitosa.

El Perú en general y la región Cajamarca en particular, se caracterizan por poseer en el sector turismo un enorme potencial de recursos (naturales, arquitectónicos, históricos, costumbristas, calidad y variedad de sus comidas entre otros) para atender todos los segmentos del mercado nacional y extranjeros. Sin embargo, la mayor dificultad está relacionada por el lado de la oferta de servicios turísticos en cuanto a su infraestructura y calidad –no está preparada- para recibir una demanda que viene incrementándose cada año.

El contenido del trabajo de tesis ha sido estructurado en cuatro capítulos:

El capítulo I contiene el planteamiento de la investigación, conformado por el problema de investigación estructura en la situación problemática, selección y delimitación y su formulación; los objetivos; el marco teórico y la metodología correspondiente.

En el capítulo II se ha desarrollado el marco teórico, cuya estructura clásica está conformada por los antecedentes del problema, las bases teóricas seleccionadas y los términos básicos, cuyo papel fundamental consiste en facilitar la lectura y comprensión de los lectores.

El capítulo III se relaciona con la dinámica del turismo en la provincia de Cajamarca en el período 2000-2013, desagregado en la descripción de las áreas de estudio, la oferta turística de Cajamarca, la demanda turística de Cajamarca, desagregadas, a su vez, en sus respectivos componentes.

En el capítulo IV se ha escrito algunas estrategias para mejorar la actividad turística en la provincia de Cajamarca, considerando el plan estratégico de desarrollo turístico, FODA del sector, objetivos y estrategias para mejorar la actividad turística de la provincia.

Finalmente se presenta las conclusiones y sugerencias, y la bibliografía revisada para la realización del trabajo de tesis.

El Autor.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Situación problemática

El turismo es un sector generador de empleo e ingresos tanto en actividades directas como en actividades complementarias dada su propia naturaleza. El crecimiento económico de algunos países del mundo industrializado europeo como Francia, Italia, España y en América Latina, México; la actividad turística constituye una fuente importante de generación de ingresos para la población involucrada y para sus gobiernos, debido a que a dicha actividad la han convertido en una “industria sin chimenea” – a decir de algunos estudiosos del tema-; Francia recibe anualmente alrededor de 60 millones de turistas, Italia y España bordean los 50 millones de turistas por año aproximadamente (MITINCI. Foro de Desarrollo Turístico: Agenda para la Excelencia, 1996, p. 15, citado por Pajares Bazán, 2010).

Estudios realizados en los países referenciados líneas arriba, entre otros tienen resultados coincidentes; indican que “...las tendencias mundiales a través del tiempo han caracterizado a la industria de servicios turísticos como la de mayor crecimiento en la presente siglo” (MITINCI. 1996, por Pajares Bazán, 2010, pg. 12; la cita se refiere a la última década del siglo XX y primer quinquenio del siglo XXI). Ello corrobora sobre la importancia de la actividad turística para el crecimiento de la economía de cualquier país del mundo, debido a que es un sector generador de empleo e ingresos.

El turismo como actividad económica y social se ha convertido en un modelo de expansión capitalista que en el marco de la globalización emerge como alternativa de inserción de diversas regiones de los países del mundo a los circuitos de

capitales y mercados mundiales con alto grado de eficiencia y eficacia, pero también con todas las externalidades que ello implica en el desarrollo de las sociedades.

En la actualidad, el turismo es una de las actividades más dinámicas del capitalismo global, su importancia se aprecia en la aportación que tiene en la generación de riqueza. Según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), en el año de 2010 el crecimiento de las llegadas internacionales fue del 7% con respecto al año anterior, ascendiendo a un total de 940 millones, con registro de crecimiento en todas las regiones del mundo, se estima que en 2011 el turismo haya crecido de un 4 a un 5% (OMT, 2011; citado por Camelo 2012, 18).

Durante 2006 la aportación del turismo al PIB mundial fue de 10.3%, la compra de bienes y objetos por los turistas representa el 6.4% de las exportaciones mundiales. El crecimiento de la economía mundial del turismo se considera cuatro veces más rápido que el crecimiento de la economía mundial total (César y Arnaiz, 2011). Sin embargo, la riqueza y los costos que genera el modelo de turismo implantado a nivel mundial no se reparten de manera equitativa a nivel local, los efectos de esta actividad han sido diversos y por lo general negativos. Estos efectos se han estudiado y tipificado por diversos autores, en forma general pueden observarse en el ámbito económico, político, social, cultural y ambiental (Castro, 2010).

Los efectos económicos de la actividad turística se pueden clasificar en positivos y negativos: los efectos positivos se refieren a la entrada de divisas, generación de empleos, mejoramiento de la infraestructura, estímulo a la actividad empresarial, dinámica económica regional; entre los efectos negativos más significativos podemos mencionar el incremento de las importaciones, distorsiones en el mercado laboral, limitaciones en la inversión pública,

insuficiente infraestructura de servicios públicos, insuficiente vivienda, inflación, alta especulación sobre las tierras y bienes inmobiliarios, entre otros.

En el ámbito socio-cultural, los efectos se observan en modificaciones a la estructura poblacional, cambio de la cultura y valores tradicionales, incremento de la prostitución, la inseguridad, delincuencia, tráfico de drogas, exclusión y marginalidad, estratificación social con pérdida de posición por parte de la población local, la población originaria en muchas ocasiones se transforma en servidumbre de los nuevos dueños de la tierra y de las empresas turísticas de mayor envergadura, choque generacional; las nuevas generaciones prefieren ser empleados en la actividad turística que realizar otro tipo de actividades tradicionales, conflictos étnicos y xenofóbicos, grandes contrastes entre pobreza y riqueza.

Las manifestaciones en el aspecto político son modificaciones a las estructuras tradicionales mediante la incorporación de nuevos grupos de poder, los nuevos propietarios de las tierras y de la planta turística inciden en las formas de organizar y ejercer el poder en las regiones donde existen recursos y desarrollos turísticos, generando conflictos de diversa índole.

De manera general en el aspecto ambiental los impactos se presentan en distintos momentos y escenarios, de manera directa se observan pérdida de manglares y humedales, aglomeración excesiva de las construcciones, contaminación escénica, alteración de ecosistemas, contaminación por desechos sólidos y emisiones a la atmósfera, el transporte masivo tiene gran influencia en esto último, deforestación y depredación de flora y fauna en general, sobre uso del suelo, vertederos de aguas negras al mar por embarcaciones o las propias ciudades, modificación del paisaje, entre otros.

En lo espacial, el turismo como creador, consumidor y destructor de espacios ejerce una gran influencia y modifica por lo general las estructuras regionales, genera grandes concentraciones derivadas de procesos migratorios de zonas rurales hacia centros de actividad turística, con las consecuencias lógicas con respecto a los servicios públicos de agua, drenaje, vivienda, electrificación, etc., promoviendo la construcción de ciudades que por lo general en países en desarrollo, se manifiestan con alto grado de desorden y caos.

En el caso peruano, a pesar de ser un tema de interés nacional debido a la importancia en los aspectos económico, social, laboral, cultural, educativo, etc.; no ha sido atendido con políticas claras y recursos económicos necesarios a nivel de gobierno central, de los gobiernos regionales y de los gobiernos locales.

Sin embargo, la “industria sin chimenea” como acertadamente la denominan algunos estudiosos a la actividad turística, en muchas regiones del mundo se presenta como la más ventajosa y racional; por lo que ha contribuido en el desarrollo de actividades de crecimiento económico sostenido y sostenible de muchos países que han atendido de manera adecuada con políticas de desarrollo para dicho sector.

El principal problema que el Perú enfrenta para incrementar su actividad turística y explotar adecuadamente sus recursos, es que “no dispone de una infraestructura adecuada”; las instalaciones y servicios de los que se dispone no son suficientes para satisfacer a un número de turistas que deben convertirse en corresponsales de otros turistas que potencialmente se estarían animado a visitar el país.

La riqueza cultural, arqueológica y natural de Cajamarca es amplia y diversa. Allí están Cumbemayo, Las Ventanillas de Otuzco y los Baños del Inca por ejemplo, van de la mano con los bosques de la Granja Porcón, su feria patronal y el

carnaval, sus platos típicos, los exquisitos quesos y dulces típicos de Cajamarca y alrededores. ¿Cómo aprovechar estos recursos turísticos para convertirlos en una verdadera fuente de crecimiento y desarrollo para la Región?, ¿Cómo dinamizar el movimiento turístico hacia Cajamarca y qué se requiere para ello?, ¿Cómo convertir a los recursos turísticos de Cajamarca en ventaja competitivas frente a las demás regiones del Circuito Turístico Nororiental?, ¿Debe Cajamarca concentrarse en desarrollar su propia oferta turística?, ¿Cuánto del Canon Minero que hoy recibe la Región debe destinarse a impulsar mejoras en la infraestructura turística de Cajamarca?, ¿Cómo lograr que Cajamarca se convierta en un destino turístico que contribuya con la generación de nuevas fuentes de empleo local?, ¿Cuál es el respectivo rol del Sector Público y del Sector Privado para lograr todo lo anterior?

Todas las interrogantes anteriores no serán abordadas en el presente estudio, pero las hemos planteado como temas de debate para futuros trabajos de investigación.

El objetivo de este trabajo es elaborar un marco teórico de la dinámica del sector turismo en los últimos 13 años (2000 – 2013), acompañado del diseño de estrategias de política pública que contribuya a promover una discusión crítica e informada acerca de la situación y perspectivas del turismo para la Región, así como de las prioridades y lineamientos de acción para el desarrollo y promoción turística integral de Cajamarca.

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 con que cuenta la Región 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.

La actividad turística en la provincia de Cajamarca se ha convertido en parte importante de la vida de los pobladores, pero está frenada por un entorno competitivo débil; las oportunidades para el desarrollo de la actividad turística no son aprovechadas de manera adecuada y oportuna.

1.2 Selección y delimitación del problema

La problemática del sector turismo en la región Cajamarca de manera general y de la provincia de Cajamarca de manera particular necesita ser estudiadas desde diversos puntos de vista.

En esta oportunidad se ha seleccionado como objeto de estudio la dinámica del sector turismo de la provincia de Cajamarca en el periodo 2000-2013, con la finalidad de diseñar estrategias orientadas a mejorar la dinámica del sector, convirtiendo a sus recursos turísticos en fuentes generadoras de empleo e ingresos para la población, aprovechando la diversidad de recursos arqueológicos (pre inca, inca y coloniales), sus recursos naturales como las aguas termales de los Baños del Inca, la exuberante belleza de sus recursos naturales, su variado folklore de fiestas costumbristas, como la celebración del carnaval de Cajamarca, Corpus Christy, la Fiestas de Las Cruces entre otras y por un conjunto de ventajas comparativas representadas por sus monumentos arqueológicos, históricos, paisajísticos, clima, etc. convierten a nuestra ciudad en un lugar privilegiado para los visitantes.

1.3 Formulación del problema

¿Cómo ha sido la dinámica de la actividad turística en la provincia de Cajamarca en el periodo 2000 – 2013; y en qué medida sus recursos turísticos, naturales, históricos y culturales, representaría una alternativa

de crecimiento del sector; y qué estrategias se pueden diseñar para mejorar la situación en la cual se encuentra?

1.4 Sistematización del problema

- a. ¿Cómo ha evolucionado la actividad turística en la provincia de Cajamarca en el período 2000 – 2013?
- b. ¿En qué medida sus recursos turísticos, naturales, históricos y culturales, representaría una alternativa de crecimiento y desarrollo del sector en la provincia de Cajamarca?
- c. ¿Qué estrategias se pueden diseñar para mejorar la situación en la cual se encuentra el sector en el ámbito de estudio?

1.5 Justificación del problema

El carácter centralista del modelo económico peruano hace que la preferencia de los destinos turísticos sean siempre los mismos: Cuzco, Arequipa, Callejón de Huaylas, Lima, Nazca-Paracas, Puno, Trujillo y Cajamarca entre ellos; unos por la cercanía a la capital de la república, otros por los recursos turísticos y servicios con los que cuenta como alojamiento, alimentación, medios de transporte, vías de comunicación, entre otros.

Por ello es necesario comprender y entender al turismo como una actividad económica de servicio rentable, que puede contribuir a elevar la calidad de vida de la población involucrada y al crecimiento y desarrollo de las localidades donde se fomente y dinamice dicha actividad.

El fomento y dinámica de la actividad turística será posible cuando se diseñen e implementen políticas públicas adecuadas y oportunas, y cuando el sector

privado participe de manera decidida en la actividad turística, dando valor agregado a los recursos turísticos de cada espacio geográfico.

La actividad turística es un tema que promueve desplazamientos poblacionales internos y receptivos, generando empleos directos y en actividades conexas e ingresos tanto a nivel nacional, regional y local; a parte que promueve la conservación del patrimonio histórico, cultural y natural; generando y fortaleciendo a la micro y pequeña empresa de la localidad.

La trascendencia práctica de la investigación estará sustentada en la posibilidad de diseñar estrategias para fomentar y dinamizar la actividad turística y mejorar la situación actual del sector turismo orientada a contribuir su crecimiento y desarrollo.

Es necesario aclarar que aparte de constituir una de la actividades más dinámicas a nivel mundial, el turismo no solo significa como actividad económica un medio generador de recursos para los países, sino que se convierte por su peculiar estructura, en uno de los sectores con mayor capacidad generadora de trabajo, sea en forma directa o desarrollando actividades conexas; por su dinámica, genera un incremento en la demanda de bienes y servicios del resto de los sectores, pues se crea una gran demanda de las empresas que conforman la propia industria y de los propios turistas, beneficiando a todas las actividades económicas y de servicios. Demanda también mano de obra directa y la tecnología es sólo una contribución complementaria; pues, no se puede sustituir al ser humano en el trato directo que requiere la atención del turista.

Sin embargo, lo que sucedió en Cajamarca en el periodo seleccionado para el presente estudio, es que, no obstante haberse incrementado los establecimientos relacionados con la provisión de servicios turísticos como hoteles, centros de hospedaje, restaurantes, agencias de transporte, paquetes turísticos y otros lugares de entretenimiento; dicha oferta turística tiene deficiencias relacionadas

con una escasa labor de mantenimiento de los recursos turísticos, la infraestructura existente es de baja calidad por los servicios brindados, con esquemas y paradigmas mentales tradicionales y la ausencia de un Estado promotor de la actividad turística y limitada capacidad de los empresarios del sector en referencia.

Existen otras razones de carácter metodológico que justifican la selección del objeto de estudio como el censo nacional de población y vivienda del año 2008, la información estadística de CENFOTUR – que constituirá la data principal -, y estudios realizados en el sector buscando promover políticas de desarrollo de la actividad turística en la región de Cajamarca.

1.6 Limitaciones de la investigación

- Los estudios empíricos relacionados con el objeto de estudio son limitados.
- No se han hecho investigaciones que relacionen las variables seleccionadas en el problema de investigación.

1.7 Objetivos de la Investigación

1.7.1 Objetivo general

Describir la dinámica de la actividad turística en la provincia de Cajamarca en el periodo 2000 – 2013 relacionada con sus recursos turísticos, naturales, históricos y culturales como una alternativa de crecimiento y desarrollo del sector; con el propósito de diseñar estrategias de mejora.

1.7.2 Objetivos específicos

- a. Describir el comportamiento de la actividad turística en la provincia de Cajamarca en el período 2000 – 2013.

- b. Diagnosticar en qué medida sus recursos turísticos, naturales, históricos y culturales, representaría una alternativa de crecimiento y desarrollo del sector en la provincia de Cajamarca
- c. Diseñar estrategias para mejorar la situación en la cual se encuentra el sector en el ámbito de estudio.

1.8 Hipótesis de investigación

El comportamiento de la actividad turística en la provincia de Cajamarca en el periodo de estudio ha sido fluctuante; pero la dinámica de dicha actividad basados en sus recursos turísticos naturales, históricos y culturales se convertiría en una alternativa de crecimiento del sector, previo diseño de estrategias planteadas”.

1.8.1Operacionalización de las variables

VARIABLES	INDICADORES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICES
VARIABLE Y: Crecimiento del sector	Infraestructura	Identifica planta turística existente.	Escala nominal
	Inversiones	Permite identificar inversiones privadas y públicas en el sector turismo.	Miles S/.
	Impacto turismo	Permite cuantificar llegadas de turistas, actividades y negocios ligados al turismo.	Miles de turistas
	Organizaciones empresariales	Identifica organizaciones con fines de empresa ligados a la actividad turística.	Escala nominal
VARIABLE X: Fomento y dinámica de la actividad turística	Recursos turísticos	Permite identificar e inventariar los recursos turísticos actuales y potenciales.	Escala nominal
	Accesibilidad	Identifica tipos y calidad de medios de transporte e infraestructura.	Escala ordinal
	Estacionalidad de la demanda	Permite identificar la época o tiempo más conveniente para la práctica de la actividad turística.	Escala interválica
	Actividades festivas	Identifica las fechas de las actividades festivas más atractivas de los pueblos.	Escala interválica

1.9 Metodología de la investigación

1.9.1 Tipo y nivel de la investigación

Por la naturaleza del objeto de estudio, la investigación es de tipo no experimental, porque no existe una relación de causalidad en las variables que conforman la estructura de la hipótesis.

El nivel del estudio es descriptivo de corte longitudinal exposfacto y prospectivo: es una investigación descriptiva, porque los antecedentes, bases teóricas y términos básicos fueron recopiladas de fuentes secundarias conformadas por trabajos de investigación y publicaciones diversas; es longitudinal exposfacto, dado que el periodo de estudio ha sido seleccionado en el periodo 2000 – 2013, de manera que se utilizó información de hechos que ya sucedieron (movimiento turístico y oferta turística existente); pero también es una investigación prospectiva, porque se diseñó una estrategia orientada a mejorar la situación actual de la actividad turística y del sector turismo en el ámbito del proyecto.

1.9.2 Métodos de investigación

a) Método deductivo – inductivo

La aplicación de este método permitió establecer las orientaciones que deben seguir los procesos de formulación teórica en la etapa del proyecto y la ejecución del plan de investigación; es decir que en la formulación teórica se usó el método deductivo y en el proceso de ejecución recurrimos al método inductivo, esta relación de métodos articula coherentemente la teoría con la práctica; se partió de concepciones generales sobre la importancia de la actividad turística para el crecimiento y desarrollo económico de los países de manera general y para las regiones y localidades de manera particular; y a medida del avance del estudio

iremos desagregando aspectos específicos en concordancia con los objetivos de la investigación.

b) Método analítico – sintético

El trabajo de investigación se caracteriza por su nivel exploratorio y descriptivo, con un análisis básico del problema de la actividad turística a nivel nacional, regional y local. Luego se establece una secuencia y articulación de las partes al todo; de allí que el análisis y la síntesis como funciones lógicas nos dan una visión general y en detalle del fenómeno materia de investigación. Se realizó una descomposición del tema en sus partes para estudiarlos y luego sintetizar los resultados a través de las conclusiones.

c) El método histórico

Este método nos permitió obtener información de lo que sucedió con la actividad turística durante el período 2000 – 2013, cómo ha evolucionado tanto la demanda como la oferta turística en la provincia de Cajamarca.

1.9.3 Técnicas de acopio de datos

El fichaje de fuentes secundarias: Permitted registrar la información necesaria que nos sirvió como fuente de referencia para la construcción del marco teórico y para el análisis e interpretación de los resultados del estudio.

El análisis documental: Para complementar información recurriendo a documentos de las instituciones del sector turismo como el MITINCI y de otras instituciones relacionadas con el sector como el INC e INEI, la Cámara de Comercio, entre otras.

Observación: A través de esta técnica se podrá captar algunas novedades en el comportamiento del movimiento turístico en la ciudad de Cajamarca.

Encuesta: Se aplicó a los turistas nacionales y extranjeros según la muestra por conveniencia, a través de un cuestionario pre establecido, para generar información primaria complementaria y necesaria para la investigación.

1.9.4 Técnicas de procesamiento de información

Se realizó recurriendo a la estadística descriptiva para la construcción de cuadros y gráficos de la encuesta realizada. La información recopilada fue procesada en forma computarizada permitiendo que los datos obtenidos se presenten en forma ordenada, para ello se utilizó paquetes estadísticos adecuados a la naturaleza del tema de investigación.

1.9.5 Técnicas de análisis e interpretación de resultados

El análisis e interpretación de la información exigió el uso de cuadros, gráficos, cálculo de algunos indicadores necesarios para hacer las comparaciones que el caso así lo requiera. Todo ello fue utilizado para la descripción, análisis, estimaciones, predicción y acción, no dejando de lado para el análisis e interpretación los métodos de investigación requeridos.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

“Generación de Empleo y Desarrollo de Recurso Humano en Turismo. Aplicación al caso de la Comunidad Valenciana”, tesis doctoral, de Pablo Szmulewicz E., Universidad de Valencia, 2008, España. La tesis está resumida en los siguientes términos: Con vistas al desarrollo y la competitividad del sector turístico rural y dado que los recursos humanos constituyen uno de los elementos competitivos más importantes en el servicio personal de la prestación turística, mejorar la planta de recursos humanos es uno de los principales desafíos que el sector deberá acometer en el futuro. Cuando se intenta acceder a un desarrollo turístico sostenible la calidad de los recursos humanos tiene un papel decisivo y se precisa un esfuerzo de formación tanto de los responsables (públicos y privados) como de los trabajadores, a lo que cabe agregar que, generalmente, la legislación no exige formación específica para esta actividad (Bote, 1994; Lores, 1995 ambos citados por el autor).

En el estudio se realiza un análisis de los antecedentes teóricos, descriptivos y estadísticos, existentes en la documentación e información disponible, relativos al tema, con especial atención a las experiencias del Estado español y particularmente de la Comunidad Valenciana.

“La demanda del turismo cultural y su vinculación con el medio ambiente urbano los casos de Madrid y Valencia”, tesis doctoral, de Javier de Esteban Curiel, Universidad Complutense, 2007, España. El autor resume a su trabajo así: El turismo cultural tiene la imagen de ser un nicho de turismo asociado a las

ciudades y que atrae a turistas independientes, bien formados, con alto nivel adquisitivo, y por tanto es un turismo que no plantea serias amenazas para las ciudades. No obstante, la proliferación de vacaciones más frecuentes y más cortas y en especial de fin de semana, ha producido que este fenómeno se convierta a veces en turismo de masas y por tanto en un peligro para el desarrollo sostenible del destino.

De este modo, desde la disciplina de la sociología y el post-modernismo como teoría, esta tesis doctoral pretende estudiar las dimensiones del desarrollo sostenible del turismo cultural contemporáneo en las urbes de Madrid y Valencia y su vinculación con el medio ambiente urbano. Para ello, se ha llevado a cabo un cuestionario con una muestra de 400 encuestas (200 personas en Madrid y 200 en Valencia) que han sido realizadas en el Museo Reina Sofía (MNCARS), localizado en Madrid Capital, y en el Instituto Valenciano de Arte Moderno (IVAM), situado en la ciudad de Valencia, para investigar las motivaciones, imágenes, perfiles socio-demográficos, opiniones, concienciación ambiental, y modelos de consumo de los turistas culturales, nacionales y extranjeros, que visitan Madrid y Valencia y que están interesados en la cultura contemporánea.

Los resultados encontrados en este trabajo indican que los turistas culturales contemporáneos en España, son generalmente personas bien formadas culturalmente, con trabajos de prestigio, altos ingresos, fuertemente concienciados con el medio ambiente, aunque hay que decir que no todos los visitantes de bienes culturales son turistas culturales, pues el nivel de motivación cultural varía ostensiblemente de un turista a otro y de un país a otro.

“Patrimonio cultural y turismo en los reales sitios de la Comunidad de Madrid y sus incidencias en el territorio María del Carmen”, tesis doctoral, de Mínguez García, Universidad Complutense, 2007, España. Esta tesis estudia las relaciones existentes entre la actividad turística y los Reales Sitios, centrándose en las formas en las que dicho vínculo se plasma en el territorio, lo que da lugar a

espacios con una problemática determinada. Para ello se han elegido los tres Reales Sitios de la Comunidad de Madrid (Aranjuez, El Pardo y San Lorenzo de El Escorial), al tratarse de espacios patrimoniales diferenciados por poseer un estatus jurídico especial y un modelo de gestión particular. Se parte de un planteamiento general sobre el turismo y las ciudades históricas, y se establecen las claves para identificar, caracterizar, interpretar y entender la realidad actual de estos Sitios como espacios de gran atractivo para los visitantes; lo que lleva a plantear la investigación con un análisis sistémico en el que se considera que intervienen tres elementos: recursos, visitantes y agentes. En un afán por acercarnos a las características de la ciudad turística, se estudia el patrimonio desde una óptica diferente, contemplándolo exclusivamente como recurso turístico y centrándonos especialmente en su nivel de funcionalidad turística.

Asimismo, se realiza un estudio en profundidad de toda la oferta turística especialmente de la relacionada con la cultura y el medio natural. Para el estudio de los visitantes, se comienza con un análisis de la evolución histórica que deriva en un estudio de su perfil básico en el momento actual. Respecto a los agentes, debido a la transversalidad del turismo, se han de contemplar tanto las políticas turísticas, como las patrimoniales y urbanísticas. Así, se pretende conocer cómo estos Sitios se enfrentan a una serie de problemas y se estudia especialmente la casuística derivada de la convivencia entre agentes (Patrimonio Nacional y ayuntamientos) con planteamientos diversos, sus repercusiones sobre las actuaciones urbanísticas y su papel en la recuperación urbana.

