

**GOBIERNO REGIONAL CUSCO
DIRCETUR CUSCO**

**PLAN ESTRATEGICO REGIONAL DE
COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO
DE CUSCO 2004-2008**

DIAGNOSTICO SECTORIAL

DIAGNOSTICO SECTOR TURISMO

En la Región Cusco, la actividad turística está identificada como una de las principales potencialidades de desarrollo económico. Se sustenta por la inmensa cantidad y diversidad de recursos turísticos históricos, culturales y naturales que posee; permitiéndole una oferta variada capaz de atender una demanda amplia de diferentes tipos y formas de aprovechamiento turístico que se viene desarrollando en el ámbito nacional e internacional.

A pesar de que la actividad turística de la Región está poco desarrollada y enfocada a determinados destinos turísticos, se percibe un crecimiento sostenido del flujo de turistas con el consecuente beneficio e impacto en la Región y el país. En torno al aprovechamiento de recursos turísticos de la Región Cusco se han generado economías en todo el ámbito nacional, permitiendo desarrollar un cúmulo de actividades colaterales (artesanía, construcción, transportes, servicios, alimentos) que permiten la generación de nuevos puestos de trabajo. El Cusco desde muchos años es el primer destino turístico del país; atrae a turistas nacionales y extranjeros en cantidades importantes registra arribos superiores a 500,000 turistas por año (en el año 2004 visitaron un total de 883,218 turistas, de los cuales 305,411 nacionales y 577,807 extranjeros. El 50% de turistas extranjeros que visitan el Perú arriban al Cusco.

a. El Turismo a Nivel Mundial

En la actualidad, el Consejo Mundial de Turismo declara que el turismo es la industria más grande del mundo, superior a la del automóvil, acero, productos electrónicos y la agricultura. Es la llamada "industria sin chimeneas" que mueve miles de millones de dólares en el mundo, con un mercado muy dinámico que crece cada día más.

Según la Organización Mundial de Turismo-OMT, se ha convertido en uno de los fenómenos más importantes de la vida moderna y un factor primordial de desarrollo económico social en los pueblos, principalmente por los factores siguientes:

- Su habilidad para generar divisas
- Su capacidad para crear empleo
- Su efecto multiplicador en la economía de los diferentes países
- Su papel como generador de nuevas actividades, en particular la creación de pequeñas y medianas empresas.

Ha crecido explosivamente en los últimos 50 años, y todas las previsiones hacen pensar que será la gran industria del siglo XXI, con enorme movimiento tanto en visitas como en ventas.

El mundo, necesitará menos hoteles de lujo (dado el mayor crecimiento del turista de clase media, que del que viaja por negocios con costosas cuentas de trabajo) y más alojamientos de tres estrellas, lugares de recreación y restaurantes de estilo familiar

Importancia del Turismo Mundial

- El año 2000 viajaron 697 millones de personas y se espera 937 millones para el 2010
- El gasto mundial por Turismo para el año 2000 se estima en 477 mil millones de US \$

- Gasto Promedio mundial por turista US\$ 680
- Desde hace 50 años el turismo crece a una tasa promedio del 7%
- El Turismo representa el 12.5% de las exportaciones mundiales
- En el 83% de todos los países del mundo, el turismo es una de las cinco actividades generadoras de divisas.
- En el 38% de los países es la principal fuente de divisas.
- Se crearon empleos por 310 millones de hombres y mujeres (uno de cada nueve empleos en todo el mundo)

b. Turismo Nacional

Desde 1980, el Perú ingresó a un progresivo proceso de aislamiento social y político en el contexto internacional, hasta 1992, donde la imagen en el exterior se fue deteriorando, existía poca credibilidad para la reinserción en el sistema económico -financiero internacional, al estar sumido en una peligrosa inestabilidad social y política. Es decir, el Perú se presentaba internacionalmente como un país de alto riesgo.

En 1993 es que reaparece la posibilidad de viajar por el territorio nacional, al iniciarse un proceso de recuperación, superándose progresivamente los problemas mencionados, reflejándose en el turismo interno y receptivo que cada vez es más creciente y sostenido.

Las acciones del Gobierno han influenciado sustancialmente para la obtención de este nuevo entorno, tales como: la reforma del Estado, la estabilización económica y la pacificación nacional; es decir, la desactivación del rol intervencionista del Estado, mediante la aplicación de políticas de libre mercado, control de la inflación, crecimiento del PBI, reinserción en el sistema económico internacional y el control de los problemas socio-políticos.

El periodo de recesión de la actividad turística, ha influido en los niveles de calidad de los servicios, afectando la capacidad instalada de la planta turística, debido al cambio de uso o cierre de operaciones por la poca demanda; resultado que hoy es imperativo revertir.

Tomando en cuenta que los establecimientos de hospedaje en condiciones aceptables para el turismo representan únicamente un 30% de la capacidad instalada (3, 4 y 5 estrellas), se constata el gran reto de invertir en la ampliación de estas categorías; por consiguiente, corresponde al Estado, facilitar su operatividad a través de dispositivos de orden fiscal y apoyo promocional.

En restaurantes y afines, las limitaciones son menos graves que las que afronta la hotelería, ya que la puesta en marcha de estos servicios es más rápida, requiere de menor inversión y su operación es menos complicada.

Las Agencias de Viajes y Turismo, no requieren de mayor inversión en activo fijo, pero los operadores en turismo necesitan de la conjunción de esfuerzos con el sector público para una mejor comercialización de los productos turísticos peruanos, a través de un Plan de Marketing eficaz. Del mismo modo, es necesario establecer normas adecuadas de protección al turista.

Existen temas que requieren una acción coordinada y un manejo eficiente para la expansión de la actividad turística nacional, entre ellos destacan:

- La desregulación y la globalización en el transporte aéreo internacional, que determina una mayor competencia, con lo cual se estarán presentado mejores niveles de calidad y tarifas accesibles.
- El crecimiento del mercado interno, ha logrado cierto desarrollo en el transporte aéreo doméstico, en el mejoramiento de equipos, capacidad, sistemas de reservas,

nuevas rutas, cumplimiento de itinerarios y mejores tarifas. Sin embargo, es necesario contar con políticas más efectivas que faciliten la modernización y cobertura de la aviación civil.

Según MONITOR COMPANY, históricamente las características del desarrollo del turismo peruano, son las siguientes:

Discontinuidad: cambios constantes en política, objetivos y prioridades gubernamentales han impedido el desarrollo y han generado desconfianza entre los participantes.

Falta de Visión Estratégica en Común: sin tener una visión en común, las metas, prioridades y objetivos muchas veces se toman contradictorias.

Definición de Roles: Históricamente los sectores público y privado han tenido entre ellos problemas de credibilidad y desconfianza.

Uno de los rubros del turismo que ha experimentado mayor y rápido crecimiento es el ECOTURISMO O TURISMO ECOLÓGICO, demandada por aquellos visitantes que buscan interactuar en lugares no muy concurridos, apreciar la flora y fauna en su estado natural y conocer la vida y costumbres de pueblos más remotos.

Merece connotación especial, las áreas naturales protegidas por el Estado con gran potencial turístico, y que integran el Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (SINANPE).

La Demanda Turística

Está comprobado que el turismo es un elemento dinamizador de la economía del país, por cuanto es fuente generadora de divisas y empleos, factor de expansión del mercado nacional y de la redistribución del ingreso. En materia de inversión es de más rápido y seguro retorno.

Para la CANATUR, "el Sector Turismo no es solamente un importantísimo factor estratégico de desarrollo, sino también es uno de los pocos caminos que el Perú tiene para acelerar su desarrollo y el acceso a este nuevo milenio en condiciones favorables para la población".

En esta perspectiva, y en la meta de crear más habitaciones, la CANATUR en 1996, formuló la siguiente propuesta:

- Terminar los hoteles que empezaron a edificarse,
- La reconversión de los hoteles de una y dos estrellas, a hotel de tres estrellas que los turistas usan, generalmente,
- Parámetros Financieros: Palanqueo Financiero (75/25), garantía hipotecaria del propio inmueble, plazos no menores de 6 a 8 años e intereses equivalentes al 14% anual al rebatir.

Una síntesis de la problemática de la demanda turística nos muestra lo siguiente:

- Reducido número de turistas internacionales que arriban al Perú, representando el 3er lugar, entre los últimos países de Centro y Sur América, seguido por Paraguay y Bolivia.
- Concentración de visitantes en un número limitado de sitios turísticos: Lima Nazca, Cusco, Machu Picchu, aún cuando el Perú dispone de un gran potencial de sitios turísticos.
- Retardo en el proceso de recuperación del flujo turístico del Mercado Europeo.
- Los altos costos de viaje al Perú, en comparación con otros países vecinos.

Las Instalaciones Turísticas

La capacidad instalada de los servicios turísticos en el país presenta las siguientes características:

- Las tasas de ocupabilidad en los establecimientos de alojamiento de lujo (4 y 5 estrellas) es cercana al 50%; siendo el promedio en su conjunto de todas las categorías el 32.3%
- La concentración de la inversión en alojamientos en Lima y escasez de inversión en sitios turísticos en el resto del país, es evidente aún al no haberse establecido claramente las categorías de alojamiento por regiones y clases; observándose la ausencia de hoteles de 4 y 5 estrellas, con excepción de Lima.
- La presencia de edificaciones históricas de estilo colonial, en patrimonios culturales que puedan ser aprovechados para ser convertidos en alojamientos, son muy populares entre los turistas extranjeros.
- A nivel nacional se estiman en más de 190 los museos, de los cuales el 70% son públicos y 30% privados.
- Aproximadamente 370 fuentes de aguas termales existentes en el Perú, sólo el 50% son aprovechados.
- Las deficientes instalaciones para los servicios de transporte acuático en todo el país, exige invertir para el aprovechamiento turístico, en terminales de pasajeros, embarcaderos, atracaderos, etc.
- De igual modo se observa deficientes instalaciones para los servicios de transporte terrestre, como la señalización del tráfico vehicular para de uso turístico.

La Infraestructura

Los deficientes sistemas de infraestructura vial (carreteras, ferrocarriles, terminales), la necesidad de mejorar las instalaciones de servicios básicos y de comunicaciones se torna prioritario para promover el turismo a nivel nacional, la necesidad de mejorar el suministro de agua, sistema de drenaje, tratamiento de los desechos sólidos, el desarrollo de la electrificación, y de comunicaciones.

La Conservación del Ambiente y Desarrollo Social

El desarrollo de las actividades turísticas debe conllevar a la conservación del ambiente natural para contribuir al desarrollo social. Es así que, entre los temas de mayor importancia a tenerse en consideración en un proceso de desarrollo turístico se tiene:

- Insuficiente conocimiento sobre los temas ambientales de sus leyes y de las regulaciones entre el sector público y privado así como entre la población local.
- Se observa insuficiente control y administración de los recursos turísticos, en particular en las Áreas Naturales Protegidas, inadecuado Programa de Adecuación y Manejo del Medio Ambiente (PAMA), que incluye el control de recursos naturales. Ausencia de aplicación de los Estudios de Impacto Ambiental (EIA) incluyendo aquellos elaborados para los proyectos de desarrollo turístico, entre otros.
- Administración deficiente y de coacción en la protección y conservación forestal, incremento de actividades ilegales (caza furtiva, tala irracional).
- Ausencia de guías y criterios para el ecoturismo.
- Ausencia de estándares de seguridad para el ecoturismo y/o turismo de aventura.
- Carencia de especialistas que intervengan en el desarrollo participativo de la población local y en el desarrollo turístico. La limitada participación de las

comunidades autóctonas en la actividad turística, originada por la insuficiente educación y conocimientos de los servicios turísticos, formas de vida occidental y lenguas extranjeras.

- Los problemas financieros, la falta de administración y técnicas agrícolas, dificultan a los agricultores locales ofrecer y vender sus productos a los establecimientos turísticos.
- Insuficiente organización de los productores artesanales, no les permite establecer canales de comercialización adecuados por la fuerte intermediación y detallistas que les impide desarrollarse convenientemente

La Conservación de los Recursos Turísticos Culturales e Históricos

El patrimonio cultural constituye uno de los rubros importantes para el desarrollo de la actividad turística nacional; sin embargo, los insuficientes recursos presupuestales asignados a las instituciones responsables de su conservación, no les permite lograr su cometido. Estas instituciones son: el INC, las Municipalidades y los Gobiernos Regionales.

Con excepción de la Municipalidad de Lima y algunas otras capitales de departamento, los gobiernos locales no participan en la conservación del patrimonio cultural, dejando esta tarea al INC.

