

METODOLOGIA PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL

FASE II – ANÁLISIS ESTRATÉGICO

Cumplimiento actividad 5

**META 38 ELABORACIÓN DEL PLAN DE
DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL**



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo



Programa de Incentivos a la Mejora de la Gestión Municipal

REPASO
ACTIVIDAD 4: DIAGNÓSTICO



1.2

ANÁLISIS GENERAL DEL ENTORNO

1.2.10 Principales necesidades priorizadas

Detallar la problemática más resaltante del Análisis General del entorno.

Nº	Principales necesidades priorizadas
1	
2	
...	
10	

1.3

ANÁLISIS DE LA OFERTA

1.3.4 Principales necesidades priorizadas

Detallar la problemática más resaltante de la Oferta Turística.

Nº	Principales necesidades priorizadas
1	
2	
...	
10	

1.4

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

1.4.3 Principales necesidades priorizadas

Detallar la problemática más resaltante de la Demanda Turística.

Nº	Principales necesidades priorizadas
1	
2	
...	
10	

MODELO DE GESTIÓN POR COMPONENTES

¿Cómo funciona el modelo de Gestión de Turismo Sostenible para el Desarrollo Local?

COMPONENTE 1

PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN

Gestión Local

Herramientas de Gestión y Planificación

Fortalecimiento de Capacidades

COMPONENTE 2

ACONDICIONAMIENTO TERRITORIAL PARA FINES TURÍSTICOS

Ordenamiento Urbano y Territorial

Adecuación de Espacios con fines Turísticos

Sistema de información Turística

COMPONENTE 3

DESARROLLO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

Desarrollo de Productos según demanda

Fortalecimiento de servicios

Calidad del servicio

COMPONENTE 4

POSICIONAMIENTO Y ARTICULACIÓN COMERCIAL

Desarrollo de Imagen Marca

Posicionamiento

Articulación Comercial

PLAN ESTRATEGICO NACIONAL DE TURISMO

DIVERSIFICACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE MERCADOS	DIVERSIFICACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE LA OFERTA	FACILITACIÓN TURÍSTICA	INSTITUCIONALIDAD DEL SECTOR
Priorización de la inteligencia turística	Desarrollo de destinos competitivos	Desarrollo de la conectividad y de las comunicaciones	Fomento de la cultura turística
Desarrollo de estrategias diferenciadas por mercados emisores	Desarrollo de productos turísticos especializados	Optimización de la gestión migratoria y del desplazamiento interno	Fortalecimiento de la gestión para la seguridad turística
Desarrollo de nuevos mercados	Inversión focalizada y sostenible	Optimización de las relaciones internacionales	Fortalecimiento de la gestión pública
Priorización de segmentos especializados	Desarrollo del capital humano	Desarrollo de un sistema uniforme y confiable de información turística a nivel nacional	Fortalecimiento de la articulación público-privado en la actividad turística
	Mejora de la calidad de los servicios y productos turísticos	Simplificación administrativa	Consolidación de la gestión de los destinos

1.7

ANÁLISIS DE VARIABLES ESTRATEGICAS

CUADRO 7. MODELO DE GESTIÓN DEL TURISMO SOSTENIBLE PARA EL DESARROLLO LOCAL

Componente	Subtema: Necesidad organizadas
Planificación y gestión local	<i>Poco presupuesto para actividades de turismo</i> <i>Demasiada rotación de personal en la oficina de turismo</i> ...
Acondicionamiento territorial para fines turísticos	<i>Atractivos turísticos no están preparados para la visita de turistas</i> <i>Señalización de la carretera hacia el distrito se encuentra deteriorada</i> ...
Desarrollo de productos y servicios	<i>Los prestadores de alimentos y alojamiento atienden mal</i> <i>No existe circuito turístico definido y trabajado</i> ...
Posicionamiento y articulación comercial	<i>Pocos turistas en mi distrito</i> <i>No contamos con folletos para el turista</i> ...
Otros	...

1.7

ANÁLISIS DE VARIABLES

1.7.2. Identificación de variables estratégicas

SUB TEMA
CONDICIÓN + SUJETO/OBJETO = VARIABLE

CUADRO 8. CONSTRUCCIÓN DE LAS VARIABLES ESTRATÉGICAS

Subtema	Condición de cambio1 +	Sujeto/objeto2 =	Variables
<i>Poco presupuesto para actividades de turismo</i>	Presupuesto	Turismo	<i>Presupuesto para actividades de turismo</i>
<i>Atractivos turísticos no están preparados para la visita de turistas</i>	Puesta en valor	Atractivos turísticos	<i>Puesta en valor de los atractivos turísticos para la visita de turistas</i>
<i>Señalización de la carretera hacia el distrito se encuentra deteriorada</i>	Señalización	Carretera	<i>Señalización de la carretera para llegar al distrito</i>
<i>Demasiada rotación de personal en la oficina de turismo</i>	Rotación	Personal del turismo	<i>Rotación del personal en la oficina de turismo</i>
<i>Los prestadores de alimentos y alojamiento atienden mal</i>	Servicio	Prestadores de alimentos y alojamiento	<i>Servicio de alimentos y alojamiento del distrito</i>
<i>Pocos turistas en mi distrito</i>	Presencia	turistas	<i>Presencia de turistas en mi distrito</i>

ACTIVIDAD 4: DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL

1.7

ANÁLISIS DE VARIABLES

1.7.2. Identificación de variables estratégicas



CUADRO 9. DEFINICIÓN DE LAS VARIABLES

N.º	Variable	Definición
1	<i>Asignación de presupuesto para actividades de turismo</i>	...
2	<i>Puesta en valor de los atractivos turísticos para la visita de turistas</i>	...
3	<i>Señalización de la carretera para llegar al distrito</i>	...
4	<i>Rotación del personal en la oficina de turismo</i>	...
5	<i>Servicio de alimentos y alojamiento de la localidad</i>	...
6	<i>Presencia de turistas en mi localidad</i>	...