“Estudio de la Imagen de Destino Turístico y el Proceso Global de Satisfacción: Adopción de un Enfoque Integrador”, tesis doctoral, de Héctor San Martín Gutiérrez, Universidad De Cantabria, 2007, España. El objetivo de la tesis es estudiar la imagen de destino turístico y el proceso global de satisfacción del turista mediante la adopción de un enfoque integrador. En particular, se trata de analizar la influencia que tiene la imagen disponible del destino turístico en las distintas etapas del proceso global de satisfacción del turista, la naturaleza y los

factores que participan en la formación de la imagen de destino turístico y los factores que contribuyen a la generación de las expectativas del turista de un futuro encuentro en el destino vacacional. Con objeto de cubrir estos objetivos, en la Tesis Doctoral se revisa la literatura sobre la imagen de destino turístico, la satisfacción del consumidor y, dentro de este último campo de investigación, las expectativas.

A partir de esta revisión se defiende la naturaleza cognitiva-afectiva de la imagen, se propone un modelo teórico que integra la imagen de destino turístico en las distintas etapas del proceso global de satisfacción del turista y se formulan las hipótesis relativas a los factores que participan en la formación de la imagen y la generación de las expectativas del turista. Para contrastar el conjunto de hipótesis se realiza una investigación tanto cualitativa como cuantitativa. Tras el análisis de resultados se evidencia empíricamente la estructura cognitiva-afectiva de la imagen de destino o la importancia de la imagen y las emociones del turista en el proceso global de satisfacción, entre otros aspectos de interés.

“Patrones arquitectónicos y urbanísticos del turismo en Florianópolis, Brasil”, tesis doctoral, de Paulo Edi Rivero Martins, Universitat Politècnica de Catalunya, 2007, España. La tesis estudia los patrones arquitectónicos y urbanísticos originados por el turismo, a partir de la década de 1950 en Florianópolis-Isla de Santa Catarina. El turismo de masas, surgido después de la segunda guerra mundial, ha movilizado personas, cambiado paisajes y dado origen a arquitecturas propias en todos los continentes. Florianópolis, capital del Estado de Santa Catarina, en sur de Brasil, expandida en un territorio insular, con casi mitad del área preservada, ha experimentado los efectos de ese importante fenómeno a lo largo de las últimas décadas.

La belleza natural de la isla, exuberante, diversificada y de aguas cálidas, atrae un número cada vez mayor de turistas que buscan disfrutar de sus playas, del sol y del mar. Por estar localizada en una región insular, es muy sensible, estando

sujeta a la degradación por mal uso de su territorio. El estudio de su evolución urbana, de su arquitectura primigenia y de otras, surgidas posteriormente, así como las soluciones urbanísticas y arquitectónicas originadas con el turismo, servirán de base para reconocer errores e identificar aciertos.

Los estudios de casos realizados, amparados en postulados aceptados y consagrados internacionalmente, ofrecen subsidios para determinar patrones arquitectónicos y urbanísticos a ser considerados en futuros proyectos, y que puedan contribuir con la arquitectura turística, no solamente de Florianópolis, además de otros locales análogos, evitando dificultades generadas por la urbanización acelerada y especulación inconsecuente, en ciudades costeras con vocación turística

“Turismo Cultural: Una Reflexión desde la Ciencia Económica”, artículo presentado por Editora Perú, hace un exhaustivo análisis de la realidad actual de turismo cultural: tiene poco que ver con la aventura romántica o el interés científico. Ha dejado de ser aquel fenómeno aislado y minoritario donde el viajero debía de resolver por su cuenta las necesidades de alojamiento y transporte para convertirse en una oferta más del sistema turístico con los consecuentes servicios complementarios.

“La competitividad de la Pequeña y Micro Empresa en el Perú: Análisis estructural del sector y lineamientos estratégico”, documento preparado por el Centro de Negocios de la Universidad Católica del Perú (CENTRUM), indica que el turismo nos permite desarrollar un análisis estructural de la competitividad en la pequeña empresa y microempresa en el Perú (PYME), a partir del cual plantea algunos lineamientos estratégicos. De otro modo, permite mejorar los niveles de competitividad de las empresas y del país, los niveles de crecimiento sostenible y los estándares de vida de la población.

El Plan Estratégico Nacional de Turismo, plasma en la necesidad de establecer un marco legal para el turismo que permita organizar, promover y dirigir el desarrollo sostenible y competitivo de la actividad turística del Perú, mediante procesos integradores, concertados y descentralizados, impulsando el desarrollo económico y social, generando empleo digno que mejore la calidad de vida de la población y garantizando la valoración y conservación del patrimonio nacional histórico, natural y cultural.

El **MINCETUR** destaca que el turismo es uno de los sectores que tiene un mayor potencial de crecimiento y que requiere consolidarse a través de estrategias de mediano y largo plazo. En ese sentido, informa que se han logrado dos avances importantes: la creación del Fondo de Promoción y Desarrollo Turístico Nacional y la elaboración del Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR) 2005-2015.

“El turismo como producto de exportación: Una alternativa para el crecimiento económico en la Provincia de Cajamarca (2000 – 2010)”, tesis de licenciatura, de Manuel Pajares Bazán, 2010, Cajamarca. Entre otras razones afirma lo siguiente: El Perú en general y Cajamarca en particular posee en el sector turismo un enorme potencial de recursos naturales y turísticos para atender todos los segmentos del mercado. Por ello, debemos señalar que los principales beneficios que puede generar la actividad turística para Cajamarca están relacionadas con las definiciones básicas de turismo, estadísticas sobre arribo de turistas a la Región, el marco de políticas nacionales de Turismo y, finalmente, existe la necesidad de diseñar e implementar un Modelo de Promoción Turística Integral para que Cajamarca pueda alcanzar un desarrollo turístico sostenible y competitivo, a fin de convertirse en un producto con calidad de exportación que pueda promoverse y comercializarse con éxito en el mercado. Sin embargo, la mayor dificultad está relacionada por el lado de la oferta de servicios turísticos en cuanto a su calidad –no está preparada- para recibir una demanda que viene incrementándose cada año.

“Cajamarca Competitiva” de Alejandro Indacochea y colaboradores es una publicación donde se destacan importantes sectores para el crecimiento y desarrollo para Cajamarca y se hace mención del turismo como uno de los sectores potenciales para contribuir al crecimiento económico de la región. En la parte introductoria los autores resaltan que el mundo vive cambios sin precedentes en el campo económico, político, social y tecnológico cuyo impacto plantea grandes interrogantes a los países en desarrollo, “...los hechos han dejado de tener sólo relevancia local y han pasado a tener repercusión en todo el mundo. Los países y las regiones colapsan cuando los esquemas de referencia se tornan obsoletos, pierden validez ante las nuevas realidades...; y afirman a continuación,... las nuevas ventajas competitivas están ligadas a la innovación y la adaptación tecnológica, así como a la eficiente utilización de la infraestructura física y de servicios; por todo ello es determinante el grado de calificación de los recursos humanos. Hoy, la base de la competitividad de un país o de una región es su capacidad para educar a su población, y su bienestar depende de su productividad, es decir, de su capacidad para usar eficientemente la mano de obra, los recursos y el Capital en la producción de bienes y servicios con cada vez mayor valor agregado”.

CENFOTUR, se ha preocupado por la capacitación de recursos humanos, por ello es que en la ciudad de Cajamarca existe una sucursal en la cual se estudia en carreras de turismo y hotelería. También realiza capacitaciones a personal de hoteles, restaurantes, agencias de viajes entre otros. En la Universidad Nacional de Cajamarca existe la Escuela Académico Profesional de Turismo y Hotelería que forma profesionales de nivel para el desarrollo del sector.

Existen otras publicaciones referidas al tema turístico: Promoción de la Inversión en la Región de Cajamarca publicado por el Consejo Transitorio de Administración Regional, Agroturismo en Cajamarca elaborado por PROM. Perú (COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ); así como la elaboración de un marco

para la construcción de un plan de acciones para el desarrollo turístico de Cajamarca Circuito Turístico Norte (CTN).

En el Perú se han dado leyes promocionales específicas para el sector aun cuando su impacto todavía no es claro dado que muchos de los problemas se ubican en el terreno interinstitucional, se ha elaborado un Plan Maestro de Desarrollo Turístico Nacional, en todo caso lo cierto es que nunca antes ha habido tanta voluntad política para el desarrollo de este sector.

2.2 BASES TEÓRICAS

2.2.1 Una aproximación a la definición de turismo

Según la Organización Mundial del Turismo, creada en el año 1925 define al Turismo como un fenómeno social que consiste en el desplazamiento de una persona o grupo de personas de su lugar habitual y permanente de residencia hacia otro lugar de manera temporal, voluntaria y sin finalidad de buscar trabajo en el lugar visitado.

De la Torre (1996) define al turismo como "...un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural".

El Código Ético Mundial para el Turismo (1999) en su Art.2 define el turismo al como: "una actividad generalmente asociada al descanso, a la diversión, al deporte y al acceso a la cultura y a la naturaleza, debe concebirse y practicarse como un medio privilegiado de desarrollo individual y colectivo es un factor

insustituible de auto educación, tolerancia mutua y aprendizaje de las legítimas diferencias entre pueblos y culturas y de su diversidad”.

De modo particular, el turismo es una actividad social porque involucra al ser humano con su tendencia natural de conocer otros lugares, descansar en ambientes agradables para el esparcimiento y la recreación; y económica por ser creadora de empleos, generadora de riquezas. Por lo que podemos decir que el turismo es un factor de desarrollo de los pueblos.

2.2.2 Elementos del turismo

La actividad turística está conformada por una serie de elementos indirectos y directos que son necesarios para su pleno desarrollo.

2.2.2.1 Elementos indirectos

A) Estructurales (Oferta)

Son aquellos que integran el conjunto de actos, procesos y relaciones económicas culturales e institucionales, es decir, el conjunto de obras y servicios que contribuyen a promover el desarrollo socioeconómico en general. Dentro de estos tenemos las vías de comunicación y de transporte, los servicios públicos generales, las industrias conexas.

B) Dinámicos (Demanda)

Tenemos la corriente turística potencial, que es el conjunto de personas que participan en distinto grado de ciertas características previas a todo desplazamiento turístico. Incluye aspectos socioeconómicos como son la disposición o predisposición al desplazamiento, el tiempo disponible para

vacacionar y la capacidad económica para enfrentar los costos del desplazamiento.

2.2.2.2 Elementos directos

A) Estructurales (Oferta)

Son todos los bienes y servicios con los que cuenta la nación, región o localidad. Estos son:

- Recursos turísticos, involucra a los recursos naturales y socio culturales.
- Servicios turísticos estos pueden ser generales o específicos como: agencias de viaje, alojamiento, alimentación, transporte, recreación, servicios bancarios, comercio especializado, servicios financieros y de seguros.

B) Dinámicos (Demanda)

Corriente Turística Efectiva, entendida como el desplazamiento turístico que obedece a razones sociales generales, dentro de las cuales podemos mencionar la promoción turística de un país, región o localidad por parte de compañías o empresas estatales y/o particulares; y las específicas que son cuando se promociona un atractivo turístico en particular o un servicio turístico concreto y responden a intereses de empresas particulares.

Para otros autores, los elementos del turismo son la oferta y la demanda cada una de ellas con sus respectivos componentes.

La oferta turística y sus componentes

- La Estructura o Planta Turística, es el equipo receptor como hoteles, agencias de viajes, transportes, espectáculos, guías – intérpretes, etc. los

cuales deben de ser habilitados por el núcleo receptor con el fin de atender a las corrientes turísticas que lleguen.

- La Infraestructura, constituyen el conjunto de obras y servicios que sirven de base para promover el desarrollo socio-económico en general; el desarrollo turístico de una localidad determinada dependerá en gran parte de la existencia de obras como: vías de acceso, transporte, carreteras, aeropuertos, instalaciones de luz, de agua y desagüe, de teléfono y servicios generales como asistencias médicas, bancos, correo, etc.
- La Superestructura Turística, que está conformada por organizaciones tanto privadas como públicas que surgen para fomentar la infraestructura y la expansión del núcleo; así como para planear, ejecutar y difundir campañas de propaganda; y para la creación de oficinas de información, la creación de Escuelas para la enseñanza del Turismo.
- El Recurso Turístico, que es todo elemento capaz de motivar corrientes turísticas, es decir son aquellos valores turísticos que posee un país y que son factibles de explotarse turísticamente.
- Atractivo Turístico, son todos aquellos elementos naturales, objetos culturales o hechos sociales que, mediante una adecuada y razonada actividad humana, pueden ser utilizados como causa suficiente para motivar o perpetuar el desplazamiento turístico.

La demanda turística, tipos y sus componentes

El componente principal de la demanda es el homo turisticus, elemento fundamental, es el realizador del desplazamiento, es decir el turista. Actualmente la cantidad de turistas viene aumentando creando mayor variedad en los

fenómenos y relaciones que esta masa produce a consecuencia de sus viajes. Observaremos dos tipos de demandas, que son:

- Corriente Turística Potencial, que se refiere al conjunto de personas que participan en distinto grado de ciertas características previas a todo desplazamiento turístico, tales como: la carencia de disposición o predisposición al desplazamiento; tiempo libre vacacional y capacidad económica. El grado de intensidad en que se presentan los 3 aspectos señalados, hace que la corriente turística potencial esté formada por 2 clases de individuos:
 - a. Las personas con tendencia al desplazamiento temporal, que forman la corriente turística potencial inmediata. Son más fáciles de inducir al desplazamiento turístico, poseen considerable grado de disposición a conocer nuevos lugares, tiempo excedente que utiliza como prefiere y solvencia económica suficiente.
 - b. Las personas sin tendencia al desplazamiento temporal, integrantes de la corriente turística potencial mediata. Son aquellas personas que presentan un reducido grado de disposición, tiempo libre y recursos económicos. Requiere de una actividad promocional estructurada: publicidad especializada, ofertas en precio y ventajas adicionales.

- Corriente Turística Efectiva, se le denomina así a un conjunto de personas con características socioeconómicas transitorias o cambiantes, que se generan con su presencia temporal la actividad turística en un tiempo y espacio determinados. Los aspectos más importantes que se tendrán en cuenta para su análisis son: sus razones, su continuidad de afluencia, su volumen, su gasto, su estancia, temporalidad; su origen y destino, en este último punto se distinguen: La corriente turística Interna o Nacional y la corriente Turística Internacional.

2.2.3 Importancia e impacto del turismo

2.2.3.1 Importancia del turismo

El turismo es importante en el desarrollo económico y social de un determinado lugar gracias a su capacidad de captar divisas; generar empleos productivos; contribuir al desarrollo regional equilibrado, estimular gran parte de los sectores económicos y fortalecer la identidad cultural.

Pero se debe resaltar que todos aquellos beneficios que se pueden obtener del turismo sólo llegarán a concretizarse a través de un buen plan de acción que logre una explotación racional y por consiguiente un desarrollo sostenible de los recursos con fines turísticos pues como sabemos, la actividad turística implica un desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas las cuales han de generar un impacto de distinta magnitud en las unidades o ecosistemas donde interviene.

2.2.3.2 Impacto del turismo

Al hacer un análisis del efecto de las actividades turísticas en un área natural debemos tomar en cuenta tanto sus efectos positivos como negativos, siendo este a la vez directo, indirecto o inducido, tangible o intangible.

A) Impacto socio – cultural

Este se evidencia a mediano o largo plazo sobre todo en la población receptora, en los cambios en la estructura de la población, en la transformación de las formas y tipos de ocupación, transformación de valores, en su influencia sobre la vida tradicional, en la modificación de patrones de consumo. Por otro lado también se manifiesta, acelerando la tendencia a los cambios culturales que

despojan de su significado a los elementos culturales, convirtiéndolos en sólo una mercancía más.

B) Impacto económico

A nivel local y regional el mayor impacto se da en la generación de empleo de manera directa o indirecta al requerirse mano de obra (técnica y profesional).

- **Efectos directos:** Son los empleos generados por las empresas que suministran bienes y servicios directamente a los visitantes. Cabe señalar, que estos empleos en muchos casos son estacionales y poco calificados, además la modernización de algunas infraestructuras turísticas en muchos casos no responde a un desarrollo endógeno y equilibrado con las otras actividades productivas.
- **Efectos indirectos "multiplicadores":** Los que se producen en la medida en que la actividad de las empresas específicamente turísticas impulsa el desarrollo de otras empresas del sistema económico.

C) Impacto en el ambiente

Este depende de la demanda o de las características de los recursos naturales, el turismo genera toda una serie de mejoras en la infraestructura y forma de vida de numerosos núcleos rurales que hasta entonces habían permanecido olvidados; entre ellas podemos señalar:

Impacto positivo

- La mejora y creación de vías de comunicación.
- La valoración de algunas zonas naturales como recurso.
- Generación de empleo.

Impacto negativo

- Alteración irreversible en el paisaje, por la proliferación de infraestructuras y construcciones, desde vías de comunicación a instalaciones turísticas de todo tipo.
- Invasión de áreas naturales, provocando impacto en la fauna y flora.
- Acumulación y vertido de residuos sólidos y líquidos a la intemperie y en aguas corrientes.

2.2.4 Planificación y ordenamiento turístico

El turismo es una actividad económica y al ser posible definir sus elementos con cierta precisión en especial los referidos a su oferta y demanda, entonces podremos ver que éste se puede planificar en dos niveles: el económico y el físico.

La planificación económica del turismo, se puede decir que es el proceso mediante el cual se analiza la actividad turística dentro de un ámbito determinado, describiendo su desarrollo histórico, previniendo su desenvolvimiento natural y estableciendo conscientemente para su futuro un modelo integral de comportamiento a través de la fijación de objetivos, metas e instrumentos claros y alcanzables, a fin de promover, coordinar y dirigir su desarrollo en absoluta integración con el proceso de la economía a la que pertenece y está integrada.

La planificación física del turismo, es la ordenación, dirección y control de las actividades turísticas en el territorio, a través de los medios físicos que las hacen posibles y la adecuación del espacio donde se desarrollan.

Este nivel de la planificación turística incluye la organización de los atractivos, el espacio y la planta turística. El ámbito en el cual se realiza la planificación

turística está constituido por el espacio físico y económico sobre el cual el turismo ejerce su acción, dada que la planificación turística está enfocada en una rama más económica y que por ende adquiere formas sectoriales sus ámbitos podrán ser nacionales, regionales o locales.

La planificación no es un plan o un estudio de pre inversión (proyecto), ésta no termina con la elaboración del último documento, ya que se retroalimenta con la operación y conducción del fenómeno hasta llegar a replantear sus propias orientaciones en constante flujo. Los principales productos son los planes nacionales de turismo, siguiendo en orden de importancia los planes regionales de turismo, los planes provinciales de turismo, los planes locales, los programas de desarrollo turístico y los proyectos turísticos.

El concepto de planificación muchas veces fue confundido con el de Ordenación Territorial, que es la expresión en el espacio de los aspectos políticos, económicos, sociales, culturales y ambientales de toda la sociedad.

En cuanto a la Ordenación Turística podemos decir que es la expresión espacial física de la política turística de un país, es una disciplina que busca la organización de la actividad turística en el territorio teniendo en cuenta las posibilidades y limitaciones de su geografía, atractivos, planta o infraestructura turística y en turismo el medio físico es uno de los factores condicionantes más importantes ya que en él están considerados la focalización, caracterización de los atractivos turísticos y su necesidad de conservarlos y ponerlos en valor.

Dentro de los distintos tipos de espacios turísticos tenemos:

A) Zonas turísticas: Son consideradas como la mayor unidad de análisis considerando su superficie variable, pues es relativa a la extensión de cada territorio nacional. Lo que define principalmente a las zonas son la presencia y aglutinación de atractivos turísticos articulados o relacionados por

infraestructura de transportes con los otros elementos turísticos con equipamiento y servicios turísticos, sino tuviera equipamiento sería una zona potencial. El número de atractivos turísticos que se estima conveniente para que sea una zona es un mínimo de 10.

- B) Áreas turísticas:** Son superficies de menor extensión que las zonas, dotadas de atractivos turísticos contiguos, en número menor que los de la zona, provisto de infraestructura de transporte que relaciona entre sí a todos los elementos turísticos. Las áreas son parte de la zona turística. La diferencia independiente de la proporción es que puede o no tener centros turísticos sino tuviera equipamiento turístico ni servicios turísticos sería un área potencial.
- C) Núcleos turísticos:** Son espacios geográficos que generan una actividad turística, ya que son donde se reúnen de 2 a 9 atractivos (caso de los núcleos receptores).
- D) Centros turísticos:** Son ciudades que cumplen una función turística como centro de operaciones para realizar la actividad. Son básicamente centros urbanos que cuentan en su propio territorio o dentro de su radio de influencia con atractivos turísticos de tipo y jerarquía suficiente como para motivar un viaje turístico. El radio de influencia se ha estimado en 2 horas de distancia tiempo, lo que permite un viaje de ida y vuelta en el día en vehículo público. El límite de 2 horas es aproximado y sirve de ayuda práctica para estimar la magnitud del territorio turístico que se pueda abarcar desde un centro determinado.
- E) Conglomerado turístico:** Son superficies variables de territorio que corresponden a espacios de mayor importancia que los centros turísticos y que reúnen las siguientes condiciones: Contienen atractivos turísticos de la más alta jerarquía completados con otros, cuya visita requiere al menos de 3

días; contiene a su vez como mínimo un centro turístico y; tiene sus atractivos dentro de su radio de influencia constituidos por la suma de los radios de influencia del centro principal y de los centros secundarios.

F) Corredores turísticos: Son las vías que conectan zonas, áreas, centros, conglomerados y atractivos. Son a su vez los puestos de entrada del turismo receptivo que funcionan como el elemento estructurado del espacio turístico y están diferenciados en:

i) Corredores turísticos de traslado: Son la infraestructura vial de un país por donde se desplazan los flujos turísticos apreciando los mejores paisajes con una mayor distribución lineal de los atractivos ubicados sobre los mismos o fácilmente conectados a ellos de manera que mediante cortos desplazamientos se puede acceder a visitas de breve duración. El equipamiento de un corredor turístico de traslado está constituido básicamente por servicios de renta para automóviles y pasajeros.

ii) Corredor turístico de estadía: Superficie alargada por lo general paralela a las costas, pueden ser mares, ríos y lagos; de un largo variable de 5 a 7 Km. Según su extensión puede contener uno o varios centros turísticos y necesariamente suficientes atractivos en número de jerarquía como para motivar una estadía. Su estructura es lineal de una carretera principal que debe contar con servicio de transporte y comunicaciones que relacione los principales elementos de deseo, además un corredor de estadía debe de estar provisto de planta turística.

2.2.5 Formas de turismo

En los últimos años han ido tomando fuerza nuevas formas de turismo, las nuevas tendencias y alternativas conllevan un mayor contacto con la naturaleza. Así tenemos, el ecoturismo, turismo rural, turismo de aventura, turismo juvenil,

turismo sostenible, entre otros. Todos ellos tienen en común llevarse a cabo en zonas no urbanas, de forma difusa en el territorio y obedecen a un nuevo tipo de turista; joven, activos, deportivos y con sensibilidad ambiental y ecológica.

2.2.5.1 Turismo tradicional

Está conformado por los viajes cuyas motivaciones están definidas preferentemente por cuatro rubros fundamentales: recreación, descanso, cultura y salud; los cuales a su vez admiten subdividirse en tantos tipos como necesidades y deseos pueda manifestar una persona.

2.2.5.2 Turismo no tradicional o alternativo

El turismo alternativo es una nueva práctica del turismo que difiere del turismo tradicional por ofrecer a los turistas modalidades y destinos diferentes a los que ofrece el turismo tradicional.

La verdadera esencia de este tipo de turismo es el involucramiento de las poblaciones receptoras en las actividades y los beneficios que generan el turismo y que puedan contribuir a su desarrollo y sobre todo el calor humano que debe existir en las relaciones de los turistas con la gente y el medio geográfico.

Este turismo requiere de la aplicación de una política de gobierno que regule, norme y promueva las zonas de atracción turística. Dentro del turismo alternativo podemos mencionar a:

- Turismo rural
- Turismo vivencial
- Ecoturismo
- Turismo de aventura

Estas actividades ofrecen beneficios:

Ambientales:

- Promueven el uso de recursos bióticos en forma alternativa.
- Favorecen la cultura ecológica.
- Representan una opción de financiamiento para la conservación de los recursos naturales.

Sociales:

- Promueven la participación y organización social de las poblaciones.
- Elevan la calidad de vida.
- Difunden valores locales y nacionales.
- Promueven las tradiciones y generan proyectos comunitarios.
- Crean fuentes de trabajo en el área de influencia de la actividad.

El gasto directo del Turismo Alternativo beneficia, en primera instancia a las empresas sociales de hospedaje y alimentación, enseguida a los establecimientos que venden mercancías diversas destacando los productos artesanales y artículos propios de la zona, además favorece a los sectores dedicados a ofrecer recorridos educativos, diversión y espectáculos.

Los desplazamientos turísticos traen consigo la demanda directa de una variedad de servicios que a su vez, originan necesidades adicionales y accesorias de otros sectores de producción. Esto trae consigo la creación de un complejo integrado por diversos productos y servicios y posteriormente en la formación de circuitos o corredores turísticos.

