



CAJAMARCA

La alegría del Perú



Marca Cajamarca

Mesías Antonio Guevara Amasifuén
Gobernador Regional de Cajamarca

Juan Carlos Mondragón Arroyo
Gerente Regional de Desarrollo Económico

Edgar Martín Abanto Zegarra
Director Regional de Comercio Exterior y Turismo Cajamarca

Elmer Martín Alvarado Correa
Director Regional de Comunicaciones y RRPP

Editado por:

Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo

*Jr. Belén #631 Conjunto Monumental Belén
Cajamarca, Perú*

*((076) 600040 - Información turística: 1176, Artesanía:
1175, Dirección: 1171, Secretaría: 1172, Turismo: 1174,
Comercio Exterior: 1177, Administración: 1173.*

<https://dircetur.regioncajamarca.gob.pe/>

©Derechos reservados

I. PRESENTACIÓN

Enclavada en las montañas del norte del Perú, esta Cajamarca, región rica en historia, con un gran patrimonio cultural, natural y social.

Alberga hermosas lagunas, frescos bosques, armoniosos ríos, misteriosas jalcas y enigmáticos páramos. Reflejan un hermoso ecosistema caracterizado por su verdor, dando vida a la flora y la fauna.

Testigo leal y silencioso de nuestra historia gloriosa, sustentado en el misterio y grandeza de nuestro patrimonio cultural, reflejando la inteligencia del antiguo cajamarquino.

Mas su gente laboriosa y generosa, con esfuerzo dedicado conquista el territorio para consolidar sus proyectos. Alberga en su corazón la llama de la esperanza y pensando en alcanzar un futuro victorioso.

Cajamarca es una inspiración, que merece ser conocido y reconocido por el Perú y el mundo. Por ello hemos establecido nuestra marca Cajamarca con su slogan la alegría del Perú.

Mesías Guevara Amasifuén
Gobernador Regional de Cajamarca

CAJAMARCA
La alegría del Perú



PRESIDENTE COMITÉ DE GESTIÓN - MARCA CAJAMARCA

En la búsqueda de mejorar la competitividad regional es necesario promocionar la cultura, costumbres, producción, tecnología, gastronomía e historia, por lo que se desarrolló la estrategia de marketing para el posicionamiento de Cajamarca en el Perú y el mundo, valorando su identidad con un enfoque de sostenibilidad productiva ligado a una economía local que genere empleo.

Es por ello, que se desarrolló la articulación interinstitucional para lanzar la marca Cajamarca lo que contribuirá al desarrollo económico de la región, mejorando la calidad de vida del poblador cajamarquino.

La marca Cajamarca es una ventaja competitiva, que busca el posicionamiento en el mercado nacional e internacional, ofertando productos (bienes o servicios) con valor agregado para su comercialización.

Juan Carlos Mondragón Arroyo

Gerente Regional de Desarrollo Económico



II. INTRODUCCIÓN

El presente documento tiene como principal objetivo exponer la experiencia desarrollada por el Gobierno Regional de Cajamarca a través del Comité de Gestión de la marca Cajamarca y la Secretaria Técnica a cargo de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Cajamarca, durante los años 2021-2022, en la promoción del turismo, la artesanía y las exportaciones y la promoción de la imagen la región Cajamarca con todo sus potencialidades de bienes y servicios de calidad.

En tal sentido, en el desarrollo del documento se describe el marco institucional, la misión y visión, los objetivos estratégicos institucionales y el proceso desarrollado para crear, promocionar y posicionar la marca Cajamarca a nivel, local, regional, nacional e internacional a través de las alianzas estrategias con el sector público, privado, organizaciones sociales y la academia.

A pesar de las medidas restrictivas producidas por la crisis sanitaria del COVID- 19, el Gobierno Regional pudo lograr el resultado de lanzar oficialmente la marca Cajamarca para el Perú y el mundo en el mes de junio en la ciudad de Cajamarca en las instalaciones del Conjunto Monumental de Belén y en el mes de julio en la ciudad de Lima en las instalaciones del Parque de la Aguas, lo que nos ha permitido la promoción de las exportaciones, la artesanía, el turismo y de las inversiones empresariales.

