

## CAJAMARCA TURÍSTICA: SUEÑO, REALIDAD Y POSIBILIDADES

Desde hace décadas se ha hecho del turismo un “sueño no realizado” de las posibilidades de desarrollo de Cajamarca, como ciudad, provincia o como departamento. La densa historia que identifica su memoria colectiva, como su nada despreciable patrimonio natural y cultural - tangible e intangible- y los irresponsables ofrecimientos de campañas políticas o de funcionarios públicos incompetentes, han creado falsas y equivocadas expectativas ligadas a esta actividad socio-económica y cultural en nuestra región. Algunos piensan que la sola identificación y publicidad de los potenciales recursos turísticos que tiene Cajamarca, generarán, por arte de magia, un incontenible y potente flujo turístico. Por si fuera poco, hay quienes no tienen problemas en aceptar y ser parte de la alienante, falsa y alucinógena afirmación que “Cajamarca es capital del carnaval peruano”.

Falso: legal y turísticamente. Basta conocer la calidad y dimensión cultural, folklórica y económica de otras manifestaciones de la fiesta del carnaval en otras regiones del país (lejos sin duda, del nivel de expresiones de carácter internacional). Agenda pendiente de esta manifestación folklórica: autenticidad y organización, institucionalidad y gerenciamiento, puntualidad y calidad de los eventos, orden y seguridad; diseño, planificación e implementación de un producto turístico competitivo, rentable y que responda a la demanda de un segmento del mercado turístico nacional. Mientras tanto seguirá siendo una anárquica, corrupta, alcohólica y violenta expresión social.

La innegable recesión económica que hoy sufre Cajamarca, más allá de las caricaturescas negaciones de políticos responsables de esta dramática situación, como la escasa o nula inversión en el sector en los últimos años, hacen prever que en las cercanas campañas electorales, nuevamente el tema del turismo será parte de la “oferta alegre de sesudos políticos” como componente de un presunto “nuevo modelo económico” y de una actividad que –según estos mismos “iluminados”- , tiene un manejo y crecimiento natural, automático, que basta con la “fama histórica y la belleza natural” de esta tierra... y mucha, mucha campaña publicitaria.

### FACTORES DE ÉXITO FUNDAMENTALES

Es innegable la potencialidad turística de Cajamarca. Pero su realización está pendiente de factores de éxito fundamentales, que aún no existen o son aún muy débiles en el tejido social, académico y empresarial de Cajamarca. Entre las condiciones mínimas para construir un escenario favorable podemos mencionar:

1. Necesaria y urgente VISIÓN de una CAJAMARCA TURÍSTICA. Construida de manera participativa, con presencia de los sectores públicos y privados, de la academia y de los gremios involucrados.  
Esta visión deberá contar con la infaltable voluntad política, el indispensable enfoque socio-ambiental, y un uso estratégico de criterios básicos de eficiencia y conocimiento pleno de la actividad turística.
2. Un ingrediente básico en la elaboración de esta visión será luchar contra estereotipos o falsos conceptos o imágenes sobre el quehacer turístico, como: (i) tener recursos naturales y culturales asegura tener y vender un producto turístico; (ii) la sensibilidad histórica, ambiental o paisajística te permite asumir responsabilidades institucionales para hacer “gestión turística”. Es algo fácil y no necesita preparación ni experiencia. El resultado de este tipo de convicciones está al origen de la situación caótica y frustrante en que se encuentra la actividad turística en Cajamarca. El turismo es una disciplina académica y una actividad económica-social y empresarial que necesita conocimiento, preparación y experiencia.
3. Memoria sectorial, institucional y académica. Recuperar los estudios, inventarios, planes e instrumentos de gestión YA EXISTENTES. En especial, la documentación e instrumentos de gestión producidos en la ejecución del proyecto Circuito Turístico Nor Oriental (CTN).
4. Identificación, articulación y compromiso de actores claves: públicos, privados, sociales, gremiales y académicos. Se necesitan equipos de trabajo que trasciendan ciclos electorales y gestiones públicas.
5. Liderazgo de un equipo interdisciplinario, intersectorial e interinstitucional, integrado por profesionales con visión, conocimiento, compromiso y honestidad. Urge la convocatoria de calificados recursos humanos, que en relación a un plan estratégico al 2021 (y en el caso cajamarquino, un motivador y coherente Plan de Desarrollo Turístico al 2032: quinientos años del “Encuentro de los dos mundos”), apalanquen los necesarios recursos técnicos y financieros.
6. El éxito en el turismo -ya sea de tipo cultural, vivencial o ecológico- está ligado a un círculo virtuoso: planificación, investigación, gestión, estándares socio-ambientales, medición, creatividad, marketing y evaluación permanente.

### **PROPUESTA PILOTO**

Es imposible plantear una transformación total, integral o radical, de la noche a la mañana, y sobre el conjunto de los recursos que potencialmente pueden y deben convertirse en productos turísticos de Cajamarca. Pero si es posible, de manera gradual y estratégica, identificar aquellos recursos que ya tienen un cierto nivel de maduración y pueden servir para la plataforma de despegue de Cajamarca como destino turístico.