A) Turismo rural

El turismo rural es un tipo de turismo alternativo, un turismo que permite al viajero vivir en un ambiente lejos del bullicio de la ciudad e internarse en los núcleos rurales e interactuar más profundamente con el entorno mediante la práctica de diversas actividades y deportes: senderismo, rutas en bicicleta, a caballo, o simplemente la contemplación de los paisajes, pudiendo extenderse a las labores de la tierra, por ejemplo: El agroturismo, en donde el alojamiento se realiza en casas de campo, especialmente acondicionadas para albergar visitantes.

El turismo rural, por otra parte, tiene también la función de rehabilitar las áreas agrícolas deprimidas económicamente, ya sea por las crisis económicas recurrentes en ciertas regiones, con la consecuencia de la emigración hacia las zonas urbanas que constituye siempre un gran problema.

B) Turismo vivencial

El Turismo Vivencial es una modalidad de hacer turismo que tiene como particularidad que familias dedicadas principalmente a actividades agropecuarias, artesanales, deportivos y de pesca artesanal, abren sus casas para alojar al visitante persuadiendo en una forma de vida única en el mundo.

El turismo vivencial tiene el espíritu de hacer del turismo algo más humano, en un proceso de encuentro y diálogo entre personas de dos culturas, con la disposición hacia esa solidaridad que sólo se puede dar al encontrarse auténticamente con la naturaleza y la persona.

Se denomina también, genéricamente, a todas las actividades que pueden desarrollarse en el ámbito rural y que resultan de interés para los habitantes de las ciudades por sus características exóticas, románticas o diferentes a las de su habitual estilo de vida. Al viajero adepto a este tipo de turismo le interesa

conocer las técnicas productivas y participar de las características y típicas formas de vida y de trabajo en el campo.

C) Ecoturismo

Ceballos (1983) definió el ecoturismo, posteriormente fue adoptada por la IUCN (La Unión Mundial para la Naturaleza) y la Organización Mundial para el Turismo (OMT) en el año 1996. “..es aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar, con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural, y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales”.

El Instituto Interamericano de Turismo (1983), lo define como: "La utilización del turismo como medio para obtener fondos necesarios para la conservación de la naturaleza, la protección de recursos naturales especiales y la defensa del medio ambiente por medio del uso sostenible, ecológicamente compatible y no destructivo de hábitats y sitios naturales".

En síntesis, el ecoturismo se distingue del simple turismo por su énfasis en la conservación, la educación, la responsabilidad del viajero y la participación activa de la comunidad. Y es definido de la manera más simple como viajar a lugares relativamente no perturbados con el propósito de disfrutar el entorno natural.

El ecoturismo está más vinculado con el turismo de aventura en el sentido de caminar o subir cerros para contemplar el campo y apreciar las bellezas naturales desde un lugar tranquilo. Los eco turistas quieren que se les explique como funcionan los ecosistemas, es decir, como se interrelacionan la flora y la fauna

que comparten la vida en común dentro de un nicho de vida, sea este un bosque, un páramo, una laguna o el mar.

El interés de este tipo de turismo es el de permitir a los visitantes gozar de las maravillas de la naturaleza sin afectar el ecosistema y el ambiente natural. Los eco turistas quieren también conocer a las personas del lugar e interrelacionarse con los habitantes de estos lugares así como conocer su cultura, gastronomía, costumbres y sus relaciones con el medio ambiente. En ambos casos, el Perú ha estado poco atento a estas nuevas corrientes de visitantes y se ha preferido insistir en el turismo arqueológico tradicional que atrajo a los turistas a partir de los años 60'.

D) Turismo de aventura

El Turismo de Aventura se define como aquel turismo que busca como actividad principal la realización de deportes de riesgo al aire libre y en un entorno natural atractivo. Normalmente este tipo de turismo se practica en destinos poco comunes, exóticos, remotos o silvestres y en la mayoría de las veces implica alguna forma de transporte poco convencional (bicicleta, kayak, balsa inflable, caminata, etc.).

El montañismo practicado por profesionales, por ejemplo, puede ser considerado un deporte extremo, que exige entrenamiento adecuado y un profundo conocimiento de sus técnicas. Pero también existen operadores que organizan expediciones abiertas a un público no profesional, en las que las rutas presentan un grado de dificultad mínimo para los participantes.

Esta clase de salidas pertenecen al turismo de aventura: los participantes son turistas que desarrollan una actividad deportiva ajustada a sus propias aptitudes, con fines turísticos y un alto grado de contacto con las expresiones de la naturaleza.

2.2.5.3 Turismo ecológico

Existen diversas denominaciones que de alguna manera son similares, tales como turismo verde, turismo ambiental, ecoturismo, turismo sustentable, o turismo basado en la naturaleza, que presentan diferencias conceptuales mínimas en función de aquellos aspectos que la definición enfatiza.

El turismo ecológico tiene una interdependencia permanente con el proceso de desarrollo socioeconómico de la comunidad local. Es decir que es necesaria la integración entre el medio natural, la actividad turística y el residente.

El turismo ecológico se promueve como un turismo "ético", en el cual también se presume como primordial el bienestar de las poblaciones locales, y tal presunción por lo general se refleja en la estructura y funcionamiento de las empresas / grupos / cooperativas que se dedican a ofrecer tal servicio.

Hay que notar también que el turismo ecológico ha sido criticado por su carencia de estándares y criterios de homologación fiables, que tienden a provocar que experiencias que no merecerían ese título lo utilicen como un medio para mejorar su imagen pública (por ejemplo, el hecho de poner un gran complejo hotelero tradicional en un lugar prístino o de belleza singular para aprovecharse de ese hecho).

2.2.6 Enfoques básicos para el estudio del turismo

Según McIntosh y Otros (2002), indican que existen muchas formas de abordar el estudio del turismo; más bien se enfoca por medio de diversos métodos, el mismo que se han usado en diversos ámbitos y en diferentes circunstancias de acuerdo a los medios y recursos de cada zona geográfica de las naciones.

- A) Enfoque institucional:** Considera a diversos intermediarios e instituciones que realizan actividades relacionadas con el turismo. Destacan entre las instituciones las agencias de viajes. Este enfoque requiere de una investigación acerca de la organización, métodos de operación, problemas directos y colaterales, costos y el papel que desempeñan los agentes de viajes que actúan en representación del cliente, comprando servicios de diferente naturaleza, desde pasajes, servicio de hospedaje, hasta servicio de guías de turismo para aprovechar los circuitos existentes.
- B) Enfoque del producto:** Incluye el estudio de varios productos turísticos y la forma cómo se producen, cómo se comercializan y cómo se consumen. La desventaja de este enfoque es que requiere de demasiado tiempo.
- C) Enfoque histórico:** Comprende un análisis de las actividades e instituciones turísticas desde el punto de vista evolutivo, por ello no se usa mucho. Se preocupa por buscar la causa de las innovaciones, su crecimiento o declinación y los cambios en el interés. Se puede decir que este enfoque tiene su limitación en tanto que el turismo masivo es una actividad reciente.
- D) Enfoque administrativo:** Está orientado a la firma (ámbito microeconómico), centra su atención en las actividades administrativas necesarias para dirigir una empresa turística pasando por la investigación, planeación, organización, ejecución, control, fijación de precios, publicidad, canales de comercialización, entre otras. Es un enfoque popular porque utiliza ideas tomadas de otros métodos y disciplinas. Dado que los productos cambian, que las instituciones cambian, la sociedad cambia; entonces los objetivos y procedimientos administrativos deben necesariamente cambiar para enfrentar los cambios y variaciones en el medio turístico.

- E) Enfoque económico:** Este enfoque es útil porque proporciona un marco de referencia para analizar el turismo y sus contribuciones a la economía doméstica, local, regional, nacional y mundial y al desarrollo económico de sus ámbitos de influencia. Los economistas relacionan a la actividad turística con la oferta, demanda, balanza de pagos, generación de divisas, empleo, crecimiento económico, desarrollo económico, efectos multiplicadores y otras variables económicas. La desventaja de este enfoque, usualmente no le da la atención adecuada a enfoques de naturaleza ambiental, cultural, psicológica, sociológica, educativa y antropológica por ejemplo.
- F) Enfoque sociológico:** Por su propia naturaleza, el turismo es una actividad social, por lo que está relacionado con la conducta turística del individuo y grupos de personas en particular y el efecto de la actividad turística en la sociedad en general. Este enfoque permite examinar las clases sociales, hábitos, costumbres y estatus de los visitantes y de los anfitriones.
- G) Enfoque geográfico:** Los geógrafos relacionan al turismo con los aspectos espaciales: ubicación geográfica de las áreas turísticas, ambiente, clima, paisaje y aspectos económicos; complementando con el movimiento de la gente creado por las localidades turísticas, los cambios que el turismo provoca en el paisaje en forma de instalaciones turísticas, la dispersión del desarrollo turístico, planeación física y problemas económicos, sociales y culturales.
- H) Enfoques interdisciplinarios:** La actividad turística abarca prácticamente todos los aspectos de la sociedad. Como las personas se comportan de modo distinto y viajan por diferentes razones, es necesario usar un enfoque psicológico para determinar la mejor manera de promover y comercializar los productos turísticos. Incluso existe el turismo cultural, que requiere de un enfoque antropológico.

I) Enfoque de sistemas: "...lo que necesita realmente para estudiar el turismo es un enfoque de sistemas. Un sistema es un conjunto de grupos interrelacionados, coordinados para formar un todo unificado y organizados para lograr un conjunto de objetivos. Integra a los demás enfoques en un método completo que trata temas tanto a nivel micro como a nivel macro. Puede examinar el ambiente competitivo de la empresa turística, su mercado, sus resultados, sus vínculos con otras instituciones, al consumidor y a la interacción de la firma con el consumidor. Además, un sistema puede tomar un punto de vista macro y examinar todo el sistema turístico de un país, estado o área y la forma como funciona en el interior y la relación que guarda con otros sistemas, como legal, político, económico y social" (McIntosh 2002, 26).

2.2.7 Globalización, turismo y desarrollo

El nuevo capitalismo global tiene como misión su expansión permanente, lo que influye en su capacidad de llegar a cualquier realidad social con el objetivo de ampliar el mercado mundial independientemente de las consecuencias que de ello emanen, el control de la economía y el cambio en las estructuras sociales representan una característica clara del proceso de globalización. Los mecanismos para alcanzar este propósito se basan en el control del capital, de la información, de la educación y la cultura.

César (2006), pone de manifiesto magistralmente los resultados de estos mecanismos de control que permiten mirar con claridad las grandes asimetrías surgidas de las relaciones que condiciona el capitalismo global, donde es notorio el surgimiento de pequeñas áreas de riqueza, rodeadas por grandes porciones de pobreza..."que son las destinatarias del mensaje mediático que las hace vivir en la globalización como ilusión y no en la modernidad como realidad".

En el ámbito ecológico, la globalización también marca la pauta en la degradación del medio ambiente. El modelo consumista y por tanto de producción de mercancías que atienden este desmedido anhelo de la sociedad educada y culturizada para tal fin, presiona al medio ambiente a través de la obtención excesiva de recursos de la naturaleza, así como por la incorporación a ésta de grandes cantidades de desechos contaminantes que a la postre han originado los problemas globales del ambiente: el cambio climático y la pérdida de biodiversidad.

En este marco, el turismo emerge como parte del modelo capitalista capaz de transferir capitales de cualquier parte del planeta a regiones donde las condiciones para la obtención de la máxima utilidad se encuentren garantizadas siendo un vehículo adecuado en el tránsito de estas regiones hacia la inserción en los circuitos globales.

En la actualidad, el turismo es una de las actividades más dinámicas del capitalismo global, su importancia se aprecia en la aportación que tiene en la generación de riqueza. Según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), en el año de 2010 el crecimiento de las llegadas internacionales fue del 7% con respecto al año anterior, ascendiendo a un total de 940 millones, con registro de crecimiento en todas las regiones del mundo, se estima que en 2011 el turismo haya crecido de un 4 a un 5% (OMT, 2011).

Durante 2006 la aportación del turismo al PIB mundial fue de 10.3%, la compra de bienes y objetos por los turistas representa el 6.4% de las exportaciones mundiales. El crecimiento de la economía mundial del turismo se considera cuatro veces más rápido que el crecimiento de la economía mundial total (César y Arnaiz, 2011).

Sin embargo, la riqueza y los costos que genera el modelo de turismo implantado a nivel mundial no se reparten de manera equitativa a nivel local, los efectos de esta actividad han sido diversos y por lo general negativos.

Estos efectos se han estudiado y tipificado por diversos autores, en forma general pueden observarse en el ámbito económico, político, social, cultural y ambiental (Castro, 2010).

Los efectos económicos pueden clasificarse en positivos y negativos, los primeros se refieren a la entrada de divisas, generación de empleos, mejoramiento de la infraestructura, estímulo a la actividad empresarial, dinámica económica regional, entre los impactos negativos más significativos se encuentran el incremento de las importaciones, distorsiones en el mercado laboral, limitaciones en la inversión pública, insuficiente infraestructura de servicios públicos, insuficiente vivienda, inflación, alta especulación sobre las tierras y bienes inmobiliarios.

En el ámbito socio-cultural, los efectos se observan en modificaciones a la estructura poblacional, cambio de la cultura y valores tradicionales, incremento de la prostitución, la inseguridad, delincuencia, tráfico de drogas, exclusión y marginalidad, estratificación social con pérdida de posición por parte de la población local, la población originaria en muchas ocasiones se transforma en servidumbre de los nuevos dueños de la tierra y de las empresas turísticas de mayor envergadura, choque generacional; las nuevas generaciones prefieren ser empleados en la actividad turística que realizar otro tipo de actividades tradicionales, conflictos étnicos y xenofóbicos, grandes contrastes entre pobreza y riqueza.

En lo político se presentan modificaciones a las estructuras tradicionales mediante la incorporación de nuevos grupos de poder, los nuevos propietarios de las tierras y de la planta turística inciden en las formas de organizar y ejercer el

poder en las regiones donde se asientan los desarrollos turísticos, generando conflictos de diversa índole.

En lo ambiental los impactos se presentan en distintos momentos y escenarios, de manera directa se observan pérdida de manglares y humedales, aglomeración excesiva de las construcciones, contaminación escénica, alteración de ecosistemas, contaminación por desechos sólidos y emisiones a la atmósfera, el transporte masivo tiene gran influencia en esto último, deforestación y depredación de flora y fauna en general, sobre uso del suelo, vertederos de aguas negras al mar por embarcaciones o las propias ciudades, modificación del paisaje, entre otros.

En lo espacial, el turismo como creador, consumidor y destructor de espacios ejerce una gran influencia y modifica por lo general las estructuras regionales, genera grandes concentraciones derivadas de procesos migratorios de zonas rurales hacia centros de actividad turística, con las consecuencias lógicas con respecto a los servicios públicos de agua, drenaje, vivienda, electrificación, etc., promoviendo la construcción de ciudades que por lo general en países en desarrollo, se manifiestan con alto grado de desorden y caos.

En suma, es importante analizar con detenimiento los efectos del turismo tradicional y su influencia en la generación de nuevas estructuras económicas, sociales, políticas, espaciales y ambientales para determinar si los productos emergentes se pueden tipificar como desarrollo en su contenido más amplio.

2.2.8 Turismo y gobiernos locales y regionales

De acuerdo al Plan Estratégico Nacional de Turismo 2005-2015 D.S.016-2004/MINGETUR (PENTUR) entre sus objetivos estratégicos está:

Fortalecer las instituciones vinculadas con la actividad turística (Pto. 3):

- Implementar un programa de asistencia técnica a gobiernos locales regionales en materia vinculada al turismo.
- Brindar asesoramiento técnico a gobiernos locales y regionales en la formulación y ejecución de proyectos vinculados a la actividad turística.
- Impulsar alianzas estratégicas entre el gobierno central, los gobiernos regionales y locales a fin de impulsar la ejecución conjunta de proyectos de desarrollo turístico.
- Desarrollar e implementar el sistema de Información para la gestión turística (SIGTUR) y regionalizar.
- Diseñar y elaborar indicadores regionales del turismo.
- Diseñar e implementar estudios específicos de turismo desde el punto de vista de oferta, demanda y canales de distribución.

Referente al Turismo Interno (Pto.4):

- Promocionar nuevos circuitos turísticos, a propuesta de las autoridades regionales, locales o gremios empresariales.
- Realizar el programa de promoción de turismo interno dirigido a los consumidores finales.
- Llevar a cabo acciones promocionales con líneas aéreas nacionales y empresas de transporte terrestre interprovincial que colaboren a mejorar la conectividad interna del Perú.

El proceso de descentralización como política de estado, es una forma de gobierno que tiene como objetivo el desarrollo integral del país, entre ellos el sector turismo. Para lograr este objetivo el estado peruano se organiza como gobierno a nivel nacional, regional y local; cada una con competencias

específicas, compartidas y delegadas orientadas al mismo objetivo, en este sentido el PENTUR señala lo siguiente:

Competencias del Gobierno Nacional según la ley de Bases de la Descentralización aplicables al sector turismo:

- Diseño de políticas nacionales y sectoriales.
- Regulación de los servicios públicos de su responsabilidad.
- Regulación y gestión de la infraestructura pública de carácter y alcance nacional.

Competencia de los Gobiernos Regionales aplicables al sector turismo según la Constitución de 1993:

- Promover el desarrollo socioeconómico regional y ejecutar los planes y programas correspondientes.
- Dictar las normas inherentes a la gestión regional.
- Promover y regular actividades y/o servicios en materia de agricultura, pesquería, industria, agroindustria, comercio, turismo, energía, minería, vialidad, comunicaciones, educación, salud y medio ambiente, conforme a ley.
- Fomentar la competitividad, las inversiones y el financiamiento para la ejecución de proyectos y obras de infraestructura de alcance e impacto regional

Competencias de los Gobiernos Regionales según la Ley de Bases de la Descentralización aplicables al sector turismo:

- Planificar el desarrollo integral de su región y ejecutar los programas socioeconómicos correspondientes.

- Promover y ejecutar las inversiones públicas de ámbito regional en proyectos de infraestructura vial, energética, de comunicaciones y de servicios básicos de ámbito regional, con estrategias de sostenibilidad, competitividad, oportunidades de inversión privada, dinamizar mercados y rentabilizar actividades.
- Promover la formación de empresas y unidades económicas regionales para concertar sistemas productivos y de servicios.
- Facilitar los procesos orientados a los mercados internacionales para la agricultura, la agroindustria, la artesanía, la actividad forestal y otros sectores productivos, de acuerdo a sus potencialidades.
- Desarrollar circuitos turísticos que puedan convertirse en ejes de desarrollo.
- Concretar alianzas y acuerdos con otras regiones para el fomento del desarrollo económico, social y ambiental.

Competencias compartidas según la Ley de Bases de la Descentralización en materia de turismo:

- Promoción, gestión y regulación de actividades económicas y productivas en su ámbito y nivel, correspondientes a los sectores agricultura, pesquería, industria, comercio, turismo, energía, hidrocarburos, minas, transportes, comunicaciones y medio ambiente.
- Gestión sostenible de los recursos naturales y mejoramiento de la calidad ambiental.
- Preservación y administración de las reservas y áreas naturales protegidas regionales.
- Difusión de la cultura y potenciación de todas las instituciones artísticas y culturales regionales.

- Competitividad regional y la promoción de empleo productivo en todos los niveles, concertando los recursos públicos y privados.
- Participación ciudadana, alentando la concertación entre los intereses públicos y privados en todos los niveles. ”

Competencias de los Gobiernos Locales según la Constitución Política del Perú de 1993. Relacionadas al turismo:

- Organizar, reglamentar y administrar los servicios públicos locales de su responsabilidad.
- Planificar el desarrollo urbano y rural de sus circunscripciones incluyendo la zonificación, urbanismo y el acondicionamiento territorial.
- Fomentar la competitividad, las inversiones y el financiamiento para la ejecución de proyectos y obras de infraestructura local.
- Desarrollar y regular actividades y/o servicios en materia de educación, salud, vivienda, saneamiento, medio ambiente, sustentabilidad de los recursos naturales, transporte colectivo, circulación y tránsito, turismo, conservación de monumentos arqueológicos e históricos, cultura, recreación y deporte, conforme a ley.
- Presentar iniciativas legislativas en materias y asuntos de su competencia.

Competencias exclusivas de los gobiernos locales según la Ley de Bases de la Descentralización que coadyuvan a la actividad turística

- Planificar y promover el desarrollo urbano y rural de su circunscripción, y ejecutar los planes correspondientes.
- Normar la zonificación, urbanismo, acondicionamiento territorial y asentamientos humanos.

- Administrar y reglamentar los servicios públicos locales destinados a satisfacer necesidades colectivas de carácter local.
- Aprobar su organización interna y su presupuesto institucional conforme a la Ley de Gestión Presupuestaria del Estado y las Leyes Anuales de Presupuesto.
- Formular y aprobar el plan de desarrollo local concertado con su comunidad.
- Ejecutar y supervisar la obra pública de carácter local.
- Aprobar y facilitar los mecanismos y espacios de participación, concertación y fiscalización de la comunidad en la gestión municipal.
- Dictar las normas sobre los asuntos y materias de su responsabilidad y proponer las iniciativas legislativas correspondientes.
- Otras que se deriven de sus atribuciones y funciones propias, y las que señale la Ley.

Competencias compartidas de los Gobiernos Locales, según la Ley de Bases de la descentralización. Que coadyuvan al desarrollo de la actividad turística:

- Educación. Participación en la gestión educativa conforme lo determine la ley de la materia.
- Salud pública.
- Cultura, turismo, recreación y deportes.
- Preservación y administración de las reservas y áreas naturales protegidas locales, la defensa y protección del ambiente.
- Seguridad ciudadana.
- Conservación de monumentos arqueológicos e históricos.

- Transporte colectivo, circulación y tránsito urbano.
- Vivienda y renovación urbana.
- Atención y administración de programas sociales.
- Gestión de residuos sólidos.
- Otras que se le deleguen o asignen conforme a ley.

Las competencias que corresponden a los gobiernos locales, se asignan en la Ley Orgánica de Municipalidades, precisándose los niveles y funciones en cuanto a la normatividad, regulación, administración, ejecución, promoción, supervisión y control.

2.2.9 Turismo y desarrollo local

El turismo como fenómeno económico capaz de incorporar a las regiones y localidades al circuito del capital mundial, trae consigo la necesidad de reflexionar en torno a la dialéctica de la relación global-local. El modelo turístico fordista aplicado por excelencia en países en desarrollo, ha dejado de manifiesto que no es la vía más adecuada para promover el desarrollo de la sociedad local quien por lo general debe asumir los costos que se traducen en beneficios efectivos para el gran capital.

Desde la perspectiva teórica del desarrollo local, la población debe obtener los beneficios del uso de los recursos disponibles en su territorio, situación muy difícil de cumplir en el modelo masivo del turismo donde el desplazamiento y la exclusión resultan característicos de la conformación de los grupos sociales. En este contexto, se presenta la integración de regiones turísticas donde la prevalencia en el rediseño de lugares y localidades se realiza mediante la participación de grandes empresas transnacionales, ante las cuales es necesario llevar a cabo iniciativas locales considerando a las personas en su totalidad, a fin

de utilizar los recursos de cierto territorio (naturales, culturales, económicos, políticos y sociales) de manera más productiva y eficiente.

En este sentido, se distinguen nuevos espacios de actuación, actores y planes y estrategias más integrales, en donde el territorio no sólo es visto como un espacio físico de los objetos (actores, infraestructura, actividades y procesos económicos) sino como un agente de transformación social con posibilidades de incrementar las oportunidades de empleo y la calidad de vida de los habitantes de cierta localidad (Melgar 2004).

El desarrollo local se articula de manera progresiva como una respuesta a la situación de desprotección a los espacios locales, bajo el régimen de un modelo de desarrollo globalizador. Según Malé (2001) desde el punto de vista económico el desarrollo local se caracteriza por ser un proceso que tiene como objetivos principales los siguientes: a) valorizar los recursos humanos, físicos y materiales, b) dinamizar a los actores locales (agentes económicos, sociales e institucionales, c) movilizar y coordinar a dichos agentes alrededor de una estrategia de desarrollo consensuada.

Los actores locales, desempeñan importantes funciones en cada territorio para llevar a cabo las estrategias para conducir los procesos de transformación que la sociedad requiere. Por esta razón resulta indispensable su involucramiento en la identificación de sus propias necesidades y problemas, en la toma de decisiones y en ejecución de acciones.

El turismo no tradicional o alternativo (postfordista) debe basarse en lo que algunos autores han calificado como "estrategias artesanales", esto se traduce en la práctica mediante la creación de una oferta no concentrada y de pequeña escala, así como en una gestión local y personalizada de los recursos turísticos (aspectos que coinciden altamente con los fundamentos del desarrollo endógeno

y local), esta misma dispersión en el espacio territorial hacen que los beneficios se distribuyan de manera territorial, evitando así secuelas de la masificación.

Otro de los puntos básicos del turismo alternativo, que es de vital importancia para que se realice el desarrollo local, es el principio de la gestión. Ceballos en Melgar (2004), menciona que ésta se debe llevar a cabo por la propia comunidad y no por empresario intermediarios privados; ésta sería la única forma de que los beneficios económicos y sociales incidan en el medio local y de esta manera se gaste un desarrollo “para” y no “con” la población.

Con respecto a la competitividad, la actividad turística debe gestionarse desde y para el territorio y la comunidad que lo habita. Si la actividad turística se entiende como un proceso económico partiendo de una demanda cada vez más segmentada, la estructura de la oferta debería desprenderse de amenazas tales como los intereses divergentes o especulaciones y aprovechar y valorar los potenciales específicos de cada región (atractivos).