En tal sentido ahora los cajamarquinos nos sentimos empoderados de presentarnos con una marca que nos identifica a toda la región. Orgullosamente somos: Cajamarca, “La alegría del Perú”



Edgar Martin Abanto Zegarra
Director Regional de Comercio Exterior y Turismo

III. ESTRATEGIA COMUNICACIONAL

¡MARCA CAJAMARCA, EN LOS OJOS DEL PERÚ Y EL MUNDO!

Países en el mundo y regiones del Perú crearon sus marcas para diferenciarse. La región Cajamarca que deleita al mundo por su legado histórico, patrimonial, cultural y natural no podía ser la excepción y desafiando la creatividad de los cajamarquinos decidimos emprender la ruta para elegir el sello que identifique, pero que sobre todo nos acerque al mundo comercial poniendo en vitrina el turismo regional.

Desde la Dirección de Comunicaciones del Gobierno Regional de Cajamarca creamos la campaña de intriga: ¡Pronto, Cajamarca tendrá su marca! En las redes sociales empezó a circular un video testimonial que incluía la participación de diversos cajamarquinos (comerciante, niño, cocinero, conductor, bibliotecario, carpintero) más cinco fotografías con la inscripción del mismo nombre de la campaña comunicacional; entre ellas una taza de café, un cántaro, una guitarra, quesos cajamarquinos y Cumbe Mayo.

En otras regiones del Perú se financiaron consultorías para la conceptualización y diseño de logotipos, sin embargo en esta región andina del norte del Perú se consideró oportuno el desarrollo del Concurso Marca Cajamarca privilegiando la participación de diseñadores gráficos, artistas plásticos, alumnos de ciencias de la comunicación, marketing y cultores mayores de edad nacidos en la región Cajamarca y/o con familiares directos natos.

El llamado Concurso Abierto Marca Cajamarca buscaba seleccionar la identidad gráfica visual (isologo, imagotipo o logotipo), que represente los atributos de la región acompañada de un slogan para la promoción e identificación de las actividades productivas, culturales y turísticas de la región del destino: todo aquello que ofrece o aporta al mundo.

Se trata de una marca paraguas que otorga identidad y, entre otras ventajas, facilita la colocación de exportaciones en el mercado global, la atracción de inversión extranjera y la promoción del destino turístico que se hizo posible en alianza con Latam, Promperú y otras entidades promotoras del turismo a nivel nacional e internacional.



