

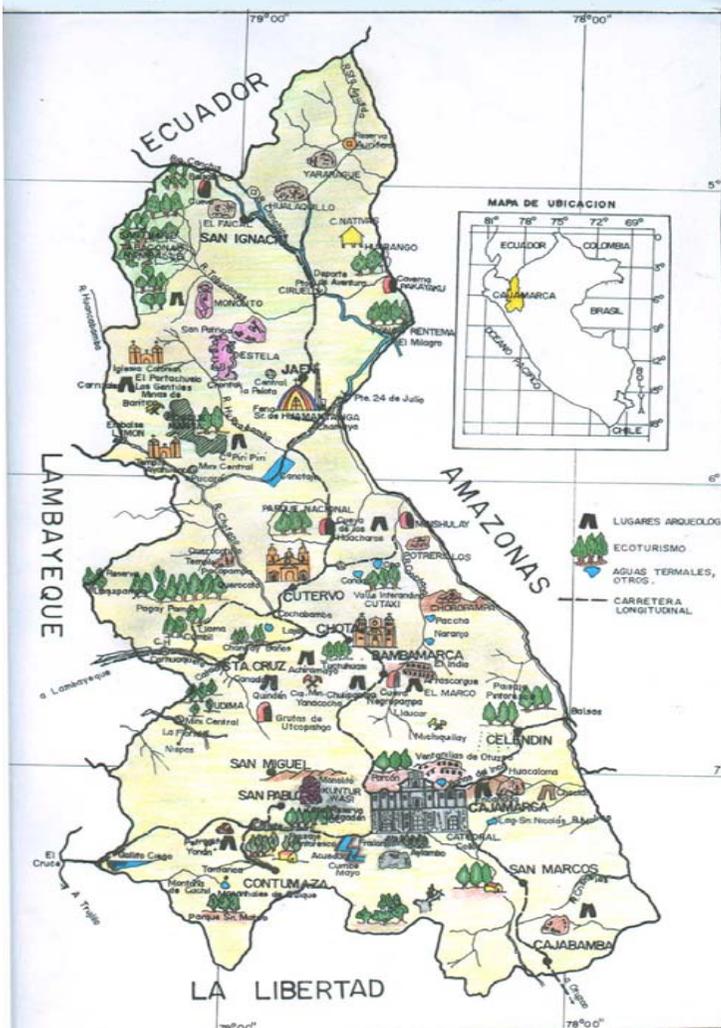


POTENCIAL TURÍSTICO DE LA REGION CAJAMARCA

Dir
cetur

ING. JULIO CESAR PALACIOS MATUTE
DIRECTOR REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

Mapa Turístico Cajamarca



- **UBICACIÓN:** Sierra Norte del Perú.
- **EXTENSION:** 33,247.77 km².
- **POBLACION:** 1´ 394 513 habitantes
- **DENSIDAD POBLACIONAL:** 41.94 hab por km².
- **DIVISIÓN POLÍTICA:** 13 prov y 127 distritos.

CIUDAD CAPITAL:

Ciudad de Cajamarca.

- **ALTITUD:** 2720 msnm
- **TEMPERATURA PROMEDIO:** 15°C,
- **POBLACION:** 120 809 habitantes.
- **EXTENSION:** 382.74 km² superficie.
- **CLIMA:** Templado y seco (Lluvias de octubre a marzo).

REFERENCIAS ECONOMICAS: A NIVEL MUNDIAL

AÑO	VIAJEROS	GASTO MILLONES US \$
1990 :	425 MILLONES	230,000 MILLONES
2000:	690 MILLONES	450,000 MILLONES.
2008:	924 MILLONES	856,000 MILLONES.

SE CALCULA QUE PARA EL 2020: SE TENDRA 1,600 MILLONES DE LLEGADAS .