La comunidad-destino debe configurarse y promoverse mediante un proceso de desarrollo local que conduzca a la singularidad e integración. Esto es, que se conserven las formas de vida tradicional, hábitos y costumbres a nivel local, así como el patrimonio cultural y los valores históricos, arquitectónicos, ambientales, antropológicos y simbólicos, todo esto conformado como un producto integrado que tenga como base los atractivos y recursos naturales y culturales, reconociéndose la condición turística a partir de su configuración como un sistema funcional y organizado. Y por último, la sustentabilidad es importante para la preservación del ambiente natural mediante la zonificación y delimitación de los usos de suelo, con protección especial a las áreas más vulnerables (Bringas, 2004).

En este sentido, Marchena (1999) coincide con Vera (2001) al señalar que para que el desarrollo a escala local se lleve a cabo es necesario que la sustentabilidad sea:

- Ecológicamente aceptable, es decir, que dentro de la planificación y la gestión del desarrollo turístico se deben contemplar mecanismos de zonificación, ordenación y regulación administrativa a fin de que se garantice la sustentabilidad.
- Económicamente posible, refiriéndose a que es de suma importancia que las oportunidades de negocio se mantengan en la localidad.
- Institucionalmente viable, desde el punto de vista de la regulación municipal de las actividades turísticas sustentables, la negociación con los operadores e inversionistas turísticos y el compromiso de que el turismo favorezca el bienestar.

El ecoturismo puede ser una alternativa para que el desarrollo local se lleve a cabo en un área determinada, ya que presenta una lógica de desarrollo más integral, que involucra la participación directa de la población y toma en consideración los principios de la sustentabilidad.

Una posibilidad metodológica en la promoción del desarrollo local a partir del turismo alternativo y concretamente del ecoturismo, puede ser lo planteado en 2008 por Serrano que pretende, por un lado, aplicar los conceptos y aspectos teóricos de los sistemas complejos y la sostenibilidad y, por el otro, establecer un modelo básico de planeación del desarrollo local sostenible a partir de proyectos turísticos, que permitan establecer los cimientos de lo que sería una metodología desde la perspectiva de la complejidad, en este sentido, retoma las siguientes premisas o principios:

- Principio de sostenibilidad: que las actividades llevadas a cabo en un espacio geográfico propicien condiciones que mejoren la calidad del

ambiente (natural y sociocultural) en un proceso permanente e irreversible de evolución.

- Principio de complementariedad: fomentar la diversificación de actividades que favorezcan la autosuficiencia a partir de la autodeterminación de las comunidades insertas en un espacio geográfico. Desde el punto de vista epistemológico, se busca propiciar la complementariedad de teorías y metodologías.
- Principio de sistemas complejos: la sociedad constituye el subsistema sociocultural inseparable, interrelacionado e interdependiente del subsistema natural, juntos constituyen un hommoecosistema, una totalidad indisolublemente integrada.

De estas premisas se deriva:

- Desarrollo sostenible: como ideología o precomprensión culturalmente asumida de ambiente.
- Desarrollo local: el mundo inmediato, cierto espacio geográfico (en este caso local).
- Turismo armónico: cooperación y participación de actores sociales (funcionarios, investigadores, comunidad local) para el desarrollo del turismo sostenible (armonía entre la sociedad y la naturaleza).

2.3.0 Ecoturismo: alternativa para el desarrollo local

En el Perú y en el mundo entero existe un creciente interés en torno al ecoturismo, tanto de los visitantes como de las comunidades y empresas que desean integrarse a esa corriente, la cual promete conservar los recursos naturales a la vez que permite su disfrute, la generación de empleos permanentes y la derrama hacia las economías locales.

El ecoturismo es considerado como la modalidad turística ambientalmente responsable, que consiste en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar, con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos de las áreas naturales (paisaje, flora y fauna silvestre), así como cualquier manifestación cultural (tanto del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueva la conservación. Esta práctica tiene bajo impacto ambiental y cultural y proporciona un beneficio socioeconómico a la población local (Ceballos, 1998).

La Sociedad Internacional de Ecoturismo menciona que ecoturismo es “viajar en forma responsable hacia áreas naturales, conservando el ambiente y mejorando el bienestar de las comunidades locales”. Esta definición a pesar de ser un poco simplista incorpora elementos clave como el sentido ético de los visitantes hacia la conservación de los recursos naturales, así como hace énfasis en los beneficios económicos derivados de esta práctica para la población anfitriona.

Toda actividad ecoturística debe contribuir a la educación ambiental y a la concientización ecológica (Ceballos, 1998). Por tanto, se puede decir que el ecoturista forma parte del grupo de los nuevos turistas. Éste es un tipo de turismo más educado y respetuoso del ambiente natural y sociocultural, cuyo motivo principal es el observar, estudiar, admirar, disfrutar y aprender de los recursos naturales, históricos y culturales del lugar que visita.

Debemos tomar en cuenta que la producción ecoturística es totalmente diferente a la producción del turismo tradicional, dado que en ésta se involucran dos elementos fundamentales: a) la operación técnica, y b) la gestión ambiental. La primera, se relaciona con la generación y entrega adecuada del producto ecoturístico que permita la satisfacción funcional, simbólica y vivencial del ecoturista. La segunda, se refiere al cuidado del medio ambiente durante la producción y consumo del producto ecoturístico (Sandoval, 2006).

En el proceso de la producción ecoturística, los operadores receptivos deben entender el ecoturismo como: un proceso turístico planificado integralmente en su desarrollo e interrelación con el ambiente, es decir, no se trata simplemente de pasear a los turistas por la naturaleza utilizando los recursos que en ella existen, ya que esto no garantiza la conservación de los mismos ni el beneficio esperado por la población local (Sandoval, 2006).

En suma, es observable que el ecoturismo desde su concepción considera la participación de la sociedad local tanto en su producción como en los beneficios, es por ello que desde la perspectiva del turismo, puede ser considerado como alternativa viable para alcanzar el desarrollo local. La característica principal del desarrollo local es que éste es impulsado desde la base social, donde la comunidad es la protagonista de su propio desarrollo.

2.3 GLOSARIO DE TÉRMINOS BÁSICOS

Actividad turística: Es la actividad derivada de la interrelación entre el turista propiamente dicho, los vendedores del servicio turístico y el Estado como agente facilitador de dicha actividad.

Albergue: Establecimiento de hospedaje clasificado, cuyo giro principal consiste en brindar servicio de alojamiento a determinado grupo de huéspedes o usuarios que comparten uno o varios intereses comunes, los que determinan la modalidad del mismo, juveniles, refugios de montaña, campos de pesca, campos de playa, etc.

Atractivo turístico: Es todo lugar, objeto o acontecimiento capaz de motivar flujos turísticos hacia un destino. Se diferencia de los recursos turísticos en la medida en que todos los atractivos pueden ser visitados sin mayor esfuerzo por los turistas; es decir, cuentan con infraestructura que permite el acceso del público, hay servicios básicos, etc. Un atractivo puede ser un monumento o una especie en vías de extinción, pero también puede reflejar un conjunto de factores

como el paisaje o la calidez de las personas. Cuando el atractivo turístico se desarrolla, se convierte en producto.

Casa de hospedaje: Alojamiento en casa de familia que se acondiciona en épocas de temporada alta para atender el exceso de demanda.

Circuito: Ruta turística que abarcando diferentes atractivos, tiene como punto final el lugar mismo de donde se originó el paseo o viaje

Circuito turístico: Recorrido pre establecido que realizan los visitantes con la finalidad de conocer o estudiar los atractivos que ofrece un determinado ámbito geográfico. Un circuito turístico está comprendido dentro de la ciudad o fuera de ella.

City Tour: Visita guiada dentro de una ciudad. Por lo general se realiza en ómnibus y dura entre una y tres horas, pero también puede ser a pie.

Cultura turística: Es la conciencia colectiva de los residentes de un país de dar lo mejor de sí en el cuidado y atención a los turistas, al patrimonio cultural y natural del país. Implica la vocación de atender y ayudar a las personas extranjeras, dándoles protección, un trato cortés y la mejor imagen posible de su país, región, ciudad o comunidad.

Demanda Turística: Es aquella parte de la demanda global generada por el turismo. Dado que cada producto turístico está compuesto por una gran cantidad de bienes públicos y privados, incluye en todas las subcuentas de la demanda global: el consumo y la inversión privada (alojamiento, alimentos, servicios de transporte, restaurantes, compra de recuerdos, consumo de espectáculos culturales, etc.); el consumo y la inversión pública (infraestructura pública, seguridad, conservación de recursos turísticos, etc.), así como las exportaciones (venta de paquetes turísticos a operadores internacionales).

Ecoturismo: Conjunto de actividades turísticas que privilegian un contacto directo con la naturaleza. El desarrollo del ecoturismo tiene además la finalidad implícita -y crecientemente explícita- de apoyar la conservación de los ecosistemas naturales.

Estadía: Como acepción aplicada a la actividad turística podemos entenderla como el tiempo de permanencia de una persona o grupo de personas en un lugar determinado, en este caso, en hoteles y centros de hospedaje.

Excursionista: Viajero que permanece en el destino menos de 24 horas y cuyo principal propósito de viaje no es ejercer una actividad que sea remunerada en el destino.

Flujo turístico: Movimiento de turistas por tierra, mar o aire a un destino turístico. También se le denomina corriente turística.

Hostal: Establecimiento que solo presta servicio de alojamiento. Debe cumplir los requisitos mínimos según la categoría que ostente. Los hostales pueden ser de tres, dos o una estrella. Su símbolo es HS.

Hotel: Establecimiento que presta principalmente servicio de alojamiento, pero también de restaurante, sala de conferencias, etc. Debe cumplir requisitos mínimos según su categoría. Los hoteles pueden ser de cinco, cuatro, tres, dos o una estrella. Su símbolo es H.

Oferta turística: Conjunto de bienes, servicios e infraestructura turística que permiten la recepción y atención del flujo de visitantes.

Patrimonio turístico: Conjunto de recursos turísticos de los que dispone un país. Básicamente pueden ser de tipo natural, histórico o cultural. Se considera

recursos turísticos a aquellos bienes o circunstancias que contienen un potencial que puede ser desarrollado para despertar interés por parte de los turistas.

Paquete turístico: Conjunto de servicios entre los que normalmente se encuentran alojamiento, transporte, alimentación y visitas turísticas. Los diversos servicios detallados en un paquete específico se venden a un precio global y generalmente en un solo acto de compra.

Pernoctación: Significa pasar la noche en un lugar, generalmente en el campo u otro sitio fuera del domicilio; proviene del verbo pernoctar, en la actividad turística está relacionado con los servicios de hotelería y centros de hospedaje.

Producto turístico: La suma de atractivos, servicios e infraestructura que se ofrecen al mercado con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas de los turistas.

Programa turístico: Descripción de un paquete turístico donde se incluyen las excursiones, las tarifas y otros datos concernientes a las actividades del viaje.

Promoción turística: Conjunto de acciones públicas o privadas que se realiza con el fin de incentivar a potenciales viajeros a visitar un determinado destino, país o región.

Recurso turístico: Aquellos bienes o circunstancias que contienen un potencial que puede ser desarrollado para despertar interés por parte de los turistas. La inversión en su desarrollo permite calificarlos posteriormente como atractivos turísticos cuando se ha facilitado su aprovechamiento efectivo por los turistas.

Ruta: Recorrido o itinerario.

Servicios turísticos: Actividades o beneficios que son ofrecidos en venta a los turistas o a los proveedores de éstos. Si bien son básicamente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo, su prestación es facilitada por un adecuado equipamiento turístico. Entre los principales servicios turísticos se incluye el alojamiento, la alimentación, la organización de viajes y las excursiones guiadas, entre otros.

Turismo: Incluye las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y por otros motivos.

Turista: Es un visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado.

Viaje: Se emplea para describir el turismo desde el punto de vista del lugar o país emisor (origen) y cubre todo el periodo en que una persona esta viajando fuera de su residencia habitual.

Viajero: Toda persona que está de viaje entre dos o más localidades.

Visitante: Toda persona que viaja, por un período no superior a 12 meses, a un país distinto de aquél en el que tiene su residencia habitual, pero fuera de su entorno habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado.

CAPÍTULO III

DINÁMICA DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE CAJAMARCA, PERIODO 2000 – 2013.

3.1 Descripción del área de estudio

3.1.1 Provincia de Cajamarca

Cajamarca es una provincia de la sierra norte del Perú, en la parte sur del departamento homónimo, bajo al administración del Gobierno Regional de Cajamarca. Limita al norte con la provincia de Hualgayoc, al este con la provincia de Celendín, la provincia de San Marcos y la provincia de Cajabamba, al sur con el Departamento de la Libertad y al oeste con la provincia de Contumazá y la provincia de San Pablo.

3.1.1.1 División administrativa

La provincia tiene una extensión de 2 980 kilómetros cuadrados y se divide en doce distritos: Cajamarca, Asunción, Chatilla, Cospán, Jesús, Llacanora, La Encañada, Baños del Inca, Magdalena, Matara, Namora y San Juan.

3.1.1.2 Población

En los últimos cinco años la población creció a un ritmo anual de 0,34 por ciento. Según sexo, la distribución se muestra equilibrada, al representar la población masculina y femenina el 50,3 y 49,7 por ciento, respectivamente, de la población total.

Cuadro 01

Cajamarca: Superficie y Población – año 2011.

Provincia	Superficie (Km ²)	Población
Cajamarca	2 980	361 991
Cajabamba	1 808	79 957
Celendín	2 642	95 275
Chota	3 795	168 513
Contumazá	2 070	32 806
Cutervo	3 028	144 560
Hualgayoc	777	99 159
Jaén	5 233	197 962
San Ignacio	4 990	144 398
San Marcos	1 362	54 609
San Miguel	2 542	58 033
San Pablo	672	24 062
Santa Cruz	1 418	46 161
TOTAL	33 317	1 507 486

Fuente: INEI - SIRTOD

3.1.1.3 Clima e hidrografía

El clima del departamento es variado, frío en las alturas andinas, templado en los valles y cálido en las quebradas y las márgenes del río Marañón. Los climas templado y frío tienen como característica general las temperaturas diurnas elevadas (más de 20°C) y bajas temperaturas nocturnas que descienden a 0°C a partir de los 3 mil metros de altitud, por lo menos durante los meses de invierno.

La atmósfera es seca y las precipitaciones son abundantes durante el verano. Las principales cuencas hidrográficas son: Marañón, conformada por los ríos Chinchipe, Chamaya, Llancono, Lunyhuy, Llanguat y Crisnejas principalmente, y la cuenca del Pacífico, conformada por los ríos Sangarará, Chancay, Saña, Chilete - Tembladera (afluentes del Jequetepeque), Chicama y otros.

3.1.1.4 Estructura productiva

El departamento de Cajamarca, según información del INEI (2011), aporta con 2,5 por ciento al Valor Agregado Bruto nacional (VAB); sin embargo, la importancia relativa del departamento en el país es mayor en el caso de algunos sectores como minería, con una contribución de 9,1%; agropecuario con 5,9%, y servicios gubernamentales con 3,8%.

En la estructura productiva departamental la actividad minera destaca por ser la de mayor importancia relativa (19,9%); la agricultura, caza y silvicultura es la segunda actividad en orden de importancia, con una participación de 19,3%, seguido de otros servicios (12,1%), manufactura (12%) y comercio (10,5%); todos ellos, en conjunto, contribuyen con el 73,8% al VAB departamental.

De otro lado, según la Encuesta Nacional de Hogares 2010 aplicada por el INEI, el sector primario concentra el 55,9% de la población empleada, seguido del terciario (32,5%) y secundario (11,6%).

Cuadro 02
Cajamarca: Valor Agregado Bruto 2011
Valores a precios constantes de 1994
(Miles de nuevos soles)

Actividades	VAB	Estructura %
Agricultura, caza y silvicultura	968 698	19,3
Pesca	152	0,0
Minería	999 999	19,9
Manufactura	600 354	12,0
Electricidad y agua	81 520	1,6
Construcción	356 414	7,1
Comercio	528 029	10,5
Transportes y comunicaciones	228 313	4,6
Restaurantes y hoteles	151 528	3,0
Servicios gubernamentales	491 570	9,8
Otros servicios	608 644	12,1
Valor Agregado Bruto	5 015 221	100,0

Fuente: INEI - SIRTOD

En la región existen tres espacios económicos diferenciados: el norte es especializado en la actividad agrícola con cultivos como el café, arroz y cacao; en el centro se desarrolla también la actividad agrícola y adicionalmente la actividad pecuaria; por el contrario, el sur es básicamente una zona ganadera y minera, con un mayor desarrollo del sector servicios y comercio, producto de encadenamientos con la actividad minera.

3.1.1.5 Actividades productivas

a) Agropecuario

La actividad agropecuaria representa el 5,9 por ciento del VAB agropecuario nacional. Los principales cultivos que sustentan el sector agrícola son: café, papa, arroz, yuca, alfalfa, maíz amarillo duro, maíz amiláceo y frijol grano seco, entre otros. Según la Oficina de Información Agraria de Cajamarca, la vocación productiva agrícola de la zona norte es para el café, arroz, yuca y cacao; en las zonas centro y sur cultiva papa, maíz amarillo duro, maíz amiláceo, frijol grano seco y trigo. Otros cultivos con potencial exportador, como el mango, palto y chirimoya, se están desarrollando en la zona sur del departamento, en la zona alta del valle de Jequetepeque.

De otro lado, en ganadería, la región destaca por ser la tercera cuenca lechera del país y se sustenta, principalmente, en la producción de carne de vacuno y leche fresca. (INEI 2011)

b) Minería

En Cajamarca se desarrolla de manera importante la minería metálica (oro, plata y cobre principalmente) y en menor medida la minería no metálica (caolín, marmolina, entre otras). Para el primer caso, destaca la explotación de oro y plata a cargo de Minera Yanacocha, y oro y cobre por parte de la empresa Gold

Fields La Cima; ambas han permitido posicionar al departamento como el primer productor de oro del país (31,1% del total nacional) y al Perú como el primer productor de oro de Latinoamérica y sexto en el mundo.

En el año 2011, la producción departamental de oro ascendió a 1 641 miles de onzas troy, contribuyendo con el 87,8 por ciento del VBP del sector, seguido por el cobre (10,6%) y plata (1,58%). (INEI 2011)

c) Manufactura

La actividad manufacturera representa el 12,0% del VAB departamental y está predominantemente vinculada a la producción de leche, principal insumo para la elaboración de quesos, manjar blanco, yogurt, así como concentración de leche.

La actividad se caracteriza por estar constituida por pequeñas empresas atomizadas e informales; sin embargo, se destaca la presencia de empresas con producción a mayor escala, como Nestlé y Gloria, cuyas plantas de acopio y concentración de leche tienen una capacidad instalada para 500 mil y 200 mil litros diarios, respectivamente. Por su parte, Gloria tiene adicionalmente la producción de quesos y manjar blanco, cuya capacidad diaria de planta para la elaboración de dichos productos es de 170 TM y 120 TM, respectivamente.

En los últimos años, para atender la demanda de servicios del sector minero, se ha desarrollado de manera importante la industria metal mecánica de pequeña escala, en la fabricación de piezas y partes de maquinarias, montajes electromecánicos, y empresas de fabricación de piezas, partes y accesorios de equipo pesado.

Otras ramas emergentes de producción son la elaboración de agua de mesa y química básica (oxígeno). (INEI 2011)

d) Construcción

El sector creció 9,9% promedio anual durante los últimos siete años (2005-2011) lo que ha permitido acrecentar su participación en el VAB departamental, de 4,1% en 2005 a 7,1% en el 2011. La construcción privada en edificaciones, centros comerciales (C.C. El Quinde) e infraestructura minera (Yanacocha, Gold Fields La Cima, La Zanja) coadyuvó al crecimiento del sector.

La construcción de viviendas dinamizó el mercado de crédito hipotecario, cuya expansión en el 2011 fue de 27,6% y representa el 9,9% del crédito del sistema financiero local y el 1,3% del VAB departamental. Cabe destacar el impulso inicial que dio el sector público a la construcción de viviendas mediante el crédito Mivivienda y otros programas promocionales (Techo Propio y Mi Techo); desde sus inicios hasta marzo 2012, estos programas han desembolsado un total de S/. 20,2 millones. (INEI 2011)

e) Turismo

Cajamarca posee diversos recursos naturales y arqueológicos que sustentan el desarrollo turístico, entre ellos: complejos arqueológicos (Layzón y Ventanillas de Otuzco), vestigios pre inca (necrópolis Cumbemayo), inca (Cuarto del Rescate y Baños del Inca), colonial (iglesias, conjunto monumental Belén), flora y fauna, que se puede apreciar en sus parques y santuarios nacionales (Cutervo, Tabaconas–Namballe), la existencia de culturas vivas y riqueza gastronómica.

Según cifras del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, en el año 2011 arribaron 674,6 mil visitantes, de los cuales, el 2,5 por ciento fueron extranjeros. Asimismo, en el 2011, según información del Ministerio de Cultura, los visitantes a monumentos arqueológicos, museo de sitio y museos ascendieron a 144,7 mil personas (135,8 mil nacionales y 8,9 mil extranjeros).

Respecto a la infraestructura hotelera, según cifras del MINCETUR, el departamento registró al año 2011 un total de 497 establecimientos de hospedaje, con un total de 11,4 mil camas disponibles.

f) Servicios financieros

El sector financiero departamental ha registrado un importante dinamismo en los últimos años, en línea con la mayor actividad económica. Así, el grado de profundización financiera del crédito, medido por el ratio colocaciones/PBI, se incrementó de 4,9% en el año 2005 a 12,1% en el 2011, aunado al creciente dinamismo de la instalación de oficinas, que pasó de 21 a 82 oficinas en el mismo periodo de referencia. (INEI 2011)

Cuadro 03:
Indicadores en el sector financiero en Cajamarca

Indicador	2005	2011
Depósitos Cajamarca / Depósitos Perú (%)	0,9	0,7
Colocaciones Cajamarca / Colocaciones Perú (%)	0,8	1,1
Colocaciones / PBI (%)	4,9	12,1
Número de Oficinas	21	82
● Empresas bancarias	9	21
● Instituciones no bancarias	12	61

Fuente: SBSS.

Elaboración: Departamento de Estudios Económicos, BCRP Sucursal Trujillo.

3.1.1.6 Distancias desde Cajamarca a diversas ciudades del Perú

Cuadro 04:

Desde	Kilómetros	Horas de viaje estimadas (*)
Tumbes	823	12
Piura	353	6
Chiclayo	265	4
Pacasmayo	195	3
Trujillo	295	5
Huaraz	637	11
Lima	870	14
Arequipa	1365	22
Cusco	1969	33
Chachapoyas	336	6

Fuente: Mapa turístico y Guía de información Cajamarca, Perú (AECI, CARETUR y MINCETUR)

(*) Tiempo estimado en base a transporte en autobús.

Elaboración propia.

3.2. Oferta turística de Cajamarca

3.2.1 Principales atractivos turísticos

3.2.1.1 Restos Arqueológicos

a) Ventanillas de Otuzco: Una forma sepulcral muy extendida por el departamento de Cajamarca, fue la de acomodar a los difuntos en nichos excavados en las paredes de un cerro de roca volcánica. Estas necrópolis son comúnmente llamadas "ventanillas" en atención a los centenares de tumbas cuyas oquedades se abren sobre las rocas. Son nichos y galerías de 8 a 10 m. de profundidad y con entradas de corte rectangular de 50 a 60 cm. de altura, que originalmente debieron tener lápidas de piedra con figuras simbólicas en relieve, a juzgar por algunos fragmentos hallados en la cercanía.

La necrópolis de Otuzco, conocida como las Ventanillas de Otuzco, es uno de los más valiosos restos arqueológicos que encierra la campiña de Cajamarca, cuyas criptas han sido trabajadas en traquita (cantería) superpuestas una sobre otras y protegidas por canaletas para que discurra el agua en tiempo de lluvias.

b) El Canal de Cumbemayo: Es un sistema hidráulico de transporte y canalización de gas, ejecutado en roca volcánica y cuya función era irrigar sementeras de la población de Cajamarca. Está situado a 3600 m.s.n.m., en las faldas orientales de los cerros del Cumbe y a 7,5 Km de la ciudad de Cajamarca, en línea recta. Se compone de tres grupos monumentales: un acueducto, un santuario y varios abrigos y cuevas con grabados (petroglifos Chavín). Todo el conjunto ocupa una extensión de 25,0 mil Km.2.

El acueducto es un canal abierto en roca traquita, con trazo original formando grecas y ángulos rectos probablemente con la finalidad de disminuir la velocidad de las aguas, no permitiéndose que regresen a su cause original. El santuario está tallado en peñón de granito de unos 20 m. De altura y se asemeja a un cara humana, cuya boca es la cámara sagrada, a la cual se llega por medio de escalones rústicos tallados en la misma roca. Las cuevas y abrigos forman el último grupo de este conjunto megalítico, en cuyas paredes existen motivos gravados de estilo chavinoide.

c) Kuntur Wasi: Las ruinas de Kuntur Wasi (centro administrativo y ceremonial) están situadas en la provincia de San Pablo, en el cerro denominado "La Colpa", colina de 2110 m.s.n.m., sobre la cúspide del cerro se encuentra un templo, levantado sobre tres plataformas superpuestas, construidas con piedras irregulares. A Kuntur Wasi van asociados monolitos, uno de contornos antropomorfos y otros del tipo "estela" o lápida decorada.