Elmer Martín Alvarado Correa
Director Regional de Comunicaciones y RRPP

IV. ¿POR QUÉ UNA MARCA?

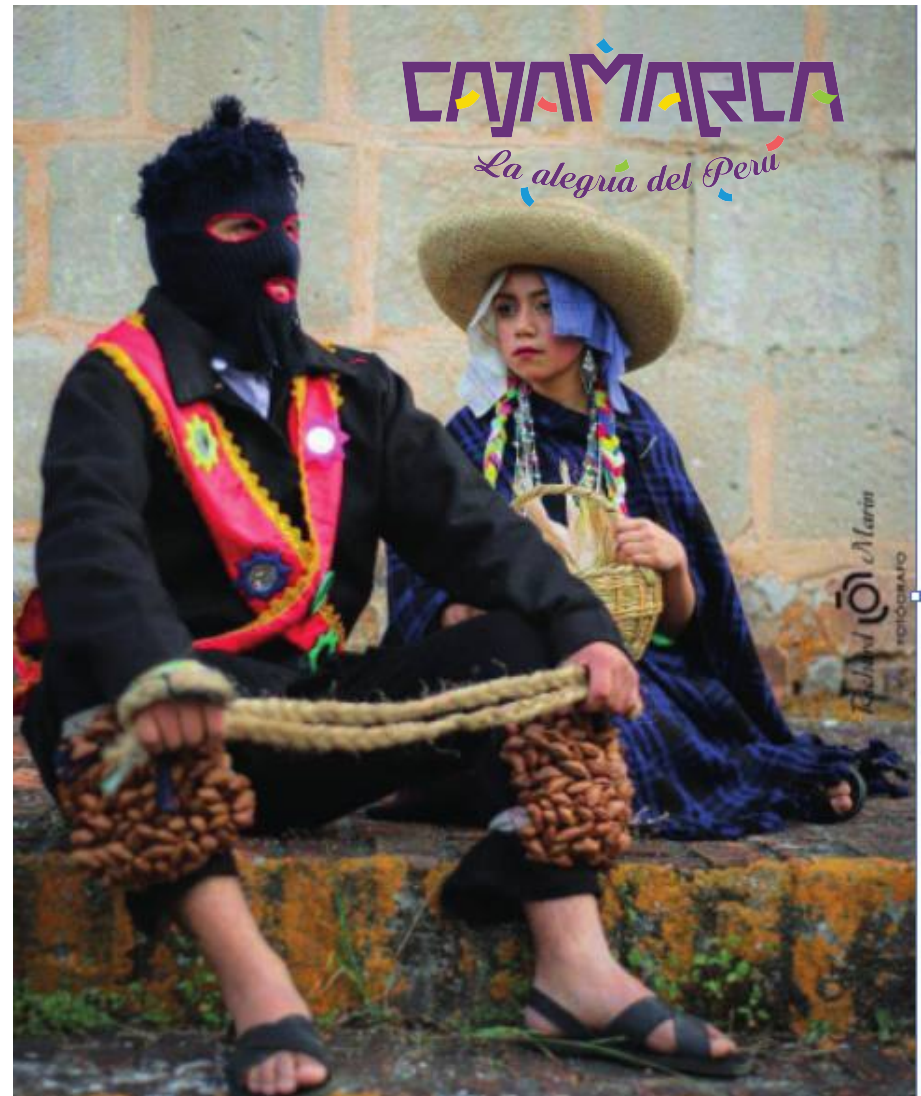
Cajamarca es una región con un extenso territorio y alberga una población mayoritariamente rural, distribuida en sus trece provincias, muchos de ellos con costumbres distintas. Por la geografía agreste y extensa la integración es débil.

Cuenta con una gran producción agrícola, forestal, minera, acuícola, artesanal, láctea y textil, que necesitan impulsar y fortalecer su comercialización. Es un proyecto integral e inclusivo, que pretende promover y expresar los aspectos positivos de la región Cajamarca con una imagen de una región con identidad, prospera moderna, innovadora, biodiversa con valores y talento humano.

Bajo este contexto el Gobierno Regional de Cajamarca establece como política para la promoción del turismo, artesanía, producción, exportación y servicios varios la creación de una MARCA que conlleve a tener tres pilares de sostenibilidad y como estrategia se plantea consolidar tres Is:

- ◆ Identidad.- Que todos sintamos orgullo de ser cajamarquinos.
- ◆ Integración.- Integrar nuestro territorio
- ◆ Internacionalización.- De nuestra región, sus productos y servicios

Para alcanzar las tres Is, está la Marca Cajamarca.



V. DIAGNÓSTICO

Cajamarca es una Región que deleita al mundo por su importante patrimonio: histórico, arquitectónico, cultural, termal, natural, forestal, artesanal, turístico, productivo y su exquisita gastronomía.

De acuerdo al Plan Estratégico de Marketing Turístico Cajamarca 2020, elaborado por el Consultor Lic. Jaime Briceño Morales por gestión del Gobierno Regional de Cajamarca y con el apoyo de PROMPERU, la región Cajamarca no disponía de un documento que oriente la política pública de promoción del destino turístico Cajamarca.

En el diagnóstico situacional del estudio Cajamarca si tiene una imagen de destino turístico sin embargo no se dispone de un sello de identidad que tenga relevancia para identificar a la región Cajamarca con una sola imagen o frase, por lo que no se cuenta con logotipo, sin isotipo, sin eslogan y sin marca Cajamarca que permita promocionar a través de un ecosistema digital como: página web oficial, redes sociales, u otras plataformas digitales que permitan dar a conocer en toda su magnitud a la región.

CAJAMARCA
La alegría del Perú



V. DIAGNÓSTICO

Lo que significa que se encuentra sin identidad de marca, ocasionando que no se pueda lograr: una comunicación sólida y consistente con una marca, presentarnos estratégicamente a empresas para lograr alianzas, promover con un solo concepto en cada medio que usamos, lograr niveles importantes de recordación y notoriedad de la marca, transmitir de forma clara el posicionamiento que Cajamarca desea proponer.