Será clave entonces acercarnos a la realidad de la manera más objetiva y desapasionada posible. Y una buena herramienta es la data estadística: ¿cuáles son hoy los lugares turísticos más visitados? ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los visitantes? ¿Cuáles son las posibilidades de mejorar y fortalecer estos lugares? ¿Cuál es la inversión real en la generación y fortalecimiento de potenciales productos turísticos, por el Gobierno Nacional, el Gobierno Regional, la Municipalidad Provincial de Cajamarca y el sector privado?.

Una certeza que no necesita de números sino de voluntad política y empresarial es la URGENTE Y PERMANENTE mejora de servicios claves relacionados con el turismo: taxis, restaurantes, alojamiento, y guías. Sin dejar de mencionar eficientes y creativos programas de sensibilización y concientización turística.

Necesitamos el consenso para un paquete clave de intervenciones que modelen una PROPUESTA PILOTO para el lanzamiento de una CAJAMARCA, DESTINO TURÍSTICO. No más proyectos mentirosos de señalización e inventarios turísticos o diagnósticos mediocres, ni hacer creer que con Resoluciones Regionales se generan “rutas turísticas”, o que los museos - por sí mismos- y con un concepto caduco de “depósito de materiales culturales”, generan destinos turísticos.

A manera de sana provocación, nos adelantamos en la identificación de un “paquete de intervenciones” que puedan discutirse y priorizarse:

1. PORCÓN. Modelo exitoso de gestión comunitaria. Turismo en sana convivencia con otras actividades sociales y económicas. Ícono del turismo vivencial en Cajamarca. PLAN: Mejora de servicios en alimentación y guiado. Fortalecer las potencialidades de su patrimonio cultural identificado: puesta en valor de sitios arqueológicos.
2. CAJAMARCA. cuna del mestizaje y de la Nación. No podemos dejar de reconocer la recuperación del Cuarto de Rescate y la generación de un nuevo espacio peatonal. PLAN: (i) Recuperación del “barrio Belén” – “barrio de los artistas y artesanos”: veredas de la plazuela, tratamiento adecuado de nuevas estructuras en edificaciones aledañas (puertas de metal reñidas con el Reglamento del Centro Histórico; tanques de agua y antenas). Uso social de este espacio. (ii) Resolver el problema de mototaxis, combis y estacionamiento vehicular. (iii) Enfrentar de manera académica, legal y laboral el servicio de guiado; (iv) Evaluación y mejora del turismo en iglesias coloniales; (v) Recuperación y puesta en valor de testimonios urbanos del “Encuentro de los dos mundos”: camino inca Baños – Cajamarca, calle el Inca, Plaza de Armas, Santa Apolonia; (vi) Relanzar la candidatura de Cajamarca como Patrimonio de la Humanidad.
3. CUMBE MAYO. Joya de nuestro patrimonio natural y cultural. PLAN: (i) Saneamiento legal; (ii) Involucramiento de la comunidad en la gestión del sitio; (iii) Pavimentación de la vía de

- acceso; (iv) Desarrollo de proyecto artesanal, con enfoque de identidad cultural y manejo micro empresarial.
4. BAÑOS DEL INCA. Patrimonio termal e histórico de primer orden. Fue el “primer escenario del encuentro de Atahualpa con los conquistadores”. Mientras en otros lugares se optimiza el uso turístico y económico del agua termal, aquí buscamos de enfriarla para satisfacer necesidades hídricas. PLAN: (i) Mejorar el servicio en la infraestructura termal; (ii) Revisar, actualizar y ejecutar Plan de Ordenamiento Urbano. (iii) Mejorar la propuesta gastronómica.
  5. OTUZCO. Testimonio pre-inca de la cultura Caxamarca. Con muy buen acceso pero deficientes servicios. PLAN: (i) Mejora de zona de estacionamiento y servicios higiénicos; (ii) Implementación de servicio de cafetería; (iii) Desarrollo de proyecto artesanal, con enfoque de identidad cultural y manejo micro empresarial.
  6. EVENTOS ARTÍSTICO-CULTURALES. El turista no sólo viene a conocer el patrimonio natural y cultural de Cajamarca. Desea conocer y compartir nuestras manifestaciones folklóricas, busca espacios seguros de esparcimiento y entretenimiento. Se debe institucionalizar y promover la presentación de espectáculos como: (i) La cantata del Claroscuro del rescate; (ii) Velada de presentación de danzas folklóricas; (iii) Presentaciones de luz y sonido en Baños del Inca, Cumbe Mayo y Otuzco.

Una vez que logremos consolidar los actuales lugares y servicios turísticos básicos, podremos plantearnos la ampliación de nuevos elementos que conformen y posicionen a Cajamarca como destino turístico, y nos permitan reinsertarnos en el Circuito Turístico Nor Oriental. Nunca es tarde. Necesitamos una visión motivadora, un equipo comprometido, honestidad y eficiencia en la gestión, y mucho, mucho amor a nuestra tierra y sus reales posibilidades de desarrollo. ¡A trabajar!

**Jorge G. León Zevallos**

*Gerente de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca*