



GOBIERNO REGIONAL SAN MARTÍN

DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

"AÑO DE LA RECUPERACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE LA ECONOMÍA PERUANA"

GOBIERNO REGIONAL
SAN MARTÍN

ANEXO 01: MATRIZ DE UBICACIÓN Y CONECTIVIDAD – ETAPA 1

UBICACIÓN Y CONECTIVIDAD			ESCENARIOS				
COD	VARIABLES	PONDERADO	NO CUMPLE 0	MÍNIMO 1	ACEPTABLE 2	BUENO 3	ÓPTIMO 4
UC1	DISTANCIA DESDE TERMINAL AEREO PRINCIPAL DE LA REGION O REGION CONTIGUA	4	No cumple con el escenario Mínimo	El centro de soporte principal del territorio está a más de 200 y menos o igual de 350 kilómetros del terminal aéreo principal de la región.	El centro de soporte principal del Territorio está a más de 120 y menos o igual de 200 kilómetros del terminal principal de la región.	El centro de soporte principal del Territorio está a más de 50 y menos o igual de 120 kilómetros del terminal aéreo principal de la región.	El centro de soporte principal del Territorio está a igual o menos de 50 kilómetros del terminal aéreo principal de la región.
UC2	DISTANCIA DESDE EL TERMINAL TERRESTRE FORMAL MAS CERCANO	4	No cumple con el escenario Mínimo	El centro de soporte principal del Territorio está a más de 120 y menos o igual de 200 kilómetros del terminal terrestre más cercano, autorizado por el MTC.	El centro de soporte principal del Territorio está a más de 80 y menos o igual de 120 kilómetros del terminal terrestre más cercano, autorizado por el MTC.	El centro de soporte principal del Territorio está a más de 40 y menos o igual de 80 kilómetros del terminal terrestre más cercano, autorizado por el MTC.	El centro de soporte principal del Territorio está a igual o menos de 40 kilómetros del terminal terrestre más cercano, autorizado por el MTC.
UC3	DISTANCIA DESDE MERCADO EMISOR MÁS PRÓXIMO DE LA REGION	4	No cumple con el escenario Mínimo	El centro de soporte principal del Territorio está a más de 200 y menos o igual de 350 kilómetros del mercado emisor más cercano de la región.	El centro de soporte principal del Territorio está a más de 100 y menos o igual de 200 kilómetros del mercado emisor más cercano de la región.	El centro de soporte principal del Territorio está a más de 50 y menos o igual de 100 kilómetros del mercado emisor más cercano de la región.	El centro de soporte principal del Territorio está a igual o menos de 50 kilómetros del mercado emisor más cercano de la región.
UC4	DISTANCIA DESDE CENTRO DE SOPORTE PRINCIPAL DE LA REGION O LA REGION MAS CERCANA	3	No cumple con el escenario Mínimo	El centro de soporte principal del Territorio está a más de 200 y menos o igual de 350 Kilómetros del centro soporte principal de la región.	El centro de soporte principal del Territorio está a más de 120 y menos o igual de 200 kilómetros del centro soporte principal de la región.	El centro de soporte principal del Territorio está a más de 50 y menos o igual de 120 kilómetros del centro soporte principal de la región.	El centro de soporte principal del Territorio está a igual o menos de 50 kilómetros del centro soporte principal de la región.
UC5	CALIDAD VIAL DESDE CENTRO SOPORTE PRINCIPAL DE LA REGION	2	No cumple con el escenario Mínimo	Vías en mala calidad: carretera afirmada o asfaltada, en mal estado (igual o más del 60% del tramo).	Vías en mediana calidad: carretera afirmada o asfaltada, en buen estado (igual o más del 60% del tramo).	Vías en buena calidad: Carretera asfaltada, con señalización horizontal (igual o más del 60% del tramo).	Vías en óptima calidad: Carretera asfaltada, con señalización horizontal (igual o más del 60% del tramo), y presencia de áreas de descanso.
UC6	POSIBILIDADES DE ACCESO DESDE CENTRO DE SOPORTE PRINCIPAL DE LA REGION	1	No cumple con el escenario Mínimo	Ninguna opción real de acceso alternativo hacia el centro de soporte principal del Territorio.	01 opción real de acceso alternativo hacia el centro de soporte principal del Territorio.	01 opción real de acceso alternativo hacia el centro de soporte principal del Territorio, en buenas condiciones.	02 opciones reales de acceso alternativo hacia el centro de soporte principal del Territorio, en buenas condiciones.
UC7	DISTANCIA DESDE CAPITAL DE Territorio AL RECURSO/ATRACTIVO PRIORIZADO	3	No cumple con el escenario Mínimo	El atractivo priorizado y principal del Territorio se encuentra a más de 25 y menos o igual de 35 kilómetros desde el centro de soporte principal del Territorio.	El atractivo priorizado y principal del Territorio se encuentra a más de 15 y menos o igual de 25 kilómetros desde el centro de soporte principal del Territorio.	El atractivo priorizado y principal del Territorio se encuentra a más de 5 y menos o igual de 15 kilómetros desde el centro de soporte principal del Territorio.	El atractivo priorizado y principal del Territorio se encuentra a igual o menos de 5 kilómetros desde el centro de soporte principal del Territorio.
UC8	CALIDAD VIAL DESDE CAPITAL DEL Territorio AL RECURSO/ATRACTIVO PRIORIZADO	2	No cumple con el escenario Mínimo	Vías en baja calidad: carretera afirmada o asfaltada, en mal estado (igual o más del 60% del tramo).	Vías en mediana calidad: carretera afirmada o asfaltada, en buen estado (igual o más del 60% del tramo).	Vías en buena calidad: Carretera asfaltada, con señalización horizontal (igual o más del 60% del tramo).	Vías en óptima calidad: Carretera asfaltada, con señalización horizontal (igual o más del 60% del tramo), y presencia de áreas de descanso.





UC9	CONGLOMERACIÓN TERRITORIAL Y CERCANÍA A EXPERIENCIAS	2	No cumple con el escenario Mínimo	El 50% del conjunto de recursos y/o atractivos del Territorio se encuentran en un radio mayor a 8 kilómetros.	25	El 50% del conjunto de recursos y/o atractivos del Territorio se encuentran en un radio de más de 5 y menos o igual de 8 kilómetros.	50	El 50% del conjunto de recursos y/o atractivos del Territorio se encuentran en un radio de más de 3 y menos o igual de 5 kilómetros.	75	El 50% del conjunto de recursos y/o atractivos del Territorio se encuentran en un radio igual o menor de 3 kilómetros.	100
		25									



ANEXO 02: INTERPRETACION DE RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DE LA MATRIZ DE UBICACIÓN Y CONECTIVIDAD

ESCALA DE VALORES	
De 75 a 100 puntos	Excelente Ubicación/Conectividad
De 50 a 74 puntos	Buena Ubicación/Conectividad
De 25 a 49 puntos	Mala Ubicación/Conectividad
De 0 a 24 puntos	Deficiente Ubicación/Conectividad

Ejemplo:

N°	PROVINCIA	DISTRITO	PUNTAJE	CONSIDERACIONES
-	PROVINCIA			
1		DISTRITO 1	20	Deficiente Ubicación/Conectividad
2		DISTRITO 2	45	Mala Ubicación/Conectividad
3		DISTRITO 3	68	Buena Ubicación/Conectividad
4		DISTRITO n	80	Excelente Ubicación/Conectividad



ANEXO 03: CLASIFICACIÓN DE CENTROS DE SOPORTE EN LA REGIÓN SAN MARTÍN

CLASIFICACION DE CENTROS DE SOPORTE / Ciudad - CP						
CRITERIOS	SALUD	SEGURIDAD	SERVICIOS BASICOS	TRANSPORTE	EEHH	REST.
MAYOR	¿Cuenta con un establecimiento de salud público de nivel y categoría II-2 o II-E operando y disponible de forma continua?	¿Cuenta con una comisaría tipo A, habilitada y en funcionamiento?	¿Cuenta con agua, energía eléctrica, señal telefónica, internet, recolección de residuos, desagüe y alcantarillado?	¿Cuenta con un terminal terrestre interregional operando regularmente y un terminal aéreo con vuelos diarios, operando de forma continua? (No aplica si el territorio evaluado es colindante a menos de 1 km. de un Centro de Soporte Mayor o Intermedio)	¿Cuenta con al menos 15 empresas que ofrecen el servicio de alojamiento registradas en el Extranet; y al menos 5 empresas se encuentran en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados?	¿Cuenta con 5 o más restaurantes registrados en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos?
INTERMEDIO	¿Cuenta con un establecimiento de salud público de nivel y categoría II-1, operando y disponible de forma continua?	¿Cuenta con una comisaría tipo B o C, habilitada y en funcionamiento?	¿Cuenta con agua, energía eléctrica, señal telefónica, internet y recolección de residuos?	¿Cuenta con un terminal terrestre interregional operando de forma continua?	¿Cuenta con empresas que ofrecen el servicio de alojamiento registradas en el Extranet?	¿Cuenta con al menos 1 restaurante registrado en el Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos?
MENOR	¿Cuenta con un establecimiento de salud público de nivel y categoría I-3 o I-4, operando y disponible de forma continua?	¿Cuenta con una comisaría tipo D, habilitada y en funcionamiento?	¿Cuenta con agua, energía eléctrica, señal telefónica e internet?	¿Cuenta con un terminal terrestre interprovincial operando de forma continua?	¿Cuenta con empresas que ofrecen el servicio de alojamiento?	¿Cuenta con locales de expendio de alimentos y bebidas con RUC y licencia de funcionamiento?



ANEXO 04: ROL DE LOS DISTRITOS PARA LA MATRIZ DE CONTENIDO – ETAPA 1

CLASIFICACIÓN DE CENTROS DE SOPORTE		
MAYOR	INTERMEDIO	MEJOR
Ciudad de Tarapoto	Ciudad de Banda de Shilcayo Ciudad de Moyobamba Ciudad de Rioja Ciudad de Juanjui Ciudad de Tocache	Ciudad de Bellavista
		Ciudad de Lamas
		Ciudad de Soritor
		Ciudad de Picota
		Ciudad de Nueva Cajamarca
		Ciudad de Pardo Miguel
		Ciudad de Morales
		Ciudad de Sauce

CIUDADES QUE NO SON CENTROS DE SOPORTE				
San Jose de Sisa	Alto Biavo	Saposoa	Yantaló	San Fernando
Alonso de Alvarado	Bajo Biavo	Tingo de Saposoa	Buenos Aires	Yorongos
Tabalosos	Huallaga	Barranquita	Caspizapa	Alberto Leveau
Campañilla	San Pablo	Caynarachi	Pilluana	Cacatachi
Huicungo	San Rafael	Cuñumbuqui	Pucacaca	Chipurana
Calzada	Agua Blanca	Pinto Recodo	San Cristobal	El Porvenir
Jepelacio	San Martín	Rumisapa	San Hilarión	Huimbayoc
Yuracyacu	Santa Rosa	San Roque de Cumbaza	Shamboayacu	Juan Guerra
Chazuta	Shatoja	Shanao	Tingo de Ponasa	Papaplaya
Polvora	Alto Saposoa	Zapatero	Tres unidos	San Antonio
Nuevo progreso	El Eslabon	Pachiza	Awajun	Shapaja
Uchiza	Piscocayacu	Pajarillo	Elias Soplin Vargas	Santa Lucia
	Sacanche	Habana	Posic	Shunte

ANEXO 05: MATRIZ DE CONTENIDO – CENTRO DE SOPORTE MAYOR O INTERMEDIO – ETAPA 1

CONTENIDO TERRITORIAL			ESCENARIOS					
COD	VARIABLES	DESCRIPCIÓN	PONDERADO	NO CUMPLE 0	MINIMO 1	ACEPTABLE 2	BUENO 3	OPTIMO 4
CT1	DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS PÚBLICOS BÁSICOS	Se evalúa si el territorio cuenta con servicios básicos como agua, energía, salud, telecomunicaciones y seguridad policial	5	No cumple con el escenario Mínimo	El territorio cuenta con agua, energía eléctrica, centro de salud y telecomunicaciones.	El territorio cuenta con agua, energía eléctrica, centro de salud, telecomunicaciones y policía.	El territorio cuenta con agua, alcantarillado, desagüe, energía eléctrica, centro de salud, telecomunicaciones y policía.	El territorio cuenta con agua potable, alcantarillado, desagüe, energía eléctrica, centro de salud, telecomunicaciones, gestión de residuos y policía.
CT2	DISPONIBILIDAD DE RECURSOS Y/O ATRACTIVOS	Se analiza si territorio tiene recursos/atractivos tangibles en el registro del MINCETUR, en buenas condiciones.	6	No cumple con el escenario Mínimo	El territorio cuenta con al menos 01 recurso/atractivo tangible inventariado en el registro del MINCETUR.	El territorio cuenta con al menos 01 recurso/atractivo tangible inventariado en el registro del MINCETUR, y jerarquizado	El territorio cuenta con al menos 01 recurso/atractivo tangible inventariado en el registro del MINCETUR, jerarquizado, con instalaciones turísticas en buen estado de conservación	El territorio cuenta con al menos 01 recurso/atractivo tangible inventariado en el registro del MINCETUR, jerarquizado, con instalaciones turísticas en buen estado de conservación y prioritizado por DIRCETUR de acuerdo a los lineamientos regionales vigentes.
CT3	DISPONIBILIDAD DE RECURSOS /ATRATIVOS RELEVANTES PARA LA OFERTA REGIONAL	Evalúa el nivel de relevancia de los recursos y atractivos del territorio, indicando que estos son mayormente de importancia a nivel local o especial.	6	No cumple con el escenario Mínimo	El territorio posee recursos/atractivos de relevancia en su mayoría local o únicamente especializado.	El territorio posee recursos/atractivos en su mayoría de relevancia regional.	El territorio posee recursos/atractivos en su mayoría de relevancia nacional e/o internacional.	El territorio posee recursos/atractivos de relevancia solo internacional
CT4	DISPONIBILIDAD DE ALOJAMIENTOS	Evalúa la cantidad y formalización de los establecimientos de alojamiento en el territorio	4	No cumple con el escenario Mínimo	El territorio posee entre 01 y 05 establecimientos de alojamiento, debidamente formalizados y registrados en DIRCETUR.	El territorio posee entre 06 y 15 establecimientos de alojamiento, debidamente formalizados y registrados en DIRCETUR.	El territorio posee entre 16 y 30 establecimientos de alojamiento, debidamente formalizados y registrados en DIRCETUR.	El territorio posee más de 30 establecimientos de alojamiento, debidamente formalizados y registrados en DIRCETUR.
CT5	DISPONIBILIDAD DE RESTAURANTES	Evalúa la cantidad y formalización de los restaurantes en el territorio	4	No cumple con el escenario Mínimo	El territorio posee entre 01 o 02 restaurantes, debidamente formalizados y registrados en DIRCETUR.	El territorio posee entre 03 y 04 restaurantes, debidamente formalizados y registrados en DIRCETUR.	El territorio posee entre 05 y 10 restaurantes, debidamente formalizados y registrados en DIRCETUR.	El territorio posee más de 10 restaurantes, debidamente formalizados y registrados en DIRCETUR.
			25	0	25	50	75	100