Durante los últimos tres años previos a la pandemia sanitaria de la COVID- 19, Cajamarca presenta tasas positivas de crecimiento, impulsadas básicamente por las actividades de exportación de minerales y productos como el café,cacao, maíz, tara, cereales y frutas así como la artesanía y el turismo interno y sus diferentes segmentos como:



VI. ESTRATEGIAS

En concordancia con el Plan Estratégico Regional de Turismo PERTUR – Cajamarca 2019-2025, el plan estratégico regional exportador Cajamarca 2018 -2015, el estudio de la Estrategia de Desarrollo e Innovación Regional-EDIR Cajamarca 2022, el Plan Estratégico Regional del Sector Agrario 2021 y el Plan Estratégico de Marketing Turístico Cajamarca - 2020, la DIRCETUR tiene objetivos estratégicos en materia de promoción de las exportaciones, turismo y artesanía de la imagen región, que a continuación se detallan:

- 01.-** Incrementar el flujo turístico total al destino Cajamarca.
- 02.-** Incrementar el gasto y pernoctaciones promedio del visitante al destino Cajamarca respecto a años anteriores.
- 03.-** Reforzar y mejorar la notoriedad del Destino Cajamarca.
- 04.-** Posicionar a Cajamarca como un destino alrededor de los conceptos alegría, naturaleza, termalismo e historia.
- 05.-** Contribuir a mejorar la competitividad del sector exportador y productivo.
- 06.-** Promover e incrementar la oferta exportable de la región.



VII. FORMACIÓN GRUPO IMPULSOR

En este sentido el Gobierno Regional de Cajamarca a través de la Gerencia de Desarrollo Económico, mediante Resolución Ejecutiva Regional N° 559-2019-GR-CAJ/GR, de fecha 23 de octubre de 2019 conforma el Grupo Impulsor para la Creación de la Marca Cajamarca del Gobierno Regional Cajamarca, el que quedó conformado de la siguiente manera:

- ◆ Gerencia Regional de Desarrollo Económico: Presidente.
- ◆ Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo: Miembro.
- ◆ Dirección de Comunicaciones y Relaciones Pública: Miembro.

Resolución de Gerencia General Regional N° D000365-2021-GRD Designar integrantes del Comité de Gestión de la marca Cajamarca. El Grupo Impulsor de la Marca Cajamarca, elaboró el plan de trabajo, acordando llevar a cabo un Concurso de Diseño Gráfico para el sello de la Marca.

En tal sentido, se organizó un concurso con el fin de desafiar el reconocimiento del potencial y la planificación correcta del posicionamiento de la Región en el Perú y el mundo; a través de la creación de una marca, la cual unifique a todos los atributos tangibles y no tangibles que identifican a los productos y servicios de nuestra región.

Resolución de Gerencia General Regional N° D80-2022-GR-CAS-GRD-DRAJ Reconocer como Presidente y Secretario del Comité de Gestión de la Marca Cajamarca.

La Marca Cajamarca debe expresar aquello que hay tras el nombre de la región: su historia, sus manifestaciones culturales, sus atractivos turísticos, sus productos, su modo de vida, su realidad socio-económica; en fin, todo lo bueno que ofrece o aporta al mundo.



VII. FORMACIÓN GRUPO IMPULSOR



La Marca Cajamarca busca crear, modificar y proteger la reputación internacional de la región. Se trata de una marca paraguas o sombrilla que, a través de lo que representa, da identidad, originalidad e imagen y entre las ventajas persigue contribuir a la mejora de la calidad de los productos, facilitar la colocación de exportaciones en el mercado global, la atracción de inversión extranjera y la promoción del destino turístico.

La Marca Cajamarca es el sello que busca identificar e integrar las actividades productivas de las 13 provincias que conforman esta gran región, comenzado con la promoción de sus servicios, atractivos turísticos y productos emblemáticos priorizados en las doce cadenas productivas de la región de acuerdo al estudio de la Agencia Regional de Desarrollo.



