Guía para la elaboración del Pertur

PLAN ESTRATÉGICO REGIONAL DE TURISMO

PERÚ | Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

EL PERÚ PRIMERO

GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO REGIONAL DE TURISMO - PERTUR

Una publicación del Ministerio de Comercio Exterior
y Turismo del Perú - Mincetur
Calle Uno Oeste Nº 50, Urb. Córpac,
San Isidro. Lima 27, Perú
Teléfono: (51-1) 513-6100

www.mincetur.gob.pe
© Mincetur Todos los derechos reservados

Hecho el Depósito Legal en la
Biblioteca Nacional del Perú Nº 2018-13931
Lima, agosto de 2018
Distribución gratuita
Prohibida su venta

Elaboración:
Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú - Mincetur
Obra colectiva

Edición, diseño y diagramación:
Norman Bachmann
Calle López de Sólis 350, Of. 216, Magdalena, Lima - Peru

Fotos:
Promperú
Mincetur

Primera edición - agosto 2018

Foto: Promperú

Presentación

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - Mincetur, órgano rector responsable de orientar y asesorar a los gobiernos regionales en el desarrollo de sus funciones, tiene en el Plan Estratégico Nacional de Turismo - Pentur 2025 el instrumento en el cual se proponen los pilares, componentes y acciones estratégicas para el sector Turismo a nivel nacional, y establece que los gobiernos regionales deben implementarlos a través de los Planes Estratégicos Regionales de Turismo - Pertur, los mismos que, de acuerdo a lo establecido en la Ley General de Turismo - Ley N° 29408 y modificatorias, deberán contar con la opinión favorable del Mincetur.

El Plan Estratégico Regional de Turismo - Pertur, es un instrumento de planificación y gestión que establece los lineamientos para el desarrollo de la actividad turística, en cuyo proceso los actores públicos y privados de la región analizan su territorio, basándose en el potencial turístico, las necesidades de la demanda, entre otros factores relevantes para la planificación, a fin de establecer objetivos, estrategias y la priorización de acciones específicas para lograr las metas establecidas.

En ese marco se desarrolla la presente “Guía para la elaboración del Plan Estratégico Regional de Turismo - Pertur”, como documento orientador que se pone a disposición de los gobiernos regionales y actores involucrados en el desarrollo de la actividad turística, brindando pautas, herramientas y recomendaciones para la planificación estratégica del sector a nivel regional, teniendo en cuenta la coherencia y consistencia con los objetivos de política nacional, sectorial y territorial.

La guía propone una secuencia de cuatro (04) fases, que comprenden: i) diseño del entorno institucional, ii) diagnóstico del turismo en la región, iii) análisis estratégico; y, iv) elaboración del plan de acción de turismo, las cuales se desarrollan a través de un proceso participativo con enfoque multisectorial, que incluye la realización de talleres descentralizados, visitas de campo y entrevistas, mediante la aplicación de instrumentos y herramientas para el levantamiento de datos e información, que permitan realizar un análisis adecuado de la situación del turismo en la región, para una eficiente toma de decisiones.

Finalmente, es importante señalar que la planificación estratégica requiere esfuerzos posteriores para su implementación, articulando las decisiones estratégicas y las operativas, bajo el liderazgo de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, órgano regional competente en materia de turismo, y el involucramiento del sector privado, la sociedad civil y otras entidades del sector público nacional y subnacional, considerando la naturaleza transversal del turismo.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Contenido

Presentación 3

Acrónimos 7

Secuencia metodológica para la elaboración del Pertur 9

Fase 1: Diseño del entorno institucional 10

1.1 Conformación del Equipo Técnico Especializado 12

1.2 Conformación de la Comisión Multisectorial Pertur 13

Fase 2: Diagnóstico del turismo en la Región 16

2.1 Análisis de la situación actual del turismo en la Región 18

2.1.1 Análisis de la demanda turística 18

2.1.2 Análisis del Producto turístico 19

2.1.3 Análisis de las facilidades para el turismo 21

2.1.4 Análisis de la promoción y comercialización 21

2.1.5 Análisis de la gestión del turismo 21

2.1.6 Análisis de la competencia 23

2.2 Identificación, caracterización y valoración de las zonas de desarrollo turístico 24

2.2.1 Determinación de actores clave 27

2.2.2 Levantamiento de información en campo 27

2.2.3 Valoración de las zonas de desarrollo turístico 28

2.3 Determinación y conceptualización de la vocación turística 30

Fase 3: Análisis estratégico 32

3.1 Formulación de la Visión Regional de Turismo 34

3.1.1 Análisis de coherencia de las políticas y planes 34

3.1.2 Formulación de la Visión Regional de Turismo 34

3.2 Análisis FODA 36

3.2.1 Determinación de objetivos estratégicos (OE) 37

3.2.2 Determinación de indicadores y metas de los objetivos estratégicos 38

3.2.3 Determinación de las estrategias 38

Fase 4: Formulación del Plan de Acción 40

4.1 Determinación de acciones estratégicas (AE) 42

4.2 Determinación de indicadores y metas de las acciones estratégicas 42

4.3 Elaboración del Plan de Acción de Turismo 43

4.3.1 Determinación de proyectos de desarrollo turístico 43

4.3.1 Recomendaciones para la determinación de acciones y/o actividades de desarrollo turístico 45

4.4 Seguimiento y evaluación 45

Anexos 46

Anexo 2.1. Fuentes de información para el análisis de la situación actual del turismo en la región 48

Anexo 2.2. Formato de valoración de la zona de desarrollo turístico 50

Anexo 2.3. Formato para la comparación de las zonas de desarrollo turístico 62

Anexo 3.1. Recomendaciones para la formulación de indicadores 68

Anexo 3.2. Ejemplo de la determinación de objetivos estratégicos (OE), indicadores y metas 70

Anexo 4.1. Formato de plan de acción de turismo 72

Anexo 4.2. Formato para la determinación de proyectos de desarrollo turístico 74

Glosario de términos 75

Referencias Bibliográficas 82

Foto: Promperú

Acrónimos

ANP	Área Natural Protegida
Ceplan	Centro Nacional de Planeamiento Estratégico
DDC	Dirección Desconcentrada de Cultura
DGET	Dirección General de Estrategia Turística
DGIETA	Dirección General de Investigación y Estudios sobre Turismo y Artesanía
Dircetur	Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo
Gercetur	Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo
INEI	Instituto Nacional de Estadística e Informática
IOARR	Inversiones clasificadas como optimización, ampliación marginal, reposición y rehabilitación
MEF	Ministerio de Economía y Finanzas
Minam	Ministerio del Ambiente
Mincetur	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
OMT	Organización Mundial del Turismo
PCM	Presidencia del Consejo de Ministros
PDRC	Plan de Desarrollo Regional Concertado
PDLC	Plan de Desarrollo Local Concertado
Pentur	Plan Estratégico Nacional de Turismo - Perú
Pertur	Plan Estratégico Regional de Turismo
Pesem	Plan Estratégico Sectorial Multianual
PIM	Presupuesto Institucional Modificado
Promperú	Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo
ROF	Reglamento de Organización y Funciones
Sernanp	Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado
Sosem	Sistema Operativo de Seguimiento y Monitoreo

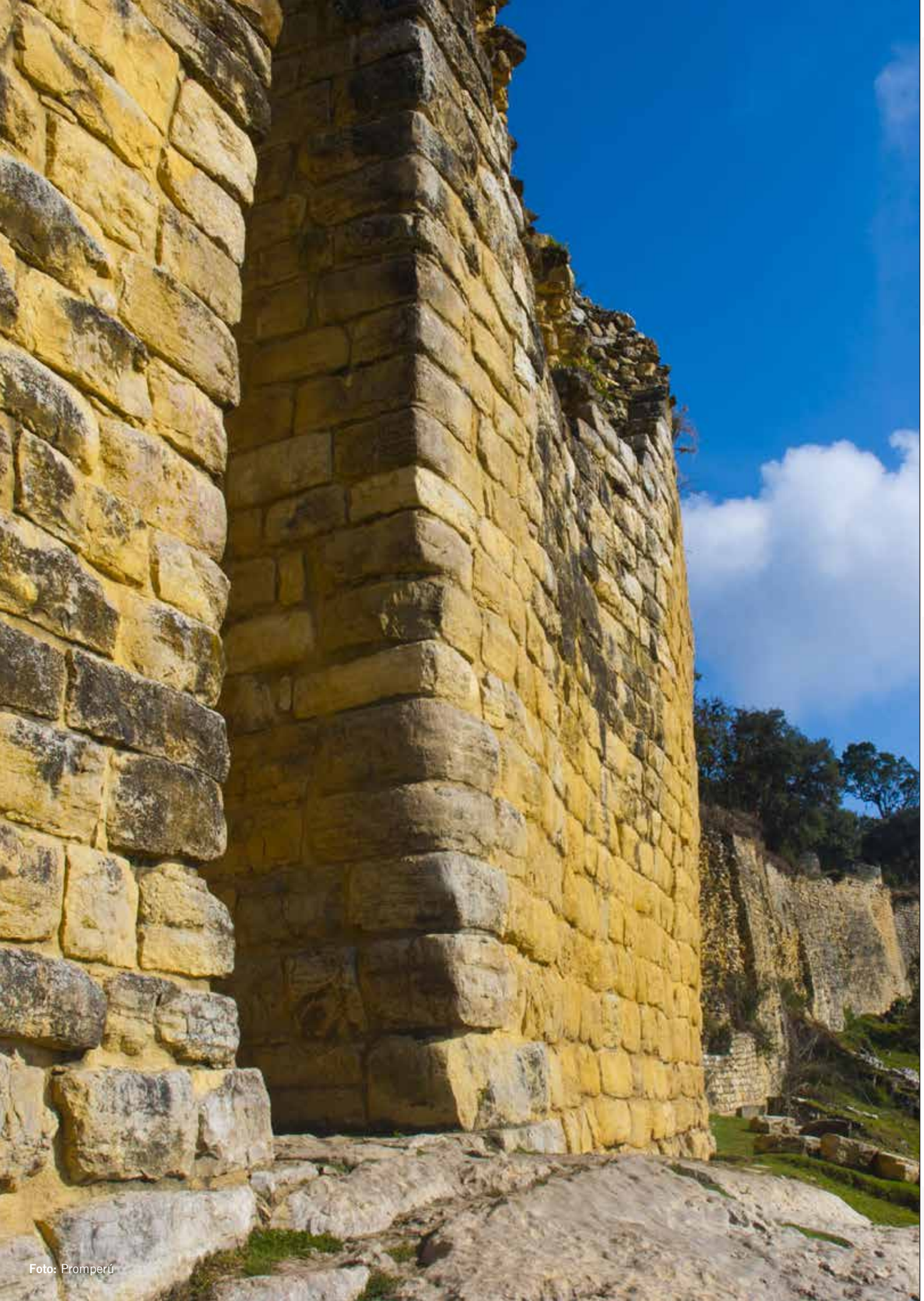


Foto: Promperú

FASE 1

DISEÑO DEL ENTORNO INSTITUCIONAL

- Conformación del Equipo Técnico Especializado.
- Conformación de la Comisión Multisectorial Pertur.

FASE 2

DIAGNÓSTICO DEL TURISMO EN LA REGIÓN

- Análisis de la situación actual del turismo en la Región.
- Identificación, caracterización y valoración de las zonas de desarrollo turístico.
- Determinación y conceptualización de la vocación turística.

FASE 3

ANÁLISIS ESTRATÉGICO

- Formulación de la Visión Regional de Turismo.
- Análisis FODA.
- Determinación de objetivos estratégicos.
- Determinación de estrategias.

FASE 4

FORMULACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN

- Determinación de las acciones estratégicas.
- Elaboración del Plan de Acción de Turismo.
- Determinación de proyectos de desarrollo turístico.
- Seguimiento y evaluación.

Foto: Promperú

FASE 1

DISEÑO DEL ENTORNO INSTITUCIONAL

FASE 1: DISEÑO DEL ENTORNO INSTITUCIONAL

En esta fase se establecen las condiciones institucionales que el gobierno regional debe cumplir para iniciar el proceso de elaboración del Pertur, debiendo conformar los equipos de trabajo encargados de elaborar y validar los avances de dicho documento.

1.1 Conformación del Equipo Técnico Especializado

El Equipo Técnico Especializado será el responsable de elaborar el Plan Estratégico Regional de Turismo - Pertur, lo que implica reunir, integrar y analizar los datos e información necesaria sobre el turismo en la Región.

Sus funciones son:

- Conducir el proceso de elaboración o actualización del Pertur.
- Aplicar la metodología contenida en la presente guía[1].
- Establecer las condiciones que permitan llevar a cabo el seguimiento y evaluación de la implementación del Pertur aprobado, así como proponer al equipo que será responsable del mismo.
- Otras, que mediante acuerdo disponga el Equipo Técnico Especializado.

La conformación del Equipo Técnico Especializado se formaliza con la emisión de una Resolución Ejecutiva Regional del Gobierno Regional, la cual resuelve:

- Aprobar el inicio del proceso de elaboración o actualización del Pertur.
- Conformar el Equipo Técnico Especializado como responsable de la elaboración del citado documento.
- Designar a los integrantes del Equipo Técnico Especializado, el cual deberá estar conformado como mínimo por un (01) representante titular y alterno, de las unidades orgánicas del Gobierno Regional, así como del sector privado y académico vinculados al desarrollo del sector Turismo, entre ellos:
  a) Gerencia Regional de Desarrollo Económico, si corresponde.
  b) Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (Dircetur), o quien cumpla sus funciones.
  c) Gerencia Regional de Planeamiento, Presupuesto y Acondicionamiento Territorial, o quien cumpla sus funciones.
  d) Centro Regional de Planeamiento Estratégico, de ser el caso.
  e) Cámara Regional y/o gremios del sector turismo.
  f) Sector académico (considerar Universidades y/o Institutos superiores que cuenten con carreras profesionales o técnicas de Turismo o afines).
- Declarar la necesidad de conformar la Comisión Multisectorial Pertur, responsable de validar el documento de planificación.
- Designar al responsable de la Dircetur, o quien cumpla sus funciones, como Secretaría Técnica del Equipo Técnico Especializado y de la Comisión Multisectorial Pertur.
- Delegar a la Dircetur la emisión de una Resolución Directoral Regional que conforme la Comisión Multisectorial Pertur.