ANEXO 06: MATRIZ DE CONTENIDO – CENTRO DE SOPORTE MENOR – ETAPA 1

CONTENIDO TERRITORIAL				ESCENARIOS				
COD	VARIABLES	DESCRIPCIÓN	PONDERADO	NO CUMPLE 0	MÍNIMO 1	ACEPTABLE 2	BUENO 3	ÓPTIMO 4
CT1	DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS PÚBLICOS BÁSICOS	Se evalúa si el territorio cuenta con servicios básicos como agua, energía, salud, telecomunicaciones y seguridad policial	7	No cumple con el escenario Mínimo	El territorio cuenta con agua, energía eléctrica, centro de salud y telecomunicaciones.	El territorio cuenta con agua, energía eléctrica, centro de salud, telecomunicaciones y policía.	El territorio cuenta con agua, alcantarillado, desagüe, energía eléctrica, centro de salud, telecomunicaciones y gestión de residuos y policía.	El territorio cuenta con agua potable, alcantarillado, desagüe, energía eléctrica, centro de salud, telecomunicaciones, gestión de residuos y policía.
CT2	DISPONIBILIDAD DE RECURSOS Y/O ATRACTIVOS	Se analiza si territorio tiene recursos/atractivos tangibles en el registro del MINCETUR, en buenas condiciones.	8	No cumple con el escenario Mínimo	El territorio cuenta con al menos 01 recurso/atractivo tangible inventariado en el registro del MINCETUR.	El territorio cuenta con al menos 01 recurso/atractivo tangible inventariado en el registro del MINCETUR, y jerarquizado	El territorio cuenta con al menos 01 recurso/atractivo tangible inventariado en el registro del MINCETUR, jerarquizado y con instalaciones turísticas en buen estado de conservación	El territorio cuenta con al menos 01 recurso/atractivo tangible inventariado en el registro del MINCETUR, jerarquizado, con instalaciones turísticas en buen estado de conservación y priorizado por DIRCETUR de acuerdo a los lineamientos regionales vigentes
CT3	DISPONIBILIDAD DE RECURSOS /ATRATIVOS RELEVANTES PARA LA OFERTA REGIONAL	Evalúa el nivel de relevancia de los recursos y atractivos del territorio, indicando que estos son mayormente de importancia a nivel local o especial.	6	No cumple con el escenario Mínimo	El territorio posee recursos/atractivos de relevancia en su mayoría local o únicamente especializado.	El territorio posee recursos/atractivos en su mayoría de relevancia regional.	El territorio posee recursos/atractivos en su mayoría de relevancia nacional e/o internacional.	El territorio posee recursos/atractivos de relevancia solo internacional
CT4	DISPONIBILIDAD DE ALOJAMIENTOS	Evalúa la cantidad y formalización de los establecimientos de alojamiento en el territorio	3	No cumple con el escenario Mínimo	El territorio posee entre 01 y 05 establecimientos de alojamiento, debidamente formalizados y registrados en DIRCETUR.	El territorio posee entre 06 y 15 establecimientos de alojamiento, debidamente formalizados y registrados en DIRCETUR.	El territorio posee entre 16 y 30 establecimientos de alojamiento, debidamente formalizados y registrados en DIRCETUR.	El territorio posee más de 30 establecimientos de alojamiento, debidamente formalizados y registrados en DIRCETUR.

DISPONIBILIDAD DE RESTAURANTES	Evalúa la cantidad y formalización de los restaurantes en el territorio	1	No cumple con el escenario Mínimo	El territorio posee entre 01 o 02 restaurantes, debidamente formalizados y registrados en DIRCETUR.	El territorio posee entre 03 y 04 restaurantes, debidamente formalizados y registrados en DIRCETUR.	El territorio posee entre 05 y 10 restaurantes, debidamente formalizados y registrados en DIRCETUR.	El territorio posee más de 10 restaurantes, debidamente formalizados y registrados en DIRCETUR.
CT5		25	0	25	50	75	100





GOBIERNO REGIONAL
SAN MARTÍN

GOBIERNO REGIONAL SAN MARTÍN

DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

"AÑO DE LA RECUPERACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE LA ECONOMÍA PERUANA"

ANEXO 07: MATRIZ DE CONTENIDO – NO ES CENTRO DE SOPORTE – ETAPA 1

CONTENIDO TERRITORIAL			ESCENARIOS					
COD	VARIABLES	DESCRIPCIÓN	PONDERADO	NO CUMPLE	MINIMO	ACEPTABLE	BUENO	OPTIMO
				0	1	2	3	4
CT1	DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS PÚBLICOS BÁSICOS	Se evalúa si el territorio cuenta con servicios básicos como agua, energía, salud, telecomunicaciones y seguridad policial	10	No cumple con el escenario Mínimo	El territorio cuenta con agua, energía eléctrica, centro de salud y telecomunicaciones.	El territorio cuenta con agua, energía eléctrica, centro de salud, telecomunicaciones y policía.	El territorio cuenta con agua, alcantarillado, desagüe, energía eléctrica, centro de salud, telecomunicaciones y policía.	El territorio cuenta con agua potable, alcantarillado, desagüe, energía eléctrica, centro de salud, telecomunicaciones, gestión de residuos y policía.
CT2	DISPONIBILIDAD DE RECURSOS Y/O ATRACTIVOS	Se analiza si territorio tiene recursos/atractivos tangibles en el registro del MINCETUR, en buenas condiciones.	9	No cumple con el escenario Mínimo	El territorio cuenta con al menos 01 recurso/atractivo tangible inventariado en el registro del MINCETUR.	El territorio cuenta con al menos 01 recurso/atractivo tangible inventariado en el registro del MINCETUR, y jerarquizado	El territorio cuenta con al menos 01 recurso/atractivo tangible inventariado en el registro del MINCETUR, jerarquizado y con instalaciones turísticas en buen estado de conservación y priorizado por DIRCETUR de acuerdo a los lineamientos regionales vigentes.	
CT3	DISPONIBILIDAD DE RECURSOS /ATRATIVOS RELEVANTES PARA LA OFERTA REGIONAL	Evalúa el nivel de relevancia de los recursos y atractivos del territorio, indicando que estos son mayormente de importancia a nivel local o especial.	6	No cumple con el escenario Mínimo	El territorio posee recursos/atractivos de relevancia en su mayoría local o únicamente especializado.	El territorio posee recursos/atractivos en su mayoría de relevancia regional.	El territorio posee recursos/atractivos en su mayoría de relevancia nacional e/o internacional.	El territorio posee recursos/atractivos de relevancia solo internacional
			25	0	25	50	75	100





GOBIERNO REGIONAL
SAN MARTÍN

GOBIERNO REGIONAL SAN MARTÍN

DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

"AÑO DE LA RECUPERACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE LA ECONOMÍA PERUANA"

ANEXO 08: INTERPRETACION DE RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DE LA MATRIZ DE CONTENIDO

ESCALA DE VALORES	
De 75 a 100 puntos	Excelente Contenido
De 50 a 74 puntos	Buen Contenido
De 25 a 49 puntos	Mal Contenido
De 0 a 24 puntos	Deficiente Contenido

Ejemplo:

N°	PROVINCIA	DISTRITO	PUNTAJE	CONSIDERACIONES
-	PROVINCIA			
1		DISTRITO 1	20	Deficiente Contenido
2		DISTRITO 2	45	Mal Contenido
3		DISTRITO 3	68	Buen Contenido
4		DISTRITO n	80	Buen Contenido





GOBIERNO REGIONAL
SAN MARTÍN

GOBIERNO REGIONAL SAN MARTÍN

DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

"AÑO DE LA RECUPERACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE LA ECONOMÍA PERUANA"

ANEXO 09: INTERPRETACION DE RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DE LA MATRIZ DE UBICACIÓN Y CONECTIVIDAD; Y CONTENIDO - ETAPA 1

RESULTADOS PRELIMINARES		RESULTADOS	ACCIÓN A DESARROLLAR	DESCRIPCIÓN DE LA INTERPRETACIÓN
UBICACIÓN Y CONECTIVIDAD	CONTENIDO			
Deficiente Ubicación/ Conectividad	Deficiente Contenido	Sin condiciones para desarrollar el turismo	Sin intervención prioritaria en turismo	Aquellos Usuarios de Gestión (municipalidades provinciales y distritales) que se ubiquen en estos resultados, no representan una prioridad de acción u atención para el turismo en la región.
Deficiente Ubicación/ Conectividad	Mal Contenido			
Mala Ubicación/ Conectividad	Deficiente Contenido			
Mala Ubicación/ Conectividad	Mal Contenido			
Buena Ubicación/ Conectividad	Deficiente Contenido	Con condiciones limitadas para desarrollar el turismo	Acciones claves a cargo de la Municipalidad Provincial y Distrital	Aquellos Usuarios de Gestión (municipalidades provinciales y distritales) que se ubiquen en estos resultados deberán priorizar acciones claves a nivel institucional, y liderar las mismas para generar los cambios que permita mejorar los resultados actuales.
Excelente Ubicación/ Conectividad	Deficiente Contenido			
Deficiente Ubicación/ Conectividad	Buen Contenido			
Mala Ubicación/ Conectividad	Buen Contenido			
Buena Ubicación/ Conectividad	Mal Contenido	Con buenas condiciones para desarrollar el turismo	Acciones claves conjuntas entre la Municipalidad Provincial y Distrital y el Gobierno Regional	Aquellos Usuarios de Gestión (municipalidades provinciales y distritales) que se ubiquen en estos resultados deberán priorizar acciones claves conjuntas con el órgano rector del turismo a nivel regional, a fin de mejorar las condiciones actuales en los ámbitos que sean posibles fortalecer. Representan una prioridad para el gobierno regional de segundo nivel en materia de turismo.
Deficiente Ubicación/ Conectividad	Excelente Contenido			
Mala Ubicación/ Conectividad	Excelente Contenido			
Excelente Ubicación/ Conectividad	Mal Contenido			
Buena Ubicación/ Conectividad	Buen Contenido	Con excelentes condiciones para desarrollar el turismo	Acciones claves lideradas por el Gobierno Regional	Aquellos Usuarios de Gestión (municipalidades provinciales y distritales) que se ubiquen en estos resultados representan la prioridad de acción liderada por el Gobierno Regional. Representan una prioridad para el gobierno regional de primer nivel en materia de turismo.
Excelente Ubicación/ Conectividad	Buen Contenido			
Buena Ubicación/ Conectividad	Excelente Contenido			
Excelente Ubicación/ Conectividad	Excelente Contenido			
Excelente Ubicación/ Conectividad	Excelente Contenido	Excelente Contenido	Acciones claves lideradas por el Gobierno Regional	Aquellos Usuarios de Gestión (municipalidades provinciales y distritales) que se ubiquen en estos resultados representan la prioridad de acción liderada por el Gobierno Regional. Representan una prioridad para el gobierno regional de primer nivel en materia de turismo.
Excelente Ubicación/ Conectividad	Excelente Contenido			





GOBIERNO REGIONAL SAN MARTÍN

DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

"AÑO DE LA RECUPERACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE LA ECONOMÍA PERUANA"

Ejemplo:

N°	PROVINCIA	DISTRITO	UBICACIÓN Y CONECTIVIDAD		CONTENIDO TERRITORIAL		INTERVENCIÓN
			PUNTAJE	RESULTADO	PUNTAJE	RESULTADO	
-	PROVINCIA 1						
1		DISTRITO 1	20	Deficiente Ubicación/ Conectividad	24	Deficiente Contenido	Sin condiciones para desarrollar el turismo
2		DISTRITO 2	40	Mala Ubicación/ Conectividad	35	Mal Contenido	Sin condiciones para desarrollar el turismo
3		DISTRITO 3	18	Deficiente Ubicación/ Conectividad	50	Buen Contenido	Con condiciones limitadas para desarrollar el turismo
4		DISTRITO 4	50	Buena Ubicación/ Conectividad	15	Mal Contenido	Con condiciones limitadas para desarrollar el turismo
5		DISTRITO 5	20	Deficiente Ubicación/ Conectividad	75	Excelente Contenido	Con buenas condiciones para desarrollar el turismo
6		DISTRITO 6	25	Mala Ubicación/ Conectividad	80	Excelente Contenido	Con buenas condiciones para desarrollar el turismo
7		DISTRITO 7	50	Buena Ubicación/ Conectividad	55	Buen Contenido	Con buenas condiciones para desarrollar el turismo
8		DISTRITO 8	60	Buena Ubicación/ Conectividad	75	Excelente Contenido	Con excelentes condiciones para desarrollar el turismo
9		DISTRITO 9	75	Excelente Ubicación/ Conectividad	75	Excelente Contenido	Con excelentes condiciones para desarrollar el turismo
10		DISTRITO n	70	Buena Ubicación/ Conectividad	80	Excelente Contenido	Con excelentes condiciones para desarrollar el turismo

RESULTADOS:

- Con excelentes condiciones para desarrollar el turismo
- Con buenas condiciones para desarrollar el turismo
- Con condiciones limitadas para desarrollar el turismo
- Sin condiciones para desarrollar el turismo



