

**TENDENCIAS DEL PERFIL  
DEL TURISTA NACIONAL QUE  
VISITA CAJAMARCA**

*TRENDS OF THE NATIONAL  
TOURIST PROFILE WHO VISIT  
CAJAMARCA*

Lic. Carlos Tirado Tejada  
Lic. Susana Villanueva Pérez  
Lic. Neri Huamán Cueva  
Lic. Francisco Sarmiento Cerquín.\*

**RESUMEN**

Hablar del perfil del turista que visita Cajamarca, implica determinar la finalidad con la que se visita nuestra localidad, que fundamentalmente debería ser el conocer los diferentes recursos turísticos con los que cuenta el departamento de Cajamarca. Sin embargo, podemos apreciar que dentro de las motivaciones para conocer nuestra localidad, están el descanso y relajamiento a quienes aluden viajan para conocer nuevos lugares, y en último lugar conocer los recursos turísticos; es decir, que los recursos turísticos no son la prioridad que motiva a los turistas para visitarnos.

Asimismo, se llega a la conclusión de que el medio que despierta el interés en viajar son los comentarios y experiencias de familiares y amigos; en menos porcentaje de internet y folletos turísticos. El medio principal de transporte utilizado son las empresas interprovinciales, y el alojamiento en los diferentes hoteles, finalmente, dentro de motivos y razones tenemos las vacaciones, recreación y conocer los recursos

turísticos.

Es resaltante indicar que las instituciones involucradas en el desarrollo del turismo no podrían realizar una planificación para el desarrollo turístico, si es que tenemos una ciudad con conflictos sociales y políticos, los que han ocasionado que los turistas potenciales vean a Cajamarca como una ciudad conflictiva. La percepción de los turistas es que una ciudad en la que hay conflictos sociales, es una ciudad insegura al momento de realizar su visita y esto genera una reducción importante en los flujos turísticos, así como pérdidas económicas para las empresas de este sector.

**ABSTRACT**

To talk about the profile of the tourists who visit Cajamarca, involves determining why they visit our town and the main purpose of their visit should be to learn more about all the resources Cajamarca has. However, we can see that among all the reasons people have to visit our department of Cajamarca are the ones of relaxation, enjoyment and of course knowing new places and in last position we can find the one of learning about our touristic resources; it means that the touristic resources are not priority for the tourists.

As well, we know that people travel because they have heard nice reviews from families and friends rather than finding information in the internet or in touristic brochures. The main means of transport used is the inter provincial companies. People who travel prefer to stay at hotels and the main purpose of their trip is for

vacation, relaxation and for knowing new places.

It is important to highlight that all the organizations involved in the tourism issues are not going to be able to make a plan for the touristic development unless the city solves all its social and political problems, which have caused that all our prospect tourists see Cajamarca as a city full of conflicts. Tourists think that a city with such problems is not a safe place to visit and this is the reason why we have less tourists visiting our city as well as financial losses in companies of this sector

## INTRODUCCIÓN

El presente artículo nos muestra las tendencias del perfil del turista nacional que visita Cajamarca.

En el Perú existe un potencial turístico con mucha riqueza cultural y natural, con destinos turísticos muy reconocidos a nivel internacional.

Cajamarca tiene un potencial turístico relevante con diversos recursos y servicios turísticos; el perfil del turista en el Perú de acuerdo con las nuevas tendencias busca servicios de calidad; por ello, el turista arriba a los destinos turísticos bien informados del lugar que visita hacia la búsqueda de nuevas experiencias.

De acuerdo con las investigaciones realizadas del perfil del turista en Cajamarca busca tener contacto con la naturaleza con el propósito de descansar. Por lo tanto, presenta una satisfacción positiva a pesar de que

nuestros recursos turísticos no están en buenas condiciones.



Plaza de Armas de Cajamarca – Perú

## MATERIALES Y MÉTODOS

El estudio realizado se basa en la encuesta realizada al turista nacional que visita Cajamarca en Semana Santa. El universo está constituido por todos los visitantes que arriban a nuestra ciudad, y la muestra está constituida por 5000 turistas y una muestra de 120 entre hombres y mujeres. El trabajo de campo corresponde a los días 7 y 8 de abril, los cuales han sido motivo del análisis y la síntesis.