ACTIVIDAD 5

ANÁLISIS ESTRATÉGICO



RESULTADOS DE LA FASE 2

Determinar la estrategia más viable y sostenible para el desarrollo de la actividad turística en el distrito.

Definir los objetivos, acciones, visión y misión con un horizonte al 2025, así como la ruta estratégica que muestra la secuencia lógica para el logro de resultados que favorezcan a la actividad turística local.

Describir el alineamiento de los objetivos y acciones del plan de desarrollo turístico local a la planificación local (PDC), regional (PERTUR) y nacional (PENTUR).

FASE 2: ANALISIS ESTRATEGICO DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL

Esquema del análisis estratégico del PDTL			N.º Máximo de hojas
2.1	Análisis de variables estratégicas	Identificación y priorización de las variables estratégicas locales.	2 páginas
2.2	Futuro deseado del turismo sostenible para el desarrollo local	2.2.1. Formulación del futuro deseado o escenario apuesta. 2.2.2. Determinación de la situación futura de las variables estratégicas. 2.2.3. Futuro deseado o escenario apuesta. 2.2.4. Riesgos y oportunidades en la implementación del escenario apuesta.	5 páginas
2.3	Visión y misión	2.3.1. La visión del turismo según el PENTUR al 2025. 2.3.2. Visión del turismo en el distrito. 2.3.3. Misión del turismo en el distrito.	1 página
2.4	Objetivos estratégicos	2.4.1. Objetivos estratégicos. 2.4.2. Indicadores para los objetivos estratégicos.	4 páginas
2.5	Acciones estratégicas	Establecimiento y priorización de acciones estratégicas.	4 páginas
2.6	El plan de acción y el presupuesto	2.6.1. La ruta estratégica. 2.6.2. Presupuesto y responsables de ejecutar cada acción.	15 páginas
2.7	Articulación del Plan de Desarrollo Turístico Local	Articulación del Plan de Desarrollo Turístico Local.	4 páginas

**Máximo
35 hojas**

2.1

PRIORIZACIÓN DE LAS VARIABLES ESTRATEGICAS

Variables	Pertinencia	Interés	Presupuesto
<ul style="list-style-type: none"><i>Identificado a partir de la revisión del plan estratégico inmediato superior y del diagnóstico – PDTL (actividad 4)</i>	<ul style="list-style-type: none"><i>Grado de relación o vinculación de la variable con el desarrollo de la actividad turística.</i><i>Puntuación de 1 a 5, donde 1 es el mínimo interés y 5 el máximo interés.</i>	<ul style="list-style-type: none"><i>Grado de importancia y predisposición de la municipalidad por trabajar la variable.</i><i>Donde 1 representa el mínimo interés y 5 el máximo interés.</i>	<ul style="list-style-type: none"><i>Cuenta o contaría con presupuesto para ejecutar la actividad</i><i>Corto plazo (1 año)</i><i>Mediano plazo (4 años)</i><i>Largo plazo (8 años).</i>

2.1**PRIORIZACIÓN DE LAS VARIABLES ESTRATEGICAS**

 Se recomienda identificar y seleccionar entre seis (6) y ocho (8) variables estratégicas para un adecuado proceso de planeamiento

CUADRO 12. PRIORIZACIÓN DE VARIABLES

N.º	Variables (1)	Pertinencia (2)	Interés (3)	Presupuesto (4)			Variable Estratégica
				Corto plazo	Mediano plazo	Largo plazo	
1	Asignación de presupuesto para actividades de turismo	5	4	x	x		Sí
2	Puesta en valor de los atractivos turísticos para la visita de turistas	4	4	x	x		Sí
3	Señalización de la carretera para llegar al distrito	5	3		x		No
4	Rotación del personal en la oficina de turismo	4	2	x			No
5	Servicio de alimentos y alojamiento de la localidad	5	4	x	x	x	Sí
6	Presencia de turistas de mi localidad	5	4		x	x	Sí
7					

2.1**PRIORIZACIÓN DE LAS VARIABLES ESTRATEGICAS**

La pertinencia e interés deberán de poseer una puntuación mayor o igual a 4

CUADRO 12. PRIORIZACIÓN DE VARIABLES

N. º	Variables (1)	Pertinencia (2)	Interés (3)	Presupuesto (4)			Variable Estratégica
				Corto plazo	Mediano plazo	Largo plazo	
1	Asignación de presupuesto para actividades de turismo	5	4	x	x		Sí
2	Puesta en valor de los atractivos turísticos para la visita de turistas	4	4	x	x		Sí
3	Señalización de la carretera para llegar al distrito	5	3		x		No
4	Rotación del personal en la oficina de turismo	4	2	x			No
5	Servicio de alimentos y alojamiento de la localidad	5	4	x	x	x	Sí
6	Presencia de turistas de mi localidad	5	4		x	x	Sí
7					

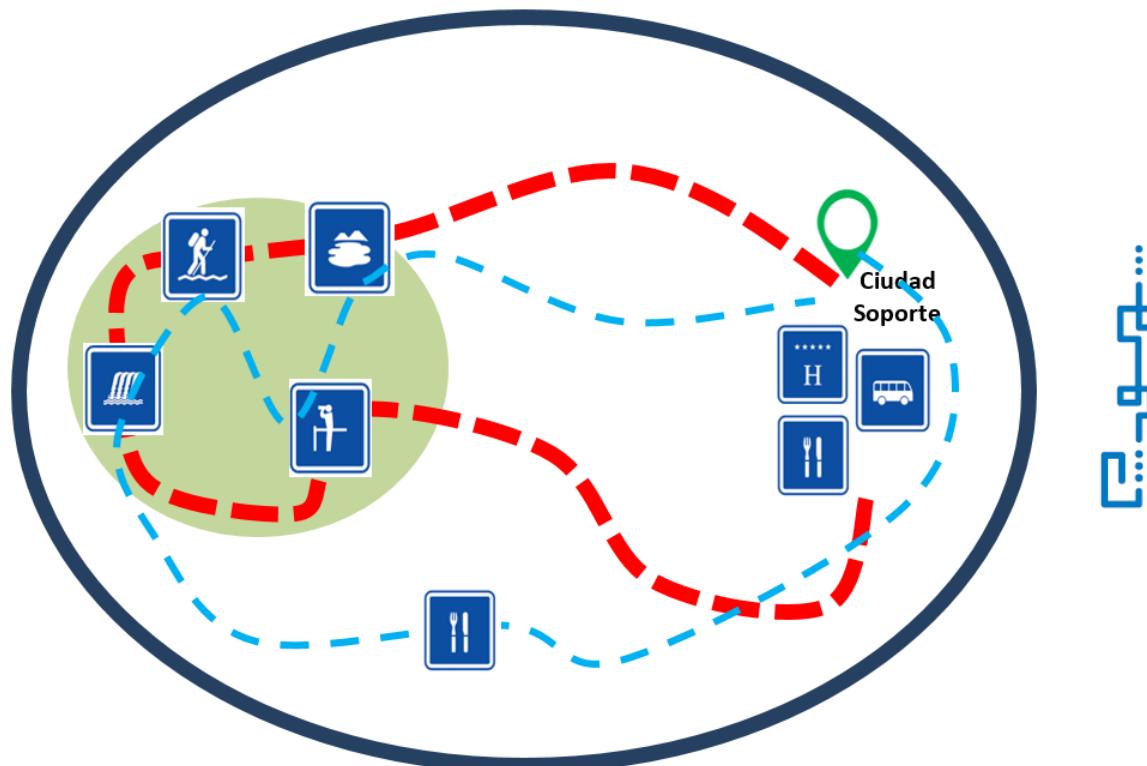
2.2

EL FUTURO DESEADO DEL TURISMO SOSTENIBLE PARA EL DESARROLLO LOCAL.

RESULTADO ESPERADO

- Determinar el futuro deseado o escenario apuesta del turismo sostenible para el desarrollo local.

2.2.1. Formulación del Futuro deseado o escenario apuesta



Tomar como referencia la
delimitación del espacio
geográfico



2.2

EL FUTURO DESEADO DEL TURISMO SOSTENIBLE

2.2.2. Determinación de la situación futura de las variables estratégicas

Decidir la posición y la magnitud del cambio de cada variable estratégica, eligiendo:

Conservadora

- Evolución favorable
- NO se cuenta con el suficiente apoyo político
- NO se dispone de recursos económicos.

Moderada

- Se cuenta con apoyo político o se dispone de recursos económicos.

Innovadora

- Cuenta con un alto apoyo político.
- Capacidad de asignar los recursos necesarios.
- Gestiona recursos, realiza alianzas.

2.2

EL FUTURO DESEADO DEL TURISMO SOSTENIBLE PARA EL DESARROLLO LOCAL

TENDENCIA ≤ VALOR DE LA POSICIÓN ≤ ESCENARIO ÓPTIMO

CUADRO 13. SITUACIÓN FUTURA DE LAS VARIABLES

2.2

EL FUTURO DESEADO DEL TURISMO SOSTENIBLE

2.2.3. Futuro deseado o escenario apuesta

Considerar:

Redacción ubicándonos en el año 2025

Redacción en futuro y de manera positiva.

Seguir una secuencia lógica.

Uso de variables estratégicas

Describir los logros obtenidos en la localidad

Podría incluirse cifras, datos cualitativos o cuantitativos.

Máximo de dos (02) hojas.

Ejemplo de escenario apuesta de turismo sostenible para el desarrollo local

Al presente año 2025, (aquí escribir el nombre de la localidad) es reconocido como un distrito turístico competitivo de descanso y relax, que ha eliminado barreras burocráticas para la inversión privada y promueve la cooperación pública y privada. Existe una asociación conformado por un 60% de prestadores del rubro de turismo, un equipo muy activo en el desarrollo de la actividad turística en la localidad.

Asimismo, en el presente año, el número de arribos ha aumentado un 20% en relación al año 2017, generando mayor visita de familias que acuden por descanso y relax, identificando que provienen de la capital de la región y desde la ciudad de Lima, quienes llegan al distrito permanecen por horas (full day). Un grupo menor de visitantes ha comenzado a pernoctar, este representa un promedio de 10%. Todo ello debido a que contamos con mayor inversión en el rubro hotelero por el incremento paulatino de la demanda, que comparado al año 2017 solo existían 5 hospedajes, mientras que a la fecha contamos con 5 hoteles y 10 hospedajes.

De la misma forma contamos con mayor número de restaurantes de 23 a 41, donde el servicio ha mejorado en un 50% en temas de atención e infraestructura adecuada para el servicio, así como un 85% cuentan con licencia municipal, 80% emiten boleta y/o factura y solo 5 están categorizados como restaurante de un tenedor por la Dircetur.

En cuanto a los atractivos turísticos, el distrito cuenta con más de 50, pero solo contábamos con uno puesto en valor. A la fecha contamos con 4 nuevos atractivos puestos en valor, que permiten y facilitan la visita de los turistas y excursionistas en el distrito.

(La localidad...) cuenta con un sistema integral de orientación al turista con personal idóneo y capacitado, además cuenta con una oficina de turismo equipada e implementada.