[1] La presente guía no es documento rígido, por lo cual para su aplicación se deberá tener en cuenta las normas y/o directivas vigentes.

1.2 Conformación de la Comisión Multisectorial Pertur

La Comisión Multisectorial Pertur será la responsable de validar los resultados logrados por el Equipo Técnico Especializado en cada una de las fases del proceso de elaboración del Pertur.

Foto: Mincetur

La conformación de la Comisión Multisectorial Pertur se formaliza con la emisión de una Resolución Directoral Regional de parte de la Dircetur, o quien haga su vez.

Una vez conformada la Comisión Multisectorial Pertur y habiéndose designado a sus integrantes, tal como se detallará posteriormente, la Secretaría Técnica convocará a una reunión de instalación en donde se designará al Presidente de la Comisión Multisectorial Pertur, se aprobará el reglamento interno y el cronograma de trabajo.

El cargo de Presidente de la Comisión Multisectorial Pertur será asumido por el representante de la entidad que obtenga la mayoría de votos en la reunión de instalación y sus funciones se detallarán en el Reglamento Interno que será aprobado en la misma reunión. Algunas de sus funciones son:

- Representar a la Comisión Multisectorial Pertur.
- Presidir las reuniones.
- Aprobar la agenda propuesta por la Secretaría Técnica.
- Dirigir los debates y resolver las cuestiones de orden previas que se presenten.
- Emitir voto dirimente en caso de empate.
- Otras funciones que mediante acuerdo disponga la Comisión.

Nota: Es importante aclarar que las denominadas "Comisiones Multidisciplinarias" conformadas antes de la aprobación de la presente guía, tienen validez y cumplen la misma función que la Comisión Multisectorial definida en esta fase.

Secretaría Técnica

En relación con la Secretaría Técnica, cumple las siguientes funciones generales:

- Elaborar el plan y cronograma de trabajo.
- Convocar a los representantes del Equipo Técnico Especializado y de la Comisión Multisectorial Pertur a las reuniones programadas y realizar el seguimiento para la asistencia correspondiente.
- Proponer y organizar la agenda de las reuniones del Equipo Técnico Especializado y de la Comisión Multisectorial Pertur, así como preparar las formalidades para el debate y validación de cada de una de las reuniones que se llevarán a cabo en las fases establecidas.
- Elaborar las actas de las reuniones del Equipo Técnico Especializado y de la Comisión Multisectorial Pertur, en donde estén consignados los principales acuerdos.
- Otras que sean necesarias para el buen desarrollo de las actividades.

La Secretaría Técnica presentará en las reuniones de la Comisión Multisectorial Pertur los avances del documento Pertur, previamente elaborados por el Equipo Técnico Especializado, con la finalidad de debatir y someterlas a votación para su validación y aprobación.

Algunas consideraciones:

Luego de haberse conformado el Equipo Técnico Especializado y designado a sus miembros, la Dircetur elaborará la lista de instituciones que integrarán la Comisión Multisectorial Pertur, y los invitarán a formar parte de la referida Comisión, solicitando la designación de sus representantes (titular y alterno), y otorgándoles un plazo determinado para responder. Para ello, se recomienda que la Comisión Multisectorial Pertur esté integrada por un número representativo de instituciones públicas y privadas y la sociedad civil organizada vinculada con la actividad turística regional, que permita un adecuado manejo de las reuniones, así como asegurar la calidad de la participación de los actores involucrados, garantizando la efectividad del proceso de elaboración del Pertur. En lo que respecta al sector público, se recomienda que dicha Comisión sea integrada por los miembros del Equipo Técnico Especializado, por las municipalidades provinciales de la Región, por las municipalidades distritales donde se ubican los principales recursos o atractivos con mayor flujo de visitantes, así como por el representante del sector ambiente y cultura de la Región, entre otros sectores importantes para la planificación turística regional. En cada caso, deberán ser representantes con poder de decisión para la adopción de compromisos en las distintas fases establecidas.

Foto: Promperú

Foto: Promperú

Una vez obtenida la confirmación de los representantes acreditados de las instituciones invitadas, corresponde a la Dircetur, o quien haga su vez, la emisión de la Resolución Directoral o Gerencial Regional para la conformación de la citada Comisión.

Asimismo, a solicitud de algún integrante del Equipo Técnico Especializado y/o de la Comisión Multisectorial Pertur, de forma excepcional se podrá invitar a un profesional o experto en virtud a sus conocimientos y/o experiencia en el tema a tratar, quien participará con derecho a voz, más no a voto en las reuniones programadas.

Nota: Los temas tratados y acuerdos logrados en cada reunión de trabajo del Equipo Técnico Especializado o de la Comisión Multisectorial Pertur deben ser plasmados en un acta, la cual deberá ser firmada por los miembros titulares. Solo en caso de inasistencia del titular firmará el representante alterno.

Foto: Promperú

FASE 2

DIAGNÓSTICO DEL TURISMO EN LA REGIÓN

FASE 2: DIAGNÓSTICO DEL TURISMO EN LA REGIÓN

En esta fase se analiza el entorno político, económico, social, tecnológico y ecológico, así como las principales tendencias a nivel internacional, nacional y regional que inciden en el sector turismo; asimismo, se recoge, sistematiza y analiza información de la situación actual de los componentes básicos de la actividad turística: demanda, producto, facilidades para el turismo, promoción y comercialización, comercialización y gestión del turismo a nivel regional, para luego identificar, caracterizar y valorar las zonas de desarrollo turístico. Dicho análisis constituye el punto de partida para una correcta toma de decisiones.

2.1 Análisis de la situación actual del turismo en la Región

Para lograr el **conocimiento integral** de la actividad turística en la Región se describe y analiza el entorno político, económico, social, tecnológico y ecológico que de una u otra manera impacta en el desarrollo de la actividad turística regional; así como identificar, describir y analizar las principales tendencias del turismo a nivel internacional, nacional y regional[2].

Asimismo, se debe realizar el análisis de los principales componentes de la actividad turística: **demanda, producto, facilitación, promoción, comercialización y gestión del turismo,** que determinan su situación actual, a partir de la información disponible. Del mismo modo, es importante la identificación y análisis de la competencia.

2.1.1 Análisis de la demanda turística

Consiste en revisar y analizar la demanda de los visitantes nacionales y extranjeros de la región por lo menos de los últimos cinco (05) años, considerando la información cuantitativa y cualitativa que se detalla a continuación:

INFORMACIÓN CUANTITATIVA

- Representatividad de la región a nivel nacional, en cuanto a flujo de turistas nacionales y extranjeros, promedio de permanencia de turista nacional y extranjero, entre otros.
- Llegada mensual y anual de visitantes a los recursos/atractivos turísticos.
- Arribo mensual y anual de visitantes a establecimientos de hospedaje.
- Pernoctación de visitantes en establecimientos de hospedaje.
- Estacionalidad de la demanda.
- Movimiento general anual o mensual de pasajeros en los aeropuertos.
- Flujo mensual de turistas por puesto de control fronterizo, según corresponda.
- Otros, de acuerdo a la disponibilidad de información.

[2] Se analizan aquellas tendencias que inciden o pueden afectar, positiva o negativamente, al sector turismo en la región.

INFORMACIÓN CUALITATIVA

a) **Perfil del visitante de la Región:**
- Lugar de residencia.
- Sexo.
- Rangos de edad.
- Ocupación.
- Estado civil.
- Motivo de viaje.
- Medio de transporte más utilizado.
- Tiempo de permanencia.
- Gasto promedio.
- Actividades turísticas realizadas.
- Recursos/atractivos turísticos más visitados.
- Otros, de acuerdo a la disponibilidad de información.

b) **Nivel de satisfacción del turista que visita la Región:**
- Evaluación general (hospitalidad, seguridad, limpieza y tránsito vehicular) de las ciudades que representan el centro soporte para la visita de los principales recursos/atractivos turísticos.
- Evaluación de la calidad de los atractivos turísticos más visitados.
- Evaluación de los servicios turísticos (alojamiento, restaurantes, agencias de viajes, transporte, entre otros).

Foto: Mincetur

Con esta información se conocerá qué tipo de turista atrae actualmente la región, su comportamiento, aspectos motivadores y qué tan satisfechos se van luego de efectuar su visita. Esto revelará que se está haciendo bien o mal, siendo la base de la propuesta a elaborar.

2.1.2 Análisis del Producto turístico

Antes de realizar este análisis, se debe tener en cuenta algunos conceptos claves:

El Producto turístico es el conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos y/o atractivos turísticos, infraestructura, planta turística y actividades recreativas. El Producto turístico busca satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística. *(ver gráficos Nº1 y Nº2).*

GRÁFICO N° 01: ELEMENTOS DEL PRODUCTO TURÍSTICO

RECURSO TURÍSTICO → Expresiones de la naturaleza, la riqueza arqueológica, expresiones históricas materiales e inmateriales de gran tradición y valor que **constituyen la base del producto turístico.**

ATRACTIVO TURÍSTICO → Cuando al recurso turístico, la actividad humana le ha incorporado instalaciones, equipamiento y servicios, **agregándole valor**, se convierte en un atractivo turístico.

FACILIDADES TURÍSTICAS

INSTALACIONES TURÍSTICAS, PLANTA TURÍSTICA, SERVICIOS Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS → Contempla las instalaciones físicas que se relacionan directamente con el recurso o atractivo turístico, así como la planta turística, equipamiento y recursos humanos necesarios para el desarrollo de los servicios y actividades turísticas.

INFRAESTRUCTURA, SERVICIOS BÁSICOS Y SERVICIOS COMPLEMENTARIOS → Conjunto de elementos básicos necesarios para el funcionamiento de un centro poblado urbano o rural, su existencia es vital para el desarrollo del turismo. Entre ellos se considera el transporte, servicios básicos, comunicaciones, así como los servicios complementarios (bancos, cajeros, comercio, servicios de esparcimiento, entre otros).

EXPERIENCIA TURÍSTICA

Elaboración: DGET - Mincetur. **Fuente:** Ley N° 29408 - Ley General de Turismo.

GRÁFICO N° 02: CIRCUITO, CORREDOR Y RUTA TURÍSTICA

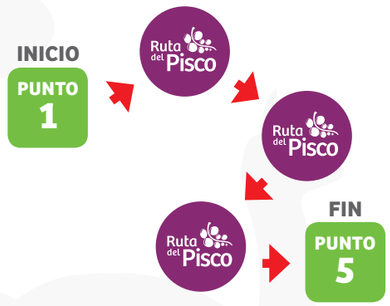
CIRCUITO TURÍSTICO

Es el itinerario de viaje, de duración variable, que por lo general parte y llega al mismo sitio luego de circundar y/o bordear una zona. Provee la visita de uno o más atractivos turísticos o centros soporte.

CORREDOR TURÍSTICO

Es el itinerario de viaje, de duración variable, que por lo general parte y llega a sitios diferentes luego de realizar la visita de uno o más atractivos turísticos o centros soporte.

RUTA TURÍSTICA



Puede ser un circuito o un corredor turístico, su particularidad es el concepto temático que adquiere a través de los atractivos o lugares de interés que la componen.

Elaboración: DGET - Mincetur. **Fuente:** Ley N° 29408 - Ley General de Turismo.

Una vez aclarados los conceptos, se procede realizar lo siguiente:

i) Identificar los atractivos turísticos anclas[3] con mayor flujo de visitantes y describir sus principales características.
ii) Identificar y analizar los corredores turísticos, rutas turísticas, circuitos turísticos y/o productos turísticos existentes[4]. Se deberá incluir información sobre las condiciones existentes para el desarrollo de la visita turística.

2.1.3 Análisis de las facilidades para el turismo

i) Identificar las provincias, distritos y/o ciudades de la región con mayor concentración de prestadores de servicios turísticos y complementarios, que conforman el centro soporte.
ii) Identificar y analizar los servicios turísticos, tales como: establecimientos de hospedaje, restaurantes, agencias de viajes, artesanos y guías de turismo.
iii) Identificar, describir y analizar las principales vías de acceso, así como la situación de los aeropuertos, terrapuertos, puertos y otros, de ser el caso.
iv) Identificar, describir y analizar los puntos de ingreso y salida de turistas en las zonas de frontera, según corresponda.
v) Describir y analizar la situación de las oficinas de información y atención al turista.
vi) Describir y analizar la situación de los servicios básicos, servicios de telefonía (fija y móvil) y de internet, centros de salud, así como la gestión y manejo de residuos sólidos.

2.1.4 Análisis de la promoción y comercialización

i) Identificar qué atractivos turísticos, corredores turísticos, rutas turísticas, circuitos turísticos y/o productos turísticos se promocionan y comercializan de la Región.
ii) Identificar y describir los medios, canales o plataformas más utilizadas para la promoción y comercialización de los atractivos turísticos, corredores turísticos, rutas turísticas, circuitos turísticos y/o productos turísticos de la Región.
iii) Identificar y analizar los atractivos turísticos incluidos en los paquetes turísticos que comercializan las agencias de viajes a nivel regional y nacional (se recomienda diferenciar aquellos que solamente son ofertados en los paquetes de las agencias de viajes de la Región).