### El Turismo Nacional

El turismo abarca todos aquellos viajes que realizamos por el placer mismo de viajar. Para la Organización Mundial del Turismo (OMT)\*, el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su residencia habitual por menos de un año y con fines de ocio, negocios, estudio, entre otros. De allí

que bien podemos afirmar que es una práctica y una manera particular de invertir nuestro tiempo libre buscando como propósito una de las necesidades básicas humanas que es la recreación.

Dentro de las distintas clasificaciones que se ha hecho del turismo la más elemental es la que parte del espacio geográfico habitual del denominado turista, así tenemos: el turismo receptivo o extranjero, egresivo e interno o nacional.

En esta oportunidad, nos ocupamos del turismo interno realizado por el conjunto de personas dentro de su propio territorio o ámbito geopolítico. Este será fomentado por cada Estado, quien debe preocuparse por gestionar las riquezas geográficas y socio- culturales con el fin de ser admiradas por sus nacionales para que puedan ser ofrecidas a los que tratan de hacer un uso racional de su tiempo de ocio sea cual sea su nacionalidad.

El aprovechamiento de las riquezas turísticas locales da lugar al denominado Turismo Nacional, Interno o Doméstico. Roberto Boullón (2004, 77) define el Turismo Interno como: "...el uso y consumo de servicios turísticos, realizado por los residentes nacionales o extranjeros, en un país, fuera de su domicilio habitual, pero dentro del territorio nacional...".

En diversos países y en especial en el Perú, el turismo doméstico se revela como un boom dinámico que aumenta cada vez más gracias a las facilidades de tiempo libre que proporciona el gobierno a través de

los fines de semana largo, sumado a las facilidades de algunos servicios como el alojamiento, restauración y a los programas o paquetes confeccionados, de acuerdo a cada segmento social, por PromPerú.

Muchos nacionales se trasladan por sus propios medios hacia lugares donde son recibidos por amigos o familiares o simplemente hacen reserva de servicios hoteleros, con tiempo, en una localidad. Los agentes motivacionales para estos desplazamientos son los denominados Atractivos y recursos turísticos como los carnavales, fiestas religiosas locales, día de fundación de pueblos, fiestas patrias, o por la promoción de días de asueto, fines de semanas largos y otros motivos más.

El Perú es un país con el mejor destino de turismo por su cultura, geografía, historia, gastronomía y coctelería. Este país cuenta con más de cien mil sitios arqueológicos\*\*, razón por la cual el ochenta por ciento del turismo receptivo es de carácter cultural.

Los lugares más visitados en el Perú son las ciudades de Lima y su centro histórico (como punto de entrada al país) y Cusco es historia, sus principales atractivos son el Valle Sagrado de los Incas y el sitio arqueológico de Machu Picchu (elegido como una de las 7 Nuevas Maravillas del Mundo).

El principal circuito turístico del país es el circuito sur, que engloba ciudades como Cusco, Arequipa y Puno, con grandes atractivos arquitectónicos, culturales y

naturales.

Este circuito se ha ido ampliando a la selva de la región Madre de Dios, donde el Parque Nacional del Manú es un punto ineludible del turismo ecológico. Entre otras muchas rutas turísticas están las del valle del río Mantaro, con la ciudad de Huancayo como su eje, la costa central sur (región Ica y provincia de Cañete) y las ciudades norteñas de Trujillo y Chiclayo, Lambayeque donde se puede visitar el Museo Tumbas Reales de Sipán. Estos son puntos de partida hacia las demás regiones del norte del país en el circuito turístico nororiental como Cajamarca.

#### El turismo en Cajamarca

Los flujos turísticos nacionales encuentran aquí a sus principales motivaciones y es en ese sentido como se dinamiza la actual afluencia turística en Cajamarca. A nivel nacional, la región Cajamarca es promocionada turísticamente solo en la ciudad capital, pues esta cuenta con cinco circuitos tradicionales posicionados y algunas festividades que sirven de atracción sobre todo de turistas nacionales. Dichas festividades forman parte del calendario turístico de Cajamarca.