2.2**EL FUTURO DESEADO DEL TURISMO SOSTENIBLE****2.2.4. Riesgos y oportunidades en la implementación de escenario apuesta**

Escenario apuesta del turismo sostenible para el desarrollo local	N.º	Amenazas / Riesgos	N.º	Oportunidades
	1		1	
	2		2	
	3		3	

Evento externo

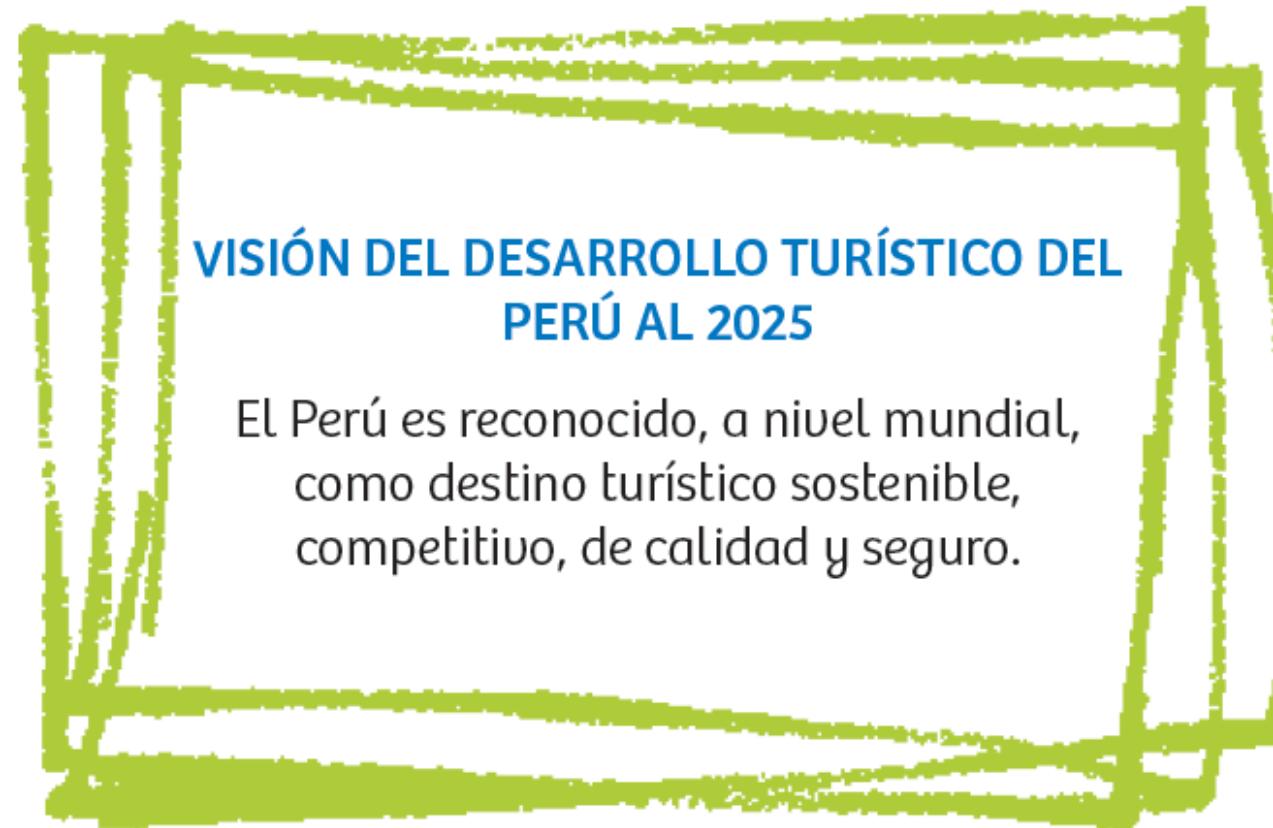
[1] Es un evento externo desfavorable que no ha ocurrido aún y que, de ocurrir, puede afectar negativamente el logro del escenario apuesta, siempre que no se tomen decisiones para disminuir o anular su efecto.

[2] Es un evento externo favorable que no ha ocurrido aún y que de ocurrir puede contribuir al logro del escenario apuesta, siempre que se tomen las decisiones para su aprovechamiento.

2.3

VISIÓN Y MISIÓN

2.3.1. La visión del turismo según el PENTUR al 2025



Fuente: Plan Estratégico Nacional de Turismo al 2025

2.3

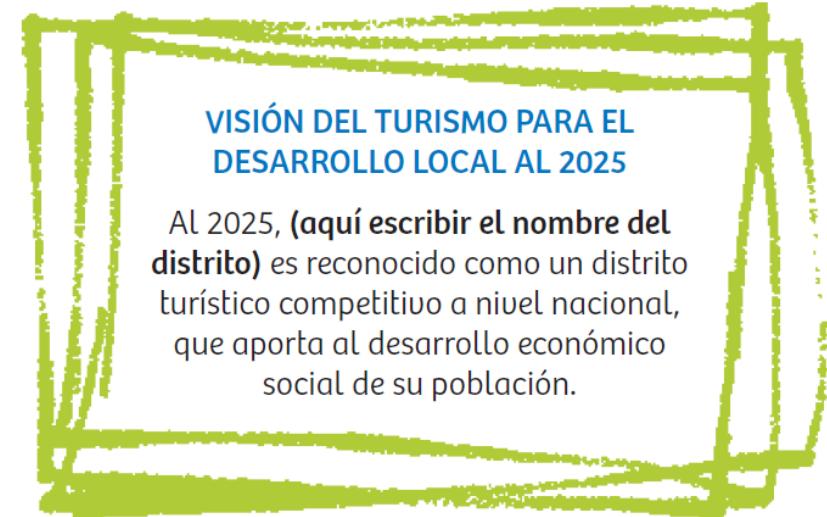
VISIÓN Y MISIÓN

2.3.2. Visión del turismo de la localidad

¿Cómo se observa la actividad turística al año 2025?

Se debe redactar la visión considerando que esta debe ser:

- Clara: fácil de comprender y compartir.
- Concisa: breve y sencilla en su contenido.
- Desafiante: representa un reto para la acción y ejecución.
- Inspiradora: motivar y orientar a los actores involucrados a la ejecución del plan.



