



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Programa de Incentivos a la Mejora de la  
Gestión Municipal del año 2017

# ELABORACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL

GUÍA PARA EL  
CUMPLIMIENTO  
DE LA **META 38**



Programa de Incentivos a la  
Mejora de la Gestión Municipal



PERÚ

Ministerio  
de Economía y Finanzas

# Guía para el cumplimiento de la Meta 38 del Programa de Incentivos a la Mejora de la Gestión Municipal 2017

## “Elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local”

**Eduardo Ferreyros Küppers**

Ministro de Comercio Exterior y Turismo

**Rogers Martín Valencia Espinoza**

Viceministro de Turismo

### **Elaboración de contenidos**

Equipo técnico responsable de “Meta 38 y De Mi Tierra, Un Producto”

Dirección de Innovación de la Oferta Turística

Dirección General de Estrategia Turística

### **Ministerio de Comercio Exterior y Turismo**

#### **Dirección General de Estrategia Turística**

Calle Uno Oeste N° 50. Urb. Córpac, San Isidro (Piso 16)

Teléfono: (01) 513 6100 anexo 1566

Correo electrónico: meta38@mincetur.gob.pe

www.mincetur.gob.pe

Diseño y Diagramación: Burcon Impresores y Derivados S.A.C.

Calle Francisco Lazo N° 1924 Lince - Lima - Lima / Teléfonos: 470 0123

Tiraje: 2000 ejemplares,

1era edición

Lima-Perú, julio de 2017

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2017-09060

Todos los derechos reservados.

Permitida la reproducción total o parcial por cualquier medio siempre y cuando se cite la fuente.



# PRESENTACIÓN

El turismo en el Perú ha mantenido un crecimiento promedio de 7.4 % como resultado de la cantidad de turistas internacionales que arribaron al país durante el periodo 2011-2015. Asimismo, en el 2015 el turismo interno se incrementó en un 9 % con relación al año anterior, que se reflejó en los 41.3 millones de viajes. De esta manera, la actividad turística se ha convertido en un motor de desarrollo social, ambiental y económico a nivel nacional, capaz de contribuir a la inclusión social, la mejora de la calidad de vida de las poblaciones y la puesta en valor de los activos culturales y naturales del territorio.

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, como ente rector en materia de turismo, fomenta el desarrollo de estrategias para la facilitación turística, la promoción de inversiones, el posicionamiento y la articulación comercial del turismo interno y receptivo, entre otras. Además, tiene la función de coordinar, orientar y asesorar a los gobiernos regionales y locales en el desarrollo de sus competencias para la gestión turística.

Con la finalidad de contribuir al Plan Estratégico Nacional de Turismo al 2025, el cual establece como visión que el Perú es reconocido a nivel mundial como destino turístico sostenible, competitivo, de calidad y seguro, y en concordancia con su Componente 4.3: Fortalecimiento de la Gestión Pública, del Pilar 4: Institucionalidad, se busca generar un mecanismo que permita desarrollar y operativizar herramientas de planificación y gestión de los gobiernos locales a través de la formulación de planes de desarrollo turístico local.

En ese sentido, la Dirección General de Estrategia Turística del Viceministerio de Turismo ha diseñado la *Meta 38: Elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local*, en el marco del *Programa de Incentivos a la Mejora de la Gestión Municipal (PI)* para el 2017, del Ministerio de Economía y Finanzas, dirigida a municipalidades de ciudades no principales con 500 viviendas urbanas o más.

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo pone a disposición la *Guía para el cumplimiento de la Meta 38: Elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local*, basada en el modelo de gestión por componentes desarrollado e implementado entre los años 2012 y 2016, en el marco de las intervenciones *De Mi Tierra, Un Producto*. Esta herramienta constituye un instrumento que permitirá plantear y ejecutar estrategias de gestión local en materia de turismo, articuladas a la planificación estratégica nacional y regional.

**Rogers Martín Valencia Espinoza**  
Viceministerio de Turismo

# ÍNDICE

I. Aspectos Generales .....	5
A. Objetivos .....	5
B. Ámbito de aplicación.....	5
C. Marco normativo.....	5
D. Fecha de cumplimiento de la Meta .....	5
II. Desarrollo de las actividades para el cumplimiento de la Meta .....	6
A. Cuadro de actividades y nivel de cumplimiento.....	6
B. Desarrollo de las actividades .....	7
<b>Actividad 1: Modificación del Reglamento de Organización y Funciones (ROF) que incorpora las funciones para el fomento del turismo sostenible para el desarrollo local .....</b>	<b>8</b>
<b>Actividad 2: Conformación e instalación del equipo técnico responsable de la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local .....</b>	<b>9</b>
<b>Actividad 3: Participación en los talleres de capacitación para la elaboración del Diagnóstico y Análisis Estratégico .....</b>	<b>10</b>
<b>Actividad 4: Desarrollo de la Fase I: Diagnóstico del Plan de Desarrollo Turístico Local .....</b>	<b>11</b>
<b>Actividad 5: Desarrollo de la Fase II: Análisis Estratégico del Plan de Desarrollo Turístico Local .....</b>	<b>30</b>
<b>Actividad 6: Aprobación y envío del Plan de Desarrollo Turístico Local .....</b>	<b>45</b>
C. Entidad responsable del proceso de evaluación .....	46
III. Directorio .....	46
IV. Anexos .....	
Modelo de Documentos .....	47
V. Siglas .....	47
VI. Glosario .....	48
VII. Referencias .....	50

# ASPECTOS GENERALES

## A. OBJETIVO

El objetivo de esta guía es establecer las pautas y procedimientos para el correcto cumplimiento de la meta 38, denominada *Elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local*, en el marco del Programa de Incentivos a la Mejora de la Gestión Municipal, aprobado mediante el DS N.º 394-2016-EF.

## B. ÁMBITO DE APLICACIÓN

El ámbito de aplicación de esta guía corresponde a las municipalidades de ciudades no principales con 500 viviendas urbanas o más (CNP con 500 VVUU o más).

## C. MARCO NORMATIVO

DISPOSITIVO LEGAL	
Ley N.º 29332	Ley que crea el Programa de Incentivos a la Mejora de la Gestión Municipal.
Ley N.º 30518	Ley de Presupuesto del Sector Público para el Año Fiscal 2017.
Ley N.º 27972	Ley Orgánica de Municipalidades.
Ley N.º 29408	Ley General de Turismo.
Decreto Supremo N.º 394 -2016-EF	Aprueban los procedimientos para el cumplimiento de metas y la asignación de los recursos del Programa de Incentivos a la Mejora de la Gestión Municipal del año 2017 y aprueba otras medidas.
Resolución Directoral N.º 002-2017-EF/50.01 Modificación: Resolución Directoral N.º 006-2017-EF50.01	Aprobar los instructivos para el cumplimiento de las metas del Programa de Incentivos a la Mejora de la Gestión Municipal para el año 2017.

## D. FECHA DE CUMPLIMIENTO DE LA META

**Las municipalidades deben cumplir con las actividades de la meta 38 hasta el 31 DE DICIEMBRE DE 2017.**

# II DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES PARA EL CUMPLIMIENTO DE LA META

## A. CUADRO DE ACTIVIDADES Y NIVEL DE CUMPLIMIENTO

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	MEDIO DE VERIFICACIÓN	PUNTAJE
<b>Actividad 1:</b> Modificación del Reglamento de Organización y Funciones (ROF) que incorpora las funciones para el fomento del turismo sostenible para el desarrollo local.	Ordenanza municipal que aprueba la incorporación al ROF de las funciones para el fomento del turismo local sostenible.	Oficio presentado en mesa de partes hasta el 30 de marzo de 2017, dirigido a la Dirección General de Estrategia Turística (DGET) del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, adjuntando: i) Ordenanza municipal que modifica el ROF. ii) Resolución de Alcaldía de conformación del equipo técnico.	10
<b>Actividad 2:</b> Conformación e instalación del equipo técnico responsable de la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local.	Resolución de Alcaldía que designa el equipo técnico responsable de la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local, conformado por: i) El Gerente Municipal, ii) El Gerente o responsable del área a cargo de las funciones de turismo, y iii) El Gerente de la Oficina de Presupuesto o Planificación, o quien haga sus veces.	iii) Acta de instalación del equipo técnico responsable del Plan de Desarrollo Turístico Local.	10
<b>Actividad 3:</b> Participación en los talleres de capacitación para la elaboración de: <b>Fase I:</b> Diagnóstico del Plan de Desarrollo Turístico Local. <b>Fase II:</b> Análisis Estratégico del Plan de Desarrollo Turístico Local.	Cada municipalidad deberá garantizar la asistencia de dos (02) miembros del equipo técnico al taller de capacitación 2 de desarrollo de la Fase II: Análisis Estratégico del Plan de Desarrollo Turístico Local.  Cada municipalidad deberá garantizar la asistencia de dos (02) miembros del equipo técnico al taller de capacitación 1 de desarrollo de la Fase I: Diagnóstico del Plan de Desarrollo Turístico Local.	Registro de asistencia al inicio y al final de las capacitaciones que será recopilado por la DGET del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo hasta el 30 de mayo de 2017.  Registro de asistencia al inicio y al final de las capacitaciones, recopilado por la DGET del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y constancia de participación que se otorgará al finalizar los talleres hasta el 30 de setiembre de 2017.	10
<b>Actividad 4:</b> Desarrollo de la Fase I: Diagnóstico del Plan de Desarrollo Turístico Local.	El desarrollo de la Fase I debe incluir como mínimo los siguientes contenidos: i) Análisis general del entorno del territorio. ii) Análisis de oferta. iii) Análisis de demanda. iv) Mapeo de actores. v) Determinación de la vocación turística del territorio.	Correo electrónico (meta38@mincetur.gob.pe), remitido hasta el 30 de julio de 2017, dirigido a la DGET del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Incluirá como archivo adjunto el Diagnóstico del Plan Desarrollo Turístico Local, debidamente suscrito por el equipo técnico.	25
<b>Actividad 5:</b> Desarrollo de la Fase II: Análisis Estratégico del Plan de Desarrollo Turístico Local.	El desarrollo de la Fase II debe incluir como mínimo los siguientes contenidos: i) Análisis FODA. ii) Visión, misión, objetivo general, objetivos estratégicos. iii) Estrategias por cada objetivo. iv) Plan de acción y presupuesto.	Correo electrónico (meta38@mincetur.gob.pe), remitido hasta el 30 de noviembre de 2017, dirigido a la DGET del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Incluirá como archivo adjunto el documento final de la Fase II: Análisis Estratégico del Plan Desarrollo Turístico Local, debidamente suscrito por el equipo técnico.	25
<b>Actividad 6:</b> Aprobación y envío del Plan de Desarrollo Turístico Local.	Aprobar el Plan de Desarrollo Turístico Local mediante Resolución de Alcaldía.	Oficio presentado en mesa de partes, hasta el 20 de diciembre de 2017, dirigido a la DGET del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, adjuntando lo siguiente: i) Resolución de Alcaldía mediante la cual se aprueba el Plan de Desarrollo Turístico Local. ii) Versión digital del Plan de Desarrollo Turístico Local aprobado.	20
PUNTAJE MÍNIMO PARA CUMPLIR LA META			80 PTOS
PUNTAJE MÁXIMO			100 PTOS

B. DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES

ACTIVIDAD

1

MODIFICACIÓN DEL REGLAMENTO DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES (ROF) QUE INCORPORA LAS FUNCIONES PARA EL FOMENTO DEL TURISMO SOSTENIBLE PARA EL DESARROLLO LOCAL

Las municipalidades deberán modificar su Reglamento de Organización y Funciones (ROF) para incorporar las funciones vinculadas al fomento del turismo sostenible para el desarrollo local.

Los pasos para el cumplimiento de esta actividad son los siguientes:

PASO 1: CONOCER LAS FUNCIONES PARA EL FOMENTO DEL TURISMO SOSTENIBLE QUE APORTE AL DESARROLLO LOCAL

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo propone un modelo de gestión del turismo sostenible para el desarrollo local basado en los siguientes componentes:



Fuente: Mincetur



Estos componentes determinan las funciones que las municipalidades deberán cumplir en el marco del modelo de gestión del turismo sostenible para el desarrollo local.

COMPONENTE	FUNCIONES
Planificación y gestión local	a. Formular y/o promover herramientas de planificación y gestión que coadyuven al turismo sostenible para el desarrollo local, alineadas a los planes existentes en los tres niveles de gobierno con participación del sector público y privado.
Acondicionamiento territorial para fines turísticos	b. Ejecutar y/o promover el acondicionamiento de espacios públicos para fines turísticos con participación del sector público y privado.
Desarrollo de productos y servicios	c. Ejecutar y/o promover acciones que coadyuven a mejorar la calidad en la prestación de los servicios turísticos. d. Ejecutar y/o promover acciones para el desarrollo, diversificación y consolidación de productos y servicios turísticos en función de la demanda turística con participación del sector público y privado.
Promoción y articulación comercial	e. Generar y/o fomentar mecanismos de posicionamiento y articulación comercial de la oferta turística a nivel local, regional, nacional e internacional en coordinación con el sector público y privado.

Fuente: Mincetur

**PASO 2: MODIFICAR EL REGLAMENTO DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES (ROF)**

Todas las municipalidades, con funciones de turismo o no, deberán modificar su Reglamento de Organización y Funciones (ROF) para incluir únicamente las funciones indicadas en el Paso 1. Las municipalidades deberán desarrollar la modificación de sus respectivos ROF a través de la emisión de una ordenanza municipal

**Vea el modelo de ordenanza municipal en el siguiente enlace:**  
[www.mincetur.gob.pe/meta38.html](http://www.mincetur.gob.pe/meta38.html)



## ACTIVIDAD

# 2

## CONFORMACIÓN E INSTALACIÓN DEL EQUIPO TÉCNICO RESPONSABLE DE LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL

Las municipalidades deberán conformar e instalar un equipo técnico responsable de la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local, que tendrá las siguientes funciones:

- a) Participar en las reuniones y talleres de capacitación, convocados por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, para el cumplimiento de la Meta 38.
- b) Desarrollar acciones que coadyuven a la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local con la participación de los actores locales, públicos y privados.
- c) Promover la aprobación del Plan de Desarrollo Turístico Local.