REFERENCIAS ECONOMICAS: PERU

AÑO	ARRIBOS	INGRESOS (Millones US \$)
2003	1,069,517	1,023
2004	1,276,639	1,232
2005	1,486,502	1,438
2006	1,634,745	1,782
2007	1,812,384	2,222
2008	1,948,660	2,389
2009	2,023,967	2,481



REFERENCIAS ECONOMICAS: CAJAMARCA

AÑO	ARRIBOS	INGRESOS (Nuevos Soles)
2003	164,311	49'293,200
2004	170,246	51'073,800
2005	177,984	53'395,200
2006	197,185	59'155,500
2007	210,641	63'192,300
2008	209,622	62'886,600
2009	214,306	64'291,800



ANALISIS SITUACIONAL DEL TURISMO EN LA REGION CAJAMARCA

RECURSOS Y ATRACTIVOS:

- Cajamarca es un departamento con clara vocación productiva favorable para actividades entre otras de naturaleza turística
 - Según el inventario de recursos turísticos, en nuestra región se ubican alrededor de 573 recursos y/o atractivos
 - Manifestaciones Culturales 245
 - Sitios Naturales 162
 - Folklore 78
 - Acontecimientos Programados 48
 - Realizaciones T. Científicas y Artísticas 40
- Ingresados al sistema: 265**
- Migradas a la web del Mincetur 78**
- Jerarquizadas 17**

ANALISIS SITUACIONAL DEL TURISMO EN LA REGION CAJAMARCA

- La provincia de **Cajamarca** ocupa el primer lugar con 160 atractivos.
 - 9 atractivos de jerarquía 3
 - 39 atractivos de jerarquía 2
 - 112 atractivos de jerarquía 1
- La provincia de **San Marcos** ocupa el 2do. lugar con 55 atractivos.
 - 14 atractivos de jerarquía 2
 - 41 atractivos de jerarquía 1
- Las provincias de **Cajabamba, Chota y Contumazá** básicamente por el valor de sus centros históricos y el paisaje circundante y **Hualgayoc** por sus necrópolis, se ubican en el siguiente nivel de oferta alcanzado por la calidad de sus atractivos.
- El resto de provincias, si bien es cierto, ubicadas en un rango menor en cuanto a calidad de sus atractivos, poseen un conjunto valioso, tanto en el aspecto natural como cultural.

ANALISIS SITUACIONAL DEL TURISMO EN LA REGION CAJAMARCA

INFRAESTRUCTURA TURISTICA:

Nº Hospedajes: 114

Nº de habitaciones : 2586

Nº de Camas : 4202

H4E : 3

H3Ey Hs3E : 35

H2Ey Hs2E : 61

H1E y Hs1E : 15

Albergue : 1

Nº Restaurantes: 326

Nº 3,682 mesas

Nº 14,729 sillas.

Nº Agencias de Viaje: 21 agencias

(3 mayorista, 07minoristas y 11 operadores turísticos)



ANÁLISIS SITUACIONAL DEL TURISMO EN LA REGIÓN CAJAMARCA

ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN ESTADÍSTICA:

AÑO	ARRIBOS		TOTAL	% VARIAC
	NACIONAL	EXTRANJERO		
2000	156681	6748	163429	
2001	138567	6282	144849	-11.4
2002	159525	6704	166229	14.8
2003	157561	6750	164311	-1.15
2004	162982	7264	170246	3.48
2005	171194	6790	177984	4.35
2006	189696	7489	197185	9.73
2007	202662	7979	210641	6.82
2008	200532	9090	209622	-0.47
2009	206317	7989	214306	2.23

ANALISIS SITUACIONAL DEL TURISMO EN LA REGION CAJAMARCA

ANALISIS DE LA EVOLUCIÓN ESTADÍSTICA:

Promedio 10 años	NACIONAL	EXTRANJERO	OBSERV
	174,571	7,308	El total de turistas extranjeros representa el 0,36% del total nacional
%	96.0	4.0	
INCREMENTO PROMEDIO %	3.4	4.4	

ANALISIS SITUACIONAL DEL TURISMO EN LA REGION CAJAMARCA

INDICADORES DE OCUPABILIDAD:

TASA NETA OCUPABILIDAD HABITACIONES	PROMEDIO DE PERMANENCIA		TASA NETA OCUPABILIDAD PLAZA - CAMA
	NACIONAL	EXTRANJERO	
31.71	1,34	2,55	16,68

ANALISIS SITUACIONAL DEL TURISMO EN LA REGION CAJAMARCA

PROCEDENCIA TURISMO NACIONAL: (208,727)