2.3

VISIÓN Y MISIÓN

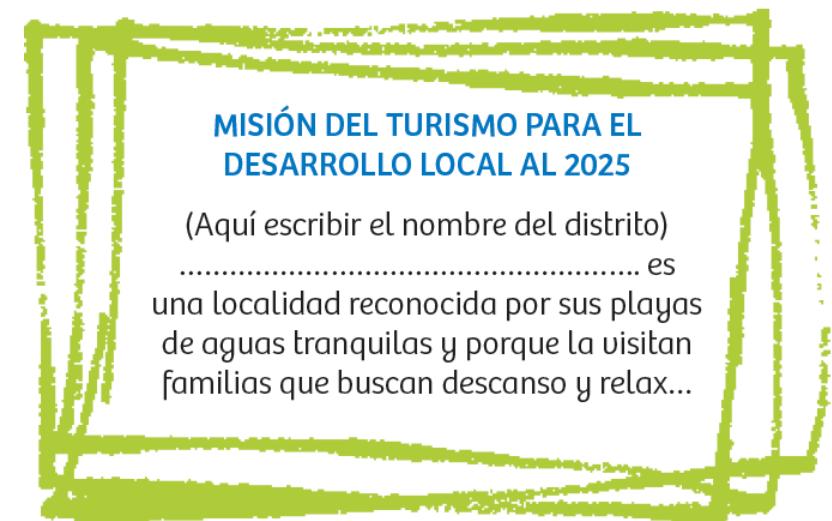
2.3.3. Misión del turismo en la localidad

¿Cuál es el motivo o una razón de ser?

¿Cómo se encuentra actualmente el turismo en la localidad?

Se debe redactar la misión considerando que esta debe ser:

- Clara: fácil de comprender y compartir.
- Concreta: representa la realidad y está bien delimitada.
- Relevante: su contenido es de gran importancia.
- Concisa: breve y sencilla en su contenido.



2.3

VISIÓN Y MISIÓN

Ejemplo de visión y misión



El Destino España se orienta a generar una diferenciación relevante para el consumidor en la que todos los recursos se ponen al servicio del turista. La visión del Destino España a la que apunta el PNIT se caracteriza por:

- Destino líder con proyección internacional.
- Sostenible económica, social y medioambientalmente.
- Con destinos rentables económicamente.
- Eficiente en su modelo empresarial.
- Excelente en el talento.
- Inmerso en la era digital.
- >Colaborativo entre el sector público, privado y el resto de agentes sociales y organizaciones que formen parte del sector.



Nuestra Misión

Turismo Chile es una corporación privada sin fines de lucro que promueve Chile y sus destinos turísticos en los mercados internacionales, a través de la suma de esfuerzos públicos y privados, desarrollando planes de promoción de acuerdo a la estrategia de marketing país que se orienta al incremento en la llegada de visitantes, fortaleciendo la cadena de comercialización y contribuyendo al desarrollo de la industria del turismo.

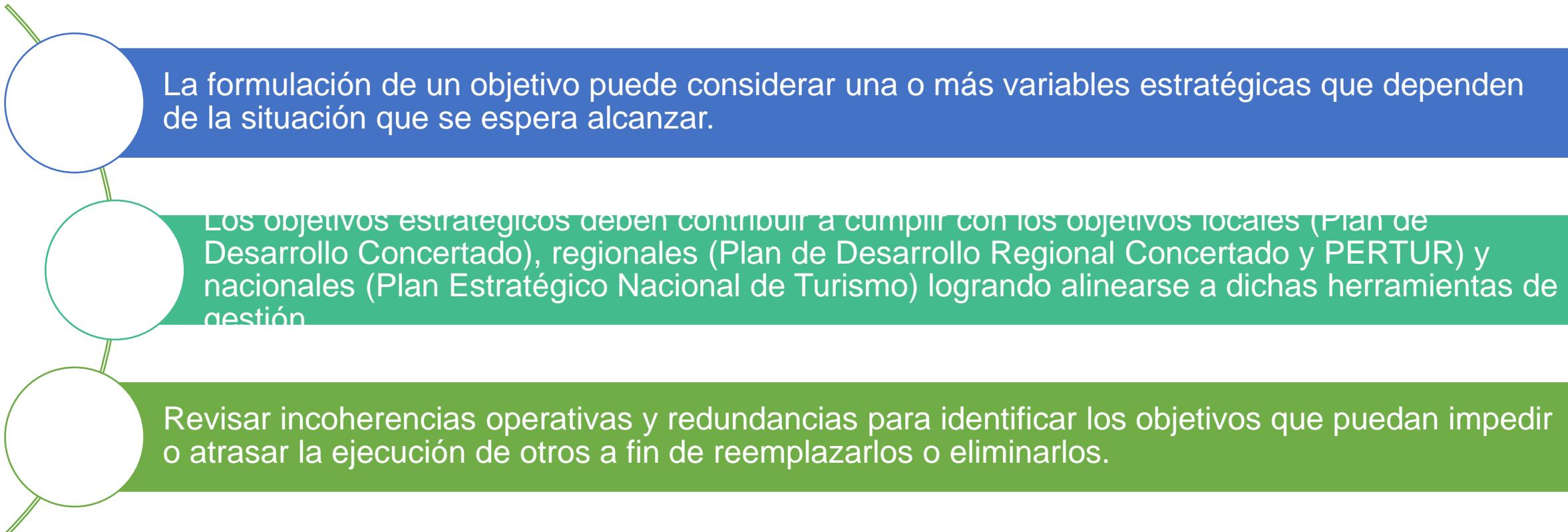
[Descargar líneas de acción de Turismo Chile.](#)

Nuestra visión

Posicionar a Turismo Chile como referente y líder en la creación, gestión y ejecución de programas y planes de promoción que sigan la estrategia nacional de turismo y promoción de Chile, en coordinación con los entes públicos y privados, nacionales, regionales y locales.