La denominación que reciben estas ruinas es moderna. Fue acuñada por Julio C. Tello, debido a que las imágenes que representan los monolitos, le sugirieron que

el lugar podría haber estado consagrado al culto del cóndor (kuntur = cóndor, huasi = casa).

d) Fortaleza de Kuélap: La más grande de América pre - inca, en el Alto Marañón. Más de 340 construcciones circulares y rectangulares ocupan un área de 60,0 mil m². Se estima que albergó una población de 2 mil personas.

e) El Cuarto de Rescate: Llamado también Palacio del Inca, ubicado en las inmediaciones de la Plaza Mayor y es el único ejemplo de arquitectura inca que existe en la ciudad de Cajamarca. Sus paredes están compuestas por bloques de piedra de cantería de 7 m. de largo por 6 m. de ancho y 3 m. de alto, de superficie pulida, asentados sin pegamento. De acuerdo a versiones tradicionales, el Inca Atahualpa ofreció llenar el recinto una vez con oro y dos con plata, a cambio de su vida. Se calcula que el rescate pagado a los conquistadores alcanzó la cantidad de 5 mil kilos de oro y cerca de 130 mil kilos de plata.

3.2.1.2 Iglesias y casonas

a) Catedral de Cajamarca: El Templo de Santa Catalina o catedral, levantado en el ángulo de la Plaza Mayor, ostenta una imponente fachada, tallada en piedra, con las torres laterales a medio construir y luciendo una verdadera explosión de arte plateresco. Su interior presenta tres importantes naves, separadas la laterales de la del centro por esbeltas arcadas, y encimada por bóvedas que se comban con sobriedad y maestría.

Su construcción se inició en 1665 y se consagró 1682. Su interior se concluyó en 1686, según reza una inscripción colocada sobre la puerta lateral, junto con el escudo español.

b) Iglesia de Belén: A una cuadra de la Plaza Mayor, este bello edificio de cantería, de una sola nave, cautiva la atención por su lujosa fachada de un gusto exquisito, por los primorosos relieves que engalanan sus columnas y capiteles, por las delicadas esculturas de su fachada, bóveda y esbelta cúpula. Pero lo más deslumbrante es el derroche de tallados policromados en piedra que se levantan hasta el remate de la cúpula.

El Templo fue construyendo lentamente en base a primorosa piedra de cantería, cuyos costos fueron cubiertos casi en su totalidad por el corregidor Francisco Espinoza. En 1744, bajo la hábil dirección del alarife José de Morales, fue concluida la portada, después de muchos incidentes. El Templo forma parte del denominado Conjunto Monumental Belén, compuesto además de los hospitales coloniales de hombres y mujeres y el colegio Belén.

c) Templo de San Francisco: La iglesia franciscana de San Antonio, conocida como San Francisco, fue uno de los primeros templos católicos erigidos por los españoles en el Perú, pues comenzó a construirse hacia 1699, íntegramente en piedra de cantería, permaneciendo sin torres hasta principios del siglo XX, siendo posteriormente construidos.

El gran Templo es de estilo renacentista - español y su fachada barroco - plateresca, la cual tiene tres puertas de entrada, que corresponden a sus tres naves. La nave central es la más elevada, con sus cornisas de estilo jónico y remata en una monumental cúpula. Las naves laterales exhiben primorosos altares con bellas imágenes, muchas de las cuales, como la de San Antonio, han sido traídas de Barcelona.

d) Casonas: Las viejas casonas de la ciudad de Cajamarca son de regular construcción, fabricadas de adobe y cubiertas con techos de teja. Muchas de ellas ostentan pórticos de piedra con singular talladura, amplios callejones que conducen a patios coloridos y alegres, que obligadamente albergan un florido

jardín. Entre las viejas casonas que más llaman la atención está la del "Conde de Uceda", "Toribio Casanova", la "casa de los Santisteban", etc.

3.2.1.3 Otros Atractivos Turísticos

a) Santa Apolonia: Es una colina utilizada como mirador natural, desde donde se domina todo del panorama de la ciudad y la campiña de Cajamarca. Está coronada por restos pre-incas de un altar de piedra, comúnmente conocido como la "Silla del Inca". Desde allí puede apreciarse la belleza del paisaje cajamarquino, cubierto de bosques de eucalipto, sauce y retama. Su nombre primitivo fue "Inga - Conga". Los españoles la llamaron primeramente San Francisco de Monte Alberna. Poco después la denominaron Santa Apolonia, por haberse construido allí una capilla a la santa de este nombre.

b) Los Baños del Inca: Al este de la ciudad de Cajamarca se encuentran los famosos "Baños del Inca", balneario de aguas Termo - minero - medicinales, antiguamente conocidos con el nombre de Pultamarca. Son manantiales naturales cuyas aguas brotan a la superficie a más de 70°C. En este lugar se encontraba el inca Atahualpa a la llegada de los españoles.

c) Plaza Mayor (Ciudad de Cajamarca): Levantada sobre la misma plaza incaica donde el inca Atahualpa fue capturado por las huestes de Francisco Pizarro; hecho que marcó el comienzo del fin del imperio incaico y el nacimiento de la cultura hispanoamericana.

d) La Collpa: A 11 Km. al de la ciudad de Cajamarca. Complejo Turístico donde se disfruta el bello paisaje y la vida de campo. Tradicional "llamado a las vacas por su nombre" antes de ordeñarlas.

e) Bosque de Rocas ("Frailones"): Es un conjunto de impresionantes formaciones geológicas, conocidas popularmente como "frailones", pues al

contemplantos a cierta distancia, semejan la forma de frailes encapuchados. Según el ángulo de donde se observan, estas formaciones pétreas muestran caprichosas formas y figuras.

Otros atractivos turísticos de importancia de Cajamarca son tramos del **Camino Inca (Qhapaq Ñan)** en torno a paisajes y comunidades locales; **Granja Porcón**, en donde los pobladores de la Cooperativa Agraria Atahualpa Jerusalén han implementado un producto de turismo vivencial vinculado al agroturismo (caminatas en bosques reforestados, observación de flora y fauna, y participación de los turistas en labores agrícolas y ganaderas y forestales).

Igualmente, en Cajamarca los turistas pueden visitar la **necrópolis de Combayo** (conjunto funerario de nichos labrados en el cerro San Cristóbal); los fundos ganaderos de **Tres Molinos** (que permite la degustación de productos lácteos típicos de Cajamarca y paseos en caballo de paso) y el poblado de **Llacanora** (que permite tomar contacto con la tradición artesanal y naturaleza de la Región).

Finalmente, la Región Cajamarca cuenta con diversas manifestaciones culturales propias de la zona, ligadas a su música y danzas, celebraciones religiosas y fiestas patronales, gastronomía y artesanía.

3.2.1.4 Festividades

- **Carnaval de Cajamarca:** Este festival precede a la Semana Santa. Dura aproximadamente un mes, aunque sólo tiene ocho días principales. Se realiza mayormente en la Ciudad de Cajamarca, pero pueblos cercanos realizan simultáneas celebraciones. Con muchos trajes coloridos, máscaras ridiculizando a las autoridades de las aldeas andinas, y las danzas folklóricas, el Carnaval también comprende concursos y marchas animadas. Un excepcional ejemplo del folklore local, el Carnaval es presidido por una reina y por Ño Carnavalón, escogido cada año por los residentes locales. Termina

con el ritual de la cortamonte o yunza, que es una danza alrededor de un árbol decorado con frutas y regalos, mientras se hacen intentos para traerlo abajo con un hacha.

- **Fiesta de las Cruces Porcón:** En la víspera del domingo de Ramos, las cruces preparadas y decoradas para la ocasión por los campesinos de Cajamarca, son llevadas a lo largo del barranco para converger en la casa del Mayordomo del festival (la persona a cargo de esta institución) . El domingo de Ramos, las cruces son llevadas en procesión una vez más, junto con Nuestro Señor de la Palma, quien viaja en una mula blanca por todo el camino hacia la capilla de la comunidad de Porcón. A lo largo de la marcha, los residentes cantan en quechua, latín y español.
- **Corpus Christi:** Es la más importante festividad religiosa en la Ciudad de Cajamarca. Siguiendo una misa solemne, el santuario de la Catedral conocido como la Preciosa es llevado en procesión, una vez al año. Además de la celebración religiosa, hay corridas de toros, ferias y varios concursos.
- **Feria FONGAL de Cajamarca (24 al 31 de julio)** Provincia de Cajamarca, distrito de Baños del Inca Exposición y venta de productos agropecuarios e industriales. También se realizan exposiciones de Caballos Peruanos de Paso y de marinera entre otras.
- **Semana Turística en Cajamarca (7 – 12 octubre):** Actividades sociales y culturales, tales como exhibiciones de pinturas y fotografía, así como también danzas folklóricas se realizan en este tiempo. También hay una variedad de concursos, pelea de gallos y competiciones deportivas.

3.2.2 Principales recorridos y circuitos turísticos

Las agencias de viajes de Cajamarca han integrado la oferta de atractivos turísticos en una serie de circuitos y recorridos, entre los que se encuentran los siguientes:

- **City tour:** Incluye la Plaza de Armas, la Catedral; la Iglesia, museo y criptas de San Francisco; el Complejo de Belén, el Cuarto del Rescate, el templo de La Recoleta y el Cerro de Santa Apolonia.
- **Hacienda La Collpa:** Se visita la Collpa, Llacanora, las cuevas de Callacpuma y Baños del Inca.
- **Ventanillas de Otuzco:** Fundo Tres Molinos, Jardines de Hortensias, Ventanillas de Otuzco y Fundo Los Alpes.
- **Complejo Arqueológico de Cumbemayo:** En Cumbemayo se realiza una caminata de alrededor de dos horas que permite apreciar sus formaciones rocosas, altares ceremoniales y el acueducto, previa visita de Bellavista y Lanzón.
- **Necrópolis de Combayo:** Implica un día completo de recorrido e incluye la visita de las Ventanillas de Otuzco, la hidroeléctrica El Chinche, el Molino Luichupucro y, finalmente, Combayo.
- **Namora:** Igual que en el caso anterior, un recorrido de un día completo permite visitar las cuevas de Callacpuma, Llacanora, la Laguna Sulluscocha, Los Sapitos y la Laguna de San Nicolás. En la Laguna Sulluscocha la empresa Vivencial Tours ha desarrollado una interesante propuesta de turismo vivencial que permite a los turistas alojarse con familias campesinas y desarrollar sus actividades tradicionales.

- **Kuntur Wasi:** Siguiendo el tramo desde Cajamarca a Chilete se arriba a Kuntur Wasi, en un recorrido que incluye San Pablo, el Museo de Sitio y el Arco del Triunfo.

3.2.3 Circuito Turístico Nororiental (CTN)

Como alternativa al Circuito Sur, en los últimos años se viene implementando el Circuito Turístico Nororiental (CTN), conformado por las regiones Amazonas, La Libertad, Lambayeque y Cajamarca.

En el caso de **Amazonas**, el complejo arqueológico de Kuélap es su principal atracción turística; en tanto **La Libertad** ofrece a los turistas una ciudad con edificaciones coloniales (Trujillo), festividades locales (Festival de la Marinera), balnearios con elementos de culturas vivas (Huanchaco) y sitios arqueológicos de interés (ciudadela de Chan Chan, El Brujo, y Huaca del Sol y La Luna).

Por su parte, **Lambayeque** ha consolidado una de las principales ofertas turísticas del país para la visita de museos (teniendo como eje central al Museo Tumbas Reales del Señor de Sipán), lo cual se complementa con recorridos a sitios arqueológicos (como Huaca Rajada y el Valle de Las Pirámides).

Finalmente, en **Cajamarca** su principal oferta de recursos y atractivos históricos se basa, en el marco de su comercialización como parte del CTN, en los conjuntos monumentales de Belén y La Recoleta, el Cuarto del Rescate, la Catedral así como en el complejo arqueológico de Cumbemayo, Kuntur Wasi y Ventanillas de Otuzco, en las afuera de la ciudad.

Sin embargo, gran parte de su imagen como destino turístico -por lo menos en el caso del turismo interno- se debe a los Carnavales y el complejo turístico Baños del Inca.

3.2.4 Infraestructura de acceso y servicios turísticos en Cajamarca

La ciudad de Cajamarca concentra el mayor número de empresas de servicios turísticos de la Región, en de una oferta que viene incrementándose y permite la acogida del viajero y realización de actividades turísticas durante todo el año.

Es posible arribar a la ciudad de Cajamarca por vía aérea y terrestre; existen establecimientos de hospedaje de distinto tipo (con énfasis en los de menor categoría y sin contar con hoteles de cinco estrellas); las agencias de viajes ofrecen programas turísticos en los que predominan tours a los atractivos tradicionales; la oferta gastronómica se ha ampliado ligeramente y -en los últimos tres años- un mayor número de guías ha comenzado a ofrecer sus servicios. No obstante, tal como indican diversos estudios realizados a nivel local, los niveles de calidad aún no son óptimos ni alcanzan estándares internacionales.

3.2.4.1 Establecimientos de hospedaje

Cajamarca cuenta con establecimientos de hospedaje que varían desde hoteles de cuatro estrellas a una estrella; hostales de una a tres estrellas y albergues. Debido a la oferta existente, no resulta complicado para los turistas conseguir alojamiento en la ciudad de Cajamarca, excepto en los meses en que se celebra Carnavales y Fiestas Patrias, fechas de temporada alta. Por el contrario, la oferta de establecimientos de hospedaje en el resto de la Región es escasa y con una serie de problemas de infraestructura y servicios.

De acuerdo a la DIRCETUR Cajamarca, en el 2004 la Región contaba con 186 establecimientos de hospedaje, de los cuales más de mitad no tenía una categoría o clase asignada (54%). Entre los establecimientos categorizados, la mayoría son hostales (34%), siendo la oferta principal de dos estrellas (15%), seguidos por los de una estrella (12%) y tres estrellas (7%). Por su parte, los hoteles representan apenas el 11% de los establecimientos de Cajamarca, siendo las categorías mayoritarias de tres estrellas (6%) y dos estrellas (4%).

Debemos tener en cuenta que los tiempos cambian, la gente busca nuevas formas de relajamiento, de diversión y descanso en consecuencia ya no es suficiente una simple habitación de hotel. Es por eso que el servicio de hospedaje debe modernizar sus sistemas de trabajo, con el aporte técnico y profesional para de esta manera lograr un verdadero despliegue empresarial, para convertir al turismo en una actividad capaz de generar empleo, recursos, crecimiento y bienestar social en su ámbito de influencia.

Cuadro 05:

Capacidad ofertada de los establecimientos de alojamiento
clasificado y categorizado región Cajamarca – periodo en estudio.

Categorías	Nº establecimientos	Nº de habitaciones	Nº de plazas-cama
1 estrella	12	234	394
2 estrellas	32	738	1268
3 estrellas	24	599	1119
4 estrellas	3	184	253
TOTAL	71	1755	3134

Fuente: MINCETUR

Elaboración Propia

Cuadro 06:

Capacidad ofertada de los establecimientos de alojamiento colectivo no clasificado región Cajamarca – Periodo de estudio.

Descripción	Nº de establecimientos	Nº de habitaciones	Nº de plazas - cama
Hasta 5 habitaciones	73	380	594
De 6 a 12 habitaciones	97	896	1562
De 13 a 19 habitaciones	65	1013	1690
Con 20 a 29 habitaciones	44	1033	1770
Con 30 a 49 habitaciones	19	688	1141
Con 50 a mas habitaciones	2	106	137
TOTAL	300	4116	6894

Fuente: MINCETUR

Elaboración Propia

De los cuadros presentados, la información más relevante que podemos extraer es que la mayoría de establecimientos en la Región Cajamarca no tienen Categoría ni Clase (300), por otro lado Hoteles de categorías de cuatro estrellas existen 3, viendo esta información se puede concluir categóricamente que es urgente la inversión en este rubro por parte del sector privado, y el compromiso del gobierno para desarrollar esta importante actividad que es uno de los pilares para el desarrollo turístico en nuestra ciudad.

Cuadro 07:

Capacidad instalada de los establecimientos de hospedaje colectivo y privado región Cajamarca – Periodo de estudio.

	CLASIFICADOS			NO CLASIFICADOS			TOTAL DEPARTAMENTAL		
	Nº Estab.	Nº Habit.	Nº Plazas-Cama	Nº Estab.	Nº Habit.	Nº Plazas-Cama	Nº Estab.	Nº Habit.	Nº Plazas-Cama
AMAZONAS	11	195	334	141	1 909	2 862	152	2 104	3 196
ANCASH	155	2 862	5 208	417	5 327	9 533	572	8 189	14 744
APURIMAC	6	181	307	152	2 040	3 214	158	2 221	3 521
AREQUIPA	350	6 216	11 565	570	6 459	11 637	920	12 675	23 202
AYACUCHO	17	460	888	201	2 569	4 216	218	3 029	5 104
CAJAMARCA	96	2 305	3 917	308	4 196	7 024	404	6 501	10 918
CALLAO	20	550	1 052	173	2 447	4 347	193	2 997	5 399
CUSCO	100	2 995	6 043	1 053	12 448	24 138	1 153	15 443	30 181
HUANCAVELICA	1	48	94	59	972	1 528	60	1 020	1 622
HUANUCO	36	694	1 176	245	3 687	5 880	281	4 381	7 056
ICA	169	3 912	7 652	299	3 947	6 794	468	7 859	14 449
JUNIN	48	1 224	2 350	617	8 284	13 281	665	9 508	15 633
LA LIBERTAD	99	1 880	3 342	533	7 079	12 025	632	8 959	15 366
LAMBAYEQUE	154	3 181	4 980	209	2 894	4 609	363	6 075	9 589
LIMA METROPOLITANA	374	13 372	23 878	2 766	39 318	68 630	3 140	52 690	92 508
LIMA PROVINCIA	16	419	820	596	8 006	14 971	612	8 425	15 791
LORETO	50	1 344	2 502	370	4 688	7 363	420	6 032	9 865
MADRE DE DIOS	9	240	489	123	2 016	3 445	132	2 256	3 934
MOQUEGUA	38	670	1 256	79	966	1 717	117	1 636	2 973
PASCO	26	391	738	148	1 825	2 815	174	2 216	3 553
PIURA	36	868	1 477	504	6 054	11 322	540	6 922	12 791
PUNO	54	1 520	2 900	360	4 598	8 324	414	6 118	11 222
SAN MARTIN	16	370	662	341	5 253	8 233	357	5 623	8 895
TACNA	53	1 200	2 336	202	2 591	4 677	255	3 791	7 013
TUMBES	6	155	318	112	1 638	3 364	118	1 793	3 682
UCAYALI	7	173	282	240	3 581	5 515	247	3 754	5 797
PERU	1 947	47 425	86 566	10 818	144 792	251 464	12 765	192 217	338 033

Fuente: MINCETUR

Elaboración: MINCETUR

De los cuadros anteriores se puede observar que hubo un aumento del 35% en establecimientos de hospedaje categorizados del 2009 al 2010 y en establecimientos de hospedajes no clasificado hubo un aumento del 2,7% lo cual significa que hubo un crecimiento en la infraestructura hotelera.

En el siguiente cuadro se detalla los principales alojamientos organizados por categoría de mercado:

Cuadro 08:
Establecimientos de hospedaje por clasificación y categoría en la provincia de
Cajamarca.

Nombre del establecimiento	Hotel	Hostales	Categoría				
			1*	2**	3***	4****	5*****
1. Laguna Seca	X					X	
	X					X	
2. El Gran Continental	X					X	
	X					X	
3. Costas del Sol	X				X		
	X				X		
4. El Ingenio	X				X		
	X				X		
5. Continental	X				X		
	X				X		
6. Las Américas	X				X		
	X				X		
7. Sierra Galana	X				X		
	X				X		
8. Posada del Puruay	X				X		
	X				X		
9. Casa Blanca	X			X			
	X			X			
10. El Clarín	X			X			
	X			X			
11. La Casa de Abraham		X			X		
		X			X		
12. Los Álamos		X			X		
		X			X		
13. San Lorenzo		X			X		
		X			X		
14. El Paraíso		X			X		
		X			X		
15. Prado		X			X		
		X			X		
16. Balcones de la Recoleta		X			X		
		X			X		
17. Cajamarca		X			X		
		X			X		
18. Portada del Sol		X			X		
		X			X		
19. Mari`s		X			X		
		X			X		
20. El Portal del Márquez		X			X		
		X		X			
21. El Cabildo		X		X			
		X		X			
22. El Cumbe Inn.		X		X			
		X		X			
23. Los Pinos Inn.		X		X			
		X		X			
24. La Campiña		X		X			
		X		X			
25. Nora Victoria		X		X			
		X		X			
26. Monumental		X	X				
		X	X				
27. José Gálvez		X	X				
		X	X				
28. Campero San Antonio		X	X				
		X	X				
29. Turismo		X	X				
		X	X				
30. JUSOVI		X	X				
		X	X				
31. Incas Hostal		X	X				
		X	X				
32. El Mirador		X	X				
		X	X				
33. Santa Apolonia		X	X				
		X	X				

34. Don Pepe		X	X				
35. Sil		X	X				
36. Gran Hostal Celis		X	X				
37. San Francisco							
38. Retamas Hostal							
39. Atahualpa							
40. Becerra							
41. Plaza							
42. San José							
43. Amalia Puga							
44. Amazonas							
45. Yobreda							
46. San Carlos							
47. Ana María							
48. Chero							
49. El Imperio							
50. Pungí Wasi							
51. María Antonieta							
52. Colonial Prado							

FUENTE: Dirección Regional de industria y turismo
Elaboración Propia

De los establecimientos de hospedaje de la provincia de Cajamarca, la mayor parte son casonas antiguas ubicadas en los alrededores de la Plaza de Armas de la ciudad de Cajamarca, las cuales han sido restauradas o acondicionadas y ofertan si estilo colonial como uno de sus principales atractivos. Los hoteles y hostales más modernos ofrecen mejores instalaciones y comodidades para el alojamiento de turistas, pero la mayoría corresponde a la categoría de 1 estrellas, aunque también hay establecimientos de 2, 3 y hasta 4 estrellas como lo describimos en el cuadro anterior.

En los últimos años, algunos empresarios han remodelado y reestructurado los establecimientos para brindar servicios más competitivos. La oferta de alojamiento se ha venido incrementando también a través de casas de huéspedes, pensiones y habitaciones de casas particulares, que si bien no

cumplen con brindar servicios adecuados satisfacen la demanda del turismo interno.

A pesar de esta diversidad de hospedaje, la infraestructura actual no alcanza en conjunto el nivel de calidad deseable en el marco competitivo nacional y mundial; tampoco es suficiente para abastecer la demanda actual ni, menos aún, para hacer frente a la demanda potencial esperada. Se debe tener en cuenta aspectos que complementen los servicios básicos y crear las condiciones para que el turista alcance un adecuado grado de satisfacción, como el ambiente en general y la calidad de la atención brindada por el personal, pues se observa que los propietarios no tienen una visión empresarial y por lo tanto no demuestran mayor interés por su remodelación acorde con las exigencias del turismo receptivo y turismo interno. En algunos casos los establecimientos de hospedaje han sido bajados de categoría, por no brindar los requerimientos mínimos establecidos en el Reglamento de Establecimientos de Hospedaje, por lo que no se han podido mantener ni siquiera en la categoría registrada en un inicio.

3.2.4.2 Establecimiento de restaurantes

A) La gastronomía en la ciudad de Cajamarca

Cuando se dio el encuentro de las dos civilizaciones, también se dio de exóticos y aromáticos sabores que se fundieron en el crisol de nuevas recetas que nuestra gastronomía hizo suya. Entre los platos típicos de Cajamarca destacan: caldo verde, picante de papa con cuy, frito de chancho, cecina shilpida, trigo de arroz, shambar, puchero, cebiche de criadillas de carnero, miel de caña con quesillo, manjar blanco, dulce de berenjenas, higos confitados, chiclayo, zapallo y ocas, etc.

Siendo su manjar principal las humitas: Masa dulce o salada de maíz rellena de canela y pasas, envuelta en hojas de maíz y cocida al vapor. Los quesos

cajamarquinos son muy reconocidos, el mantecoso por ejemplo, y que son producto de sus ricos pastos que alimenta su ganado vacuno.

B) Las bebidas típicas

Chicha de Jora (maíz), Chicha de frutas, Huarapo (jugo de caña de azúcar), macerado de frutas con aguardiente (cañazo), Chicha de maní.

Existen más de 100 establecimientos donde se pueden degustar los platos típicos de Cajamarca Restaurantes, picanterías, cubicherías, pollerías de los cuales, solo 15 son de categoría, 3 tenedores y 06 de categoría, 2 tenedores.

C) Los servicios de alimentación

Según el Reglamento de Restaurantes son considerados como tales aquellos establecimientos que expenden comidas y bebidas al público preparadas en el mismo local, prestando el servicio en las condiciones que señala el Reglamento y de acuerdo a las normas sanitarias correspondientes.

Los restaurantes en atención a la calidad de su infraestructura, equipamiento y servicios que proporcionan pueden categorizarse a Primera, Segunda y Tercera categoría y dentro de éstas, categorías específicas de cinco (5), cuatro (4), tres (3), dos (2), uno (1) tenedor.