La participación del sector privado es escasa en la preservación de los recursos turísticos culturales (solo tenemos la Fundación Wiese y la Compañía Backus). No existe una asociación entre las empresas privadas y del Estado, que permitan el aprovechamiento turístico del patrimonio cultural que genere recursos económicos para su conservación.

Las comunidades locales tienen poca identificación con los recursos arqueológicos; sin embargo, existe gran posibilidad de atraer al desarrollo turístico, las acciones de participación de las comunidades locales

c. Regional

El Turismo en su condición de desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que realizan actividades de recreación, descanso, cultura, aproximación con la naturaleza, salud, peregrinación religiosa, etc. Constituye un movimiento temporal que genera múltiples interrelaciones de importancia económica. Como actividad llega a materializar innumerables deseos y anhelos personales.

La Región Cusco goza de un privilegio turístico reconocido a escala mundial, por dos aspectos fundamentales:

- Su legado monumental, histórico - cultural y.
- Su propia Configuración Geográfica.

Además, alberga a una de las ciudades más reconocidas en el ámbito mundial; Cusco, "Qosqo, el Centro del Mundo", la ciudad ha sido reconocida como "Capital Arqueológica de Sudamérica", Según Ley N° 7688 promulgada el 23 de enero de 1933. "Ciudad Monumental, Histórica y Legendaria", testimonio vivo de una raza que permanece vigente en el tiempo y en el espacio, exponente de las culturas Pre Inca, Inca, Colonial y Republicana. Reconocida también como "Patrimonio Cultural del Mundo" en la Séptima Convención de Alcaldes de las grandes ciudades del mundo en Milán 17-19 de Abril de 1978. Alberga en sí, un sinnúmero de restos arqueológicos que constituyen el legado más grande y hermoso en el mundo entero.

De lo anterior se deduce que la actividad turística es uno de los principales potenciales de desarrollo en todo el ámbito regional, sustentada lógicamente por la cantidad y diversidad de los atractivos turísticos naturales y culturales.

La Región Cusco por la variedad turística que presenta, permite y hace posible un

desarrollo a largo plazo de la actividad turística. De tal manera debe ser considerado como un eje estratégico de desarrollo no solo para la región sino para el país.

Además, se menciona que la actividad turística ha permitido desarrollar un cúmulo de actividades colaterales (artesanía, construcción, transportes, servicios, alimentos, etc.), los cuales permiten la generación de puestos de trabajo y coadyuva a la lucha contra la pobreza.

PRINCIPALES PROBLEMAS DEL TURISMO

Deficiente calidad de servicios.- Considerando el nivel o estándar de calidad de servicios en el ámbito internacional, los servicios ofertados en la actividad turística están por debajo de éstos. Sin embargo, tomando como referencia la calidad de servicios en el ámbito nacional, la de Cusco es aceptable. Un elemento que incide de sobremanera en este problema, es la creciente presencia de operadores informales y la poca o ninguna conciencia turística de parte de la población en general.

Insuficiente y deficiente infraestructura.- Esta problemática está referida principalmente a la infraestructura de transporte, existen muy pocas carreteras que cumplan los estándares de operación, la gran mayoría de vías de acceso a los centros turísticos están en condiciones precarias de operatividad. El problema se agudiza más si se considera que la gran mayoría de atractivos turísticos no cuentan con vías de acceso que posibiliten su explotación. Los principales centros de destino turístico, apenas cuentan con una vía de acceso (explotada monopólicamente) y el principal medio de acceso al Cusco (el aeropuerto Velasco Astete) tiene un sistema de operación de horario de capacidad reducida, con una vida útil próxima a concluir.

Normatividad inadecuada.- La actual normatividad existente es abundante pero intrascendente. Esta normatividad está basada e inspirada en principios que no están acordes con nuestra región, los mismos que han sido concebidos para otro tipo de realidades y tiempos. La legislación actual desalienta el desarrollo de la actividad en el ámbito local promoviendo monopolios y, por el lado del Estado la multiplicación de instituciones e instancias con superposición de roles que debilitan al Sector.

Escasa promoción.- Las instituciones nacionales (PromPerú) que tienen como función principal promover al Perú como destino mundial, tienen la concepción errada de que el Cusco "se vende solo", limitando su promoción.

Descoordinación intersectorial.- A más de haberse multiplicado el número de instancias e instituciones que tienen que ver con el turismo (INC, INRENA, OFEC, UGM, DRIT, COPESCO, etc.) el nivel de concertación y coordinación entre estas instancias es nula.

Oferta poco diversificada.- La oferta turística se centra en un pequeño número de centros turísticos explotados limitadamente desde hace tiempo atrás (Machupicchu, Cusco ciudad, Valle Sagrado), no existen intentos serios en diversificar la oferta turística considerando las ingentes cantidades de recursos turísticos de diferentes tipos existentes en el ámbito regional; además, no se realizan esfuerzos para su puesta en valor.

Actividad altamente sensible.- La actividad turística se caracteriza por ser una de las actividades más sensibles a los diferentes eventos que ocurren a nivel interno (paros, huelgas, marchas y contramarchas del gobierno, etc.) y externo, afectan negativamente al turismo.

Actividad ajena a la población.- El actual modelo de explotación turística, es inadecuado, en cuanto los beneficios generados no se revierten en un gasto social que genere desarrollo.

ANÁLISIS DE LOS INDICADORES DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

De acuerdo al cuadro N° 01 a partir del año 1993, el flujo de turistas extranjeros hacía Cusco, empezó a crecer de manera sostenida. De 69,381 en 1993 a 358,503 en el 2000, notándose una declinación en el año 2001.

Este crecimiento ha estado acompañado por una expansión en la oferta hotelera que se refleja en el incremento de la capacidad instalada tanto de habitaciones como de camas. En el año 2000, se contaba con 501 establecimientos registrados, 7,153 habitaciones y 14,377 camas, probablemente, la oferta de habitaciones y camas sea aun mayor, debido a que existe un sector informal que no está registrado. Sin embargo, al 2001 se observa un decrecimiento considerable en la capacidad instalada (véase cuadro N° 02)

A pesar de la oferta que se ha incrementado sustancialmente en la década del noventa, existen serias limitaciones que afectan las posibilidades de incrementar el número de visitantes, entre otros está la baja calidad de los servicios, que se encuentran por debajo de los estándares internacionales y el alto costo del transporte.

Cuadro N° 01

Región Cusco: Arribo de Visitantes Nacionales y Extranjeros: 1990 – 2001

Año	Visitantes			Variación %
	Nacional	Extranjero	Total	
1990	151,390	69,306	220,696	
1991	136,402	40,052	176,454	-20.05
1992	196,530	45,734	242,264	37.30
1993	229,974	69,381	299,355	23.57
1994	257,772	132,149	389,921	30.25
1995	263,354	180,820	444,174	13.91
1996	247,415	215,915	463,330	4.31
1997	248,963	218,752	467,715	0.95
1998	227,181	269,762	496,943	6.25
1999	231,850	330,627	462,477	13.19
2000	220,785	358,503	579,288	2.99
2001	203,540	329,303	532,843	-8.02

Fuente: Oficina de estadística DIRCETUR-Cusco

- **Servicios Turísticos en la Región Cusco- Calidad y Cobertura**

De acuerdo al cuadro N° 02 se puede indicar que la infraestructura hotelera de la Región Cusco a diciembre de 2001 tenía 474 establecimientos de hospedaje con un total de 5,939 habitaciones, de las cuales 56 establecimientos corresponden a las categorías de 3, 4 y 5 estrellas, y 418 establecimientos de menor categoría.

Respecto a los estándares internacionales establecidos para el turismo receptivo, la infraestructura hotelera y de servicios existente en la Ciudad del Cusco, es todavía insuficiente.

Cuadro N° 02

Región Cusco: Infraestructura Hotelera 2001

Categoría	Numero de		
	Establec.	Habitac.	CAMAS
5 Estrellas	2	380	716
4 Estrellas	2	169	332

3 Estrellas	53	1,513	2,971
2 Estrellas	82	1,201	2,466
1 Estrella	100	998	1952
S/C	334	3,235	5,976
Albergue	2	11	54
Casa/Hosp.	80	242	450
(*) Total	655	7,749	14,917

FUENTE : Reporte de Información de Hospedajes.

ELABORACION : Oficina de Estadística e Informática-DIRCETUR

(*) Las cifras son referidas al año 2001

Las Agencias de Viaje y Turismo el año 2000, se registraron en número de 313 empresas y se clasifican como 2 mayoristas, 277 minoristas y 34 mixtos.

Los Profesionales responsables de orientar, asistir e informar a los visitantes (guías oficiales de turismo); en la ciudad del Cusco son 490, de estos, 06 guías de montaña, 34 guías prácticos naturistas del Manu, 58 guías prácticos de idiomas no común (alemán y japonés), 31 guías de canotaje y 109 son arrieros y/o porteadores de Turismo (véase cuadro N° 03)

Cuadro N° 03

Región Cusco: Guías de Turismo – Autorizados 2000

Especialidad	2000
Guías Oficiales de Turismo	252
Guías Prácticos en Idioma no Común	58
Guías Prácticos Naturalistas del Manu	34
Guías de Canotaje	31
Guías de Montaña	6
Arrieros y/o Porteadores de Turismo	109
TOTAL	490

FUENTE : DIRCETUR-Cusco - 2001

RESUMEN DE LA PROBLEMÁTICA

Se puede deducir que la problemática se resume en lo siguiente:

INFRAESTRUCTURA

- Inadecuada e ineficiente infraestructura vial no permite el desarrollo de destinos turísticos en la Región.
- El actual aeropuerto está saturado, no garantiza una adecuada atención a una demanda cada vez más creciente.
- El transporte a Machupicchu pronto llegará a un nivel de saturación.
- Los actuales atractivos turísticos tradicionales carecen de servicios básicos, (servicios higiénicos, módulos de información e interpretación, señalización, accesibilidad peatonal y vehicular, museos de sitio, evacuación de residuos sólidos, etc.)
- Insuficiente infraestructura para atender al turismo con discapacidad.

PROMOCION

- Carencia de un plan de marketing y promoción de nuestros atractivos.
- Los nuevos atractivos turísticos no están debidamente promocionados.
- Escasa participación en la promoción por parte del sector privado.
- Inadecuada promoción de nuestro patrimonio cultural y natural

NORMATIVIDAD

- El marco legal que rige el turismo en el país, carece de políticas de descentralización, no se adecuan a la realidad de las regiones.
- La reglamentación para los prestadores de servicios turísticos no están actualizadas.

CALIDAD DE SERVICIOS

- Una gran parte de prestadores de servicios turísticos carecen de competitividad, idoneidad, ética y calidad de los servicios que ofrecen.
- El 80% del personal de las empresas no es especializado.
- Los horarios de ingreso a atractivos turísticos no son accesibles a los visitantes, siendo su atención limitada y corta.
- La relación precio-calidad, tiene un manejo inadecuado por los prestadores de servicios turísticos.

MEDIO AMBIENTE

- El crecimiento desordenado de construcciones en los diferentes recursos culturales y naturales, provocan un impacto ambiental negativo.
- La gestión ambiental para el tratamiento de residuos sólidos, sistemas de colección de aguas servidas, polución, ruidos y proliferación de avisos, requiere mayor atención.
- Comercialización indiscriminada de flora y fauna silvestre en los atractivos turísticos, permite la extinción de especies.

SEGURIDAD

- Los atractivos turísticos del Departamento son inseguros y los agravios a los visitantes afectan la imagen turística del país.

INSTITUCIONALES

- El manejo de la actividad turística está a cargo de varias instituciones, creándose una superposición de funciones, propiciando ineficacia e ineficiencia en la aplicación de las normas y políticas.
- La normatividad actual permite la presencia de operadores turísticos informales.
- Las políticas de turismo existentes no permiten el impulso del turismo interno.

ECONOMICOS

- Existencia de empresas monopólicas, por la carencia de políticas de incentivos a la inversión local, causan discriminación a los inversionistas locales frente a la inversión extranjera.
- Las restricciones presupuestales y los escasos recursos financieros no permiten la ejecución de proyectos de desarrollo regional.

- Los recursos económicos captados por ingresos a los atractivos y los impuestos no son revertidos en el Departamento, afectando al desarrollo socio económico de la población.

INFORMALIDAD

- Los operadores turísticos informales, son agentes de evasión de impuestos, competencia desleal y desorden.
- Generalmente las estafas, robos e incumplimiento de los servicios pactados son provocados por el sector informal.