REGIONES	ARRIBOS	%
CAJAMARCA -PROVINCIAS	67,078	32
LIMA - CALLAO	42,219	20
LAMBAYEQUE	28,104	13
LA LIBERTAD	21,981	11
LIMA-PROVINCIAS	19,254	9
AMAZONAS	7,250	3
PIURA	6,395	3
SAN MARTIN	2,051	1
ANCASH	1,880	0.9
AREQUIPA	1,862	0.9

ANALISIS SITUACIONAL DEL TURISMO EN LA REGION CAJAMARCA

PROCEDENCIA TURISMO EXTRANJERO: (7,989)

PAISES	ARRIBOS	%
EE.UU	1,976	25
CHILE	654	8
ALEMANIA	573	7
FRANCIA	467	6
ESPAÑA	455	6
CANADA	419	5
ECUADOR	382	5
OCEANIA	297	4
REINO UNIDO	249	3
JAPON	193	2

PROBLEMÁTICA DEL SECTOR TURISMO EN LA REGIÓN

- Deficiencia de infraestructura básica.
- **Carencia de productos turísticos**
- **Oferta de servicios turísticos de baja calidad.**
- **Poca coordinación interinstitucional.**
- **Bajo nivel de conciencia y educación turística.**
- **Poca promoción turística**

VISIÓN AL 2018

“Al 2018 La Región Cajamarca es un destino turístico consolidado del Perú, con productos y servicios turísticos competitivos, con importante desarrollo socioeconómico – cultural, en alianza estratégica entre el sector público y privado”



OBJETIVO GENERAL

*Alcanzar el desarrollo sostenible de la Región
Cajamarca a través del turismo.*



OBJETIVOS ESPECÍFICOS ESTRATÉGICOS

- A) *Impulsar el desarrollo de la oferta turística competitiva y sostenible, mediante el desarrollo de productos y rutas turísticas, teniendo como base el Inventario Turístico Regional.*
- B) *Crear una cultura turística para asegurar las buenas prácticas en la prestación de servicios al turista y garantizar su seguridad.*
- C) *Fortalecer instituciones y gremios que tienen relación con la actividad turística, impulsando la competitividad y sostenibilidad del sector.*
- D) *Incrementar la demanda del turismo receptivo y el turismo interno con el propósito de generar empleo, mejores ingresos y una adecuada redistribución a nivel regional.*

ESTRATEGIAS PARA EL

1er. OBJETIVO ESPECÍFICO

- A) *Impulsar el desarrollo de la oferta turística competitiva y sostenible, mediante el desarrollo de productos y rutas turísticas, teniendo como base el Inventario Turístico Regional.*
- B) **ESTRATEGIA: Mejorar la Oferta Turística: *productos y circuitos turísticos*** en función de estudios de demanda
- Generar proy. para la inversión (Puesta en valor).
 - Acondicionamiento de rutas y/o corredores turísticos.
 - Mejoramiento y mantenimiento de las vías de comunicación.
 - Consolidar el Circuito Turístico Norte (CTN).
 - Desarrollo del Turismo Rural (Rutas ecoturísticas).
 - Mejoramiento de servicios turísticos.
 - Mejorar servicios básicos

ESTRATEGIAS POR

2° OBJETIVO ESPECÍFICO

B) Crear una cultura turística para asegurar las buenas prácticas en la prestación de servicios al turista y garantizar su seguridad.

ESTRATEGIA: Concienciación de la población: cultura turística y calidad de servicios.

- Desarrollo del Turismo Educativo (Convenio interinstitucional).
- Desarrollo del Programa de concienciación y educación turística.
- Difusión de programas culturales.
- Capacitación a docentes en turismo.
- Programa de capacitación y asistencia técnica para elevar la calidad de los servicios turísticos.
- Potenciar sistema de información local y nacional.
- Fortalecer la información estadística y directorio de servicios con el liderazgo de DIRCETUR.



ESTRATEGIAS POR

3er. OBJETIVO ESPECÍFICO

C) Fortalecer las instituciones y gremios que tienen relación con la actividad turística, impulsando la competitividad y sostenibilidad del sector.

ESTRATEGIA: Reforzamiento institucional: CCR (CRT), municipios, gremios, etc.

- Fortalecer el Comité Consultivo Regional (CCR)
- Conformación de los Comités de Desarrollo Turístico Provinciales.
- Organizar y comprometer a empresarios.
- Generar alianzas estratégicas a través del Comité de Desarrollo Turístico Provincial.