CAJAMARCA
La alegría del Perú

VIII. MISIÓN Y VISIÓN

◆ Misión

Posicionar a Cajamarca en el Perú y el mundo mediante la promoción de la imagen de región con sus destinos turísticos, la variedad de productos exportables que contribuyan al desarrollo económico, social y ambiental.

◆ Visión

Ser la marca de destino más promocionada, consolidada y reconocida en el Perú.



IX. CONCURSO MARCA CAJAMARCA

El proceso del concurso de la marca Cajamarca inicia con la legalización del libro de actas de fecha 05 de noviembre del 2019, y con la emisión de la Resolución Ejecutiva Regional N° 559-2019-GR-CAJ/GR, para luego iniciar con las reuniones de trabajo las cuales constan en el libro de actas.

- ◆ Aprobar el Plan de Trabajo de la marca Cajamarca.
- ◆ Elaborar el Cronograma del Concurso.
- ◆ Solicitar el requerimiento del presupuesto para el proyecto, a través del sustento técnico y económico a través de la DIRCETUR.
- ◆ Conformación del Jurado calificador del concurso, el cual fue integrado por las siguientes personalidades: Sr. Miguel Cueva Zavala, Director de la Escuela Académica de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional de Cajamarca, Sr. Christopher Alegría Vásquez, Gerente de IVOX Perú, Srta. Gisele Marisa Vega Salas, Especialista en Gestión de Marca de PROMPERU, Sr. Daniel Cotrina Rowe, Director Académico de la Escuela de Formación Artística Mario Urteaga Alvarado de Cajamarca, Sr. Alex Martos Ramírez de la Dirección Regional de Comunicaciones y Relaciones Públicas del Gobierno Regional Cajamarca, Srta. Lidia Pérez Sáenz, Especialista de Turismo de la DIRCETUR Cajamarca y Sr. José Goicochea Bringas, Abog. de la DIRCETRUR Cajamarca.
- ◆ Con fecha 20 de enero del 2020 se evaluaron las propuestas de 55 participantes, quedando 14 propuestas aprobadas para su posterior sustentación ante el jurado evaluador.
- ◆ Con fecha 21 de enero del 2020, reunidos el comité da por ganador al Sr. Eynar Becerra Barboza.



IX. CONCURSO MARCA CAJAMARCA

- ◆ Con fecha 20 de octubre del 2020 se hace entrega oficial al ganador del concurso de manera presencial.
- ◆ Con fecha 23 de junio del 2021 se inicia el trámite de registro de la marca Cajamarca “La alegría del Perú” ante el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual Instituto – INDECOPI.
- ◆ Mediante Resolución de Gerencia General Regional N° D80-2022-GR.CAJ-GGR-DRAJ, se aprueba recocer al Comité de Gestión de la Marca Cajamarca al Gerente Regional de Desarrollo Económico como Presidente y al Director Regional de Comercio Exterior y Turismo Cajamarca como Secretario Técnico, de acuerdo al Acta de Instalación del Comité de la marca Cajamarca de fecha 10 de enero del 2022.
- ◆ El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI, CERTIFICA por mandato de la Resolución N° 026105-2021/DSD INDECOPI de fecha 17 de setiembre del 2021 ha quedado inscrito en el registro de Marca de Certificación el siguiente signo de la Denominación: CAJAMARCA LA ALEGRÍA DEL PERÚ y Registro de Propiedad Intelectual con CERTIFICADO N° 00000276, con la clase: 30 de la clasificación internacional.
- ◆ Mediante Acta N° 002-2022-CGMG-GR.CAJ, de fecha 05 de abril del 2022, se aprueba los instrumentos de gestión para el Uso de la marca Cajamarca que consta de: Manual de Identidad de Marca, Reglamento de Uso de Marca Cajamarca y el Reglamento.
- ◆ Mediante Acta N° 005-2022-CGMG-GR.CAJ, de fecha 08 de agosto del 2022, se aprueba el Reglamento Interno de Funciones del Comité de Gestión de la marca Cajamarca
- ◆ Con Oficio N° D29-2022-GR.CAJ-GRPPAT/SGDI, de fecha 23 de agosto del 2022 se informa sobre las funciones de la DIRCETUR Cajamarca, que para la gestión de las acciones de la promoción de la marca Cajamarca éstas se encuentran enmarcadas en el Reglamento de Organización y Funciones.