ANEXO 10: MATRIZ DE CONDICIONES DE GESTIÓN PARA EL TURISMO – ETAPA 2

CONDICIONES DE GESTIÓN PARA EL TURISMO				ESCENARIOS				
COD	VARIABLES	DESCRIPCIÓN	PONDERADO	NO CUMPLE	MÍNIMO	ACEPTABLE	BUENO	ÓPTIMO
CG1	ASIGNACIÓN PRESUPUESTAL - FUNCIÓN TURISMO (SOLO ACTIVIDADES)	Evalúa el porcentaje del PIM anual asignado por la municipalidad distrital a la función turismo para el desarrollo de actividades.	5	No cumple con el escenario Mínimo	El distrito ha devengado a la función turismo menos del 2% del total del PIM anual, dirigido a actividades estratégicas. Gobierno	El distrito ha devengado a la función turismo igual o más del 2% del total del PIM anual, dirigido a actividades estratégicas.	El distrito ha devengado a la función turismo igual o más del 5% del total del PIM anual, dirigido a actividades estratégicas.	El distrito ha devengado a la función turismo igual o más del 7% del total del PIM anual, dirigido a actividades estratégicas.
CG2	EQUIPO TÉCNICO PARA TURISMO	Evalúa la asignación de equipo técnico al área de turismo por parte del municipio.	5	No cumple con el escenario Mínimo	El distrito asigna hasta 1 especialista al área de turismo, con experiencia acreditada y/o formación en turismo.	El distrito asigna hasta 2 especialistas al área de turismo, con experiencia acreditada y/o formación en turismo.	El distrito asigna hasta 3 especialistas al área de turismo, con experiencia acreditada y/o formación en turismo.	El distrito asigna hasta 4 especialistas al área de turismo, con experiencia acreditada y/o formación en turismo.
CG3	PLANES DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL -PDTL	Evalúa la situación del Plan de Desarrollo Turístico Local (PDTL) del Usuario de Gestión distrital.	4	No cumple con el escenario Mínimo	El distrito tiene un PDTL vigente, con aprobación del Concejo Municipal.	El distrito tiene un PDTL vigente, con aprobación del Concejo Municipal; con opinión técnica de DIRCETUR para su alineación al PERTUR.	El distrito tiene un PDTL vigente, con aprobación del Concejo Municipal; con opinión técnica de DIRCETUR para su alineación al PERTUR, implementado al 30%.	El distrito tiene un PDTL vigente, con aprobación del Concejo Municipal; con opinión técnica de DIRCETUR para su alineación al PERTUR, implementado al 50%.
CG4	PROYECTOS DE INVERSIÓN PÚBLICA EN TURISMO	Evalúa la presencia y el estado de avance de proyectos de inversión o IOARR en turismo.	4	No cumple con el escenario Mínimo	El distrito cuenta con al menos 01 proyecto de inversión e/o IOARR de turismo, en formulación.	El distrito cuenta con al menos 01 proyecto de inversión de turismo, en perfil viable y programado en el PMI.	El distrito cuenta con al menos 01 proyecto de inversión e/o IOARR de turismo, con expediente viable y programado en el PMI.	El distrito cuenta con al menos 01 proyecto de inversión e/o IOARR de turismo, en ejecución y/o ejecutado a nivel física en los últimos 3 años.
CG5	COORDINACIÓN MULTISECTORIAL	Evalúa cómo el Usuario de Gestión distrital integra las funciones de turismo con el resto de sus áreas y dependencias.	2	No cumple con el escenario Mínimo	El distrito realiza sus funciones de turismo, pero de manera aislada del resto de áreas y/o dependencias de su entidad.	El distrito realiza sus funciones de turismo mediante coordinaciones ocasionales (sucede de vez en cuando, pero no con regularidad) con el resto de áreas y/o dependencias de su entidad.	El distrito realiza sus funciones de turismo mediante coordinaciones frecuentes (Ocurre con regularidad o de manera repetitiva) con el resto de áreas y/o dependencias de su entidad.	El distrito realiza sus funciones de turismo mediante coordinaciones continuas o permanentes (Sucede sin interrupciones o pausas) con el resto de áreas y/o dependencias de su entidad.
CG6	COORDINACIÓN INTER-GUBERNAMENTAL	Evalúa cómo el distrito interactúa con los 03 niveles de gobierno en materia de turismo.	2	No cumple con el escenario Mínimo	El distrito realiza gestiones ocasionales (sucede de vez en cuando, pero no con regularidad) a nivel provincial en materia de turismo.	El distrito realiza gestiones puntuales y coyunturales a nivel provincial en materia de turismo.	El distrito coordina acciones puntuales y coyunturales a nivel provincial y regional en materia de turismo.	El distrito articula, ejecuta y promueve acciones y proyectos en alianza con los diferentes niveles de gobierno: provincial, regional y/o nacional en materia de turismo.
CG7	GOBERNANZA	Evalúa el grado de planificación, articulación y ejecución de la agenda turística.	2	No cumple con el escenario Mínimo	El distrito cuenta con una agenda general que engloba algunos aspectos públicos y/o privados en turismo.	El distrito cuenta con una agenda pública - privada sectorial, elaborada para el desarrollo turístico sostenible de su jurisdicción.	El distrito cuenta con una agenda pública - privada, sectorial y multisectorial, para el desarrollo turístico sostenible de su jurisdicción; validada a nivel local y socializada a nivel provincial.	El distrito implementa una agenda pública-privada, sectorial y multisectorial, para el desarrollo turístico sostenible de su jurisdicción; validada a nivel local y socializada a DIRCETUR.
CG8	MARCO NORMATIVO LOCAL EN TURISMO	Evalúa la elaboración y aplicación de normas locales para impulsar el turismo.	1	No cumple con el escenario Mínimo	El distrito viene elaborando proyectos de ordenanzas que regulan, facilitan y/o favorecen acciones que contribuyan al desarrollo del turismo en su jurisdicción.	El distrito cuenta con ordenanzas aprobadas que regulan, facilitan y/o favorecen acciones que contribuyan al desarrollo del turismo en su jurisdicción.	El distrito cuenta e implementa no menos del 50% de ordenanzas emitidas que regulan, facilitan y/o favorecen acciones que contribuyan al desarrollo del turismo en su jurisdicción.	El distrito cuenta e implementa el 100% de ordenanzas que regulan, facilitan y favorecen acciones que contribuyan al desarrollo del turismo en su jurisdicción; e identifica problemáticas que afectan al turismo para su posterior regulación.
				25	0	50	75	100





GOBIERNO REGIONAL SAN MARTÍN

DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

"AÑO DE LA RECUPERACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE LA ECONOMÍA PERUANA"

GOBIERNO REGIONAL
SAN MARTÍN

ANEXO 11: CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN – MATRIZ DE CONDICIONES DE GESTIÓN PARA EL TURISMO – ETAPA 2

COD	VARIABLES	EVALUACIÓN A GOBIERNOS LOCALES			RESULTADO REGIONAL		
		COD	PREGUNTA	RESPUESTA	COD	INDICADOR	CONSOLIDADO
CG1	ASIGNACIÓN PRESUPUESTAL - FUNCIÓN TURISMO (SOLO ACTIVIDADES)	CCG1.1	¿Existe un PIM asignado a la función TURISMO?	SI/NO	CCG1.1.1	% de gobiernos locales distritales que cuentan con PIM en la función turismo	N°/Total Porcentaje Distritos
		CCG1.2	¿El PIM asignado a la función TURISMO es menor a 2%?	SI/NO	CCG1.2.1	% de gobiernos locales distritales cuyo PIM asignado a la función TURISMO es menor a 2%	N°/Total Porcentaje Distritos
		CCG1.3	¿El PIM asignado a la función TURISMO es igual o más del 3%?	SI/NO	CCG1.3.1	N° gobiernos locales distritales cuyo PIM asignado a la función TURISMO es igual o más del 3%	N°/Total Porcentaje Distritos
		CCG1.4	¿El PIM asignado a la función TURISMO igual o más del 5%?	SI/NO	CCG1.4.1	N° gobiernos locales distritales cuyo PIM asignado a la función TURISMO es igual o más del 5%	N°/Total Porcentaje Distritos
		CCG1.5	¿El PIM asignado a la función TURISMO igual o más del 7%?	SI/NO	CCG1.5.1	N° gobiernos locales distritales cuyo PIM asignado a la función TURISMO es igual o más del 7%	N°/Total Porcentaje Distritos
		CCG1.6	¿Qué % representa el PIM asignado a la función turismo para actividades respecto al PIM TOTAL de su entidad?	%	CCG1.6.1	% promedio del PIM Municipal asignado a la función turismo	N°/Total Porcentaje
CG2	EQUIPO TÉCNICO PARA TURISMO	CCG2.1	¿Existen especialistas con experiencia y/o formación en turismo asignados para la gestión del turismo en su jurisdicción?	SI/NO	CCG2.1.1	% de gobiernos locales distritales que cuentan con especialistas con experiencia y/o formación en turismo asignados para la gestión del turismo en su jurisdicción	N°/Total Porcentaje Distritos
		CCG2.2	¿Cuántos especialistas con experiencia y/o formación en turismo, asignados para la gestión del turismo en el gobierno local distrital?	Número	CCG2.1.2	Demanda mínima de especialistas con experiencia y/o formación en turismo para el sector público clave en turismo	N°/Total Número
		CCG3.1	¿Existe un PDLT aprobado con Ordenanza Municipal y vigente?	SI/NO	CCG2.2.1	N° de especialistas con experiencia y/o formación en turismo desempeñándose en el sector público clave en turismo	N°/Total Número N° por distrito
CG3	PLANES DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL - PDLT	CCG3.2	¿Existe un PDLT alineado al PERTUR?	SI/NO	CCG3.1.1	% de gobiernos locales distritales con un PDLT aprobado con Ordenanza Municipal y vigente	N°/Total Porcentaje Distritos
					CCG3.2.1	% de gobiernos locales distritales con un PDLT alineado al PERTUR	N°/Total Porcentaje Distritos





GOBIERNO REGIONAL
SAN MARTÍN

GOBIERNO REGIONAL SAN MARTÍN

DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

"AÑO DE LA RECUPERACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE LA ECONOMÍA PERUANA"

CG4	CCG3.3	¿Existe un PDTL que cuenta con opinión técnica de DIRCETUR?	SI/NO	CCG3.3.1	% de gobiernos locales distritales con un PDTL con opinión técnica de DIRCETUR	N°/Total	Porcentaje	Distritos
	CCG3.4	¿Se cuenta con financiamiento asignado a la ejecución del PDTL, aprobado por consejo municipal?	SI/NO	CCG3.4.1	% de gobiernos locales distritales que implementan y financian su PDTL	N°/Total	Porcentaje	Distritos
	CCG3.5	¿Cuál es el porcentaje de implementación del PDTL?	%	CCG3.5.1	% promedio de implementación de los PDTL en la región	N°/Total	Porcentaje	
	CCG4.1	¿Existen Proyectos de Inversión e/o IOARR en el sector turismo a nivel de Perfil Viable?	SI/NO	CCG4.1.1	% de gobiernos locales distritales que desarrollan inversión pública en turismo a nivel de perfil viable	N°/Total	Porcentaje	Distritos
	CCG4.2	¿Cuántos Proyectos de Inversión en el sector turismo se encuentran a nivel de Perfil Viable?	Número	CCG4.2.1	N° de proyectos de inversión en turismo a nivel de perfil viable		Número	Distritos
PROYECTOS DE INVERSIÓN PÚBLICA EN TURISMO	CCG4.3	¿Cuántos IOARR en el sector turismo se encuentran a nivel de Perfil Viable?	Número	CCG4.3.1	N° de IOARR en turismo a nivel de perfil viable		Número	Número
	CCG4.4	¿Existen Proyectos de Inversión e/o IOARR en el sector turismo con expediente viable y programados en la PMI?	SI/NO	CCG4.4.1	% de gobiernos locales distritales que desarrollan inversión pública en turismo a nivel de expediente viable	N°/Total	Porcentaje	Distritos
	CCG4.5	¿Cuántos Proyectos de Inversión en el sector turismo se encuentran con expediente viable y programados en la PMI?	Número	CCG4.5.1	N° de proyectos de inversión en turismo a nivel de expediente viable		Número	Distritos
	CCG4.6	¿Cuántos IOARR en el sector turismo se encuentran con expediente viable y programados en la PMI?	Número	CCG4.6.1	N° de IOARR en turismo a nivel de expediente viable		Número	Distritos
	CCG4.7	¿Existen Proyectos de Inversión e/o IOARR en el sector turismo en ejecución?	SI/NO	CCG4.7.1	% de gobiernos locales distritales que desarrollan inversión pública en turismo a nivel de ejecución	N°/Total	Porcentaje	Distritos
	CCG4.8	¿Cuántos Proyectos de Inversión en el sector turismo se encuentran en ejecución?	Número	CCG4.8.1	N° de proyectos de inversión en turismo en ejecución		Número	Distritos
	CCG4.9	¿Cuántos IOARR en el sector turismo se encuentran en ejecución?	Número	CCG4.9.1	N° de IOARRs en turismo en ejecución		Número	Distritos
	CCG5.1	¿Las funciones de turismo están siendo implementadas?	SI/NO	CCG5.1.1	% de gobiernos locales distritales que desarrollan su función en turismo	N°/Total	Porcentaje	Distritos
CG5	COORDINACIÓN MULTISECTORIAL							





GOBIERNO REGIONAL
SAN MARTÍN

GOBIERNO REGIONAL SAN MARTÍN

DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

"AÑO DE LA RECUPERACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE LA ECONOMÍA PERUANA"

CG6	COORDINACIÓN INTERGUBERNAMENTAL	CGG5.2	¿Cuál es el nivel de articulación en la implementación de las funciones de turismo?	1 = Aislada 2 = Ocasional 3 = Frecuente 4 = Constante	CCG5.2.1	% de gobiernos locales distritales que articulan de manera frecuente a constante para la implementación de la función turismo	N°/Total	Porcentaje	Distritos
		CGG6.1	¿Existe articulación con entidades intergubernamentales en materia de turismo?	SI/NO	CCG6.1.1	% de gobiernos locales distritales que coordinan de manera intergubernamental	N°/Total	Porcentaje	Distritos
		CGG6.2	¿Existe articulación con el gobierno local provincial?	SI/NO	CCG6.2.1	% de gobiernos locales distritales que coordinan con gobiernos locales provinciales	N°/Total	Porcentaje	Distritos
		CGG6.3	¿Qué nivel de articulación existe con el gobierno local provincial?	1 = Nula articulación 2 = Baja articulación 3 = Articulación moderada 4 = Articulación considerable 5 = Alta articulación	CCG6.3.1	% de gobiernos locales distritales que tienen un nivel de articulación considerable a alta con los gobiernos locales provinciales	N°/Total	Porcentaje	Distritos
		CGG6.4	¿Existe articulación con el gobierno regional?	SI/NO	CCG6.4.1	% de gobiernos locales distritales que coordinan con el gobierno regional	N°/Total	Porcentaje	Distritos
		CGG6.5	¿Qué nivel de articulación existe con el gobierno regional?	1 = Nula articulación 2 = Baja articulación 3 = Articulación moderada 4 = Articulación considerable 5 = Alta articulación	CCG6.5.1	% de gobiernos locales distritales que tienen un nivel de articulación considerable a alta con el gobierno regional	N°/Total	Porcentaje	Distritos
		CGG6.6	¿Existe Articulación con el gobierno nacional?	SI/NO	CCG6.6.1	% de gobiernos locales distritales que coordinan con el gobierno nacional	N°/Total	Porcentaje	Distritos
CG7	GOBERNANZA	CGG6.7	¿Qué nivel de articulación existe con el gobierno nacional?	1 = Nula articulación 2 = Baja articulación 3 = Articulación moderada 4 = Articulación considerable 5 = Alta articulación	CCG6.7.1	% de gobiernos locales distritales que tienen un nivel de articulación considerable a alta con el gobierno nacional	N°/Total	Porcentaje	Distritos
		CGG7.1	¿Existen una agenda pública-privada sectorial?	SI/NO	CCG7.1.1	% de gobiernos locales distritales que cuentan con una agenda pública-privada sectorial	N°/Total	Porcentaje	Distritos



	CCG7.2	¿Existe de una agenda pública-privada multisectorial?	SI/NO	CCG7.2.1	% de gobiernos locales distritales que cuentan con una agenda pública-privada multisectorial	N°/Total	Porcentaje	Distritos
	CCG7.3	¿Qué porcentaje de la agenda pública-privada sectorial se ha implementado?	Porcentaje	CCG7.3.1	% de gobiernos locales distritales que tienen una implementación de 70% a más respecto a su agenda pública-privada sectorial	N°/Total	Porcentaje	Distritos
	CCG7.4	¿Qué porcentaje de la agenda pública-privada multisectorial se ha implementado?	Porcentaje	CCG7.4.1	% de gobiernos locales distritales que tienen una implementación de 70% a más respecto a su agenda pública-privada multisectorial	N°/Total	Porcentaje	Distritos
	CCG8.1	¿Existen de ordenanzas para el sector turismo en su distrito?	SI/NO	CCG8.1.1	% de gobiernos locales distritales que cuentan con ordenanzas para el turismo	N°/Total	Porcentaje	Distritos
CG8	CCG8.2	¿Cuántas ordenanzas para el sector turismo en su distrito se encuentran vigentes?	Número	CCG8.2.1	N° de ordenanzas a nivel región para el turismo		Número	N° por Distrito
	CCG8.3	¿Cuántas ordenanzas vigentes que se implementan en la actualidad?	Número	CCG8.3.1	N° de ordenanzas a nivel región para el turismo que se implementan en la actualidad		Número	N° por distrito
	CCG8.4	¿Qué porcentaje de implementación tienen las ordenanzas vigentes?	Porcentaje	CCG8.4.1	% promedio de implementación de las ordenanzas en los distritos de la región	N°/Total	Porcentaje	% por distrito



ANEXO 12: INTERPRETACION DE RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DE LA MATRIZ DE CONDICIONES DE GESTION PARA EL TURISMO – ETAPA 2

RESULTADOS:

100	El distrito tiene las mejores condiciones para una gestión efectiva del turismo.
75-99	El distrito requiere mejorar algunas condiciones para gestionar el turismo en su territorio.
50-74	El distrito requiere mejorar varias condiciones para gestionar el turismo en su territorio.
25-49	El distrito requiere urgente mejorar la mayoría de sus condiciones para gestionar el turismo en su territorio.
0-24	El distrito no tiene condiciones para gestionar el turismo en su territorio.