2.1.5 Análisis de la gestión del turismo

i) Identificar las entidades públicas vinculadas a la actividad turística y señalar su rol y relevancia en la Región.
ii) Identificar a las cámaras y/o gremios vinculados a la actividad turística con representatividad a nivel regional y señalar su rol y relevancia en la Región.
iii) Identificar otros entes u organizaciones público - privadas relacionadas a la gestión de la actividad turística, como la Organización de Gestión de Destino - OGD, ente gestor, Comité de Gestión, entre otros, así como precisar su rol y relevancia en la Región.

Nota: Se sugiere analizar la información de los últimos cinco (05) años de los componentes antes mencionados, a fin de conocer el comportamiento evolutivo e histórico de la actividad turística en la Región.

Foto: Promperú

2.1.6 Análisis de la competencia

Consiste en identificar y analizar a los principales competidores de la Región a nivel nacional, considerando que éstos posean características similares en cuanto a lo siguiente:

- Recursos turísticos, atractivos turísticos o actividades turísticas.
- Servicios turísticos y servicios complementarios.
- Perfiles de visitantes (procedencia y preferencias).

Se sugiere identificar una o dos regiones que representan competencia para la región. Una vez identificados estos competidores, se recomienda realizar una comparación basada en los siguientes factores:

- Llegada de visitantes (a los principales recursos/atractivos turísticos)
- Arribos a establecimientos de hospedaje.
- Principales características del perfil de los visitantes.
- Propuesta principal de venta - PPV.
- Prestadores de servicios turísticos (establecimientos de hospedaje, restaurantes, agencias de viajes, guías de turismo y otros).
- Facilidades para el turismo (accesibilidad, servicios básicos y de telecomunicaciones en el centro soporte).
- Posicionamiento en el mercado turístico (medios, canales o plataformas más utilizadas para la promoción y comercialización).
- Gestión del turismo (pública, privada y/o pública-privada).

Para esta etapa, se presentan en el **Anexo 2.1** algunas fuentes de información para el análisis de la situación actual del turismo.

[3] Es aquel atractivo principal que por sus características y atributos propios, constituye el "eje" que motiva la decisión de viaje.
[4] Pueden existir recursos turísticos potenciales, que por sus características y singularidades ameriten ser analizados, para lo cual es importante tener en cuenta los aspectos de mercado (oferta y demanda turística).

Foto: Promperú

2.2 Identificación, caracterización y valoración de las zonas de desarrollo turístico

Teniendo en cuenta, que no todo el territorio de la región presenta las mismas condiciones para el desarrollo de la actividad turística, considerando el mercado turístico, es necesario identificar y delimitar las zonas de desarrollo turístico, conceptualizada como aquellos espacios geográficos con una oferta turística (atractivos turísticos, corredores turísticos, rutas turísticas, circuitos turísticos, productos turísticos y/o destino turístico[5], planta turística, servicios turísticos y complementarios) que generan el desplazamiento de una demanda (excursionistas o turistas).

Su delimitación está supeditada a la demanda, más no a los límites político - administrativos de uno o más distritos, provincias o regiones (departamentos) que la conforman.

En suma, para la identificación y determinación preliminar del ámbito de las zonas de desarrollo turístico, el Equipo Técnico Especializado deberá considerar lo siguiente:

- Identificar la demanda (excursionistas o turistas) en función a la información cuantitativa disponible.
- Identificar los atractivos, así como los servicios y/o actividades demandados por los visitantes.

Asimismo, se recomienda que las regiones identifiquen las zonas de desarrollo turístico que actualmente comparten con una o más regiones.

[5] Los destinos turísticos pueden ser o formar parte de una o varias zonas de desarrollo turístico, de acuerdo al desplazamiento de la demanda.

GRÁFICO N° 03: ZONA DE DESARROLLO TURÍSTICO

Elaboración: DGET – Mincetur

En el marco de la planificación estratégica, y con el objetivo de diferenciar a las zonas de desarrollo turístico en función a la procedencia de su demanda turística principal, se procede a determinarlas como se muestra en el *gráfico N° 4*.

Nota: En esta etapa, se podrían identificar aquellas zonas que actualmente no poseen demanda turística, pero que por sus características o particularidades puedan motivar el desplazamiento de visitantes, toda vez que se generen las condiciones (accesibilidad, servicios básicos, servicios complementarios, instalaciones turísticas y planta turística), además de contar con un previo análisis de la demanda potencial, para así garantizar la sostenibilidad de la actividad turística.

GRÁFICO N° 04: ZONAS DE DESARROLLO TURÍSTICO SEGÚN LA PROCEDENCIA DE LA DEMANDA

ZONAS DE DESARROLLO TURÍSTICO DE ALCANCE INTERNACIONAL

Aquellas que tienen mayor flujo de visitantes extranjeros.

ZONAS DE DESARROLLO TURÍSTICO DE ALCANCE NACIONAL

Aquellas que tienen mayor flujo de visitantes nacionales.

ZONAS DE DESARROLLO TURÍSTICO DE ALCANCE INTERREGIONAL

Aquellas que tienen mayor flujo de visitantes procedentes de regiones vecinas.

ZONAS DE DESARROLLO TURÍSTICO DE ALCANCE INTRARREGIONAL

Son aquellas que tienen mayor flujo de visitantes procedentes de diferentes localidades o provincias de la misma región.

Como siguiente paso, a fin de validar y complementar la información obtenida sobre las zonas de desarrollo turístico de la región, se recomienda realizar un **proceso participativo y consensuado**, con el involucramiento de los actores públicos y privados vinculados al desarrollo de la actividad turística en la Región, para lo cual se propone:

GRÁFICO N° 05: SECUENCIA PARA EL DIAGNÓSTICO DE LAS ZONAS DE DESARROLLO TURÍSTICO

DETERMINACIÓN DE ACTORES CLAVE → **LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN EN CAMPO** → **VALORACIÓN DE LAS ZONAS DE DESARROLLO**

2.2.1 Determinación de actores clave

El Equipo Técnico Especializado identificará a los actores vinculados al desarrollo de la actividad turística de la Región, con el propósito de que provean información para la identificación y caracterización de las zonas de desarrollo turístico. Como resultado de este paso, se obtendrá un directorio de los diferentes actores clave.

Los actores clave pueden clasificarse en:

- **Organizaciones clave:** Aquellas entidades privadas (gremios, asociaciones, negocios turísticos, academia), entidades públicas (gobierno nacional, gobierno local, DDC, Sernanp, entre otros) u organizaciones de la sociedad civil (ONG, grupos o centros de investigación en turismo).
- **Expertos:** Aquellos que poseen amplio conocimiento y/o experiencia en el desarrollo de la actividad turística en la región.
- **Sociedad en general:** Aquellos que representan a la población local.

Nota: Una vez elaborado el directorio de los actores clave, se sugiere que la Secretaría Técnica del Equipo Técnico Especializado lo presente ante la Comisión Multisectorial Pertur, junto con el cronograma y plan de trabajo para su respectiva validación e informe acerca de las próximas actividades que desarrollará en la Región.

Foto: Mincetur

2.2.2 Levantamiento de información en campo

Existen diferentes técnicas e instrumentos que permitirán identificar, recolectar información para caracterizar las zonas de desarrollo turístico de la Región, se sugieren los siguientes:

- **Talleres descentralizados:** Considerando los actores clave identificados, los talleres se desarrollarán en aquellas ciudades que, por su ubicación, permitirán un fácil desplazamiento de los distintos actores convocados.
  En esta actividad, los participantes pueden ser agrupados de acuerdo a la provincia de procedencia o sobre las cuales tengan amplio conocimiento y/o experiencia, con el propósito de que identifiquen y provean información de las zonas de desarrollo turístico.
- **Entrevistas:** Se entrevistará a los actores identificados, con el propósito de validar y recabar información complementaria.

- **Visitas de campo:** Permiten validar la información, así como levantar nueva información relacionada al estado de los recursos/atractivos turísticos, accesibilidad, servicios e instalaciones turísticas.

Una vez contrastada la información recopilada en gabinete y en campo, el Equipo Técnico Especializado determinará las zonas de desarrollo turístico de la región y deberá contar con la validación de la Comisión Multisectorial.

2.2.3 Valoración de las zonas de desarrollo turístico

En esta actividad se valora cada zona de desarrollo turístico identificada, mediante el análisis de los datos cuantitativos recopilados previamente. Tiene los siguientes objetivos:

- Asignar una valoración cuantitativa a cada zona de desarrollo turístico identificada, de acuerdo a los principales componentes de la actividad turística y a factores cuyos datos pueden ser contrastables por la disponibilidad de información.
- Comparar los resultados entre las zonas de la Región.
- Medir la evolución en el tiempo de cada zona.

Los factores propuestos para la valoración de las zonas de desarrollo turístico se detallan en el *gráfico N° 6*.

En el **Anexo 2.2** se presenta una propuesta de formato de valoración de la zona de desarrollo turístico, y el **Anexo 2.3** contiene el formato de valoración con las ponderaciones asignadas a cada componente a fin de comparar los resultados obtenidos de todas las zonas de desarrollo turístico de la región.

Foto: Mincetur

GRÁFICO N° 06: FACTORES PARA LA VALORACIÓN DE LAS ZONAS DE DESARROLLO TURÍSTICO

DEMANDA	**FACTOR 1:** Visitantes al principal atractivo turístico. **FACTOR 2:** Permanencia de los visitantes (nacionales y extranjero) en la zona. **FACTOR 3:** Ocupabilidad de los establecimientos de hospedaje de 3 estrellas ubicados en el centro soporte principal. **FACTOR 4:** Estacionalidad en los establecimientos de hospedaje del centro soporte principal.
PRODUCTO	**FACTOR 5:** Recursos turísticos que han sido intervenidos por el Estado. **FACTOR 6:** Capacidad instalada en plazas - cama en el centro soporte principal. **FACTOR 7:** Capacidad instalada en plazas - cama de 4 y 5 estrellas en el centro soporte principal.
FACILIDADES PARA EL TURISMO	**FACTOR 8:** Información y atención turística en la zona. **FACTOR 9:** Estado de la vía de acceso o zona de embarque desde el centro soporte hacia el principal atractivo. **FACTOR 10:** Señalización desde el centro soporte hacia el principal atractivo. **FACTOR 11:** Conectividad aérea del centro soporte principal.
PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN	**FACTOR 12:** Canales de promoción. **FACTOR 13:** Canales de comercialización.
GESTIÓN DEL TURISMO	**FACTOR 14:** Organización de naturaleza público - privada para la gestión de la zona. **FACTOR 15:** Unidad orgánica de la función turismo del Gobierno Local. **FACTOR 16:** Policías de turismo. **FACTOR 17:** Conflictos y protestas sociales que afectaron a la zona. **FACTOR 18:** Seguridad turística. **FACTOR 19:** Cultura turística.

Foto: Promperú

2.3 Determinación y conceptualización de la vocación turística

Después de haber realizado el diagnóstico del sector turismo en la región, así como la valoración de las zonas de desarrollo turístico, se determinará la vocación turística de la región, la cual responde al siguiente concepto:

Vocación turística:

Son las características y potencialidades económicas, sociales, culturales y ambientales que deben considerarse para el análisis óptimo de un territorio, así como las condiciones del mismo y la predisposición de la población frente al desarrollo de la actividad turística; considerando las características inherentes al territorio, asociadas a los recursos y/o atractivos turísticos materiales e inmateriales que promuevan la motivación y movilización de los visitantes a la región.

Para determinar la vocación turística se identifica y describe los principales elementos de la oferta turística que generan la atracción y desplazamiento de visitantes. Se presentan algunos ejemplos:

- Región 1: Paisajismo y biodiversidad,
- Región 2: Naturaleza y aventura
- Región 3: Cultural, arqueológico y gastronómico.

Para describir la conceptualización de la vocación turística se debe tener en cuenta los componentes analizados en el diagnóstico, orientados principalmente a la oferta y demanda turística. Se sugiere que la descripción responda como mínimo a las siguientes interrogantes:

- ***¿Cuáles son los principales atributos que diferencia a la región de otras?***
- ***¿Cuáles son las actividades turísticas que se desarrollan en la Región?***

Nota: Es importante señalar que no existe una definición única del término vocación turística, sin embargo se recomienda que los actores realicen un análisis reflexivo sobre las cualidades o características especiales existentes en su territorio frente a otros, sin dejar de considerar el interés y actitud de la población con relación a la actividad turística. Es decir que permiten priorizar usos del territorio en función de su viabilidad natural, social, económica e incluso política (Delgado, 2007).

A continuación, se presenta un ejemplo de la conceptualización de la vocación turística:

REGIÓN "X": PLAYAS Y DESCANSO

La Región "X" es reconocida a nivel nacional por la peculiaridad de sus playas, de aguas cálidas y tranquilas, que son motivo de visita, en las cuales se puede desarrollar la práctica de actividades náuticas, disfrutar del contacto con la fauna marina y naturaleza que lo rodea y que sumado a la calidez de su clima y la hospitalidad de su población, es considerado un lugar preferido para el descanso de los turistas.

Una vez concluida esta fase, se sugiere que la Secretaría Técnica del Equipo Técnico Especializado la presente ante la Comisión Multisectorial Pertur para su respectiva validación e informe acerca de las próximas actividades que desarrollará en la Región.

Foto: Promperú

FASE 3

ANÁLISIS ESTRATÉGICO

FASE 3: ANÁLISIS ESTRATÉGICO

Esta fase constituye un proceso decisional, en la cual se determinan la visión, los objetivos estratégicos y las estrategias que conllevarán hacia el logro de los objetivos planteados.

3.1 Formulación de la Visión Regional de Turismo

En caso que la región no cuente con una visión explícita o asociada al turismo, es necesario que el Equipo Técnico Especializado elabore una propuesta de visión regional de turismo, la cual debe guardar coherencia y contribuir con lo establecido a nivel nacional, sectorial y territorial.

3.1.1 Análisis de coherencia de las políticas y planes

El análisis de coherencia tiene el propósito de analizar las políticas públicas[6], sus objetivos e indicadores, para identificar la articulación de éstas en el ámbito del sector turismo, y en consecuencia formular la visión regional orientada al logro de la satisfacción de las necesidades para el desarrollo de la actividad turística. Para ello, se recomienda realizar las siguientes actividades:

i) Identificar los objetivos nacionales, contenidos en el Plan Estratégico de Desarrollo Nacional - PEDN, Plan Sectorial Multianual - Pesem y Plan Estratégico Nacional de Turismo - Pentur; y los objetivos regionales de turismo contenidos en el Plan de Desarrollo Regional Concertado - PDRC. Estos planes darán las orientaciones que permitirán que la visión regional se encuentre dentro de un marco de desarrollo adecuado.
ii) Formular el análisis de coherencia de las políticas públicas. *(ver cuadro Nº1).*

3.1.2 Formulación de la Visión Regional de Turismo

La visión es definida como la situación del territorio que se espera alcanzar en el futuro (Ceplan, 2016), lo cual hace referencia al planteamiento en general que va a orientar el desarrollo de la actividad turística de la región a largo plazo[7].

La construcción de la visión es política y técnica, debe ser comunicada de manera constante y permanente (Ceplan, 2016), a los actores involucrados con la finalidad de motivar la ejecución del plan estratégico regional de turismo. Además, ésta debe considerar en su elaboración lo descrito en la vocación turística y las tendencias del turismo nacional e internacional.

Los cuestionamientos fundamentales que deben de resolver el enunciado de la Visión son:

[6] La política pública, es el conjunto de actividades de las instituciones de gobierno, actuando directamente o a través de agentes, y que van dirigidas a tener una influencia determinada sobre la vida de los ciudadanos. - Pallares, 1988, p.142.
[7] El plazo se establece, de acuerdo al horizonte definido en el Pentur vigente.

CUADRO N° 1: MATRIZ DE COHERENCIA DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS

PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO NACIONAL - PEDN		PLAN ESTRATÉGICO SECTORIAL MULTIANUAL - PESEM		PLAN NACIONAL DE TURISMO - PENTUR		PLAN DESARROLLO REGIONAL CONCERTADO- PDRC (O.R. XXX-2015-GRXXX-CR)	
OBJETIVO	**INDICADOR**	**OBJETIVO**	**INDICADOR**	**OBJETIVO**	**INDICADORES**	**OBJETIVO**	**INDICADOR**
O.N. 4: Economía competitiva con alto nivel de empleo y productividad O.E.: Estructura productiva diversificada, competitiva, sostenible y con alto valor agregado y productividad	Nº de turistas internacionales	Consolidar al Perú como destino turístico competitivo, sostenible, de calidad y seguro	Llegada de turistas internacionales	Consolidar al Perú como destino turístico competitivo, sostenible, de Calidad y seguro, donde a partir de una oferta diversa, lograda con participación de los actores del sector, el turista viva experiencias únicas para que se contribuya al desarrollo económico y social del país.	Porcentaje de aporte del PBI turístico al PBI nacional	Fomentar el desarrollo del turismo	Pernoctaciones (nacionales y extranjeros)
					Empleo turístico		
			Flujo de viajes por turismo interno (millones)		Llegada de turistas internacionales	Hacer de la Región un destino turístico	Nº de turistas (nacionales y extranjeros)
					Ingreso trimestral de divisas generado por el turismo receptivo		
			Ingreso de divisas generado por el turismo receptivo		Flujo de viajes por turismo interno		
			Empleo turístico (miles)		Nivel de satisfacción del turista nacional		
					Nivel de satisfacción del turista extranjero		

- ***¿Cómo será nuestra Región cuando haya alcanzado sus objetivos al año 2025?***
- ***¿Cómo se proyecta el desarrollo turístico de nuestra Región en base a su vocación turística?***
- ***¿Cuáles serán los valores y actitudes de la población con relación a la actividad turística?***
- ***¿Cómo será reconocida la Región por los turistas, la población y las personas en general en el ámbito turístico?***
- ***¿Qué valores necesitan ser acentuados?***

Adicionalmente, se debe redactar la visión considerando las siguientes características:

- **Concisa:** es breve y sencilla en su contenido.
- **Desafiante:** es retadora para la acción.
- **Inspiradora:** es motivadora y orienta la acción.
- **Completa:** sintetiza las aspiraciones de los actores del territorio.
- **Clara:** fácil de compartir y comprender.
- **Tiempo:** debe tener establecido el tiempo en años.

A continuación, se presenta un ejemplo de la formulación de la visión regional de turismo:

VISIÓN REGIONAL DE TURISMO AL 2025

Al 2025, (la Región x) es reconocida a nivel nacional por ser una región competitiva con importantes recursos turísticos vinculados al segmento de sol y playas, que se caracteriza por la hospitalidad de su población, la prestación de servicios turísticos de calidad con un modelo de gestión público y privado que promueven su desarrollo turístico sostenible.

Nota: Es fundamental reconocer la visión del desarrollo turístico de la Región al año "X" como el futuro que la región aspira a alcanzar, considerando que todos y cada uno de los actores del turismo, públicos y privados, a nivel local, regional y nacional, deben sumar esfuerzos para conseguirlo.

Una vez definida la visión regional de turismo, el Equipo Técnico Especializado deberá determinar los objetivos estratégicos (OE), y las estrategias que deberá adoptar el Gobierno Regional para cumplir con los OE y las acciones estratégicas (AE) que materializarán dichas estrategias.

Para ello, la presente guía recomienda utilizar como herramienta el análisis FODA; sin embargo, el Equipo Técnico Especializado puede utilizar otras herramientas, tales como prospectiva, árbol de problemas, entre otros, que le permita realizar el análisis estratégico.

Foto: Mincetur

3.2 Análisis FODA

Esta actividad consiste en realizar un análisis interno y externo del entorno sobre el cual se desarrolla la actividad turística regional; para ello, el Equipo Técnico Especializado deberá identificar las fortalezas y debilidades (análisis interno) así como las oportunidades y amenazas (análisis externo) que influencian el desarrollo de la actividad turística. *(ver los siguientes cuadros).*

ANÁLISIS INTERNO

El análisis interno consiste en identificar las fortalezas y debilidades que se presentan para el desarrollo de la actividad turística. Para ello, se analizarán las zonas de desarrollo turístico identificadas; así como realizar un análisis interno de las fortalezas[10] y debilidades[11] del Gobierno Regional.

Este análisis deberá realizarse en función a los componentes de la actividad turística (demanda turística, producto, facilidades para el turismo, promoción y comercialización y gestión del turismo).

ANÁLISIS EXTERNO

El análisis externo consiste en identificar las oportunidades[8] y amenazas[9] que se presentan para el desarrollo de la actividad turística. Para ello, se analizará el entorno político, económico, social, tecnológico y ambiental a nivel nacional e internacional; así como analizar las tendencias del turismo a nivel regional.

Para este análisis, se utilizará la información procedente del diagnóstico del turismo de la Región.

3.2.1 Determinación de objetivos estratégicos (OE)

Los objetivos estratégicos son los resultados esperados que se determinan a partir del cruce de las fortalezas y debilidades con las oportunidades y amenazas de la matriz FODA.

Los objetivos estratégicos deberán establecerse en función a cada uno de los componentes de la actividad turística (demanda turística, producto, facilitación, promoción, comercialización y gestión). Del mismo modo, se sugiere determinar sólo uno (1) o dos (2) objetivos estratégicos por cada componente, a fin de focalizar las acciones que posteriormente se identificarán.

[8] Las oportunidades son aquellos factores externos que resultan positivos, favorables y/o explotables, que permiten obtener ventajas competitivas.
[9] Las amenazas son circunstancias que pueden afectar el normal desarrollo de la actividad. Por ello, aunque son factores externos que no podamos controlar, es indispensable identificarlos a tiempo.
[10] Las fortalezas se entienden como las capacidades especiales con que se cuenta y que pueden ser controladas.
[11] Las debilidades hacen referencia a aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, recursos y/o capacidades de los que se carece.

Para la redacción de los OE, se sugiere tener en cuenta lo siguiente:

OE = Verbo (en infinitivo)+ Condición + Población **OE =** Verbo (en infinitivo) + Aspecto a ser mejorado

Fuente: Guía para el planeamiento institucional - Centro Nacional de Planeamiento Estratégico - Ceplan

CUADRO N° 2: EJEMPLO DE OBJETIVO ESTRATÉGICO

FODA (PRODUCTO TURÍSTICO)	OBJETIVO ESTRATÉGICO
Fortalezas: - Atractivos son parte del Área Natural Protegida - ANP "x". - Atractivo principal cuenta con reconocimiento internacional como Reserva de Biósfera. - Cuenta con productos turísticos de naturaleza comercializados. **Oportunidades:** - Creciente interés de la demanda internacional por destinos turísticos de naturaleza.	Desarrollar productos turísticos de naturaleza, competitivos y sostenibles a nivel nacional.

3.2.2 Determinación de indicadores y metas de los objetivos estratégicos

Luego de determinar los OE, se determinarán sus indicadores. Para ello, se sugiere revisar el **Anexo 3.1.** Recomendaciones para la formulación de indicadores.

Una vez determinados los indicadores de los OE, se procede a determinar las metas de cada uno de ellos para los periodos de evaluación.

En el **Anexo 3.2** se presenta un ejemplo de la determinación de objetivos estratégicos, con sus respectivos indicadores y metas.

3.2.3 Determinación de estrategias

Una vez definidos los objetivos estratégicos, se definirán las estrategias que el gobierno regional adoptará para el cumplimiento de dichos objetivos. Para tal efecto, se tomará como referencia los resultados de la matriz FODA.

La estrategia indica cómo vamos a llegar a cumplir los objetivos, es el camino que debemos seguir. Nos permite responder a la pregunta ***¿dónde debemos situar nuestros recursos y cuáles son nuestras prioridades?***

Para ello, se deberá contestar las siguientes preguntas por cada componente de la actividad turística:

POTENCIALIDADES (FO)	RIESGOS (FA)
¿Cómo podemos usar las fortalezas para aprovechar las oportunidades?	¿Cómo podemos usar las fortalezas para reducir el impacto de las amenazas?

DESAFÍOS (DO)	LIMITACIONES (DA)
¿Cómo podemos superar las debilidades aprovechando las oportunidades?	¿Cómo superamos las debilidades para neutralizar las amenazas?

Fuente: Guía metodológica para la elaboración de Planes de Desarrollo Turístico Local – Criterio Consultores

CUADRO N° 3: EJEMPLO DE LA DETERMINACIÓN DE ESTRATEGIAS

OBJETIVO ESTRATÉGICO	ESTRATEGIA FO
Desarrollar productos turísticos de naturaleza competitivos y sostenibles a nivel nacional.	Diversificar y especializar la oferta turística de naturaleza.

Se recomienda que al redactar las propuestas de estrategias, también se considere la vocación turística del territorio, definida en la Fase 2: Diagnóstico del turismo en la Región.

Nota: Una vez determinados la visión, los objetivos estratégicos y las estrategias, se sugiere que la Secretaría Técnica del Equipo Técnico Especializado los presente ante la Comisión Multisectorial Pertur, para su respectiva validación e informe acerca de las próximas actividades que desarrollará en la Región.

Foto: Promperú

FASE 4

FORMULACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN

FASE 4: FORMULACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN

Esta fase inicia con la determinación de las acciones estratégicas, sus respectivos indicadores y metas, los cuales servirán de insumo para la formulación del Plan de Acción de Turismo, el cual contiene todas las acciones que el gobierno regional, con el involucramiento del sector privado y otros sectores vinculados a la actividad turística deben realizar, para el logro de los objetivos planteados.

4.1 Determinación de acciones estratégicas (AE)

La acción estratégica es el conjunto de tareas ordenadas que contribuyen al logro de un objetivo estratégico y que involucran el uso de recursos. Asimismo, cuentan con unidad de medida y meta física determinada. Estas acciones se articulan entre sí de manera coherente e integrada para el logro de los objetivos estratégicos (Ceplan, 2016).

A continuación se muestra un ejemplo para la definición de acciones estratégicas:

Nota: Para la elaboración de las acciones estratégicas se sugiere revisar los pilares, componentes y líneas de acción propuestos en el Pentur vigente.

4.2 Determinación de indicadores y metas de las acciones estratégicas

Determinadas las acciones estratégicas, se deberá formular los indicadores de cada una de ellas, para lo cual se sugiere revisar nuevamente el **Anexo 3.1.** Recomendaciones para la formulación de indicadores.

CUADRO N° 04: EJEMPLO DE ACCIONES ESTRATÉGICAS

ESTRATEGIA	ACCIONES ESTRATÉGICAS
Diversificar y especializar la oferta turística de naturaleza.	Impulsar el desarrollo de nuevos productos turísticos de naturaleza de acuerdo con las tendencias del mercado en las zonas A y B.
	Desarrollar un plan de capacitaciones en turismo de naturaleza para los gestores y actores del sector privado a nivel regional.
	Promover campañas de promoción a nivel internacional en los principales mercados emisores de turismo de naturaleza.

Foto: Promperú

Una vez formulados los indicadores de las AE, se deberá determinar las metas de cada uno de ellos para los periodos de evaluación.

4.3 Elaboración del Plan de Acción de Turismo

Esta fase consiste en determinar y programar la ejecución de las acciones estratégicas, con el propósito de armar el Plan de Acción de Turismo, el mismo que se deberá monitorear y evaluar periódicamente a fin de realizar los ajustes necesarios que permitan la implementación y mejora continua del Pertur.

En el **Anexo 4.1** se presenta un esquema para el plan de acción de turismo de una Región, a partir de los objetivos, estrategias y acciones determinadas previamente.