Los pasos para el cumplimiento de esta actividad son los siguientes:

### PASO 1: DESIGNAR A LOS MIEMBROS DEL EQUIPO TÉCNICO

El equipo técnico responsable de la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local debe estar conformado por los siguientes tres (3) funcionarios municipales:

- ▲ El Gerente municipal,
- ▲ El Gerente, responsable del área a cargo de las funciones de turismo, y
- ▲ El Gerente de la oficina de presupuesto o planificación, o quien haga sus veces.

### PASO 2: FORMALIZAR EL EQUIPO TÉCNICO MEDIANTE UNA RESOLUCIÓN DE ALCALDÍA

Las municipalidades deberán emitir la Resolución de Alcaldía que designe al equipo técnico.

**Vea el modelo de resolución de alcaldía en el siguiente enlace:**

[www.mincetur.gob.pe/meta38.html](http://www.mincetur.gob.pe/meta38.html)

### PASO 3: INSTALAR EL EQUIPO TÉCNICO

Los miembros del equipo técnico sostendrán una primera reunión de instalación con el objetivo de determinar un plan de trabajo para la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local. Al finalizar la reunión, firmarán un acta de instalación.

**Vea el modelo de acta de instalación del equipo técnico en el siguiente enlace:**

[www.mincetur.gob.pe/meta38.html](http://www.mincetur.gob.pe/meta38.html)

## MEDIO DE VERIFICACIÓN

Para verificar el cumplimiento de las actividades 1 y 2, de la meta 38, las municipalidades deberán presentar, por mesa de partes del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, un oficio que incluya la siguiente documentación:

- ▲ Ordenanza Municipal que modifica el Reglamento de Organización y Funciones (ROF).
- ▲ Resolución de alcaldía que conforma el equipo técnico.
- ▲ Acta de instalación del equipo técnico responsable de la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local.

Los tres (3) documentos presentados como medios de verificación podrán ser presentados en versión original o copia fedateada.

Vea el modelo de oficio en el siguiente enlace: [www.mincetur.gob.pe/meta38.html](http://www.mincetur.gob.pe/meta38.html).

**CONSIDERACIONES A TENER EN CUENTA PARA EL ENVÍO DE LA INFORMACIÓN**

El oficio ingresado por mesa de partes del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo deberá consignar la siguiente información:

**Dirigido a:** Dirección General de Estrategia Turística

**Asunto:** Cumplimiento de las actividades 1 y 2 de la meta 38

**Dirección:** Calle Uno Oeste N°50, Urb. Córpac, San Isidro - Lima

El oficio remitido por las municipalidades deberá ser firmado obligatoriamente por su respectivo alcalde o quien al momento de la firma se encuentre encargado del Despacho de Alcaldía.

El oficio deberá ser recepcionado en la fecha indicada como plazo máximo para el cumplimiento de esta actividad.

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo verificará la validez de los documentos y con ello el cumplimiento de las actividades 1 y 2.

Plazo máximo para el cumplimiento de esta actividad es hasta el 30 MARZO DE 2017.

ACTIVIDAD

3

**PARTICIPACIÓN EN LOS TALLERES DE CAPACITACIÓN PARA LA ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO Y ANÁLISIS ESTRATÉGICO**

Las municipalidades deberán asegurar la participación del equipo técnico responsable de la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local en cada uno de los talleres de capacitación, presenciales y descentralizados, organizados por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, donde se desarrollarán los siguientes temas:

TALLER	TEMA	FECHAS
1	Diagnóstico del Plan de Desarrollo Turístico Local	Abril y Mayo
2	Análisis Estratégico del Plan de Desarrollo Turístico Local	Agosto y Setiembre

Vea el cronograma en el siguiente enlace: [www.mincetur.gob.pe/meta38.html](http://www.mincetur.gob.pe/meta38.html).

## MEDIO DE VERIFICACIÓN

El cumplimiento de la Actividad 3 se verificará mediante el registro de asistencia recopilado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo al inicio y al final de cada taller de capacitación.

#### CONSIDERACIONES A TENER EN CUENTA

- Las capacitaciones se desarrollarán en sedes descentralizadas conforme a la programación establecida.
- Para que la Actividad 3 se considere válida, las municipalidades deberán garantizar la presencia de dos (2) de los tres (3) miembros del equipo técnico responsable de la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local en cada uno de los talleres de capacitación, en las fechas establecidas según la programación.
- Cada taller de capacitación tiene una duración de un día (8 horas académicas).
- Los participantes deberán registrar su asistencia al inicio y final del taller.

**Plazo máximo para el cumplimiento de esta actividad es:**

**Fase I: hasta el 30 MAYO DE 2017**

**Fase II: hasta el 30 DE SETIEMBRE DE 2017**

#### ACTIVIDAD

## 4

### DESARROLLO DE LA FASE I: DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL

Las municipalidades deberán desarrollar el diagnóstico del Plan de Desarrollo Turístico Local con el objetivo de contar con información concreta y priorizada para la toma de decisiones que permitan el desarrollo turístico de la localidad.

#### EL CUMPLIMIENTO DE ESTA ACTIVIDAD PERMITIRÁ OBTENER LOS SIGUIENTES RESULTADOS

- ▲ Conocer el entorno sociopolítico (disposición política, financiera y riesgos sociales).
- ▲ Identificar los recursos turísticos que la localidad cuenta y el nivel de desarrollo en el que se encuentran.
- ▲ Conocer los servicios turísticos que ofrece y su nivel de calidad.
- ▲ Conocer las potencialidades para el desarrollo turístico de la localidad.
- ▲ Conocer qué visitantes llegan y las oportunidades que existen para satisfacer sus expectativas.
- ▲ Identificar cuál es la competencia de la localidad, en el contexto del destino turístico al que se encuentra articulado.

#### SOBRE EL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL

El Plan de Desarrollo Turístico Local es una herramienta de gestión articulada y alineada sectorialmente con el Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR), con el Plan Estratégico Regional de Turismo (PERTUR), y con sus respectivos Planes de Desarrollo Concertado (PDC).

La elaboración de estos planes forman parte de un proceso participativo (por la confluencia de actores), técnico (por estar sustentado en información objetiva) y político (por ser generador de acuerdos territoriales), que lo convierte en una herramienta operativa que busque resultados; que genere un impacto positivo en el sector; y que complemente y retroalimente los planes mayores a fin de consolidar el liderazgo público privado en los productos y destinos articulados a la provincia, la región y el país.

Para la construcción del Plan de Desarrollo Turístico Local, se ha tomado el modelo de gestión de “Turismo Sostenible para el Desarrollo Local”, que incorpora cuatro componentes para su comprensión, los cuales están plenamente articulados con los pilares del Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR).

Los pasos para el cumplimiento de esta actividad son los siguientes:

**PASO 1: DESARROLLAR EL DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL**

El equipo técnico responsable de la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local deberá desarrollar los contenidos de acuerdo al siguiente esquema:

**Contenidos del diagnóstico del Plan de Desarrollo Turístico Local (PDTL)**

ESQUEMA DEL DIAGNÓSTICO DEL PDTL			N.º MÁXIMO DE HOJAS
1.1	Autoanálisis	Justificación de la actividad turística para el desarrollo en la localidad.	01 página
1.2	Análisis general del entorno	1.2.1. Delimitación geográfica. 1.2.2. Accesibilidad. 1.2.3. Infraestructura. 1.2.4. Aspecto territorial. 1.2.5. Aspecto social. 1.2.6. Aspecto cultural. 1.2.7. Aspecto económico. 1.2.8. Aspecto ambiental. 1.2.9. Político e institucional. 1.2.10. Problemática más resaltante.	08 páginas
1.3	Análisis de la oferta turística	1.3.1. Delimitación del espacio turístico. 1.3.2. Situación de los recursos y atractivos turísticos. 1.3.3. Situación de los servicios turísticos e inversiones en la localidad. 1.3.4. Problemática más resaltante de la oferta turística.	10 páginas
1.4	Análisis de la demanda turística	1.4.1. Llegadas y estadísticas de la demanda. 1.4.2. Perfiles del visitante. 1.4.3. Priorización de la demanda turística. 1.4.4. Problemática más resaltante de la demanda.	10 páginas
1.5	Análisis de la competencia	1.5.1. Identificación de la competencia. 1.5.2. Propuestas para la mejora de la competitividad en turismo en la localidad.	03 páginas
1.6	Análisis del sistema o cadena de valor del turismo en la localidad	Cadena de valor del turismo en la localidad.	02 páginas
1.7	Análisis de las variables estratégicas	1.7.1. Identificación de subtemas. 1.7.2. Identificación de variables estratégicas.	02 páginas
1.8	Mapeo de actores del turismo	1.8.1. Identificación de actores. 1.8.2. Relación de los actores con las variables estratégicas.	03 páginas
1.9	Vocación turística del territorio	Definición de la vocación turística.	01 página

Fuente: Mincetur

El resultado del diagnóstico debe contener máximo **40 páginas**.

NOTA: Los documentos como las fichas de inventario, fichas de planta turística, base de datos, encuestas, entrevistas, matrices de sistematización de la demanda y oferta, fotografías, entre otros, deberán ser considerados fuera de las 40 páginas y como anexos.

## 1.1 AUTOANÁLISIS

El autoanálisis hace referencia a la identificación de la importancia y el rol de la actividad turística en su territorio, así como las oportunidades de mejora que generen impacto positivo en la población, para ello se deberá reflexionar sobre la actividad turística en la localidad.

### RESULTADO ESPERADO

- Identificar la función y el rol de la localidad en el contexto de un destino turístico.
- Identificar el objetivo (o los objetivos) del gobierno local al involucrarse en el desarrollo de la actividad turística (ej.: generación de empleos, conservación y puesta en valor de atractivos naturales/culturales, mejora de ingresos económicos, inclusión de grupos sociales, entre otros).

Para ello se sugiere responder a las siguientes preguntas, a través de la discusión entre el equipo técnico, la realización de talleres participativos con la población, entrevistas a actores clave y/o aplicación de encuestas.

- ▲ ¿De qué manera aporta/aportarí la actividad turística al desarrollo económico, socio-cultural y ambiental de la localidad?
- ▲ ¿Cuál es el atributo principal que los hace diferentes y permite a la localidad impulsar su potencial turístico? Considerar recursos turísticos y/o atractivos ancla relacionados a la localidad.
- ▲ ¿La localidad se encuentra vinculado a un destino turístico a nivel nacional o regional? ¿Cuál es dicho destino?
- ▲ ¿Cuál es el rol de la localidad en la actividad turística (ciudad emisora, ciudad soporte, posee el atractivo ancla de un destino, etc.) a nivel regional?
- ▲ ¿Actualmente la localidad forma parte de la comercialización de algún producto turístico?
- ▲ ¿Cuáles son las principales razones por las cuales la localidad tiene posibilidades para desarrollar el turismo como actividad dinamizadora de la economía local?

## 1.2 ANÁLISIS GENERAL DEL ENTORNO

El análisis general del territorio permite contar con información integral del panorama en el que se desarrolla la actividad turística, el cual implica diferentes realidades (urbano, urbano- rural y rural) e influye de forma directa en el disfrute y la experiencia del visitante en un espacio.

### RESULTADO ESPERADO

- Conocer la situación actual del territorio y las capacidades de la localidad para determinar si existen condiciones mínimas y oportunidades de intervención para el desarrollo de la actividad turística.

El equipo técnico deberá describir el territorio considerando los principales campos de interés, su relación e influencia con la actividad turística en el marco del destino al que se articula la localidad. Es importante enfatizar la descripción de las zonas o espacios con movimiento turístico.



¿DÓNDE PUEDO CONSEGUIR LA INFORMACIÓN?

- Gobierno regional y provincial: planes de desarrollo concertado regional, provincial y distrital, así como de otros sectores.
- Portal web del Ministerio de Cultura, MTC, MVCS, MINSA, MIMP, MINEDU, MEF, MINCETUR, MIDIS, MINTRA, MINAGRI, PRODUCE, MINAM así como del INEI.

CAMPOS DE INTERÉS	DESCRIPCIÓN
1.2.1. Delimitación geográfica	Describir la ubicación considerando la región, la provincia y el distrito, es preferible también usar mapas. Indicar el/los destino(s) turístico(s) al que pertenece o está vinculado.
1.2.2. Accesibilidad	Identificar las principales ciudades emisoras de turistas. Considerar el medio y tipo de transporte que usan los turistas para trasladarse a la localidad, la distancia en tiempo y kilómetros, tipo de carretera y estado de conservación.
1.2.3. Infraestructura	Considerar las condiciones de base para el desarrollo de la actividad turística: agua, alcantarillado, electricidad, telefonía, internet, infraestructura de salud (hospitales, postas, clínicas, otros), infraestructura de seguridad (comisarias, serenazgo, videovigilancia, otros) y terminales terrestres. Además, vías internas, tránsito y señalización vial en el distrito.
1.2.4. Aspecto territorial	Revisar los planes de desarrollo urbano, zonificación, territorio urbano y rural, saneamiento físico legal, ordenamiento territorial y ornato urbano.
1.2.5. Aspecto social	Configuración de la población: población estimada, género, número, densidad poblacional, PEA, desnutrición crónica, alfabetismo y pobreza. Educación: número de instituciones educativas de formación técnica y/o universitaria en turismo.
1.2.6. Aspecto cultural	Breve descripción histórica del territorio, patrimonio material e inmaterial, actividades culturales, costumbres, pueblos originarios e indígenas.
1.2.7. Aspecto económico	Describir las principales actividades económicas que se desarrollan en la localidad (ej.: agricultura, ganadería, minería, pesca, explotación forestal, industria, comercio, turismo, etc.). Existencia del servicio de banca y finanzas, dinámica de la economía local, así como el abastecimiento de productos de primera necesidad.
1.2.8. Aspecto ambiental	Detallar aspectos como limpieza pública, manejo de residuos sólidos, acciones e iniciativas de gestión, conservación y sostenibilidad medio ambiental, áreas de conservación natural (ANP, ACR, ACP, ACM) y zonas vulnerables a desastres naturales.
1.2.9. Político e institucional	Recoger y realizar un análisis de documentos de planificación y gestión a nivel regional y local que se encuentren relacionados al desarrollo de la actividad turística. Identificar la recaudación distrital y porcentaje de avance del presupuesto asignado a turismo a través del Programa Institucional de Apertura - PIA y Programa Institucional Modificado - PIM. Evaluar la voluntad política del gobierno local con énfasis en el desarrollo de la actividad turística. Analizar la capacidad del gobierno local para las coordinaciones interinstitucionales con los organismos o actores clave en la actividad turística.

Fuente: Mincetur

1.2.10. Problemática más resaltante

Luego de revisar y analizar la información del territorio, se deben identificar las principales necesidades de intervención que permitan el mejor desarrollo de la actividad turística.

Para ello, se elaborará un listado de las intervenciones de acuerdo con su nivel de prioridad.

CUADRO 1. PROBLEMÁTICA DEL TERRITORIO

N.º	Principales necesidades priorizadas
1	
2	
3	

Fuente: Mincetur



Identificar como máximo 10 necesidades de intervención



1.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA TURÍSTICA

El análisis de la oferta turística implica identificar y analizar los elementos dentro del territorio que conforman la actividad turística (zonas de influencia turística, recursos y atractivos turísticos, servicios turísticos y las inversiones vinculadas al sector).

RESULTADO ESPERADO

- Contar con una descripción y análisis relacionado a los recursos, servicios y productos ofrecidos por la localidad para el desarrollo de la actividad turística.
- Reconocer el principal motivador de visitas a la localidad.
- Identificar las oportunidades de intervención para el desarrollo de la oferta turística.

1.3.1. Delimitación del espacio turístico

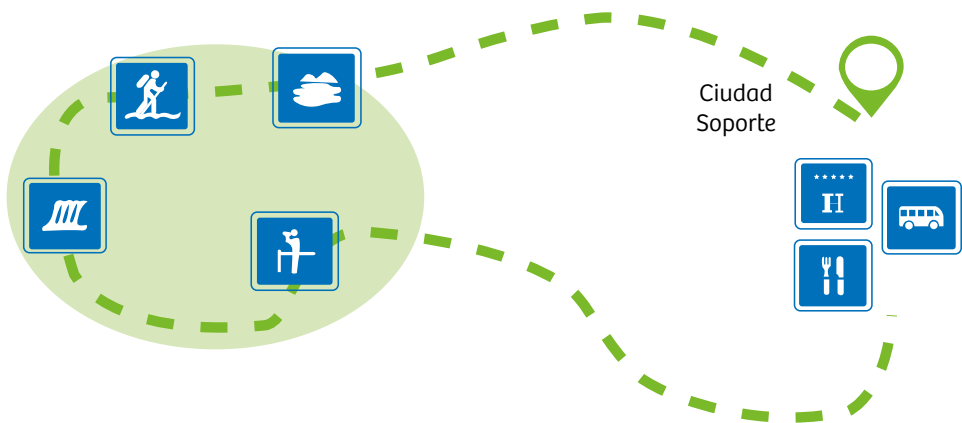
Identificar los elementos que conforman la oferta turística y determinar los principales flujos turísticos en la localidad considerando el rol que cumple en el destino turístico. Para ello se puede considerar elaborar un gráfico, teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

1. Principales recursos o atractivos materiales e inmateriales que generan la movilización de visitantes, así como recursos o atractivos complementarios.
2. Características de los recursos y atractivos más frecuentados por los visitantes y la motivación principal de visita.
3. Espacios o locaciones que concentran mayor número de visitantes considerado como zona de influencia turística, pudiendo ubicarse en la localidad o región en el marco del destino turístico.
4. Servicios turísticos como alojamientos, alimentos y bebidas, agencias de viajes y tour operadores que movilizan mayor número de visitantes a la localidad.
5. Guías oficiales u orientadores turísticos locales especializados por segmentos de la demanda (p. ej.: escolares, familias, adulto mayor, entre otros) o temáticos (p. ej.: cultural, natural, deportes, entre otros).
6. Artesanos y/o asociaciones productoras que forman parte de un recorrido turístico o son proveedoras de productos/servicios artesanales.



- 7. Empresas proveedoras de servicios turísticos complementarios más contratados por los visitantes y/o especializados, como: paseo a caballo, alquileres de botes, participación en fincas cafetaleras, canopy, visita a talleres artesanales, entre otros.
- 8. Empresas de transporte más utilizadas por los turistas para trasladarse.
- 9. Identificar las inversiones públicas o privadas vinculadas a la actividad turística en la localidad.

**GRÁFICO 1.**  
DELIMITACIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO



Fuente: Mincetur

**1.3.2. Situación de los recursos y atractivos turísticos**

Describir y evaluar la situación actual de los recursos y atractivos turísticos ubicados en el la localidad, considerando que entre ellos existe uno principal que motiva el desplazamiento hacia la localidad.

Para ello se debe considerar la siguiente información:

<b>Recursos y atractivos turísticos</b>	Nombre del atractivo/recurso, clasificación, descripción concreta sobre el estado de conservación, afluencia de visitantes (cantidad y procedencia), temporalidad (registro de visitantes por meses), registro en el inventario turístico y atributo principal.  Además, considerar el cobro por ingreso, horarios de atención, el gestor responsable a cargo como otros de interés del atractivo/recurso.
---	--

Fuente: Mincetur



**¿DÓNDE PUEDO CONSEGUIR LA INFORMACIÓN?**

- Inventario Nacional de Recursos Turísticos – MINCETUR y DIRCETUR.
- Portal web de páginas de viajeros y turismo.

### 1.3.3. Situación de los servicios turísticos e inversiones en la localidad

Describir y evaluar la situación actual de los servicios turísticos y las inversiones en la localidad para lograr identificar las principales necesidades relacionadas a ellos. Además, considerar la existencia de gremios locales relacionados al turismo.

Se debe recopilar información primaria (encuestas y entrevistas) y secundarias (investigaciones, data oficial, entre otros) relacionada a los servicios turísticos e inversiones que la localidad ofrece considerando cantidad, capacidad ofertada, formalización, calidad, procesos de capacitación donde los emprendedores/empresarios han participado, existencia de asociatividad, balance de la apertura y cierre de negocios del rubro, grado de instrucción de los emprendedores/empresarios y personal que labora en los servicios, grado de rotación de personal, características de la infraestructura de los establecimientos/servicios e inversiones de difusión, publicidad y alianzas que realicen los empresarios para contar con mayor número de clientes.

Se recomienda realizar clave a líderes y/o profesionales en turismo en su localidad/región, conocedores de la realidad turística que le permitirá considerar una opinión técnica y objetiva.

#### ¿DÓNDE PUEDO CONSEGUIR LA INFORMACIÓN?



- Data de establecimientos de hospedaje, restaurantes, agencias de viaje, guías y/o servicios de canotaje: MINCETUR (Registro Nacional de Establecimientos), PromPerú (¿Y tú qué planes?), Dircetur (base de datos de establecimientos, clasificación y categorización), directorio de SUNAT, INEI, gremios turísticos, municipalidad (área de turismo, comercialización u otorgamientos de licencias).
- Otros: páginas como Tripadvisor, Booking, Facebook, entre otras, que puedan brindar datos como servicios, lugares de visita y opiniones de la localidad turística.

Para ello se debe considerar la siguiente información:

A. Situación de los servicios turísticos	
• Establecimientos de alojamiento	Realizar un breve análisis de los servicios y describir el cuadro correspondiente considerando el número total de establecimiento de hospedaje por clase y categoría, número total de habitaciones, número total de camas y formalidad. Según el caso, considerar la calidad y capacidad de alojamiento de los campamentos y casas de hospedaje.
• Alimentos y bebidas	Realizar un breve análisis de los servicios y describir el cuadro correspondiente considerando el número total de establecimientos de alimentos y bebidas, número total de mesas, sillas y formalidad. Según el caso, considerar las unidades de negocio en el comercio ambulatorio como: venta de panes, dulces y potajes locales.
• Agencias de viajes u operadores de turismo	Realizar un breve análisis de los servicios y describir el cuadro correspondiente considerando: 1. En la localidad, el número total de agencias de viajes, operadores de viajes, público objetivo, tipo de productos turísticos comercializados (cultura, aventura, naturaleza, personalizado, educativo) y formalidad. 2. Fuera de la localidad/zona soporte, el número de las principales agencias de viajes y operadores de turismo que envían turistas a la localidad, público objetivo, tipo de productos turísticos comercializados (cultura, aventura, naturaleza, personalizado, educativo) y formalidad.
• Guías oficiales y orientadores turísticos locales	Realizar un breve análisis de los servicios que brindan y describir el cuadro correspondiente considerando el número total de guías, formalidad y nivel de organización.
• Artesanía y souvenir	Realizar un breve análisis de la actividad artesanal y describir el cuadro correspondiente, considerando la línea artesanal, número de artesanos y/o talleres, asociaciones, tipo de productos, volumen de ventas, formalidad. Acompañarlo con una breve descripción de la comercialización, existencia de centros de artesanía y/o tiendas de demostración y venta real, donde también se expende souvenir de la localidad. Además de ello, considerar si el distrito cuenta con amautas de la artesanía peruana.
• Productos emblemáticos agrícolas	Productos agrícolas reconocidos a nivel local y/o en condiciones de posicionarse y articularse al mercado turístico, con desarrollo real o potencial de productos derivados o usos diversos en alimentos y bebidas, cosméticas, salud, entre otros. Con alto valor económico y social a nivel de la población y con capacidad de desarrollo. Algunos ejemplos chirimoya, papa, café tostado, chocolates de cacao, dulces, miel, queso, carnes, anís, licores, macerados, hiervas, aceites, entre otros.
• Servicios turísticos complementarios	Realizar un breve análisis de los servicios y describir el cuadro correspondiente, considerando el tipo de servicio, número de proveedores/empresas que ofrecen el servicio, características del servicio y formalidad (p. ej., canotaje, paseos a caballo, canopy, avistamiento de ballenas, espectáculos de música y danzas, visita a planta de procesamiento de quesos, entre otros).
• Transporte hacia la localidad	Realizar un breve análisis del servicio y describir el cuadro correspondiente, considerando el nombre del transporte, capacidad de pasajeros, frecuencia y formalidad (RUC y Licencia de funcionamiento).

Fuente: Mincetur

B. Situación de la inversión en la localidad
Identificar proyectos vinculados al turismo, públicos y privados dentro de la localidad, considerando la función, monto en nuevos soles, nivel de gobierno o entidad/empresa que lo ejecuta.

Fuente: Mincetur

El equipo técnico deberá realizar talleres de trabajo, entrevistas y/o reuniones con actores públicos y privados locales, relacionados a la actividad turística, con la finalidad de socializar y validar las necesidades de interés y oportunidades identificadas relacionadas al turismo sostenible para el desarrollo local.

1.3.4. Problemática más resaltante de la oferta turística

Luego de recoger y analizar la información de cada elemento de la oferta turística, se deben identificar las principales necesidades de intervención en función a la problemática que presenta cada caso.

Para ello, se debe elaborar un listado de las intervenciones de acuerdo a su nivel de prioridad.

CUADRO 2. PROBLEMÁTICA DEL TERRITORIO

N.º	Principales necesidades priorizadas
1	
2	
3	

Fuente: Mincetur



Identificar como máximo 10 necesidades de intervención



1.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

El análisis de la demanda turística implica analizar las características de los visitantes y establecer los perfiles de la demanda, los cuales permitirán sustentar la orientación de las intervenciones a realizar para el desarrollo de la actividad turística.

RESULTADO ESPERADO

- Conocer el flujo de visitantes (¿cuántos llegan a la localidad?).
- Conocer los perfiles del turista que más visitan la localidad (¿quiénes llegan a la localidad y cómo se comportan?).
- Conocer los lugares más visitados por los turistas.
- Registrar la estancia promedio (días, mediodía, horas), el gasto promedio y su composición, la estacionalidad de las visitas (temporada alta y baja) y los eventos especiales.
- Conocer el comportamiento de los diferentes perfiles y la tendencia de la demanda.
- Contar con información precisa y real sobre la demanda a fin de orientar los objetivos y tomar decisiones sobre la priorización (¿cuál de los perfiles de la demanda identificados es de interés para atraer a la localidad?) y el enfoque de intervenciones que se detallarán en el plan de trabajo.

1.4.1. Llegadas y estadística de la demanda

El análisis de la demanda implica la revisión de todas las fuentes de información primaria y/o secundaria sobre llegadas y estadísticas de visitantes a la localidad, su estacionalidad y la tendencia en los últimos cinco años como mínimo.

La revisión y recojo de información permite tener un panorama de la demanda a nivel nacional y regional, dicha información sirve como referencia para delinear las características de la demanda que llega a la localidad.

Los diferentes factores a considerar en la búsqueda y recojo de información se detallan a continuación:

1. Afluencia de visitantes: arribos, pernoctaciones, ingreso al atractivo y/o n° de visitas.
2. Aspectos relacionados a la visita turística a la localidad, lugares visitados, grupo de viaje, transporte utilizado, motivación principal de viaje, actividades realizadas en la localidad, contratación de servicios u operadores locales de turismo, nivel de satisfacción en el distrito, entre otros.