Ejemplo:

N°	PROVINCIA	DISTRITO	PUNTAJE	CONSIDERACIONES
-	PROVINCIA			
1		DISTRITO 1	20	El distrito no tiene condiciones para gestionar el turismo en su territorio
2		DISTRITO 2	30	El distrito requiere urgente mejorar la mayoría de sus condiciones para gestionar el turismo en su territorio
3		DISTRITO 3	58	El distrito requiere mejorar varias condiciones para gestionar el turismo en su territorio
4		DISTRITO 4	76	El distrito requiere mejorar algunas condiciones para gestionar el turismo en su territorio
5		DISTRITO n	100	El distrito tiene las mejores condiciones para una gestión efectiva del turismo





GOBIERNO REGIONAL
SAN MARTÍN

GOBIERNO REGIONAL SAN MARTÍN

DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

"AÑO DE LA RECUPERACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE LA ECONOMÍA PERUANA"

ANEXO 13: MATRIZ DEL PILAR INSTITUCIONALIDAD – ETAPA 3

PILAR: INSTITUCIONALIDAD			ESCENARIOS				
COD	VARIABLES	PONDERADO	NO CUMPLE 0	MÍNIMO 1	ACEPTABLE 2	BUENO 3	ÓPTIMO 4
11	UNIDAD ORGÁNICA MUNICIPAL	5	No cumple con en escenario Mínimo	Existe una unidad orgánica en la municipalidad distrital que se encarga del sector turismo, pero atiende mayormente otros temas diferentes al sector turismo.	Existe una unidad orgánica en la municipalidad distrital que se encarga del sector turismo, pero se dedica mayormente a labores menores o poco estratégicas para el sector turismo.	Existe una unidad orgánica en la municipalidad distrital que se encarga del sector turismo, con un plan operativo básico que atiende algunos de los problemas estratégicos del turismo en el distrito.	Existe una unidad orgánica en la municipalidad distrital que se encarga del sector turismo, con un plan operativo integral que atiende los problemas estratégicos del turismo en el distrito, articulado con el Comité de Gestión Turística Territorial (CGT) y/o el Comité de Gestión del Destino (CGD) al que pertenece.
12	CONDICIONES DE GESTIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL* *El resultado proviene de la Matriz de Condiciones de Gestión para el Turismo	5	No cumple con en escenario Mínimo	El distrito requiere mejorar urgentemente la gran mayoría de sus condiciones para gestionar el turismo en su territorio.	El distrito requiere mejorar muchas condiciones para gestionar el turismo en su territorio.	El distrito requiere mejorar algunas condiciones para gestionar el turismo en su territorio.	El distrito tiene las condiciones óptimas para una gestión efectiva del turismo.
13	COMITÉ EJECUTIVO MULTISECTORIAL PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL - CEMTUL	3	No cumple con en escenario Mínimo	Existe un CEMTUL, pero sin operación alguna.	Existe un CEMTUL, activo pero incipiente, sin agenda clara, ni cumplimiento de acciones.	Existe un CEMTUL, activo, con agenda, con cumplimiento de acciones incipientes.	Existe un CEMTUL, activo, con agenda, con cumplimiento de acciones de manera efectiva y permanente.
14	UNIDAD TERRITORIAL DE GESTIÓN TURÍSTICAS - UTG	3	No cumple con en escenario Mínimo	Forma parte de una UTG, pero no participa.	Participa en un UTG, de manera incipiente, sin agenda de su parte, y sin cumplimiento de acciones a su cargo.	Participa en un UTG, de manera constante, con agenda sectorial clara de su parte, y con cumplimiento de acciones a su cargo de manera incipiente.	Participa en un UTG, de manera constante, con agenda sectorial clara de su parte, y con cumplimiento de acciones a su cargo de manera efectiva.
15	COMITÉ DE GESTIÓN DE DESTINO - CGD	2	No cumple con en escenario Mínimo	Participa y/o tiene representación en un CGD, pero sin acciones a su cargo.	Participa y/o tiene representación en un CGD, con acciones a su cargo que no son cumplidas.	Participa y/o tiene representación en un CGD, con acciones a su cargo que son cumplidas de manera incipiente.	Participa y/o tiene representación en una CGD, con acciones a su cargo que son cumplidas de manera efectiva.
16	ORGANIZACIÓN PRIVADA LOCAL	3	No cumple con en escenario Mínimo	Existe una o más organizaciones locales del sector privado en turismo, formales o informales, pero sin operación alguna.	Existe una o más organizaciones locales del sector privado en turismo, formales, con agendas puntuales o intereses particulares.	Existe una o más organizaciones locales del sector privado en turismo, formales, con agendas incipientes o dispersas que identifican objetivos comunes.	Existe una o más organizaciones locales del sector privado en turismo, formales, con agendas claras, concretas y orientada a objetivos comunes, y acciones cumplidas con efectividad.
17	PRESENCIA GREMIAL REGIONAL Y/O NACIONAL *Describir con detalle lo que se va considerar	2	No cumple con en escenario Mínimo	Existe presencia de gremios regionales en el distrito, con representación nada significativa de asociados respecto al total existente (igual o menor al 10%); sin agenda de trabajo, y sin ejecución de actividades.	Existe presencia de gremios regionales en el distrito con representación poco significativa de asociados respecto al total existente (igual o menor al 30%), sin agenda de trabajo, y sin ejecución de actividades.	Existe presencia de gremios regionales en el distrito con representación significativa de asociados respecto al total existente (igual o mayor del 40%), con agenda de trabajo, pero con cumplimiento de acciones de manera incipiente.	Existe presencia de gremios regionales en el distrito con representación muy significativa de asociados respecto al total existente (igual o mayor del 50%), con agenda de trabajo, y cumplimiento de acciones de manera efectiva.
18	RELACIÓN CON SECTOR ACADÉMICO	2	No cumple con en escenario Mínimo	Existe relación informal entre el distrito y el sector académico en turismo, únicamente para acciones esporádicas.	Existe relación formal (convenios u otros similares) entre el distrito y el sector académico en turismo, pero en acciones esporádicas.	Existe relación formal (convenios u otros similares) entre el distrito y el sector académico en turismo, pero en acciones puntuales.	Existe relación formal (convenios u otros similares) entre el distrito y el sector académico en turismo, con acciones articuladas y permanentes.



ANEXO 14: CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN DE LA MATRIZ DEL PILAR INSTITUCIONALIDAD – ETAPA 3

CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN				EVALUACIÓN A GOBIERNOS LOCALES		RESULTADOS REGIONALES			
COD	VARIABLES	COD	PREGUNTA	RESPUESTAS	COD	INDICADORES	N°/Total	%	CONSIDERADO
11	UNIDAD ORGÁNICA MUNICIPAL	EGL1.1	¿Existe una unidad orgánica a cargo del sector turismo?	SI/NO	RR11.1.1	% de gobiernos locales distritales que cuentan con una unidad orgánica a cargo del sector turismo	N°/Total	%	Distritos
		EGL1.2	¿Cuenta con un POI exclusivamente para el sector turismo?	SI/NO	RR12.1.2	% de gobiernos locales distritales que tienen un POI exclusivamente para el sector turismo	N°/Total	%	Distritos
		EGL1.3	¿Cuenta con un POI exclusivamente para el sector turismo socializado y validado por la CGT y/o CGD?	SI/NO	RR13.1.3	% de gobiernos locales distritales que tienen un POI exclusivamente para el sector turismo socializado y validado por la UTG y/o CGD	N°/Total	%	Distritos
12	CONDICIONES DE GESTIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL	EGL2.1	¿Cuál es el nivel de condiciones de gestión turística?	1=Peores condiciones de gestión	RR12.1.1	% de gobiernos locales distritales con las peores condiciones de gestión	N°/Total	%	Distritos
				2=Necesidad urgente de mejorar condiciones de gestión	RR12.1.2	% de gobiernos locales distritales con necesidad urgente de mejorar su condiciones de gestión	N°/Total	%	Distritos
				3=Necesidad de mejorar varias condiciones de gestión	RR12.1.3	% de gobiernos locales distritales con necesidad de mejorar varias condiciones de gestión	N°/Total	%	Distritos
				4=Necesidad de mejorar algunas condiciones de gestión	RR12.1.4	% de gobiernos locales distritales con necesidad de mejorar algunas condiciones de gestión	N°/Total	%	Distritos
				5=Mejores condiciones de gestión	RR12.1.5	% de gobiernos locales distritales con las mejores condiciones de gestión	N°/Total	%	Distritos
13	COMITÉ MULTISECTORIAL TURÍSTICO LOCAL - CEMENTUL	EGL3.1	¿Existe un CEMENTUL?	SI/NO	RR13.1.1	% de gobiernos locales distritales que poseen un CEMENTUL	N°/Total	%	Distritos
					RR13.2.1	% de gobiernos locales distritales cuyo CEMENTUL no se reúne	N°/Total	%	Distritos
					RR13.2.2	% de gobiernos locales distritales cuyo CEMENTUL se reúne mensual	N°/Total	%	Distritos
					RR13.2.3	% de gobiernos locales distritales cuyo CEMENTUL se reúne bimestral	N°/Total	%	Distritos
		EGL3.2	¿Cuál es la frecuencia de participación del CEMENTUL?	1=No se reúne 2=Mensual 3=Bimestral 4=Trimestral 5=Semestral 6=Anual	RR13.2.4	% de gobiernos locales distritales cuyo CEMENTUL se reúne trimestral	N°/Total	%	Distritos
					RR13.2.5	% de gobiernos locales distritales cuyo CEMENTUL se reúne semestral	N°/Total	%	Distritos
					RR13.2.6	% de gobiernos locales distritales cuyo CEMENTUL se reúne anual	N°/Total	%	Distritos
		EGL3.3	¿Existe una agenda del CEMENTUL?	SI/NO	RR13.3.1	% de gobiernos locales distritales cuyo CEMENTUL tiene agenda de trabajo	N°/Total	%	Distritos



GOBIERNO REGIONAL
SAN MARTÍN

GOBIERNO REGIONAL SAN MARTÍN

DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

"AÑO DE LA RECUPERACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE LA ECONOMÍA PERUANA"

14	UNIDAD TERRITORIAL DE GESTIÓN TURÍSTICA - UTG	EGLI3.4	¿Cuál es el porcentaje de implementación de la agenda del CEMTUL?	%	RII3.4.1	% promedio de implementación de las agendas de los CEMTUL a nivel regional	N°/Total	%	Distritos
		EGLI4.1	¿Integra un CGT?	SI/NO	RII4.1.1	% de gobiernos locales distritales que integran un CGT	N°/Total	%	Distritos
		EGLI4.2	¿Cuál es la frecuencia de participación en la UTG?	1=No se reúne 2=Mensual 3=Bimestral 4=Trimestral 5=Semestral 6=Anual	RII4.2.1 RII4.2.2 RII4.2.3 RII4.2.4 RII4.2.5 RII4.2.6	% de gobiernos locales distritales que no participan en una UTG % de gobiernos locales distritales que participan en una UTG de manera mensual % de gobiernos locales distritales que participan en una UTG de manera bimestral % de gobiernos locales distritales que participan en una UTG de manera trimestral % de gobiernos locales distritales que participan en una UTG de manera semestral % de gobiernos locales distritales que participan en una UTG de manera anual	N°/Total N°/Total N°/Total N°/Total N°/Total N°/Total	% % % % % %	Distritos Distritos Distritos Distritos Distritos Distritos
		EGLI4.3	¿Existe una agenda común de la UTG?	SI/NO	RII4.3.1	% de gobiernos locales distritales que consideran que existe una agenda en común en su UTG	N°/Total	%	Distritos
		EGLI4.4	¿Existen actividades de su POI en la agenda de la UTG?	SI/NO	RII4.4.1	% de gobiernos locales distritales cuyo POI está articulado a la agenda de su UTG	N°/Total	%	Distritos
		EGLI4.5	¿Cuál es el porcentaje de implementación de sus actividades que forman parte de la agenda de la UTG?	%	RII4.5.1	% promedio de implementación de las actividades de los gobiernos locales distritales que forman parte de la agenda de las UTG a nivel regional	N°/Total	%	Distritos
15	COMITÉ DE GESTIÓN DE DESTINO - CGD	EGLI5.1	¿Tiene representación ante un CGD?	SI/NO	RII5.1.1	% de gobiernos locales distritales que tienen representación en una CGD	N°/Total	%	Distritos
		EGLI5.2	¿Existen actividades de su POI en la agenda del CGD?	SI/NO	RII5.2.1	% de gobiernos locales distritales cuyas actividades de su POI están articuladas a la agenda de su CGD	N°/Total	%	Distritos
		EGLI5.3	¿Cuál es el porcentaje de implementación de sus actividades que forman parte de la agenda del CGD?	%	RII5.3.1	% promedio de implementación de las actividades de los gobiernos locales distritales que forman parte de la agenda de las CGD a nivel regional	N°/Total	%	Distritos
16	ORGANIZACIÓN PRIVADA LOCAL	EGLI6.1	¿Existen organizaciones locales formales del sector privado en turismo?	SI/NO	RII6.1.1	% de gobiernos locales distritales que tienen organizaciones locales privadas de turismo formales	N°/Total	%	Distritos
		EGLI6.2	¿Cuántas organizaciones locales del sector privado en turismo son formales?	N°	RII6.2.1	N° total de organizaciones locales privadas de turismo a nivel regional		N°	Distritos
		EGLI6.3	¿Cuántas organizaciones locales del sector privado en turismo cuentan con una agenda establecida?	N°	RII6.3.1	N° total de organizaciones locales privadas de turismo a nivel regional con agenda de trabajo		N°	Distritos
17		EGLI7.1	¿Existen gremios regionales?	SI/NO	RII7.1.1	% de gobiernos locales distritales que tienen presencial gremial de incidencia regional	N°/Total	%	Distritos





GOBIERNO REGIONAL
SAN MARTÍN

GOBIERNO REGIONAL SAN MARTÍN

DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

"AÑO DE LA RECUPERACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE LA ECONOMÍA PERUANA"

PRESENCIA GREMIAL REGIONAL	EGLI7.2	¿Cuál es el nivel de representación gremial?	1=Ninguna 2=Nada significativa 3=Poco significativa 4=Significativa 5=Muy significativa	RRI7.2.1	% de gobiernos locales distritales que tienen presencial gremial nada significativa	N°/Total	%	Distritos
RELACION CON SECTOR ACADEMICO	EGLI7.3	¿Existen gremios regionales con agenda de trabajo?	SI/NO	RRI7.3.1	% de gobiernos locales distritales que tienen presencial gremial de incidencia regional con agenda de trabajo	N°/Total	%	Distritos
RELACION CON SECTOR ACADEMICO	EGLI8.1	¿Existe alguna relación formal, como convenios o acuerdos, entre la industria turística y el sector académico?	SI/NO	RRI8.1.1	% de gobiernos locales distritales que tienen relación formal con el sector académico en turismo	N°/Total	%	Distritos
RELACION CON SECTOR ACADEMICO	EGLI8.2	¿Existe un plan de trabajo con el sector académico en turismo?	SI/NO	RRI8.2.1	% de gobiernos locales distritales que tienen plan de trabajo con el sector académico en turismo	N°/Total	%	Distritos
RELACION CON SECTOR ACADEMICO	EGLI8.3	¿Cuál es el porcentaje de implementación del plan de trabajo?	%	RRI8.3.1	% promedio de implementación del plan de trabajo entre los gobiernos distritales y el sector académico en turismo	N°/Total	%	Distritos





ANEXO 15: INTERPRETACION DE RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DE LA MATRIZ DEL PILAR INSTITUCIONALIDAD – ETAPA 3

RESULTADOS:	
100	Altamente competitivo en la gestión planificada y la gobernanza del turismo
75-99	Bastante competitivo en la gestión planificada y la gobernanza del turismo
50-74	Moderadamente competitivo en la gestión planificada y la gobernanza del turismo
25-49	Poco competitivo en la gestión planificada y la gobernanza del turismo
0-24	Nada competitivo en la gestión planificada y la gobernanza del turismo

Ejemplo:

N°	PROVINCIA	DISTRITO	PUNTAJE	CONSIDERACIONES
-	PROVINCIA 1	-		
1		DISTRITO 1	20	Nada competitivo en la gestión planificada y la gobernanza del turismo
2		DISTRITO 2	30	Poco competitivo en la gestión planificada y la gobernanza del turismo
3		DISTRITO 3	58	Moderadamente competitivo en la gestión planificada y la gobernanza del turismo
4		DISTRITO 4	76	Bastante competitivo en la gestión planificada y la gobernanza del turismo
5		DISTRITO 5	100	Altamente competitivo en la gestión planificada y la gobernanza del turismo



ANEXO 16: MATRIZ DEL PILAR TERRITORIO – ETAPA 3

PILAR: TERRITORIO				ESCENARIOS				
COD	VARIABLES	DESCRIPCIÓN	PONDERADO	NO CUMPLE	MÍNIMO	ACEPTABLE	BUENO	ÓPTIMO
T1	CENTRO URBANO	Se evalúa el estado y nivel de orden y embellecimiento del centro urbano de soporte del territorio.	3	No cumple con el escenario Mínimo	El centro urbano del territorio posee en su mayoría construcciones terminadas (viviendas, espacios públicos, y comerciales) en un radio de 2 cuadras alrededor de la plaza).	El centro urbano del territorio posee en su mayoría construcciones terminadas (viviendas, espacios públicos, y comerciales) y ordenadas por normativa municipal (tipo de construcción tradicional, armonía de colores, otros).	El centro urbano del territorio posee en su mayoría construcciones terminadas (viviendas, espacios públicos, y comerciales), ordenadas por normativa municipal (tipo de construcción tradicional, armonía de colores, otros), con ornato público en buen estado.	El centro urbano del territorio posee en su mayoría construcciones terminadas (viviendas, espacios públicos, y comerciales), ordenadas por normativa municipal (tipo de construcción tradicional, armonía de colores, otros), con ornato público en buen estado y cableado eléctrico subterráneo (por lo menos en la Plaza de Armas).
T2	CENTRO DE SOPORTE	Se evalúa el nivel de servicios públicos y privados en el Centro de Soporte del territorio, desde los básicos hasta los más completos para el desarrollo del turismo.	4	No cumple con el escenario Mínimo	El territorio cuenta con servicios públicos a nivel básico (Agua y suministro eléctrico) y presencia de servicios privados a nivel básico (Bodegas)	El territorio cuenta con servicios públicos a nivel intermedio (Agua, suministro eléctrico y comunicaciones) y presencia de servicios privados a nivel intermedio (Bodegas y de alimentación y/o alojamiento y/o guías y/o artesanía)	El territorio cuenta con servicios públicos a nivel avanzado (Agua, desagüe, suministro eléctrico y comunicaciones) y presencia de servicios privados a nivel avanzado (Bodegas, de alimentación y/o alojamiento y/o agencias de viajes y/o guías y/o artesanía y/o servicios bancarios)	El territorio cuenta con servicios públicos óptimos (Agua, desagüe, suministro eléctrico, comunicaciones y señalización turística) y presencia de servicios privados óptimos (Bodegas, de alimentación y/o alojamiento y/o agencias de viajes y/o guías y/o artesanía, servicios bancarios y servicios de recreación)
T3	SANEAMIENTO DE SITIOS	Se evalúa el nivel de saneamiento, registro y actualización de los recursos turísticos del territorio.	4	No cumple con el escenario Mínimo	El territorio posee igual o más del 30% de sus recursos/atractivos saneados físico y legalmente, publicados en el SIG MINCETUR y con una actualización no mayor a 03 años.	El territorio posee igual o más del 50% de sus recursos/atractivos saneados físico y legalmente, publicados en el SIG MINCETUR, correctamente geolocalizados y con una actualización no mayor a 03 años.	El territorio posee igual o más del 65% de sus recursos/atractivos saneados físico y legalmente, publicados en el SIG MINCETUR, jerarquizados, correctamente geolocalizados y con una actualización no mayor a 03 años.	El territorio posee más del 80% de sus recursos/atractivos saneados físico y legalmente, publicados en el SIG MINCETUR, jerarquizados, correctamente geolocalizados y con una actualización no mayor a 03 años.
T4	ACCESIBILIDAD A SITIOS	Se evalúa el estado de las vías de acceso terrestres a los recursos turísticos.	4	No cumple con el escenario Mínimo	El territorio tiene igual o más del 30% de sus recursos/atractivos con vías de acceso desde la capital del territorio mínimamente afirmadas, y en adecuadas condiciones para el desplazamiento de unidades particulares y/o turísticas.	El territorio tiene igual o más del 50% de sus recursos/atractivos con vías de acceso desde la capital del territorio mínimamente afirmadas, y en adecuadas condiciones para el desplazamiento de unidades particulares y/o turísticas.	El territorio tiene igual o más del 65% de sus recursos/atractivos con vías de acceso desde la capital del territorio mínimamente afirmadas, y en adecuadas condiciones para el desplazamiento de unidades particulares y/o turísticas.	El territorio tiene más del 80% de sus recursos/atractivos con vías de acceso desde la capital del territorio mínimamente afirmadas, y en adecuadas condiciones para el desplazamiento de unidades particulares y/o turísticas.
		Se evalúa la calidad de la infraestructura fluvial.			El territorio cuenta con acceso fluvial básico a los recursos turísticos.	El territorio cuenta con acceso fluvial básico a los recursos turísticos, pero la infraestructura es mínima o inexistente en los puntos de embarque y desembarque. No hay señalización o servicios en los puntos de acceso	El territorio cuenta con infraestructura adecuada en los puntos de embarque y desembarque, como muelles simples o áreas mínimas seguras. La señalización es limitada, pero los puntos de acceso están identificados	El territorio cuenta con infraestructura fluvial avanzada, incluyendo muelles bien desarrollados con áreas de espera cómodas y señalización clara en los puntos de embarque y desembarque.

T5	SISTEMAS SEÑALÉTICOS	Se evalúa la presencia y nivel de señalización turística en el territorio de interés turístico del territorio.	2	No cumple con el escenario Mínimo	El territorio tiene un sistema de señalización turística básica (Direccionales y/o informativos y/o demarcativos) en algunas partes en torno a sus recursos/atractivos con demanda real vigente.	El territorio tiene un sistema de señalización turística completa (Direccionales, interpretativos, informativos y demarcativos) en todos sus recursos/atractivos con demanda real vigente, y que señala pertenencia al Destino Turístico que le corresponde.
T6	INFRAESTRUCTURA PÚBLICA EN TURISMO	Se evalúa el nivel de inversión en infraestructura pública para el turismo en el territorio en los últimos 8 años, desde bajas hasta altas inversiones.	3	No cumple con el escenario Mínimo	El territorio ha generado o propiciado inversiones en infraestructura pública para el turismo en su territorio, en los últimos 05 años; igual o más de 500 mil soles.	El territorio ha generado o propiciado altas inversiones en infraestructura pública para el turismo en su territorio, en los últimos 05 años; más de 2.5 millones de soles.
T7	PROMOCIÓN DE INVERSIÓN PRIVADA EN TURISMO	Se evalúa la frecuencia de acciones para promover la inversión privada en servicios turísticos, desde ocasionales hasta continuas.	3	No cumple con el escenario Mínimo	El territorio desarrolla acciones intermitentes (Se produce con pausas o interrupciones regulares) para propiciar la inversión privada de servicios turísticos en su territorio, acorde a las necesidades de sus visitantes.	El territorio desarrolla acciones continuas (Sucede sin interrupciones o pausas) para propiciar la inversión privada de servicios turísticos en su territorio, acorde a las necesidades de sus visitantes.
T8	IMPACTOS AMBIENTALES EN LUGARES TURÍSTICOS	Se evalúa la frecuencia de acciones para prevenir y abordar impactos ambientales en sitios turísticos y el Centro de Soporte, desde ocasionales hasta continuas.	2	No cumple con el escenario Mínimo	El territorio desarrolla acciones intermitentes (Se produce con pausas o interrupciones regulares) para prevenir y/o atender los impactos ambientales en el paisaje, suelo, agua, aire y/o presencia de residuos sólidos, en sus recursos/atractivos con demanda real vigente y su Centro de Soporte.	El territorio desarrolla acciones continuas (Sucede sin interrupciones o pausas) para prevenir y/o atender los impactos ambientales en el paisaje, suelo, agua, aire y/o presencia de residuos sólidos, en sus sitios turísticos y su Centro de Soporte.



ANEXO 17: CUESTIONARIO DE EVALUACION DE LA MATRIZ DEL PILAR TERRITORIO – ETAPA 3

CUESTIONARIO DE EVALUACION			EVALUACION A GOBIERNOS LOCALES		RESULTADOS REGIONALES		
COD	VARIABLES	COD	PREGUNTA	RESPUESTAS	COD	INDICADORES	CONSOLIDADO
T1	CENTRO URBANO	ILT1.1	¿Existe un centro urbano de apoyo con la mayoría de sus construcciones terminadas?	SI/NO	IRT1.1.1	% de gobiernos locales distritales cuyo centro de soporte posee un centro urbano con construcciones terminadas en su mayoría	N°/Total %
		ILT1.2	¿Existe normativa municipal específica para regular el centro urbano?	SI/NO	IRT1.2.1	% de gobiernos locales distritales con normativa que regula aspectos claves del centro urbano de su centro de soporte	N°/Total %
		ILT1.3	¿El ornato público se encuentra en buen estado en el centro urbano?	SI/NO	IRT1.3.1	% de gobiernos locales distritales con ornato público en buen estado	N°/Total %
		ILT1.4	¿Existe cableado eléctrico subterráneo (por lo menos en la plaza de armas)?	SI/NO	IRT1.4.1	% de gobiernos locales distritales con cableado eléctrico subterráneo (Por lo menos en la plaza de armas)	N°/Total %
T2	CENTRO DE SOPORTE	ILT2.1	¿Cuál es el nivel de los servicios públicos en el centro de soporte?	1=Ninguno 2=Básico 3=Intermedio 4=Avanzado 5=Óptimo	IRT2.1.1	% de gobiernos locales distritales con servicios públicos a nivel básico en su centro de soporte	N°/Total %
					IRT2.1.2	% de gobiernos locales distritales con servicios públicos a nivel intermedio en su centro de soporte	N°/Total %
					IRT2.1.3	% de gobiernos locales distritales con servicios públicos a nivel avanzado en su centro de soporte	N°/Total %
					IRT2.1.4	% de gobiernos locales distritales con servicios públicos suficientes en su centro de soporte	N°/Total %
T3	SANEAMIENTO DE SITIOS	ILT2.2	¿Cuál es el nivel de los servicios privados disponibles en el centro de soporte?	1=Ninguno 2=Básico 3=Intermedio 4=Avanzado 5=Óptimo	IRT2.2.1	% de gobiernos locales distritales con servicios privados a nivel básico en su centro de soporte	N°/Total %
					IRT2.2.2	% de gobiernos locales distritales con servicios privados a nivel intermedio en su centro de soporte	N°/Total %
					IRT2.2.3	% de gobiernos locales distritales con servicios privados a nivel avanzado en su centro de soporte	N°/Total %
					IRT2.2.4	% de gobiernos locales distritales con servicios privados suficientes en su centro de soporte	N°/Total %
		ILT3.1	¿Qué porcentaje de los recursos o atractivos turísticos están saneados?	%	IRT3.1.1	% promedio de recursos/atractivos saneados a nivel regional	N°/Total %
		ILT3.2	¿Cuál es el porcentaje de recursos o atractivos turísticos registrados en el SIG del MINCETUR?	%	IRT3.2.1	% promedio de recursos/atractivos en SIG MINCETUR a nivel regional	N°/Total %
		ILT3.3	¿Qué porcentaje de los recursos o atractivos turísticos están jerarquizados?	%	IRT3.3.1	% promedio de recursos/atractivos jerarquizados a nivel regional	N°/Total %
T3	SANEAMIENTO DE SITIOS	ILT3.4	¿Qué porcentaje de los recursos o atractivos turísticos están correctamente geolocalizados?	%	IRT3.4.1	% promedio de recursos/atractivos correctamente geolocalizados a nivel regional	N°/Total %
		ILT3.5	¿Qué porcentaje de recursos o atractivos se encuentran actualizados con un tiempo no menor a 03 años	%	IRT3.5.1	% promedio de recursos/atractivos actualizados con tiempo no menor a 03 años a nivel regional	N°/Total %



T4	ACCESIBILIDAD A SITIOS	¿Qué porcentaje de los recursos o atractivos turísticos cuentan con vías de acceso mínimamente afirmadas desde la capital del distrito?	¿Existe un sistema de señalización turística en el distrito?	¿Cuál es el nivel del sistema de señalización turística en el distrito?	¿Qué tan amplia es la cobertura del sistema de señalización turística básica en el distrito?	¿Qué tan amplia es la cobertura del sistema de señalización turística completa en el distrito?	¿Existen inversiones públicas en turismo de los últimos 5 años?	¿Cuál es el número de inversiones públicas realizadas en turismo durante los últimos 5 años?	¿Cuál es el monto total de las inversiones públicas realizadas en turismo durante los últimos 5 años?	¿Existen acciones concretas de promoción para atraer inversión privada en servicios turísticos?	¿Con qué frecuencia se llevan a cabo acciones para promover la inversión privada en servicios turísticos?	N°/Total	%	Distritos
T5	SISTEMAS SEÑALETICOS	ILT4.1	ILTS.1	ILTS.2	ILTS.3	ILTS.4	ILT6.1	ILT6.2	ILT6.3	ILT7.1	ILT7.2	N°/Total	%	Distritos
												N°/Total	%	Distritos
												N°/Total	%	Distritos
												N°/Total	%	Distritos
T6	INFRAESTRUCTURA PÚBLICA EN TURISMO	IRT4.1.1	IRTS.1.1	IRTS.2.1	IRTS.2.2	IRTS.3.1	IRTS.3.2	IRTS.4.1	IRTS.4.2	IRT6.1.1	IRT6.2.1	N°/Total	%	Distritos
												N°/Total	%	Distritos
												N°/Total	%	Distritos
												N°/Total	%	Distritos
T7	INFRAESTRUCTURA PRIVADA DE TURISMO	IRT7.1.1	IRT7.2.1	IRT7.2.2								N°/Total	%	Distritos
												N°/Total	%	Distritos
												N°/Total	%	Distritos
												N°/Total	%	Distritos

T8 IMPACTOS AMBIENTALES EN LUGARES TURÍSTICOS	ILT7.3	¿Cuántas inversiones privadas en servicios turísticos se han generado?	N°	IRT7.2.3	% de gobiernos locales distritales que desarrollan acciones frecuentemente para promover inversión privada de servicios turísticos	N°/Total	%	Distritos
		¿Se están llevando a cabo acciones para abordar los impactos ambientales que afectan al turismo?		IRT7.2.4	% de gobiernos locales distritales que desarrollan acciones continuamente para promover inversión privada de servicios turísticos	N°/Total	%	Distritos
	ILT8.1		SI/NO	IRT7.3.1	N° total de inversiones privadas de servicios turísticos generados en la región	N°/Total	N°	Distritos
	ILT8.2	¿Con qué frecuencia se llevan a cabo acciones para atender los impactos ambientales que afectan al turismo?		IRT8.1.1	% de gobiernos locales distritales que desarrollan acciones de atención de impactos ambientales que afectan al turismo	N°/Total	%	Distritos
			1=Ocasionalmente 2=Intermitentes 3=Frecuentes 4=Continuas	IRT8.2.1	% de gobiernos locales distritales que desarrollan acciones ocasionalmente de atención de impactos ambientales que afectan al turismo	N°/Total	%	Distritos
				IRT8.2.2	% de gobiernos locales distritales que desarrollan acciones intermitentes de atención de impactos ambientales que afectan al turismo	N°/Total	%	Distritos
				IRT8.2.3	% de gobiernos locales distritales que desarrollan acciones frecuentes de atención de impactos ambientales que afectan al turismo	N°/Total	%	Distritos
				IRT8.2.4	% de gobiernos locales distritales que desarrollan acciones continuamente de atención de impactos ambientales que afectan al turismo	N°/Total	%	Distritos