2.4

OBJETIVOS ESTRATEGICOS



La formulación de un objetivo puede considerar una o más variables estratégicas que dependen de la situación que se espera alcanzar.

Los objetivos estratégicos deben contribuir a cumplir con los objetivos locales (Plan de Desarrollo Concertado), regionales (Plan de Desarrollo Regional Concertado y PERTUR) y nacionales (Plan Estratégico Nacional de Turismo) logrando alinearse a dichas herramientas de gestión.

Revisar incoherencias operativas y redundancias para identificar los objetivos que puedan impedir o atrasar la ejecución de otros a fin de reemplazarlos o eliminarlos.

2.4**OBEJTIVOS ESTRATEGICOS****2.4.1. Construcción de los objetivos estratégicos**

VERBO + VARIABLE ESTRATÉGICA = OBJETIVO ESTRATÉGICO

CUADRO 15. CONSTRUCCIÓN DE OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Verbo	+	Variable estratégica	=	Objetivo estratégico
Incrementar		Asignación de presupuesto para actividades de turismo		Incrementar la asignación de presupuesto para actividades de turismo
Fomentar		Puesta en valor de los atractivos turísticos para la visita de turistas		Fomentar la puesta en valor de los atractivos turísticos
Mejorar		Servicio de alimentos y alojamiento de la localidad		Mejorar el servicio de alimentos y alojamiento la localidad
Incrementar		Presencia de turistas de mi localidad		Aumentar la presencia de turistas en mi localidad
...				

2.4

OBJETIVOS ESTRATEGICOS

2.4.2. Indicadores para los objetivos estratégicos

- **Especifico:** contiene información del objetivo estratégico que se quiere observar y permite verificar si se ha cumplido con el objetivo estratégico o no.
- **Realizable:** probabilidad de alcanzar el indicador en todos sus aspectos.
- **Medible:** es posible recoger la información y permite medir el indicador cuantitativa o cualitativamente.
- **Relevante:** considerar si es la mejor manera de medir el objetivo estratégico.
- **Temporal:** expresa plazos, tiempos de inicio y término.

2.4

OBJETIVOS ESTRATEGICOS

2.4.2. Indicadores para los objetivos estratégicos

UNIDAD DE MEDIDA + SUJETO + ATRIBUTO = INDICADOR

CUADRO 16. CONSTRUCCIÓN DE INDICADORES

Objetivos estratégicos	Indicador		
	Unidad de medida (1)	Sujeto (2)	Atributo (3)
Incrementar la asignación de presupuesto para actividades de turismo	Porcentaje	Presupuesto	Asignación a partida presupuestal 0127
Fomentar la puesta en valor de los atractivos turísticos	Número	Atractivos turísticos	Puesta en valor
Mejorar el servicio de alimentos y alojamiento de la localidad	Número	Establecimiento de alimentos y alojamiento	Prestan servicios de calidad
Aumentar la presencia de turistas en mi localidad	Número	turistas	Que llegan a mi localidad
...			

[1] **Unidad de medida:** es el parámetro de referencia de la expresión que permitirá medir el progreso y magnitud del indicador (número, porcentaje, tasa, promedio, tasa de crecimiento, relación, índice, etc)

[2] **Sujeto:** es la unidad mínima de análisis sobre la que se hará la medición, este debe ser el mismo o estar relacionado al sujeto del objetivo estratégico.

[3] **Atributos:** son los aspectos o características que serán medidas sobre el sujeto.

2.5

ACCIONES ESTRATÉGICAS

¿Qué acciones se deben realizar para el logro de los objetivos estratégicos?



CUADRO 17. ACCIONES ESTRATÉGICAS

Objetivos estratégicos	Acción estratégica	Priorización
OE1. Incrementar la asignación de presupuesto para actividades de turismo	Comprometer e incluir presupuesto en la PP 0127 Sustentar la necesidad de de presupuesto para la implementación del PDTL	2 1
OE2. Fomentar la puesta en valor de los atractivos turísticos	Ejecución del diseño propuesto para la puesta en valor del atractivo Identificar las necesidades de intervención de los atractivos turísticos priorizados Financiamiento de la puesta en valor del atractivo turístico Diseño de la puesta en valor en el atractivo	4 1 3 2
OE3. Mejorar el servicio de alimentos y alojamiento del distrito	Ejecución de dos programas de capacitación, uno dirigido a alimentos y otro para alojamiento, cada uno de 2 meses al año Evaluación de las mejoras ejecutadas tras el proceso de formación Diseñar una propuesta de fortalecimiento de capacidades para los prestadores del servicio de alimentos y alojamiento (temas, fechas, presupuesto, perfil del profesional) Programa de asistencia técnica dirigida a los establecimientos Realizar un breve diagnóstico del servicio de alimentos y alojamiento	3 5 2 4 1
OE4. Incrementar la presencia de turistas en mi distrito	Realización de un blog con información turística del distrito Contratación de un servicio de fotografía profesional de las actividades que ejecutan los excursionistas/turistas en los atractivos turísticos Diseño de un plan de marketing para identificar estrategias de promoción	4 3 1

2.5

ACCIONES ESTRATÉGICAS

CUADRO 17. ACCIONES ESTRATÉGICAS

Objetivos estratégicos	Acción estratégica	Priorización
OE1. Incrementar la asignación de presupuesto para actividades de turismo	Comprometer e incluir presupuesto en el PP 0127	2
	Sustentar la necesidad de presupuesto para la implementación del PDTL.	1
OE2. Fomentar la puesta en valor de los atractivos turísticos	Propuesto para la puesta en valor del atractivo	4
	Identificar las necesidades de intervención de los atractivos turísticos priorizados	1
	Financiamiento de la puesta en valor del atractivo turístico	3
	Diseño de la puesta en valor en el atractivo	2
OE3. Mejorar el servicio de alimentos y alojamiento del distrito	Ejecución de dos programas de capacitación, dirigido a alimentos y uno para alojamiento, cada uno de 2 meses al año	3
	Evaluación de las mejoras ejecutadas tras el proceso de formación	5
	Diseñar una propuesta de formación de capacidades para los prestadores del servicio de alimentos y alojamiento (temas, fechas, presupuesto, perfil del profesional)	2
	Programa de asistencia técnica dirigida a los establecimientos	4
	Realizar un breve diagnóstico del servicio de alimentos y alojamiento	1
OE4. Incrementar la presencia de turistas en mi distrito	Realización de un blog con información turística del distrito	4
	Contratación de un servicio de fotografía profesional de las actividades que ejecutan los excursionistas/turistas en los atractivos turísticos	3
	Diseño de un plan de marketing para identificar estrategias de promoción	1
	Identificación de los principales segmento (público objetivo) que visitan el distrito	2
...		