En cuanto a la afluencia turística de Cajamarca, el número de visitantes promedio anual durante los diez últimos años es de 149,089 arribos entre nacionales y extranjeros. El turismo nacional representa alrededor del 96.6% y el turismo extranjero el 3.4%. La afluencia nacional está dada principalmente por personas proveniente de Lima, La Libertad y Lambayeque, con instrucción

universitaria, del nivel socioeconómico C, que obtienen información consultando a sus familiares o amigos, han visitado Cajamarca en más de una oportunidad, viajan en grupo, no contratan agencias de viaje y planifican su visita con dos días de anticipación.

#### El calendario turístico de Cajamarca

El calendario turístico de Cajamarca está representado principalmente por festividades como El Carnaval, Semana Santa, Fiestas Patrias y la Feria de Fongal. Los Carnavales de Cajamarca es la fiesta más importante de la ciudad. Aquí se presentan alegorías, corsos, coronación de reinas, preparación de platos y bebidas típicas, bailes propios y pintorescos que hacen de Cajamarca la Capital del Carnaval en el Perú.

La Semana Santa es la festividad tradicional de mayor fervor popular en el Perú desde nuestra historia colonial y virreinal. En Cajamarca se realizan procesiones diversas que recuerdan a la Pasión y Muerte de Jesucristo, tanto en la ciudad como en los centros poblados cercanos las actividades programadas demuestran la fe y esperanza de sus pobladores.

#### Perfil del turista internacional que visita el Perú\*\*\*

Los viajes por vacaciones y recreación, si bien ha disminuido en menciones respecto al 2009(61%), aun representan el principal motivo para visitar el Perú (53%), principalmente en el mercado de larga distancia, sobre todo entre

turistas provenientes de Australia (83%), Japón(81%) y Reino Unido (77%).

Por su parte, la proporción de viajes por negocios se ha incrementado en la mayoría de mercados evaluados respecto a las mediciones del 2008 y 2009, retomando los valores registrados en el 2007 (17%) y 2006 (21%).

El gasto promedio del turista extranjero durante su estadía en el Perú ascendió a US\$ 958, registrándose una ligera reducción con respecto al 2009 (US\$ 1,040), debido básicamente a la reducción en la estadía promedio (12 noches en el 2009 vs. 9 noches en el 2010), por el contrario, el gasto diario se ha incrementado (US\$106 en el 2010 frente a US\$ 87 en el 2009). Es importante resaltar el incremento del gasto promedio en el mercado Colombiano (US\$ 742 en el2009 vs US\$ 900 en el 2010).

Si bien cuatro de cada cinco turistas que llega al Perú no visita además otro país de la región, entre quienes viajan por vacaciones o recreación se observa que poco menos de la tercera parte visita también Bolivia, Chile, y en menor medida Argentina y Ecuador, entre otros.

Machu Picchu vuelve a aparecer en el primer lugar como razón principal de visita al Perú por motivos de vacaciones o recreación. Cabe recalcar que la ciudad de Lima continua cobrando relevancia dentro del mercado latinoamericano, especialmente en Chile (34%).

Tanto internet como las agencias de viaje son los principales medios a través de los cuales se busca información para la realización de viajes por vacaciones o recreación (85% y 30%, respectivamente), ambos medios presentan un crecimiento con respecto a la medición del 2009.

Existe una proporción importante de turistas que hacen uso de agencias de viajes para visitar el Perú, proporción que se incrementa al observar los mercados de larga distancia y el segmento de adultos mayores de 54 años. No obstante, se ha detectado una contracción del uso de agencias en los mercados de Francia y Reino Unido, así como en el mercado latinoamericano, hecho que se debería a una mayor proporción de turistas de negocios y de turistas que viajaron a nuestro país para visitar a familiares y amigos, segmentos en los que usualmente el uso de agencias de viajes es menor.