En cuanto a restaurantes, los de mayor categoría alcanzan los 2 o 3 tenedores y están concentradas en la ciudad de Cajamarca, teniendo el mayor número de establecimientos aquellos que alcanzan la categoría de 1 tenedor.

En la provincia de Cajamarca existen 268 establecimientos de alimentos que en su mayoría no se encuentran acondicionados para brindar un servicio de calidad lo cual no garantiza una adecuada atención al turista y en muchos casos es de

suponer que ahuyenta, por así llamarlos, a potenciales turistas ya que es un sector prioritario, base del desarrollo turístico de nuestra región.

D) Implementación de los servicios de alimentación

Implementar restaurantes de comida internacional, salas de juego y/o recreación: Actualmente funcionan en la ciudad de Cajamarca algunas discotecas y centros nocturnos que ofrecen adecuados niveles de servicio al turista; sin embargo, muchos otros no brindan atención apropiada por falta de capacitación o negligencia del personal. Los restaurantes ofrecen el mismo tipo de comida, generalmente propia de la localidad, sin tener en cuenta que puede resultar excesivamente condimentada para algunos turistas.

Con la apertura de restaurantes de comida internacional, casinos de juego, máquinas expendedoras de snacks y bebidas frías y calientes, café bars, pubs, entre otros, se ampliaría considerablemente la oferta y se pondría a disposición del visitante servicios similares a los que puede encontrar en otras ciudades turísticas.

Entre las ventajas de crecimiento de este tipo de actividades se puede mencionar el incremento de las fuentes de empleo y la mejor retribución del mercado a los primeros negocios en establecer servicios de la más alta calidad.

3.2.4.3 Acceso, conectividad y servicios de transporte turístico

La conectividad aérea hacia Cajamarca -que no registra vuelos internacionales y, en rutas internas, se encuentra cubierta por los servicios de tres aerolíneas que operan aeronaves pequeñas- refleja un sector aerocomercial que aún presenta una limitada oferta a nivel nacional, tanto en términos de frecuencias como de conexiones entre las principales ciudades del país.

Por su parte, la conectividad terrestre hacia Cajamarca permite el acceso desde el principal mercado de turismo interno del país (Lima) y desde las regiones vecinas de La Libertad y Lambayeque a través de vías en buen estado. No obstante, en términos del futuro desarrollo turístico del CTN, se requiere mejorar el acceso a la ciudad de Chachapoyas (Región Amazonas) y propiciar la integración comercial y captación de mayores flujos turísticos desde el Ecuador a través de una apropiada integración vial.

A) Transporte terrestre

Actualmente Cajamarca cuenta con 26 agencias de transporte interprovincial a diferentes rutas, de las cuales 10 de ellas tienen rutas Cajamarca – Lima – Cajamarca. En los últimos años han mejorado el servicio de transporte masivo interprovincial, debido a la competencia entre las empresas que obtuvieron licencia de funcionamiento, tal es así que la mayoría de empresas de rutas largas a la costa cuentan los ómnibus con diferentes tipos de servicios como: baños químicos, alimentación a bordo, atención personalizada, terramozas, videos; pero aún no resulta suficiente para cubrir la demanda, tal es así que los fines de semana se alteran los costos de pasajes.

Cuadro 09:

Empresas de servicio interprovincial de transporte terrestre

Razón social	Rutas autorizadas
1. Atahualpa	1. Cajamarca – Lima
2. Burga Express	2. Cajamarca- Chiclayo
3. CIVA	3. Cajamarca – Lima
4. CIAL	4. Cajamarca – Lima
5. Cruz del Sur	5. Cajamarca – Lima
6. EMTRAFESA	6. Cajamarca – Trujillo

7. El Cumbe	7. Cajamarca – Chiclayo
8. Flores Hnos. S.R.L.	8. Cajamarca – Lima
9. Horna e HIJOS	9. Cajamarca – Trujillo
10. Móvil Tours	10. Cajamarca – Celendín - Chachapoyas
11. Palacios	11. Cajamarca – Trujillo – Lima
12. Rápido Express	12. Cajamarca – San Marcos
13. Rojas Transportes S.R.L	13. Cajabamba, Celendín, Bambamarca.
14. Royal Palaces S.A.	14. Cajamarca – Trujillo – Lima
15. TEPSA	15. Cajamarca – Lima
16. Tours Ángel Divino S.A.C.	16. Cajamarca – Chota – Cutervo
17. Transportes Línea	17. Cajamarca – Chiclayo – Trujillo – Lima
18. Trans. y Serv. Inca Atahualpa S.R.L.	18. Cajamarca – Celendín
19. TURISMO DIAS	19. Cajamarca – Chiclayo – Trujillo - Lima
20. Turismo Directo	20. Cajamarca – San Marcos - Cajabamba
21. Turismo Nacional	21. Cajamarca – Lima
22. Turismo Virgen del Carmen	22. Celendín – Leimebamba – Chachapoyas – R. de Mendoza.
23. GH Bus	23. Cajamarca – Trujillo – Lima
24. Turismo Carranza	24. Cajamarca –Lima
25. El Expreso S.A.C	25. Cajamarca –Lima
26. Turismo Trandia	26. Cajamarca – Trujillo – Lima
27. Turismo Jesusanita	27. Cajamarca – Trujillo
28. Turismo Perú Bus	28. Cajamarca – Trujillo – Lima

Fuente: Ministerio de Transportes, Cajamarca

Elaboración Propia

B) Transporte Aéreo

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 Chiclayo. Debido a los problemas que últimamente varias aerolíneas han sufrido, éstas han elevado el pasaje aéreo a tarifas muy elevadas.

La modernización y ampliación de la pista de aterrizaje del Aeropuerto de Cajamarca realizado en el año 2002, de 2 500 metros de largo por 45 de ancho, la ha puesto en condición de competencia. Pero sin embargo, el aeropuerto de Cajamarca viene siendo utilizado sólo en un 53% de su capacidad actual.

Existen en este mercado las aerolíneas LC Busre, Lan Perú y Star Perú. Las aeronaves empleadas en viajes directos a Cajamarca suelen ser bimotores de no más de 50 pasajeros. Es de esperarse que un mayor desarrollo de la oferta turística cajamarquina atraiga mayor número de viajeros a bordo de naves de mayor capacidad y velocidad.

Se puede observar que en Cajamarca este aspecto es insuficiente y débil, convirtiéndose en una desventaja competitiva. Las tendencias mundiales muestran que cada día es más importante la transportación aérea. Pero ante tal situación se está haciendo muy poco por cambiar esta posición y mejorar este aspecto, lo cual perjudica en gran manera la actividad turística de la zona.

3.2.5 Agencias de viajes y operadores de turismo

Cajamarca cuenta con 19 agencias de viajes formalmente registradas en la DIRCETUR, de las cuales ocho iniciaron operaciones en el 2004 ó 2005 (el 42% del total de agencias de viajes de Cajamarca); en tanto cinco agencias comenzaron la prestación de servicios turísticos entre el 2001 y el 2003. Con ello,

se tiene que el 68% de las agencias de viajes de Cajamarca cuentan con cinco años o menos de operaciones.

La oferta de servicios de las agencias de viajes locales se basa principalmente en visitas a lugares arqueológicos y city tours en Cajamarca; aunque desde el año 2000- han comenzado a ofrecer actividades especializadas, como trekking (por ejemplo, en una opción de tres días en la ruta Cumbemayo, Chetilla, San Pablo, Kuntur Wasi y Cajamarca); de turismo vivencial en comunidades campesinas (Granja Porcón, laguna Sulluscocha y Namora) y algunas actividades denominadas de «ecoturismo», como visitas a las cuencas de los ríos Chonta, Mashcón y Racra.

Adicionalmente, las agencias de viaje de Cajamarca ofrecen servicios de city tour, que -en un recorrido de alrededor de cuatro horas- permiten la visita de la Plaza de Armas, Catedral, Iglesia San Francisco, Cuarto del Rescate, Conjunto Monumental Belén y Santa Apolonia.

Igualmente, existe una oferta de paquetes que incluyen viajes a las regiones vecinas del CTN otras regiones del norte del país (Piura y Tumbes, por ejemplo) y localidades de la Zona Sur (como Cusco y Arequipa); así como viajes al extranjero orientados al residente local, a ciudades como Miami, Buenos Aires, Río de Janeiro y Cancún.

De acuerdo al trabajo de campo realizado en la ciudad de Cajamarca en el mes de febrero de 2006, se ha podido constatar que la oferta de las agencias de viajes para conocer otras provincias de Cajamarca aún es limitada; que no hay una cultura de excelencia en los servicios y que algunas empresas ofrecen servicios turísticos en locales poco apropiados compartidos con la venta de diversos productos (como artesanía y artículos para fotografía), lo cual podría generar en los turistas cierta percepción de informalidad.

Cuadro 10

Agencias de viajes y turismo por clasificación

NOMBRE COMERCIAL	CLASE
1. Cumbe Mayo Tour	Minorista
2. Vivencial Travel	Minorista
3. Viajes Falabella	Minorista
4. In God We Trust	Operador de Turismo
5. B y M Travel	Operador de Turismo
6. Atahualpa Inca Tours	Operador de Turismo
7. Clarín Tours	Operador de Turismo
8. Taca`s Tpurs	
9. Cajamarca Travel S.R.Ltda.	Operador de Turismo
10. ALCICAFREP	

Fuente: MINCETUR
Elaboración Propia

3.2.6 Servicios de guiado

Actualmente, de acuerdo a la DIRCETUR Cajamarca, 36 guías están registrados para prestar sus servicios a los turistas, de los cuales el 97% reside en el distrito de Cajamarca y más de un tercio tiene cinco años o menos en dicha actividad (39%).

De acuerdo a los agentes de viajes consultados, tanto en el caso de los guías como -en general- del personal de las empresas de servicios turísticos de Cajamarca, se requiere mayor capacitación en diversas áreas; en particular en un mejor manejo del idioma inglés y el aprendizaje de otros idiomas. Al respecto, se están presentando dificultades para que agencias que realizan la operación

directa de grupos de extranjeros durante su visita a Cajamarca puedan contratar guías con dominio del alemán, francés o italiano.

3.2.7 Otras empresas de servicios turísticos

En cuanto a otras empresas de servicios turísticos, como ocurre en el resto del país, la capital de la Región concentra el mayor número, aunque tanto en la ciudad como en las provincias, la gran mayoría de establecimientos no cuenta con una categoría asignada por la autoridad competente.

De acuerdo a la DIRCETUR, el 92% de los restaurantes de la Región Cajamarca no tiene ninguna categoría (alrededor de 350 empresas) y aquellos que sí cuentan con alguna categoría apenas alcanzan un total de 30 empresas. De esta forma, al existir un gran número de establecimientos que no ha recibido supervisión de sus instalaciones y la calidad de su servicio, resulta poco realista garantizar un servicio de estándares internacionales.

Entre el total de restaurantes que sí cuenta con alguna categoría (8%), los establecimientos de un tenedor son la opción mayoritaria (57%), seguidos por los de tres tenedores (33%) y dos tenedores (10%).

En el interior de Cajamarca, la mayor oferta está ligada a platos típicos. En estos establecimientos existen problemas de infraestructura (incluyendo la ausencia de servicios básicos), escasa calidad de servicio y, en algunos casos, problemas de higiene.

Por su parte, la oferta de vida nocturna en Cajamarca se basa en locales como pubs, discotecas y clubes nocturnos, principalmente como opción para los fines de semana, a diferencia de otras ciudades del país, como Cusco, en donde existe vida nocturna durante toda la semana.

Finalmente, existe una variada oferta de tiendas de artesanía y galerías artesanales, en las que se puede adquirir trabajos en madera, piedra, cerámica, pinturas costumbristas, textiles y productos lácteos.

3.3. Demanda turística de Cajamarca

El arribo de turistas a Cajamarca se encuentra en crecimiento. Es de prever que ello continúe en el futuro, aunque la tasa de incremento que se alcance dependerá de diversos factores. Cajamarca tiene todas las condiciones para poder plantearse una ambiciosa -pero posible- meta colectiva; es decir, un escenario de crecimiento deseado que podría situarse en 15% de incremento anual para los arribos de turistas internos y 25% para los internacionales, en el marco de la implementación de una campaña de promoción turística. Sin embargo, conforme se ha indicado, existen diferencias en cuanto a las tasas de incremento que se vienen registrando y Cajamarca aún capta un reducido número de turistas si se compara con los principales destinos turísticos del país.

3.3.1 Arribo de turistas a Cajamarca

La gran mayoría de arribos a establecimientos de hospedaje de Cajamarca corresponden a viajes de turismo interno hacia la provincia de Cajamarca, principalmente originados en la misma Región, en Lima, Lambayeque y La Libertad; siendo los Estados Unidos el principal mercado emisor de turistas internacionales hacia Cajamarca.

Estos desplazamientos ocurren especialmente en Carnavales y Fiestas Patrias, contratando los turistas mayormente alojamiento sin categoría asignada (aunque en los turistas internacionales es elevado el uso de establecimientos de tres y cuatro estrellas), en una planta hotelera que -a pesar del crecimiento en la llegada de turistas- muestra bajos índices de ocupabilidad. Ello se debe a que el incremento de la oferta hotelera ha sido mayor al crecimiento de la demanda

turística y a que Cajamarca capta un menor número de turistas que los principales destinos turísticos del país.

De acuerdo al MINCETUR, en el año 2004 la Región Cajamarca recibió una cifra récord de turistas, al registrar más de 290 mil arribos a establecimientos de hospedaje. Ello constituye la confirmación de una tendencia creciente en los arribos a Cajamarca, que en el período de diez años comprendido entre 1995 y el 2004 se incrementaron a una tasa promedio de 16.5% anual.

En 1995, la Región Cajamarca recibió alrededor de 81 mil arribos a establecimientos de hospedaje, para superar los cien mil visitantes en 1996 (32% de incremento con relación al año anterior) y 1997; y aumentar significativamente en 1998, 1999 y el 2000 (años en que la tasa de crecimiento de los arribos a establecimientos de hospedaje se situó en 25%, 13% y 7%, respectivamente).

En 1999, Cajamarca superó los 150 mil arribos, en el 2000 alcanzó 163 mil y, posteriormente, en el 2001 se produjo una disminución temporal (- 1.5%). Ello se debería a que, a fines del 2000 y durante los primeros meses del 2001, se vivió un clima de inestabilidad política en el país -con manifestaciones de violencia y protesta ciudadana- que desaceleró el crecimiento en la llegada de turistas al Perú y los viajes de turismo interno.

Una vez alcanzado un clima de estabilidad política, en el 2002 se retomó el crecimiento en Cajamarca, captándose alrededor de 170 mil arribos a establecimientos de hospedaje. Por su parte, en el 2003 los arribos aumentaron en 65% (el incremento porcentual más alto de los últimos diez años), al recibirse más de 280 mil turistas; y durante el 2004 Cajamarca recibió más de 290 mil arribos, la mayor cifra registrada.

Cuadro 11: Indicadores del turismo internacional, 2000 - 2013

Año	Número de Turistas		Divisas		Divisas Per Cápita		Balance (Saldo)		
	Entrada	Salida	Ingreso (Mill. US\$)	Egreso (Mill. US\$)	Ingreso (US\$)	Egreso (US\$)	Turistas	Divisas (Mill. US\$)	Per Cápita (US\$)
2000	852 745	764 602	837	423	981	553	88 143	414	428
2001	939 947	956 322	733	545	780	570	- 16 375	188	210
2002	1 113 800	1 239 660	787	606	707	489	- 125 860	181	218
2003	1 301 868	1 495 972	963	641	740	429	- 194 104	322	311
2004	1 781 537	1 786 555	1 142	643	641	360	-5 018	499	281
2005	1 872 055	2 194 957	1 308	752	699	342	-322 902	557	356
2006	2 110 611	2 235 720	1 570	798	744	357	-125 109	772	387
2007	2 329 524	2 270 584	1 723	968	739	426	58 940	755	313
2008	2 518 711	2 311 007	1 991	1 121	790	485	207 704	870	305
2009	2 547 487	2 363 189	2 014	1 088	791	460	184 298	926	330
2010	2 481 497	2 293 954	2 008	1 268	809	553	187 543	740	256
2011	3 230 740	2 684 697	2 360	1 352	730	503	546 043	1 008	227
2012	3 504 477	2 816 519	2 657	1 490	758	529	687 958	1 168	229
2013	1 844 631	1 458 615	759	383	411	263	386 016	376	149

Fuente: Ministerio del Interior (MININTER) – Superintendencia Nacional de Migraciones.

Banco Central de Reserva del Perú.

Elaboración: Instituto CUÁNTO

Según datos del Anuario Estadístico: Perú en Números 2013, Elaborado por el Instituto Cuánto; se describe los indicadores del turismo internacional durante el periodo en estudio. El número de entrada de los turistas internacionales, el año 2000 fue tan solo de 852 745 entradas y el año 2012 llegó a su record, sumando 3 504 477. En tanto que, el año 2000 se registra el menor número de salidas (emigraciones) de turistas, fue de 764 602; el año 2012 se observa en el cuadro 11 se dio el mayor número de salidas siendo de 2 816 519.

La actividad turística, respecto a las divisas, durante el periodo en estudio generó un promedio de 815,8 millones de dólares americanos de ingreso y 639,89

millones de dólares americanos de egreso. Referente a las divisas per cápita, generó un promedio de US\$ 737,14 de ingreso y US\$ 451,35 de egreso.

En síntesis, el balance de saldo de turistas internacionales, 2012 fue el año concentró a 687 958 turistas; US\$ 1 168 de divisas; US\$ 229 de divisas Per Cápita.

Cuadro 12:

Indicadores básicos del servicio turístico nacional, según departamento, 2012

Depart.	Población 2012	PBI real 2012	Aeropuertos 1/	Puertos 2/	Establecimientos hospedaje	Habitaciones	Agencias de viajes	Restaurantes clasificados	Pasajeros transportados
TOTAL	30 135 875	238 835	30	30	14 800	213 211	1 115	860	21 142 056
Amazonas	417 508	2 345	3	-	185	2 571	2	11	145
Ancash	1 129 391	6 828	1	2	654	9 052	14	13	14 223
Apurímac	451 881	1 167	1	-	150	2 218	-	0	35 088
Arequipa	1 245 251	18 778	-	1	1 058	14 197	98	124	1 148 438
Ayacucho	666 029	2 729	1	-	215	3 023	1	29	70 185
Cajamarca	1 513 892	5 832	1	-	510	7 176	7	16	222 262
Cusco	1 292 175	7 704	2	-	1 274	17 583	145	80	1 925 472
Huancavelica	483 580	1 643	-	-	67	1 104	-	14	-
Huánuco	840 984	3 869	2	-	313	5 086	-	-	50 257
Ica	763 558	9 114	1	4	567	9 069	7	24	175 156
Junín	1 321 407	8 507	2	-	790	10 457	3	71	23 548
La Libertad	1 791 659	14 246	-	2	787	10 284	90	59	402 491
Lambayeque	1 229 260	8 209	-	-	433	7 086	12	25	364 113
Lima y Callao	10 364 319	112 110	-	6	4 618	68 882	644	71	13 581 314
Loreto	1 006 953	6 740	6	4	433	6 173	2	27	744 847
Madre de Dios	127 639	806	1	1	163	2 609	13	2	246 079

Moquegua	174 859	3 185	1	4	151	2 045	5	35	566
Pasco	297 591	2 308	-	-	195	2 587	1	52	-
Piura	1 799 607	7 999	-	5	602	7 814	1	21	639 624
Puno	1 377 122	4 283	-	-	496	6 563	12	27	330 891
San Martín	806 452	3 557	5	-	464	6 996	33	37	435 493
Tacna	328 915	3 190	-	-	292	4 335	5	98	280 215
Tumbes	228 227	1 163	-	-	118	1 941	4	18	111 182
Ucayali	477 616	2 524	3	1	625	4 360	16	6	340 467

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) – Boletín "Perú: Estimaciones y proyecciones de población, 2000 - 2015".

Corporación Peruana de Aeropuertos y Aviación Comercial – Oficina de Desarrollo Corporativo.

Autoridad Portuaria Nacional (APN).

1/ Corresponde a aeropuertos y aeródromos administrados por CORPAC S.A. y en concesión. El Aeropuerto Internacional "Jorge Chávez" en concesión desde el 14/02/2001.

2/ Corresponde a terminales portuarios marítimos y fluviales del Sistema Nacional Portuario.

Elaboración: Instituto CUÁNTO.

Réspecto al servicio turístico nacional, dados por departamento al año 2012, según el Instituto Cuánto, Cajamarca se ubica en cuarto lugar con 1 513 892 de población, después de Lima y Callao, Piura y, La Libertad; con un PBI Real de 5 832, superado por los departamentos de Lima y Callao, Lambayeque, La Libertad, Junín, Ica, Cusco, Arequipa y Ancash.

El departamento de Cajamarca cuenta con un aeropuerto; con cifras deficitarias en comparación a otros departamentos, referente a: habitaciones (510), establecimientos de hospedaje (7 176), agencias de viaje (07), restaurantes clasificados (16) y pasajeros transportados (222 262).

El turismo interno (es decir, los viajes de los residentes en el territorio peruano) genera la gran mayoría de arribos a Cajamarca. En el 2004, los turistas internos representaron el 95% de arribos a la Región (esta situación prácticamente no ha variado en diez años, si tenemos en cuenta que el 96.5% de los turistas que arribaron a establecimientos de hospedaje de Cajamarca en 1994 fueron turistas internos).

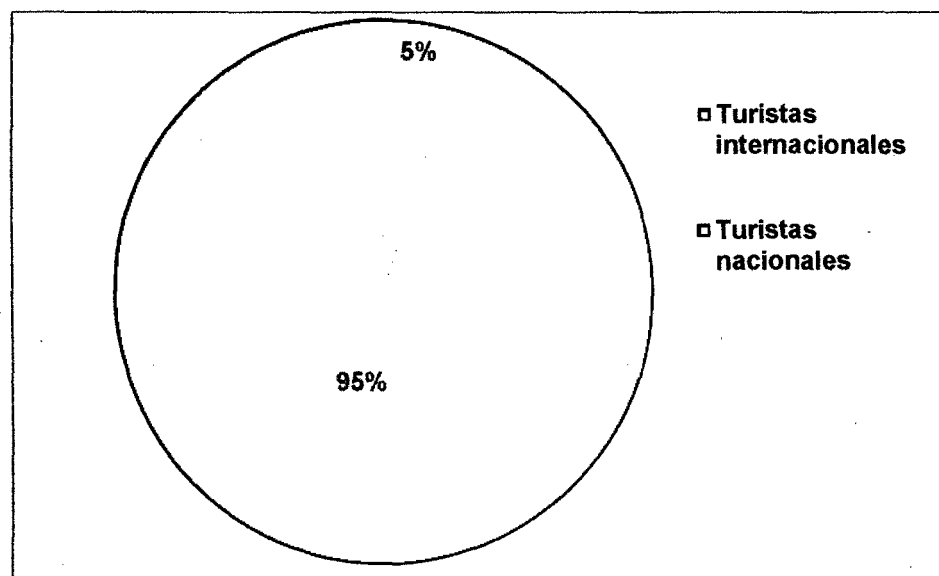
En el caso de los arribos de turistas internacionales a establecimientos de hospedaje de Cajamarca, éstos representan un mínimo porcentaje del total de arribos a la Región (5% en el 2004), aunque vienen mostrando una tendencia creciente. Entre 1995 y el 2004, la tasa promedio de crecimiento en el arribo de extranjeros fue de 20.9% (superior a la tasa promedio de crecimiento de los arribos de turistas internos a Cajamarca, que se situó en 16.4% en dicho periodo).

De 2,463 arribos de turistas internacionales a establecimientos de hospedaje de Cajamarca registrados en 1994, se pasó a 4,821 en 1998. Por su parte, luego de cuatro años en que los arribos de extranjeros (entre 1999 y el 2002) se situaban entre los 6,400 y 6,800 turistas, a partir del 2003 se alcanzó cerca de diez mil arribos internacionales, cifra que aumentó a 14,402 en el 2004 (un crecimiento de 45% en el 2003 y 46% en el 2004). De esta forma, de acuerdo a las estadísticas del MINCETUR, en apenas dos años (entre fines del 2002 y el 2004) se duplicó la llegada de extranjeros a Cajamarca.

Gráfico 01:

Distribución porcentual del arribo de turistas a la Región Cajamarca

Año 2004



Fuente: MINCETUR.
Elaboración propia.

Actualmente, la información estadística disponible en el MINCETUR y la DIRCETUR no permite distinguir las motivaciones de viaje de los turistas que visitan Cajamarca. No obstante, es de prever que un porcentaje significativo sean turistas que viajan para visitar amigos y familiares, así como viajeros de negocios, vinculados a las actividades extractivas de la zona y, en particular, a la actividad minera. Para tener certeza se requiere llevar a cabo inteligencia turística.