CONCIENCIA TURISTICA

- La población no ha tomado conciencia de la importancia socio económica de la actividad turística, existiendo conductas y actitudes negativas.
- Los prestadores de servicios turísticos, adoptan conductas discriminatorias contra los visitantes nacionales.

DIAGNOSTICO SECTOR ARTESANÍA

La actividad artesanal, definida por su rentabilidad social, su rentabilidad económica, así como por ser una ocupación que crea oportunidades de inversión y generación de divisas para el país, se desarrolla a través de talleres de naturaleza familiar y unipersonal, cuyo común denominador es la producción de una diversidad de artículos, con una inagotable gama de formas y estilos destinados al uso y al consumo en el mercado interno como en el mercado internacional.

La Región Cusco, espacio socio-cultural y geográfico privilegiado por su rica tradición histórica, su diversidad ecológica y consiguiente riqueza natural, cuenta con sustanciales ventajas comparativas respecto a otras regiones:

1. Raíces histórico-culturales que afirman su desarrollo y han permitido mantener y perfeccionar habilidades innatas de destreza y creatividad que aseguran supervivencia a través del tiempo.
2. Amplia y diversa gama de líneas de producción, más de 20 especialidades, acorde con la tradición, así como las exigencias de modernidad del mercado internacional.
3. Disponibilidad de materias primas de excelente calidad y generalmente de exclusiva explotación: arcilla de diferentes calidades, textura y tonalidades; piedras preciosas y semi preciosas, metales como el oro, el cobre; plantas con capacidad tintorea como el nogal, el molle, la tara y otras, maderas de diversas calidades, fibras vegetales en una inagotable variedad; pieles y fibra de alpaca, llama, lana de oveja, canteras de yeso y otros minerales no metálicos.

PROBLEMÁTICA GENERAL

A. PRODUCCION

- Dispersión geográfica y productiva de las unidades y talleres, con marcada incidencia en el área rural y desarrollo de la actividad a partir de experiencias unilaterales y reserva personal de innovaciones y/o descubrimientos.
- Actividad complementaria en el área rural a las prácticas agrícolas y ganaderas de subsistencia en el área urbana.

- Variedad y dispersión de la producción centralizada en los mismos talleres con una diversificación que responde a las necesidades de la demanda así como a la creatividad del artesano.
- Producción unitaria y en pequeña escala a partir de talleres unipersonales y/o familiares, que son la expresión peculiar y generalizada de la actividad artesanal en la Región.

B. ABASTECIMIENTO DE MATERIA PRIMA E INSUMOS

- Utilización indiscriminada de recursos naturales, depredación y distribución desigual de los mismos.
- Limitada oferta de insumos en calidad y volúmenes, lo cual incide en la productividad y calidad de las obras finales.

C. FINANCIAMIENTO

Sistema generalizado de autofinanciamiento de la producción, por desconocimiento de los sistemas formales de crédito y mecanismos básicos de gestión por parte del artesano, así como por la falta de garantías reales exigidas por la banca comercial.

D. TECNOLOGÍA EMPLEADA

Utilización de tecnología tradicional como alternativa a los problemas de dependencia tecnológica, unida al uso de herramientas e implementos rudimentarios inciden en la práctica de procesos simples, con una limitada división técnica del trabajo.

E. DISEÑO

Los diseños en los productos artesanales, tienen un elevado componente tradicional, que se manifiesta en la copia de iconografía inca y pre-inca, sin considerar las exigencias del mercado internacional que demanda innovación, en función a la evolución de la moda.

F. COMERCIALIZACION

La comercialización variable, secuencial al proceso productivo en la actividad artesanal, es una continuidad practicada tradicionalmente por el artesano productor o jefe de taller en forma directa, como ofertante directo. Este mecanismo paraliza total o parcialmente la producción durante el proceso de comercialización, problemática que se acentúa con la participación en ferias, ruedas de negocios u otros.

G. CULTURA EMPRESARIAL

El artesano, en la conducción de su micro-empresa, observa y practica una actividad tradicional, resistente al cambio, muy poco proclive al riesgo, con rasgos autoritarios y verticales en la toma de decisiones, con proyecciones a corto plazo y dependencia de un Estado paternalista..

H. FACTORES QUE LIMITAN LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR EMPRESARIAL EN LA REGION

Las consideraciones expuestas líneas abajo, se adecuan a las características observadas en la actividad artesanal.

- a) El empresario no toma en cuenta la calidad del producto como un factor de competitividad.
- b) Limitadas condiciones del empresario para acceder al financiamiento.
- c) Escaso interés por el conocimiento, procesamiento y manejo de la información para ejercer la toma de decisiones; alejándose cada vez más del entorno inmediato.

- d) El empresario regional prioriza la experiencia en el proceso de toma de decisiones, relegando el conocimiento básico.
- e) Son empresarios resistentes al cambio, porque se aferran a lo tradicional.
- f) El empresario manufacturero de la Región se nutre de sus desaciertos como una simple experiencia pasiva, lo que incide en su baja productividad.
- g) Los empresarios toman decisiones, sin una visión profesional ni técnica, lo que les limita aprovechar las oportunidades que ofrece el entorno.
- h) No tiene perspectiva de desarrollo en el mediano y largo plazo.
- i) Tienen una débil perseverancia para el logro de sus metas individuales y empresariales.
- j) Tienen una débil confianza en sí mismos, actitud que incide en la toma de decisiones.
- k) En el desempeño gerencial del empresario, se registra un alto grado de desperdicios de sus recursos; destacando la capacidad ociosa en maquinarias y equipos, y finalmente desperdicios en materiales en general.
- l) No existe una avidez por capacitarse en las diferentes áreas del conocimiento y la técnica.
- m) No muestran mucho interés por utilizar tecnología competitiva, lo que limita el acceso a nuevos mercados.
- n) Existe una necesidad permanente de apoyo financiero, tecnológico e información.

La actividad Artesanal cumple un importante rol en la economía regional debido a sus características de producción como son los bajos montos de inversión por plaza de trabajo, el empleo de tecnología tradicional, el uso de recursos naturales, así como el alto índice de valor agregado que presentan las obras finales, constituyendo una de las principales alternativas de empleo y fuente de ingresos de numerosas familias.

El proceso de globalización que abre el mercado y por consiguiente la competencia internacional exige que la Artesanía desarrolle ventajas competitivas en un marco de cultura de innovación y cambio, con capacidad de producción y sostenibilidad de acuerdo a la demanda cada vez más exigente del mercado y fundamentalmente del acceso a la información y al conocimiento.

En este contexto, la artesanía regional a pesar de tener ventajas comparativas, enfrenta una problemática interna y externa que limitan su acceso al mercado en forma competitiva.

La producción se da en forma dispersa y en pequeña escala, con uso de tecnología tradicional, diseños tradicionales y repetitivos que no responden a la demanda internacional y tendencias de moda.

La comercialización tiene una estructura que se basa en diversos canales de intermediación que limitan la circulación fluída del producto.

El escaso nivel de cultura empresarial del **artesano**, su resistencia a la innovación así como al manejo de tecnología de punta en información, así como el sistema generalizado de autofinanciamiento y los niveles limitados de gestión, forman parte de la problemática artesanal de la región.

DIAGNOSTICO SECTOR COMERCIO EXTERIOR

Perú tiene más de 14.5 millones de pobres de los cuales más de 6.5 millones se encuentran en extrema pobreza

En la Región Cusco el 43 % se encuentra en situación de pobreza, de los cuales el 11.10 son pobres extremos, 40.70 % son muy pobres, 40.70 % son pobres el 7.4 % se encuentran en situación regular y no hay población en situación aceptable

Lima concentra el 43.5 % del PBI, le sigue la Región Loreto 6% y en último lugar figura Madre de Dios con 0.3%

El 67 % de las empresas exportadoras realizan sus actividades en Lima o han situado sus Oficinas principales en dicha ciudad.

Los puntos de salida que concentran las exportaciones peruanas son el Puerto de Callao y el Aeropuerto Jorge Chávez con un 67 %¹

Los niveles de pobreza están correlacionados con las exportaciones.



¹ Fuente: Dirección Nacional de Descentralización y Cultura Exportadora. Exposición de Rosa Montero Directora Nacional en Noviembre 2003

Las exportaciones en el año 2002 fueron de US \$ 7,588 millones, según el Banco Central de Reserva del Perú, lo que significó un incremento de más de 9 % respecto al 2001. Las exportaciones de bienes no tradicionales, se incrementaron en 3.6 % alcanzando los US \$ 2,276 millones

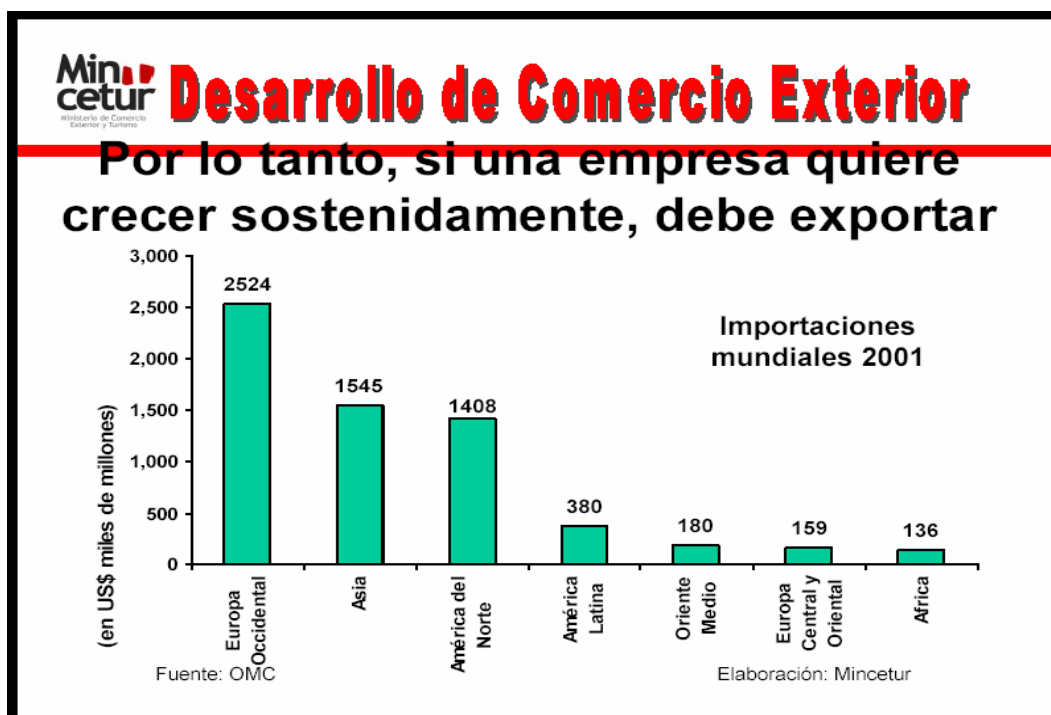
A pesar de ello las exportaciones peruanas siguen siendo principalmente con poco valor agregado. Nos falta mejorar mucho para alcanzar a nuestros vecinos. Somos de los países que aumentaron sus exportaciones en menos de 100 % entre 1980 y 2002.

Las exportaciones cusqueñas, no han tenido el apoyo del Estado, durante los últimos años.

La Región Cusco, en lo que se refiere a exportaciones, pareciera que se hubiera paralizado, dado que al igual que la década de los 80, la oferta exportable está constituida principalmente por los productos agropecuarios siguientes: café, maíz blanco de Urubamba, cacao, achiote y palillo. Son también muy importantes los productos artesanales tales como artículos de cerámica, tapices, alfombras de peletería, chompas de alpaca, réplicas de pintura cusqueña, marcos de madera tallados, muñequería, imaginería, joyería en oro y plata, entre otros.