El uso de hospedajes de alto costo (hoteles de 4 y 5 estrellas) ha registrado un incremento bastante importante en el mercado colombiano y estadounidense, lo que se debería al significativo crecimiento del segmento de turistas de negocios en estos dos mercados.

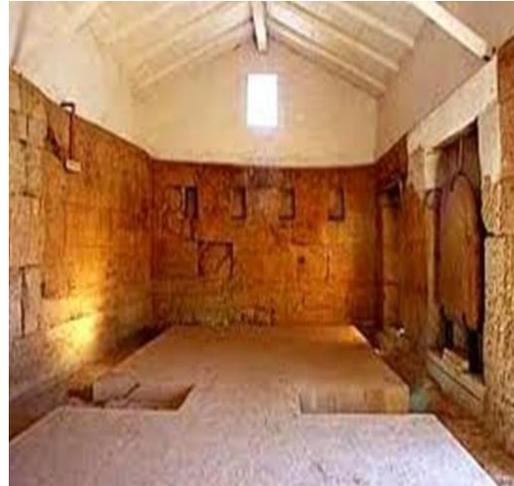
Finalmente, como en ocasiones anteriores, el viaje a Perú generó un alto nivel de satisfacción (91%), motivo por el cual la gran mayoría de turistas, recomendaría nuestro país sin ninguna duda (87%).

La ciudad más visitada en el Perú es Lima. En un segundo nivel se

encuentran Tacna y Cusco, pues Machu Picchu es el principal motivo de visita del vacacionista. Puno, Arequipa e Ica aparecen en un tercer nivel entre los departamentos más visitados. Cabe señalar que se ha registrado una menor proporción de visitas a los departamentos previamente mencionados en relación al 2009, lo que se hace más notorio en el caso de Cusco (43% en el 2009 vs 28% en el 2010), debido tanto al cierre de Machu Picchu en los primeros meses del año como a una menor proporción de vacacionistas en el 2010.

El turismo cultural es el tipo de turismo más popular, en especial la subcategoría de turismo urbano (99%). Entre los vacacionistas se presenta predilección por visitar iglesias, catedrales, conventos (70%), así como parques y plazuelas de la ciudad visitada.

El turismo de naturaleza aparece en el segundo lugar de importancia entre las actividades realizadas (39%), en especial para los turistas que vienen por vacaciones (55%), quienes aprecian en gran medida las visitas a reservas naturales (53%).



Cuarto del Rescate, Cajamarca - Perú

### **Perfil del turista demográfico y socioeconómico en Cajamarca**

Todos los visitantes que forman la demanda turística arriban a la ciudad de Cajamarca con la finalidad de conocer los diferentes recursos turísticos con los que cuenta el departamento de Cajamarca.

En Semana Santa, la mayor cantidad de turistas que visitan Cajamarca, provienen de la ciudad de Trujillo con un 23.529%, seguida por la ciudad de Chiclayo con un 20.168%. Esto debido a la cercanía y a la posibilidad de elegir alguna empresa de transportes (Cruz del Sur, Díaz, Línea, Perú Bus, Expreso Cial, Civa). En tercer lugar, de un total de 19 ciudades diferentes de donde arribaron turistas a la ciudad de Cajamarca tenemos que un 17.647%, arribaron de la localidad de Yurimaguas, seguido de visitantes de la ciudad de Lima con un 12.605%. Las ciudades de: Huancayo, Huaraz, Tacna, Amazonas, Ica, Bagua Grande, y Piura, tienen un porcentaje de 0.84%.

## Aspectos previos al viaje

El fin de semana largo por Semana Santa decretado por el Estado Peruano, motiva a los turistas a salir de su lugar de origen para visitar diferentes destinos turísticos, como la ciudad de Cajamarca. Dentro de las alternativas acerca de la motivación que tienen para viajar, tenemos que la primera es el descanso y relajamiento con un 20.455% de turistas que buscan este tipo de actividad. El 16.364%, ocupa el segundo lugar, los cuales viajan para conocer nuevos lugares. En tercer lugar, los turistas que arriban a nuestra localidad es para conocer los recursos turísticos representado por un 14.545%; esto implica, que los recursos turísticos que tiene Cajamarca no son la prioridad que motiva a los turistas para visitarla, en esta época del año.