2.6

PLAN DE ACCIÓN Y PRESUPUESTO

2.6.1. La ruta estratégica

CUADRO 18. CRONOGRAMA

2.6

PLAN DE ACCIÓN Y PRESUPUESTO

CUADRO 18. CRONOGRAMA

Objetivos	Prioridad estratégicos	Acción estratégica	2017				2018				2019				2021				...				2025			
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
OE1. Incrementar la asignación de presupuesto para actividades de turismo	1	Comprometer e incluir presupuesto en la PP 0127																								
	2	Sustentar la necesidad de presupuesto para la implementación del PDTL																								
OE2. Fomentar la puesta en valor de los atractivos turísticos	1	Identificar las necesidades de intervención de los atractivos turísticos priorizados																								
	2	Diseño de la puesta en valor en el atractivo																								
	3	Financiamiento de la puesta en valor del atractivo turístico																								
	4	Ejecución del diseño propuesto para la puesta en valor del atractivo																								

2.6**PLAN DE ACCIÓN Y PRESUPUESTO****2.6.2. Presupuesto y responsables de ejecutar cada acción****CUADRO 19. PRESUPUESTO DESTINADO**

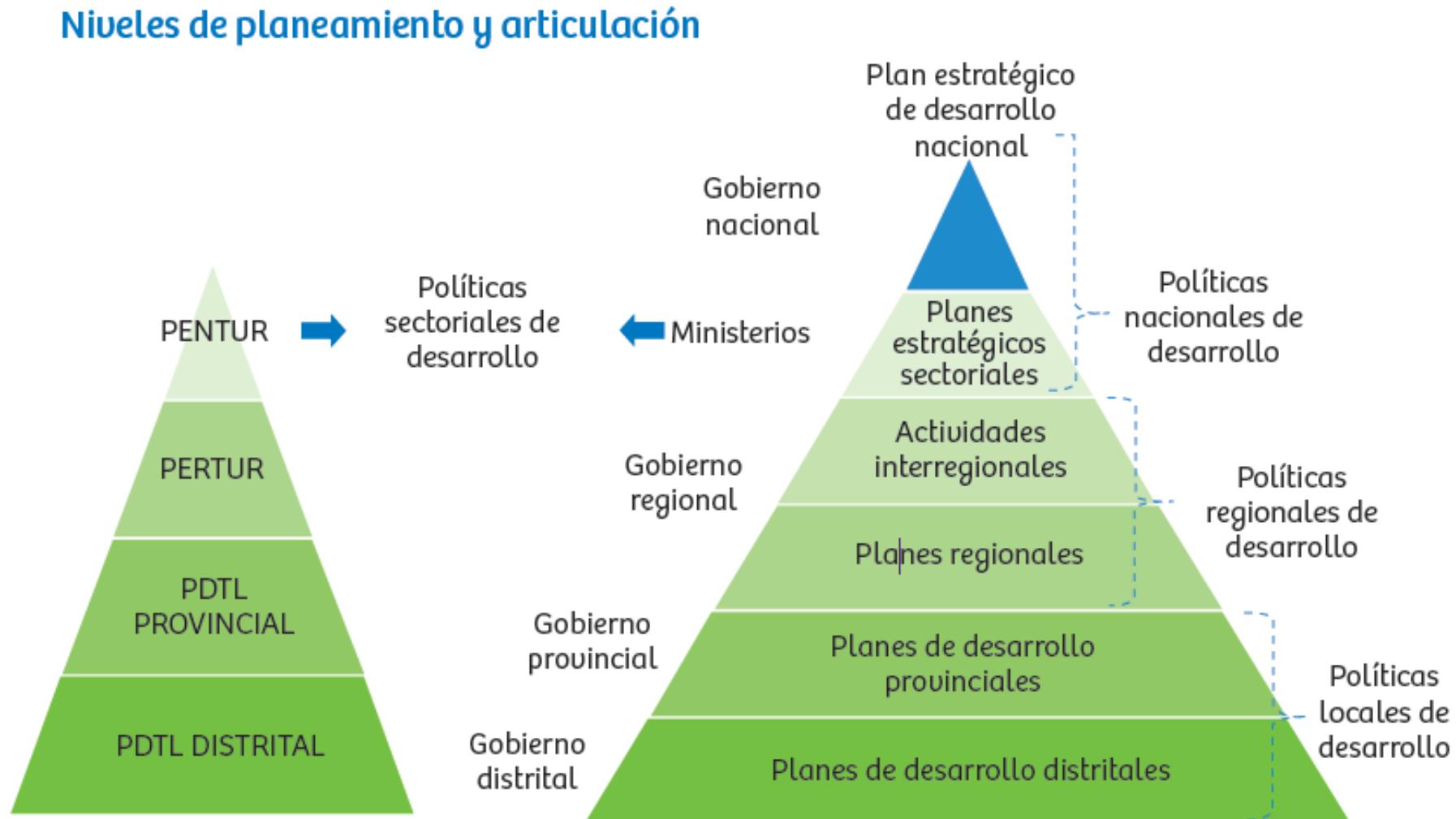
Objetivos Estratégica	Indicador	Fuente	Línea de base	Metas			Acción Estratégica	Presupuesto (S/.)	Responsable
				2018	2021	2025			
OE1							AE1.a		
							AE1.c		
							AE1.b		
OE2							AE2. b		
							AE2. a		