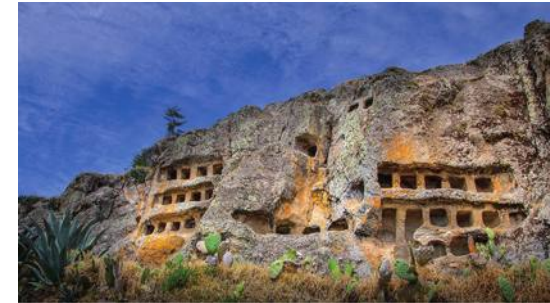


X. SUSTENTO DISEÑO MARCA CAJAMARCA

Como sabemos, Cajamarca es conocida como la capital del carnaval peruano, es por ello que para crear la marca este factor pesó sobre el resto de atractivos con los que cuenta la región, sin que sean menos importantes que el elegido.

- ◆ El isologo está conformado por una tipografía que ha sido diseñada, la cual hace referencia a la forma de las construcciones incas del cuarto del rescate, ya que esta fue una de las principales ciudades del Imperio Incaico.
- ◆ Como segundo elemento, se ha considerado al patrimonio histórico – cultural, a la forma de uno de los atractivos turísticos cajamarquinos, las ventanillas de Otuzco, estas fungen de papel picado, el cual es tradicional en los carnavales y representa la festividad.
- ◆ Como tercer elemento están los colores, se ha seleccionado el morado, verde limón, coral y amarillo, porque son muy vistosos, alegres y característicos en la vestimenta de la gente del lugar y por último el celeste que hace alusión al cielo cajamarquino.

CAJAMARCA
La alegría del Perú



X. SUSTENTO DISEÑO MARCA CAJAMARCA

- ◆ **Morado.-** Está asociado con la realeza; representa la sabiduría, la imaginación, la locura, la creatividad, el misterio y la magia.
- ◆ **Verde Limón.-** Se trata de un color profundamente asociado a la primavera y ligado a la alegría, fertilidad y juventud
- ◆ **Coral.-** Asociado a la calidez, frescura, confort, vigor y optimismo.
- ◆ **Amarillo.-** Simboliza la energía, alegría, felicidad, riqueza, poder, abundancia, fuerza y acción.
- ◆ **Rojo.-** Simboliza el fuego, del amor, el drama, el calor, el poder, la fuerza, la emoción, la pasión, la sangre y la lujuria.
- ◆ **Celeste.-** Expresa relajación frescura que transmite mucha calma, asociado al cielo.

CAJAMARCA
La alegría del Perú



XI. PROMOCIÓN Y POSICIONAMIENTO

El Comité de Gestión de la marca Cajamarca, durante los años 2021 ha desarrollado acciones y actividades de la presentación oficial de la marca en diferentes escenarios a nivel regional, nacional e internacinal acompañados de una presencia de imagen del destino con material promocional visual y material de merchandaising tanto en eventos de interés turístico, productivo, exportador y comercial.

Cajamarca destaca no solo con café, cacao, palta hass, tara, aguaymanto, arándanos, madera y carne de cuy, también con sus derivados lácteos como el queso, mantequilla, manjar blanco, dulce de natilla y las populares rosquitas de manteca cajamarquinas. Asimismo tiene artesanías muy bellas en cerámica vidriada, textilera, sombreros, tallado en piedra y parajes turísticos como las Cascadas de Cohecorral, la Catarata La Novia, el Complejo Arqueológico Kuntur Wasi, Complejo Arqueológico Pacopampa, Complejo Arqueológico Poroporo, la Huaca Montegrande, el Parque Nacional de Cutervo, Bosque Nublado de Udimá, las Pinturas Rupestres de Faical, el Bosque de Piedras de Cumbemayo, Complejo Turístico de Baños del Inca, Cuarto de Rescate, el Centro Histórico de la ciudad de Cajamarca, Centro Termal de Chancay Baños y mucho más.