Cuadro 13:

Cajamarca: Número de pernoctaciones según nacionalidad y escenario (2000 - 2013)

Año	Escenario realista					Escenario pesimista					Escenario optimista				
	Totales arribos	Nacionales		Extranjeros		Totales arribos	Nacionales		Extranjeros		Totales arribos	Nacionales		Extranjeros	
		Turist	%	Turist	%		Turist	%	Turist	%		Turist	%	Turist	%
2000	240 021	220 338	91,8%	19 683	8,2%	240 021	220 338	91,8%	19 683	8,2%	240 021	220 338	91,8%	19 683	8,2%
2001	207 281	190 811	92,1%	16 470	7,9%	207 281	190 811	92,1%	16 470	7,9%	207 281	190 811	92,1%	16 470	7,9%
2002	216 981	200 266	92,3%	16 715	7,7%	216 981	200 266	92,3%	16 715	7,7%	216 981	200 266	92,3%	16 715	7,7%
2003	225 629	210 005	93,1%	15 624	6,9%	225 629	210 005	93,1%	15 624	6,9%	225 629	210 005	93,1%	15 624	6,9%
2004	237 645	220 629	92,8%	17 016	7,2%	237 645	220 629	92,8%	17 016	7,2%	237 645	220 629	92,8%	17 016	7,2%
2005	254 078	233 790	92,0%	20 287	8,0%	251 420	231 473	92,1%	19 947	7,9%	260 925	240 298	92,1%	20 628	7,9%
2006	263 333	241 721	91,8%	21 611	8,2%	256 124	235 275	91,9%	20 850	8,1%	276 243	253 857	91,9%	22 386	8,1%
2007	272 588	249 652	91,6%	22 935	8,4%	260 548	238 838	91,7%	21 710	8,3%	292 061	267 856	91,7%	24 205	8,3%
2008	281 842	257 584	91,4%	24 259	8,6%	264 699	242 170	91,5%	22 529	8,5%	308 393	282 307	91,5%	26 087	8,5%
2009	291 097	265 515	91,2%	25 583	8,8%	268 587	245 279	91,3%	23 308	8,7%	325 255	297 223	91,4%	28 032	8,6%
2010	300 352	273 446	91,0%	26 906	9,0%	272 219	248 171	91,2%	24 048	8,8%	342 660	312 617	91,2%	30 043	8,8%
2011	309 607	281 377	90,9%	28 230	9,1%	275 605	250 855	91,0%	24 750	9,0%	360 624	328 502	91,1%	32 122	8,9%
2012	318 862	289 308	90,7%	29 554	9,3%	278 752	253 337	90,9%	25 415	9,1%	379 163	344 892	91,0%	34 271	9,0%
2013	328 117	297 239	90,6%	30 878	9,4%	281 668	255 623	90,8%	26 045	9,2%	398 292	361 800	90,8%	36 491	9,2%

Fuente: Dirección de Comercio Exterior y Turismo Cajamarca – Oficina de Estadística

Elaboración: Propia.

En el año 2003 se alcanzó al 93,1% - máximo número de pernoctaciones de turistas nacionales y el año 2013 se concentró el 90,6% - mínimo número de pernoctaciones. El año 2013 pernoctaron a un máximo de 30 878 (9,4%) de turistas extranjeros y - el año 2003 pernoctaron a un mínimo de 15 624 (6,9%) de turistas extranjeros en Cajamarca.

Cuadro 14:

Cajamarca: Número de arribos según nacionalidad y escenario (2000 - 2013)

Año	Escenario realista					Escenario pesimista					Escenario optimista				
	Totales arribos	Nacionales		Extranjeros		Totales arribos	Nacionales		Extranjeros		Totales arribos	Nacionales		Extranjeros	
		Turist.	%	Turist.	%		Turist.	%	Turist.	%		Turist.	%	Turist.	%
2000	163 429	156 681	95,9%	6 748	4,1%	163 429	156 681	95,9%	6 748	4,1%	163 429	156 681	95,9%	6 748	4,1%
2001	144 849	138 567	93,2%	32 955	4,3%	144 849	138 567	95,7%	6 282	4,3%	144 849	138 567	95,7%	6 282	4,3%
2002	166 229	159 525	96,0%	6 704	4,0%	166 229	159 525	96,0%	6 704	4,0%	166 229	159 525	96,0%	6 704	4,0%
2003	164 311	157 561	95,9%	6 750	4,1%	164 311	157 561	95,9%	6 750	4,1%	164 311	157 561	95,9%	6 750	4,1%
2004	170 246	162 982	95,7%	7 264	4,3%	170 246	162 982	95,7%	7 264	4,3%	170 246	162 982	95,7%	7 264	4,3%
2005	185 830	177 816	95,7%	8 014	4,3%	182 510	174 641	95,7%	7 869	4,3%	189 320	181 160	95,7%	8 159	4,3%
2006	193 820	185 353	95,6%	8 467	4,4%	186 814	178 658	95,6%	8 156	4,4%	201 357	192 573	95,6%	8 784	4,4%
2007	201 810	192 890	95,6%	8 920	4,4%	190 879	182 449	95,6%	8 430	4,4%	213 793	204 363	95,6%	9 430	4,4%
2008	209 800	200 427	95,5%	9 373	4,5%	194 713	186 024	95,5%	8 689	4,5%	226 639	216 542	95,5%	10 097	4,5%
2009	217 791	207 964	95,5%	9 827	4,5%	198 324	189 388	95,5%	8 936	4,5%	239 907	229 120	95,5%	10 787	4,5%
2010	225 781	215 501	95,4%	10 280	4,6%	201 718	192 549	95,5%	9 169	4,5%	253 609	242 108	95,5%	11 501	4,5%
2011	233 771	223 038	95,4%	10 733	4,6%	204 902	195 512	95,5%	9 390	4,6%	267 756	255 518	95,4%	12 238	4,6%
2012	241 761	230 575	95,4%	11 186	4,6%	207 883	198 284	95,5%	9 598	4,6%	282 361	269 362	95,4%	12 999	4,6%
2013	249 751	238 112	95,3%	11 639	4,7%	210 667	200 872	95,5%	9 795	4,6%	297 437	283 652	95,4%	13 786	4,6%

Fuente: Dirección de Comercio Exterior y Turismo Cajamarca – Oficina de Estadística

Elaboración: Propia.

El año 2002 arribaron 159 525 (96,0%) de turistas nacionales (mayor número) y el año 2001 arribaron 138 567 93,2% - menor número. El año 2013 arribaron a un máximo de 11 639 (4,7%) de turistas extranjeros y - el año 2002 arribaron a un mínimo de 6 704 (4,0%) de turistas extranjeros a la región Cajamarca

3.3.2 Análisis comparativo de los arribos de turistas a Cajamarca

La participación de mercado de Cajamarca en la captación de turistas internos con relación al arribo total al resto de regiones del país es mayor que su captación de turistas internacionales. A continuación, se presenta información referida al arribo de turistas a Cajamarca en comparación con otras regiones del país.

a) Arribos de turistas internos

La mayoría de arribos de turistas internos a establecimientos de hospedaje se registra en Lima (más del 50% del total de arribos producidos en el país); así como en La Libertad, Arequipa, Junín, Ica y Piura, que -en conjunto- captan el 19% del total de arribos de turistas internos. Cajamarca ocupa el undécimo lugar en la captación de turistas internos (apenas 2.3% del total) y, entre las regiones de la zona norte del país, es superada por La Libertad (segundo puesto a nivel nacional), Piura (sexto puesto), Lambayeque (séptima ubicación) y San Martín (noveno lugar).

No obstante, la ubicación y participación de mercado que registra Cajamarca en la captación de turistas internos es mejor que su participación en el arribo de turistas internacionales (0.62% con relación al total de arribos a establecimientos de hospedaje del país, ubicándose en el décimo primer lugar).

b) Arribo de turistas internacionales

Actualmente, Cajamarca capta un menor número de turistas internacionales que La Libertad y Lambayeque, con quienes integra el Circuito Turístico Nororiental (CTN), junto con Amazonas (única Región del CTN a la que supera en arribos de extranjeros). Por su parte, los arribos de turistas internacionales a Cajamarca -a

pesar de que vienen incrementándose- son bastante menores que los que se registran en el Circuito Sur (Cusco, Arequipa y Puno).

(i) Cajamarca y las otras regiones del Circuito Turístico Nororiental (CTN)

En comparación con las otras regiones con las que integra el Circuito Turístico Nororiental (CTN), Cajamarca tiene una menor captación de turistas internacionales que La Libertad (37,779 arribos) y Lambayeque (18,597 arribos) y sólo supera los que se registran en Amazonas (poco más de dos mil).

No obstante, en el 2004 la tasa de crecimiento en el arribo de turistas internacionales a Cajamarca (46%) fue ampliamente mayor a la registrada en las otras regiones del CTN. Mientras Lambayeque creció en 39.6% en el 2004 con relación al año anterior, en La Libertad disminuyó el arribo de turistas internacionales en 5.3% y en Amazonas se produjo una disminución de 13.6%.

Con el crecimiento en el arribo de turistas internacionales a Cajamarca, su participación de mercado con relación a la captación total del CTN ha alcanzado su mayor nivel histórico (de 7.5% en 1994 a 19.8% en el 2004), aunque aún no logra superar la participación de los líderes regionales: La Libertad y Lambayeque, que reciben al 51.8% y 25.5% -respectivamente- de los turistas internacionales que visitan el CTN.

(ii) Cajamarca y el Circuito Sur: A pesar del crecimiento en la llegada de turistas internacionales a Cajamarca, todavía muestra cifras menores que otras regiones del Perú. Mientras Cajamarca recibió 14,402 turistas internacionales en el 2004, los hospedajes de Lima captaron cerca de un millón de turistas internacionales, en tanto Cusco registró más de 600 mil, Arequipa alrededor de 190 mil y Puno 132 mil turistas internacionales.

Claramente, Lima y los destinos turísticos del Circuito Sur son los que reciben la mayoría de turistas internacionales que arriban al país, junto con otras regiones cercanas a la capital, como Ica (más de cien mil turistas internacionales).

3.3.3 Perfil del turista interno que visita Cajamarca

Si bien actualmente sólo se cuenta con información sobre el segmento de los vacacionistas residentes en el Perú que visitan Cajamarca, es posible plantear algunas hipótesis sobre el perfil del turista interno que arriba a esta Región para visitar a sus familiares y amigos, o por motivos de negocios.

Los vacacionistas internos y los turistas internos que visitan a familiares y amigos se asemejarían en su mínimo uso de agencias de viajes, búsqueda de información a través de amigos y familiares, la frecuencia de visitas a Cajamarca y su alojamiento en la vivienda de amigos o familiares. Por su parte, se diferenciarían en la edad, promedio de permanencia y tiempo de planificación del viaje. En el caso del viajero de negocios residente en el Perú que visita Cajamarca se distinguiría de los anteriores por su desplazamiento por vía aérea, por el uso de servicios de alojamiento y restauración de mayor calidad, y su mayor nivel de gasto en el propio Cajamarca. Se presenta el perfil del turista nacional o interno que visita Cajamarca en función de su motivación de viaje: (a) vacacionista, (b) turista que visita a familiares y amigos, y (c) viajero de negocios.

3.3.4 Perfil del turista internacional que visita Cajamarca

Existe déficit de estudios que reflejen el perfil del turista internacional que visita Cajamarca, su nivel de satisfacción y características de viaje. Las únicas investigaciones que presentan cierta data fueron una realizada por PromPerú en 1999 durante los Carnavales, titulada Nivel de Satisfacción de los Turistas que Visitan Cajamarca; y el estudio Perfil del Turista Extranjero y Nacional en el Circuito Turístico Nororiental - Cajamarca, realizado en el marco del Proyecto CTN en el 2002.

No obstante, debido a que el estudio de PromPerú buscaba presentar información general –válida tanto para el turista residente en el Perú como en el extranjero- la mayor parte de sus resultados no diferencian las características de los turistas internos de los que residen en el extranjero. Los únicos datos del turista internacional que se diferencian de los turistas internos se presenta a continuación, complementándose con la información que presento el estudio del Proyecto CTN, realizado en el 2002:

a) Nacionalidad: La mayoría de los turistas residentes en el extranjero que visitaron Cajamarca durante los Carnavales de 1999 residían en Alemania (20%), España (15%), Chile (15%) y Argentina (10%). Por su parte en el 2002, éstos procedieron mayormente de Estados Unidos (20%), España (11%), Holanda (10%), Japón (8%) y Chile (7%).

b) Motivaciones de viaje: Las vacaciones o recreación representaron el principal motivo de viaje de los turistas internacionales que visitaron Cajamarca en Carnavales de 1999 y en el 2002 (80% y 77% respectivamente) seguido por la visita a familiares y amigos (20% y 11% en cada estudio). Por la fecha en que se realizó la primera muestra (durante Carnavales), es comprensible que no se haya registrado desplazamientos por negocios entre las motivaciones de viaje, mientras que en el caso del estudio realizado en el 2002, los viajeros de negocios representaron el 11% de los viajes de turistas extranjeros a Cajamarca.

Entre los turistas internacionales que visitan el CTN, las vacaciones también son la principal motivación de viaje (86%), aunque en mayor porcentaje que los turistas internacionales que visitan el Perú (61%). La segunda motivación de los turistas internacionales que viajan al CTN son las visitas a familiares y amigos (10%), mientras el turista internacional que visita el Perú tiene como segunda motivación los negocios (19%).

c) Fuentes de información: Más de la mitad de turistas internacionales que visitó Cajamarca en los Carnavales de 1999 utilizó las referencias de amigos y familiares como principal fuente de información previa a su viaje (55%), ocupando el segundo lugar las guías turísticas (30%) y el tercero la publicidad o documentales de televisión (20%). Similar situación ocurrió con los turistas extranjeros que visitaron Cajamarca en el 2002, que tuvieron como principal fuente de información previa a su viaje a sus amigos o familiares (41%), aunque en segundo lugar consultaron agencias de viaje (28%) y luego a documentales de televisión e Internet (con 26% y 25% respectivamente).

Por su parte, las principales fuentes de información de los turistas internacionales que visitan el Perú son el Internet (43%), las guías turísticas (40%), los familiares y amigos (37%) y, en menor medida, las agencias de viaje (19%), libros especializados (12%), televisión (10%), revistas y folletería (10%).

Existe una diferencia con los turistas internacionales que visitan el CTN, dado que la mitad de éstos utilizó como principal fuente de información a familiares o amigos (tal como ocurre en Cajamarca), seguida por las agencias de viajes (28%), Internet (22%), guías turísticas (21%) y documentales de televisión (16%).

d) Uso de los servicios de agencias de viaje: El 30% de los turistas internacionales contrató los servicios de una agencia de viajes para su visita a Cajamarca durante los Carnavales de 1999, mientras que 47% utilizó estos servicios en el 2002.

e) Principales atractivos históricos y culturales visitados en Cajamarca: Los principales sitios arqueológicos visitados en Cajamarca por los turistas internacionales son el Cuarto del Rescate (76%), Baños del Inca (76%), Cerro Santa Apolonia (74%), Cumbemayo (46%) y las Ventanillas de Otuzco (42%).

Los templos más visitados son San Francisco (77%), la Catedral (75%) y La Recoleta (48%); el museo con mayor afluencia de extranjeros es el de San Francisco (77%) y el inmueble histórico con mayores visitas de turistas internacionales es el Complejo de Belén (95%).

Asimismo, destacan las visitas que realizan los turistas internacionales a la Hacienda Collpa (79%) y aguas termales como Corontachaca (47%), siendo el segmento que visita estas últimas los turistas internacionales mayores de 45 años de edad, mientras que Baños del Inca es visitado predominante por un segmento joven (entre 18 y 24 años de edad).

3.3.5 Proyección de crecimiento de la demanda turística en Cajamarca

Una labor de prospectiva que permita pronosticar el comportamiento de la demanda turística de Cajamarca en los próximos años requiere tomar como punto de partida diversos escenarios, en base a las tasas de crecimiento registradas en el pasado⁶⁸. Dada la divergencia entre las distintas fuentes estadísticas de Cajamarca, no es posible contar con un registro firme y resulta necesario presentar hasta cinco escenarios futuros, que llevarían a Cajamarca a captar entre un mínimo de 366 mil y un máximo 731 mil turistas en el 2010, tomando como referencia las estadísticas de arribos del MINCETUR; o entre 198 mil y 273 mil turistas en base a las estadísticas de la DIRCETUR Cajamarca.

a) Escenarios de crecimiento de la demanda turística según las tendencias actuales de arribos

Se presenta cinco escenarios posibles para pronosticar el comportamiento de la demanda turística de Cajamarca al 2010. En dichos escenarios, la tasa promedio anual del crecimiento en la llegada de turistas internacionales varía desde proyectar un incremento promedio anual de 20.9% (en base al promedio de crecimiento de la Región en el período de diez años comprendido entre 1995 y el

2004 de acuerdo al MINCETUR, hasta apenas un 0.3% (tomando como base el promedio de crecimiento de Cajamarca en los últimos diez años de acuerdo a la DIRCETUR).

Por su parte, en el caso de los turistas internos, las tasas de crecimiento promedio que pueden establecerse se sitúan entre un máximo de 16.4% y un mínimo de 2.2%, en escenarios con supuestos similares al del turista internacional.

a. Escenario Bajo (Tasa DIRCETUR): Se puede plantear un primer escenario considerando que se mantenga constante el promedio anual de variación en el arribo de turistas internos (2.2%) e internacionales (0.3%) en la Región Cajamarca de los últimos cinco años (2001-2005), en función de las estadísticas de arribos a establecimientos de hospedaje de la DIRCETUR. Con estas tasas Cajamarca recibiría apenas 190,872 arribos de turismo interno y 6,892 turistas internacionales en el año 2010.

Al tomar en cuenta el promedio de crecimiento de los arribos a Cajamarca en los últimos cinco años (entre el 2001 y el 2005), se obtiene tasas bastante menores que en los otros escenarios, en la medida que -tanto para el caso de los arribos de turistas internos como de internacionales se tuvo dos años de disminución en el total de arribos.

Igualmente, en este período resulta evidente la desaceleración de las tasas de crecimiento que se registraban entre 1995 y el 2000. Se trata de un escenario alarmante, que difiere de los porcentajes de crecimiento que registra el MINCETUR y que confirma la necesidad de establecer estrategias de promoción turística para propiciar mayor llegada de turistas a Cajamarca.

b. Escenario conservador (Tasa CTN): El 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 Circuito Turístico Nororiental (CTN) durante los últimos diez años. Con estas tasas de crecimiento estables, Cajamarca recibiría en el 2010 un total de 337,501 turistas internos y 28,687 internacionales.

Este escenario resulta conservador, tomando en cuenta que en siete años del período 1995-2004 la Región Cajamarca captó turistas internos a una tasa de crecimiento superior al 3.4% (siendo éste el grupo mayoritario de turistas que arriba a Cajamarca). Igualmente, en seis de los diez años materia de análisis, Cajamarca registró un crecimiento en los arribos de internacionales muy superior al 12.17% anual.

Por otro lado, es de prever que el actual impulso que se está dando al desarrollo del producto y promoción turística del CTN se refleje en mejores tasas de crecimiento que aquellas obtenidas en el pasado.

c. Escenario Moderado (Tasa DIRCETUR): El tercer escenario puede plantearse en base a que se mantenga constante el promedio anual de incremento en el arribo de turistas internos (8.9%) e internacionales (11.5%) en Cajamarca, de acuerdo a las estadísticas de la DIRCETUR de los últimos diez años (1996- 2005). Con este crecimiento anual, Cajamarca recibiría 261,680 turistas internos y 11,717 internacionales en el 2010 (partiendo de 171,194 arribos de internos y 6,790 internacionales en el 2005).

Las tasas de crecimiento en el arribo de turistas a Cajamarca para el período de diez años comprendido entre 1996 y el 2005, de acuerdo a las estadísticas de la DIRCETUR (es decir, sin las proyecciones que luego realiza el MINCETUR), resultan prácticamente la mitad que las registradas por el MINCETUR para los últimos diez años de información disponible (período 1995-2004).

Mientras el MINCETUR plantea que el crecimiento en los arribos de turistas internos a establecimientos de hospedaje de Cajamarca entre 1995 y el 2004 alcanzó 16.4% y 20.9% para los internacionales, las estadísticas de la DIRCETUR sitúan el crecimiento de arribos internos en 8.9% y de internacionales en 11.5%.

Principalmente, ello se debe a la gran diferencia en las tasas de crecimiento que ambas instituciones registran para los años 2003 y 2004: mientras MINCETUR registra un crecimiento de 66.1% en el arribo de turistas internos en el 2003, la DIRCETUR señala que hubo una disminución de 1.2%; en tanto el MINCETUR plantea un incremento de 45.3% en la llegada de turistas internacionales en el 2003 y de 46.3% en el 2004, la DIRCETUR registra un crecimiento de apenas 0.7% en el 2003 y de 7.6% en el 2004.

d. Escenario Perú: Un cuarto escenario podría tomar como base el promedio anual de incremento en el arribo de turistas internos (5.72%) y internacionales (13.42%) en todas las regiones del país durante los últimos diez años. Con este crecimiento anual, Cajamarca recibiría 385,562 mil turistas internos y 30,659 turistas internacionales en el 2010.

Este escenario de crecimiento resulta algo moderado (especialmente para el arribo de los turistas internos), 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 (el crecimiento en los arribos de turistas internos fue superior al 5.72% en siete años de los diez materia de análisis y el incremento en el arribo de internacionales fue mayor a 13.42% en seis años).

e. Escenario Optimista (Tasa MINCETUR): Un quinto escenario de proyección de la demanda turística para la Región Cajamarca puede tomar como hipótesis que se mantenga constante el promedio anual de crecimiento en el arribo de

turistas internos (16.4%) e internacionales (20.9%) a Cajamarca registrado por MINCETUR en los últimos diez años.

De cumplirse este escenario, Cajamarca recibiría en el año 2010 alrededor de 700 mil turistas internos y poco menos de 45 mil internacionales. No obstante, es difícil aguardar que el crecimiento alcance estos porcentajes durante seis años consecutivos; especialmente si se toma en cuenta que – en los diez años transcurridos entre 1995 y el 2004 – Cajamarca sólo en tres años superó el 16.4% de incremento en la captación de turistas internos y apenas en cuatro años alcanzó cifras mayores a 20.9% de incremento en los arribos de extranjeros.

Igualmente optimista resulta prever que entre 1995 y el 2010 se mantenga constante la cifra de crecimiento promedio anual registrada por el MINCETUR para Cajamarca durante el período de cinco años comprendido entre el 2000 y el 2004 (16.6% para internos y 18.7% para internacionales), que está fuertemente influenciada por el crecimiento de 66.1% registrado para los turistas internos en el 2003 y por las dos tasas de crecimiento superiores a 45% para los turistas internacionales del 2003 y 2004.

CAPÍTULO IV

ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE CAJAMARCA

4.1 Plan estratégico de desarrollo turístico

4.1.1 Visión

- El turismo constituye una de las principales actividades económicas de la provincia, involucrando y comprometiendo a la mayor cantidad de la población para la generación de empleo e ingresos.
- Cajamarca se ha convertido en el centro turístico andino de articulación para el circuito turístico nororiental.
- El acceso y la conectividad aérea y terrestre se encuentra en óptimas condiciones, facilitando el desplazamiento de los visitantes.
- Los atractivos turísticos han sido mejorados, restaurados y puestos en valor, así como su accesibilidad, realizándose el mantenimiento permanente, habiéndose puesto en valor nuevos recursos.
- La población está debidamente capacitada e identificada con la actividad y gestión turística, ofreciéndose servicios turísticos con estándares de calidad internacional.
- Se ha logrado concertar y poner en práctica políticas de conservación y protección del medio ambiente y de los recursos naturales entre el Estado, el sector privado y la sociedad debidamente organizada.
- Se ha logrado implementar las instalaciones y equipamiento de Los Baños del Inca, al nivel de una villa de recuperación de la salud física y espiritual de

importancia internacional, complementado con instalaciones en otras fuentes termales.

- Se ha logrado desarrollar y posicionar productos turísticos diferenciados en base a los atractivos culturales y naturales, productos dirigidos a segmentos específicos del mercado en las modalidades del turismo convencional y especializado.

4.1.2 Misión

Trabajar intensamente para lograr el financiamiento y la implementación del Plan de Desarrollo Turístico de la Provincia de Cajamarca en las mejores condiciones posibles, en los plazos previstos y en armonía con los planes regionales y el plan nacional de turismo; promoviendo la activa participación de todos los actores, especialmente los directamente vinculados al turismo, teniendo como meta permanente, el desarrollo sostenible del turismo, así como el beneficio de la población, la conservación de los atractivos turísticos y el éxito de los negocios.

4.2 F O D A

A) Fortalezas

- Presencia de recursos turísticos naturales y arqueológicos.
- Recurso humano con identidad cultural milenaria.
- Planta turística en regular número.
- Existencia de infraestructura de servicios básicos.
- Accesibilidad a sus caseríos.
- Calidad del agua (termalismo).

B) Oportunidades

a) Aspectos institucionales y normativos

- Voluntad política para el desarrollo turístico.
- Instituciones que brindan capacitación turística (DIRCETUR).
- El Circuito Turístico Norte.
- Convenios internacionales para capacitación.
- Comité de gestión para el desarrollo.
- Existencia de instituciones, fuentes financieras, organizaciones públicas y privadas dispuestas a apoyar el desarrollo de los distritos.
- Política nacional favorable para el desarrollo turístico.
- Programa de Defensa Civil en la provincia de Cajamarca.
- Proceso de regionalización y descentralización.

b) Aspectos sociales

- Presencia de organizaciones base, sociales, deportivas y religiosas, instituciones de salud y proyección social.
- Presencia de técnicos y profesionales.
- Apoyo con programas de capacitación a la población, docentes y trabajadores de la Municipalidad por parte de MINCETUR, AECI y el Municipio.

c) Aspectos financieros

- Inversión privada nacionales e internacionales.
- Recursos provenientes del Estado (FONCOMUN) y canon minero.

d) Infraestructura y accesibilidad

- Ubicación geográfica estratégica del Centro Turístico Cajamarca, por la cercanía de los principales recursos y atractivos.
- Existencia de vías de comunicación interna y regional.
- Acceso a la tecnología.
- Electrificación en el sector rural.