ESTRATEGIAS POR

4° OBJETIVO ESPECÍFICO

D) Incrementar la demanda del turismo receptivo y el turismo interno con el propósito de generar empleo, mejores ingresos y una adecuada redistribución a nivel regional.

ESTRATEGIA: Incrementar flujos de turismo: promoción turística interna y externa.

- Elaboración de material gráfico y audiovisual (afiches, guías, trípticos, CD's).
- Programas radiales y TV.
- Reportajes y artículos periodísticos.
- Ferias, workshop, press tour, fam trip
- Página web.

PROYECTOS

- **Puesta en Valor de la Ruta del Agua – Cumbe Mayo por un monto de S/. 1,964,339.64.**
- El INC – Lima ha expedido Resolución directoral nacional N° 1995/INC – Lima, que declara Patrimonio Cultural de la nación.
- Elaboración del Expediente Técnico en ejecución.
Con apoyo del Fondo de Solidaridad.
- En proceso firma de convenio Plan Copesco Nacional



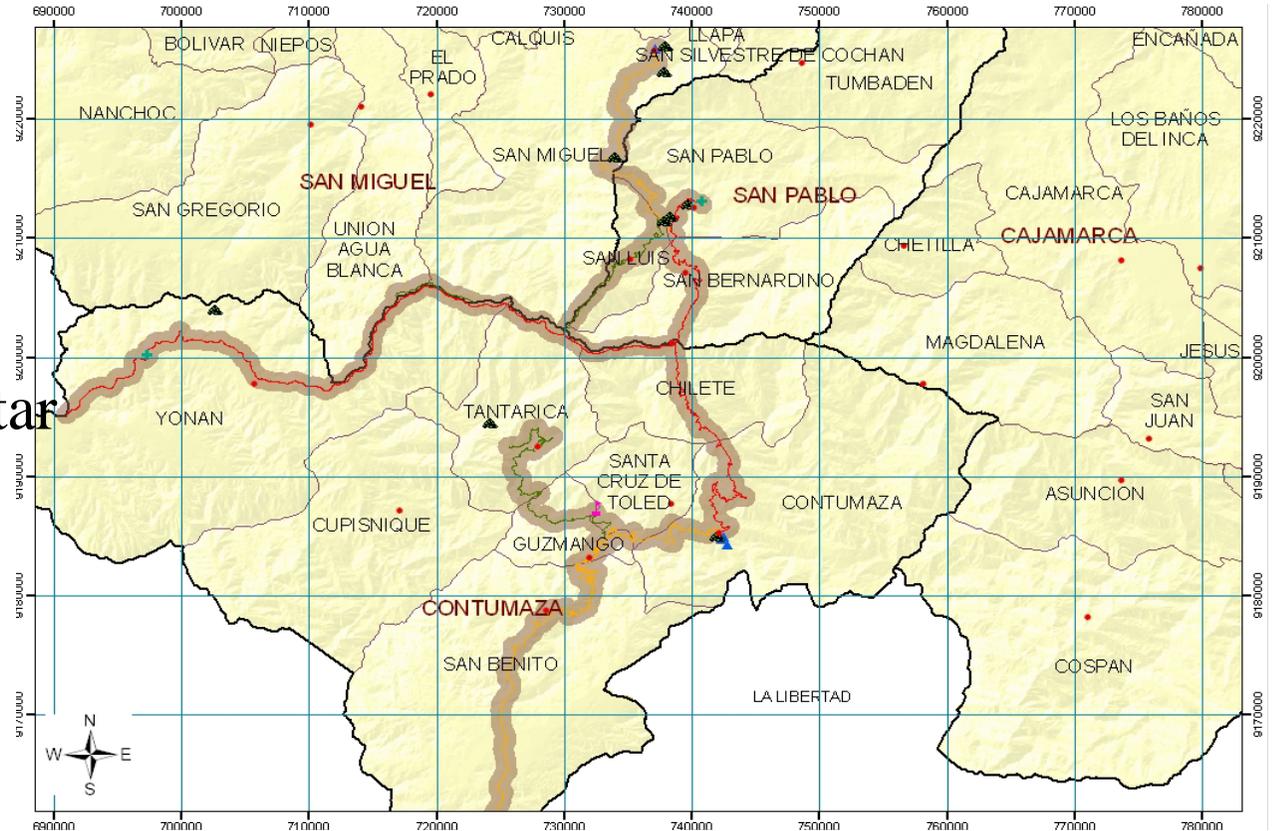
• Proyecto:
**Acondicionamiento
Turístico Corredor Alto
Jequetepeque**