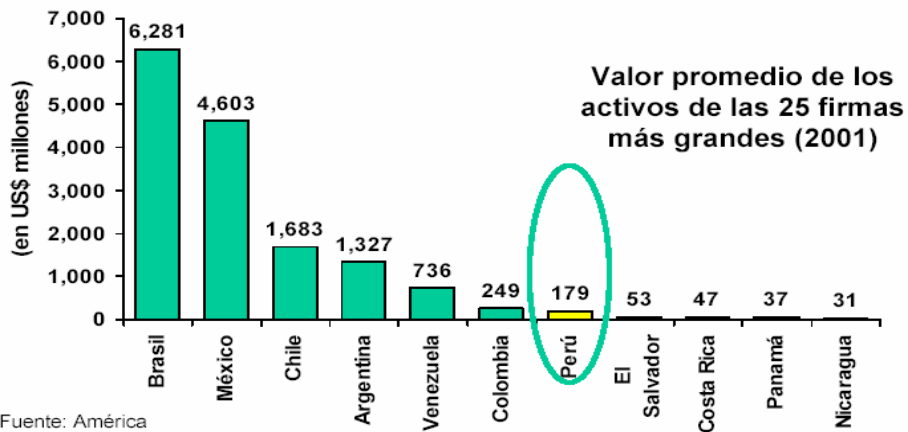
En algunos años se exportó té envasado, quinua perlada, nitrato de amonio. Se continúa exportando cerveza cusqueña que ha tenido una gran expansión. De Cusco salió en 1984 US \$ 135,612 de exportación no tradicional y US \$ 200,739 en Artesanías. Al año siguiente se exportó US \$ 136,072 en productos no tradicionales y US \$ 242,663 en Artesanía

Esta variada oferta exportadora, actualmente se opera esencialmente a través de Lima, debido a que no hay facilidades adecuadas en la región



Desarrollo de Comercio Exterior

Porque si no lo hacen, siempre tendremos empresas pequeñas



Fuente: América Economía

Elaboración: Mincetur

Desarrollo de Comercio Exterior

Sin embargo, el Perú debe seguir exportando más para alcanzar los estándares mundiales...



Fuente: Banco Mundial

Elaboración: Mincetur

La Región Cusco, potencialmente posee productos para la exportación siguientes:

PRINCIPALES

- Café
- Artesanía
 - Peletería/Alpaca
 - Tejidos de Alpaca
 - Cerámica utilitaria
 - Joyería en plata
 - Bisutería
 - Pinturas y dibujos
- Cacao Maíz blanco
- Achiote
- Menestras
- Te

POTENCIALES

- Quinoa
- Pimiento piquillo
- Páprika
- Tara
- Yakon
- Kiwicha
- Sauco
- Aguaymanto
- Palillo
- Papa organica

PRODUCCIÓN

PBI Global sectorial-Cusco(millones de soles a precio de 94)					
	1995	2001	2002	2003	Participativo
TOTAL	2,764	2,942	2,774	2,856	100%
Agricultura	318	339	422	387	13.55%
Minería	204	247	47	137	4.80%
Manufactura	164	205	192	162	5.67%
Construcción	181	158	117	139	4.87%
Servicios	1,889	1,926	1,994	2,027	70.97%

PRODUCCIÓN POR PRODUCTOS

Superficie y producción de los principales cultivos transitorios campaña agrícola 2001-2002

Provincias	Papa		Maiz Amarillo		Maiz Duro		Trigo		Cebada		Quinoa		Haba	
	Has	Ton	Has	Ton	Has	Ton	Has	Ton	Has	Ton	Has	Ton	Has	Ton
Acomayo	1,395	9,771	678	862	0	0	374	420	2,038	2,122	60	44	652	650
Anta	2,233	23,661	3,245	4,736	508	791	1,531	2,467	2,587	3,659	203	256	774	951
Calca	2,308	17,668	3,307	9,833	223	303	485	605	508	575	81	66	400	389
Canas	331	1,934	111	111	0	0	102	102	106	115	0	0	118	142
Canchis	1,420	13,215	1,765	2,771	0	0	1,293	1,992	1,096	1,402	84	86	1,430	1,863
Chumbivilcas	2,449	11,819	520	485	0	0	749	642	649	583	34	21	130	115
Cusco	648	6,412	893	1,786	0	0	348	689	597	1,176	35	63	438	878

Espinar	1,392	6,960	0	0	0	0	0	0	0	0	289	141	0	0
La Convención	887	7,983	1,494	2,241	3,745	5,474	0	0	0	0	0	0	0	0
Paruro	1,938	10,619	1,917	2,365	0	0	1,394	1,963	1,938	2,814	75	53	1,197	1,176
Paucartambo	3,202	26,089	2,140	3,048	357	536	940	1,487	4,815	7,245	37	18	2,505	2,362
Quispicanchis	4,110	36,942	2,892	6,736	91	128	537	679	1,098	1,342	75	78	702	877
Urubamba	2,184	30,622	2,011	5,976	147	250	319	638	226	527	29	52	62	71
Total	24,497	203,711	20,973	40,948	5,081	7,481	8,072	11,684	15,655	21,559	1,002	877	8,408	9,475

TECNOLOGIA+D

- Bajo nivel de tecnología, principalmente en el agro.
- No hay programas para promover la transferencia
- Falta de innovación
- Escasa investigación

CONDICIONES DE LA DEMANDA

Desempeño de las exportaciones

- ❖ Exportaciones al 2004 US\$ 268.05 millones = crecimiento de 178.3% respecto al 2003. Representa el 2.25 del total nacional.
- ❖ 370 productos, de los cuales 3 representan el 98.5% del total
 - Minerales de cobre y concentrados
 - Cátodos y secciones de cobre refinado
 - Café sin descafeinar ni tostar
- ❖ El número de empresas dedicadas a la exportación se redujo pasando de 102 en el 2003 a 95 en el 2004
- ❖ 4 empresas explican el 96.7% del total exportado (2004)
 - BHP Billiton Tintaya (cobre y cátodos) = US\$223.4 millones
 - ALCASA Export (café) = US\$12.5 millones
 - Valdivia Canal Hugo (café) = US\$11.6 millones
 - Cent. coop. Agrar. Cafetaleras COCLA (café) = US\$10.2 millones
- ❖ 40 países de destino en el 2004 vs. 33 en el 2003
- ❖ 7 destinos concentran el 91.7% del total exportado
 - China, EE.UU., Suiza, Alemania, India, Japón y Corea del Sur

EXPORTACIONES DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS

CAFÉ

Exportación: US\$40.2 millones en el 2004 = 41.8% al 2003

Empresa: ALCASA Export (40%) y Valdivia Canal Hugo (28.8%)

Destinos: Alemania (32.7%) y EE.UU. (25.8%)

CACAO

Exportación: US\$ 62.6 mil en el 2004

Empresa: Cent. coop. Agrar. Cafetalera COCLA (100%)

Destinos: EE.UU (100%)

DEMÁS OBJETOS DE ADORNO DE CERÁMICA

Exportación: US\$ 77.1 mil

Empresa: Carazas Mayanga (20.5%) y Cerámica y Arte Ruiz Caro(18.3%)

Destinos: EE.UU (58.7%)e Italia (15.2%)

DEMÁS MANUFACTURAS DE CERÁMICA

Exportación: US\$ 67.2 mil en el 2004=-76% al 2003

Empresa: Quispe Huaman (26.3%) y Artesanías INKARI (24.7%)

Destinos: EE.UU (49.3%) y Francia(26.4)

DEMÁS BALDOSAS Y LOSAS DE CERÁMICA

Exportación: US\$ 60.5 mil en el 2004

Empresa: Cerámica KANTU (100%)

Destinos: Bolivia (100%)

VAJILLAS Y DEMÁS ARTICULOS DE USO DOMESTICO

Exportación: US\$ 21.2mil en el 2004=39.9% al 2003

Empresa: Cerámicas Seminario (59.9%)y Hoyos de Lazo (8.6%)

Destinos: EE.UU(60%) e Italia(21.7%)

DEMÁS SUETERES, PULLOVERS Y CARDIGANES DE PELO FINO

Exportación: US\$ 150 mil

Empresa: Almacén Santa Beatriz (55.6%)y Cardenas de Nido (19.3%)

Destinos: EE.UU(44.6%) e Inglaterra21.4%)

DEMÁS SUETERES, PULLOVERS Y CARDIGANES DE LANA

Exportación: US\$ 34.6 mil en el 2004

Empresa: Alpaca Perú(35.6%)y Mendivil Dueñas(19.2%)

Destinos: Italia (38.3%) e EE.UU(20.6%)

CHALES PAÑUELOS DE CUELLO Y BUFANDAS

Exportación: US\$ 21.0 mil en el 2004

Empresa: AYNIART (25.9%) y Cárdenas de Nido (21.6%)

Destinos: Francia (34.2%) y Noruega(21.6%)

DEMÁS BISUTERIA

Exportación: US\$ 48.4 mil en el 2004

Empresa: Alpaca Quispe (51.4%) y Transamericana Import Export (17.9%)

Destinos: EE.UU(46.2%) y Francia (30.8%)

MAIZ BLANCO

Exportación: US\$ 574.9 mil en el 2004

Empresa: Central Valle Sagrado de los Incas (31.4%)y R. Muelle (19.4%)

Destinos: España (66.4%) y EE.UU(17.4%)

FODA DE TURISMO

FORTALEZAS

- Cantidad y diversidad de atractivos turísticos naturales y culturales, étnicos, religiosos ecológicos y paisajísticos
- Población receptiva y hospitalaria
- Oferta de servicios turísticos aceptable (establecimientos de hospedaje, restaurantes, agencias de viajes, guías)
- Existencia de Instituciones experimentadas y especializadas en turismo y gestión turística eficiente
- Productos turísticos líderes identificados
- Infraestructura vial adecuada para acceder a los atractivos turísticos
- Centros de formación y capacitación turística para preparar personal con estándares de calidad internacional
- Operadores privados con amplia experiencia y propendiendo a la calidad
- Inversión en recuperación y conservación de atractivos turísticos para la ampliación y diversificación de la oferta turística

OPORTUNIDADES

- Políticas de gobierno fomentan y promueven el desarrollo del turismo
- Cusco y Machupicchu reconocidos como importantes destinos turísticos
- Cusco ostenta el título de patrimonio Cultural de la Humanidad
- Crecimiento de las tendencias del turismo hacia el ecoturismo y el turismo vivencial
- Modernización de las comunicaciones que facilita la difusión de los atractivos
- Presencia del Perú en organismos, fóruns y ferias internacionales de turismo
- Creciente interés de inversionistas en turismo
- Creación del Ministerio de Comercio Exterior Turismo y Artesanía
- Ofertas de financiamiento para la conservación del Patrimonio Natural y Cultural
- Creciente interés de participación ciudadana

DEBILIDADES

- Algunos operadores incumplen con las ofertas, carecen de ética y calidad en la prestación de servicios
- La población Regional no esta sensibilizada con la importancia de la actividad turística y los beneficios que genera
- La planta turística debe mejorar
- Excesiva informalidad en la prestación de servicios turísticos
- Escasa promoción de la marca Cusco como producto a posicionarse en el mercado nacional e internacional
- Superposición de las funciones públicas regionales en la gestión del turismo
- Incipiente promoción del turismo interno regional

- Mínimas estrategias para atender las nuevas tendencias del mercado turístico
- Insuficiente participación en el desarrollo del turismo en la mayoría de los gobiernos locales
- Masificación de algunos productos turísticos
- Problemática ambiental

AMENAZAS

- Dependencia presupuestal y administrativa del gobierno central
- Ingresos captados por turismo en la Región, se administran por instituciones centrales
- Población en condición de pobreza y extrema pobreza demandan mayor atención básica
- Existencia de empresas transnacional y monopolios en la operación del turismo
- Inestabilidad político social nacional
- Problemática ambiental
- Falta de apoyo e incentivo al desarrollo del Turismo.

FODA DE ARTESANIAS

FORTALEZAS

- Creatividad local, sustentada en una base histórica con alto contenido de identidad cultural.
- Desarrollo de tecnología tradicional en zonas andinas
- Producción diversificada, con una gama de productos que satisfacen necesidades físicas y espirituales del hombre (existencia de más de veinte líneas artesanales)
- Existencia de grupos organizados, asociaciones, gremios, federaciones, talleres que facilitan la producción organizada.

OPORTUNIDADES

- Existencia de recursos naturales con ventajas comparativas y competitivas, productos andinos, especies vegetales, animales, minerales y energéticos, susceptibles de ser empleados en la producción de artesanías.
- Existencia de una red de ONGs, que realizan labor promocional y de soporte económico en los talleres artesanales, así como la de cooperación técnica internacional.
- Posicionamiento preferencial del producto artesanal en el mercado internacional.
- Existencia de mercado turístico en la Región.
- Globalización de la información.

DEBILIDADES

- Bajo nivel de cultura empresarial en el Sector artesanal, resistencia al cambio y poco proclive al riesgo, con escaso interés por el conocimiento.
- Dispersión geográfica y productiva, predominio de talleres unipersonales que generalizan la producción en pequeña escala.

- Autofinanciamiento de la producción, desconocimiento de mecanismos de gestión.
- Centralización de las diferentes fases del proceso de producción, comercialización y gestión en el jefe de taller.