De otro lado, se puede observar que una de las motivaciones principales que despierta el interés en viajar; un 29.167%, decidió arribar a nuestra ciudad debido a comentarios y experiencias de familiares y amigos. Esto puede indicar el porqué del estado situacional actual de nuestros recursos turísticos (como por ejemplo el cuarto del rescate), que no satisface las expectativas del turista.

Una de las principales razones para desplazarse a Cajamarca son los paisajes y la naturaleza con los que cuenta nuestra región. Sin embargo, por la actual coyuntura político-social por las que ésta atraviesa, el número de visitantes se ha reducido fuertemente ya que para esta temporada se esperaba recibir un promedio de 8000 turistas, y según

las declaraciones vertidas a un diario local\*\*\*\* por la Lic. Angélica Arriola Miranda, Directora de la DIRCETUR Cajamarca, se recibió un promedio de 5000 turistas; esto implica una reducción del 62.5% del turismo que regularmente arribaba a Cajamarca para Semana Santa.

En cuanto a información acerca de recursos y planta turística referida a hoteles, restauración y otros relacionados con el tema, los turistas que visitan Cajamarca obtienen información a través de internet, así como de familiares y amigos.

También es importante la información que recaban a través de folletos turísticos y guías turísticas, asimismo puede observarse que un 9.091% acude a las agencias de viajes. Esto nos da a entender que la mayoría de empresas del rubro turístico no cuentan con la publicidad y promoción adecuada para ofrecer sus paquetes turísticos; esto puede deberse a los bajos niveles de inversión que hacen los empresarios turísticos en sus empresas.

Es importante indicar que la información recibida por comentarios, familiares y amigos sobre nuestra localidad es una de las variables determinantes para la promoción turística hacia los futuros visitantes (29.167%).

## Características del viaje

En cuanto al rubro de las características del viaje, el motivo y razones porque los turistas deciden visitar Cajamarca, un 44.037% y un 27.717%; buscan vacaciones/recreación y conocer los recursos

turísticos respectivamente.

Por otro lado, los turistas que visitan Cajamarca un 43.243% ya tienen previo conocimiento del lugar a visitar pues tienen familiares y amigos en esta ciudad.

La permanencia de los turistas que visitan Cajamarca, es de 1 a 3 noches representado por un 57.143%; es decir, pernoctaron 3 noches (tiempo que duró el feriado largo por Semana Santa). Se puede observar que para esta fecha el viaje que realizan los turistas es de grupo familiar, ya que un 28.571% afirman venir con la familia completa (padre, madre e hijos) y un 24.370%; respondieron que vienen con familiares (sin niños) y/o amigos.

El medio principal utilizado es de transporte regular (empresas interprovinciales) con un 81.513%. De todos los turistas que arribaron a nuestra ciudad, el 52.941%; se hospedaron en diferentes hoteles de la ciudad, mientras que un 31.933%; se hospedaron en casas de familiares y/o amigos, lo que demuestra que en esta temporada el turista se orienta a buscar un mejor servicio de alojamiento.

En cuanto al tipo de alojamiento, un 5.042% y un 5.882%, eligieron hostales y casas de hospedaje respectivamente.

Uno de los puntos más importantes cuando hablamos de turismo es el gasto que realizan los visitantes en los diferentes tipos de servicios y/o actividades turísticas, ya que esto nos da una referencia de lo que está dispuesto a gastar un turista nacional

en un viaje de recreación, vacaciones u ocio en Semana Santa. De los turistas que visitaron Cajamarca, el 10.084% gastó más de S/.600.00 nuevos soles; los turistas que gastaron un promedio entre 100 a 300 soles, representa un 61.344%; esta información nos puede llevar a determinar que una de las características del turista, es el de cubrir sus necesidades básicas como: alimentación y hospedaje. Estos datos nos dan una referencia de por qué tenemos un bajo porcentaje de visita a los recursos turísticos de nuestra ciudad, registrándose el mayor gasto en transporte terrestre.