• Monto: S/. 272,700.00

• Estado del perfil: Levantamiento
observaciones

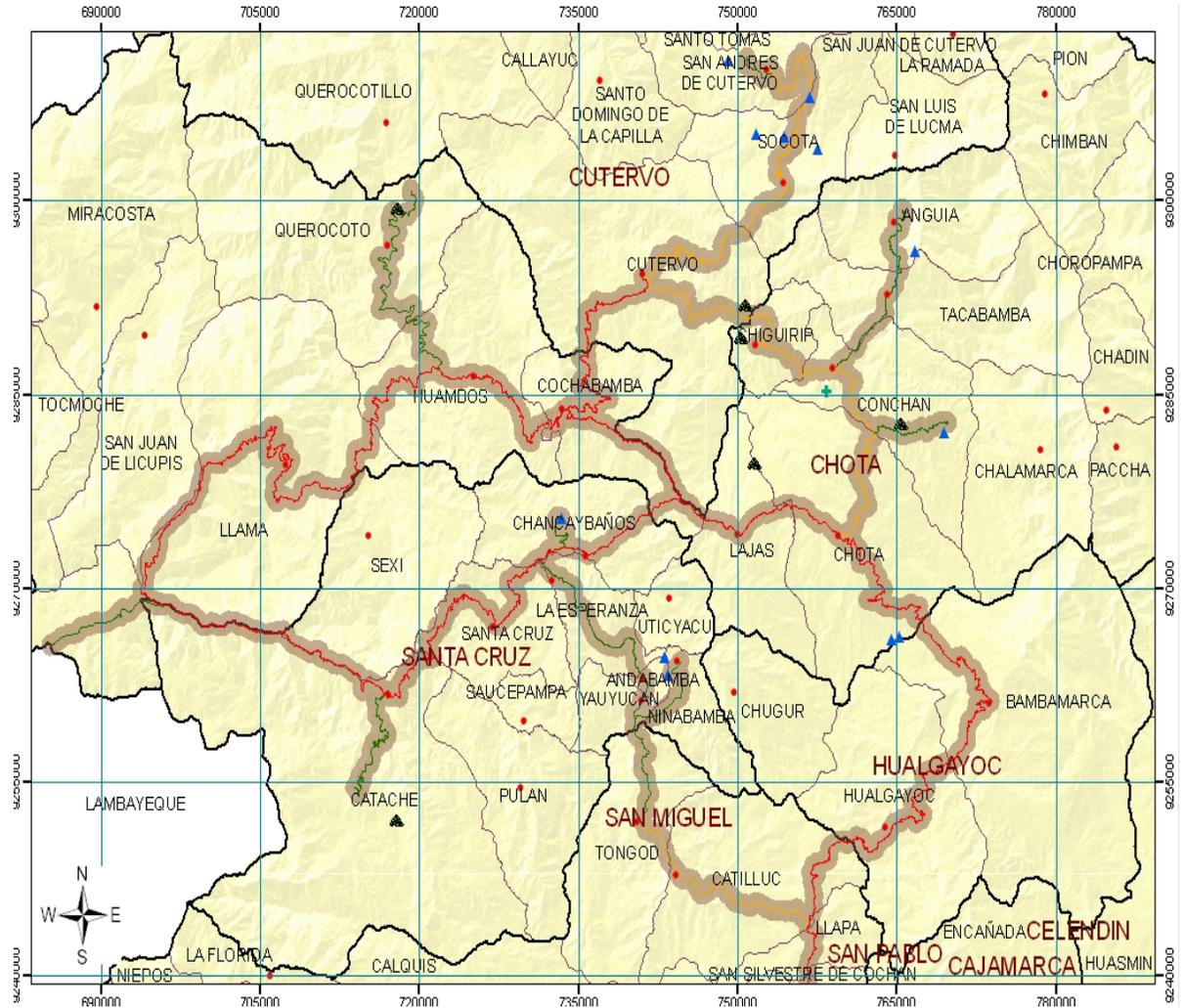
• Acuerdo de Consejo
Municipalidades
involucradas