ANEXO 18: INTERPRETACION DE RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DE LA MATRIZ DEL PILAR TERRITORIO – ETAPA 3

RESULTADOS:	
100	Altamente competitivo en el ordenamiento y acondicionamiento de su territorio turístico
75-99	Bastante competitivo en el ordenamiento y acondicionamiento de su territorio turístico
50-74	Moderadamente competitivo en el ordenamiento y acondicionamiento de su territorio turístico
25-49	Poco competitivo en el ordenamiento y acondicionamiento de su territorio turístico
0-24	Nada competitivo en el ordenamiento y acondicionamiento de su territorio turístico

Ejemplo:

N°	PROVINCIA	DISTRITO	PUNTAJE	CONSIDERACIONES
-	PROVINCIA 1	-		
1		DISTRITO 1	20	Nada competitivo en el ordenamiento y acondicionamiento de su territorio turístico
2		DISTRITO 2	30	Poco competitivo en el ordenamiento y acondicionamiento de su territorio turístico
3		DISTRITO 3	58	Moderadamente competitivo en el ordenamiento y acondicionamiento de su territorio turístico
4		DISTRITO 4	76	Bastante competitivo en el ordenamiento y acondicionamiento de su territorio turístico
5		DISTRITO 5	100	Altamente competitivo en el ordenamiento y acondicionamiento de su territorio turístico



ANEXO 19: MATRIZ DEL PILAR OFERTA – ETAPA 3

PILAR: OFERTA			ESCENARIOS					
COD	VARIABLES	DESCRIPCIÓN	PONDERADO	NO CUMPLE 0	MÍNIMO 1	ACEPTABLE 2	BUENO 3	ÓPTIMO 4
01	RECURSOS/ATRATIVOS Y LOCACIONES	Se evalúa la relevancia de los recursos/atractivos y locaciones del territorio.	4	No cumple con el escenario Mínimo	Los recursos/atractivos y/o locaciones del territorio son de relevancia, en su mayoría; para el mercado local o para el especializado.	Los recursos/atractivos y/o locaciones del territorio son de relevancia, en su mayoría; para el mercado regional.	Los recursos/atractivos y/o locaciones del territorio son de relevancia, en su mayoría; para el mercado nacional e/o internacional.	Los recursos/atractivos y/o locaciones del territorio son en su mayoría de relevancia solo para el mercado internacional.
02	ACTIVIDADES TURÍSTICAS	Se analiza que la oferta turística del territorio incluye actividades básicas, múltiples o actividades especializadas con los permisos sectoriales.	4	No cumple con el escenario Mínimo	La oferta turística del territorio ofrece a sus visitantes solo actividades turísticas no especializadas.	La oferta turística del territorio ofrece a sus visitantes el desarrollo de actividades turísticas no especializadas y al menos 01 actividad turística especializada, con los permisos sectoriales, de corresponder.	La oferta turística del territorio ofrece a sus visitantes el desarrollo de actividades turísticas no especializadas y al menos 02 actividades turísticas especializadas, con los permisos sectoriales, de corresponder.	La oferta turística del territorio ofrece a sus visitantes el desarrollo de actividades turísticas no especializadas y al menos 03 actividades turísticas especializadas, con los permisos sectoriales, de corresponder.
03	EQUIPAMIENTO Y LÓGICA PARA ACTIVIDADES TURÍSTICAS	Se evalúa la disponibilidad y calidad del equipamiento y logística para las actividades turísticas.	4	No cumple con el escenario Mínimo	Las actividades turísticas ofrecidas en el territorio (igual o más del 50% de las actividades turísticas) y que requieran equipamiento y/o logística, cuentan con lo estipulado en la normatividad vigente.	Las actividades turísticas ofrecidas en el territorio (igual o más del 80% de las actividades turísticas) y que requieran equipamiento y/o logística, cuentan con lo estipulado en la normatividad vigente.	Las actividades turísticas ofrecidas en el territorio (igual o más del 80% de las actividades turísticas) y que requieran equipamiento y/o logística, cuentan con lo estipulado en la normatividad vigente; en cantidad suficiente en relación con la demanda que atienden.	Las actividades turísticas ofrecidas en el territorio (igual o más del 80% de las actividades turísticas) y que requieran equipamiento y/o logística, cuentan con lo estipulado en la normatividad vigente; en cantidad suficiente en relación con la demanda que atienden, y en la mejor calidad que se puede encontrar en el mercado nacional.
04	SERVICIOS TURÍSTICOS GENERALES Servicios de alojamiento o alimentación u operación de uso general para los visitantes	Se evalúa la presencia de servicios turísticos generales y su cumplimiento de requisitos, desde el registro del RUC hasta estar registrados en la DIRCETUR.	3	No cumple con el escenario Mínimo	El territorio tiene presencia de servicios turísticos generales de alojamiento y/o agencias de viajes y/o guías, que la demanda actualmente requiere y/o emplea.	El territorio tiene presencia de servicios turísticos generales de alimentación y/o alojamiento y/o agencias de viajes y/o guías, que la demanda actualmente requiere y/o emplea; y que en su totalidad poseen su Registro Único de Contribuyente.	El territorio tiene presencia de servicios turísticos generales de alimentación y/o alojamiento y/o agencias de viajes y/o guías, que la demanda actualmente requiere y/o emplea; y que en su totalidad poseen su Registro Único de Contribuyente (RUC) y su Licencia de Funcionamiento vigente, de corresponder.	El territorio tiene presencia de servicios turísticos generales de alimentación y/o alojamiento y/o agencias de viajes y/o guías, que la demanda actualmente requiere y/o emplea; y que en su totalidad poseen su Registro Único de Contribuyente (RUC), su Licencia de Funcionamiento vigente, de corresponder; y se encuentran registrados en la DIRCETUR.
05	SERVICIOS TURÍSTICOS ESPECIALIZADOS Servicios de alojamiento o alimentación u operación, de acuerdo a las necesidades de segmentos o nichos especializados de turismo	Se evalúa la presencia de prestadores de servicios turísticos especializados.	3	No cumple con el escenario Mínimo	El territorio tiene presencia de prestadores de servicios turísticos especializados para los segmentos de aventura y/o naturaleza y/o observación de aves u otros segmentos o nichos que requieran de especialización.	El territorio tiene presencia de prestadores de servicios turísticos especializados, formales, para al menos 01 de los siguientes segmentos: aventura y/o naturaleza y/o observación de aves u otros segmentos o nichos que requieran de especialización.	El territorio tiene presencia de prestadores de servicios turísticos especializados, formales, para al menos 02 de los siguientes segmentos: aventura y/o naturaleza y/o observación de aves u otros segmentos o nichos que requieran de especialización.	El territorio tiene presencia de prestadores de servicios turísticos especializados, formales, para al menos 03 de los siguientes segmentos: aventura y/o naturaleza y/o observación de aves u otros segmentos o nichos que requieran de especialización.



06	EXPERIENCIAS TURÍSTICAS INNOVADORAS	Se evalúa la presencia de sitios o ubicaciones con experiencias únicas.	3	No cumple con el escenario Mínimo	En el territorio se viene implementando al menos 01 sitio o ubicación con espacios o experiencias creadas que lo harán único y/o diferente de lo ofertado en su territorio o territorios cercanos.	El territorio cuenta con al menos 01 sitio o ubicación que posee espacios o experiencias creadas que lo hacen únicos y/o diferentes de lo ofertado en su territorio o territorios cercanos.	El territorio cuenta con al menos 03 sitios o ubicaciones que poseen espacios o experiencias creadas que los hacen únicos y/o diferentes de lo ofertado en su territorio o territorios cercanos.
07	FORMACIÓN, CAPACITACIÓN Y DESARROLLO OCUPACIONAL EN TURISMO	Se evalúa la comunicación y promoción de procesos formativos en turismo, desde la comunicación hasta la organización de procesos formativos.	3	No cumple con el escenario Mínimo	El territorio comunica los procesos formativos y/o de capacitación y/o de desarrollo ocupacional en turismo, brindados por el sector público y/o privado y/o académico.	El territorio comunica, promueve y coopera de los procesos formativos y/o de capacitación y/o de desarrollo ocupacional en turismo, brindados por el sector público y/o privado y/o académico, conforme a lo que las empresas de su jurisdicción requieren.	El territorio comunica, promueve, coopera y organiza procesos formativos y/o de capacitación y/o de desarrollo ocupacional en turismo, de manera independiente o en alianza estratégica; conforme a lo que las empresas de su jurisdicción requieren.
08	PRODUCTOS DEL TERRITORIO ARTICULADOS AL TURISMO	Se evalúa la calidad y valor agregado de los productos locales.	1	No cumple con el escenario Mínimo	El territorio posee productos que se producen fuera o dentro de su territorio; pero que carecen de identidad, por lo que no agregan mayor valor a la experiencia.	El territorio posee productos que se producen en su territorio, reconocidos por el mercado; y que suman valor a una experiencia turística.	El territorio posee productos que se producen en su territorio, reconocidos por el mercado; y que suman valor a dos experiencias turísticas (mínimo).



ANEXO 20: CUESTIONARIO DE EVALUACION DE LA MATRIZ DEL PILAR OFERTA – ETAPA 3

EVALUACIÓN A GOBIERNOS LOCALES				RESULTADOS REGIONALES			
COD	VARIABLES	COD	PREGUNTA	RESPUESTAS	COD	INDICADORES	CONSOLIDADO
01	RECURSOS/ATRATIVOS Y LOCACIONES	EGLO1.1	¿Cuántos recursos o atractivos han sido inventariados siguiendo el manual de inventario turístico?	N°	RRO1.1.1	N° total de recursos/atractivos inventariados en la región	N°/Total Distritos
		EGLO1.2	¿Cuál es el nivel de relevancia de la mayoría de los recursos o atractivos turísticos?	1=Local o especializado 2=Regional 3=Nacional e/o internacional 4=Solo internacional	RRO2.1.1	% GL con recursos/atractivos inventariados en la región de relevancia local y/o especializado	N°/Total Distritos
					RRO2.1.2	% GL con recursos/atractivos inventariados en la región de relevancia regional	N°/Total Distritos
					RRO2.1.3	% de GL con recursos/atractivos inventariados en la región de relevancia nacional e/o internacional	N°/Total Distritos
					RRO2.1.4	% de GL con recursos/atractivos inventariados en la región de relevancia específicamente internacional	N°/Total Distritos
02	ACTIVIDADES TURÍSTICAS	EGLO2.1	¿Existen actividades turísticas especializadas en el distrito?	SI/NO	RRO2.1.1	% de gobiernos locales distritales que ofrecen actividades turísticas especializadas	N°/Total Distritos
		EGLO2.2	¿Existen actividades turísticas especializadas que cuenten con los permisos sectoriales necesarios?	SI/NO	RRO2.2.1	% de gobiernos locales distritales que ofrecen actividades turísticas especializadas con permisos sectoriales	N°/Total Distritos
		EGLO2.3	¿Cuántas actividades turísticas especializadas existen actualmente?	N°	RRO2.3.1	N° total de actividades turísticas especializadas en la región	N° Distritos
		EGLO2.4	¿Cuántas actividades turísticas especializadas cuentan con los permisos sectoriales correspondientes?	N°	RRO2.4.1	N° de actividades turísticas especializadas con permisos sectoriales en la región	N° Distritos
03	EQUIPAMIENTO Y LÓGISTICA PARA	EGLO3.1	¿Existen actividades turísticas que requieren equipamiento y/o logística específica?	SI/NO	RRO3.1.1	N° total de gobiernos locales distritales que ofrecen actividades turísticas que requieren equipamiento y/o logística	N° Distritos





GOBIERNO REGIONAL
SAN MARTÍN

GOBIERNO REGIONAL SAN MARTÍN

DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

"AÑO DE LA RECUPERACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE LA ECONOMÍA PERUANA"

ACTIVIDADES TURÍSTICAS	EGLO3.2	¿Cuántas actividades turísticas requieren equipamiento y/o logística específica?	N°	RRO3.2.1	N° total de actividades turísticas que requieren equipamiento y/o logística en la región	N°	Distritos
	EGLO3.3	¿Qué porcentaje de actividades turísticas cuentan con equipamiento y/o logística adecuada?	%	RRO3.3.1	% de actividades turísticas que cuentan con equipamiento y/o logística en la región	%	Distritos
	EGLO4.1	¿Existen empresas que ofrecen servicios turísticos generales?	SI/NO	RRO4.1.1	% de gobiernos locales distritales con empresas de servicios turísticos generales	%	Distritos
	EGLO4.2	¿Cuántas empresas de servicios turísticos generales están registradas en el distrito?	N°	RRO4.2.1	N° total de empresas de servicios turísticos generales en la región	N°	Distritos
	EGLO4.3	¿Qué porcentaje de empresas de servicios turísticos tienen RUC?	%	RRO4.3.1	% promedio de empresas de servicios turísticos con RUC en la región	%	Distritos
	EGLO4.4	¿Qué porcentaje de empresas de servicios turísticos poseen licencia de funcionamiento?	%	RRO4.4.1	% promedio de empresas de servicios turísticos con Licencia de Funcionamiento en la región	%	Distritos
	EGLO4.5	¿Qué porcentaje de empresas turísticas están registradas en DIRCETUR?	%	RRO4.5.1	% promedio de empresas de servicios turísticos registrados en DIRCETUR en la región	%	Distritos
	EGLO5.1	¿Existen empresas que ofrecen servicios turísticos especializados?	SI/NO	RRO5.1.1	% de gobiernos locales distritales con empresas de servicios turísticos especializados	%	Distritos
	EGLO5.2	¿Cuántas empresas ofrecen servicios turísticos especializados?	N°	RRO5.2.1	N° total de empresas de servicios turísticos especializados en la región	N°	Distritos
	EGLO5.3	¿Cuántas empresas de servicios turísticos especializados formales existen?	N°	RRO5.3.1	% de empresas de servicios turísticos especializados formales en la región	%	Distritos
	EGLO6.1	¿Existen sitios o locaciones con experiencias creadas, únicas y/o diferentes?	SI/NO	RRO6.1.1	% de gobiernos locales distritales que poseen sitios o locaciones con experiencias creadas, únicas y/o diferentes	%	Distritos



	EGLO6.2	¿Cuántos sitios o locaciones ofrecen experiencias turísticas únicas o diferentes?	N°	RRO6.2.1	N° total de sitios o locaciones con experiencias creadas, únicas y/o diferentes en la región	N°	Distritos
07	EGLO7.1	¿Se están llevando a cabo acciones en torno a procesos formativos, capacitación y desarrollo ocupacional en turismo en la actualidad?	SI/NO	RRO7.1.1	% de gobiernos locales distritales que desarrollan acciones en torno a procesos formativos y/o de capacitación y/o de desarrollo ocupacional en turismo	%	Distritos
				RRO7.2.1	% de gobiernos locales que solo comunican sobre procesos formativos y/o de capacitación y/o de desarrollo ocupacional en turismo	%	Distritos
			1=Ninguno 2=Solo comunica 3=Promueve 4=Promueve y coopera 5=Promueve, coopera y organiza	RRO7.2.2	% de gobiernos locales que promueven procesos formativos y/o de capacitación y/o de desarrollo ocupacional en turismo	%	Distritos
	EGLO7.2	¿Cuál es el nivel de acciones en curso sobre procesos formativos, capacitación y desarrollo ocupacional en turismo?		RRO7.2.3	% de gobiernos locales que promueven y cooperan para los procesos formativos y/o de capacitación y/o de desarrollo ocupacional en turismo	%	Distritos
08				RRO7.2.4	% de gobiernos locales que promueven, cooperan y organizan procesos formativos y/o de capacitación y/o de desarrollo ocupacional en turismo	%	Distritos
	EGLO8.1	¿Existen productos que añaden valor a la experiencia turística en la zona?	SI/NO	RRO8.1.1	% de gobiernos locales que poseen productos que agregan valor a las experiencias turísticas en la región	%	Distritos



ANEXO 21: INTERPRETACION DE RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DE LA MATRIZ DEL PILAR OFERTA – ETAPA 3

RESULTADOS:	
100	Altamente competitivo en la diversificación de productos y experiencias turísticas a través del talento humano de excelencia
75-99	Bastante competitivo en la diversificación de productos y experiencias turísticas a través del talento humano de excelencia
50-74	Moderadamente competitivo en la diversificación de productos y experiencias turísticas a través del talento humano de excelencia
25-49	Poco competitivo en la diversificación de productos y experiencias turísticas a través del talento humano de excelencia
0-24	Nada competitivo en la diversificación de productos y experiencias turísticas a través del talento humano de excelencia

Ejemplo:

N°	PROVINCIA	DISTRITO	PUNTAJE	CONSIDERACIONES
-	PROVINCIA 1	-		
1		DISTRITO 1	20	Nada competitivo en la diversificación de productos y experiencias turísticas a través del talento humano de excelencia
2		DISTRITO 2	30	Poco competitivo en la diversificación de productos y experiencias turísticas a través del talento humano de excelencia
3		DISTRITO 3	58	Moderadamente competitivo en la diversificación de productos y experiencias turísticas a través del talento humano de excelencia
4		DISTRITO 4	76	Bastante competitivo en la diversificación de productos y experiencias turísticas a través del talento humano de excelencia
5		DISTRITO 5	100	Altamente competitivo en la diversificación de productos y experiencias turísticas a través del talento humano de excelencia



ANEXO 22: MATRIZ DEL PILAR DEMANDA – ETAPA 3

PILAR: DEMANDA				ESCENARIOS				
COD	VARIABLES	DESCRIPCIÓN	PONDERADO	NO CUMPLE 0	MÍNIMO 1	ACEPTABLE 2	BUENO 3	ÓPTIMO 4
D1	MERCADOS META	Se evalúa el nivel de definición de los mercados metas, desde básico hasta exhaustivos de información primaria y secundaria.	4	No cumple con el escenario Mínimo	El distrito tiene definiciones básicas de sus mercados metas: Lugar de procedencia y/o rangos de edad.	El distrito ha avanzado en la definición de sus mercados metas más allá de las definiciones básicas, habiendo recopilado información adicional, aunque aún no ha completado estudios exhaustivos de información secundaria.	El distrito tiene definido sus mercados metas reales, con información pertinente: lugar de procedencia, nivel socio económico, rangos de edad, grupos de viaje, motivación, capacidad de gasto, entre otros; basado en estudios de información primaria y secundaria.	El distrito tiene definido sus mercados metas reales, con información pertinente: lugar de procedencia, nivel socio económico, rangos de edad, grupos de viaje, motivación, capacidad de gasto, entre otros; basado en estudios de información primaria y secundaria.
D2	ESTRATEGIA DE MERCADO	Se evalúa el nivel de desarrollo de una estrategia de marketing turístico, desde acciones básicas hasta una estrategia documentada y financiera, diferenciada por mercados meta y basada en evidencias e indicadores.	4	No cumple con el escenario Mínimo	El distrito lleva a cabo acciones básicas y de manera aislada, para promocionar su oferta turística, y sin contar con una estrategia de marketing turístico.	El distrito implementa una estrategia de marketing turístico documentada, de manera independiente o en conjunto; sin una diferenciación por mercados meta, pero que sigue la lógica del destino al que pertenece, aprovechando al máximo sus atributos distintivos.	El distrito implementa una estrategia de marketing turístico documentada, de manera independiente o en conjunto; diferenciada por mercados meta reales, y que sigue la lógica del destino al que pertenece, aprovechando al máximo sus atributos distintivos.	El distrito financia e implementa un plan de marketing turístico, con evidencias e indicadores; de manera independiente o en conjunto; diferenciada por mercados meta reales, y que sigue la lógica del destino al que pertenece, aprovechando al máximo sus atributos distintivos.
D3	MATERIALES Y HERRAMIENTAS DE PROMOCIÓN	Se evalúa la personalización y diferenciación de los materiales de promoción turística.	3	No cumple con el escenario Mínimo	El distrito cuenta con materiales y herramientas de promoción turística, pero con contenidos generales para todos.	El distrito cuenta con materiales y herramientas de promoción turística, pero con contenidos ligeramente personalizados para algunos de sus mercados meta.	El distrito tiene materiales y herramientas de promoción turística que incluyen contenidos diferenciados para algunos de sus mercados meta, pero no para todos.	El distrito cuenta con materiales y herramientas de promoción turística, con contenidos de valor diferenciados para todos y cada uno de sus mercados meta.
D4	CAMPAÑAS PUBLICITARIAS	Se evalúa el nivel de implementación de campañas publicitarias, desde acciones genéricas hasta campañas a nivel regional y nacional, diferenciadas por mercados meta.	3	No cumple con el escenario Mínimo	El distrito viene implementando, de manera individual y/o en alianza estratégica; algunas acciones publicitarias genéricas en medios como: plataformas tradicionales (radio y/o televisión, entre otros) y/o plataformas digitales (redes sociales, entre otros).	El distrito viene implementando, de manera individual y/o en alianza estratégica; campañas publicitarias a nivel provincial, en medios como: plataformas tradicionales (radio y/o televisión, entre otros) y/o plataformas digitales (redes sociales, entre otros).	El distrito viene implementando, de manera individual y/o en alianza estratégica; campañas publicitarias a nivel regional, en medios como: plataformas tradicionales (radio y/o televisión, entre otros) y/o plataformas digitales (redes sociales, entre otros).	El distrito viene implementando, de manera individual y/o en alianza estratégica; campañas publicitarias a nivel regional y nacional, en medios como: plataformas tradicionales (radio y/o televisión, entre otros) y/o plataformas digitales (redes sociales, entre otros), diferenciados por mercados meta.
D5	USO DE IDENTIDAD DE MARCA DESTINO	Se evalúa el nivel de cumplimiento de los lineamientos establecidos por el Comité de Gestión del Destino (CGD) en el uso de la identidad de marca del Destino Turístico.	3	No cumple con el escenario Mínimo	El distrito hace uso de la identidad de marca del Destino Turístico al que pertenece, pero sin considerar los lineamientos establecidos por el CGD respectivo.	El distrito hace uso de la identidad de marca del Destino Turístico al que pertenece, cumpliendo parcialmente (solo una parte o una fracción de) los lineamientos establecidos por el CGD respectivo.	El distrito hace uso de la identidad de marca del Destino Turístico al que pertenece, considerando mayormente (la mayoría, pero no todos) los lineamientos establecidos por el CGD respectivo.	El distrito hace uso de la identidad de marca del Destino Turístico al que pertenece, considerando totalmente los lineamientos establecidos por el CGD respectivo.



D6	GENERACIÓN DE FLUJOS	Se evalúa si el distrito planifica y desarrolla acciones estratégicas para atraer visitantes durante diversos eventos y temporadas, alineadas con su identidad y realidad.	3	No cumple con el escenario Mínimo	El distrito planifica y desarrolla algunas acciones estratégicas para atraer visitantes, únicamente durante eventos locales y/o regionales y/o acontecimientos especiales.	El distrito planifica y desarrolla algunas acciones estratégicas para atraer visitantes, durante eventos regionales, acontecimientos especiales, temporadas alta y baja, y feriados nacionales. Dichas acciones están alineadas a su identidad local y/o vocación turística de su territorio.	El distrito planifica y desarrolla algunas acciones estratégicas para atraer visitantes, durante eventos locales, regionales, acontecimientos especiales, temporada alta y baja, y feriados nacionales. Dichas acciones están alineadas a su identidad local y/o vocación turística de su territorio.
D7	POSICIONAMIENTO	El distrito ha desarrollado elementos distintivos de posicionamiento que lo diferencian a nivel provincial, regional, nacional y/o internacional, basados en su nombre, elementos culturales y/o naturales de gran valor.	3	No cumple con el escenario Mínimo	El distrito a desarrollado elementos distintivos de posicionamiento (basados en su nombre y/o elementos culturales y/o naturales de gran valor), que lo diferencian a nivel provincial.	El distrito a desarrollado elementos distintivos de posicionamiento (basados en su nombre y/o elementos culturales y/o naturales de gran valor), que lo diferencian a nivel regional.	El distrito a desarrollado elementos distintivos de posicionamiento (basados en su nombre y/o elementos culturales y/o naturales de gran valor), que lo diferencian a nivel internacional.
D8	INCLUSIÓN EN ESTRATEGIAS NACIONALES DE PROMOCIÓN	Se evalúa el nivel de participación de la oferta turística del distrito en las estrategias de promoción nacional, desde ocasionalmente hasta con un rol protagónico y central.	2	No cumple con el escenario Mínimo	La oferta turística del distrito, o parte de ella, forma ocasionalmente (sucede de vez en cuando, pero no con regularidad) parte de las estrategias de promoción nacional.	La oferta turística del distrito, o parte de ella, forma frecuentemente (ocurre con regularidad o de manera repetitiva) parte de las estrategias de promoción nacional, pero con un rol complementario junto con otros sitios/destinos/regiones.	La oferta turística del distrito, o parte de ella, forma de manera continua (sucede sin interrupciones o pausas) parte de las estrategias de promoción nacional, pero con un rol protagónico para la difusión del Destino Turístico al que pertenece o la región, siendo el elemento central.



ANEXO 23: CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN DE LA MATRIZ DEL PILAR DEMANDA – ETAPA 3

CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN			EVALUACIÓN A GOBIERNOS LOCALES		RESULTADOS REGIONALES			
COD	VARIABLES	COD	PREGUNTA	RESPUESTAS	COD	INDICADORES	CONSOLIDADO	
D1	MERCADOS META	EGLD1.1	¿Existe una definición clara de los mercados meta?	SI/NO	RRD1.1.1	% de gobiernos locales distritales que tienen una definición de sus mercados meta	N°/Total	Distritos
		EGLD1.2	¿Cuál es el nivel de definición de los mercados meta en la zona?	1=A nivel básico 2=A nivel básico, pero con mayor información 3=A mayor detalle, pero con información secundaria 4=A mayor información pero con información secundaria y primaria	RRD1.2.1	% de gobiernos locales distritales que han definido sus mercados meta a nivel básico	N°/Total	Distritos
					RRD1.2.2	% de gobiernos locales distritales que han definido sus mercados meta a nivel básico, pero con mayor información	N°/Total	Distritos
					RRD1.2.3	% de gobiernos locales distritales que han definido sus mercados meta a mayor detalle, pero con información secundaria	N°/Total	Distritos
					RRD1.2.4	% de gobiernos locales distritales que han definido sus mercados meta a mayor detalle, pero con información secundaria y primaria	N°/Total	Distritos
D2	ESTRATEGIA DE MERCADO	EGLD2.1	¿Existen acciones de promoción turística?	SI/NO	RRD2.1.1	% de gobiernos locales distritales que desarrollan acciones de promoción turística	N°/Total	Distritos
		EGLD2.2	¿Existe una estrategia de marketing turístico documentada?	SI/NO	RRD2.2.1	% de gobiernos locales distritales que poseen una estrategia de marketing turística documentada	N°/Total	Distritos
		EGLD2.3	¿Existe una estrategia de marketing turístico diferenciada para cada mercado meta?	SI/NO	RRD2.3.1	% de gobiernos locales distritales que poseen una estrategia de marketing turística diferenciada por mercados meta	N°/Total	Distritos
		EGLD2.4	¿Cómo se ha desarrollado la estrategia de marketing turístico documentada?	1=Ninguna 2=Independiente 3=En conjunto	RRD2.4.1	% de gobiernos locales distritales que desarrollan su estrategia de marketing turístico de manera independiente	N°/Total	Distritos
		EGLD2.5	¿Cuál es el porcentaje de avance de la estrategia de marketing turístico documentada?	%	RRD2.4.2	% de gobiernos locales distritales que desarrollan su estrategia de marketing turístico de manera conjunta	N°/Total	Distritos
D3	MATERIALES Y HERRAMIENTAS DE PROMOCIÓN	EGLD3.1	¿Existen materiales y herramientas de promoción turística disponibles?	SI/NO	RRD2.5.1	% promedio de avance de las estrategias de marketing turístico de la región	N°/Total	Distritos
		EGLD3.2	¿Cuál es el nivel de contenido de los materiales y herramientas de promoción turística disponibles?	1=Ninguna 2=Contenidos generales 3=Contenidos ligeramente personalizados para algunos mercados meta	RRD3.1.1	% de gobiernos locales distritales que poseen materiales y herramientas de promoción turística	N°/Total	Distritos
					RRD3.2.1	% de gobiernos locales distritales con materiales y herramientas de promoción turística con contenidos generales	N°/Total	Distritos
					RRD3.2.1	% de gobiernos locales distritales con materiales y herramientas de promoción turística con contenidos ligeramente personalizados para algunos mercados meta	N°/Total	Distritos