4.3.1 Determinación de proyectos de desarrollo turístico

A partir del diagnóstico y los objetivos estratégicos del Pertur se plantearán las ideas de proyectos de desarrollo turístico, para ello se deberán considerar los criterios señalados en el *cuadro N° 5*.

Asimismo, se revisará el Banco de Proyectos de Inversión Pública donde las municipalidades locales y el Gobierno Regional pudieran tener iniciativas ya planteadas y más avanzadas.

Se recomienda evitar una amplia lista de ideas de proyectos, por el contrario es preferible enfocarse en aquellos proyectos que contribuyan de manera directa a alcanzar los objetivos estratégicos propuestos para el impulso o desarrollo turístico de la Región.

Por otro lado, esta lista de proyectos identificados será un instrumento para la gestión y búsqueda de inversiones en los diversos modelos actuales como Proyecto de Inversión Pública (PIP), inversiones clasificadas como optimización, ampliación marginal, reposición y rehabilitación (IOARR), Asociación Publico Privada (APP) y Obras por Impuestos (OXI). En el **Anexo 4.2** se presenta una propuesta de formato para la determinación de proyectos de desarrollo turístico.

Se precisa además, que toda zona de desarrollo turístico intervenida representa un cambio importante a nivel territorial, la presencia de las inversiones públicas son altamente motivadoras de la inversión privada y en el proceso de cambio siempre se identifican oportunidades de inversión

CUADRO N° 05: CRITERIOS PARA DETERMINAR PROYECTOS DE DESARROLLO TURÍSTICO

CRITERIOS	DESCRIPCIÓN
Recurso Turístico	El recurso turístico debe estar en el Inventario Turístico Nacional, es decir categorizado y de preferencia jerarquizado. Se recomienda iniciar con los principales recursos turísticos o los de mayor jerarquía.
Demanda	Se debe identificar una demanda existente o potencial, debiendo ser correspondiente con las estrategias del Pertur.
Zona de intervención	El ámbito de intervención del proyecto forma parte de una zona de desarrollo turístico.
Comercialización	El recurso turístico forma parte de un circuito o corredor turístico que se comercializa por operadores turísticos. Si el recurso turístico aun no es comercializado, se debe identificar estrategias de acceso al mercado en función a la demanda y la estrategia del Pertur.
Conectividad	Debe de existir al menos una conexión (terrestre, aérea, férrea y/o fluvial) entre el centro soporte y el recurso turístico que se intervendrá.
Saneamiento físico legal	Contar con la información registral del recurso turístico y la zona de intervención para evaluar las gestiones administrativas que permitan la ejecución del proyecto de desarrollo turístico.

Elaboración: DGET - Mincetur

privada que también deben ser promovidas y difundidas como parte de la estrategia de desarrollo; por ello se recomienda considerar una actividad orientada a la identificación de estas oportunidades y participar en foros de inversión y ruedas de negocios turísticos.

4.3.1 Recomendaciones para la determinación de acciones y/o actividades de desarrollo turístico

Identificar acciones relacionadas a la mejora de los centros de soporte con participación de la municipalidad; por ejemplo la contaminación visual con el manejo de anuncios y letreros, eliminación o reducción de cables y postes en la ciudad; contaminación ambiental con limpieza de ríos y canales, colocación de tachos de basura, contaminación sonora con la reducción de ruidos de autos y vendedores; conservación de las zonas monumentales y mantenimiento de los espacios públicos entre otras acciones que pueden ser implementadas y controladas con ordenanzas municipales.

Plantear acciones transversales con el sector Educación, sector Cultura y sector Ambiente de la región para el fortalecimiento de la Cultura turística.

Identificar acciones orientadas a mejorar la calidad turística de los prestadores de servicio turístico y de la población vinculada a la actividad turística, difusión de las buenas prácticas y reconocimiento de las empresas turísticas.

Plantear propuestas de posicionamiento y marketing en diversos medios de difusión, construir una imagen deseada y potenciarla comercialmente.

Nota: Una vez elaborado el plan de acción de turismo, se sugiere que la Secretaría Técnica del Equipo Técnico Especializado lo presente ante la Comisión Multisectorial Pertur para su respectiva validación.

4.4 Seguimiento y evaluación

El seguimiento del Pertur deberá ser permanente, semestral o anual, a fin de medir los avances logrados, así como determinar las acciones correctivas y/o preventivas que permitirán alcanzar las metas trazadas.

Respecto a la evaluación, es el proceso que permite medir los resultados, y ver como estos van cumpliendo con los objetivos estratégicos planteados. La evaluación permite hacer un "corte" en un cierto tiempo, para lo cual se recomienda establecer tres momentos para su evaluación (Años 2020, 2022, 2024).

Además, se deberán analizar los hechos ocurridos durante el periodo de evaluación que permitieron sobrepasar, cumplir o incumplir las metas establecidas. Esto permitirá realizar ajustes al Plan de Acción de Turismo (acciones correctivas y/o preventivas) para garantizar su ejecución. De esta manera, se establecerá un ciclo de mejora continua para el Pertur.

El responsable y el modelo de gestión del seguimiento y evaluación al cumplimiento del Plan deberán ser determinados por el Equipo Técnico Especializado, a fin de evaluar los resultados y proponer las alternativas de mejora continua correspondientes.

Foto: Promperú

ANEXOS

ANEXO 2.1. FUENTES DE INFORMACIÓN PARA EL ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO EN LA REGIÓN

GENERAL	▪ Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI. ▪ Sistema de Información Estadística de Turismo del Mincetur[12]. ▪ Cuenta Satélite de Turismo del Mincetur. ▪ Centro Nacional de Planeamiento Estratégico - Ceplan, "El futuro del Turismo". ▪ Investigaciones de centros de investigación de universidades, institutos, observatorios turísticos u otros.
DEMANDA TURÍSTICA	▪ Sistema de Información Estadística de Turismo del Mincetur. ▪ Estadística del Sernanp y Ministerio de Cultura. ▪ Estadística de la Dircetur/Gercetur. ▪ Estadística de los gobiernos locales. ▪ Perfil del Vacacionista Nacional - PVN, Perfil del Turista Extranjero - PTE u otros de Promperú. ▪ Encuesta Nacional de Viajes de los Residentes (Enuir) de Mincetur. ▪ Nivel de Satisfacción del turista del Mincetur u otros. ▪ Investigaciones de centros de investigación de universidades, institutos, observatorios turísticos u otros.
PRODUCTO TURÍSTICO	▪ Inventario Nacional de Recursos Turísticos del Mincetur. ▪ Sistema de Información Estadística de Turismo del Mincetur. ▪ Plan de Desarrollo Regional Concertado - PDRC. ▪ Sistema de Información Georeferencial del Mincetur. ▪ Directorio de Prestadores de Servicios Turísticos del Mincetur. ▪ Indicadores de capacidad de la oferta de alojamiento del Mincetur. ▪ Estadística Dircetur /Gercetur. ▪ Estadística de los gobiernos locales. ▪ El Sistema Nacional de Información Ambiental - SINIA. ▪ Investigaciones de Centros de Investigación de Universidades, Institutos, Observatorios Turísticos u otros.
FACILIDADES PARA EL TURISMO	▪ Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI. ▪ Ministerio de Transportes y Comunicaciones - MTC. ▪ Sistema Nacional Georreferenciado Sayhuite de la PCM[13]. ▪ Organismo Superuisor de la Inversión Privada en Telecomunicaciones (Osiptel). ▪ Iperú, Gobierno Regional, Municipalidades Provinciales y Distritales. ▪ Investigaciones de Centros de Investigación de Universidades, Institutos, Observatorios Turísticos u otros.
PROMOCIÓN Y COMERCIALI-ZACIÓN	▪ Promperú. ▪ Portales digitales de viajes. ▪ Páginas webs de las principales agencias de viajes de la Región y del país. ▪ Dircetur/Gercetur. ▪ Gobiernos locales. ▪ Cámara Regional de Turismo. ▪ Gremios Privados de Turismo. ▪ Investigaciones de Centros de Investigación de Universidades, Institutos u otros.
GESTIÓN DEL TURISMO	▪ Plan de Desarrollo Regional Concertado - PDRC. ▪ Plan de Desarrollo Local Concertado - PDLC. ▪ Dircetur/Gercetur. ▪ Gobiernos locales. ▪ Cámara Regional de Turismo. ▪ Gremios Privados de Turismo. ▪ Investigaciones de Centros de Investigación de Universidades, Institutos u otros.

[12] Consultar el Portal web del Mincetur: https://www.mincetur.gob.pe/centro_de_Informacion/datos_turismo.htm
[13] Consultar el Portal web : http://www.sayhuite.gob.pe/sayhuite/sayhuite.php

ANEXO 2.2. FORMATO DE VALORACIÓN DE LA ZONA DE DESARROLLO TURÍSTICO

DEMANDA TURÍSTICA				
FACTOR 1				
FACTOR	**RANGO**	**PUNTAJE**	**DATO**	**FUENTE**
Visitantes al principal atractivo turístico.	Más de 150,000	5	Nombre del principal atractivo turístico: N° de visitantes al principal atractivo turístico de la zona, durante el último año:	Dircetur, Gercetur, DDC, Sernanp u otra organización a cargo de la administración del recurso/ atractivo turístico.
	De 110,001 hasta 150,000	4		
	De 70,001 hasta 110,000	3		
	De 30,001 hasta 70,000	2		
	Hasta 30,000	1		
FACTOR 2				
FACTOR	**RANGO**	**PUNTAJE**	**DATO**	**FUENTE**
Permanencia de los visitantes (nacionales y extranjero) en la zona.	De 7 noches a más	5	Promedio de permanencia (noches) de los visitantes (nacionales y extranjeros) en la zona, durante el último año:	Dircetur/Gercetur (Ficha de caracterización de la zona de desarrollo turístico).
	5 a 6 noches	4		
	3 a 4 noches	3		
	2 noches	2		
	1 noche	1		
FACTOR 3				
FACTOR	**RANGO**	**PUNTAJE**	**DATO**	**FUENTE**
Ocupabilidad de los establecimientos de hospedaje de 3 estrellas ubicados en el centro soporte principal. Nota: Si no hubiese establecimientos de hospedaje de 3*, usar la data de la categoría más próxima.	Más de 41%	5	Nombre del centro soporte principal: Ocupabilidad promedio de los establecimientos de hospedaje de 3 estrellas ubicados en el centro soporte principal, durante los últimos 02 años (TNOC): X% Fórmula a emplear: Promedio ocupabilidad del año 2016: A% Promedio ocupabilidad del año 2017: B% Ocupabilidad promedio últimos 2 años: (A% + B%)/ 2 = X%	Mincetur (Encuesta Mensual de Turismo para Establecimientos de Hospedaje).
	31% a 40%	4		
	21% a 30%	3		
	10% a 20%	2		
	menor a 10%	1		
FACTOR 4				
FACTOR	**RANGO**	**PUNTAJE**	**DATO**	**FUENTE**
Estacionalidad en los establecimientos de hospedaje del centro soporte principal.	1 a 1.49	5	Estacionalidad promedio de pernoctes en los establecimientos de hospedaje del centro soporte principal, durante los últimos 02 años: X Estacionalidad = Resultado de la división del mes con mayor pernocte entre el mes con menor pernocte del año. Fórmula a emplear: Estacionalidad del año 2016: A Estacionalidad del año 2017: B Promedio de estacionalidad 02 años: (A + B) / 2 = X	Mincetur (Encuesta Mensual de Turismo para Establecimientos de Hospedaje).
	1.5 a 2	4		
	2.1 a 3	3		
	3.1 a 4	2		
	Más de 4	1		

PRODUCTO TURÍSTICO

FACTOR 5			DATO	FUENTE
FACTOR	**RANGO**	**PUNTAJE**		
Recursos turísticos que han sido intervenidos por el Estado.	Más del 80%	5	N° de recursos turísticos públicos en la zona: A N° de recursos turísticos públicos intervenidos, durante los últimos 5 años: B Porcentaje de recursos intervenidos en la zona: X% Fórmula a emplear: B x 100% = X% A Recurso 1: Nombre del proyecto: Código de inversión: * Recurso 2: Nombre del proyecto: Código de inversión:	Dircetur/Gercetur (Ficha de caracterización de la zona turístico). Consulta de Proyectos de Inversión Pública - MEF. Sistema Operativo de Seguimiento y monitoreo (Sosem).
	Cobertura hasta el 80%	4		
	Cobertura hasta el 60%	3		
	Cobertura hasta el 40%	2		
	Cobertura hasta el 20%	1		

FACTOR 6			DATO	FUENTE
FACTOR	**RANGO**	**PUNTAJE**		
Capacidad instalada en plazas - cama en el centro soporte principal.	Más de 15,000 plazas-cama	5	Nombre del centro soporte principal: N° de plazas-cama disponibles, durante el mes de diciembre del último año:	Mincetur (Encuesta Mensual de Turismo para Establecimientos de Hospedaje).
	10,001 a 15,000 plazas-cama	4		
	5,001 a 10,000 plazas-cama	3		
	1,001 a 5,000 plazas cama	2		
	Menor a 1,000 plazas-cama	1		

FACTOR 7			DATO	FUENTE
FACTOR	**RANGO**	**PUNTAJE**		
Capacidad instalada en plazas-cama de 4* y 5* en el centro soporte principal. Nota: Si no hubiese establecimientos de 4 y 5 estrellas, usar la data de la categoría más próxima.	Más de 1,500 plazas-cama	5	Nombre del centro soporte principal: N° de plazas-cama en establecimientos de 4 y 5 estrellas, durante el mes de diciembre del último año: A + B N° de plazas-cama 4 estrellas: A N° de plazas-cama 5estrellas: B	Mincetur (Encuesta Mensual de Turismo para Establecimientos de Hospedaje).
	701 a 1,500 plazas cama	4		
	351 a 700 plazas-cama	3		
	100 a 350 plazas-cama	2		
	Menor a 100 plazas-cama	1		