#### ¿DÓNDE PUEDO CONSEGUIR LA INFORMACIÓN?

- PromPerú: perfiles de vacacionistas que visitan las regiones, perfil del vacacionista nacional, perfil del turista extranjero, segmento familias, vacacionista universitarios, millennial, fiestas religiosas, entre otros.
- Municipalidad y/o Dircetur: data del flujo de visitante, arribos, ocupabilidad, permanencia, procedencia, motivaciones, además de folletería y/o mapas, que muestran atractivos o circuitos turísticos ofertados en la localidad.
- Centros de estudios y/o ONG, que han realizado estudios de demanda, satisfacción u otro de interés de la demanda.
- Otras fuentes posibles que cuente con registro y número de visitantes: museos, áreas naturales protegidas, conteo de ingresos en atractivos turísticos realizado por el sector público, privado y/o asociaciones comunales.



#### HERRAMIENTA DE APOYO

Se recomienda validar y complementar la información con actores claves a través de entrevistas con prestadores de servicios turísticos, los cuales tienen contacto directo con la demanda y proveen de información determinante sobre sus expectativas y percepciones.

#### 1.4.2. Perfiles del visitante

Determinar el o los perfiles de visitantes que llegan a la localidad considerando sus características sociodemográficas y económicas para así establecer cuáles son los públicos reales y potenciales a los que la oferta debe estar dirigida.

Tomar como referencia la información secundaria recogida, con el objetivo de elaborar y aplicar encuestas adaptadas al tipo de visitante (turista extranjero, excursionista, vacacionista nacional, regional o local) para su posterior tabulación, sistematización y análisis.

La encuesta permitirá corroborar la información secundaria y enriquecer la información cualitativa sobre los visitantes.

Para ello se debe considerar lo siguiente:

1. Aspectos sociodemográficos: procedencia, edad, sexo, estado civil, nivel educativo, etc.
2. Aspectos económicos: ocupación/profesión, niveles de ingresos, gasto estimado en el destino según rubro (alojamiento, alimentos y bebidas, compras, transporte).
3. Aspectos relacionados a la visita turística a la localidad: lugares visitados, grupo de viaje, transporte utilizado, motivación principal de viaje, actividades realizadas en la localidad, contratación de servicios u operadores locales de turismo, nivel de satisfacción en la localidad, entre otros.

RECOMENDACIÓN

Se recomienda aplicar la encuesta en los servicios turísticos más solicitados por los visitantes, los recursos y/o atractivos más visitados, puntos de llegada o salida de pasajeros terrestres/aéreos, terminales terrestres y puntos de información turística.

Toda la información recopilada tanto de fuentes primarias como secundarias es valiosa y permitirá realizar un mejor análisis de la demanda turística.

1.4.3. Priorización de la demanda turística

La información recogida a través de fuentes primarias (encuestas de demanda y entrevistas a actores involucrados en la actividad turística) y secundarias (estadísticas de arribos, n° de ingresos a atractivos) se debe consolidar y priorizar para determinar los perfiles de la demanda de la localidad, organizándolos “de mayor a menor” según el número de visitas o el porcentaje aproximado de participación de la demanda en la localidad, es decir, aquellos que transitan o se movilizan con frecuencia por la zona.

CUADRO 3. PRIORIZACIÓN DE LA DEMANDA

Perfil	Motivación	Procedencia	Recurso atractivo y/o visitado	Perfil demográfico	Perfil psicográfico	Gasto promedio

Fuente: Mincetur

1.4.4. Problemática más resaltante de la demanda turística

Luego del recojo de información, tabulaciones, análisis y priorización de los perfiles del visitante, se deben identificar las principales necesidades de intervención en función a las necesidades y expectativas insatisfechas.

Para ello, se debe elaborar un listado de las intervenciones de acuerdo con su nivel de prioridad.

CUADRO 4. PROBLEMÁTICA DEL TERRITORIO

N.º	Principales necesidades priorizadas
1	
2	
3	

Fuente: Mincetur



Identificar como máximo 10 necesidades de intervención



# 1.5 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

El análisis de la competencia permite a cada localidad compararse con otras de su entorno que posean una oferta y demanda similar, ello en el marco del destino(s) al que se encuentra articulado(s), permitiendo establecer estrategias a futuro que posibilite tener oportunidades de mejora para ser más competitivos.

## RESULTADO ESPERADO

- Identificar y comparar la localidad con sus dos (2) principales competidores, similares en atributo o atractivo ancla; así como la calidad y condiciones de la oferta turística.
- Identificar cómo la localidad podría superar o complementar a los otros distritos que representan su competencia.

### 1.5.1. Identificación de la competencia

Identificar los dos (2) principales competidores de la localidad o distrito considerando que éstos deben ser lugares cercanos que posean características similares en cuanto a:

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

Una vez identificados los principales competidores se realiza una comparación a criterio de los técnicos, que permita establecer una calificación a través de factores, los cuales van a permitir evidenciar las necesidades de mejora, repotenciación o fortalecimiento para convertir a la localidad en uno más competitivo con relación a sus competidores directos.

CUADRO 5. IDENTIFICACIÓN DE LA COMPETENCIA

Factores	Localidad	Distrito competidor A	Distrito competidor B
Detallar el atractivo ancla <sup>1</sup>			
Participación en el mercado por número de turistas <sup>2</sup>	Ciudad Emisora: N.º de visitantes:	Ciudad Emisora: N.º de visitantes:	Ciudad Emisora: N.º de visitantes:
Conectividad <sup>3</sup>			
Calificación del recurso humano en turismo <sup>4</sup>			
Presencia del sector privado: equipamiento y servicios turísticos <sup>5</sup>			
Posicionamiento en el mercado turístico <sup>6</sup>			
Abastecimiento de servicios e infraestructura básica <sup>7</sup>			
TOTAL			

Fuente: Mincetur

(1) Detallar cuál es el atractivo ancla a fin de aplicar el análisis comparativo.  
(2) Indicar la procedencia de la demanda y el valor que le corresponde según el número de visitantes que recibe la localidad. Donde 5 corresponde al mayor valor: 1 muy bajo, 2 bajo, 3 regular, 4 alto y 5 muy alto.  
(3) Indicar el valor que le corresponde considerando el estado de las vías de acceso, señalización y las horas de viaje desde el lugar de origen de la demanda. Donde 5 corresponde al mejor puntaje: 1 deficiente, 2 mala, 3 regular, 4 buena y 5 excelente.  
(4) Indicar el valor que le corresponde considerando la calidad del recurso humano a nivel local: cualificación (profesionalismo, cualidades técnicas y habilidades) e involucramiento (vocación de servicio). Donde 5 corresponde al mejor puntaje: 1 deficiente, 2 mala, 3 regular, 4 buena y 5 excelente.  
(5) Indicar el valor que le corresponde considerando la existencia de un conjunto de servicios y equipamiento turístico desarrollado por el sector privado, en el que la experiencia turística en la localidad sea positiva. Donde 5 corresponde al mayor puntaje: 1 muy bajo, 2 bajo, 3 regular, 4 alto y 5 muy alto.  
(6) Indicar el valor que le corresponde considerando el posicionamiento de la localidad a través de la comercialización por operadores de turismo/agencias de viajes, o del conocimiento que el mercado turístico tiene con respecto a la localidad. Donde 5 corresponde al mayor puntaje: 1 muy bajo, 2 bajo, 3 regular, 4 alto y 5 muy alto.  
(7) Indicar el valor que le corresponde considerando la existencia y calidad en el abastecimiento de servicios básicos. Donde 5 corresponde al mejor puntaje: 1 deficiente, 2 mala, 3 regular, 4 buena y 5 excelente.



1.5.2. Propuestas para mejorar la competitividad en turismo en la localidad

Utilizando la información del análisis de la competencia, se establecen propuestas de mejora de la competitividad turística en la localidad, estas representan una oportunidad de intervención:

CUADRO 6. PROPUESTAS DE MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

Factores	Propuesta de mejora
Atractivo ancla	
Participación en el mercado por número de turistas	
Conectividad	
Calificación del recurso humano en turismo	
Presencia del sector privado: equipamiento y servicios turísticos	
Posicionamiento en el mercado turístico	
Abastecimiento de servicios e infraestructura básica	

Fuente: Mincetur

1.6 ANÁLISIS DEL SISTEMA O CADENA DE VALOR DEL TURISMO EN LA LOCALIDAD

La cadena o sistema de valor del turismo reúne diferentes elementos que han sido identificados y analizados en los ítems anteriores, permite observar de manera secuencial y ordenada la forma en la que se consumen o interrelacionan los servicios turísticos principales y complementarios, así como los atractivos turísticos de la localidad. Además, expresan objetivamente las diferentes formas de como las localidades, destinos o productos son comercializados por los operadores de turismo articulados a proveedores, empresas y emprendimientos que se ofrecen al consumidor.

RESULTADO ESPERADO

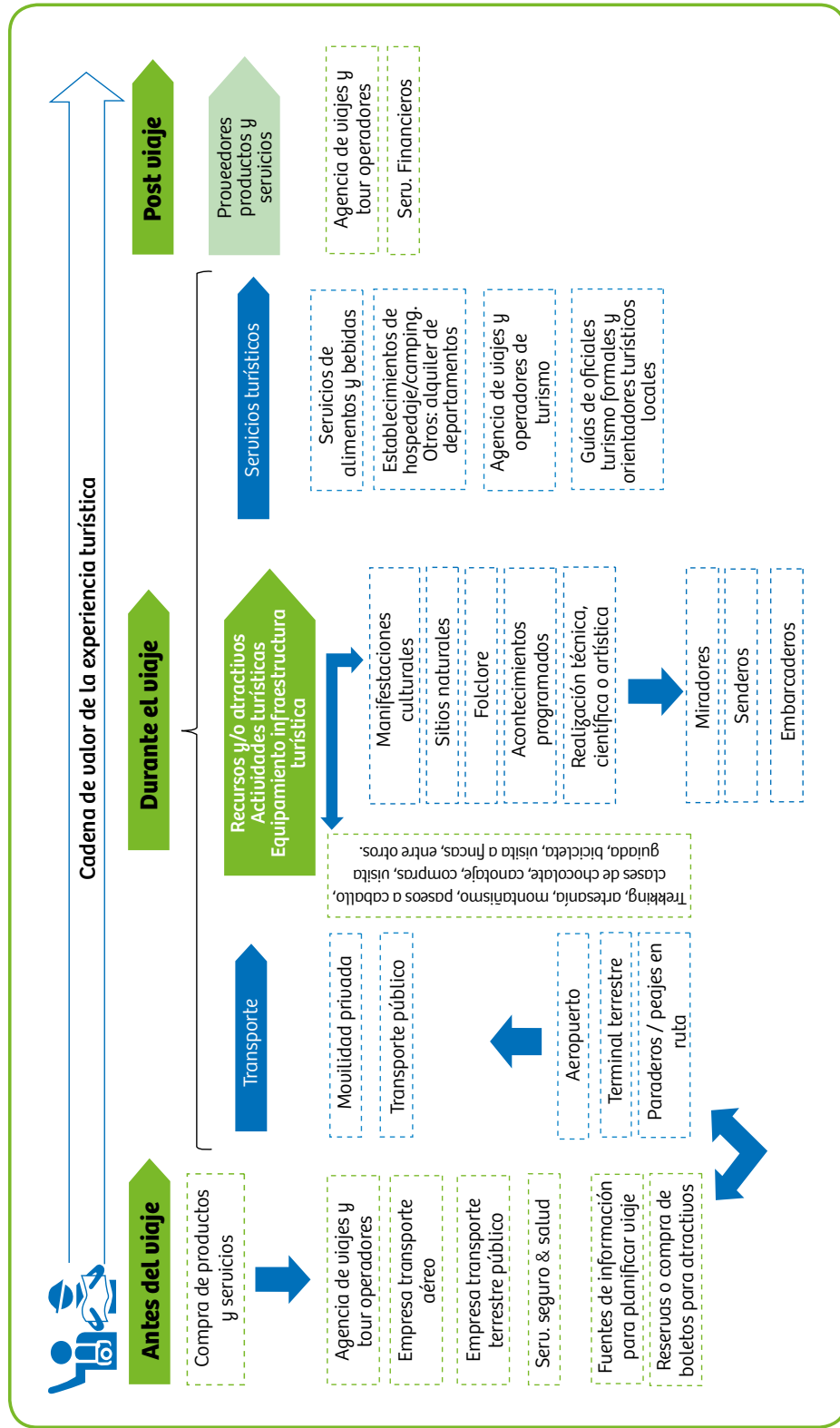
- Identificar las diferentes formas de consumir el turismo en la localidad (productos turísticos comercializados o recorridos realizados de manera independiente por los visitantes).
- Comprender el funcionamiento de la cadena de valor del turismo en la localidad.
- Comprender el rol y la importancia de cada gestor o empresario.
- Identificar las actividades/empresas/atractivos que son puntos clave en el turismo, y que sin ellos no se lograría una experiencia turística positiva.
- Identificar el grado de colaboración e interdependencia (eslabones) entre las diferentes actividades/empresas/atractivos.

La cadena de valor del turismo abarca tres momentos o periodos diferentes: antes del viaje, durante el viaje y post viaje, cada uno de ellos se componen por servicios vinculados de manera directa<sup>1</sup> o indirecta<sup>2</sup> al visitante. Es necesario revisar la información recogida anteriormente para elaborar un gráfico que represente el recorrido que el visitante realiza desde el momento de la decisión de viaje (con o sin contratación de intermediarios u operadores de turismo), identificando y detallando los atractivos, productos o servicios<sup>3</sup> consumidos por los visitantes y de qué manera los consume.