			4=Diferenciados pero para algunos mercados meta 5=Diferenciados para todos y cada uno de sus mercados meta	RRD3.2.2	% de gobiernos locales distritales con materiales y herramientas de promoción turística diferenciados, pero para algunos mercados meta	N°/Total	%	Distritos
	EGLD4.1	¿Se están llevando a cabo acciones publicitarias en el sector turístico?	SI/NO	RRD3.2.3	% de gobiernos locales distritales con materiales y herramientas de promoción turística diferenciados para todos y cada uno de sus mercados meta	N°/Total	%	Distritos
	EGLD4.2	¿Existe una campaña publicitaria en curso?	SI/NO	RRD4.1.1	% de gobiernos locales distritales que implementan acciones publicitarias en turismo	N°/Total	%	Distritos
	EGLD4.3	¿Cuál es el ámbito de la campaña publicitaria?	1=Local 2=Provincial 3=Local y Provincial 4=Regional 5=Provincial y Regional 6=Nacional 7=Regional y Nacional	RRD4.2.1	% de gobiernos locales distritales que implementan una campaña publicitaria en turismo	N°/Total	%	Distritos
	EGLD4.4	¿Cómo se está desarrollando la estrategia de la campaña turística?	1=Ninguna 2=Independiente 3=En alianza	RRD4.3.3	% de gobiernos locales distritales que implementan una campaña publicitaria en turismo a nivel provincial	N°/Total	%	Distritos
	EGLD4.5	¿Qué medios se están empleando en la campaña turística?	1=Plataformas tradicionales 2=Plataformas digitales 3=Plataformas tradicionales y digitales	RRD4.3.4	% de gobiernos locales distritales que implementan una campaña publicitaria en turismo a nivel regional	N°/Total	%	Distritos
				RRD4.3.6	% de gobiernos locales distritales que implementan una campaña publicitaria en turismo a nivel nacional	N°/Total	%	Distritos
				RRD4.4.1	% de gobiernos locales distritales que implementan una campaña publicitaria de manera independiente	N°/Total	%	Distritos
				RRD4.4.2	% de gobiernos locales distritales que implementan una campaña publicitaria en alianza	N°/Total	%	Distritos
				RRD4.5.1	% de gobiernos locales distritales que implementan una campaña publicitaria en plataformas tradicionales	N°/Total	%	Distritos
				RRD4.5.2	% de gobiernos locales distritales que implementan una campaña publicitaria en plataformas digitales	N°/Total	%	Distritos
				RRD4.5.3	% de gobiernos locales distritales que implementan una campaña publicitaria en plataformas tradicionales y digitales	N°/Total	%	Distritos
	EGLD5.1	¿Se está utilizando la marca del destino en la campaña turística?	SI/NO	RRD5.1.1	% de gobiernos locales distritales que hacen uso de su marca Destino	N°/Total	%	Distritos
	EGLD5.2	¿Cuál es el nivel de adherencia a los lineamientos de marca del destino en la campaña turística?	1=No considera 2=Parcial 3=Mayoría 4=Total	RRD5.2.1	% de gobiernos locales distritales que hacen uso de su marca Destino sin considerar sus lineamientos	N°/Total	%	Distritos
				RRD5.2.2	% de gobiernos locales distritales que hacen uso de su marca Destino cumpliendo parcialmente sus lineamientos	N°/Total	%	Distritos
				RRD5.2.3	% de gobiernos locales distritales que hacen uso de su marca Destino cumpliendo la mayoría de sus lineamientos	N°/Total	%	Distritos
				RRD5.2.4	% de gobiernos locales distritales que hacen uso de su marca Destino cumpliendo todos sus lineamientos	N°/Total	%	Distritos

D6	GENERACIÓN DE FLUJOS	EGLD6.1	¿Se están llevando a cabo acciones para atraer visitantes al destino turístico?	SI/NO	RRD6.1.1	% de gobiernos locales distritales que desarrollan acciones para atraer visitantes	N°/Total	%	Distritos
D6	GENERACIÓN DE FLUJOS	EGLD6.2	¿Con qué frecuencia se están realizando las acciones para atraer visitantes al destino turístico?	1=Ninguna 2=Eventos locales y/o regionales y/o acontecimientos especiales 3=Eventos locales, regionales, acontecimientos especiales y temporada alta 4=Eventos locales, regionales, acontecimientos especiales, temporada alta y feriados nacionales 5=Eventos locales, regionales, acontecimientos especiales, temporada alta y feriados nacionales	RRD6.2.1	% de gobiernos locales distritales que desarrollan acciones para atraer visitantes en eventos locales y/o regionales y/o acontecimientos especiales	N°/Total	%	Distritos
D7	POSICIONAMIENTO	EGLD7.1	¿Se están desarrollando elementos distintivos de posicionamiento para el turismo en el destino?	SI/NO	RRD7.1.1	% de gobiernos locales distritales que han desarrollado elementos distintivos de posicionamiento para el turismo a nivel provincial	N°/Total	%	Distritos
D8	INCLUSIÓN EN ESTRATEGIAS	EGLD7.2	¿Cuál es el nivel de distinción de los elementos desarrollados para el posicionamiento turístico?	1=Provincial 2=Regional 3= Nacional 4=Internacional	RRD7.2.1	% de gobiernos locales distritales que han desarrollado elementos distintivos de posicionamiento para el turismo a nivel regional	N°/Total	%	Distritos
D8	INCLUSIÓN EN ESTRATEGIAS	EGLD8.1	¿La oferta turística del destino se está integrando en una estrategia de promoción a nivel nacional?	SI/NO	RRD7.2.3	% de gobiernos locales distritales que han desarrollado elementos distintivos de posicionamiento para el turismo a nivel nacional	N°/Total	%	Distritos
D8	INCLUSIÓN EN ESTRATEGIAS	EGLD8.1	¿La oferta turística del destino se está integrando en una estrategia de promoción a nivel nacional?	SI/NO	RRD7.2.4	% de gobiernos locales distritales que han desarrollado elementos distintivos de posicionamiento para el turismo a nivel internacional	N°/Total	%	Distritos
D8	INCLUSIÓN EN ESTRATEGIAS	EGLD8.1	¿La oferta turística del destino se está integrando en una estrategia de promoción a nivel nacional?	SI/NO	RRD8.1.1	% de gobiernos locales distritales cuya oferta turística es considerada en una estrategia de promoción nacional	N°/Total	%	Distritos



GOBIERNO REGIONAL SAN MARTÍN

DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

"AÑO DE LA RECUPERACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE LA ECONOMÍA PERUANA"

NACIONALES DE PROMOCIÓN	EGLD8.2	¿Con qué frecuencia se integra la oferta turística del destino en una estrategia de promoción a nivel nacional?	1=Ocasional 2=Intermitente 3=Frecuente 4=Continúa	RRD8.2.1	% de gobiernos locales distritales cuya oferta turística es considerada en una estrategia de promoción nacional de manera ocasional	N°/Total	%	Distritos
				RRD8.2.2	% de gobiernos locales distritales cuya oferta turística es considerada en una estrategia de promoción nacional de manera intermitente	N°/Total	%	Distritos
				RRD8.2.3	% de gobiernos locales distritales cuya oferta turística es considerada en una estrategia de promoción nacional de manera frecuente	N°/Total	%	Distritos
				RRD8.2.4	% de gobiernos locales distritales cuya oferta turística es considerada en una estrategia de promoción nacional de manera continua	N°/Total	%	Distritos



ANEXO 24: INTERPRETACION DE RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DE LA MATRIZ DEL PILAR DEMANDA – ETAPA 3

RESULTADOS:	
100	Altamente competitivo en el posicionamiento turístico de su oferta en los diversos mercados emisores
75-99	Bastante competitivo en el posicionamiento turístico de su oferta en los diversos mercados emisores
50-74	Moderadamente competitivo en el posicionamiento turístico de su oferta en los diversos mercados emisores
25-49	Poco competitivo en el posicionamiento turístico de su oferta en los diversos mercados emisores
0-24	Nada competitivo en el posicionamiento turístico de su oferta en los diversos mercados emisores

Ejemplo:

N°	PROVINCIA	DISTRITO	PUNTAJE	CONSIDERACIONES
-	PROVINCIA 1	-		
1		DISTRITO 1	20	Nada competitivo en el posicionamiento turístico de su oferta en los diversos mercados emisores
2		DISTRITO 2	30	Poco competitivo en el posicionamiento turístico de su oferta en los diversos mercados emisores
3		DISTRITO 3	58	Moderadamente competitivo en el posicionamiento turístico de su oferta en los diversos mercados emisores
4		DISTRITO 4	76	Bastante competitivo en el posicionamiento turístico de su oferta en los diversos mercados emisores
5		DISTRITO 5	100	Altamente competitivo en el posicionamiento turístico de su oferta en los diversos mercados emisores



ANEXO 25: MATRIZ DEL PILAR CALIDAD – ETAPA 3

PILAR: CALIDAD			ESCENARIOS					
COD	VARIABLES	DESCRIPCIÓN	PONDERADO	NO CUMPLE 0	MÍNIMO 1	ACEPTABLE 2	BUENO 3	ÓPTIMO 4
C1	CULTURA DEL BUEN ANFITRIÓN	Se evalúa la frecuencia y consistencia con la que el territorio promueve y organiza acciones para inculcar la cultura del buen anfitrión y la comprensión del valor del turismo entre la población y sus diversos grupos, en alineación con iniciativas regionales y nacionales.	4	No cumple con el escenario Mínimo	El territorio promueve y/u organiza acciones ocasionalmente (Sucede de vez en cuando, pero no con regularidad) acciones para fomentar la cultura del buen anfitrión y la comprensión del valor de la actividad turística; entre sus ciudadanos y sus diversos grupos de organización.	El territorio promueve y/u organiza de manera intermitente (Se produce con pausas o interrupciones regulares) acciones para fomentar la cultura del buen anfitrión y la comprensión del valor de la actividad turística; entre sus ciudadanos y sus diversos grupos de organización.	El territorio promueve y/u organiza frecuentemente (Ocurre con regularidad o de manera repetitiva) acciones para fomentar la cultura del buen anfitrión y la comprensión del valor de la actividad turística; entre sus ciudadanos y sus diversos grupos de organización, articulada con las acciones regionales y/o nacionales.	El territorio promueve y/u organiza continuamente (Sucede sin interrupciones o pausas) acciones para fomentar la cultura del buen anfitrión y la comprensión del valor de la actividad turística; entre sus ciudadanos y sus diversos grupos de organización, articulada con las acciones regionales y/o nacionales.
C2	CALIDAD EN EMPRESAS PRESTADORAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS - EPST	Se evalúa la capacidad del territorio para coordinar, promover y organizar acciones de capacitación que mejoren la calidad de los servicios de las EPST en su jurisdicción, ya sea a través del sector público, privado o académico	4	No cumple con el escenario Mínimo	El territorio coordina y promueve el desarrollo de acciones de capacitación para elevar la calidad en los servicios de las EPST de su jurisdicción; brindadas por el sector público y/o privado y/o académico.	El territorio coordina, promueve y organiza de manera independiente, el desarrollo de acciones de capacitación para elevar la calidad en los servicios de las EPST de su jurisdicción; brindadas por el sector público y/o privado y/o académico.	El territorio tiene e implementa un programa de mejora de la calidad, que incluye capacitaciones y asistencias técnicas a las EPST de su jurisdicción; de manera directa o en articulación con el sector público y/o privado y/o académico.	El territorio tiene e implementa un programa de mejora de la calidad, que incluye capacitaciones y asistencias técnicas a los sitios turísticos de su jurisdicción; de manera directa o en articulación con el sector público y/o privado y/o académico; alineado a los objetivos del CULTUR.
C3	CALIDAD EN SITIOS TURÍSTICOS	Se evalúa la capacidad del territorio para mejorar la calidad en sus sitios turísticos mediante coordinación y promoción de acciones de capacitación brindadas por sectores público, privado y académico	4	No cumple con el escenario Mínimo	El territorio coordina y promueve el desarrollo de acciones de capacitación para elevar la calidad en los sitios turísticos de su jurisdicción; brindadas por el sector público y/o privado y/o académico.	El territorio coordina, promueve y organiza de manera independiente, el desarrollo de acciones de capacitación para elevar la calidad en los sitios turísticos de su jurisdicción; brindadas por el sector público y/o privado y/o académico.	El territorio tiene e implementa un programa de mejora de la calidad, que incluye capacitaciones y asistencias técnicas a los sitios turísticos de su jurisdicción; de manera directa o en articulación con el sector público y/o privado y/o académico; alineado a los objetivos del CULTUR.	El territorio tiene e implementa un programa de mejora de la calidad, que incluye capacitaciones y asistencias técnicas a los sitios turísticos de su jurisdicción; de manera directa o en articulación con el sector público y/o privado y/o académico; alineado a los objetivos del CULTUR.
C4	CALIDAD EN EL DESTINO	Se evalúa si el territorio promueve la gestión de residuos sólidos en áreas frecuentadas por visitantes para mejorar la calidad del Destino Turístico.	4	No cumple con el escenario Mínimo	El territorio promueve la gestión de residuos sólidos en las calles de las ciudades/comunidades que son transitadas por los visitantes, para elevar la calidad en el Destino Turístico al que pertenece.	El territorio promueve la gestión de residuos sólidos en las calles y alrededores de las ciudades/comunidades que son transitadas por los visitantes, para elevar la calidad en el Destino Turístico al que pertenece.	El territorio promueve la gestión de residuos sólidos en las calles y alrededores de las ciudades/comunidades que son transitadas por los visitantes, y el ordenamiento del comercio ambulatorio; para elevar la calidad en el Destino Turístico al que pertenece.	El territorio promueve la gestión de residuos sólidos en las calles y alrededores de las ciudades/comunidades que son transitadas por los visitantes, el ordenamiento del comercio ambulatorio y el tránsito vehicular; para elevar la calidad en el Destino Turístico al que pertenece.
C5	RECONOCIMIENTOS A LA CALIDAD (SELLO CALTUR O SIMILARES)	Evalúa el reconocimiento de calidad en EPST o sitios turísticos por el gobierno local.	3	No cumple con el escenario Mínimo	El territorio tiene EPST o sitios turísticos que han recibido algún reconocimiento de calidad, otorgado por el propio gobierno local.	El territorio tiene EPST o sitios turísticos que han recibido algún reconocimiento de calidad, otorgado por el gobierno provincial.	El territorio tiene EPST o sitios turísticos que han recibido algún reconocimiento de calidad, otorgado por el gobierno regional.	El territorio tiene EPST o sitios turísticos que han recibido algún reconocimiento de calidad, otorgado por el gobierno nacional.



C6	CERTIFICACIONES DE CALIDAD (CERTIFICADORAS: ISO, RAINFOREST ALLIANCE, BIOSPHERE Y EQUIVALENTES)	Evalúa el proceso de certificación de calidad en EPST o sitios turísticos del territorio.	2	No cumple con el escenario Mínimo	El territorio tiene EPST o sitios turísticos que están siendo evaluados para obtener una certificación de calidad reconocida en el mercado.	El territorio tiene al menos 1 EPST o sitios turísticos que ha recibido una certificación de calidad reconocida en el mercado.	El territorio tiene al menos 2 EPST o sitios turísticos que ha recibido una certificación de calidad reconocida en el mercado.	El territorio tiene al menos 3 EPST o sitios turísticos que ha recibido una certificación de calidad reconocida en el mercado.
C7	CALIDAD EN ESPACIOS DE ATENCIÓN PÚBLICA (OFICINAS PÚBLICAS MUNICIPALES QUE ATIENDEN AL VISITANTE)	Evalúa la disponibilidad y calidad de la oficina o dependencia pública para la atención de administrados o visitantes.	2	No cumple con el escenario Mínimo	El territorio cuenta con una oficina o dependencia pública con una ubicación estratégica (céntrica, de fácil acceso y visible); para la atención de sus administrados o visitantes.	El territorio cuenta con una oficina o dependencia pública con una ubicación estratégica (céntrica, de fácil acceso y visible) y condiciones adecuadas: mobiliario, equipos, personal y horarios de atención flexibles, incluyendo fines de semana y días festivos; para la atención de sus administrados o visitantes.	El territorio cuenta con una oficina o dependencia pública con una ubicación estratégica (céntrica, de fácil acceso y visible) y condiciones óptimas: mobiliario, equipos, personal, horarios de atención flexibles, incluyendo fines de semana y días festivos, y un área de espera; para la atención de sus administrados o visitantes.	El territorio cuenta con materiales promocionales, físicos y digitales; de buena calidad a nivel de: diseño, contenido y material; alineado a los lineamientos gráficos del destino al que pertenece.
C8	CALIDAD EN MATERIALES PROMOCIONALES	Evalúa la calidad y variedad de los materiales promocionales, considerando diseño, contenido y alineación con la identidad del destino turístico.	2	No cumple con el escenario Mínimo	El territorio cuenta con materiales promocionales, físicos y/o digitales; de buena calidad a nivel de: diseño, contenido.	El territorio cuenta con materiales promocionales, físicos y digitales; de buena calidad a nivel de: diseño, contenido y material.	El territorio cuenta con materiales promocionales, físicos y digitales; de buena calidad a nivel de: diseño, contenido y material.	El territorio cuenta con materiales promocionales, físicos y digitales; de buena calidad a nivel de: diseño, contenido y material; alineado a los lineamientos gráficos del destino al que pertenece.