2.6

PLAN DE ACCIÓN Y PRESUPUESTO

CUADRO 19: PRESUPUESTO DESTINADO

Objetivos	Indicador Estratégica	Fuente	Línea de base	Metas			Acción Estratégica	Presupuesto (S/.)	Responsable
				2018	2021	2025			
OE1. Incrementar la asignación de presupuesto para actividades de turismo	% de incremento del presupuesto ejecutado en actividades de turismo	MEF (Consulta amigable PIA y PIM)	S/10,000.00	S/50,000.00	S/150,000.00	S/230,000.00	Sustentar la necesidad de presupuesto para la implementación del PDTL	0	Área de turismo
							Comprometer e incluir presupuesto en la PP 0127	0	Gerencia de desarrollo económico
OE2. Fomentar la puesta en valor de los atractivos turísticos	Nº de atractivos turísticos puestos en valor	Municipalidad	1	1	2	1	Identificar las necesidades de intervención de los atractivos turísticos priorizados	S/18,000.00	Área de turismo
	Nº de visitas que receptiona cada atractivo turístico puesto en valor	Municipalidad					Diseño de la puesta en valor en el atractivo	S/45,000.00	Gerencia de desarrollo económico
		Sector privado	12,000 año	12,600 año	13,800 año	14,400 año	Financiamiento de la puesta en valor del atractivo turístico	0	Gerencia de presupuesto
		Ministerio de Cultura					Ejecución del diseño propuesto para la puesta en valor del atractivo	S/190,000.00	Área de turismo



Fuente: Mincetur

2.7

ARTICULACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL

CUADRO 20. ARTICULACIÓN A DOCUMENTOS DE GESTIÓN

Objetivos Estratégica PDTL	Indicador	Línea de base	Objetivo Estratégico PDCL	Objetivo Estratégico PDCP	Objetivo Estratégico PERTUR	Objetivo Estratégico PENTUR
<i>OE1. Incrementar la asignación de presupuesto para actividades de turismo</i>	% de incremento del presupuesto ejecutado en actividades de turismo.		<i>Traslada el objetivo de los documentos de gestión (PDCL, PDCP, PERTUR y PENTUR) con los que se relaciona el objetivo propuesto en el siguiente PDTL.</i>			
<i>OE2. Fomentar la puesta en valor de los atractivos turísticos</i>	Nº de atractivos turísticos puestos en valor Nº de visitas que recepciona cada atractivo turístico puesto en valor		<i>Traslada el objetivo de los documentos de gestión (PDCL, PDCP, PERTUR y PENTUR) con los que se relaciona el objetivo propuesto en el siguiente PDTL.</i>			
OE3						
...						

PRESENTACIÓN DE LA FASE II: ANÁLISIS ESTRATÉGICO

MEDIO DE VERIFICACIÓN

Para verificar el cumplimiento de la **Actividad 5** de la meta 38, las municipalidades deberán enviar por correo electrónico la siguiente información:

- Documento en versión PDF, que contenga el desarrollo del Análisis Estratégico del Plan de Desarrollo Turístico Local.

CONSIDERACIONES PARA EL ENVÍO DE LA INFORMACIÓN

El correo electrónico deberá ser enviado a meta38@mincetur.gob.pe indicando lo siguiente:

Asunto: REGIÓN – PROVINCIA - DISTRITO - Actividad 5 de la meta 38

Plazo máximo para el cumplimiento de esta actividad hasta el **30 noviembre de 2017**

ACTIVIDAD 6: APROBACIÓN Y ENVÍO DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL

Para cumplir la última actividad de la presente meta, las municipalidades deberán de realizar el siguiente procedimiento:

Paso 1

- Validación del documento – actores involucrados

Paso 2

- Aprobación del documento - ordenanza

Paso 3

- Aprobación del documento – resolución de alcaldía

IMPORTANTE

La socialización y validación del Plan de Desarrollo Turístico Local por parte de los actores locales involucrados en el desarrollo del turismo permitirá asegurar la ejecución y sostenibilidad del mismo.

IMPORTANTE

Para la emisión de la resolución de alcaldía, se debe contar previamente con lo siguiente:

- Acta de validación debidamente firmada por los actores involucrados.
- Ordenanza municipal que aprueba el Plan de Desarrollo Turístico Local.

MEDIO DE VERIFICACIÓN

Para verificar el cumplimiento de la **Actividad 6**, de la meta 38, las municipalidades deben presentar por mesa de partes del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo un oficio que incluya la siguiente documentación:

- CD o memoria USB que contenga una versión virtual (PDF/WORD) del documento del Plan de Desarrollo Turístico Local.
- Acta y lista de asistencia de los participantes al taller de validación del documento.
- Ordenanza municipal que aprueba el Plan de Desarrollo Turístico Local.
- Resolución de alcaldía que aprueba el Plan de Desarrollo Turístico Local.

Los documentos deberán de ser presentados en **versión original o copia fedateada**.

Plazo máximo para el cumplimiento de esta actividad hasta el 20 diciembre de 2017

META 38

HORARIO DE ATENCIÓN

Lunes a viernes de 9:00 am - 1:00 pm y 2:30 pm – 6:00 pm

LINK META 38

<http://www.mincetur.gob.pe/meta38.html>

Nombres y Apellidos	Correo	Teléfono
ANGELA BOZA CASTRO CUBA		
ENRIQUE DEL AGUILA RUIZ		
ELIZABETH MILLA LUARLO		
MABEL MÚSTIGA RÍOS	meta38@mincetur.gob.pe	(01) 513 6100 Anexo 1557 - 1566



Programa de Incentivos a la Mejora de la Gestión Municipal