• Código SNIP: 100960



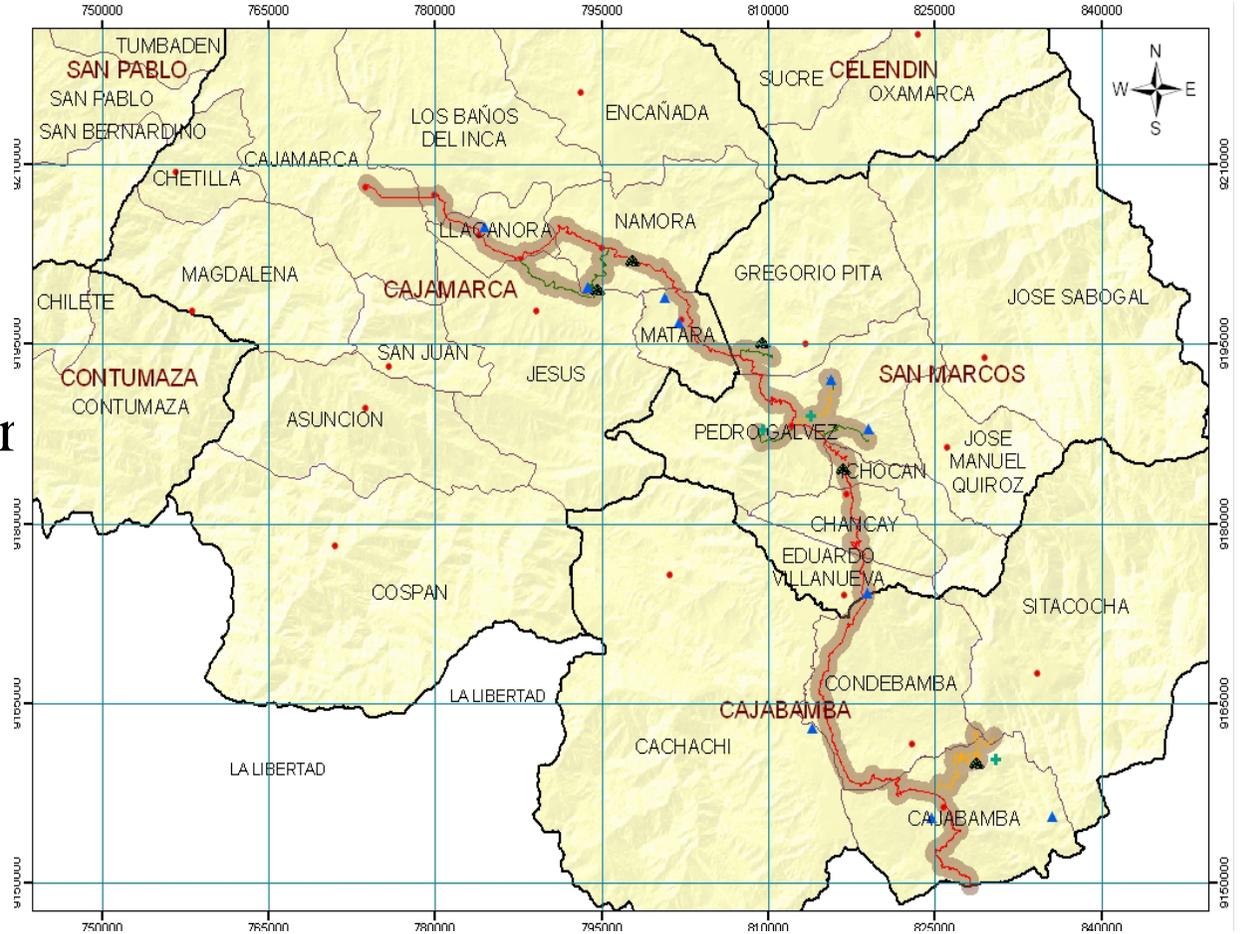
Proyecto:
**Acondicionamiento
Turístico Corredor
Chotano – Chancay Baños**

- **Monto:** S/. 273,927.00
- Estado del perfil: Levantar observaciones
- Acuerdo de Consejo Municipalidades involucradas
- Código SNIP: 100955