<sup>1</sup> Servicios vinculados directamente al visitante: aquellos imprescindibles para el disfrute de la visita como los recursos o atractivos, el operador de turismo, el transporte, el alojamiento, los restaurantes e información turística, entre otros.  
<sup>2</sup> Servicios vinculados indirectamente: Proveedores de insumos, productores, comerciantes, entre otros.  
<sup>3</sup> Factores clave para el disfrute de la experiencia en la localidad.

**GRÁFICO 2.**

EJEMPLO DE CADENA DE VALOR DEL TURISMO



Fuente: Mincetur

Es importante recordar el destino turístico al que la localidad se encuentra articulado, de manera que, en comparación con las demás localidades que conforman el destino, se evidencie su importancia y la función que cumple (ciudad soporte, proveedora de insumos, ciudad de paso, zona de influencia turística). En ese sentido, la localidad puede tener una posición dentro de la cadena de valor del destino regional o nacional y jugar un rol de facilitación o soporte dentro de la misma.

# 1.7 DETERMINACIÓN DE LAS VARIABLES ESTRATÉGICAS

El análisis de las variables estratégicas permite identificar los puntos claves que condicionan el desarrollo de la actividad turística que se han logrado determinar en el análisis general del territorio, oferta y demanda turística. A partir de estas variables se podrán determinar los actores directa e indirectamente relacionados, establecer los objetivos, estrategias y acciones del Plan de Desarrollo Turístico Local.

## RESULTADO ESPERADO

- Identificar y organizar las necesidades y oportunidades para elaborar el modelo de gestión turístico por componentes.
- Determinar las variables que condicionan el desarrollo de la actividad turística.

### 1.7.1. Organización de subtemas en componentes

Organizar, situar y trasladar las necesidades y oportunidades de intervención determinadas en el análisis general del territorio, oferta y demanda turística de acuerdo **al modelo de gestión del turismo sostenible para el desarrollo local**; es decir cada una de las necesidades y oportunidades deben ser ubicadas en alguno de los cuatro (4) componentes , como se muestra en el siguiente cuadro:

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

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

\*Agregar el número de filas necesarias para la identificación de subtemas.  
Fuente: Mincetur

### IMPORTANTE

El modelo de gestión del turismo sostenible para el desarrollo local se encuentra alineado al PENTUR al 2025, por ello cada sub tema debe estar ubicado en uno de sus cuatro (4) componentes:

1. Gestión y planificación local, vinculada con el pilar de Institucionalidad y Facilitación Turística.
2. Acondicionamiento territorial uínculado al pilar de Consolidadción de la Oferta.
3. Desarrollo de productos y servicios, uínculado al pilar de Diversificación y Consolidación de la Oferta.
4. Posicionamiento y articulación comercial, uínculado al pilar de Diversificación y Consolidación de Mercados. Así mismo, debe guardar relación con su respectivo PDC y PERTUR de ser el caso.

Se sugiere revisar el PENTUR, en el siguiente link: [http://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/documentos/PENTUR/PENTUR\\_Final\\_JULIO2016.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/documentos/PENTUR/PENTUR_Final_JULIO2016.pdf)

### 1.7.2. Formulación de variables estratégicas

Tomando como base el **modelo de gestión del turismo sostenible para el desarrollo local** previamente construido; se redactan y definen las variables considerando que cada subtema refleja una variable se debe asignar una condición de cambio, así como un sujeto/objeto al cual se hace referencia.

Contamos con la siguiente fórmula para este desarrollo:

$$\text{CONDICIÓN} + \text{SUJETO/OBJETO} = \text{VARIABLE}$$

**CUADRO 8. CONSTRUCCIÓN DE LAS VARIABLES ESTRATÉGICAS**

Subtema	Condición de cambio <sup>1</sup>	Sujeto / Objeto <sup>2</sup>	Variables
Poco presupuesto para actividades de turismo	Asignación	Presupuesto	Asignación de presupuesto para actividades de turismo
Atractivos turísticos no están preparados para la visita de turistas	Puesta en valor	Atractivos turísticos	Puesta en valor de los atractivos turísticos para la visita de turistas
Señalización de la carretera hacia el distrito se encuentra deteriorada	Señalización	Carretera	Señalización de la carretera para llegar al distrito
Demasiada rotación de personal en la oficina de turismo	Rotación	Personal del turismo	Rotación del personal en la oficina de turismo
Los prestadores de alimentos y alojamiento atienden mal	Servicio	Prestadores de alimentos y alojamiento	Servicio de alimentos y alojamiento de la localidad
Pocos turistas en mi localidad	Presencia	turistas	Presencia de turistas en mi localidad
...			

Fuente: Mincetur

- (1) Condición de cambio. Calidad, característica, atributo, desempeño, actitud, entre otros, inherentes al sujeto sobre quien se desea incidir y que es fundamental para el desarrollo.
- (2) Sujeto. Es el ciudadano, los individuos, conjunto de personas, colectivos u organizaciones o el entorno sobre el que se desea lograr cambios.

Una vez construidas las variables es necesario definirlas para comprender el alcance y naturaleza de cada una. Esto evitará la duplicidad de variables y permitirá manejar los mismos conceptos. Cada variable se debe expresar de manera clara.

CUADRO 9. DEFINICIÓN DE LAS VARIABLES

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

Fuente: Mincetur

## 1.8 MAPEO DE ACTORES DEL TURISMO

El mapeo de actores relacionados al desarrollo de la actividad turística dentro del territorio sugiere identificar a aquellos que pueden influenciar la actividad dentro de la localidad de manera positiva o negativa. Por ello, este ejercicio es fundamental porque ayuda a establecer alianzas estratégicas y coordinaciones para ejecutar el Plan de Desarrollo Turístico Local.

### RESULTADO ESPERADO

- Identificar y caracterizar los actores relacionados a la actividad turística en la localidad.
- Determinar la influencia de los actores sobre las variables identificadas.

#### 1.8.1. Identificación de actores

Identificar los actores que se encuentran vinculados directa o indirectamente (autoridades, entidades públicas o privadas, gremios y asociaciones, etc.) con la actividad turística en el territorio, analizando las funciones de cada uno para definir sus competencias y la relación ideal e intereses de los mismos para lograr un adecuado desarrollo de la actividad turística.

CUADRO 10. IDENTIFICACIÓN DE ACTORES

	Nombre	Funciones	Interés <sup>1</sup>	Relación ideal <sup>2</sup>
Público	Municipalidad			
	Gobierno Regional			
Privado	Asociación de artesanos			
	Gremio de hoteleros			
Sociedad civil	Centros de formación en turismo			
	ONG			

Fuente: Mincetur

(1) ¿Cuál es el interés del actor con relación a la actividad turística? ¿Cómo se comporta? ¿Cuáles han sido los principales logros?  
(2) Es el comportamiento del actor de manera positiva con respecto al desarrollo de la actividad. Es la situación ideal.

1.8.2. Relación de los actores con las variables estratégicas del territorio

Tomando las variables identificadas se debe determinar aquellos actores que influyen directa o indirectamente en la ejecución de cada una de ellas. Para ello se debe realizar un breve análisis permitiendo ubicar cada actor en una o más variables.

CUADRO 11. INFLUENCIA DE LAS VARIABLES

Influencia sobre la variable		
Actores que influyen directamente	Variable estratégica	Actores que influyen indirectamente
Municipalidad	Asignación de presupuesto para actividades de turismo	Cámara de turismo Asociación de artesanos
Sector Privado Dircecur	Puesta en valor de los atractivos turísticos para la visita de turistas	Municipalidad Cámara de turismo
Provias	Señalización de la carretera para llegar a la localidad	Municipalidad Población local
Municipalidad	Rotación del personal en la oficina de turismo	Cámara de turismo Asociación de artesanos ONG
Sector privado	Servicio de alimentos y alojamiento de la localidad	Municipalidad
Municipalidad	Presencia de turistas en mi localidad Sector privado	Prestadores de servicios turísticos Cámara de turismo Asociación de artesanos
...	...	...

Fuente: Mincetur

1.9 VOCACIÓN TURÍSTICA DE LA LOCALIDAD

La vocación turística son las características y potencialidades económicas, sociales, culturales y ambientales que deben ser tomadas en cuenta por un destino para generar un aprovechamiento óptimo del territorio, así como la disposición del mismo para desarrollar la actividad turística de manera sostenible, además se debe considerar la capacidad de atracción de la localidad para movilizar segmentos de la demanda y el involucramiento del gobierno local para generar impactos positivos y mejoras en beneficio de la población considerando las condiciones actuales y potenciales de la actividad turística frente a otras actividades económicas que se desarrollan en la localidad.

RESULTADO ESPERADO

- Determinar la vocación turística de la localidad analizando los impactos de la actividad turística frente a otras actividades que se desarrollan en la localidad.
- Determinar si la localidad cuenta con condiciones básicas (infraestructura y mercado) para el desarrollo de la actividad turística.
- Determinar el objetivo del gobierno local para involucrarse en la planificación y gestión local para el desarrollo del turismo.

Revisando la información recogida en esta etapa de diagnóstico, se debe identificar y analizar las razones por las que la localidad tiene vocación turística considerando el rol de la localidad para el desarrollo turístico, así como los impactos positivos o negativos que surgen a partir de la actividad turística en la localidad frente a otras actividades económicas, para ello se deben responder las siguientes preguntas:

- ▲ ¿La actividad turística frente a otras actividades representa una oportunidad de desarrollo económico y/o social?
- ▲ ¿Qué impactos (positivos o negativos) genera/generaría la actividad turística en la localidad?
- ▲ ¿Qué impactos (positivos o negativos) genera la actividad turística en la población a través de la valoración de los activos sociales, culturales, ambientales?
- ▲ ¿Los atractivos o recursos de mi distrito generan la movilización de visitantes a mi localidad?
- ▲ ¿La demanda que recibe mi localidad es representativa para dinamizar la economía local? ¿Puede mejorar?
- ▲ ¿La actividad turística mejora/mejoraría la competitividad de la localidad a través de inversiones privadas?
- ▲ ¿Cuál es el perfil del visitante al que está dirigido?
- ▲ ¿Cuál es el rol de la actividad turística?

## PASO 2: ENVIAR EL DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL

Las municipalidades deberán enviar vía correo electrónico el documento desarrollado del diagnóstico del Plan de Desarrollo Turístico Local de su localidad para su revisión.

## MEDIO DE VERIFICACIÓN

Para verificar el cumplimiento de la Actividad 4 de la meta 38, las municipalidades deberán enviar por correo electrónico la siguiente información:

- Documento en versión PDF, que contenga el desarrollo del diagnóstico del Plan de Desarrollo Turístico Local.
- Documentos sustentatorios en versión PDF como fichas de inventario, fichas de planta turística, directorios, base de datos, encuestas, entrevistas, matrices de sistematización de la demanda y oferta, fotografías, entre otros que respalde el desarrollo de la presente etapa.

El correo electrónico debe ser enviado a [meta38@mincetur.gob.pe](mailto:meta38@mincetur.gob.pe) con el siguiente asunto:  
**REGIÓN - PROVINCIA - DISTRITO - Actividad 4 de la Meta 38**

**Plazo máximo para el cumplimiento de esta actividad es hasta el 30 JULIO DE 2017.**



## ACTIVIDAD

# 5

## DESARROLLO DE LA FASE II: ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL

Las municipalidades deben realizar el análisis estratégico del Plan de Desarrollo Turístico Local tomando como base el modelo de gestión del turismo sostenible para el desarrollo turístico con la finalidad de establecer un conjunto de objetivos y acciones que permitan contar con una ruta estratégica articulada a la visión y objetivos del Plan Estratégico Nacional de Turismo - PENTUR, Plan Estratégico Regional de Turismo - PERTUR y/o Plan Desarrollo Concertado - PDC del distrito/provincia/región, con ello se asegura brindar viabilidad y sostenibilidad al desarrollo de la actividad turística en la localidad.

### EL CUMPLIMIENTO DE ESTA ACTIVIDAD PERMITIRÁ OBTENER LOS SIGUIENTES RESULTADOS

- ▲ Determinar la estrategia más viable y sostenible para el desarrollo de la actividad turística en la localidad.
- ▲ 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).

### SOBRE EL ANALISIS ESTRATÉGICO DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL

La propuesta estratégica se elabora a partir de la información obtenida y analizada en la fase I: Diagnóstico, donde se logran identificar problemáticas que deben ser atendidas en la propuesta estratégica representadas en cada una de las variables identificadas.

Por otro lado, se podría identificar si la localidad cuenta con potencial turístico no aprovechado y, en este escenario, la propuesta estratégica deberá buscar promover su desarrollo.

Cualquiera de los casos debe ser analizado considerando las variables estratégicas identificadas, disposición política y disponibilidad de recursos económicos y humanos.



Fuente: Mincetur

Los pasos para el cumplimiento de esta actividad son los siguientes:

### PASO 1: DESARROLLAR EL ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL

El equipo técnico responsable de la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local deberá desarrollar los contenidos del análisis estratégico del Plan, de acuerdo al siguiente esquema:

Contenidos del Análisis Estratégico del Plan de Desarrollo Turístico Local (PDTL)

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 la localidad. 2.3.3. Misión del turismo en la localidad.	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

Fuente: Mincetur  
El resultado del análisis estratégico debe contener máximo 35 páginas.

## 2.1 PRIORIZACIÓN DE LAS VARIABLES ESTRATÉGICAS

En la presente etapa se realiza la priorización de las variables estratégicas identificadas en la fase de diagnóstico del Plan de Desarrollo Turístico Local. Estas variables representan los cambios que se esperan alcanzar en el distrito, población y entorno vinculados a la actividad turística.

### RESULTADO ESPERADO

- Priorizar las variables estratégicas a ser trabajadas en el Plan de Desarrollo Turístico Local.

Completar el cuadro de priorización de variables, para ello deberá de puntuar el grado de pertinencia, interés y marcar el plazo del presupuesto proyectado.  
Se considerará una variable estratégica priorizada únicamente cuando la pertinencia e interés posean un valor igual o mayor a cuatro (4) en la puntuación brindada.

CUADRO 12. PRIORIZACIÓN DE VARIABLES

N.º	Variables¹	Pertinencia²	Interés³	Presupuesto⁴			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 a la localidad	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 en mi localidad	5	4		x	x	Sí
	...	...					

Fuente: Mincetur

- (1) Son las variables identificadas a partir de la revisión del plan estratégico inmediato superior y del diagnóstico del Plan de Desarrollo Turístico Local, elaborado en la Actividad 4 de la presente guía.
- (2) Se entiende por pertinencia al grado de relación o vinculación que la variable tiene con el desarrollo de la actividad turística en el territorio, de acuerdo al análisis realizado, donde 1 representa la mínima pertinencia y 5 la máxima.
- (3) Se entiende por interés al grado de importancia y predisposición de la municipalidad por trabajar la variable, donde 1 representa el mínimo interés y 5 el máximo interés.
- (4) Indicar si la municipalidad cuenta o contaría con presupuesto para ejecutar la actividad a corto plazo (1 año), mediano plazo (4 años) o largo plazo (8 años).



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



## 2.2 EL FUTURO DESEADO DEL TURISMO SOSTENIBLE PARA EL DESARROLLO LOCAL

El futuro deseado o escenario apuesta es la situación de futuro posible y deseable del turismo sostenible para el desarrollo local con un horizonte al 2025, alineado al Plan Estratégico Regional de Turismo y Plan Estratégico Nacional de Turismo.

En caso de no existir el plan inmediato superior (Plan Estratégico Regional de Turismo - PERTUR), que contenga las variables estratégicas de la región según corresponda; el futuro deseado se alineará al Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR) vigente.

### RESULTADO ESPERADO

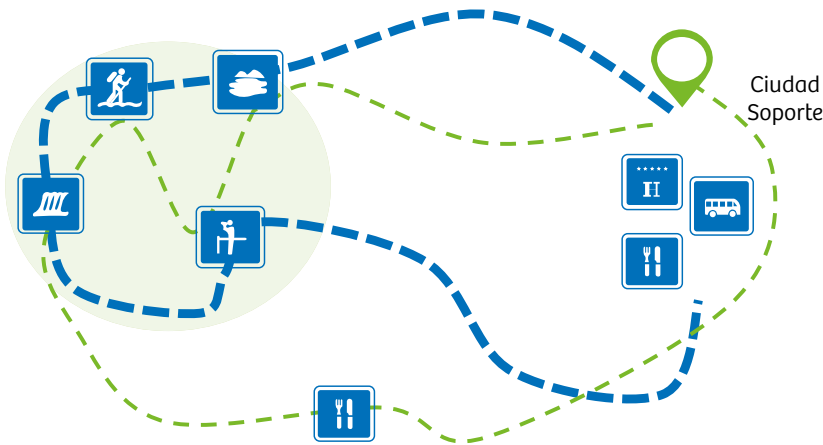
- Determinar el futuro deseado o escenario apuesta del turismo sostenible para el desarrollo local.

2.2.1. Formulación del futuro deseado o escenario apuesta

Tomando como base la delimitación del espacio turístico de la Actividad 4, donde se identifica la situación y dinámica actual de la actividad turística en el territorio, se analiza la dinámica turística futura o deseada, y de como éstos cambios condicionarán la dinámica de crecimiento de la economía local, la mejora de la calidad de vida de la población, los impactos positivos y negativos en temas políticos, económicos y socioculturales.

Considerar el desarrollo de talleres participativos con los actores vinculados directa e indirectamente para recoger opiniones respecto al futuro deseado vinculado al desarrollo de la actividad turística de manera sostenible en la localidad.

GRÁFICO 3.  
FUTURO DESEADO O ESCENARIO APUESTA



Fuente: Mincetur

Una vez desarrollada la representación gráfica del escenario apuesta o futuro deseado se debe establecer una leyenda que indique el detalle de los elementos y la comprensión del análisis realizado por el equipo técnico.

2.2.2. Determinación de la situación futura de las variables estratégicas

En la presente etapa, es necesario decidir la posición y la magnitud del cambio de cada variable estratégica eligiendo una posición como conservadora, moderada o innovadora. Luego, se determina el valor de cambio que representaría tomar dicha posición. Tomar en cuenta lo siguiente:

Posición	<b>Conservadora.</b> Se considera apropiada cuando la variable estratégica posee una evolución favorable, de tal forma que está orientada al cambio esperado. Es la mejor opción cuando no se cuenta con el suficiente apoyo político o no se dispone de mayores recursos económicos.
	<b>Moderada.</b> Se considera apropiada para aprovechar oportunidades de cambio en la variable estratégica. Se opta por esta posición cuando se cuenta con apoyo político o se dispone de recursos económicos.
	<b>Innovadora.</b> Se considera apropiada cuando la variable estratégica cuenta con un alto apoyo político y la capacidad de asignar los recursos necesarios para aprovechar oportunidades o asumir riesgos. Esta opción permite alinear los recursos escasos a los impactos esperados y buscar alianzas para sostener estos cambios.
Valor de posición	Es el valor de cambio (cuantitativo o cualitativo) determinado por la fuerza de la tendencia de cada variable estratégica y la decisión de los actores para modificar su comportamiento.

Recuerda considerar en esta etapa las variables que han sido priorizadas en el cuadro 12

Completar el siguiente cuadro para determinar la situación futura de las variables:

CUADRO 13. SITUACIÓN FUTURA DE LAS VARIABLES

N°	Variable estratégica	Indicadores	Línea de base	Tendencia al 2025 <sup>1</sup>	Escenario óptimo <sup>2</sup>	Posición estratégica <sup>3</sup>		Situación futura de las variables estratégicas
						Posición	Valor de la posición al 2025	
1	Asignación de presupuesto para actividades de turismo							
2	Puesta en valor de los atractivos turísticos para la visita de turistas	Señalización Instalación de estructuras de acceso Adecuación de caminos	1 recurso	2	5	Innovadora	4	Al 2025, la localidad cuenta con 4 recursos turísticos puestos en valor
3	Señalización de la carretera para llegar a la localidad							
4	Rotación del personal en la oficina de turismo							
5	Servicio de alimentos y alojamiento de la localidad	Alimentos Vianderos Alojamiento	10 capacitados	12	15	Conservadora	12	Al 2025, el servicio de alimentos mejora su infraestructura, equipamiento y la calidad de su servicio
6	Presencia de turistas en mi localidad	Excursionista Turista	10,000 turistas/año	10,500	12,500	Moderada	11,500	Al 2025, el distrito incrementa el número de turistas en un 15%
	...	...	...	...	...	...	...	...

Fuente: Mincetur

- (1) Tendencia de la variable sin intervención por parte de los diversos actores.  
(2) Escenario óptimo, considerada como situación ideal para la ejecución de cada variable.  
(3) Posición estratégica que la gestión municipal tomará por cada variable estratégica.

2.2.3. Futuro deseado o escenario apuesta

Tomando como base la representación gráfica del futuro deseado al 2025 y la determinación de la situación futura de cada variable, redactar en un espacio máximo de dos caras el escenario apuesta considerando lo siguiente:

- El escenario apuesta para el desarrollo de la actividad turística se redactará ubicando al territorio en el año 2025.
- La redacción se realizará en futuro y de manera positiva.
- La redacción debe seguir una secuencia lógica de eventos y decisiones que reflejen las dinámicas del turismo sostenible para el desarrollo local y cuyos resultados se expresen a través de variables estratégicas.
- Inicia con la referencia al horizonte de tiempo del escenario apuesta (2025), describiendo los logros obtenidos en el territorio por cada variable estratégica.
- Pueden incluirse cifras o datos cuantitativos y cualitativos referenciales para graficar la nueva situación de cambio.

Ejemplo de escenario apuesta de turismo sostenible para el desarrollo local

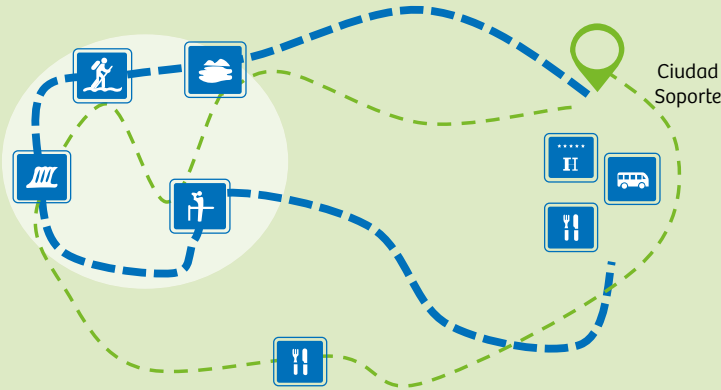
Al presente año 2025, (aquí escribir el nombre de la localidad) es reconocido como un distrito turístico competitivo de descanso y relax, que ha eliminado barreras burocráticas para la inversión privada y promueve la cooperación pública y privada. Existe una asociación conformado por un 60% de prestadores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



Fuente: Mincetur

2.2.4. Riesgos y oportunidades en la implementación del escenario apuesta

Analizar el escenario apuesta identificando los posibles eventos externos que afectarían (positiva o negativamente) su desarrollo. Este análisis permitirá advertir y tomar acción respecto a las amenazas y oportunidades que no dependen de la gestión municipal, pero que pueden afectar los resultados del futuro deseado.

CUADRO 14. RIESGOS Y OPORTUNIDADES

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

Fuente: Mincetur

(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

La visión y la misión se constituyen como dos conceptos que hacen referencia al planteamiento en general que va orientar la situación a futuro y la situación actual de la localidad para el desarrollo de la actividad turística de manera sostenible.

### VISIÓN

Futuro deseado o escenario apuesta de la actividad turística en el distrito al 2025.

### MISIÓN

Definir la razón de ser de la Entidad en el marco de las competencias y funciones establecidas en su ley de creación.

### RESULTADO ESPERADO

- Reconocer la visión del turismo según el PENTUR al 2025.
- Definir la visión de la localidad para el desarrollo de la actividad turística sostenible al 2025 a partir del escenario apuesta.
- Definir la misión de la localidad a partir de su vocación turística actual.

### 2.3.1. La visión del turismo según el PENTUR al 2025

Es fundamental reconocer la visión del desarrollo turístico del país al 2025 definida en el Plan Estratégico Nacional de Turismo, como el futuro que el país aspira a alcanzar considerando que todos y cada uno de los actores del turismo, públicos y privados, a nivel local, regional, nacional, deben sumar esfuerzos para conseguirlo. En ese sentido, los gobiernos locales en el marco de los Planes de Desarrollo Turístico Local deben orientar sus esfuerzos dentro de su territorio o jurisdicción para movilizar voluntades y generar estrategias, acciones y actividades orientadas hacia dicho fin común.

#### VISIÓN DEL DESARROLLO TURÍSTICO DEL PERÚ AL 2025

El Perú es reconocido, a nivel mundial, como destino turístico sostenible, competitivo, de calidad y seguro.

Fuente: Plan Estratégico Nacional de Turismo al 2025

### 2.3.2. Visión del turismo de la localidad

Basado en el futuro deseado y tomando como referencia la visión del desarrollo turístico del Perú al 2025, se debe expresar la visión del turismo para el desarrollo local con la finalidad de motivar e inspirar los esfuerzos de los actores involucrados a nivel local a seguir un mismo fin durante el proceso de ejecución del Plan de Desarrollo Turístico Local.

Para redactar la visión del turismo sostenible para el desarrollo local se debe responder la siguiente pregunta:

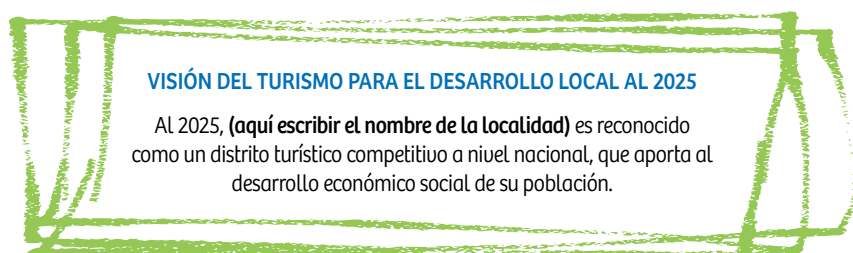


### ¿Cómo se observa a la actividad turística para el desarrollo local al año 2025?

La construcción de la visión es política y técnica, debe ser comunicada de manera constante y permanente a los actores involucrados con la finalidad de motivar la ejecución de plan.

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.



**La construcción de la visión es política y técnica, y debe ser comunicada de manera constante y permanente a los actores involucrados con la finalidad de motivar la ejecución del plan.**

### 2.3.3. Misión del turismo de la localidad

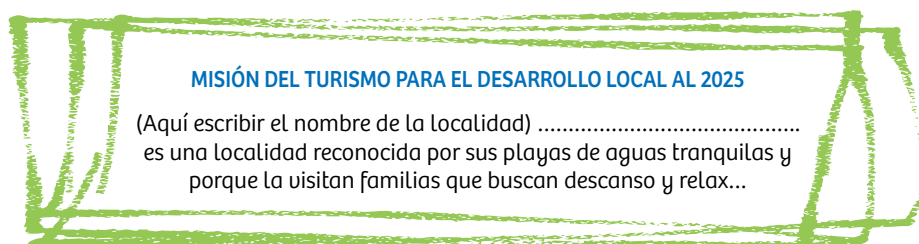
Basado en la vocación turística y el rol de la localidad para el desarrollo de la actividad turística a nivel local, regional y/o nacional, se debe expresar la misión del turismo en la localidad.