FACILIDADES PARA EL TURISMO Y CONECTIVIDAD TURÍSTICA

FACTOR 8				
FACTOR	**RANGO**	**PUNTAJE**	**DATO**	**FUENTE**
Información y atención turística en la zona.	3 o más puntos de información	5	N° de oficinas y/o puntos de información y atención al turista (en funcionamiento), durante el último año: X Ubicación del punto 1: Horario de atención: Institución a cargo: Ubicación del punto 2: Horario de atención: Institución a cargo: Ubicación del punto 3: Horario de atención: Institución a cargo:	PromPerú Gercetur/Dircetur Gobiernos Locales
	2 puntos de información	3		
	1 punto de información	1		

FACTOR 09				
FACTOR	**RANGO**	**PUNTAJE**	**DATO**	**FUENTE**
Estado de la vía de acceso o zona de embarque (según corresponda*) desde el centro soporte hacia el principal atractivo. * Si el traslado desde el centro soporte al principal atractivo es terrestre, se considerará el estado de la vía de acceso. Si el traslado es fluvial o aéreo, se considerará el estado de la zona de embarque.	Muy bueno	5	Principales características de la vía de acceso o zona de embarque.	Gobierno Regional (Dircetur, Dirección Regional de Transportes, etc.).
	Bueno	4		
	Regular	3		
	Malo	2		
	Muy malo	1		

FACTOR 10				
FACTOR	**RANGO**	**PUNTAJE**	**DATO**	**FUENTE**
Señalización desde el centro soporte hacia el principal atractivo.	Cuenta con señalización vial y señalización turística en buen estado	5	Describir brevemente el tipo de señalización que presenta:	Gobierno Regional (Dircetur, Dirección Regional de Transportes, etc.).
	Cuenta con señalización vial y señalización turística regular	3		
	Solo cuenta con señalización vial	2		
	No cuenta con señalización	0		

FACTOR 11				
FACTOR	**RANGO**	**PUNTAJE**	**DATO**	**FUENTE**
Conectividad aérea del centro soporte principal. *Para aquellos centros soportes que no cuenten con aeropuerto, podrán considerarse aquellos aeropuertos que se encuentren a un máximo de 03 horas de distancia del centro soporte principal, siempre y cuando éste sea usado por la demanda turística.	De cinco a más vuelos por día	5	Nombre del centro soporte principal: N° de vuelos comerciales de entrada al aeropuerto del centro soporte principal:	Aeropuerto (Estado de vuelos - salidas del Aeropuerto Internacional Jorge Chávez). Dirección General de Aeronáutica Civil (DGAC) del Ministerio de Transportes y Comunicaciones. Cada línea aérea que opera en la zona.
	De tres a cinco vuelos por día	3		
	Hasta dos vuelos por día o vuelos interdiarios	1		

PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

FACTOR 12				
FACTOR	**RANGO**	**PUNTAJE**	**DATO**	**FUENTE**
Canales de promoción.	De 5 a más medios	5	N° de canales de promoción utilizados durante el último año: **Impresos:** Periódicos, revistas, suplementos, volantes, brochure **TV:** Señal abierta, señal cerrada, on line **Radio:** Convencional y on line **Prensa:** Conferencias de prensa, lanzamientos, notas de prensa y artículos informativos **Digitales:** Blog, páginas web, redes sociales, maling, envíos masivos SMS **Ferias:** Nacionales e Internacionales (expo ferias) **Congresos:** Foros, congresos, seminarios. **Viajes:** Fam trip, press tour **Publicidades:** Vallas publicitarias, tótem, pantallas	PromPerú, Dircetur, Gercetur, DDC, Sernanp, Gobierno local, otra organización a cargo de la administración del recurso/ atractivo turístico, gremio de turismo, nombre de agencia de viajes.
	4 medios	4		
	3 medios	3		
	2 medios	2		
	Solo 1 medio	1		

FACTOR 13				
FACTOR	**RANGO**	**PUNTAJE**	**DATO**	**FUENTE**
Canales de comercialización.	De 4 a más canales	5	N° de canales de comercialización utilizados durante el último año: Presencial (en agencias de viajes) Workshop / rueda de negocios. Jornadas de comercialización Redes sociales (Facebook).	PromPerú, Dircetur, Gercetur, DDC, Sernanp, Gobierno local, otra organización a cargo de la administración del recurso/ atractivo turístico, gremio de turismo, nombre de agencia de viajes.
	3 canales	4		
	2 canales	2		
	Solo 1 canal	1		
	Ninguno	0		

GESTIÓN

FACTOR 14			DATO	FUENTE
FACTOR	**RANGO**	**PUNTAJE**		
Organización de naturaleza público - privada para la gestión de la zona.	Constituido formalmente y plan de acción en ejecución	5	Nivel de implementación de la organización público - privada para la gestión de la zona, durante el último año: Nombre de la organización: Documento a través del cual se conforma: Fecha de inicio de actividades: Resultados obtenidos más relevantes:	Gercetur/Dircetur Gobiernos Locales Gremios de Turismo
	Constituido formalmente, cuenta con plan de acción elaborado	4		
	Constituido formalmente y en funcionamiento	3		
	En proceso de conformación, instalación o reactivación	2		
	Inactivo	1		

FACTOR 15			DATO	FUENTE
FACTOR	**RANGO**	**PUNTAJE**		
Unidad orgánica de la función turismo del Gobierno Local.	Gerencia de turismo y con personal profesional en turismo (mínimo 1 persona)	5	Nombre del Gobierno Local (Municipio provincial): Unidad orgánica de la función turismo en el Gobierno Local: N° de profesionales en turismo en la unidad orgánica:	Gobiernos Locales (Organigrama, MOF y CAP).
	Sub gerencia y con personal profesional en turismo (mínimo 1 persona)	4		
	Subgerencia de turismo	3		
	Jefatura de turismo y con personal profesional en turismo (mínimo 1 persona)	2		
	Jefatura de turismo	1		

FACTOR 16			DATO	FUENTE
FACTOR	**RANGO**	**PUNTAJE**		
Policías de turismo.	De 101 a más	5	N° de policías de turismo en la zona, durante el último año:	Policía Nacional del Perú (Unidad de Turismo).
	De 76 a 100	4		
	De 51 a 75	3		
	De 21 a 50	2		
	De 1 a 20	1		

GESTIÓN

FACTOR 17			DATO	FUENTE
FACTOR	**RANGO**	**PUNTAJE**		
Conflictos y protestas sociales que afectaron a la zona.	Menos de 10	5	Número de conflictos sociales que afectaron a la zona en el último año:	INEI PCM Gobierno Regional Gobiernos Locales
	De 10 a 14	4		
	De 15 a 19	3		
	De 20 a 24	2		
	De 25 a más	1		

FACTOR 18			DATO	FUENTE
FACTOR	**RANGO**	**PUNTAJE**		
Seguridad turística.	Mayor a 9 intervenciones	5	N° de intervenciones en el último año: Detalle de las intervenciones: - Creación de la Red de Protección al Turista. - Patrullaje o visitas de inspección en los recursos/atractivos turísticos. - Visitas de inspección a las unidades de transporte de las agencias de viajes. - Eventos de concientización. - Charlas/talleres a involucrados con la actividad turística. Otros.	Dircetur/Gercetur Gobiernos Locales Entidades públicas ONG Gremios de Turismo Sector Académico Policía Nacional del Perú (Unidad de Turismo).
	Hasta 9 intervenciones	4		
	Hasta 7 intervenciones	3		
	Hasta 5 intervenciones	2		
	Hasta 3 intervenciones	1		

FACTOR 19			DATO	FUENTE
FACTOR	**RANGO**	**PUNTAJE**		
Cultura turística.	De 18 a más	5	Número de intervenciones realizadas para fomentar la cultura turística, durante los últimos 03 años: Detalle de las intervenciones: - Charla de cultura turística. - Campañas de sensibilización. - Acciones orientadas a la identidad y protección del Patrimonio. Otros.	Dircetur / Gercetur Gobiernos Locales Entidades públicas, ONG, Sector Privado, Sector académico.
	Hasta 18	4		
	Hasta 15	3		
	Hasta 12	2		
	Hasta 9	1		

Elaboración: DGET - Mincetur

ANEXO 2.3. FORMATO PARA LA COMPARACIÓN DE LAS ZONAS DE DESARROLLO TURÍSTICO

FACTORES		PONDERACIÓN		VALORACIÓN MÁXIMA	ZONAS DE DESARROLLO TURÍSTICO		
					ZONA 1	ZONA 2	ZONA 3
DEMANDA	**FACTOR 1:** Visitantes al principal atractivo turístico.	Puntaje (1-5)	a	5			
		Ponderación 40%	0.40	0.40			
		Resultado	a x 0.40 = A	2.00			
	FACTOR 2: Permanencia de los visitantes (nacionales y extranjeros) en la zona.	Puntaje (1-5)	b	5			
		Ponderación 15%	0.15	0.15			
		Resultado	b x 0.15 = B	0.75			
	FACTOR 3: Ocupabilidad de los establecimientos de hospedaje de 3 estrellas ubicados en el centro soporte principal.	Puntaje (1-5)	c	5			
		Ponderación 25%	0.25	0.25			
		Resultado	c x 0.25 = C	1.25			
	FACTOR 4: Estacionalidad en los establecimientos de hospedaje del centro soporte principal.	Puntaje (1-5)	d	5			
		Ponderación 20%	0.20	0.20			
		Resultado	d x 0.20 = D	1.00			
		PUNTAJE	**A+B+C+D**	**5.00**			
		PONDERACIÓN 25%	**0.25**	**0.25**			
		RESULTADO	**0.25 x (A+B+C+D) = R1**	**1.25**			
		RESULTADO DEL COMPONENTE	**R1 X 20**	**25.00**			
PRODUCTO	**FACTOR 5:** Recursos turísticos que han sido intervenidos por el Estado.	Puntaje (1-5)		5			
		Ponderación 35%		0.35			
		Resultado		1.75			
	FACTOR 6: Capacidad instalada en plazas - cama en el centro soporte principal.	Puntaje (1-5)		5			
		Ponderación 45%		0.45			
		Resultado		2.25			
	FACTOR 7: Capacidad instalada en plazas-cama de 4* y 5* en el centro soporte principal.	Puntaje (1-5)		5			
		Ponderación 20%		0.20			
		Resultado		1.00			
		PUNTAJE		**5.00**			
		PONDERACIÓN 25%		**0.25**			
		RESULTADO		**1.25**			
		RESULTADO DEL COMPONENTE	**R2 X 20**	**25.00**			

FACTORES		PONDERACIÓN		VALORACIÓN MÁXIMA	ZONAS DE DESARROLLO TURÍSTICO		
					ZONA 1	ZONA 2	ZONA 3
CONECTIVIDAD Y FACILIDADES PARA EL TURISMO	**FACTOR 8:** Información y atención turística en la zona.	Puntaje (1-5)		5			
		Ponderación 20%		0.20			
		Resultado		1.00			
	FACTOR 9: Estado de la vía de acceso o zona de embarque (según corresponda*) desde el centro soporte hacia el principal atractivo.	Puntaje (1-5)		5			
		Ponderación 30%		0.30			
		Resultado		1.50			
	FACTOR 10: Señalización desde el centro soporte hacia el principal atractivo.	Puntaje (1-5)		5			
		Ponderación 25%		0.25			
		Resultado		1.25			
	FACTOR 11: Conectividad aérea del centro soporte principal.	Puntaje (1-5)		5			
		Ponderación 25%		0.25			
		Resultado		1.25			
		PUNTAJE		**5.00**			
		PONDERACIÓN 15%		**0.15**			
		RESULTADO		**0.75**			
		RESULTADO DEL COMPONENTE	**R3 X 20**	**15.00**			
PROMOCIÓN COMERCIALI-ZACIÓN	**FACTOR 12:** Canales de promoción.	Puntaje (1-5)		5			
		Ponderación 50%		0.50			
		Resultado		2.50			
	FACTOR 13: Canales de comercialización.	Puntaje (1-5)		5			
		Ponderación 50%		0.50			
		Resultado		2.50			
		PUNTAJE		**5.00**			
		PONDERACIÓN 10%		**0.10**			
		RESULTADO		**0.50**			
		RESULTADO DEL COMPONENTE	**R4 X 20**	**10.00**			

FACTORES		PONDERACIÓN		VALORACIÓN MÁXIMA	ZONAS DE DESARROLLO TURÍSTICO		
					ZONA 1	ZONA 2	ZONA 3
GESTIÓN DEL TURISMO	**FACTOR 14:** Organización de naturaleza público - privada para la gestión de la zona.	Puntaje (1-5)		5			
		Ponderación 25%		0.25			
		Resultado		1.25			
	FACTOR 15: Unidad orgánica de la función turismo del Gobierno Local.	Puntaje (1-5)		5			
		Ponderación 15%		0.15			
		Resultado		0.75			
	FACTOR 16: Policías de turismo.	Puntaje (1-5)		5			
		Ponderación 10%		0.10			
		Resultado		0.50			
	FACTOR 17: Conflictos y protestas sociales que afectaron a la zona.	Puntaje (1-5)		5			
		Ponderación 10%		0.10			
		Resultado		0.50			
	FACTOR 18: Seguridad turística.	Puntaje (1-5)		5			
		Ponderación 20%		0.20			
		Resultado		1.00			
	FACTOR 19: Cultura turística.	Puntaje (1-5)		5			
		Ponderación 20%		0.20			
		Resultado		1.00			
		PUNTAJE		**5.00**			
		PONDERACIÓN 25%		**0.25**			
		RESULTADO		**1.25**			
		RESULTADO DEL COMPONENTE	**R5 X 20**	**25.00**			
RESULTADO DE LA EVALUACIÓN			**20 (R1+R2+R3+R4+R5)**	**100.00**			

Elaboración: DGET - Mincetur

ANEXO 3.1. RECOMENDACIONES PARA LA FORMULACIÓN DE INDICADORES

Para formular indicadores de manera adecuada, se deberá tener en cuenta lo siguiente[14]:

a) **Nombre del indicador:** Es un enunciado que está compuesto por la unión de los elementos descritos en el siguiente cuadro:

INDICADOR = UNIDAD DE MEDIDA + SUJETO + ATRIBUTO	
ELEMENTO	**DESCRIPCIÓN**
Unidad de medida	Es el parámetro que se utilizará para la medición del indicador. Es de naturaleza cuantitativa o cualitativa dependiendo del atributo que se elija. Para indicadores cuantitativos se podrá usar: número, porcentaje, tasa, índice, promedio, brecha, entre otros. Para indicadores cualitativos se podrá usar: nivel, categoría, clase, intervalo, entre otros.
Sujeto	Es la unidad de análisis sobre la que se realizará la medición. El sujeto del indicador debe ser el mismo o estar relacionado al sujeto del objetivo estratégico, acción estratégica o actividad, según corresponda.
Atributo	Son los aspectos o características que serán medidos sobre el sujeto. El o los atributos del indicador deben estar relacionados a las características que se desean medir sobre el sujeto del objetivo estratégico, acción estratégica o actividad, según corresponda.