AMENAZAS

- Globalización de mercados que genera pérdida de identidad cultural .
- Incremento de la re-exportación de artesanías producida en el País, desde países vecinos, aparición de productos artesanales de otras regiones y países.
- Desplazamiento del mercado de productos que no respondan a estándares competitivos.
- Limitada oferta de insumos de calidad, lo cual incide en la productividad y calidad de las obras finales

VISION

VISION TURISMO

La actividad turística en el Departamento de Cusco es el soporte del desarrollo regional, reduce la pobreza y el sub empleo, incrementa el nivel socio económico de la población, preserva el medio ambiente y el medio cultural, tiene una marca turística posicionada en el mercado internacional por ser un producto competitivo en función del nivel de atractivos y calidad de servicios logrado con la participación pública y privada.

VISION ARTESANIAS

Que la Actividad artesanal sea segmento importante en el soporte económico de la Región, contribuyendo así a la reducción de la extrema pobreza y a la elevación del nivel socio-económico de la población en un trabajo interrelacionado entre sectores público, privado y actores directos

MISIÓN ARTESANIAS

Impulsar el desarrollo sostenido de la actividad artesanal en cada una de las regiones con el uso racional de los recursos naturales, la optimización de procesos logrando productos competitivos que aseguren su posicionamiento en el mercado.

VISION DE COMERCIO EXTERIOR

Cusco, región exportadora de una oferta de bienes y servicios competitiva diversificada, en crecimiento y con valor agregado.

MISION COMERCIO EXTERIOR

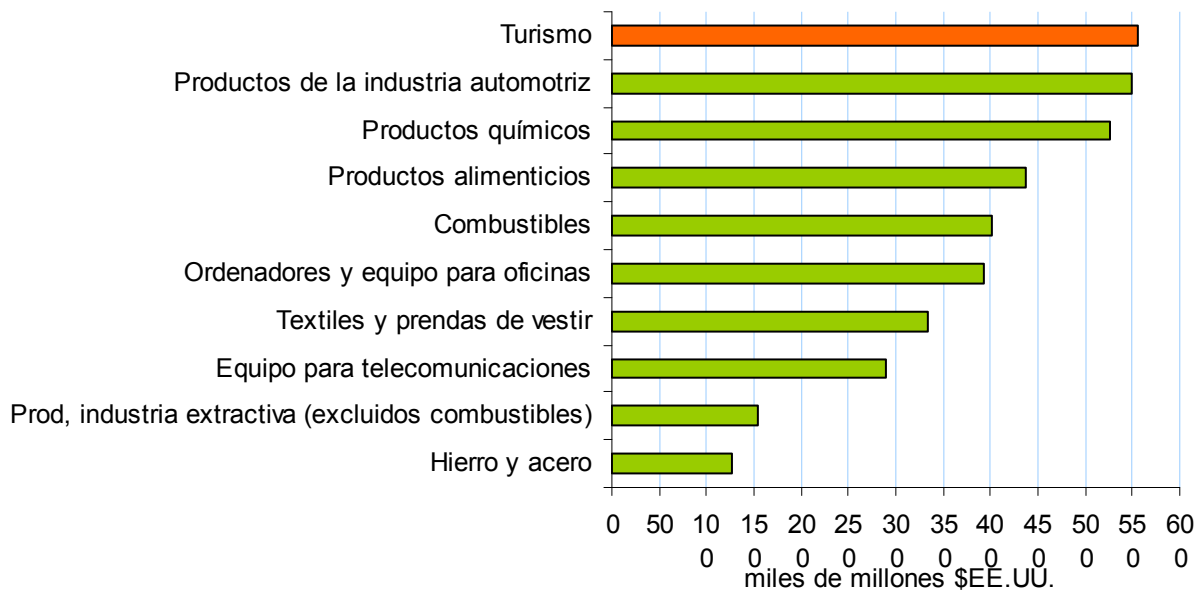
Incrementar sostenidamente la exportación de bienes y servicios regionales.

POLITICAS DEL SECTOR COMERCIO EXTERIOR, TURISMO y ARTESANIA

POLITICAS DEL SECTOR TURISMO y ARTESANIA

- “Convertir al Turismo y la Artesanía en los principales pilares del Desarrollo del país
- El éxito del Turismo y la Artesanía no sólo radica en la promoción de sus productos, sino también en la planificación detallada de planteamientos y estrategias a ejecutar”

INGRESOS MUNDIALES POR EXPORTACIONES, 2000



TURISMO MUNDIAL 2000



Movimiento total de turistas
697 millones

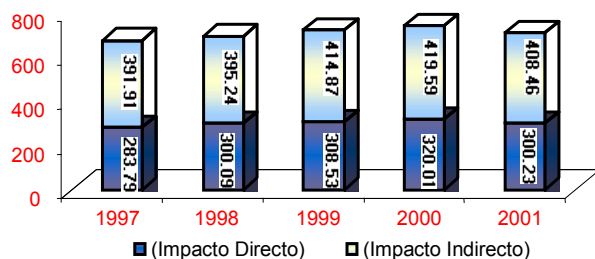
Gasto mundial por turismo
US \$477mil millones



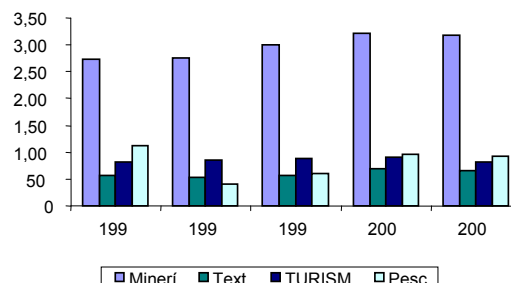
Gasto promedio mundial
por turista US \$ 680

Empleo directo e indirecto en el Sector Turismo

" Más de 700 Mil Empleos en el 2001"



3er Sector generador de divisas en el Perú
Ingreso de divisas por sectores (mils de US\$.)



POTENCIAL TURISTICO DEL CUSCO

- Cuenta con 3 sitios inscritos en la Lista de Patrimonio Mundial de la UNESCO
- Existen 3 Unidades de Conservación del Sistema Nacional de Áreas Protegidas que ocupan el 30% del territorio nacional. Hay 24 zonas de vida de acuerdo a la clasificación de Holdridge
- Perú es uno de los doce países megadiversos del mundo y la macro región sur oriental destaca nítidamente en el país, siendo el Cusco el más diverso por los distintos pisos ecológicos y ecosistemas que posee, entre la región andina y las regiones de ceja de selva y selva

➤ La Región Cusco cuenta con los siguientes Productos Turísticos:

➤ **Provincia de Acomayo**

1. Sitios Naturales Laguna Circuito 4 Lagunas: Pomacanchi, Acopía, Asnacochoa, Pampamarca

- | | | |
|----|---------------------------------------|---|
| 2. | Folklore | Fiestas Religiosas Danzas |
| 3. | Manifestaciones Culturales del pasado | Waqrapucara |
| ➤ | Provincia de Anta | |
| 1. | Manifestaciones Culturales del pasado | Restos arqueológicos de Tarahuasi
Templo de Huarcondo
Templo de Pucyura |
| 2. | Folklore | Qùchuy en Pucyura, danzas |
| ➤ | Provincia de Calca | |
| 1. | Sitios Naturales | Aguas Termales de Machacancha
Aguas Termales de Minas Mocco |
| 2. | Manifestaciones Culturales del pasado | Complejo de Huchuy Qosqo
Complejo de Uno Urco |
| 4. | Folklore | Fiestas religiosas, danzas y artesanía |
| | Distrito de Pisac | |
| 5. | Manifestaciones Culturales del pasado | Ciudadela de Pisac |
| 6. | Folklore | Merca do artesanal de Pisac, fiestas religiosas, danzas y ferias. |
| ➤ | Provincia de Canas | |
| 1. | Sitios naturales | Laguna Langui Layo |
| | Distrito Langui | |
| 2. | Folklore | Fiesta Religiosa |
| | Distrito Quehue | |
| 3. | Sitios Naturales | Grutas de Kàrañawi |
| 4. | Manifestaciones Culturales pasado | Puente de Qeswachaca |
| 5. | Folklore | Fiestas Religiosas |
| | Distrito de Tupac Amaru | |
| 6. | Manifestaciones Culturales del pasado | Iglesia de Tungasuca |
| 7. | Folklore | Fiestas religiosas |
| ➤ | Provincia de Canchis | |
| | Distrito de Checacupe | |
| 1. | Manifestaciones Culturales | Iglesia de Checacupe |

	del pasado	
2.	Folklore	Fiesta religiosas
Distrito de San Pablo		
3.	Manifestaciones Culturales del pasado	Iglesia de San Pablo
4.	Folklore	Fiestas religiosas, danzas artesanía
Distrito de San Pedro		
5.	Sitios naturales	Aguas termanales de San Perdo
6.	Manifestaciones culturales del pasado	Templo de Wiracocha Iglesia de Raqchi
7.	Folklore	Fiesta religiosas, danzas, artesanías festival de danzas.
Distrito de Sicuani		
8.	Manifestaciones Culturales del pasado	Iglesia de Tinta
9.	Folklore	Fiestas religiosas y danzas
➤ Provincia de Cusco		
1.	Sitios naturales	Cerro Pukamoqo (lugar de Observ.) Cordillera de Vilcabamba (trekking) Nevado Vilcanota (trekking) Nevado del Ausangate
Distrito de Cusco		
2.	Manifestaciones culturales del pasado	Ciudad del Cusco Amarucancha Koricancha Hatún rumiyoc Colcampata Sapantiana Mesa Redonda Accllawasi Hatunrumiyoc Sacsayhuaman Tambomachay Kenko Puka Pukara Kusilluchayoc

Salon Puncu
Lanlacuyoc
La Catedral
Iglesia de la Compañía
Iglesia de la Merced
Iglesia San Blas
Museo de la Universidad San
Antonio
Casa del Almirante
Museo de Arte Religioso
Museo de la Casa del Inca
Gracilaso
Museo Santa Catalina
Museo de la Casa Cabrera
Iglesia Santa Teresa
Iglesia Santa Clara
Iglesia de Santo Domingo
Iglesia de San Pedro
Convento de San Antonio de Abad
Iglesia Belén
Iglesia de la Almudena
Iglesia de Santa Catalina
Iglesia de San Francisco
Iglesia San Cristóbal
Iglesia y Convento Las Nazarenas
Casona San Bernardo
Casa del Márquez de Valleumbroso
Casa Kusicancha
Casa Marques de Concha
Casa de Garcilaso
Casa de los Cuatro Bustos
Casa de los Pumas
Casa Clorinda Matto de Turner
Fiestas religiosas danzas, artesanía,
comidas típicas, ferias
Inti Raymi, Huarachico

2. Folklore

3. Acontecimientos

Distrito de Santiago

- | | |
|--|---------------------|
| 4. Manifestaciones Culturales del pasado | Iglesia de Santiago |
|--|---------------------|

Distrito de San Jerónimo

- | | |
|--|---|
| 5. Manifestaciones Culturales del pasado | Iglesia de San Jerónimo
Fiestas religiosas |
| 6. Acontecimientos | Festival gastronómico |

Distrito de San Sebastián

- | | |
|--|---|
| 7. Manifestaciones Culturales del pasado | Iglesia de San Sebastián
Grupos arqueológicos de la Quebrada de Tambillo |
|--|---|

Distrito de Ccorca

- | | |
|--|-------------|
| 8. Manifestaciones culturales del pasado | Petroglifos |
|--|-------------|

➤ **Provincia de Chumbivilcas**

Distrito Santo Tomás

- | | |
|--|--|
| 1. Sitios naturales | Aguas termales Qoñiuno |
| 2. Manifestaciones Culturales del pasado | Iglesia Santo Tomás |
| 3. Folklore | Fiestas religiosas, danzas, artesanías y comidas típicas |

➤ **Provincia de Espinar**

Distrito Coporaque

- | | |
|--|---|
| 1. Manifestaciones Culturales del pasado | Iglesia de Coporaque
Ruinas de Maulk'allacta |
|--|---|

Distrito de Espinar (Yauri)

- | | |
|--|--|
| 2. Manifestaciones Culturales del pasado | Complejo arqueológico de Kanamarca
Templo de Yauri |
| 3. Folklore | Fiestas religiosas, danzas, artesanía, Festival folklórico de K'anamarca |

Distrito de Suykutambo

- | | |
|--|--|
| 4. Manifestaciones Culturales del pasado | Restos arqueológicos de María
Fortaleza |
|--|--|

➤ **Provincia de La Convención**

Distrito de Santa Ana (Quillabamba)