Para redactar la misión del turismo sostenible para el desarrollo local se debe responder la siguiente pregunta:

#### ¿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.



## 2.4 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Los objetivos estratégicos son los fines que se desarrollan a nivel estratégico los cuales deben ser alcanzados a largo plazo a través de la ejecución de acciones, a partir de ellos se establecen indicadores que permitirán la medición de dichos objetivos establecidos.

### RESULTADO ESPERADO

- Definir los objetivos estratégicos y sus respectivos indicadores.

#### 2.4.1. Construcción de los objetivos estratégicos

Los objetivos estratégicos se construyen contando como insumo las variables estratégicas, y se realizan con la finalidad de definir los impactos que se esperan alcanzar en el periodo de tiempo, ocho (08) años, determinado para la ejecución del plan, guardando coherencia con el escenario apuesta, la visión del territorio y del sector.

Considerar la siguiente fórmula para la 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 de la localidad
Incrementar	Presencia de turistas en mi localidad	Incrementar la presencia de turistas en mi localidad
...	...	

Fuente: Mincetur

### IMPORTANTE

- 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.

#### 2.4.2. Indicadores para los objetivos estratégicos

Asignar un indicador a cada objetivo estratégico construido, considerando que éste es un instrumento que permite obtener y medir resultados para contribuir con las metas planteadas. Cada objetivo estratégico debe contar con indicadores que permitan la articulación con los planes de desarrollo concertado y los planes sectoriales locales, regionales y nacionales.

El indicador establecido para cada objetivo estratégico debe cumplir con las siguientes características:

- **Específico:** 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.

Considerar la siguiente fórmula para la construcción de los indicadores:

**UNIDAD DE MEDIDA + SUJETO + ATRIBUTO = INDICADOR**

**CUADRO 16. CONSTRUCCIÓN DE INDICADORES**

Objetivos estratégicos	Indicador		
	Unidad de medida <sup>1</sup>	Sujeto <sup>2</sup>	Atributo <sup>3</sup>
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 turistas en mi localidad	Número	Turistas	Que llegan a la localidad
...			

Fuente: Mincetur

(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 medidos sobre el sujeto.

## 2.5 ACCIONES ESTRATÉGICAS

Las acciones estratégicas representan un conjunto de tareas concretas y ordenadas secuencialmente de manera coherente e íntegra, que contribuyen al logro de un objetivo estratégico y que involucra el uso de recursos.

### RESULTADO ESPERADO

- Establecer y priorizar acciones estratégicas con las que se conseguirá el logro de cada objetivo estratégico.

Determinar una acción estratégica para cada objetivo estratégico que represente los medios fundamentales e imprescindibles para el logro de los objetivos del plan. Se trata de determinar la relación causa-efecto que generarían las acciones estratégicas para el logro de los objetivos con la finalidad de encontrar una perspectiva de proceso-resultado.



Se elabora una lista de acciones estratégicas para cada objetivo y se debe responder a la siguiente pregunta:

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

Una vez elaborada la lista de acciones estratégicas para cada objetivo se deben analizar dichas acciones con la finalidad de priorizarlas y establecer el plan de acción. Además, se deben determinar aquellas acciones necesarias para alcanzar los objetivos establecidos considerando el orden lógico de ejecución, la factibilidad y la importancia de cada uno para el logro de los objetivos estratégicos. Para ello se debe completar el siguiente cuadro.

**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	2
	Sustentar la necesidad de de presupuesto para la implementación del PDTL	1
OE2. Fomentar la puesta en valor de los atractivos turísticos	Ejecución del diseño 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, uno dirigido a alimentos y otro 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 fortalecimiento 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
...		

Fuente: Mincetur

## 2.6 PLAN DE ACCIÓN Y PRESUPUESTO

El plan de acción se ve reflejado en la ruta estratégica que es el conjunto secuencial de acciones estratégicas que permite lograr los objetivos estratégicos, determina la relación causa efecto entre cada una de las acciones, representando un elemento importante para la optimización de recursos y adecuada ejecución del plan.

### RESULTADO ESPERADO

- Establecer la ruta estratégica o plan de acción para la ejecución del PDDL, así como asignar presupuesto y responsables a cada una de las acciones.

#### 2.6.1. La ruta estratégica

La ruta estratégica permite determinar el plan de acción en términos concretos y precisos, considerando la priorización de las acciones y el cronograma de ejecución de cada una a fin de garantizar la gestión por resultados. Para ello, tomando la priorización de las acciones se determina el cronograma trimestral de cada una.

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	...			
OE1. Incrementar la asignación de presupuesto para actividades de turismo	1	Comprometer e incluir presupuesto en la PP 0127	<div></div>																							
	2	Sustentar la necesidad de presupuesto para la implementación del PDTL	<div></div>																							
OE2. Fomentar la puesta en valor de los atractivos turísticos	1	Identificar las necesidades de intervención de los atractivos turísticos priorizados	<div></div>																							
	2	Diseño de la puesta en valor en el atractivo	<div></div>																							
	3	Financiamiento de la puesta en valor del atractivo turístico	<div></div>																							
	4	Ejecución del diseño propuesto para la puesta en valor del atractivo	<div></div>																							

Fuente: Mincetur

2.6.2. Presupuesto y responsables de ejecutar cada acción

Teniendo en consideración los objetivos estratégicos y sus indicadores, así como la ruta estratégica se asigna presupuesto a cada acción. Esto permitirá conocer cuál es la disposición económica disponible y proyectada para el cumplimiento de acciones y por ende de los objetivos estratégicos. También es importante establecer metas para cada objetivo a corto, mediano y largo plazo que permitan medir los indicadores establecidos.

Finalmente, se asigna un responsable de la municipalidad quien debe realizar las gestiones, coordinaciones, seguimiento y monitoreo de la ejecución de dichas acciones. Para ello se elabora el tablero de control de los objetivos, indicadores, acciones estratégicas, metas, responsables y recursos presupuestales.

CUADRO 19: PRESUPUESTO DESTINADO

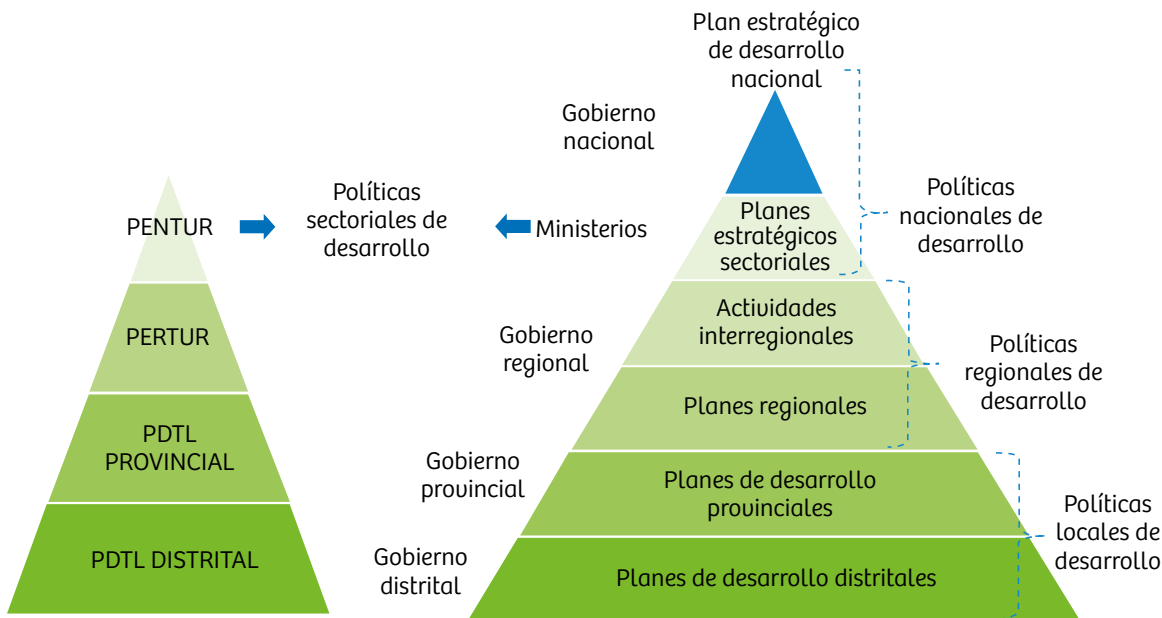
Objetivos	Indicador Estratégica	Fuente	Línea de base	Metas			Acción Estratégica	Presupuesto (S/.)	Responsable
				2018	2021	2025			
OE1. Incrementar la asignación de presupuesto para actividades de turismo	% de incremento del presupuesto ejecutado en actividades de turismo	MEF (Consulta amigable PIA 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	N° 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
	N° de visitas que recepciona cada atractivo turístico puesto en valor	Municipalidad	12,000 año	12,600 año	13,800 año	14,400 año	Diseño de la puesta en valor en el atractivo	S/ 45,000.00	Gerencia de desarrollo económico
		Sector privado					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

Con la finalidad de contar con un documento de gestión para desarrollo turístico local sostenible, es necesario establecer la vinculación de dicha herramienta de gestión con los planes locales regiones y nacionales de desarrollo y los planes sectoriales, en ese sentido se busca articular los objetivos estratégicos e indicadores establecidos en el presente plan a los planes de desarrollo concertado y a los planes sectoriales en sus diferentes niveles. Se debe indicar cuál es la articulación que tienen los objetivos estratégicos e indicadores planteados en el presente . Esta articulación se puede realizar en los diferentes niveles de planeamiento conforme se presenta a continuación:

### Niveles de planeamiento y articulación



Fuente: Mincetur

### RESULTADO ESPERADO

- Determinar la articulación del Plan de Desarrollo Turístico Local con los diferentes planes de desarrollo nacionales y sectoriales a nivel local, regional y nacional.

Se debe indicar cuál es la articulación de los objetivos estratégicos e indicadores planteados en el presente plan en relación con los planes de desarrollo concertados locales y regionales, así como con el plan estratégico nacional y regional de turismo. Para ello debe llenar la siguiente plantilla:

CUADRO 20. ARTICULACIÓN A DOCUMENTOS DE GESTIÓN

Objetivo estratégico PDTL	Indicador	Objetivo estratégico PDCR	Objetivo estratégico PDCL	Objetivo estratégico PERTUR	Objetivo estratégico PENTUR
OE1. Incrementar la asignación de presupuesto para actividades de turismo	% de incremento del presupuesto ejecutado en actividades de turismo				
OE2. Fomentar la puesta en valor de los atractivos turísticos	N° de atractivos turísticos puestos en valor				
	N° de visitas que recepciona cada atractivo turístico puesto en valor				
OE3					

Fuente: Mincetur

PASO 2: ENVIAR EL ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL

Las municipalidades deberán enviar vía correo electrónico el documento desarrollado del análisis estratégico del Plan de Desarrollo Turístico Local de su localidad para su revisión.

MEDIO DE VERIFICACIÓN

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

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

CONSIDERACIONES A TENER EN CUENTA PARA EL ENVÍO DE LA INFORMACIÓN

El correo electrónico deberá ser enviado a meta38@mincetur.gob.pe indicando el siguiente asunto:  
REGIÓN - PROVINCIA - DISTRITO - Actividad 5 de la Meta 38

Plazo máximo para el cumplimiento de esta actividad es 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 CON LOS ACTORES IDENTIFICADOS

Una vez finalizada la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local, el equipo técnico deberá organizar un taller de validación del documento que incluya a los principales actores vinculados con el desarrollo de la actividad turística en la localidad (sector público, sector privado y sociedad civil). Durante el taller se debe presentar el Plan de Desarrollo Turístico Local y validar buscando el respaldo de los actores involucrados en la actividad turística.

#### 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.

Vea el modelo del acta de validación en el siguiente enlace:  
[www.mincetur.gob.pe/meta38.html](http://www.mincetur.gob.pe/meta38.html)

### PASO 2: APROBACIÓN DEL DOCUMENTO POR EL CONCEJO MUNICIPAL

Todas las municipalidades deberán aprobar su Plan de Desarrollo Turístico Local elaborado en las actividades 4 y 5.

Las municipalidades deberán desarrollar las acciones correspondientes para que el Plan de Desarrollo Turístico Local sea aprobado por el Concejo Municipal a través de la emisión de una ordenanza municipal.

Vea el modelo de ordenanza municipal en el siguiente enlace:  
[www.mincetur.gob.pe/meta38.html](http://www.mincetur.gob.pe/meta38.html)

### PASO 3: APROBACIÓN DEL DOCUMENTO A TRAVÉS DE RESOLUCIÓN DE ALCALDÍA

Las municipalidades deberán emitir una resolución de alcaldía que apruebe el Plan de Desarrollo Turístico Local. En dicho documento se hará mención de la validación y aprobación del concejo municipal.

#### 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.

Vea el modelo de resolución de alcaldía en el siguiente enlace:  
[www.mincetur.gob.pe/meta38.html](http://www.mincetur.gob.pe/meta38.html)

## MEDIO DE VERIFICACIÓN

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

- CD o memoria USB que contenga la versión PDF 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.

**Vea el modelo de oficio en el siguiente enlace:**  
[www.mincetur.gob.pe/meta38.html](http://www.mincetur.gob.pe/meta38.html)

**CONSIDERACIONES A TENER EN CUENTA PARA EL ENVÍO DE LA INFORMACIÓN**

El oficio ingresado por mesa de partes del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo deberá consignar la siguiente información:

**Dirigido a:** Dirección General de Estrategia Turística  
**Asunto:** Cumplimiento de la actividad 6 de la meta 38  
**Dirección:** Calle Uno Oeste N°50, Urb. Córpac, San Isidro - Lima

El oficio remitido por las municipalidades deberá estar firmado obligatoriamente por su respectivo alcalde o quien al momento de la firma se encuentra encargado del Despacho de Alcaldía.