Proyecto:
**Acondicionamiento
Turístico Corredor
Crisnejas**

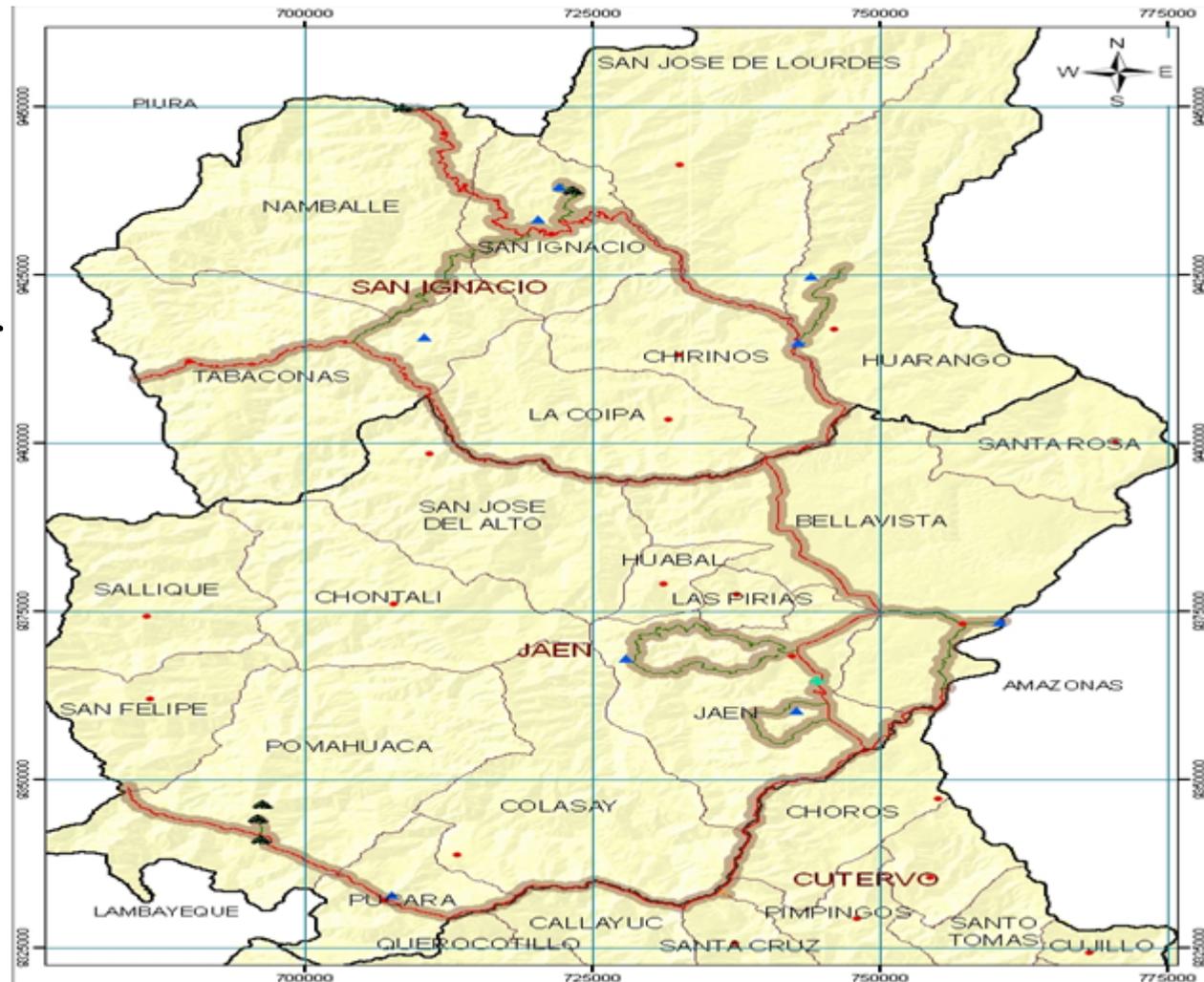
- **Monto S/. 276,416.00**
- Estado del perfil: Levantar observaciones
- Acuerdo de Consejo Municipalidades involucradas
- Código SNIP: 98359



Proyecto:

Acondicionamiento Turístico Corredor Tabaconas – Chinchipe

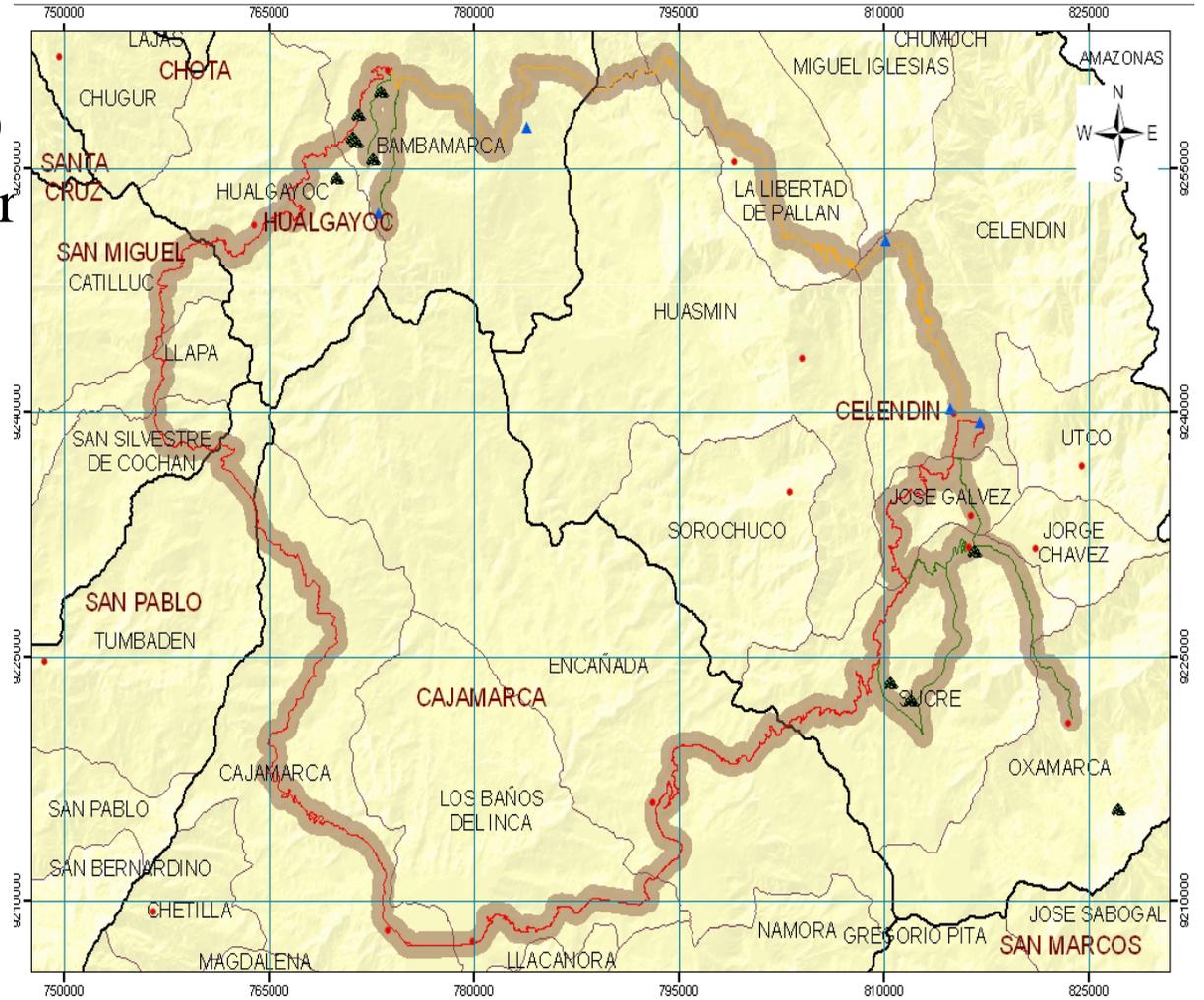
- Monto S/. 250,863.00
- Estado del perfil: Levantar observaciones
- Acuerdo de Consejo Municipalidades involucradas
- Código SNIP: 100936



Proyecto:

Acondicionamiento Turístico Corredor Llaucano -Celendín

- Monto de S/. 248,098.00
- Estado del perfil: Levantar observaciones
- Acuerdo de Consejo Municipalidades involucradas
- Código SNIP: 98546





CAJAMARCA
PATRIMONIO HISTORICO
Y CULTURAL DE LAS
AMÉRICAS

GRACIAS