- | | |
|----------|--|
| 1. Clima | |
|----------|--|

2. Sitios naturales	Sambaray Pongo de Mainique (Echarate)
3. Manifestaciones culturales del pasado	Grupo arqueológico de Espiritu Pampa (Vilcabamba) Grupo arqueológico de Ñusta Hispana (Vilcabamba) Grupo arqueológico de Choquekirao (Vilcabamba)
4. Realizaciones Técnicas contemporáneas	Coop. de Producción Te Huiro
➤ Provincia de Paruro	
Distrito de Paruro	
1. Sitios naturales	Cusibamba
2. Manifestaciones Culturales del pasado	Iglesia de Paruro
3. Folklore	Fiestas religiosas, danzas
4. Artesanía	
Distrito de Paccarectambo	
1. Manifestaciones Culturales del pasado	Cueva de Tampu Toqo Ruinas de Mauca Llacta Ruinas de Puma orqo
3. Folklore	Fiesta religiosas
➤ Provincia de Paucartambo	
Distrito de Paucartambo	
1. Sitios Naturales	Tres cruces de oro
2. Manifestaciones Culturales del pasado	Iglesia de Paucartambo Puente Carlos III
3. Folklore	Fiestas religiosas, danzas Artesanía
➤ Provincia de Quispicanchi	
Distrito Andahuaylillas	
1. Manifestaciones Culturales del pasado	Iglesia de Andahuaylillas
2. Folklore	Fiestas Religiosas
Distrito de Huaró	
3. Manifestaciones Culturales del pasado	Iglesia de Huaró Capilla de Kaninkunka

4. Folklore	Fiestas religiosas
Distrito de Lucre	
5. Sitios Naturales	Laguna de Huacarpay
6. Manifestaciones Culturales del pasado	Grupo arqueológico de Rumicolca Grupo arqueológico de Pikillacta
7. Folklore	Fiestas religiosas
Distrito de Oropesa	
8. Manifestaciones culturales del pasado	Iglesia de Oropesa Grupo arqueológico de Tipón
9. Folklore	Fiestas Religiosas
Distrito de Urcos	
10. Sitios naturales	Laguna de Urcos
11. Manifestaciones Culturales del pasado	Iglesia de Urcos
12. Folklore	Fiestas religiosas
➤ Provincia de Urubamba	
Distrito de Chinchero	
1. Manifestaciones Culturales del pasado	Iglesia de Chinchero
2. Folklore	Fiestas religiosas, danzas, artesanía
Distrito de Machupicchu	
3. Clima	
4. Sitios Naturales	Aguas Termales de Machupicchu Santuario Histórico de Machu Picchu Mirador de Putucusi
5. Manifestaciones Culturales del pasado	Ciudadela de Machu Picchu Cultura Inca.
6. Realizaciones Técnicas contemporáneas	Central Hidroeléctrica Machu Picchu.
Distrito de Maras	
7. Sitios Naturales	Laguna de Huaypo
8. Manifestaciones Culturales del pasado	Iglesia de Tiobamba Grupo arqueológico de Moray Salineras de Maras
9. Folklore	Fiestas religiosas y tradicionales

Distrito de Ollantaytambo

- 10. Manifestaciones Culturales del pasado Grupo arqueológico de Ollantaytambo
- 11. Folklore Fiestas religiosas

Distrito de Urubamba

- 12. Sitios Naturales Cordillera de Urubamba (trekking)
Río de Vilcanota (canotaje)
- 13. Folklore Fiestas religiosas, danzas, artesanía

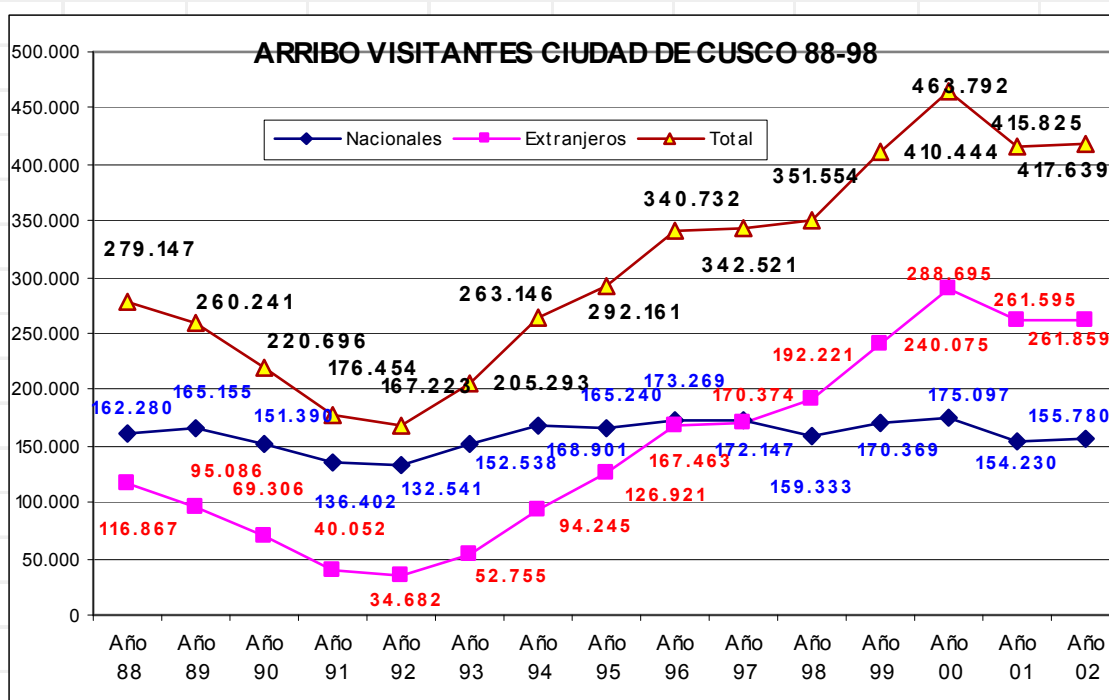
Distrito de Yucay

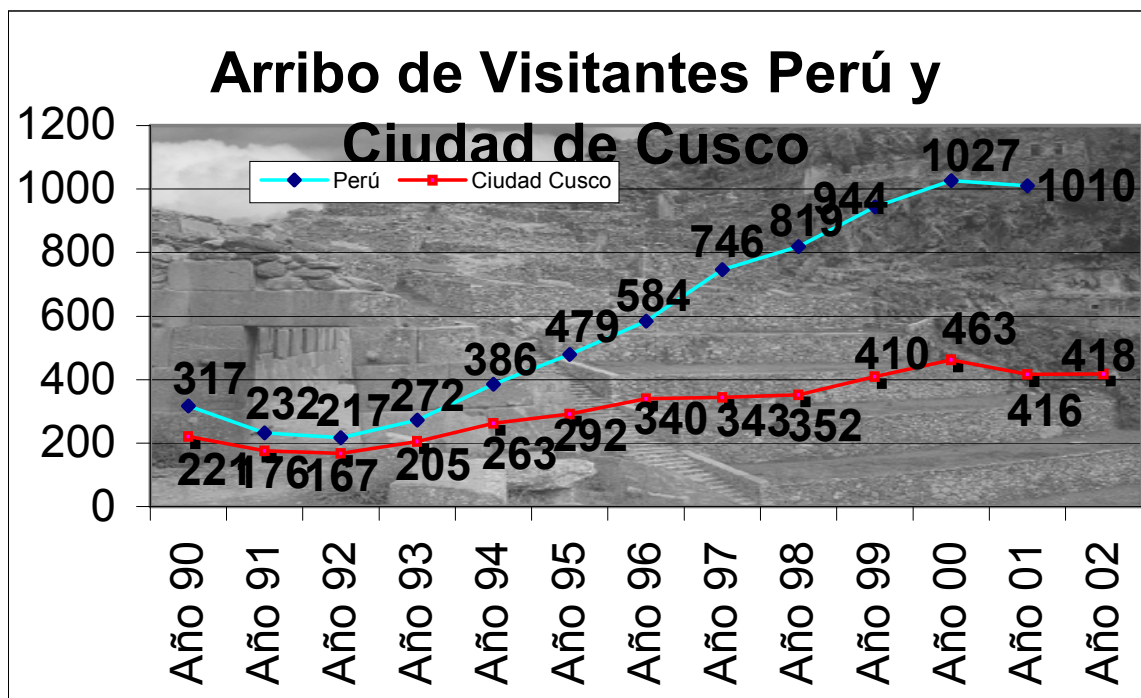
- 14. Sitios Naturales Reserva Natural de Yanacocha
- 15. Manifestaciones culturales del pasado Kancha de Sauri Tupac

Esta gran cantidad de productos turísticos, muestran la potencialidad existente y la no relación con el arribo de visitantes, dado que lugares con menores atractivos poseen más visitantes.

La evolución de visitantes que tenemos en los últimos años pueden observarse en los cuadros que a continuación mostramos, donde se observa que los visitantes nacionales, en la década de los 80 a 1997 era un mayor número. Posteriormente a este año son los visitantes extranjeros, quienes llegan en mayor número a la región. Por otra parte un año interesante fue el 2000, donde arribaron 463,792 visitantes.

En el siguiente cuadro se compara el arribo de visitantes a la ciudad del Cusco y el Perú, donde se observa que cada vez hay una mayor brecha entre ambas gráficas, demostrándonos fehacientemente la atracción de otros lugares del Perú.





CIRCUITOS TURISTICOS

CIRCUITO VALLE SAGRADO.- Comprende visita a Pisac- Pueblo-Grupo Arqueológico-Urubamba-Ollantaytambo-Chincho Cusco

CIRCUITO CIUDAD.- Comprende la visita a la Catedral, San Blas, Qoricancha, Museo de Arte, Museo Histórico regional, Museo Inka

CIRCUITO LA COMBINADA.- Comprende visita a la Catedral, San Blas, Museo de Arte y Parque arqueológico de Sacayhuamán

CIRCUITO MACHUPICCHU .- Comprende la visita a la ciudadela de Machupicchu

CIRCUITO CAMINO INCA A MACHUPICCHU.- Comprende la caminata a partir del km 82 a Machupicchu recorriendo siete grupos arqueológicos

CIRCUITO CAMINO INKA Km. 104.- Comprende caminata por Camino Inca visitando Wiñayhuana y Machupiccu

CIRCUITO SUR (Comprende la visita a la Hacienda del Marqués de Valleumbroso, al grupo arqueológico de Tipón, Pikillacta, Andahuaylillas, Huaró, Checaupe, Combapata y Rachi)

CIRCUITO CUATRO LAGUNAS.- Comprende la visita a las provincias de Acomayo

CIRCUITO MARAS MORAY.- Comprende la visita al distrito de Maras, las salineras y el grupo arqueológico de Moray

CIRCUITO CHOQUEQUIRAO

CIRCUITO TARAHUASI - QHONOC

CIRCUITO VILCABAMBA (Ñusta Hispana, Vilbacamba la Vieja, Espíritu Pampa)

CIRCUITO QUILLABAMBA SIETE TINAJAS

CIRCUITO CAÑON DE SUICUTAMBO EN ESPINAR

CIRCUITO KANAMARCA ESPINAR

CIRCUITO PUENTE DE QUESWACHACA-GRUTAS DE QARAÑAHUI

CIRCUITO AUSANGATE

CIRCUITO VALLE DE LARES

EJES Y CORREDORES ECONÓMICOS DE ARTESANIA:

A..Red de ferias artesanales del Valle Sagrado de los Incas

- CRISTO BLANCO
- QUENQO
- HUAYLLARQOCHA
- PUCA –PUCARA
- TAMBOMACHAY
- QORAO
- MIRADOR TARAY
- PISAC
- CUYO CHICO
- COYA
- CALCA – VIRGEN ASUNTA
- URUBAMBA – ALBERGUE TURISTICO
- OLLANTAYTAMBO
- MIRADOR RACCHY
- TIOBAMBA
- CHINCHERO

B.- Red de ferias artesanales en el corredor turístico Cusco – Sicuani

- FERIA DE KANINKUNKA
- RACCHY
- SAN PABLO
- PAMPAKUCHO – SICUANI

C.- Red de ferias y mercados artesanales Cusco.