Elaboración: DGET - Mincetur

A continuación, se presenta un ejemplo de indicador relacionado a la oferta turística:

INDICADOR	NÚMERO DE PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS REGISTRADOS EN EL SISTEMA ESTADÍSTICO DE TURISMO
Unidad de Medida	Número
Sujeto	Prestadores de servicios turísticos
Atributo	Registrados en el sistema estadístico de turismo

Elaboración: DGET - Mincetur

[14] Basado en el documento elaborado por el Centro Nacional de Planeamiento Estratégico - Ceplan (Noviembre, 2017). Guía para el planeamiento institucional. 1° ed. Lima: Ceplan.

Asimismo, los indicadores deben cumplir con un conjunto de criterios para su definición, detallados a continuación:

- **Específicos:** El indicador debe ser explícito respecto al objetivo o acción que se desea medir, permitiendo verificar el cumplimiento de los mismos. Es importante tener claro el "por qué" es deseable cumplir con el objetivo, "dónde" será realizado el objetivo y "cuáles" son los elementos que serán necesarios para lograr el objetivo o acción.
- **Medibles:** El indicador puede ser calculado, con relativa facilidad, a partir de las fuentes de datos disponibles.
- **Realizable:** El indicador puede ser medido con los recursos disponibles y la experiencia técnica del responsable de la medición.
- **Relevante:** El indicador debe permitir cuantificar la dimensión más importante del objetivo o acción.
- **Temporal:** El indicador debe permitir evaluar, de manera objetiva y en un periodo determinado, el cumplimiento de los objetivos y de las acciones.

b) **Fórmula del indicador:** Es la expresión matemática que permite el cálculo del indicador de manera clara y precisa.

c) **Fuente de datos:** Es el medio que origina la información para la medición del indicador (censos, encuestas, registros administrativos, entre otros).

d) **Tipo de indicador:** El indicador será de resultado o de producto, dependiendo de si se mide un objetivo o una acción. Para efectos de la presente guía, los indicadores de las acciones estratégicas son de producto, y los de los objetivos estratégicos, de resultado específico.

e) **Valor de línea de base:** Corresponde al valor de la primera medición del indicador.

f) **Año de línea de base:** Corresponde al año en que se realizó la primera medición del indicador.

g) **Valor actual:** Consiste en el último dato calculado del indicador.

h) **Metas:** Consiste en los valores que se ha propuesto alcanzar en el indicador durante el horizonte del plan.

i) **Unidad orgánica:** Es la responsable de la medición y reporte del indicador.

ANEXO 3.2. EJEMPLO DE LA DETERMINACIÓN DE OBJETIVOS ESTRATÉGICOS (OE), INDICADORES Y METAS

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	INDICADOR	LÍNEA DE BASE	META			
			2020	2022	2024	2025
Lograr un crecimiento sostenido de la demanda que visita la Región	N° de visitas anuales que recibe el principal atractivo de la Región	18,500 visitas	20,553	22,832	25,365	**26,734**
	N° de días de permanencia promedio del turista en la Región	2 días	2.3	2.6	2.9	**3**
	Gasto diario promedio del turista que visita la Región	S/. 150	S/ 170	S/ 193	S/ 220	**S/. 234**
Mejorar la experiencia percibida por el turista que visita la Región	Nivel de satisfacción del turista nacional que visita la Región	75%	79%	83%	87%	**90%**
	Nivel de satisfacción del turista extranjero que visita la Región	78%	82%	86%	90%	**92%**
Incrementar la participación del sector privado turístico en la gestión de la actividad turística de la Región	Número de proyectos de desarrollo turístico en los que ha intervenido el sector privado en los últimos dos años	1	3	4	5	**6**
	Nivel de asociatividad del empresariado turístico regional	62%	70%	78%	86%	**94%**

Elaboración: DGET - Mincetur

ANEXO 4.1. FORMATO DE PLAN DE ACCIÓN DE TURISMO

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	INDICADORES (OE)	ESTRATEGIA	ACCIÓN ESTRATÉGICA	INDICADOR (AE)	LÍNEA BASE	META 2025	CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN					RESPONSABLE	ALIADOS ESTRATÉGICOS
							AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	...	AÑO 8		
(Especificar OE 1)	Indicador 1	Estrategia 1	AE 1									Especificar responsable	Especificar aliados estratégicos
		Estrategia 2	AE 2										
	Indicador 2		AE 3										
	Indicador 3	Estrategia 3	AE 4										
			AE 5										
(Especificar OE X)		Estrategia X.1.	AE $_x$									Especificar responsable	Especificar aliados estratégicos
		Estrategia X.2	AE...										
			AE...										
		Estrategia X.3	AE...										
			AE...										

Elaboración: DGET - Mincetur

ANEXO 4.2. FORMATO PARA LA DETERMINACIÓN DE PROYECTOS DE DESARROLLO TURÍSTICO

FICHA DE PROYECTO				
Nombre del Proyecto				
RECURSO (S) TURÍSTICO (S) A INTERVENIR			CATEGORÍA	JERARQUÍA
UBICACIÓN:			ESQUEMA DE ACCESO DESDE EL CENTRO DE SOPORTE	
DEPARTAMENTO	PROVINCIA	DISTRITO		
ACCESIBILIDAD				
Descripción del acceso desde el centro de soporte al recurso turístico a intervenir, describir modalidad de transporte y tiempo.				
PROBLEMÁTICA IDENTIFICADA				
Descripción de la situación a corregir, puede incluir fotos.				
Nº DE VISITANTES ANUAL	PERFIL DEL VISITANTE	TIPO DE TURISMO QUE PROMUEVE EL PROYECTO		
OBJETIVO DEL PROYECTO				
COMPONENTES DEL PROYECTO				
1. . 2. . 3. . 4. .				
MONTO DE INVERSIÓN (S/.)		TIEMPO DE EJECUCIÓN (AÑOS)		
INVOLUCRADOS PÚBLICOS DEL PROYECTO		INVOLUCRADOS PRIVADOS DEL PROYECTO		
FOTOS DEL RECURSO TURÍSTICO A INTERVENIR				

Elaboración: DGET - Mincetur

GLOSARIO DE TÉRMINOS

TÉRMINO	DEFINICIÓN	FUENTE
ACTIVIDAD TURÍSTICA	La destinada a prestar a los turistas los servicios de alojamiento, intermediación, alimentación, traslado, información, asistencia o cualquier otro servicio relacionado directamente con el turismo.	Ley N° 29408 - Ley General de Turismo.
ATRACTIVO ANCLA	Es aquel atractivo principal que por sus características y atributos propios, constituye el "eje" que motiva la decisión de viaje.	Elaboración DGET - Mincetur.
AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO	Persona natural o jurídica que se dedica en forma exclusiva al ejercicio de actividades de organización, mediación, coordinación, promoción, asesoría y venta de servicios turísticos, de acuerdo a su clasificación, pudiendo utilizar medios propios o contratados para la prestación de los mismos.	Mincetur (2016). Reglamento de Agencia de viajes y turismo.
ATRACTIVO TURÍSTICO	Es el recurso turístico al cual la actividad humana ha incorporado instalaciones, equipamiento y servicios, agregándole valor.	Ley N° 29408 - Ley General de Turismo.
CALIDAD TURÍSTICA	Resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto a los productos y servicios, a un precio aceptable, de conformidad con las condiciones contractuales mutuamente aceptadas y con los factores subyacentes que determinan la calidad, tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía de una actividad turística preocupada por su entorno humano y natural.	OMT (2003). Comité de Apoyo a la Calidad en sexta reunión en Varadero, Cuba.
CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	Aquellos que permiten que un producto o servicio esté disponible para el consumidor.	Philip Kotler, et al. (2011). Marketing turístico.
CATEGORIZACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS	Consiste en la identificación, caracterización y clasificación de los recursos turísticos de un determinado lugar, área o zona del territorio nacional.	Mincetur (2008). Manual para la formulación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional - Fase I: Categorización.
CENTRO SOPORTE	Conjunto urbano o rural que cuenta con infraestructura y planta turística para que pueda desarrollarse la actividad turística.	MEF - Mincetur (2011). Guía de Proyectos de Inversión Pública del Sector Turismo.
CIRCUITO TURÍSTICO	Es el itinerario de viaje, de duración variable, que por lo general parte y llega al mismo sitio luego de circundar y/o bordear una zona. Provee la visita de uno o más atractivos turísticos o centros soporte.	MEF - Mincetur (2011). Guía de Proyectos de Inversión Pública del Sector Turismo.

TÉRMINO	DEFINICIÓN	FUENTE
COMPETITIVIDAD	Capacidad que tiene una organización, pública o privada, con o sin fines de lucro, de lograr y mantener ventajas que le permitan consolidar y mejorar su posición en el entorno socioeconómico en el que se desenvuelve.	Mincetur (2016). Plan Estratégico Nacional de Turismo - Pentur 2025. Revista "Estudios y Perspectivas en Turismo", 2014.
CORREDOR TURÍSTICO	Es el itinerario de viaje, de duración variable, que por lo general parte y llega a sitios diferentes luego de realizar la visita de uno o más atractivos turísticos o centros soporte.	MEF - Mincetur (2011). Guía de Proyectos de Inversión Pública del Sector Turismo.
CULTURA TURÍSTICA	Es el conjunto de conocimientos, valores y actitudes que fortalecen la identidad, fomentan el buen trato al turista (nacional y extranjero) y promueven la protección del patrimonio en todas sus expresiones, reconociendo al turismo como mecanismo de desarrollo sostenible del país.	Mincetur (2017)
DEMANDA TURÍSTICA	Es el número actual de personas que participan en la actividad turística, es decir, que efectivamente viajan.	OMT (1998). Introducción al Turismo
DESTINO TURÍSTICO	Un destino turístico es un espacio físico en el que un visitante puede pernoctar al menos una noche. Este incluye productos turísticos considerando servicios de soporte, atractivos y recursos turísticos que son accesibles en el lapso de un viaje de ida y vuelta de un día. El destino tiene límites físicos y administrativos que definen su gestión, así como una imagen y percepciones que definen su competitividad en el mercado. Los destinos turísticos involucran a diversos actores incluyendo generalmente a la comunidad local, y pueden ser la base para formar una red que forme destinos más grandes.	Mincetur (2016). Plan Estratégico Nacional de Turismo - Pentur 2025 OMT (2007). Guía Práctica sobre gestión de destinos turísticos
DIRECTORIO NACIONAL DE PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS CALIFICADOS	Directorio que comprende únicamente a aquellos prestadores de servicios que realizan actividades turísticas que son materia de calificación, clasificación, categorización, certificación o cualquier otro proceso de evaluación similar a cargo del Órgano Competente en materia turística. Corresponde al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo publicar en el Directorio Nacional a los Prestadores de Servicios Turísticos calificados, en base a la información que para tal efecto deben proporcionar los Gobiernos Regionales.	Mincetur (2016). Reglamento de Agencia de viajes y turismo

TÉRMINO	DEFINICIÓN	FUENTE
ENTE GESTOR	Es la unión de organizaciones públicas y privadas que coordinan para la gestión del desarrollo turístico del destino, con un adecuado nivel de representatividad y capacidad de aporte de ambas partes.	Mincetur (2016). Plan Estratégico Nacional de Turismo - Pentur 2025
EXCURSIONISTA	Es aquel visitante cuyo viaje no incluye pernoctación. Se le denomina también como visitante de día.	OMT (2010). Recomendaciones internacionales para estadística de turismo 2008.
GASTO TURÍSTICO	El gasto turístico hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo, y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, durante los viajes turísticos y para los mismos. Incluyen los gastos realizados por los propios visitantes, así como los gastos pagados o reembolsados por otros.	OMT (2010). Recomendaciones internacionales para estadística de turismo 2008.
GESTIÓN AMBIENTAL	Conjunto estructurado de principios, normas técnicas, procesos y actividades, orientado a administrar los intereses, expectativas y recursos relacionados con los objetivos de la política ambiental y alcanzar así, una mejor calidad de vida y el desarrollo integral de la población, el desarrollo sostenible de las actividades económicas y la conservación del patrimonio ambiental y natural del país.	Minam (2012). Glosario de términos para la gestión ambiental peruana.
INFRAESTRUCTURA	Conjunto de elementos básicos necesarios para el funcionamiento de un centro poblado urbano o rural, su existencia es vital para el desarrollo del turismo. Entre los más importantes se tienen a los de transportes (aeropuertos, carreteras, puertos, otros), servicios básicos (reservorios, rellenos sanitarios, plantas de energía, otros) y comunicaciones (estaciones, centrales de comunicación, otros).	MEF - Mincetur (2011). Guía de Proyectos de Inversión Pública del Sector Turismo.
INSTALACIONES TURÍSTICAS	Son las instalaciones físicas que se relacionan directamente con el recurso o atractivo turístico y se utilizan para realizar la visita turística. Ejemplo: miradores turísticos, museos de sitio, centros de interpretación, aradores turísticos, embarcaderos y muelles turísticos, entre otros.	MEF - Mincetur (2011). Guía de Proyectos de Inversión Pública del Sector Turismo.
INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS	Constituye un registro y un estado integrado de todos los elementos turísticos que por sus cualidades naturales, culturales y humanas pueden constituir un recurso para el turista, por lo que representa un instrumento valioso para la planificación turística, toda vez que sirve como punto de partida para realizar evaluaciones y establecer las prioridades necesarias para el desarrollo turístico nacional.	Mincetur (2008). Manual para la formulación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional.