El oficio deberá ser recepcionado en la fecha indicada como plazo máximo para el cumplimiento de esta actividad.

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo verificará la validez del documento y con ello el cumplimiento de la Actividad 6.

**Plazo máximo para el cumplimiento de esta actividad es hasta el 20 DICIEMBRE DE 2017.**

### C. ENTIDAD RESPONSABLE DEL PROCESO DE EVALUACIÓN

La evaluación del cumplimiento de la meta 38 será realizada por la Dirección de Innovación de la Oferta Turística de la Dirección General de Estrategia Turística del Viceministerio de Turismo del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, utilizando los criterios establecidos en el instructivo de la meta y la presente guía.

## III DIRECTORIO

El equipo del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR, encargado de la asistencia técnica, seguimiento y verificación en el marco de la Meta 38, es el siguiente:

Responsable	Correo	Teléfono
Sandra Delgado Yépez Ángela Boza Castro Cuba Enrique del Águila Ruiz Mabel Mústiga Ríos	meta38@mincetur.gob.pe	(01) 513 6100 Anexo: 1566

## IV ANEXOS

### MODELO DE DOCUMENTO

- Anexo 1: Modelo de Ordenanza Municipal que Aprueba la Modificación del ROF.  
Anexo 2: Modelo de Resolución de Alcaldía de Conformación del Equipo Técnico Responsable del Plan de Desarrollo Turístico Local.  
Anexo 3: Modelo de acta de instalación del Comité del Equipo Técnico Responsable del Plan de Desarrollo Turístico Local.  
Anexo 4: Modelo de Oficio para ingresar documentos Actividad 1 y 2.  
Anexo 5: Esquema de Plan de Desarrollo Turístico Local.  
Anexo 6: Acta de validación del Plan de Desarrollo Turístico Local.  
Anexo 7: Modelo de ordenanza municipal que aprueba el Plan de Desarrollo Turístico Local.  
Anexo 8: Modelo de resolución de alcaldía.  
Anexo 9: Modelo de oficio para ingresar documentos Actividad 6.

Vea los anexos en el siguiente enlace: [www.mincetur.gob.pe/meta38.html](http://www.mincetur.gob.pe/meta38.html)

## V SIGLAS

<b>ACM:</b>	Área de Conservación Municipal
<b>ACP:</b>	Área de Conservación Privada
<b>ACR:</b>	Área de Conservación Regional
<b>ANP:</b>	Área Natural Protegida
<b>CEPLAN:</b>	Centro Nacional de Planeamiento Estratégico
<b>CNP:</b>	Ciudades No Principales
<b>DGET:</b>	Dirección General de Estrategia Turística
<b>DIRCETUR:</b>	Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo
<b>FOMIN:</b>	Fondo Multilateral de Inversiones
<b>INEI:</b>	Instituto Nacional de Estadística e Informática
<b>MEF:</b>	Ministerio de Economía y Finanzas
<b>MINAM:</b>	Ministerio del Ambiente
<b>MINCETUR:</b>	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
<b>OMT:</b>	Organización Mundial del Turismo
<b>PDCL:</b>	Plan de Desarrollo Concertado Local
<b>PDCR:</b>	Plan de Desarrollo Concertado Regional
<b>PDTL:</b>	Plan de Desarrollo Turístico Local
<b>PEA:</b>	Población Económicamente Activa
<b>PENTUR:</b>	Plan Estratégico Nacional de Turismo
<b>PERTUR:</b>	Plan Estratégico Regional de Turismo
<b>PIA:</b>	Presupuesto Institucional de Apertura
<b>PIM:</b>	Presupuesto Institucional Modificado
<b>PROMPERÚ:</b>	Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo
<b>ROF:</b>	Reglamento de Organización y Funciones
<b>SIG MINCETUR:</b>	Sistema Integrado Georreferenciado del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
<b>SUNAT:</b>	Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria
<b>VUUU:</b>	Viviendas Urbanas

## VI GLOSARIO

1. <b>Actividad turística</b>	La destinada a prestar a los turistas los servicios de alojamiento, intermediación, alimentación, traslado, información, asistencia o cualquier otro servicio relacionado directamente con el turismo (Congreso de la República, 2009).
2. <b>Atractivo turístico</b>	Es el recurso turístico al cual la actividad humana ha incorporado instalaciones, equipamiento y servicios, agregándole valor (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2016).
3. <b>Centro soporte</b>	Conjunto urbano o rural que cuenta con servicios e infraestructura básica, energía, caminos de acceso, y servicio de telecomunicaciones; para que un destino sea factible debe ser promovido para el turismo interno y receptivo (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2016).
4. <b>Circuito turístico</b>	Conjunto de diversos destinos que se unen en forma articulada y programada. Contemplan dentro de estos recursos naturales, culturales y humanos, así como un conjunto de servicios ofrecidos al turista teniendo como punto final de destino el de origen (Congreso de la República, 2009).
5. <b>Competitividad</b>	Capacidad que tiene una organización, pública o privada, con o sin fines de lucro, de lograr y mantener ventajas que le permitan consolidar y mejorar su posición en el entorno socioeconómico en el que se desenvuelve (Revista de Estudios y Perspectivas en Turismo, 2014).  El desarrollo del turismo debe realizarse promoviendo condiciones favorables para la iniciativa privada, incluyendo la inversión nacional y extranjera, de manera que posibilite la existencia de una oferta turística competitiva (Congreso de la República, 2009).
6. <b>Corredor turístico</b>	Vía de interconexión o ruta de viaje que une en forma natural dos o más centros turísticos debiendo estar dotadas de infraestructura y otras facilidades que permitan su uso y desarrollo (Congreso de la República, 2009).
7. <b>Destino</b>	“Un destino turístico es un espacio físico en el que un visitante puede pernoctar al menos una noche. Este incluye productos turísticos considerando servicios de soporte, atractivos y recursos turísticos que son accesibles en el lapso de un viaje de ida y vuelta de un día. El destino tiene límites físicos y administrativos que definen su gestión, así como una imagen y percepciones que definen su competitividad en el mercado. Los destinos turísticos involucran a diversos actores incluyendo generalmente a la comunidad local, y pueden ser la base para formar una red que forme destinos más grandes” (Organización Mundial del Turismo, 2007).
8. <b>Excursionista (o visitante del día)</b>	Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta) si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario. (Organización Mundial del Turismo, 2010).
9. <b>Inventario de recursos turísticos</b>	Constituye un registro y un estado integrado de todos los elementos turísticos que por sus cualidades naturales, culturales y humanas pueden constituir un recurso para el turista, por lo que representa un instrumento valioso para la planificación turística, toda vez que sirve como punto de partida para realizar evaluaciones y establecer las prioridades necesarias para el desarrollo turístico nacional (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2012).
10. <b>Motivo (principal) de un viaje turístico</b>	El motivo principal de un viaje turístico se define como el motivo sin el cual el viaje no habría tenido lugar. La clasificación de los viajes turísticos con arreglo al motivo principal hace referencia a nueve categorías; esta tipología permite identificar diferentes subconjuntos de visitantes (visitantes de negocios, visitantes en tránsito, etc.) Ver también destino principal de un viaje.  Clasificación de los viajes turísticos por motivo principal de la visita o del viaje: 1. Personales 1.1. Vacaciones, recreo y ocio 1.2. Visitas a familiares y amigos 1.3. Educación y formación 1.4. Salud y atención médica 1.5. Religión/peregrinaciones

- 1.6. Compras
  - 1.7. Tránsito
  - 1.8. Otros motivos
  - 2. Negocios y motivos profesionales
- (Organización Mundial del Turismo, 2010)

<b>11. Número de arribos</b>	Es la cantidad de personas o huéspedes que se alojaron en un establecimiento de hospedaje, debidamente inscritos en el Registro de Huéspedes y distribuidos según el tipo de habitación que utilizaron (Ministerio de Economía y Finanzas, 2011).
<b>12. Número de pernотaciones</b>	Es la cantidad de noches que un huésped permanece o está registrado en un establecimiento de hospedaje (Ministerio de Economía y Finanzas, 2011).
<b>13. Oferta turística</b>	Conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado para su disfrute y consumo (Organización Mundial del Turismo, 1998).
<b>14. Planta turística</b>	Son las instalaciones físicas necesarias para el desarrollo de los servicios turísticos privados. Por ejemplo: hoteles, albergues, hostales, lodges, restaurantes, agencias de viaje, etc. (Ministerio de Economía y Finanzas, 2011).
<b>15. Producto turístico</b>	Conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos, atractivos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística (Congreso de la República, 2009).
<b>16. Recurso turístico</b>	Expresiones de la naturaleza, la riqueza arqueológica, expresiones históricas materiales e inmateriales de gran tradición y valor que constituyen la base del producto turístico (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2016).
<b>17. Ruta turística</b>	Puede ser un circuito o un corredor turístico, su particularidad es el concepto temático que adquiere a través de los atractivos o lugares de interés que la componen. Por ejemplo: “La ruta del Pisco”, “La Ruta de los Museos”, etc. (Ministerio de Economía y Finanzas, 2011).
<b>18. Sector turismo</b>	El sector turismo, tal y como se contempla en la CST, es el conjunto de unidades de producción en diferentes industrias que producen bienes y servicios de consumo demandados por los visitantes. Estas industrias se denominan las industrias turísticas debido a que la adquisición por parte de visitantes representa una porción tan significativa de su oferta que, en ausencia de éstos, dicha producción se vería reducida de manera significativa (Organización Mundial del Turismo, 2010).
<b>19. Turismo</b>	Actividad que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio, no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerativa en el lugar visitado (Congreso de la República, 2009).
<b>20. Turismo emisor</b>	El turismo emisor abarca las actividades realizadas por un visitante residente fuera del país de referencia como parte de un viaje turístico emisor o de un viaje turístico interno (Organización Mundial del Turismo, 2010).
<b>21. Turismo internacional</b>	El turismo internacional incluye el turismo receptor y el turismo emisor, es decir, las actividades realizadas por los visitantes residentes fuera del país de referencia como parte de sus viajes turísticos internos o emisores, y las actividades realizadas por los visitantes no residentes en el país de referencia como parte de sus viajes turísticos receptores (Organización Mundial del Turismo, 2010).
<b>22. Turismo interno o nacional</b>	El turismo interno incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor (Organización Mundial del Turismo, 2010).
<b>23. Turismo receptor</b>	Engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia como parte de un viaje turístico receptor (Organización Mundial del Turismo, 2010).
<b>24. Turismo sostenible</b>	Es el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas (Organización Mundial del Turismo, 2006).

<b>25. Turista (o visitante que pernocta)</b>	Cualquier persona que viaja a un lugar diferente al de su residencia habitual, que se queda por lo menos una noche en el lugar que visita, aunque no tenga que pagar por alojamiento, y cuyo principal motivo de viaje es el ocio, u ocupación del tiempo libre; negocios; peregrinaciones; salud; u otra, diferente a una actividad remunerada en el lugar de destino (Congreso de La República, 2009).
<b>26. Visitante</b>	Un visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados. Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario (Organización Mundial del Turismo, 2010).
<b>27. Vocación turística</b>	Son las características y potencialidades económicas, sociales, culturales y ecológicas que deben ser tomadas en cuenta por un destino para generar un aprovechamiento turístico óptimo del territorio (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2016).

## VII REFERENCIAS

- Congreso de La República (17.09.2009). Ley General de Turismo (Ley N.° 29408). Perú: Diario El Peruano.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2016). Plan Estratégico Nacional de Turismo al 2025. Lima.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2012). Manual para la formulación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional. Lima.
- Ministerio de Economía y Finanzas (2011). Guía metodológica para la identificación, formulación y evaluación social de proyectos de inversión pública del sector turismo, a nivel de perfil (1era. Ed.) Lima: Mario Sifuentes – Ludens.
- Ministerio de Economía y Finanzas – Programa de Incentivos a la Mejora de la Gestión Municipal (2016). Meta 3. Formulación del Plan de Desarrollo Local Concertado PDCL. Lima: Ceplan. Recuperado de [https://www.mef.gob.pe/contenidos/presu\\_publ/migl/municipalidades\\_pmm\\_pi/guia\\_cumplimiento\\_meta03.pdf](https://www.mef.gob.pe/contenidos/presu_publ/migl/municipalidades_pmm_pi/guia_cumplimiento_meta03.pdf)
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (sin fecha). PENTUR. Plan estratégico nacional de turismo 2025. Lima: Mincetur.
- Organización Mundial del Turismo (2010). Recomendaciones internacionales para estadística de turismo 2008 - RIET 2008 (1er. Ed.) Madrid/Nueva York.
- Organización Mundial del Turismo (2006). Por un turismo más sostenible (guía para responsables políticos). Madrid: OMT.
- Organización Mundial del Turismo (1998). Introducción al turismo. Madrid: OMT.

### REFERENCIAS WEB

- <https://www.tripadvisor.com.pe/>
- <https://www.inei.gob.pe/>
- <http://www.sunat.gob.pe/>
- <http://www2.unwto.org/es>
- <http://www.mincetur.gob.pe/>
- <http://www.dirceturica.gob.pe/>
- <http://www.promperu.gob.pe/>
- <https://www.mef.gob.pe/>
- [www.minam.gob.pe/](http://www.minam.gob.pe/)
- <https://es.foursquare.com/>
- <https://www.google.es/maps>
- [www.booking.com/Hoteles](http://www.booking.com/Hoteles)
- <https://es-la.facebook.com/>
- [www.fomin.org/es-es/](http://www.fomin.org/es-es/)
- <http://www.iadb.org/es/banco-interamericano-de-desarrollo,2837.html>
- <https://www.ceplan.gob.pe/>