Los turistas para visitar Cajamarca eligieron hacerlo de manera independiente reflejándose en un 85.714% y la diferencia a través de un viaje organizado desde su lugar de origen o en la misma ciudad. De otro lado el 49.630% de los turistas financió su viaje con sus ahorros y un 28.148%; lo realizó con su sueldo del mes.

Actividades realizadas durante la visita

Las actividades turísticas que se realizan en un destino turístico, teniendo en cuenta que son las acciones que realiza un turista, se observa que un 14.313%; visitaron el distrito de Baños del Inca (aguas termales), reconociendo que es una de las 7 maravillas naturales del Perú.

Llama la atención que el centro arqueológico Cumbe Mayo, siendo uno de los recursos turísticos más promocionados haya registrado un bajo nivel de afluencia, registrando un

5.656% de visitas.

Así también las iglesias registran un 5.882% de visitas. La Cooperativa Agraria "Atahualpa Jerusalén"- Granja Porcón (propiedad privada), registró un 7.692% de visitas.

Existen algunas actividades turísticas como visitas a comunidades campesinas, visita a áreas naturales y el treeking, que no se registraron en esta temporada.

#### Satisfacción del viaje

Es importante señalar que el recurso turístico por sí mismo no garantiza que la actividad turística que realizan los visitantes satisfaga sus expectativas, ya que algunos recursos turísticos no cuentan con las instalaciones, equipamiento y servicios que hagan que la estadía de los turistas sea más placentera.

Pese a estas deficiencias, de los turistas encuestados un 88.235%; manifestaron estar satisfechos con su visita a Cajamarca, lo que implica que la experiencia turística de los visitantes fue buena encontrando los servicios necesarios para su estadía; no así hay un 11.765%; que no está satisfecho ni insatisfecho quienes llevarán a sus lugares de procedencia una información poco favorable al momento de recomendar a Cajamarca entre sus familiares y amigos como destino a visitar en un futuro.

Asimismo, tenemos que un 20.17% recomendará visitar nuestra ciudad pero con reservas, ante lo cual se infiere que estos turistas no estuvieron satisfechos del todo en el

tiempo de permanencia en Cajamarca y esto se traduce en la indecisión de las personas para regresar en una próxima visita, un 40.02% responde que probablemente regresaría.

En conclusión, el turista nacional, actualmente busca más información sobre el lugar en el que está pensando viajar, y que es de gran influencia la información que reciben de sus familiares y amigos; además, para la demanda turística es muy importante que los recursos y/o atractivos turísticos de nuestra localidad estén en perfecto estado de conservación para que la expectativa del turista sea de mayor agrado.

Es resaltante indicar que las instituciones involucradas en el desarrollo del turismo, no podrían realizar una planificación para el desarrollo turístico, si es que tenemos una ciudad con conflictos sociales y políticos los que han ocasionado que los turistas potenciales vean a Cajamarca como una ciudad conflictiva, la percepción de los turistas es que una ciudad en la que hay conflictos sociales es una ciudad insegura al momento de realizar su visita y esto genera una reducción importante en los flujos turísticos así como pérdidas económicas para las empresas de este sector.



## BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza M. (2003) *Administración del Turismo*, México: Editorial Trillas.
- Molina S. (2007) *Fundamentos del Nuevo Turismo: de la fase industrial a la de innovación*, México: Editorial Trillas.
- Boullon, R. (2004.) *Planificación de Espacio Turístico*, México: Editorial Trillas.
  
- Boza, B. (2006) *Lineamientos para una Política de Desarrollo Turístico*. Asociación Los Andes de Cajamarca. Cajamarca.
  
- *Guía de Contenidos Turísticos de Cajamarca del año 2004*. Proyecto Fortalecimiento Integral del Turismo en el Perú, Edición Hugo Vallenas, Equipo Interinstitucional AEI-MINCETUR-MED.