XI. PROMOCIÓN Y POSICIONAMIENTO

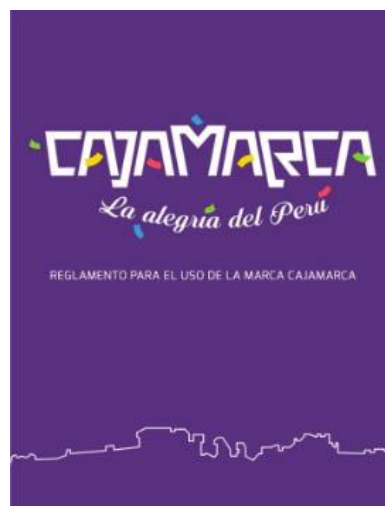
Los eventos que se ha participado con la presencia de los empresarios y emprendedores de los diferentes económicos son:

- ◆ Lanzamiento oficial de la marca Cajamarca en la ciudad de Cajamarca en las instalaciones del Conjunto Monumental de Belén.
- ◆ Lanzamiento oficial de la marca Cajamarca en la ciudad de Lima en las instalaciones del Parque de las Aguas.
- ◆ Celebración por el Día Mundial del Turismo 2021, en la ciudad Jaén, provincia de Jaén- región Cajamarca.
- ◆ Feria Internacional de Café- FICAFE 2021 en ciudad de Quillabamba en la provincia de La Convención- Región Cuzco.
- ◆ Feria de la Asociación Peruana de Agencias de Viajes y Turismo – APAVIT PERÚ en la ciudad Lima.
- ◆ Feria Regional del Café EXPOCAFE CAJAMARCA 2021 en la ciudad Jaén, provincia de Jaén- región Cajamarca.
- ◆ Feria Internacional de Café- FICAFE 2022 en ciudad de Huamanga Provincia de La Huamanga- Región Ayacucho.
- ◆ Feria Regional del Café EXPOCAFE CAJAMARCA 2022 en la ciudad Jaén y San Ignacio, provincias de Jaén y San Ignacio - región Cajamarca.



XII. ELABORACION DE INSTRUMENTOS DE GESTIÓN DE MARCA

- ◆ Manual de identidad de la Marca.
- ◆ Reglamento de Uso de Marca.
- ◆ Reglamento Interno de Funciones del Comité de Gestión de la marca Cajamarca.



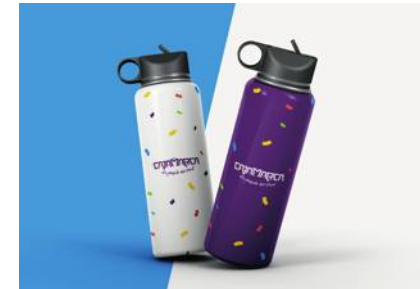
XII. ELABORACION DE INSTRUMENTOS DE GESTIÓN DE MARCA

Los instrumentos de gestión de la marca Cajamarca han sido elaborados por los profesionales de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo con la asistencia técnica y asesoramiento de la oficina de la Marca Perú del PROMPERU y con la aprobación del Comité de Gestión de la marca Cajamarca, entre los que se dispone:



XIII. PRODUCTOS DE MERCHANDISING

- ◆ Brochure de diseño de material de merchandising.



XIII. PRODUCTOS DE MERCHANDISING

- ◆ Brochure de diseño de material de merchandising.



XIII. PRODUCTOS DE MERCHANDISING

- ◆ Brochure de diseño de material de merchandising.



XIV. RESULTADOS Y METAS

- ◆ Generar una sola identidad que integre todas las actividades productivas de la región.
- ◆ Promocionar y posicionar una identidad clara, definida y unificada.
- ◆ Proyectar la imagen de una región productiva y exportadora en el ámbito internacional.
- ◆ Centrar en un solo concepto el esfuerzo de comunicación de la región ante los públicos nacionales e internacionales.
- ◆ Crear una cultura de valor regional entre sus ciudadanos alrededor de los atributos de Integración, identidad y competitividad.

Ofrecer diferentes beneficios como: Mejorar la imagen de la región. Alinea la percepción de los ciudadanos hacia una mayor identidad y orgullo regional. Ofrece una ventaja competitiva a medida que la región compita y se posicione en tres indicadores específicamente: inversión, turismo y exportaciones.



Orgullosamente somos

CAJAMARCA

La alegría del Perú