- SAN BLAS - PLAZOLETA
- SANTIAGO – PLAZOLETA
- TUPAC AMARU – PLAZA
- TESOROS DEL INCA – CALLE PLATEROS
- MICAELA BASTIDAS – CALLE SAN PEDRO
- EL INCA – CALLE SAN ANDRES
- ARTE INCA – CALLE TRIUNFO 392

INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA

PLANTA HOTELERA EN DPTO CUSCO. Al mes de Agosto 2003

<u>HOSPEDAJES</u>	Nº	Habitaciones	Camas
5 Estrellas	2	380	716
4 Estrellas	2	169	332
3 Estrellas	53	1,513	2,971
2 Estrellas	82	1,201	2,466
1 Estrella	100	998	1,952
Albergue	2	11	54
Sin clase y categoría	334	3,235	5,976
TOTAL DE ESTABLECIMIENTOS			575
TOTAL DE HABITACIONES			7,507
TOTAL DE CAMAS			14,467

Guías al 2001²

○ Guías Oficiales de Turismo	251
○ Guías Prácticos en idioma no común	58
○ Guías Naturalistas del Manu	53
○ Guías de Canotaje	32
○ Guías de Montaña	6
○ Guías Profesionales titulados	<u>152</u>
	552

Agencias de Viaje y Turismo al 2001

○ Tradicional	120
○ Aventura	130
○ Naturaleza (Manu)	5
○ Otros	<u>1</u>
	259

Restaurantes Turísticos y afines al 2001 Provincia Cusco

○ Restaurante Turístico	131
○ Pizzerías	14
○ Chifas	9

² Hay datos sólo hasta 2001, por que ya no se tiene Registros sectoriales y no hay norma vigente sobre Guías

○ Quintas	11
○ Pollerías	52
○ Discotecas, Pubs y Karaoke	24
○ Café, Snacks y Heladerías	<u>18</u>
Total Locales	259
Mesas	3,326
Sillas	12,680

DINAMICA INSTITUCIONAL DE TURISMO

RELACION DE INSTITUCIONES – CUSCO, con las se coordina frecuentemente sobre acciones de Turismo.

	NOMBRE O RAZON SOCIAL	UBICACION	REP. LEGAL	TELEFONO
1	MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CUSCO	PLAZA REGOCIJO S/N	Ing. CARLOS VALENCIA MIRANDA	227152
2	DIRECTOR MUNICIPAL DE TURISMO Y MEDIO AMBIENTE DEL MUNICIPIO DEL CUSCO	AV.SOL- GALERIAS TURISTICAS OF. 105 – CUSCO	Blgo. EDGAR FUENTES ZAMBRANO	221331
3	INSTITUTO NACIONAL DE CULTURA	CALLE SAN BERNARDO S/N	Dr. David Ugarte Vega Centeno	236061 237971 223831 Fax
4	INDECOPI : Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual	Av. de la Cultura	Dr. Marco Antonio Marroquin Muñiz	252987
5	INEI : Instituto Nacional de Estadística e Informática	Av. Sol (Ex. Bco. Popular).	Econ. Silvia Pacheco Valenzuela	224830
6	DIRECCIÓN REGIONAL DE MIGRACIONES Y NATURALIZACION DEL Cusco	AV. SOL S/N.	CPC LINO A. UGARTE CORTEZ	222741
7	PROYECTO ESPECIAL REGIONAL – COPESCO	Plaza Tupac Amaru S/N	Arq. LUIS APARARICIO LA TORRE	221775 223951
8	INRENA Instituto Nacional de Recursos Naturales	Av. Micaela Bastidas N° 314	Ing. Vladimir Ramirez Prada	229297 238627
9	UNIDAD DE GESTION DE MACHUPICCHU – UGM Gerente Técnico	CALLE GARCILASO 223	Lic. JORGE W. PACHECO DEL CASTILLO	242103
10	CORPAC (Corporación Peruana de Aeropuertos)	Aeropuerto Velasco Astete	Isr. Felipe Vallejo Leigh	222601 222611
11	CONSETTUR:	Avenida Pardo.	Isr. Raúl Sanchez Soto	Tele.Fax 2221125

12	SANTUARIO HISTORICO DE MACHUPICCHU	Av. Micaela Bbastidas No 310	Ing. Amilcar Osorio Garces	229227
13	FISCALIA ESPECIAL DE TURISMOI	Av. El Sol s/n. Galerías Turísticas	Dr. José Manuel Mayorga Zarate	227086 221987
14	POLTUR	Calle Saphy	Cap. PNP Hector Soto Chávez	249654
15	ARZOBISPADO DEL CUSCO	Esq. de Herrajes y Hatun Rumiyoc	Mons. Alcides Mendoza Castro	225211 Fax 222781
16	Director territorial de la PNP en Cusco	Plaza tupac Amaru	Gral. PNP Luis Antonio Vizcarra Girón	242222 233241
17	Defensa Civil	Av. Pedro Vilcapaza s/n.	Ing. Emilio Palza Arias	240658
18	Defensoría del Pueblo	Entre Av. Pardo y la Calle Centenario	Dr. Silvio Campana	240963 240998
19	Parque Nacional Manu	Av. Micaela Bastidas N° 310	Ing. Modesto Challco Llampi	240898 261924
21	OFEC :	Pav. Sol s/n. Galerías Turísticas	Sr. Romulo Ordoñez Vaccaro	2267037
22	EMUFEC : Empresa Municipal de Festejos del Cusco	Santa Catalina Ancha 333	CpC. Mario Obando Paredes.	226711
23	Prefectura Regional	Avenida El Sol	Dr. Marcial Ayala Cardenas	240098 231120 Fax 223432
24	SUNAT Superintenden-cia Nacional de Admi-nistración Tributaria	Santa Teresa N° 370	Dra. Rocío Infantas Palomino	228948 221711 Fax 2231911
22	Dirección Regional de Educación	Calle Arequipa s/n.	Prof. Silvio Chura Quisocala	228881 226391 227851 Fax 226154

DIRECTORIO DE GREMIOS DE TURISMO – CUSCO.

	NOMBRE O RAZON SOCIAL	DIRECCION	REP. LEGAL	Teléfono
1	COLEGIO DE LICENCIADOS EN TURISMO (COLITUR)	U.V. Zarumilla Bloque 5-B Dpto. 102	LIC. MIGUEL ANGEL OROZ BARRIENTPS	242065 257396
2	ASOC. DE AGENCIAS DE TURISMO-AATC	AV. NUEVA BAJA No 424	LIC. CARLOS MILLA VIDAL	222580 227492
3	ASOC. GUIAS DE TURISMO (AGOTUR)	CALLE NUEVA BAJA No 424 OF. 02	GOT. ALVARO DE OLAVE TEJEIRA	249758
4	ASOC. TRANSPORTISTAS DEL CUSCO	URB. LA FLORIDA K-11 JIRON LOS JASMINEZ	ING. CESAR PANIAGUA CHIRI	224964 9682283 240300
5	APTAE	CALLE NUEVA BAJA N°	AURELIO AGUIRRE	249944

		424	TERRAZAS	252899
6	CAMARA HOTELERA	CALLE AHUACPINTA 539	SR. HERBERT MEDINA OTAZU	225771
7	ASOC. DE GUIAS PRACTICOS	LOS SAUCES M-26 URB. LA FLORIDA	SRA. NOHEMI DELGADO AGUILAR	243067
8	ASOC.DE LINEAS AEREAS DEL CUSCO	AEROPUERTO	SR. RONALD VIDAURRE RIOS	243555
9	ASOC. GUIAS DE CANOTAJE	CALLE ATAUD No 204	SR. JUAN JOSE IZQUIERDO VALDIVIA	245867 942297
10	AOTEC : Asociación de Agencias de Turismo de Aventura y Ecología del Cusco	Calle Plateros N° 325 2do.Piso	ALFREDO CORNEJO PAREDES	226650 227188
11	ASOCIACION DE HOTELES Y RESTAURANTES Y AFINES "AHORA"	PLAZOLETA SANTO DOMINGO N° 259	SR. EDWIN GONZALES MUÑIZ	231961
12	ASOCIACION DE RESTAURANTES Y AFINES	PORTAL CARRIZOS (Rest. Paititi)	SR. DONALD BEJAR	223640
13	Asociación ECOTUR MANU	Plateros 360	SR. GUSTAVO SCOSO GARCES	621920
14	Asociación de Guías PROGATUR Tupac Amaru Cusco	Calle Maruri N° 278 – 2° Piso – Oficina 1	Sr. RICHARD PEREZ INCA	695757 942297
15	Asociación de Guías de Montaña	URB. STA, MONICA H-10 JR. J. SANTOS CHOCANO–CRUZ VERDE EDF. EL CARMEN OF. 418.	LUIS ENRIQUE MUÑOZ TORRES	227395 9695474 235872

DIRECTORIO DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS TURISMO – CUSCO.

	NOMBRE O RAZON SOCIAL	UBICACION	REP. LEGAL	TELEF.
1	CENFOTUR	Parque España E-4 Santa Monica	Sra. Mariel Quea Campos	226470
2	Facultad de Turismo UNSAAC	Plaza de Armas Paraninfo Universitario	LIC. Felicia Valer	222580
3	Facultad de Turismo Universidad Andina	Cav. Los Incas con Vilcapaza	Sra. Haydee Flores	271318 271438
4	AMERICANA DEL CUSCO	Tecsecocha N° 436	Lic. Lucia Cáceres Mendoza	225916
5	ANTONIO LORENA	Av. Los Incas	Sr. Gerber Romero Trujillo	249237
6	KHIPU	Av. Centenario N° 589	SR.Luis Alberto Villasante	236709

7	ABACO	Av. Sol 616	Señor Wacner Cruz	263030 234156
8	ESITUR	Av. Tullumayo	SRa. DORIS CEVALLOS	263856

DINAMICA INSTITUCIONAL DE ARTESANIA

- 1.- Federación Regional de Artesanos Productores FRAP - INKA
- 2.- Asociación Centro Artesanal Cusco
- 3.- Benemérita Sociedad de Artesanos
- 4.- Asociación de Artistas y Artesanos "San Blás"
- 5.- Asociación de Artesanos "Kenko"
- 6.- Asociación de Artesanos "Joyas del Inka"
- 7.- Asociación Feriantes "Tesoros del Inka"
- 8.- Asociación de Talladores en Piedra "Qosqo Tumi"
- 9.- Asociación de Artesanos en Piedra "Huiñaywayna"
- 10.- Asociación de Artesanos "Rumi Llaqta"
- 11.- Asociación Artística de Mujeres Tejedoras "INKATEX"
- 12.- Asociación de Artesanos "Los Caminantes"
- 13.- Asociación de Artesanos "Cristo Blanco"
- 14.- Asociación de Artesanos "Templo de la Luna"
- 15.- Asociación de Artesanos Puca Pucara
- 16.- Asociación de Artesanos Tambomachay
- 17.- Asociación de Artesanos Productores "Intihuatana" Qorao
- 18.- Asociación de Artesanos de Písac
- 19.- Asociación de Artesanos "Virgen del Carmen" - Písac
- 20.- Asociación de Artesanos "Apu Linli" - Písac
- 21.- Asociación de Artesanos "Mariscal Castilla" - Písac
- 22.- Asociación de Artesanos "Intihuatana" de Písac
- 23.- Asociación de Artesanos "Qhapaq Intihuatana" - Cuyo Chico - Písac
- 24.- Asociación de Artesanos "Patabamba" - Coya
- 25.- Asociación Central de Productores "Valle Sagrado de los Inkas"
- 26.- Asociación de Artesanos "Pallay Chaska" - Coya
- 27.- Asociación de Artesanos "Wiñay Warmi" - Choqecancha - Calca.
- 28.- Asociación de Artesanos Productores de Urubamba
- 29.- Asociación de Artesanos "Señor de Choquekillka" - Ollantaytambo
- 30.- Asociación de Artesanos "Qosqo Ayllu" - Ollantaytambo
- 31.- Asociación de Artesanos "Qori Awac Warmikuna" - Willoq - Ollantaytambo
- 32.- Asociación de Artesanos "Patacancha" - Ollantaytambo

- 33.- Asociación de Artesanos "Virgen de las Nieves" - Chinchero
- 34.- Asociación de Artesanos "Virgen de la Natividad" - Chinchero
- 35.- Asociación de Artesanos "Micaela Bastidas" - Chinchero
- 36.- Asociación de Artesanos "San Juan de Dios" - Chinchero
- 37.- Asociación de Artesanos Productores "La Ñusta" - Chinchero
- 38.- Artesanos Agropecuarios "Kusi Coyllor" - Chinchero
- 39.- Asociación de Artesanos "Apu Pitusiray" - Chinchero
- 40.- Asociación de Artesanos Comunidad Campesina de Yanacona - Chinchero
- 41.- Asociación Mujeres Tejedoras "Divino Niño Jesús hogar Cristo" - Anta
- 42.- Asociación de Peleteros de Sicuani - Canchis
- 43.- Asociación de Artesanos "Inka Wiracocha" de Raqchi - San Pedro.
- 44.- Asociación de Artesanos "La Vicuñita" - Sicuani Canchis
- 45.- Asociación de Mujeres "Nudo del Vilcanota" - La Raya - Maranganí
- 46.- Asociación de Artesanos "Nuevo Amanecer de Canas" - Yanaoca
- 47.- Asociación de Artesanos "Cinco Nevados " Ccorimarca - Chinchero



1. ACCESIBILIDAD AL CUSCO

Lograr que el arribo de visitantes se incremente sustancialmente

ACCIONES:

- Gestiones para que Compañías aéreas extranjeras ingresen directamente a la Región Cusco.
- Coordinaciones con Ministerio de Transportes para priorización de carreteras con importancia turística.
- Priorización de estudios definitivos y construcción del aeropuerto internacional de Chinchero

2. PROMOCION DEL PRODUCTO TURISTICO DE LA REGION

Mantener el Posicionamiento del producto turístico regional en el mercado nacional y posicionamiento en el mercado internacional.