C) Debilidades

- Deficiente orden urbanístico del Centro Turístico en Cajamarca
- Escasos servicios de calidad en el alojamiento y la alimentación.
- Falta de señalización en algunos atractivos turísticos.
- Falta de difusión regional y nacional de los diferentes atractivos turísticos.
- Accesos dificultosos en las vías de comunicación.

D) Amenazas

a) Aspectos institucionales y normativos

- Falta de espacios de concertación entre autoridades distritales, instituciones y empresarios.
- Falta de personal idóneo para evaluación ambiental y turística.
- Falta de interés para la conservación de los atractivos arqueológicos por parte del INC de Cajamarca.
- Desconocimiento de existencia de recursos turísticos.
- Falta de identidad cultural, trabajo en equipo, programas de capacitación integral.

- Escasez de centros de educación superior con programas sobre turismo.
- Desconocimiento y mal manejo de los mecanismos de comercialización y de los medios técnicos de producción.
- Limitado e inoportuno apoyo social de instituciones del Estado.
- Burocracia y favoritismo de los gobiernos locales.
- Prácticas asistencialistas y paternalistas de los gobiernos.

b) Aspectos sociales

- Escasez de oportunidades laborales.
- Emigración juvenil.
- Huaqueo y saqueo de los restos arqueológicos.
- Mala demarcación política y geográfica que amenaza desintegrar algunos caseríos.
- Alienación cultural creciente.
- Inestabilidad política, social y económica del país.

c) Aspectos financieros y económicos:

- Desconocimiento de la rentabilidad económica de la actividad turística.
- Existencia de la actividad minera que conduce a la contaminación.
- Intenciones de explotación minera en algunos lugares turísticos.
- Competidores regionales con mejor planta turística y mejores servicios.

d. Infraestructura y accesibilidad

- Falta de proyectos de infraestructura, de catastro urbano, de servicios sanitarios públicos.

e. Contaminación o clima

- Presencia de fenómenos climáticos adversos.

4.3 Objetivos

- Desarrollar las capacidades de la población para lograr una cultura turística proactiva.
- Construir, mejorar, mantener y señalizar las vías de acceso a los centros turísticos.
- Acondicionar e incrementar la infraestructura de servicios básicos en los atractivos turísticos.
- Posicionar estratégicamente a Cajamarca como destino turístico configurando productos turísticos definidos.
- Fortalecer la identidad y la organización institucional provincial, promoviendo alianzas estratégicas para el desarrollo del turismo.
- Fomentar la presencia de un corredor turístico en la conexión vial con Amazonas y sierra de La Libertad.
- Rescatar y mantener vigente las manifestaciones artísticas-culturales propias de la provincia.
- Incrementar el flujo turístico.
- Minimizar los impactos negativos que genera la actividad turística sobre el medio ambiente y recursos naturales.

- Propiciar la autogestión de los recursos económicos para la sostenibilidad del atractivo y de la población aledaña.
- Identificar y sensibilizar a la población sobre el riesgo de contaminación por la actividad minera.
- Sensibilización de la población sobre la importancia de fomentar el turismo para la economía local.

4.4 Estrategias de desarrollo del turismo sostenible desde la perspectiva nacional

4.4.1 Regulaciones para el turismo sostenible

Objetivo: Fortalecer la estructura legal de respaldo al turismo sostenible, a nivel nacional, regional y local, en forma armónica con los objetivos nacionales y del sector.

Estrategias

- Consolidar un marco legal coherente con el modelo sostenible del turismo. Debe incluir definiciones de todas las modalidades existentes de turismo y la reglamentación necesaria para incluir sus requerimientos de gestión sostenible. Esto facilitará el ordenamiento del tema y la resolución de conflictos entre las diferentes tendencias y sectores del Estado.
- Crear el ámbito legal necesario para desarrollar empresas turísticas comunitarias rurales, con la finalidad que puedan registrarse y calificarse como empresas sujetas al crédito.

4.4.2 Fortalecimiento de las relaciones interinstitucionales

Objetivo: Promover la articulación, trabajo concertado e intercambio de información y experiencias entre el sector gobierno, privado y académico.

Estrategias

- Establecer una autoridad autónoma de gestión del turismo que contribuya a su mejor desarrollo. Algunas características propuestas incluyen un organismo descentralizado, con un reducido número de Directores y que constituya una alianza entre los sectores de gobierno y el empresariado. El Comité Técnico de Coordinación del Uso Turístico del Patrimonio Natural y Cultural de la Nación representa al sector regulador, faltando por integrar al sector empresarial para que tenga la autonomía y capacidad integradora necesarias.
- Establecer un Consejo de Ecoturismo, tal como plantea el Plan Maestro de Desarrollo Turístico Nacional.
- Fortalecer Comité Técnico de Coordinación del Uso Turístico del Patrimonio Cultural y Natural.

4.4.3 Formación y capacitación de los recursos humanos

Objetivo: Fomentar la formación y capacitación del personal del sector turismo a todo nivel basado en los principios de sostenibilidad ambiental.

Estrategias

- Promover la capacitación de los recursos humanos en el sector, no solo a los directamente involucrados, sino también a quienes contribuyen de una u otra manera a generar su política de desarrollo.

- Desarrollar programas de sensibilización al personal del sector gubernamental, promoviendo el turismo sostenible como alternativa de desarrollo regional.
- Establecer mecanismos de intercambio de información entre los agentes involucrados en el tema turismo, especialmente del sector gubernamental, con el beneficio añadido de contribuir a fortalecer iniciativas y evitar duplicidad de esfuerzos.
- Incrementar la inserción de temas de turismo sostenible y ecoturismo en los currículos de las universidades e institutos de enseñanza de servicio turístico.
- Promover en las universidades el desarrollo de tesis con componentes de turismo sostenible y ecoturismo.
- Apoyar la realización de seminarios relacionados al turismo sostenible en las diversas provincias de la región Cajamarca, en el ámbito del sector público y privado, en especial el sector de pequeña empresa, en temas como planeamiento estratégico, acceso al financiamiento, contabilidad, cálculo de costos, asuntos tributarios, control de costos, desarrollo de nuevos negocios e identificación de oportunidades de inversión.

4.4.4 Habilitación y adecuación de infraestructura

Objetivo: Promover la habilitación de infraestructura y el desarrollo de tecnologías ambientalmente amigables en los destinos turísticos.

Estrategias

- Promover el desarrollo de infraestructura de transporte (aéreo y terrestre) a destinos turísticos.

- Incentivar y promover las actividades turísticas que usen tecnologías ambientalmente apropiadas para ahorrar agua y energía, evitar la contaminación, tratar las aguas usadas, evitar la producción de residuos sólidos y que favorezcan el reciclaje.
- Buscar a través de la cooperación técnica internacional el apoyo e intercambio para el desarrollo de tecnologías ambientalmente amigables para el turismo.

4.4.5 Incentivos para promover el turismo sostenible

Objetivo: Promover y fomentar la creación de incentivos para la mejora de tecnologías de servicio e infraestructura turística, así como el desarrollo de empresas de ecoturismo en áreas adecuadas.

Estrategias

- Priorizar los lugares en los que se desea desarrollar el turismo.
- Insertar a la actividad turística sostenible como parte de los planes de desarrollo regional.
- Proponer a las entidades financieras nacionales e internacionales la simplificación de trámites para la obtención de créditos para proyectos de turismo sostenible, aunque siempre condicionados a estudios de impacto ambiental y la implementación de prácticas ambientales sostenibles.
- Articular con organizaciones no gubernamentales nacionales e internacionales iniciativas para cooperar técnica y financieramente con proyectos ecoturísticos.
- Promover y apoyar eventos para la difusión del turismo sostenible y el ecoturismo.

- Incentivar la inversión privada en la región cajamarquina, promoviendo la descentralización.
- Promover el producto turístico como destino, reforzando el posicionamiento de Cajamarca como destino turístico nacional e internacional, enfatizando sus características naturales y culturales, definiendo estrategias de mercado.
- Concertar estrategias de mercadeo con criterios unificados y coherentes en conjunto, que contribuyan a reforzar la imagen de la localidad de Cajamarca, como destino.

4.4.6 Control de calidad de los productos turísticos

Objetivo: Promover el desarrollo de metodologías y sistemas para categorizar y diferenciar empresas turísticas de acuerdo al grado en que su operación se acerque a un modelo de sostenibilidad.

Estrategias

- Fortalecer las funciones de la Dirección Nacional de Turismo en el campo del ambiente, de acuerdo a las funciones previstas en el Reglamento de Organización y Funciones del MITINCI, que desde 1994, comprende:
 - Verificar el cumplimiento de las normas del medio ambiente y preservación de recursos naturales.
 - Analizar y evaluar estudios y/o proyectos de impacto ambiental.
 - Elaborar y evaluar estudios y/o proyectos para la conservación del medio ambiente.
- Desarrollar un sistema de acreditación o certificación turística por consenso de los diversos sectores de la actividad, en especial en los ámbitos del entorno físico biológico, planta de servicio, atención al cliente y entorno socioeconómico.

- Desarrollar un Código de Conducta para los operadores turísticos, en la que se difundan directrices de gestión del turismo, que contribuyan a generar una ética de desempeño en su actividad.
- Favorecer la elaboración de planes de gestión y manejo de recursos, que incluyan el proceso desde el planeamiento, la implementación y desarrollo de las operaciones de turismo, considerando herramientas como la evaluación de impacto ambiental, el monitoreo y la adopción de tecnologías que contribuyan a un mejor desempeño ambiental.
- Apoyar iniciativas del sector privado para la generación de mecanismos que permitan la supervisión propia y por parte de terceros de la calidad de los servicios, orientados a mejorar las iniciativas empresariales.
- Fomentar el desarrollo de metodologías para evaluar los impactos del turismo natural y cultural en el ambiente para, en base a los resultados obtenidos, recomendar cambios en la gestión del área y de la actividad.

4.4.7 Manejo de información relacionada al turismo

Objetivo: Realizar la colección y procesamiento de información relacionada al turismo sostenible y ecoturismo a nivel regional, nacional e internacional, a fin de contar con una base de datos confiable para el desarrollo del turismo sostenible y su utilización para la promoción de lugares de importancia.

Estrategias

- Apoyar la iniciativa conjunta del MITINCI a desarrollar un inventario de los recursos turísticos de Cajamarca, proporcionando datos y asesoría en los métodos de recopilación, procesamiento y difusión de información.

- Establecer y mantener actualizada una base de datos sobre empresas relacionadas al turismo en la naturaleza, detallando sus características y sus grados de avance en cuanto a prácticas ambientalmente sostenibles.
- Establecer y mantener un registro especial sobre los operadores que laboran dentro de las áreas naturales protegidas y reservas arqueológicas.
- Continuar desarrollando estudios sobre el perfil de la demanda de edestinos de turismo natural y cultural.
- Desarrollar y divulgar modelos de gestión ambiental, cultural, ecológica, científica y educativa, que contribuyan a que los interesados manejen los conceptos para la gestión del turismo sostenible en sus diferentes áreas y puedan ser replicados.
- Desarrollar investigaciones que contribuyan a la generación de información que permita un adecuado manejo de cursos así como favorezca a la promoción de lugares naturales.
- Estimular estudios con aplicación al manejo de recursos ecoturísticos, con especial énfasis en biodiversidad.
- Buscar la estandarización de términos relacionados al turismo sostenible y ecoturismo, difundiéndolos en todos los lugares involucrados.

4.4.8 Sensibilización e información al turista y pobladores

Objetivo: Difundir a los turistas y pobladores locales los principios del turismo sostenible y orientarlos en su conducta hacia las áreas visitadas.

Estrategias

- Informar a los turistas y pobladores locales sobre las prácticas y comportamientos nocivos al área donde se sustenta el turismo, a través del material divulgativo.
- Apoyar programas de educación ambiental formal, de forma interdisciplinaria, a todos los niveles.
- Iniciar campañas de sensibilización nacional, regional y local, dirigidas al reconocimiento del turismo como actividad de prioridad nacional por sus impactos benéficos a la sociedad y su sensibilidad a los problemas sociales.
- Informar a los visitantes sobre las costumbres y códigos de comportamiento en las zonas que visitarán.

4.4.9 Participación de la población local

Objetivo: Involucrar a las poblaciones locales de destinos turísticos en las actividades relacionadas, estimulándola a identificar el turismo sostenible como una alternativa económica viable.

Estrategias

- Fomentar la participación de las comunidades en la gestión turística, reconociendo el compromiso de sostenibilidad, que incluye como uno de sus objetivos de distribución equitativa de los beneficios entre las poblaciones locales.
- Apoyar la generación de capacidad local, como base para la mejor toma de decisiones respecto a las oportunidades existentes. Un aspecto prioritario es la capacitación y entrenamiento en la gestión turística.

4.4.10 Fomento a acciones de conservación

Objetivo: Apoyar al Sistema de Áreas Naturales Protegidas del Perú (SINANPE) a través de la generación de ingresos por turismo, tomando en cuenta los objetivos principales y zonificación de cada área. Apoyar directa o indirectamente a proyectos de conservación de ecosistemas y especies en la región.

Estrategias

- Estimular la participación de ONGs, comunidades y empresas privadas, solas o en conjunto, en proyectos turísticos dentro de las áreas protegidas, sujetas a lo que menciona el Art. 17 de la Ley de Áreas Naturales Protegidas, que establece que los privados pueden participar en la gestión de las áreas naturales protegidas mediante:
 - Contratos de Administración del área.
 - Concesiones para la prestación de servicios económicos dentro del área.
 - Contratos para el aprovechamiento de recursos del sector.
 - Convenios para la ejecución de proyectos o programas de investigación y/o conservación.
 - Autorizaciones y permisos para el desarrollo de actividades menores.
 - Otras modalidades que se establezcan en la legislación.

- Supervisar y monitorear permanentemente las actividades turísticas dentro de las áreas naturales protegidas.

- Dotar a las áreas naturales protegidas y áreas arqueológicas de infraestructura adecuada para la recepción de visitantes.

- Valorar mecanismos para la generación de fondos para investigaciones en conservación, a través de aportes directos o indirectos.

4.5 Estrategias para mejorar la actividad turística en la provincia de Cajamarca

4.5.1 Estrategias generales

A) Gradualista: Enfocar el desarrollo de la actividad turística con un planteamiento gradualista que permita un avance continuo y sostenido a partir de proyectos fundamentales.

B) Proyectos simples: Aprovechamiento inmediato de los atractivos accesibles y servicios turísticos existentes, mediante la implementación de proyectos cuya ejecución no requiera de procesos técnicos complejos, elevados montos de inversión, así como largos plazos de ejecución, sobre todo en los distritos de la provincia de Cajamarca.

C) Generar chispa: Provocar la impulsión inicial de un proceso de cambio de las tendencias actuales hacia la generación de una actitud proactiva personal y corporativa en los agentes involucrados en la actividad turística, incidiendo en la definición de los roles que deberán cumplir las diferentes instituciones públicas y privadas.

D) Crear Bases: Proseguir con los esfuerzos para establecer las bases para la posterior ejecución de proyectos que requieran mayores montos de inversión, plazos de ejecución más largos y procesos técnicos más complejos sobretodo en la ciudad de Cajamarca.

E) Ordenamiento turístico: Consolidar el territorio de mayor uso turístico, en los alrededores de Cajamarca ciudad y Los Baños del Inca, para ir incorporando los demás distritos de la provincia, primero, en el corto plazo, como destino recreativo de la población de Cajamarca y posteriormente consolidarlo como destinos turísticos.

4.5.2 Estrategias específicas

A) Sobre la organización y gestión

- Promover la participación de los organismos e instituciones relacionados con el turismo, gestionando la armonización de las políticas, estrategias, objetivos y acciones que conciernan al turismo, con las de las municipalidades, INC, PNP, Ministerio de Transportes y demás sectores públicos involucrados en el quehacer turístico, así como con el sector privado, para promover su participación en la inversión de planta turística.
- Promover la implementación de los Comités de Desarrollo Turístico como órgano promotor y coordinador de los comités responsables de los diferentes proyectos turísticos.
- Promover que se destinen de los planes regionales eventos de capacitación y asistencia técnica y concientización a los actores del quehacer turístico.
- Promover que se deriven recursos de inversión para el mejoramiento del acceso a los centros turísticos regionales y locales, mediante la instalación, implementación y mejoramiento de los servicios básicos (agua, luz, servicios higiénicos, estancias, etc.)
- Desarrollar esfuerzos de coordinación interinstitucional para que los proyectos de infraestructura vial tomen en cuenta las necesidades del turismo.
- Conformar una lianza entre la DIRCETUR y el Municipio Provincial para liderar campañas de promoción.

B) Sobre la oferta

- Desarrollar una oferta turística competitiva y complementaria a las otras provincias, mediante una alianza entre el Municipio, el Gobierno Regional y otros organismos públicos y privados.
- Organizar e impulsar el desarrollo de actividades artísticas culturales locales.
- Diseñar y poner en valor nuevos circuitos turísticos locales.
- Promover el diseño y desarrollo de paquetes turísticos que se adapten al mercado turístico sobre todo interno

C) Sobre el producto turístico y la promoción

- Consolidar y potenciar los productos: cultural (encuentro de dos culturas) y natural (baños termales) en formación, en función de los segmentos de mercado local o regional de demanda actual y potencial, creando condiciones favorables para su desarrollo y competitividad, asegurando la conservación de los atractivos
- Fomentar campañas de difusión, información y marketing del territorio, a través de los diferentes medios de comunicación e información masiva, operadores turísticos, aerolíneas, empresas de transporte, embajadas, etc.

D) Sobre la capacitación y sensibilización

- Mejorar la calidad de los servicios turísticos realizando esfuerzos inmediatos para la implementación de programas de capacitación de todos los actores relacionados con la actividad turística, así como de sensibilización de la población en general, en temas relativos al turismo y la formalidad

E) Sobre el financiamiento

- Desarrollar gestiones corporativas preliminares para identificar y procurar fuentes y líneas de financiamiento adecuadas a las necesidades básicas de la planta turística, incentivando preferentemente la participación de la inversión local, en tanto se elaboren los proyectos respectivos que formarán parte del Plan de Desarrollo Turístico. Tener en cuenta el uso máximo de los RR. HH. y tecnológicos de la región y local.

CONCLUSIONES

1. El turismo es un fenómeno social, que permite intercambiar hábitos, costumbres, valores, tradiciones; a la vez que permite conocer los diferentes recursos turísticos de los países y regiones.
2. El desarrollo de la actividad turística en la provincia de Cajamarca tiene algunas deficiencias; del cuadro 14 podemos evidenciar la tasa promedio anual en el período de estudio del total de arribos a la provincia de Cajamarca es de 3.3 %; la tasa promedio anual de turistas nacionales en el mismo período es 4.7 % y la tasa promedio de los turistas extranjeros es 4.28%.
3. En la provincia de Cajamarca al año 2012 según datos del INEI (cuadro 12), existía 510 establecimientos de hospedaje, 7176 habitaciones, 7 agencias de viaje y 16 restaurantes clasificados; lo cual pone de manifiesto la deficiencia de la oferta turística en la provincia de Cajamarca.
4. Según el Ministerio del Interior (MININTER) –datos a nivel nacional- en el año 2000 se generó ingresos por 837 millones de dólares por la actividad turística, disminuyendo a 759 millones de dólares en el año 2013; generando asimismo 981 dólares como divisas per cápita en el año 2000 y 411 dólares en el año 2013 (ver cuadro 11); esto pone en evidencia la debilidad del sector turismo tanto a nivel nacional como a nivel de regiones y provincias.
5. La provincia de Cajamarca dispone una serie de recursos naturales, arquitectónicos, históricos, culturales, costumbristas, ferias y comidas, que deben ser bien explotadas para dinamizar la actividad turística, no sólo de la provincia, sino de toda la región.

SUGERENCIAS

1. El gobierno debe establecer incentivos adecuados para dinamizar las actividades en el sector turismo, para propiciar la inversión privada orientada a mejorar la infraestructura de la oferta turística para hacer más atractiva las visitas de turistas nacionales e internacionales.
2. La política gubernamental debe facilitar el desarrollo de las actividades turísticas para aprovechar el turismo y convertirlo en una actividad estratégica, aprovechando las potencialidades turísticas de las regiones y del país.
3. Las instituciones tutelares de los gobiernos regionales y locales, deben asumir su verdadero rol para el desarrollo del sector turismo; para convertirlo en una actividad generadora de empleos (directos e indirectos), divisas, ingresos económicos; dotándole de una dinámica capaz de integrar aspectos, como: seguridad ciudadana, ordenamiento comercial y vial; además de integrar aspecto que coadyuven al desarrollo de Cajamarca, como la conectividad vial, medios de comunicación, relación interinstitucional, promoción del producto turístico, calidad de los servicios turísticos y la promoción turística propiamente dicha.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BEGAZO, José. (2002). "Las Mega Tendencias del Turismo en el Tercer Milenio". Editorial San Marcos, Lima - Perú.

BRINGAS RÁBAGO, N.L. y GONZÁLEZ, I. (2004). "El turismo alternativo como una opción para el desarrollo local en las comunidades indígenas de B.C. Economía, Sociedad y Territorio.

BURNE, S. M. (s/f.). "Sociedad naturaleza y turismo". Puerto Vallarta: Universidad de Guadalajara.

CARMELO ALVAREZ, José y CABELLOS CHÁVEZ, Luz. (2012). "Desarrollo, sustentabilidad y turismo: Una visión multidisciplinaria". Universidad Autónoma de Nayarit, México.

CASTRO ÁLVAREZ, U. (2010). "Estructuras regionales emergentes y desarrollo turístico sustentable: La región costa sur de Nayarit, México". Recuperado <http://www.eumed.net/tesis/2010/uca/index.htm>

CEBALLOS LASCURÁIN, H. (1998). "Ecoturismo, naturaleza y desarrollo sostenible". México: Diana.

CÉSAR DACHARY, A. (2006). "De la sociedad del espectáculo a la globalización". Puerto Vallarta: Universidad de Guadalajara.

CÉSAR DACHARY, A. y ARNAIZ BURNE, S. M. (2011). "Nuevos paraísos y la construcción de la realidad". En César Dachary, A. y Arnaiz.

CIRCUITO TURISTICO NORTE (CTN). s/f. "Perfil del Turista Nacional y Extranjero".

CRUZ LEDESMA, Sigrid S. (2006). "Turismo alternativa de desarrollo de los pueblos y regiones del Perú. Caso: Distrito de Callahuanca". Tes. Pregrado – UNMSM. Lima – Perú.

DE ESTABAN CURIEL, Javier. (2007). "La demanda del turismo cultural y su vinculación con el medio ambiente urbano los casos de Madrid y Valencia", tesis doctoral, Universidad Complutense, España.

DE LA TORRE, Francisco. (1996). "Introducción al estudio del Turismo". México.

HAUYON DALLORTO, J. (2000). "Perú: Turismo en el Nuevo Milenio", Universidad de San Martín de Porras, Lima.

INDACOCHEA, A. et. al. (2001). "Cajamarca Competitiva". Saywa ediciones, Lima.

JONES, Charles. (2000). "Introducción al crecimiento económico", Editorial Prentice Hall, México.

MALÉ, J. P. (2001). "Desarrollo local reto estratégico para Centroamérica en el siglo XXI". San Salvador: COMURES.

MARCHENA GÓMEZ, M. (1992). "Ocio y turismo en los parques naturales andaluces". Sevilla: Universidad de Andalucía.

McINTOSH et. al. (2002). "Turismo: Planeación, Administración y Perspectivas", Limusa Wiley, México.

MELGAR, M. P. (2004). "Ecoturismo como una alternativa de desarrollo local en el ejido Revolución". Tijuana: Universidad Autónoma de Baja California.

MINCETUR (2002). "Fortalecimiento integral del turismo en el Perú" (I Fase).

MINGUEZ GARCÍA, María C. (2007). "Patrimonio cultural y turismo en los reales sitios de la Comunidad de Madrid y sus incidencias en el territorio María del Carmen", tesis doctoral, Universidad Complutense, España.

OMT. (2011). "Annual report. A year a recovery 2010". New York: OMT.

PAJARES BAZÁN, Manuel. (2010). "El turismo como producto de exportación: Una alternativa para el crecimiento económico en la Provincia de Cajamarca (2000 – 2010)", tesis de licenciatura, UNC, Cajamarca.

PORTER, Michael. (1991). "La ventaja competitiva de las naciones", Buenos Aires-Argentina.

PROMPERU. El Turismo en el Perú. Lima, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004.

RIVERO MARTINS, Paulo E. (2007). "Patrones arquitectónicos y urbanísticos del turismo en Florianópolis, Brasil", tesis doctoral, Universidad Politécnica de Catalunya, España.

SANDOVAL, E. S. (2010). "Ecoturismo, operación técnica y gestión ambiental". México: Trillas.

SAN MARTÍN GUTIERREZ, Héctor. (2007). "Estudio de la Imagen de Destino Turístico y el Proceso Global de Satisfacción: Adopción de un Enfoque Integrador", tesis doctoral, Universidad de Cantabria, España.

SZMULEWICZ E. (2008). "Generación de Empleo y Desarrollo de Recurso Humano en Turismo. Aplicación al caso de la Comunidad Valenciana", tesis doctoral, Universidad de Valencia, España.