TÉRMINO	DEFINICIÓN	FUENTE
JERARQUIZACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS	Consiste en la asignación de un nivel de importancia relativa a cada uno de los recursos turísticos que caracteriza un determinado lugar, área o zona del territorio nacional.	Mincetur (2008). Manual para la formulación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional Fase II: Jerarquización.
MEDIOS PROMOCIONALES	Aquellos que permiten incentivar en los consumidores la compra de determinados productos o servicios.	Philip Kotler, et al. (2011). Marketing turístico.
MERCADO EMISOR	Área geográfica donde residen los turistas y desde donde parten en su viaje hacia el destino turístico elegido.	PromPerú (2016). Perfil del Turista Extranjero 2015.
MOTIVO (PRINCIPAL) DE UN VIAJE TURÍSTICO	El motivo principal de un viaje turístico se define como el motivo sin el cual el viaje no habría tenido lugar. La clasificación de los viajes turísticos con arreglo al motivo principal hace referencia a nueve categorías; esta tipología permite identificar diferentes subconjuntos de visitantes (visitantes de negocios, visitantes en tránsito, etcétera).	OMT (2010). Recomendaciones internacionales para estadística de turismo 2008.
NORMAS TÉCNICAS	Documentos de carácter voluntario, establecidos para un uso común y repetido, que facilitan la adaptación de los productos, procesos y servicios a los fines a los que se destinan, protegiendo la salud y el medio ambiente, previniendo los obstáculos innecesario al comercio y facilitando la transferencia tecnológica.	Ley Nº 30224 - Ley que crea el Sistema Nacional para la Calidad y el Instituto Nacional de Calidad.
NÚMERO DE ARRIBOS A ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE	Es la cantidad de personas o huéspedes que se alojaron en un establecimiento de hospedaje, debidamente inscrito en el Registro de Huéspedes y distribuido según el tipo de habitación que utilizaron.	MEF - Mincetur (2011). Guía de Proyectos de Inversión Pública del Sector Turismo.
NÚMERO DE PERNOCTACIONES	Es la cantidad de noches que un huésped permanece o está registrado en un establecimiento de hospedaje.	MEF - Mincetur (2011). Guía de Proyectos de Inversión Pública del Sector Turismo.
OFERTA TURÍSTICA	Conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado para su disfrute y consumo.	OMT (1998). Introducción al Turismo.
PERNOCTACIÓN	Cada una de las noches que un viajero permanece en un establecimiento de alojamiento privado, segundas viviendas, casas de familiares, casas de amigos, etc.	Mincetur (2017).Encuesta Nacional de Viajes de los Residentes (Envir).
PLANTA TURÍSTICA	Son las instalaciones físicas para el desarrollo de los servicios turísticos privados. Por ejemplo: hoteles, albergues, hostales, lodges, restaurantes, etc.	MEF - Mincetur (2011). Guía de Proyectos de Inversión Pública del Sector Turismo.

TÉRMINO	DEFINICIÓN	FUENTE
PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS	Personas naturales o jurídicas que participan de la actividad turística, con el objeto principal de proporcionar servicios turísticos directos de utilidad básica e indispensable para el desarrollo de las actividades de los turistas.	Ley N° 29408 - Ley General de Turismo.
PRODUCTO TURÍSTICO	Conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos y/o atractivos turísticos, infraestructura, planta turística y actividades recreativas. El producto turístico busca satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística.	Ley N° 29408 - Ley General de Turismo.
PROMOCIÓN TURÍSTICA	Es el conjunto de acciones públicas o privadas que se llevan a cabo con el objetivo de incentivar a los potenciales viajeros a visitar un determinado destino.	PromPerú (2016). Perfil del Turista Extranjero 2015.
PROPUESTA PRINCIPAL DE VENTA - PPV	La propuesta principal de venta de un destino turístico constituye el o los principales elementos que lo diferencian para salir al mercado. Estos elementos de diferenciación se construyen a partir de un producto o un atractivo del destino turístico que genere fuerte atracción en los visitantes como por ejemplo una catarata, un sitio arqueológico o un museo específico. Es recomendable que la PPV sean elementos ofertados casi exclusivamente por el destino, de manera que lo distinga de la competencia.	Swisscontact - Mincetur (2014). Conceptos básicos para la gestión de destinos turísticos.
POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (PEA)	Según las recomendaciones de las Naciones Unidas, la PEA abarca a todas las personas de uno y otro sexo que aportan su trabajo para producir bienes y servicios económicos.	Mincetur (2017).Encuesta Nacional de Viajes de los Residentes (Envir).
RECURSO TURÍSTICO	Expresiones de la naturaleza, la riqueza arqueológica, expresiones históricas materiales e inmateriales de gran tradición y valor que constituyen la base del producto turístico.	Ley N° 29408 - Ley. General de Turismo.
RESTAURANTE	Establecimiento que expende comidas y bebidas al público, preparadas en el mismo local, prestando el servicio en las condiciones que señala el presente Reglamento y de acuerdo a las normas sanitarias correspondientes.	MINCETUR (2004). Reglamento de Restaurantes.
RUTA TURÍSTICA	Es un circuito o corredor turístico, su peculiaridad es el concepto temático que adquiere a través de los atractivos o lugares de interés que la componen.	MEF - Mincetur (2011). Guía de Proyectos de Inversión Pública del Sector Turismo.

TÉRMINO	DEFINICIÓN	FUENTE
TURISMO	Actividad que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio, no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerativa en el lugar visitado.	Ley N° 29408 - Ley General de Turismo.
TURISMO INTERNO	Incluye las actividades realizadas por los visitantes que residen en el país de referencia.	OMT (2010). Recomendaciones internacionales para estadística de turismo 2008.
TURISMO RECEPTIVO	Engloba las actividades realizadas por los visitantes que no residen en el país de referencia.	OMT (2010). Recomendaciones internacionales para estadística de turismo 2008.
TURISMO SOSTENIBLE	Es el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas.	OMT (2006). Por un turismo más sostenible - Guía para responsables políticos.
TURISTA	Cualquier persona que viaja a un lugar diferente al de su residencia habitual, que se queda por lo menos una noche en el lugar que visita, aunque no tenga que pagar por alojamiento, y cuyo principal motivo de viaje es el ocio, u ocupación del tiempo libre; negocios; peregrinaciones; salud; u otra, diferente a una actividad remunerada en el lugar de destino.	Ley N° 29408 - Ley General de Turismo.
VISITANTE	Es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados.	OMT (2010). Recomendaciones internacionales para estadística de turismo 2008.
VOCACIÓN TURÍSTICA	Son las características y potencialidades económicas, sociales, culturales y ambientales que deben considerarse para el análisis óptimo de un territorio y la predisposición del mismo con el desarrollo de la actividad turística de manera sostenible. Asimismo, considera las características inherentes al territorio asociadas a los recursos y/o atractivos turísticos que promuevan la motivación y movilización de los visitantes a la región, así como el involucramiento de la población, del sector público y privado para generar impactos positivos y mejoras en beneficio de la población.	Mincetur (2017). Guía para el cumplimiento de la Meta 38 del Programa de Incentivos a la Mejora de la Gestión Municipal 2017 "Elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local".

TÉRMINO	DEFINICIÓN	FUENTE
ZONA DE DESARROLLO TURÍSTICO	Son aquellas áreas que poseen una oferta turística (atractivos turísticos, corredores turísticos, rutas turísticas, circuitos turísticos, productos turísticos y/o destino turístico, planta turística, servicios turísticos y complementarios) que genera el desplazamiento de una demanda (excursionistas o turistas). Su delimitación geográfica está supeditada a la demanda turística, más no a los límites político-administrativos de uno o más distritos, provincias o regiones (departamentos) que la conforma(n).	Elaboración Mincetur, a partir de la Ley General de turismo, Ley N° 29408.
ZONA DE DESARROLLO TURÍSTICO PRIORITARIO	Son áreas debidamente delimitadas que cuentan con recursos turísticos variados y atractivos turísticos, siendo necesaria su gestión sostenible a través de acciones coordinadas entre el sector público y privado.	Ley N° 29408 - Ley General de Turismo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BALOGLU, S., & BRINBERG, D. (1997). Affective images of tourism destinatios. Travel Research, 35(4), 11-15.

BALOGLU, S., & MCCLEARY, K. (1999). Amodel of destination image formation. Annals of Tourism Research, 26(I), 868 - 897.

Ceplan. (2016). Fase Estratégica para Sectores - Guía Metodológica. Documento de Trabajo. (Ceplan, Ed.) Lima, Perú: Ceplan.

Centro Nacional de Planeamiento Estratégico [Ceplan] (2016). Fase de Análisis Prospectivo y Fase Estratégica, Nivel Regional - Guía Metodológica. Documento de Trabajo. Lima: Ceplan.

Centro Nacional de Planeamiento Estratégico [Ceplan] (2016). Fase Estratégica - Acciones Estratégicas. Recuperado de https://www.ceplan.gob.pe/acciones-estrategicas/

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo-PromPerú (2016). Perfil del Turista Extranjero 2015. Lima: PromPerú.

Cooperación Suiza - SECO (2014). Conceptos Básicos para la Gestión de Destinos Turísticos. 2° ed. Perú: Swisscontact, Fundación Suiza de Cooperación para el Desarrollo Técnico.

Delgado, F. (2007). Propuesta metodológica para evaluar y asignar la Vocación de uso a las tierras rurales. Caracas, Venezuela.

Decreto Supremo Nº 054-2011-PCM - Aprueba el Plan Estratégico de Desarrollo Nacional.

Decreto Supremo Nº 004-2013-PCM - Aprueba la Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública.

Hernández, Roberto; Fernández, Carlos y Baptista, María del Pilar (2010). Metodología de la Investigación. 5a ed. México: McGraw Hill / Interamericana Editores S.A. de C.V.

Kotler, Philip, et al (2011). Marketing turístico. 5a ed. Madrid: Pearson Educación S.A.

Ley Nº 29408 - Ley General de Turismo.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo-Mincetur (2017). Guía para el cumplimiento de la Meta 38 del Programa de Incentivos a la Mejora de la Gestión Municipal 2017 "Elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local". 1 a ed. Lima: Mincetur.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2012). Guía metodológica para la elaboración de Planes de Desarrollo Turístico Local. Criterio Consultores. Lima

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2011). Guía Metodológica para la Identificación, Formulación y Evaluación Social de Proyectos de Inversión Pública del Sector Turismo, a Nivel de Perfil. Lima

Organización Mundial del Turismo - OMT (2010). Recomendaciones internacionales para estadística de turismo (2008) - RIET 2008. 1a. ed. Madrid/Nueva York: OMT.

Organización Mundial del Turismo - OMT (2007). Guía Práctica sobre gestión de destinos turísticos Madrid: OMT.

Organización Mundial del Turismo - OMT (2006). Por un turismo más sostenible (guía para responsables políticos). Madrid: OMT.

Organización Mundial del Turismo - OMT (1998). Introducción al turismo. Madrid: OMT.

Organización Mundial del Turismo - OMT (2013). Manual de desarrollo de productos turísticos. Madrid: OMT.

Presidencia del Consejo de Ministros (2013). Documento Orientador: Metodología para la Implementación de la gestión por procesos en las entidades de la Administración Pública en el marco del D.S. Nº 004-2013-PCM Política Nacional de la Modernización de la Gestión Pública. Fecha de consulta: 13/02/2017. http://sgp.pcm.gob.pe/wp-content/uploads/2015/03/Metodologia_de_GxP.pdf

Pallares, F. (1988). Las Políticas Públicas: El Sistema Político en Acción. Revista de Estudios Políticos (Nueva Época), Núm. 62.

Resolución Ministerial Nº 465-2017-MINCETUR - Aprueba el Plan Nacional de Calidad Turística - CALTUR 2017 - 2025.

Resolución Ministerial Nº 231-2016-MINCETUR - Aprueba la actualización del Plan Estratégico Nacional de Turismo - PENTUR 2025.

Resolución Ministerial Nº 230-2016-MINCETUR - Aprueba el Plan Estratégico Sectorial Multianual del Sector Comercio Exterior y Turismo – PESEM 2016 -2021.

Resolución de Presidencia de Consejo Directivo Nº 026-2017/CEPLAN/PCD - Aprueba la Directiva para la actualización del Plan Estratégico de Desarrollo Nacional.

Resolución de Presidencia de Consejo Directivo Nº 061-2017/CEPLAN/PCD - Aprueba la Guía para el Planeamiento Institucional.

Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo (2009). Guía Metodológica para la formulación de políticas públicas regionales. 1a ed. Chile: Departamento de Políticas y Descentralización.

PERÚ | Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

El Perú Primero

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO
Calle Uno Oeste Nº 050, Urb. Córpac San Isidro
Telf.: 051 513 6100 www.mincetur.gop.pe