ACCIONES:

- Campaña en Medios Masivos de Comunicación
- Implementación de una estrategia de Promoción intensiva en el Mercado Brasileño.
- Campaña de “fines de semana largo”.
- Ferias Turísticas Regionales, Universitarias y Municipales.

3. DESARROLLO DE LA CONCIENCIA TURISTICA Y DE SERVICIO AL TURISTA

Lograr que el significado del turismo sea un componente de la cultura de nuestra población

ACCIONES:

- Diseño y ejecución de cursos de capacitación en coordinación con el CENFOTUR
- Campañas de Conciencia Turística
- Establecimiento de Convenios para ejecutar Conciencia Turística con Municipios y Sector Educación

4. ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LA OFERTA TURÍSTICA

Identificación e incorporación de nuevos atractivos y puesta en valor de recursos del patrimonio monumental y natural de la Región para el desarrollo de nuevos circuitos turísticos

ACCIONES:

- Realización de Estudios de Circuitos en diversas provincias en coordinación con entidades especializadas.

5. DESARROLLO Y PROMOCION DE LA ARTESANIA CUSQUEÑA

Revalorización y desarrollo de la actividad artesanal, a través del mejoramiento de la competitividad de sus agentes, y facilitando su acceso a los mercados nacionales y mercados de exportación.

ACCIONES:

- Conformación del Comité Consultivo y de Concertación , integrado por representantes del sector público, privado y actores del sector artesanal.
- Propender a la participación de Artesanos en Ferias.

OBJETIVOS Y POLÍTICAS DE TURISMO Y ARTESANÍA

OBJETIVO N° 1

Crear Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo.

Estrategia:

Desarrollar el nivel institucional con la participación activa del sector privado en la gestión, en el corto, mediano y largo plazo, evitando superposiciones y duplicidad de funciones

OBJETIVO N° 2

Incrementar el flujo de turistas de los principales mercados emisores hacia la Región Cusco

Estrategia:

Coordinar con las entidades pertinentes, para el acondicionamiento de Terminales adecuados e inicio de estudios del Aeropuerto Internacional de Chinchero

OBJETIVO N° 3

Promover la inversión de capitales nacionales y extranjeros en la actividad turística.

Estrategia:

Promover la inversión y generación de empleo en infraestructura básica y planta turística, mediante incentivos municipales.

Se considera igualmente la difusión y promoción de líneas de financiamiento de proyectos.

OBJETIVO N° 4

Mantener el posicionamiento del Cusco como destino turístico líder del país, resaltando las ventajas competitivas y pilares en los que se sustenta la oferta turística.

Estrategia:

Utilizar estrategias de marketing y las diferentes herramientas promocionales en estrecha coordinación con el sector privado y público, utilizando los fondos del Boleto Turístico.

OBJETIVO N° 5

Proponer actualización de normas y reglamentos para prestadores de servicios turísticos.

Estrategia:

Proponer nuevos reglamentos eficientes, sustentados en conceptos de promoción, competencia y fomento de la calidad.

OBJETIVO N° 6

Propiciar el desarrollo turístico de la Región, incentivando la participación de los Gobiernos locales, proporcionándoles asistencia técnica y capacitación.

Estrategia:

Apoyar decididamente el crecimiento del turismo mediante la formulación de “Planes Locales de Turismo”, dentro del marco del Plan Nacional de Turismo – Artesanía 2001 - 2006.

OBJETIVO N° 7

Contar con un sistema estadístico confiable sobre los indicadores macroeconómicos sectoriales que reflejen el peso real del turismo en la economía regional.

Estrategia:

Modificar sustancialmente las mediciones del mercado turístico en actual uso, priorizando el sentido y valor de su intervención en la economía peruana a través de su aporte a la PEA, impuestos, consumo, inversión, salarios, etc., para ofrecer señales claras a la iniciativa privada.

OBJETIVO N° 8

Promover en forma prioritaria el turismo interno, como sustento imprescindible del turismo receptivo, ofreciendo oportunidades de información a los distintos segmentos, así como líneas de financiamiento privadas.

Sensibilizar a la opinión pública sobre la importancia del turismo regional.

Estrategia:

Generar un mayor consumo de los servicios turísticos del mercado interno y regional a través de más alternativas, como los fines de semana largo, promoviendo el segmento escolar, juvenil, laboral y la tercera edad, hacia destinos específicos y aquellos con marcada estacionalidad. Las líneas de financiamiento privadas estarán al servicio de esta demanda.

OBJETIVO N° 9

Desarrollar la infraestructura productiva y de servicios para integrar y desarrollar los mercados artesanales.

Estrategia:

Coordinar la infraestructura productiva y de servicios para integrar y desarrollar los mercados artesanales.

OBJETIVO N° 10

Desarrollar la capacidad competitiva de los productores y empresas artesanales, con un enfoque de cadenas productivas y de mercados, enfatizando la asociatividad productiva y comercial .

Estrategia:

- Capacitación organizada y sostenida de los artesanos y empresas artesanales para la adquisición de nuevas habilidades para mejorar la producción y productividad del sector.
- Desarrollo de programas de intercambio de experiencias técnicas productivas intra y extra Regional por líneas artesanales, orientaran a mejorar técnicas y generar nuevos diseños en base a la identidad regional.
- Concertación interinstitucional con entidades y organizaciones públicas y privadas, para desarrollar acciones conjuntas.
- Creación de centros de Innovación Tecnológica.
- Fortalecimiento de los organizaciones artesanales para el desarrollo de una cultura empresarial competitiva, basado en la cooperación y solidaridad entre sus integrantes.

OBJETIVO N° 11

Promover el desarrollo e integración de los procesos de producción y mercado, para incrementar la capacidad competitiva de la oferta regional de artesanía, en los mercados internos y del exterior.

Estrategia:

Coordinación estrecha con el Gobierno Regional Cusco, MINCETUR, PROMPEX, PROMPERU, para el diseño de estrategias de promoción comercial de la producción artesanal en los mercados internos y los del exterior.

OBJETIVO N° 12

Desarrollar la articulación de la actividad artesanal y la actividad turística expresados en productos integrados y promovidos comercialmente.

Estrategia:

Promoción conjunta de los productos artesanales y turísticos de la Región, en eventos realizados en el país y exterior

Incorporar en los proyectos de desarrollo turístico el componente artesanal.

POLITICAS DE COMERCIO EXTERIOR PARA LA REGION CUSCO



1. FACILITACIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR

Proponer un mejor marco legal que permita reemprender las exportaciones desde la Región, al mismo tiempo brindar la infraestructura necesaria para realizar exportaciones directas

ESTRATEGIA:

- Diálogo entre sector público y privado, eficaz y sostenido

Acciones

- Consolidar el foro de diálogo, intercambiando información
- Recepcionar la opinión del sector privado sobre acciones en Comercio Exterior.
- Fortalecer capacidades de gremios empresariales

ESTRATEGIA

- Prioridad del Comercio Exterior en la Región

Acciones

- Mejorar en forma continua las capacidades del sector estatal

- Realizar una activa transferencia de conocimientos
- Velar por que se cumpla el rol facilitador de exportaciones, por arte de la Aduana
- Tender a eliminar sobre costos que pudieran detectarse en la Región

ESTRATEGIA

- Trámites y procedimientos administrativos fáciles y difundidos

Acciones

- Verificar tasas de servicio público que afecten al comercio exterior
- Proponer simplificación administrativa que pudiera estar en decisión regional
- Difundir todo nuevo mecanismo de facilitación que se genere entre potenciales usuarios, para que no exista desconocimiento.

2. CULTURA EXPORTADORA

Desarrollar cultura exportadora en la región con visión global que fomente capacidades de emprendimiento.

ESTRATEGIA

- Sistema educativo articulado al Comercio Exterior

Acciones

- Velar porque se cumpla con programas de estudio de comercio exterior en Colegios, Institutos y Universidades de la región
- Efectuar charlas intensivas en centros educativos, con participación de exportadores destacados de la región
- Vincular al sector académico como socio estratégico
- Propender a que las empresas capaciten a su personal

ESTRATEGIA

- Difundir buenas prácticas adoptadas por empresas para exportación

Acciones

- Difusión de buenas prácticas
- Aplicar sistema de sanciones a malas prácticas comerciales
- Utilizar sistema de arbitraje

ESTRATEGIA

- Difusión intensa y sostenida de temas de comercio exterior

Acciones

- Efectuar alianzas con medios y sector exportador
- Prepara y difundir material sobre exportación para distintos estratos
- Proporcionar información sistematizada sobre exportaciones y mercados
- Establecer plan de difusión de Comercio Exterior

ESTRATEGIA

- Fortalecer a organizaciones para competitividad

Acciones

- Difundir experiencias exitosas de asociación empresarial
- Desarrollar capacidades para que gremios empresariales formulen proyectos de cooperación nacional e internacional

3. OFERTA EXPORTABLE

Lograr Oferta exportable regional diversificada y con valor agregado de calidad y en volúmenes competitivos

ESTRATEGIA

- Propender a que se invierta en la generación de empresas exportadoras

Acciones

- Promover proyectos para exportación con mayor valor agregado
- Promover cultura favorable a la inversión privada

ESTRATEGIA

- Desarrollo de cadenas productivas

Acciones

- Liderar procesos de concertación entre sector público y privado para acuerdos de competitividad
- Priorizar cadenas productivas regionales
- Identificar y difundir oportunidades productivas con potencial exportador
- Apoyar iniciativas de productores y exportadores
- Fomentar subcontratación
- Generar eficiencia entre productores y proveedores

ESTRATEGIA

- Investigación, desarrollo y transferencia tecnológica

Acciones

- Elaborar planes de investigación y transferencia tecnológica para productos priorizados
- Coordinar temas de investigación entre empresas y centros de investigación
- Proponer que las Universidades realicen investigación hacia cadenas productivas priorizadas
- Buscar asistencia técnica en el nivel central y de ser posible a nivel internacional
- Fomentar consolidación de CITES

ESTRATEGIA

- Normalización de certificados de calidad

Acciones

- Brindar facilidades para que empresas adopten sistemas de calidad
- Sensibilizar y fomentar la cultura de calidad
- Difundir estándares de calidad y normas técnicas establecidas y exigidas en mercados de destino

ESTRATEGIA

- Personal capacitado

Acciones

- Identificar requerimientos laborales en actividades de exportación
- Identificar y apoyar programas específicos de capacitación en actividades exportadoras

4. MERCADOS DE DESTINO

Diversificar la presencia de empresas, productos y servicios de la región Cusco, en mercados de destino

ESTRATEGIA

- Inversión en promoción comercial

Acciones

- Participar en Ferias internacionales
- Desarrollar eventos regulares de nivel internacional para promoción de oferta exportable

ESTRATEGIA

- Información especializada sistematizada y actualizada

Acciones

- Proporcionar la demanda global de información en base a la oferta regional, para que se involucre en el plan anual de inteligencia comercial
- Difundir información especializada propia o de terceros
- Establecer un sistema de información regional

ESTRATEGIA

- Coordinación interinstitucional

Acciones

- Establecer mecanismos de comunicación permanente entre instituciones públicas y privadas relacionados al comercio exterior.
- Desarrollar canales de comunicación con encargados de comercio de misiones diplomáticas y consulares

ESTRATEGIA

- Mejorar gestión comercial internacional

Acciones

- Organizar eventos de capacitación en gestión logística internacional a exportadores
- Capacitar a exportadores y jóvenes emprendedores en planes de negocios de exportación