



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo

Guía Metodológica para la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local (PDTL)

GUÍA METODOLÓGICA PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL (PDTL)

Una publicación del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR
Calle uno Oeste N° 50, Urb. Corpac
San Isidro - Lima 27, Perú

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

Aprobado mediante R.M. N° 107-2021-MINCETUR
23 de julio de 2021.

Hecho el Depósito en la
Biblioteca Nacional del Perú N°
Lima, enero de 2020
Distribución gratuita
Prohibida su venta

Elaboración:
Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR

Edición, diseño, diagramación e impresión:
Industria Gráfica ALGRAF SAC
Av. Prolongación Arica 1831, Cercado de Lima



Contenido

- 6 Índice de figuras
- 8 Introducción
- 10 Acrónimos
- 11 Secuencia metodológica
- 12 Pasos para elaborar el Plan de Desarrollo Turístico Local (PDTL)

15 1. Fase 1: Diseño del entorno institucional

- 1.1 Planificación previa
 - 1.1.1 Conformación del equipo técnico de turismo
 - 1.1.2 Sensibilización y motivación
 - 1.1.3 Organización y asignación de responsabilidades

21 2. Fase 2: Diagnóstico turístico local

- 2.1 Actividades previas al diagnóstico
 - 2.1.1 Delimitación geográfica del ámbito de estudio
 - 2.1.2 Recopilación de información
 - 2.1.3 Realizar visitas de campo
- 2.2 Diagnóstico
 - 2.2.1 Análisis general del entorno
 - 2.2.2 Mapeo de actores de turismo
 - 2.2.3 Identificación y caracterización de las Áreas de Desarrollo Turístico
 - 2.2.4 Vocación turística

43 3. Fase 3: Análisis estratégico

- 3.1 Elaboración de la misión
- 3.2 Elaboración de la visión
 - 3.2.1 Análisis de coherencia de las políticas y planes públicos
 - 3.2.2 Formulación de la visión local de turismo
- 3.3 Análisis FODA
 - 3.3.1 Determinación de objetivos estratégicos
 - 3.3.2 Determinación de indicadores y metas de los objetivos estratégicos
 - 3.3.3 Determinación de estrategias

57 4. Fase 4: Plan de acción

- 4.1 Determinación de acciones estratégicas
- 4.2 Determinación de indicadores y metas de acciones estratégicas
- 4.3 Elaboración del Plan de acción en turismo
- 4.4 Identificación de ideas de proyectos
- 4.5 Validación del documento
- 4.6 Aprobación del documento por el Concejo municipal
- 4.7 Aprobación del documento a través de Resolución de alcaldía
- 4.8 Implementación del Plan de desarrollo
- 4.9 Seguimiento y Monitoreo de PDTL

65 5. Conceptos básicos de turismo

75 6. Bibliografía



Índice de figuras

FIGURA N° 1:	Temas a tratar en la sensibilización y motivación	18
FIGURA N° 2:	Pasos – Organización y asignación de responsabilidades	19
FIGURA N° 3:	Punto medio para la recopilación de información	23
FIGURA N° 4:	Pasos para la recopilación de información	23
FIGURA N° 5:	Tipos de fuentes de información	26
FIGURA N° 6:	Aspectos del análisis externo (PESTEC)	27
FIGURA N° 7:	Ejemplos de temas relacionados a los aspectos del análisis externo	27
FIGURA N° 8:	Espacios del análisis externo	28
FIGURA N° 9:	Parámetros de evaluación	29
FIGURA N° 10:	Pasos a seguir para la recolección de datos	30
FIGURA N° 11:	Aspectos a considerar en el análisis local	31
FIGURA N° 12:	Situaciones de análisis en el entorno territorial	31
FIGURA N° 13:	Aspectos de la oferta turística	33
FIGURA N° 14:	Aspectos a considerar en la demanda turística	34
FIGURA N° 15:	Análisis de la competencia	36
FIGURA N° 16:	Actores de turismo	37
FIGURA N° 17:	Área de desarrollo turístico	39
FIGURA N° 18:	Preguntas para redactar una misión	45
FIGURA N° 19:	Documentos para la coherencia de políticas públicas	46
FIGURA N° 20:	Articulación de política y planes turísticos, en el marco del SINAPLAN	46
FIGURA N° 21:	Análisis FODA	48



Índice de tablas

TABLA 1:	Fuentes recomendadas para el análisis externo	29
TABLA 2:	Algunos aspectos que debe contener la situación de análisis	32
TABLA 3:	Análisis de la competencia	36
TABLA 4:	Identificación de actores de turismo	38
TABLA 5:	Ejemplo de Tabla de análisis interno y externo (FODA)	48
TABLA 6:	Ejemplo de Planteamiento de objetivos estratégicos	49
TABLA 7:	Elementos para la elaboración de indicadores	51
TABLA 8:	Ejemplo de indicador relacionado a la oferta turística	51
TABLA 9:	Ejemplo de la determinación de objetivos estratégicos, indicadores y metas	53
TABLA 10:	Matriz cruzada – Identificación de estrategias	54
TABLA 11:	Ejemplo de la determinación de estrategias	54
TABLA 12:	Ejemplo de acciones estratégicas	58
TABLA 13:	Formato de Plan de acción en turismo	59
TABLA 14:	Criterios para determinar proyectos de desarrollo turístico	60
TABLA 15:	Formato de determinación de proyectos	61
TABLA 16:	Plan de implementación del PDTL	63

INTRODUCCIÓN



INTRODUCCIÓN

El desarrollo turístico del Perú debe formarse sobre una base sólida de planificación turística con enfoque territorial, es así que el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – Mincetur cuenta con el Plan Estratégico Nacional de Turismo – Pentur 2025, instrumento en el cual se proponen los pilares, componentes y acciones estratégicas para el sector Turismo a nivel nacional.

A nivel regional, dada su competencia cada gobierno regional está formulando su Plan Estratégico Regional de Turismo – PERTUR con la asistencia técnica especializada del Viceministerio de Turismo y el apoyo de la GUIA PERTUR, documento orientador que establece los lineamientos, pautas y recomendaciones de planificación regional.

A nivel local, considerando el papel esencial de los gobiernos locales y siendo consecuentes con el trabajo realizado, se presenta la “Guía para la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local – GUIA PDTL” como documento orientador dirigido a las municipalidades provinciales, distritales y grupos involucrados en el desarrollo de la actividad turística, que bajo el mismo enfoque territorial pretende que las estrategias se alineen totalmente y las intervenciones estén articuladas en los tres niveles de gobierno. El Plan de Desarrollo Turístico Local – PDTL, es un instrumento de planificación y gestión que contribuye a impulsar el desarrollo turístico, social y económico de una localidad. En este proceso los actores públicos y privados de la localidad analizan su territorio, su potencial turístico, las necesidades de la demanda, el nuevo perfil del visitante, la experiencia

turística, entre otros factores relevantes para la planificación. Los objetivos, estrategias y la priorización de acciones que se plantean toman en cuenta la coherencia y consistencia con los objetivos de política nacional, sectorial y regional.

La GUÍA PDTL propone una secuencia de cuatro (04) fases, que comprenden: i) Diseño del entorno institucional, ii) Diagnóstico turístico local, iii) Análisis estratégico y, iv) Plan de acción, que se deben desarrollar a través de procesos participativos con enfoque multisectorial, que incluye la realización de talleres, visitas de campo y entrevistas, utilizando herramientas para el levantamiento de información que permitan analizar la situación real del turismo en la localidad.

Finalmente, es importante señalar que la planificación estratégica requiere esfuerzos posteriores para su implementación, articulando las decisiones estratégicas y las operativas, bajo el liderazgo de las municipalidades provinciales y/o distritales, órganos locales competentes en materia de turismo. Supone además el involucramiento del sector privado, la sociedad civil y otras entidades del sector público nacional y subnacional, considerando la naturaleza transversal del turismo.

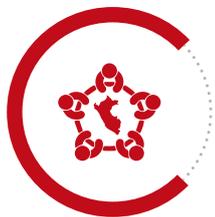
La planificación no define el éxito de un destino turístico, pero si aumenta bastante las posibilidades de lograrlo, ayuda a la optimización de recursos y al conocimiento de la problemática para el planteamiento de estrategias de solución y fortalece los espacios de concertación público – privado.



ACRÓNIMOS

AGOTUR	Asociación de Guías Oficiales de Turismo
ANP	Área Natural Protegida
CEPLAN	Centro Nacional de Planeamiento Estratégico
COLITUR	Colegio de Licenciados en Turismo
DDC	Dirección Desconcentrada de Cultura
DGET	Dirección General de Estrategia Turística
DGIETA	Dirección General de Investigación y Estudios sobre Turismo y Artesanía
DIRCETUR	Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo
GERCETUR	Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo
INEI	Instituto Nacional de Estadística e Informática
IOARR	Inversiones clasificadas como optimización, ampliación marginal, reposición y rehabilitación
MEF	Ministerio de Economía y Finanzas
MINAM	Ministerio del Ambiente
MINCETUR	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
OMT	Organización Mundial del Turismo
PCM	Presidencia del Consejo de Ministros
PDRC	Plan de Desarrollo Regional Concertado
PDLC	Plan de Desarrollo Local Concertado
PDTL	Plan de Desarrollo Turístico Local
PENTUR	Plan Estratégico Nacional de Turismo - Perú
PERTUR	Plan Estratégico Regional de Turismo
PESEM	Plan Estratégico Sectorial Multianual
PIM	Presupuesto Institucional Modificado
PROMPERÚ	Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo
ROF	Reglamento de Organización y Funciones
SERNANP	Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado
SSI	Sistema de Seguimiento de Inversiones

SECUENCIA METODOLÓGICA



FASE 1

DISEÑO DEL ENTORNO INSTITUCIONAL

- Planificación Previa



FASE 2

DIAGNÓSTICO TURÍSTICO LOCAL

- Actividades previas al Diagnóstico
- Diagnóstico de la situación actual



FASE 3

ANÁLISIS ESTRATÉGICO

- Misión
- Visión
- Análisis FODA



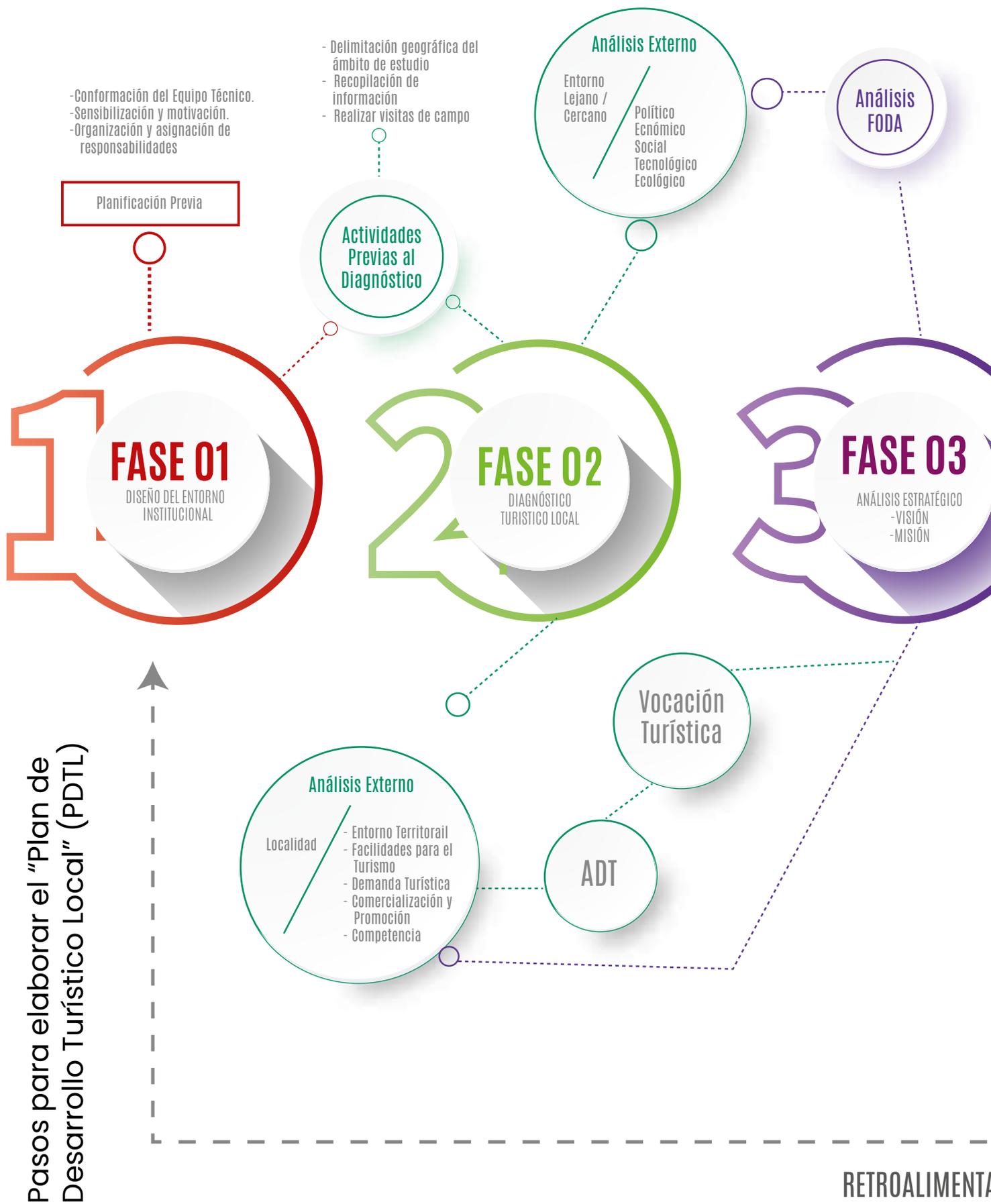
FASE 4

PLAN DE ACCIÓN

- Determinación de Acciones Estratégicas
- Determinación de Indicadores y Metas
- Elaboración del Plan de Acción
- Implementación del Plan de Desarrollo
- Seguimiento y Monitoreo

Planeamiento

Formulación



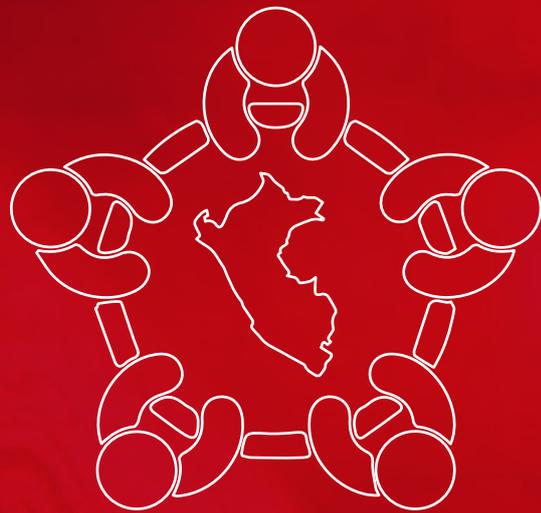
Implementación

Monitoreo



ACCIÓN





FASE 1

Diseño del Entorno
Institucional



En esta fase se establecen las condiciones institucionales que el gobierno local (distrito / provincia según corresponda) debe cumplir para iniciar el proceso de elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local (PDTL), debiendo conformar el equipo de trabajo encargado para elaborar y validar los avances de este documento.

Asimismo, la unidad orgánica municipal que debe liderar el proceso para la elaboración del PDTL es la Gerencia de Turismo y Cultura, o el área que se encuentre encargada del desarrollo de la actividad turística del distrito/provincia según sea el caso.

1.1 Planificación previa

Para iniciar la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local es necesario contar con el personal adecuado que reúna criterios técnicos en cuanto a turismo, planificación y conocimiento del entorno; es decir, que posea pleno conocimiento de las ventajas, desventajas, necesidades y problemas locales comunes.

Asimismo, se debe contar con la voluntad política municipal, reconociendo a la actividad turística como un sector im-

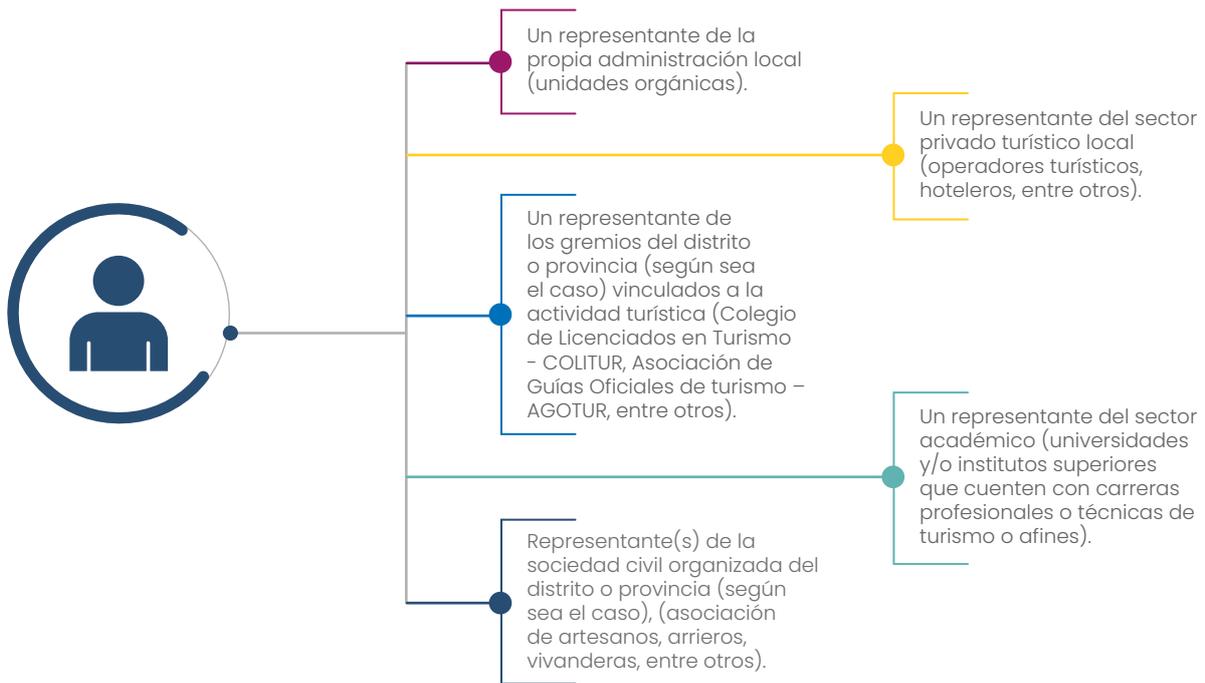
portante para el desarrollo local. Este reconocimiento será traducido en la asignación de recursos y la búsqueda de apoyo económico, no solamente directo sino también indirecto. En caso necesario, se podrá convocar a personas o instituciones que puedan aportar con el desarrollo de los estudios, labores de voluntariado, apoyo de material, entre otros.

1.1.1 Conformación del equipo técnico de turismo

Es importante tener en cuenta que la conformación del equipo técnico de turismo será el responsable de elaborar el Plan de Desarrollo Turístico Local – PDTL, lo cual implica definir lineamientos orientadores, reunir, integrar y analizar los datos e información necesaria sobre el turismo del distrito y/o provincia.

La conformación del equipo técnico se formaliza con la emisión de una Resolución Municipal distrital o provincial, según sea el caso, en el cual se resuelva:

- Aprobar el inicio del proceso de elaboración o actualización del PDTL.
- Designar a los integrantes del equipo técnico, el cual deberá estar conformado como mínimo por:



- Conformar el Equipo Técnico como responsable de la elaboración del citado documento.
- Designar al responsable de Turismo de la Municipalidad distrital o Provincial (según sea el caso) o quien cumpla sus funciones, como secretaria técnica del equipo técnico de turismo del PDTL.

A continuación se detallan las funciones del equipo técnico de turismo.

FUNCIONES DEL EQUIPO TÉCNICO DE TURISMO

Conducir el proceso de elaboración o actualización PDTL.

Considerar la metodología propuesta en la presente guía.

Establecer las condiciones que permitan llevar a cabo el seguimiento y evaluación de la implementación del PDTL aprobado, así como proponer al equipo que será responsable de su desarrollo.

Validar el documento de planificación.

Desarrollar sus reuniones según un cronograma de actividades preestablecido.

Otras que por acuerdo disponga el equipo técnico de turismo.



Es importante señalar que como mínimo se requiere la participación de un (01) Licenciado en Turismo dentro del equipo técnico de turismo.

1.1.2 Sensibilización y motivación

La persona o personas responsables del Plan de Desarrollo Turístico Local (PDTL) deberán realizar un mapeo previo de los actores interesados o involucrados en el desarrollo de la actividad turística con la finalidad de explicar el objetivo del PDTL y establecer un primer grado de participación en el proceso.

Para ello, se debe de comunicar temas importantes como:

- Marco legal en la cual se encuentra establecido el Plan de Desarrollo Turístico Local.
- Finalidad de un Plan de Desarrollo Turístico Local.
- Beneficios de contar con un Plan de Desarrollo Turístico Local.
- Importancia de la participación de los actores involucrados.



Figura N° 1.
Temas a tratar en la sensibilización y motivación
DGET - MINCETUR

Una vez realizadas las visitas a los actores interesados o involucrados, se debe de convocar a una reunión para explicar la iniciativa y las motivaciones por las cuales se desea realizar la formulación de un Plan de Desarrollo Turístico Local (PDTL).





1.1.3 Organización y asignación de responsabilidades

Para la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local se debe tener la seriedad y conciencia que amerita esta actividad. Por lo que se deben seguir los siguientes pasos:



Figura N° 2.
Pasos – Organización y asignación de responsabilidades.
Adaptado de Turismo – Guía para la Elaboración de Planes de Desarrollo Turístico Local, 2012.



Todos los acuerdos y documentos que sean generados para la organización y asignación de actividades deben de ser aprobados por el equipo técnico de turismo.





FASE 2

Diagnóstico Turístico
Local

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



a) Aquellos recursos turísticos identificados en el ámbito de estudio que no se encuentren registrados en el Inventario Nacional de Recursos Turísticos deberán de poseer una ficha de registro de acuerdo al Manual para la elaboración y actualización del inventario de recursos turísticos del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

b) La Municipalidad Distrital/ Provincial deberá ser la encargada de realizar la gestión correspondiente con la DIRCETUR o GERCETUR de la Región a la que pertenece para la inscripción del recurso turístico identificado en el Inventario Nacional de Recursos Turísticos.

2.1 Actividades previas al diagnóstico

2.1.1 Delimitación geográfica del ámbito de estudio

Para la delimitación geográfica del ámbito de estudio puede considerarse ser aplicado al ámbito del distrito o de la provincia (según sea el caso). Para ello se debe trazar el ámbito en un mapa oficial con límites territoriales de acuerdo a ley, identificando las áreas con vocación turística, los recursos turísticos y atractivos turísticos más importantes, y zonas de influencia. Se recomienda utilizar información oficial de organismos especializados (IGP, INGEMMET, INEI, etc.); así como herramientas como Google Maps, Google Earth, ArcGis, entre otras.

2.1.2 Recopilación de información

Para esta fase es importante reconocer los tipos de datos obtenidos para el desarrollo turístico y que puedan contribuir a la elaboración de un diagnóstico ágil y técnico. Se debe considerar información relevante que contribuya a la toma de decisiones estratégicas. Es preciso encontrar un punto medio entre diferentes aspectos, como se muestra en la siguiente figura.



Figura N° 3.
Punto medio para la recopilación de información.
Adaptado de Turismo – Guía para la elaboración de planes de desarrollo turístico local, 2012.

Este proceso permite ubicar fácilmente las posibles fuentes de información y reconocer las limitaciones de las mismas. Es necesario destacar, buscar, reconocer, revelar y entender datos que, directa o indirectamente, impactan o tienen relación con la actividad turística. Por ejemplo:

- El papel de las actividades económico-productivas y su vinculación con el turismo.

- Las deficiencias sobre los servicios básicos en población involucrada.
- La identificación de proyectos de impacto territorial, etc.

El objetivo de la recopilación es que nos centremos en cuestiones esenciales para la elaboración del diagnóstico.

A continuación se proponen los siguientes pasos a desarrollar:



Figura N° 4:
Pasos para la recopilación de información.
MINCETUR

La generación de una base de datos tiene como objetivo conservar la documentación y facilitar su consulta acerca de:

Base de datos

- Sucesos ocurridos en el pasado, relativas al desarrollo turístico, sustentabilidad ambiental en la provincia/distrito y su situación actual.
- Sucesos que ocurren al respecto en otros ámbitos: regional, nacional, e internacional.
- Existencia de alguna zonificación u ordenamiento territorial. Datos sobre la oferta de alojamiento.
- Situación de la formalización de servicios.
- Situación de la infraestructura turística (existencia o necesidad de mejoras).
- Situación de la demanda turística.
- Estado de servicios básicos alrededor de los recursos turísticos.
- Protección ambiental de espacios singulares. Desarrollo turístico que involucra a otras localidades.

Del mismo modo, a efecto de conformar una base de datos, se debe considerar diversas fuentes de información secundaria, de acuerdo al aspecto analizado en el diagnóstico turístico local, como por ejemplo:



Fuentes de información secundaria de aspectos socioeconómicos

- Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI
- Banco Central de Reservas del Perú - BCRP
- Programa de la Naciones Unidas para el Desarrollo
- Plan de Desarrollo Concertado del Gobierno Regional
- Plan de Desarrollo Concertado del Gobierno Local

2.1.3 Realizar visitas de campo

Permite validar la información así como levantar nueva data relacionada al estado de los recursos y atractivos turísticos, accesibilidad, servicios e instalaciones turísticas.

Actividades que se deben desarrollar en la visita de campo

- Observar desde la perspectiva de un turista el ámbito seleccionado. Es vital observar la Oferta y Demanda Turística.
- Recolectar información sobre recursos / atractivos / productos y servicios turísticos.
- Conversar con pobladores y proveedores de servicios turísticos.
- Conversar con los visitantes.
- Consumir los servicios turísticos y otros servicios.
- Sistematizar la información recogida y desarrollar la interpretación correspondiente.



2.2 Diagnóstico

Luego de haber realizado la fase de actividades previas al diagnóstico, el desarrollo del diagnóstico es un proceso de alimentación de información. Para ello se debe distinguir dos tipos de fuentes de información.

Fuentes Primarias

- Estudios de investigación realizados expresamente para la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local, buscando completar la información encontrada durante la etapa de Recopilación de información.
- Las metodologías de recopilación de datos pueden ser: *encuestas, entrevistas, focus, group, observación directa, etc.*
- En estos estudios se debe relacionar las variables con información respecto a:
 - **Demanda:** Perfiles de turista, nivel de satisfacción, preferencias, comportamiento del consumidor, competencia, etc.
 - **Oferta:** Número de establecimientos, formalización, categorización, calidad, precios, tipo de servicio.

Fuentes Secundarias

- Aquella información con datos disponibles que puedan ayudar al estudio pero que hayan sido obtenidos con otros propósitos.
- Es necesario reconocer toda la data secundaria necesaria existente, para determinar la información faltante recopilada en el pre estudio.

2.2.1 Análisis general del entorno

a. Análisis externo

En esta sección se considerarán aspectos que sucedan en torno al municipio. Si bien no depende directamente de ellos, es necesario considerarlos y analizarlos para determinar su implicancia al municipio provincial o distrital (según sea el caso).

El análisis externo nos permite adaptarnos rápidamente y considerar planes de contingencia que nos permitan estar prevenidos para sus efectos. Es necesario indicar que todos los destinos están expuestos a los cambios externos, algunos serán afectados positiva o negativamente frente a un mismo hecho, dependiendo del tipo de actividad que desarrollen. Para ello se recomienda realizar un análisis Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico, Cultural (análisis PESTEC) como se muestra a continuación:



Figura N° 6. Aspectos del análisis externo (PESTEC). DGET - MINCETUR

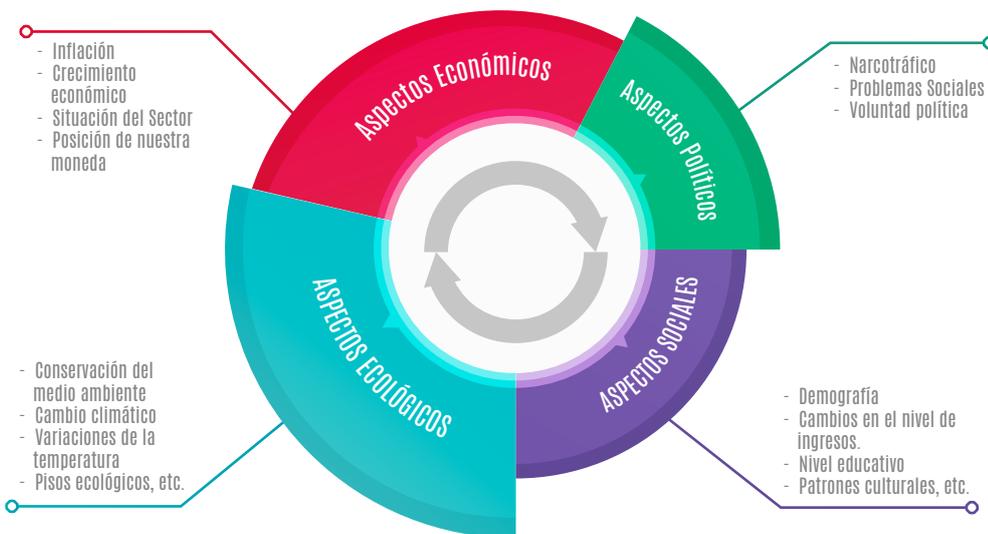


Figura N° 7. Ejemplos de temas relacionados a los aspectos del análisis externo DGET - MINCETUR



Es necesario mencionar que si los aspectos identificados son positivos, para nuestra gestión serán considerados como OPORTUNIDADES, de lo contrario, si son negativos, serán considerados como AMENAZAS.

Dentro del análisis externo deben ser considerados cuatro (4) espacios como se muestra en la siguiente figura:



Figura N° 8.
Espacios del análisis externo.
Adaptado de Turismo – Guía para la elaboración de planes de desarrollo turístico local, 2012.

Respecto al sector turismo, es fundamental el reconocimiento de aspectos internacionales y nacionales en cuanto a:

- Nuevos patrones de consumo de servicios turísticos.
- Innovación de productos turísticos.
- Tecnología.
- Nuevos canales de distribución.
- Tendencias en publicidad turística.

- Tendencias en promoción turística.
- Recursos humanos disponibles.

La consideración de estas variables y el escenario dinámico del turismo es un requisito para el adecuado diseño y proyección del destino turístico local. Para ello, es necesario realizar una investigación continua sobre las tendencias observadas en el mercado y los mecanismos más adecuados para ajustar nuestros productos a la demanda de los turistas y visitantes. Para tal fin se deben evaluar los siguientes parámetros:



- ¿Qué destinos turísticos son los que más crecen? ¿Por qué?
- ¿Qué tipo de productos prefieren los turistas?
- ¿En qué prefieren emplear su tiempo de ocio?
- ¿Cuánto dinero gasta cada segmento de la demanda y en qué lo gasta?
- ¿Qué exigen los turistas del destino para garantizar su recurrencia al mismo, o su promoción entre familiares, amigos o conocidos?

Figura N° 9.
Parámetros de evaluación. Adaptado de Turismo
– Guía para la elaboración de planes de desarrollo
turístico local, 2012.

Tabla 1

Fuentes recomendadas para el análisis externo

GENERALES	<ul style="list-style-type: none"> • UNWTO: World Tourism Barometer. Internet • UNWTO: Historical perspective of world tourism. Internet • Revisión de la página web de la World Travel Tourism and Council • Plan Estratégico Nacional de Turismo • Plan Estratégico Regional de Turismo • Plan de Desarrollo Regional Concertado • Plan de Desarrollo Local Concertado • Perfil del turista nacional y extranjero desarrollados por la región • Ministerio de Transporte y Comunicaciones – Provias Rural • Ministerio de Economía y Finanzas – Portal del Banco de Proyectos • PROINVERSIÓN – Oportunidades sectoriales • Ley de Áreas Naturales Protegidas – Ley N° 26834 • Reglamento de Áreas Naturales Protegidas • Ley de Patrimonio Cultural – Ley 28296 • Planes maestros y de uso turístico por recurso turístico- SERNANP
MINCETUR	<ul style="list-style-type: none"> • Plan Estratégico Nacional de Turismo • Ley General de Turismo – Ley N°29408 • Reglamento de la Ley General de Turismo • Guía metodológica para la identificación, formulación y evaluación de proyectos de inversión pública a nivel de perfil, aplicables al sector turismo • Plan Nacional de Calidad Turística – CALTUR
PROMPERÚ	<ul style="list-style-type: none"> • Perfil del turista extranjero / Turistas que visitan el Perú • Nivel de satisfacción del turista extranjero que llega al Perú • Perfil del vacacionista nacional • Arribos a establecimientos de hospedaje (anual) • Visita de los principales atractivos turísticos • Otras fuentes de información del sector turismo

Fuente: DGET – MINCETUR

b. Análisis interno

En esta sección se analizará la situación actual de la provincia/distrito (análisis local), enfocando principalmente en la actividad turística y en los aspectos que se encuentren vinculados. Sin embargo, por la naturaleza de esta actividad,

se debe considerar las relaciones directas e indirectas con otros sectores económicos.

Para el proceso de recolección de datos, se deberán contemplar los siguientes pasos:



Figura N° 10.

Pasos a seguir para la recolección de datos.
Adaptado de Turismo – Guía para la elaboración de planes de desarrollo turístico local, 2012.

Cabe resaltar que, para obtener un análisis interno efectivo se debe realizar un comparativo con la competencia directa de nuestra provincia/distrito.

Para evaluar si somos competentes en el mercado, recordar que en el mercado del turismo, el turista evalúa diferentes propuestas para poder satisfacer de la mejor manera sus necesidades y poder obtener una mejor experiencia de su visita.



*Según los datos obtenidos, se podrán identificar aquellos aspectos en los que somos superiores al distrito o provincia competidor(a), debido a que nuestra oferta o demanda es más potente o porque tenemos recursos turísticos que el distrito o provincia competidor(a) no posee, estas características deberán ser consideradas como **FORTALEZAS** para nuestro análisis. Si observamos lo contrario, estos aspectos serán considerados como **DEBILIDADES** que poseen nuestra provincia o distrito.*

i. Análisis local

Dentro del análisis interno, se debe considerar el análisis de la situación actual a nivel local, el cual deberá considerar aspectos relevantes de la provincia/distrito tales como los que se muestran en la Figura N° 11.



Figura N° 11.
Aspectos a considerar en el análisis local.
DGET - MINCETUR

El análisis del marco general sobre el que se desea intervenir permitirá tener una visión global, la cual nos ofrecerá las claves y perspectivas necesarias para dirigir el Plan de Desarrollo Turístico Local. En este segmento se describirá y analizará la situación geográfica, ambiental, social, económica, cultural, productiva, laboral, institucional, entre otros. Asimismo, se deberá delimitar el área geográfica donde se desarrolla la actividad turística (productos turísticos).

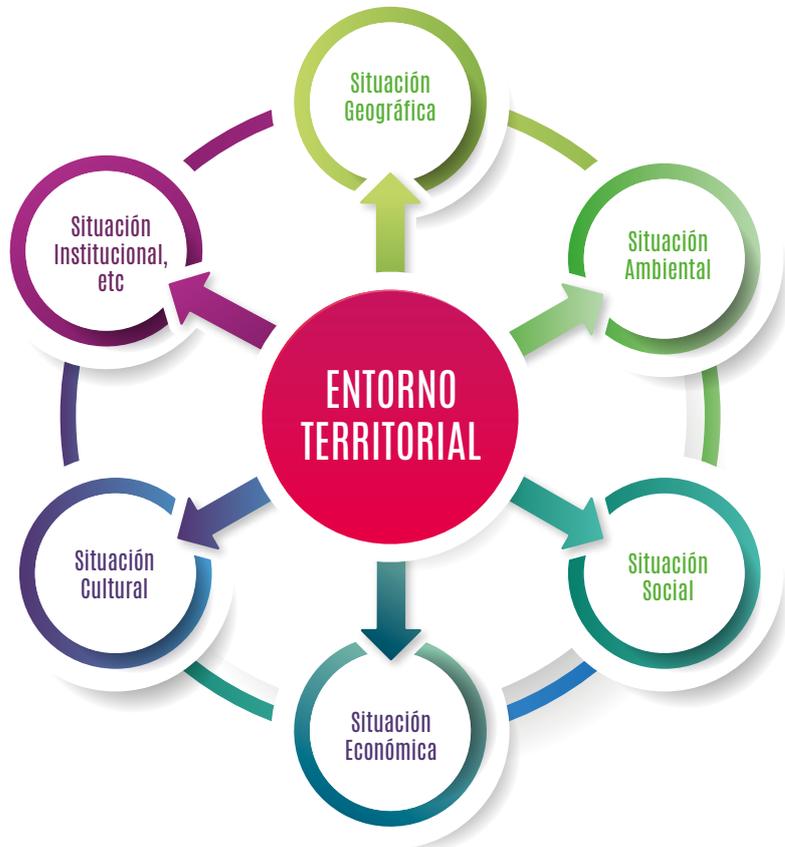


Figura N° 12.
Situaciones de análisis en el entorno territorial.
DGET - MINCETUR

Tabla 2

Algunos aspectos que debe contener la situación de análisis

Situación de análisis	Algunos aspectos que debe contener
S. 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.
S. 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.
S. 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.
S. Económica	Describir las principales actividades económicas que se desarrollan en la provincia/distrito (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.
S. Cultural	Breve descripción histórica del territorio, patrimonio material e inmaterial, actividades culturales, costumbres, pueblos originarios e indígenas.
S. 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. Identificar la oficina encargada de la actividad turística en la municipalidad provincial / distrital.

Fuente: Adaptado de 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"

• **Análisis de la oferta turística**

El análisis de la oferta turística determinará el nivel de desarrollo de la provincia/distrito; así como las instalaciones y servicios que brindan, los cuales son considerados como parte del centro soporte al desarrollo de la actividad turística.



Figura N° 13.
Aspectos de la oferta turística.
DGET – MINCETUR – Ley N° 29408,
Ley General de Turismo

- **Análisis de la demanda turística**

El análisis de este segmento, ayudará a determinar el nivel de la demanda turística de la provincia/distrito, para ello se tomará

en consideración la información obtenida respecto a los visitantes¹ como muestra la Figura N° 14.



Figura N° 14.
 Aspectos de la oferta turística.
 DGET – MINCETUR – Ley N° 29408,
 Ley General de Turismo

Información Cuantitativa

- Representatividad del Distrito / Provincia a nivel Regional, en cuanto a flujo de turistas nacionales y extranjeros.
- Promedio de permanencia de turista nacional y extranjero, entre otros.
- Llegada mensual y anual de visitantes a los recursos / atractivos turísticos.
- Arribo mensual y anual de visitantes a establecimientos de hospedaje.
- Pernoctación de visitantes en establecimientos de hospedaje.
- Estacionalidad de la demanda.
- Movimiento general anual o mensual de pasajeros en aeropuertos o terminales terrestres.
- Otros de acuerdo a la disposición de información.

1. Toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual, y cuya finalidad principal de viaje no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado

Información Cualitativa

- Perfil del visitante de la Región (Provincia / Distrito)
 - Lugar de procedencia
 - Sexo
 - Rango de edad
 - Ocupación
 - Estado Civil
 - Motivo de viaje, etc.
- Nivel de satisfacción del visitante que visita la Región (Provincia / Distrito)
 - Evaluación general (hospitalidad, seguridad, limpieza y tránsito vehicular).
 - Motivo de visita.
 - Evaluación de la calidad de los atractivos turísticos más visitados.
 - Evaluación de servicios turísticos (alojamiento, restaurantes, agencias de viajes, transporte, entre otros).



En caso de no poseer datos cualitativos para establecer el perfil del visitante del distrito/provincia se deberán de utilizar herramientas de recolección de datos tales como: encuestas y/o entrevistas; previa validación del Equipo Técnico de Turismo de la Municipalidad.

- **Análisis de la competencia**

Consiste en identificar y analizar los principales competidores de la localidad (provincia o distrito según sea el caso), considerando que estos posean características similares respecto a lo siguiente:

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

Para realizar el análisis de la competencia se recomienda identificar una o dos localidades que representan competencia para la provincia o distrito; una vez identificadas se debe realizar una comparación basada en los siguientes factores (MINCETUR, 2018):

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



Figura N° 15.
Análisis de la competencia.
Adaptado de Guía para la elaboración del Pertur – 2018

Tabla 3

Análisis de la competencia

Factores	Distrito / Provincia	Distrito / Provincia Competidor
Atractivo ancla ¹		
Gestión del turismo ²		
Principales características del perfil de los visitantes ³		
Llegada de visitantes ⁴		
Posicionamiento en el mercado ⁵		
Facilidades para el turismo ⁶		
Prestadores de servicios turísticos ⁷		
TOTAL ⁸		

Fuente: Adaptado de 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"

Leyenda:

¹ Se deberá determinar el atractivo ancla de la provincia/distrito y su competidor directo.

² Indicar cómo se encuentra la gestión Turística de distrito/provincia y del competidor: cualificación (número de capacitaciones en turismo al personal, eventos realizados en turismo, plan de seguridad, prevención, atención de emergencias naturales y antrópicos, etc.); asimismo, considerar la calidad del recurso humano del distrito/provincia: cualificación (profesionalismo, cualidades técnicas y habilidades) e involucramiento (vocación de servicio) con una valoración del 1 al 5 donde: Muy mala (1); Mala (2); Regular (3); Buena (4); Muy Buena (5).

³ Se deberá especificar las características más resaltantes del visitante al distrito/provincia y a su competidor directo.

⁴ Se deberá considerar el total de llegada de visitantes (anual) que posee el distrito/provincia y su competidor directo.

⁵ Indicar el valor que le corresponde considerando el posicionamiento del distrito/provincia a través de la comercialización por operadores de turismo/agencias de viajes, o del conocimiento que el mercado turístico tiene con respecto a la provincia/distrito. Donde 5 corresponde al mayor puntaje: (1) Muy bajo, (2) Bajo, (3) Regular, (4) Alto y (5) Muy alto.

⁶ Se deberá analizar las facilidades que existen en el distrito / provincia para la actividad turística considerando el conjunto de servicios de accesibilidad, servicios básicos y de telecomunicación, entre otros desarrollado por el sector público. Su valoración estará acorde al estado en el que se encuentran en la situación actual, considerando del 1 al 5 donde: (1) Deficiente, (2) Mala, (3) Regular, (4) Buena y (5) Excelente.

⁷ 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.

⁸ El total es la suma de todos los factores antes mencionados.

Adaptado de 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"

- **Análisis de la promoción y comercialización.**

Será necesario hacer una primera evaluación de cómo se viene realizando la promoción (a través de participación de eventos, ferias turísticas, paquetes promocionales, entre otros).

Es importante también recoger datos sobre las características de la publicidad empleada, así como los canales de promoción y canales de comercialización.

2.2.2 Mapeo de actores de 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 provincia/distrito de manera positiva o negativa. Por ello, este paso es fundamental ya que contribuirá a establecer alianzas estratégicas y coordinaciones para ejecutar el Plan de Desarrollo Turístico Local.

Se debe identificar los actores que se encuentren vinculados, directa o indirectamente (autoridades, entidades públicas o privadas, gremios, asociaciones, etc.), con la actividad turística en el territorio. Dentro del análisis de los actores se deben definir sus competencias e intereses para lograr el desarrollo de la actividad turística, relación ideal.



Figura N° 16.
Actores de turismo. DGET - MINCETUR

Tabla 4

Identificación de actores de turismo

	Nombre	Funciones	Interés ¹	Relación ideal ²
Público	Municipalidad			
	DIRCETUR/GERCETUR			
Privado	Asociación de Artesanos			
	Gremios			
Sociedad Civil	ONG			
	Otros			

Fuente: 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”

Leyenda:

¹ ¿Cuál es el interés del actor con relación a la actividad turística?

¿Cómo se comporta? ¿Cuáles han sido los principales logros?

² El comportamiento del actor se da de manera positiva con respecto al desarrollo de la actividad. Es la situación ideal.

2.2.3 Identificación y caracterización de las áreas de desarrollo turístico

Teniendo en cuenta que no todo el territorio del distrito/provincia presenta las mismas condiciones para el desarrollo de la actividad turística y, considerando el mercado turístico, es necesario identificar y delimitar las áreas de desarrollo turístico, conceptualizada como aquellos espacios geográficos dotados de una oferta turística (recursos turísticos, atractivos turísticos, corredores turísticos, rutas turísticas, circuitos turísticos; y que posea como mínimo un centro soporte con infraestructura turística, servicios turísticos y complementarios) que genera el desplazamiento de una demanda (excursionistas o turistas).

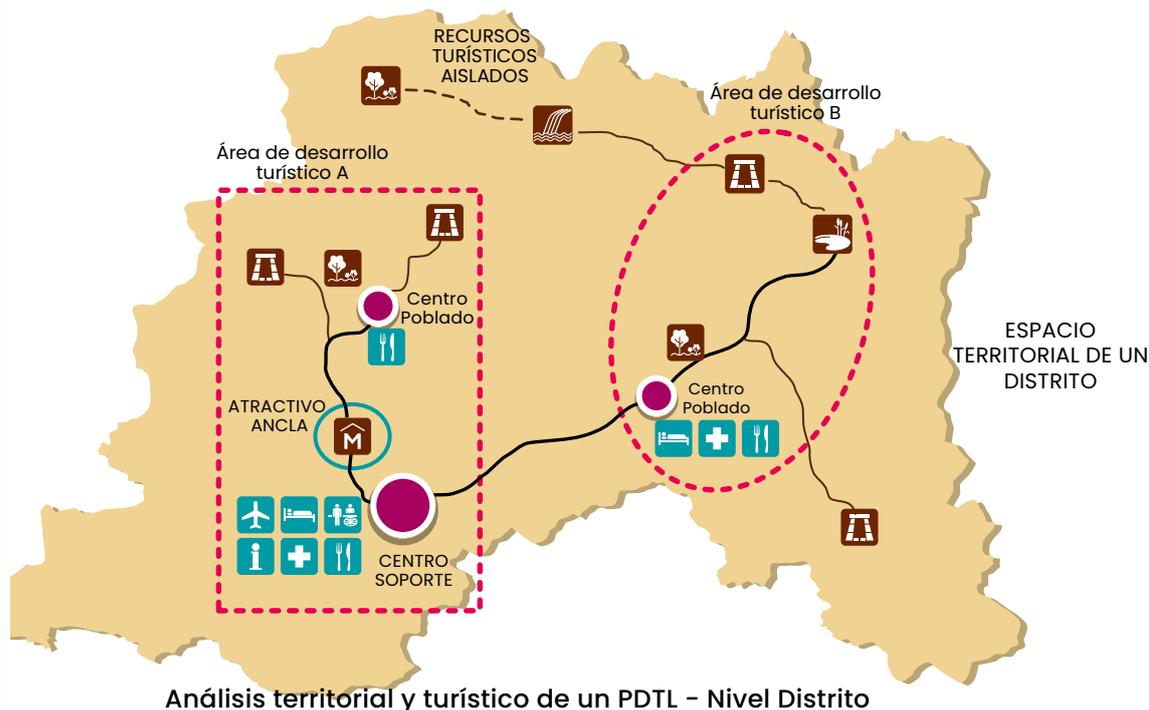
Su delimitación está supeditada a la demanda, más no a los límites políti-

co-administrativos de uno o más distritos, provincias o regiones (departamentos) que la conforman.

Para la identificación y determinación preliminar del área con vocación turística, el Equipo Técnico de Turismo deberá considerar lo siguiente:

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

Asimismo, se recomienda que el distrito/provincia identifiquen las áreas con vocación turística que actualmente comparten con uno o más distritos/provincias de la misma región u otras.



LEYENDA

Centro soporte	Vía afirmada	RECURSOS Y/O ATRACTIVOS TURÍSTICOS
Vía asfaltada	Trocha	SERVICIOS TURÍSTICOS Y COMPLEMENTARIOS

Figura N° 17.
Área de desarrollo turístico. DGET - MINCETUR



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

turística. Asimismo, en ocasiones, quedarán algunos recursos turísticos que se encuentren fuera de la delimitación de las áreas turísticas, los cuales deberán considerarse como recursos y/o atractivos aislados

Asimismo, para poseer una mejor delimitación de las áreas de desarrollo turístico se deberá considerar los recursos turísticos identificados en las zonas de desarrollo del Plan Estratégico Regional de Turismo (Pertur).



2.2.4 Vocación turística²

Son las características y potencialidades económicas, sociales, culturales y ambientales que deben considerarse para el análisis óptimo de un territorio, así como las condiciones del mismo y la predisposición de la población frente al desarrollo de la actividad turística, considerando las características inherentes al territorio, asociadas a los recursos y/o atractivos turísticos materiales e inmateriales que promuevan la motivación y movilización de los visitantes a la provincia/distrito (MINCETUR, 2018).

Para determinar la vocación turística se identifican y describen los principales elementos de la oferta turística que ge-

neran la atracción y desplazamiento de visitantes.

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

- ¿Cuáles son los principales atributos que diferencian a la provincia/distrito de otras?
- ¿Cuáles son las actividades turísticas que se desarrollan en la provincia/distrito?



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

Distrito "X": Naturaleza y Cultura

El Distrito "X" es reconocido a nivel Provincial (Regional) por la peculiaridad de sus paisajes y sus vestigios arqueológicos pre hispánicos, los cuales se encuentran directamente relacionados, ya que son visitados de manera conjunta por los turistas.





FASE 3

Análisis
Estratégico



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

3.1 Elaboración de la misión

La misión debe reflejar lo que el distrito/provincia es, haciendo alusión a la vocación turística y el rol del distrito/provincia para el desarrollo de la actividad turística a nivel local, regional y/o nacional. Se debe expresar la misión del turismo en el distrito/provincia.



Para redactar la misión se debe considerar las siguientes características:

- **Clara:** Fácil de compartir y comprender.
- **Concreta:** Representa la realidad y está bien delimitada.
- **Relevante:** Su contenido es de gran importancia.
- **Concisa:** Es breve y sencilla en su contenido.



Figura N° 18.
Preguntas para redactar una misión.
DGET - MINCETUR

3.2 Elaboración de la visión

En caso que la provincia/distrito no cuente con una visión explícita o asociada en turismo, es necesario que el equipo técnico elabore una propuesta de visión local (provincial/distrital) de turismo, la cual debe guardar coherencia y contribuir con lo establecido a nivel nacional, regional, sectorial y territorial.

3.2.1 Análisis de coherencia de las políticas y planes públicos

El análisis de coherencia tiene el propósito de analizar las políticas públicas, sus objetivos e indicadores, para identificar la articulación de estas en el ámbito del sector turismo y, en consecuencia, formular la visión local orientada al logro de la satisfacción de las necesidades para el desarrollo de la actividad turística. Para ello, se recomienda identificar los objetivos considerados en los diferentes planes estratégicos o documentos de gestión a nivel nacional, regional y local.



Para el desarrollo de la visión del Plan de Desarrollo Turístico Local, se debe tomar en consideración las visiones de los siguientes documentos:

- *PENTUR*
- *PERTUR en la cual se encuentre el distrito/provincia*
- *Plan de Desarrollo Concertado Regional*
- *Plan de Desarrollo Concertado Provincial y/o distrital según sea el caso*

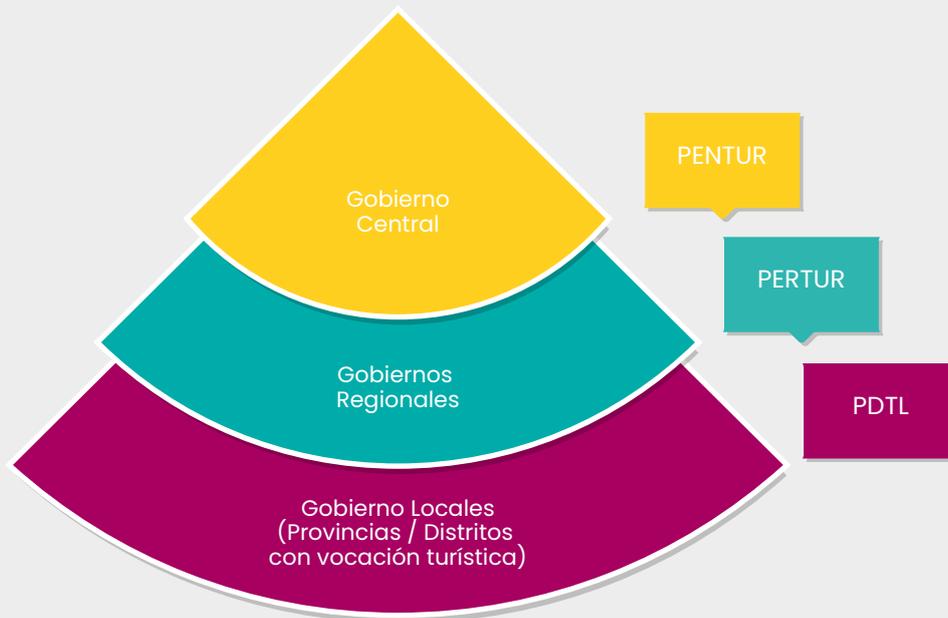


Figura N° 19.
Documentos para la coherencia de políticas públicas.
DGET – MINCETUR

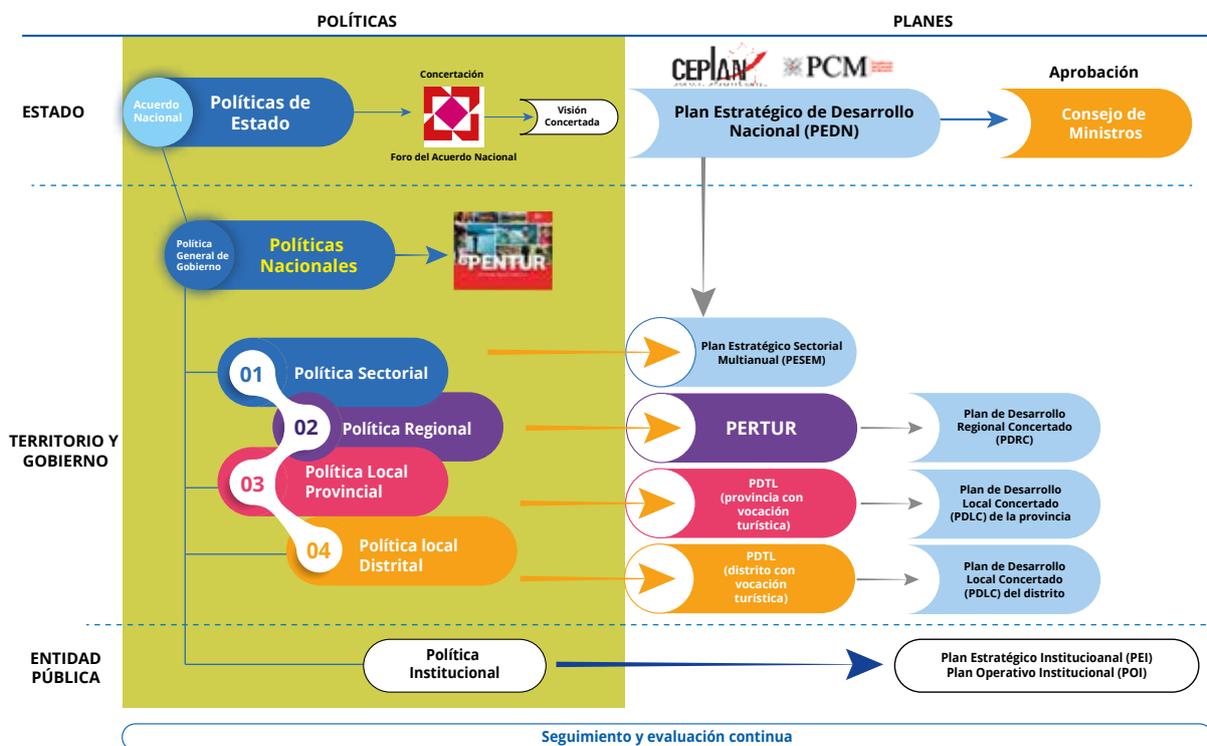


Figura N° 20.
Articulación de política y planes turísticos,
en el marco del SINAPLAN. PENTUR

3.2.2 Formulación de la visión local de turismo

La visión es la situación del territorio que se espera alcanzar en el futuro (Ceplan, 2016), lo cual hace referencia al planteamiento en general que va a orientar el desarrollo de la actividad turística a largo plazo (PENTUR 2025)³.

La construcción de la visión es política y técnica. Debe ser comunicada de manera cons-

tante y permanente (Ceplan, 2016) a los actores involucrados con la finalidad de motivar la ejecución del Plan de Desarrollo Turístico Local (PDTL). Además, debe considerar en su formulación, lo descrito en la vocación turística y las tendencias del turismo nacional e internacional.

Cuestionamientos que debe resolver el enunciado de la Visión

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



Para redactar la visión se debe considerar las siguientes características:

- **Concisa:** Breve y sencilla en su contenido.
- **Desafiante:** Retadora para la acción.
- **Inspiradora:** Motivadora y orientadora de la acción.
- **Completa:** Sintetiza las aspiraciones de los actores del territorio.
- **Clara:** Fácil de compartir y comprender.
- **Tiempo:** Debe tener establecido el tiempo en años.

3.3 Análisis FODA

Esta actividad consiste en realizar un análisis interno y externo sobre el cual se desarrolla la actividad turística local. Para ello, el equipo técnico deberá identificar las fortalezas⁴ y debilidades⁵ (Análisis interno) así como las oportunidades⁶ y amenazas⁷ (Análisis externo) que influyen en el desarrollo de la actividad turística.

ca. Asimismo, este análisis debe ser realizado en relación con la competencia directa que posea el distrito/provincia.

Es recomendable sectorizar el análisis de campos de interés, ya que permite orientar el desarrollo de los siguientes pasos e identificar las áreas que necesitan intervención.

3. El largo plazo se establece, de acuerdo al horizonte definido en el Pentur vigente.

4. Las fortalezas se entienden como las capacidades especiales con que se cuenta y que pueden ser controladas

5. Las debilidades hacen referencia a aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, recursos y/o capacidades de los que se carece.

6. Las oportunidades son aquellos factores externos que resultan positivos, favorables y/o explotables, que permiten obtener ventajas competitivas.

7. Las amenazas son circunstancias que pueden afectar el normal desarrollo de la actividad. Por ello, aunque son factores externos que no podamos controlar, es indispensable identificarlos a tiempo.

Análisis Externo

- Se debe identificar las OPORTUNIDADES y AMENAZAS que se presentan para el desarrollo de la actividad turística. Para ello, se analizará el entorno político, económico, social, tecnológico y ambiental a nivel nacional e internacional; así como analizar las tendencias del turismo a nivel local
- Para este análisis, se utilizará información procedente del diagnóstico del turismo de la Región.

Análisis Interno

- Se debe identificar las fortalezas y debilidades que se presentan para el desarrollo de la actividad turística. Para ello, se analizarán las áreas de desarrollo turístico interno de las FORTALEZAS y DEBILIDADES del Distrito / Provincia.
- Este análisis deberá realizarse en función a los componentes de la actividad turística (demanda turística, producto, facilidades para el turismo, promoción y comercialización y gestión del turismo).

Figura N° 21.
Análisis FODA. DGET - MINCETUR

Tabla 5

Ejemplo de tabla de análisis interno y externo (FODA)

ANÁLISIS INTERNO		
	Nuestra Localidad	
Campos de interés	Fortalezas	Debilidades
Territorio		
Población		
Recursos Turísticos		
Servicios Turísticos		
Infraestructura		
Servicios Básicos		
Transporte		
Gestión Municipal		
Demanda		
Promoción		

ANÁLISIS EXTERNO		
	Nuestra Localidad	
Campos de interés	Oportunidades	Amenazas
Política		
Economía		
Social		
Tecnología		
Ecológico		
Cultural, etc		



Recordar que la columna de campos de interés es relativa a la información que se haya obtenido y que a la vez sea relevante para el desarrollo del PDTL. Los campos considerados en el ejemplo suelen ser lo más comunes; sin embargo, se pueden considerar otros o dejar de considerar alguno, de acuerdo a nuestros requerimientos.

3.3.1 Determinación de objetivos estratégicos

Los objetivos estratégicos son los resultados esperados que se determinan a partir del cruce de las fortalezas y debilidades con las oportunidades y amenazas de la matriz FODA. A continuación se muestra un ejemplo de O.E.

Tabla 6

Ejemplo de planteamiento de objetivos estratégicos

ASPECTOS DEL ANÁLISIS INTERNO – EXTERNO		OBJETIVO ESTRATÉGICO
NUESTRO DISTRITO/PROVINCIA	LA COMPETENCIA	
<p>Fortaleza: La población de nuestro distrito/provincia es hospitalaria, amable y desea incursionar en la actividad turística.</p> <p>Debilidad: La actividad turística está poco desarrollada.</p>	<p>Fortaleza: Ha incorporado el turismo como una actividad prioritaria para el desarrollo del distrito/provincia.</p> <p>Los pobladores que están interesados en la actividad turística reciben capacitación.</p> <p>Debilidad: Los pobladores suelen incrementar sus precios de venta para aprovecharse de los turistas.</p>	<p>Objetivo estratégico 1: Mejorar las capacidades de los pobladores del distrito/provincia para la prestación de servicios turísticos.</p>
<p>Fortaleza: Los recursos existentes en nuestro distrito/provincia cuentan con reconocimiento regional.</p> <p>Los recursos naturales y culturales que posee el distrito/provincia son únicos en su naturaleza a nivel regional.</p> <p>Debilidad: Recursos turísticos en mal o regular estado de conservación.</p> <p>Oportunidad: Creciente interés de la demanda internacional por visitar recursos turísticos de naturaleza</p>	<p>Fortaleza: Elaboración de proyectos de inversión pública en recursos turísticos</p> <p>Debilidad: Difícil acceso a los recursos turísticos que posee.</p>	<p>Objetivo estratégico 2: Desarrollar productos turísticos de naturaleza y cultura que sean competitivos y sostenibles a nivel regional</p>



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



Para la redacción de los OE, se recomienda considerar las siguientes opciones:



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

3.3.2 Determinación de indicadores y metas de los objetivos estratégicos

Una vez determinados los O. E. se determinarán sus indicadores. Para ello, se sugiere tomar en cuenta lo siguiente para su elaboración:



a. Nombre del indicador

Enunciado compuesto por la unión de los elementos descritos en el siguiente cuadro:

Tabla 7

Elementos para la elaboración de indicadores

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

Fuente: Guía para la elaboración del Pertur - MINCETUR.

Tabla 8

Ejemplo de Indicador relacionado a la oferta turística

Indicador	Número de prestadores de servicios turísticos registrados en el sistema estadístico de turismo
Unidad de Medida	Número
Sujeto	Prestadores de servicios turísticos
Atributo	Registrados en el sistema estadístico de turismo

Fuente: Guía para la elaboración del PERTUR - MINCETUR

Cabe resaltar que los indicadores deben cumplir un conjunto de criterios para su definición (MINCETUR, 2018), los cuales se mencionan a continuación:

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

b. Fórmula del indicador

Es la expresión matemática que permite el cálculo

del indicador de manera clara y precisa.

c. Fuente de datos

Es el medio que origina la información para la medición del indicador (censos, encuestas, registros administrativos, entre otros).

d. Tipo de indicador

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

e. Valor de línea de base

Corresponde al año en que se realizó la primera medición del indicador.

f. Año de línea de base

Corresponde al año en que se realizó la primera medición del indicador.

g. Valor actual

Consiste en el último dato calculado del indicador.

h. Metas

Consiste en los valores que se han propuesto alcanzar en el indicador durante el horizonte del plan.

i. Unidad orgánica

Es la responsable de la medición y reporte del indicador.



Tabla 9

Ejemplo de la determinación de objetivos estratégicos, indicadores y metas

Objetivo estratégico	Indicador	Línea de base	META			
			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Mejora de la calidad de los servicios turísticos de las empresas locales	Número de empresas turísticas acreditadas en calidad de servicio por el gobierno regional o nacional (reconocimiento de buenas prácticas de Turismo)	01 empresa acredita	03 empresas acreditadas	06 empresas acreditadas	10 empresas acreditadas	13 empresas acreditadas
Desarrollar productos turísticos de naturaleza que sean competitivos y sostenibles a nivel regional	Número de productos turísticos de naturaleza inventariados y promovidos	01 Recurso de naturaleza inventariado y promovido	02 Recursos de naturaleza inventariados y promovidos	02 Recursos de naturaleza inventariados y promovidos	03 Recursos de naturaleza inventariados y promovidos	04 Recursos de naturaleza inventariados y promovidos

Fuente: DGET - MINCETUR



Es necesario resaltar que las metas no deben ser inalcanzables, pues se corre el riesgo de que el Plan de Desarrollo Turístico Local, se quede como una propuesta de buenas intenciones.

Tampoco deben ser demasiado fáciles de alcanzar ya que significa que se está avanzando de manera significativa y puede correr el riesgo de perder competitividad respecto a nuestra competencia directa.

Lo ideal es alcanzar un equilibrio entre ambos extremos, en el que se establezcan metas que se puedan alcanzar con esfuerzo.

3.3.3 Determinación de estrategias

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

La estrategia indica cómo vamos a llegar a

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

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

Tabla 10

Matriz cruzada – Identificación de estrategias

Potencialidades (FO ¹)	Riesgos (FA ³)
¿Cómo podemos usar las fortalezas para aprovechar las oportunidades?	¿Cómo podemos usar las fortalezas para reducir el impacto de las amenazas?
Desafíos (DO ²)	Limitaciones (DA ⁴)
¿Cómo podemos superar las debilidades aprovechando las oportunidades?	¿Cómo superamos las debilidades para neutralizar las amenazas?

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

Leyenda:

¹FO: Fortalezas + Oportunidades.

²DO: Debilidades + Oportunidades.

³FA: Fortalezas + Amenazas.

⁴DA: Debilidades + Amenazas.

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

Tabla 11

Ejemplo de la determinación de estrategias

Objetivo estratégico	Estrategia FO
Desarrollar una oferta turística de naturaleza competitiva y sostenible a nivel local.	Diversificar y especializar la oferta turística de naturaleza.

Fuente: DGET - MINCETUR







FASE 4

Plan de acción



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

4.1 Determinación de acciones estratégicas

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

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

Tabla 12

Ejemplo de acciones estratégicas

Estrategia	Acciones estratégicas
Diversificar y especializar la oferta turística de naturaleza.	Impulsar el desarrollo de nuevos productos turísticos de naturaleza de acuerdo con las tendencias del mercado en las áreas A y B.
	Generar nuevos productos turísticos de cultura de acuerdo a las tendencias del mercado en las áreas A y B.
	Desarrollar un plan de capacitaciones en turismo de naturaleza para los gestores y actores del sector privado a nivel local.
	Desarrollar un plan de capacitaciones de guías locales para los pobladores del Distrito/Provincia.
	Promover campañas de promoción a nivel nacional e internacional en los principales mercados de turismo de naturaleza.

Fuente: MINCETUR - DGET



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

4.2 Determinación de indicadores y metas de acciones estratégicas

Determinadas las acciones estratégicas, se deberán formular los indicadores de cada una de ellas, por lo que se sugiere revisar nuevamente la “Tabla 8 Elementos para la formulación de indicadores”.

4.3 Elaboración del plan de acción en turismo

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

A continuación, se presenta un esquema para el plan de acción de turismo, a partir de los objetivos estratégicos, estrategias y acciones determinadas previamente.

Tabla 13

Formato de plan de acción en turismo

Objetivos estratégicos	Indicadores (OE)	Estrategia	Acción estratégica	Indicador (AE)	Línea base	Meta 2025	Cronograma de implementación					Responsable	Aliados estratégicos
							Año 1	Año 2	Año 3	...	Año 8		
(Especificar OE 1)	Indicador 1	Estrategia 1	AE 1									Especificar responsable	Especificar aliados estratégicos
	Indicador 2	Estrategia 2	AE 2										
	Indicador 3	Estrategia 3	AE 3										
...													
(Especificar OE X)		AE X.1.	AE X									Especificar responsable	Especificar aliados estratégicos
		AE X.2	AE...										
			AE...										
		AE X.3	AE...										
	AE...												

Fuente: Guía para la elaboración del PERTUR - MINCETUR

4.4 Identificación de ideas de proyectos

A partir del diagnóstico y los objetivos estratégicos del PDTL se plantearán las ideas de proyectos de desarrollo turístico; para ello se deberán considerar los siguientes criterios:

Tabla 14

Criterios para determinar proyectos de desarrollo turístico

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

Fuente: DGET – MINCETUR

Asimismo, se revisará el Banco de inversiones donde las municipalidades locales y el gobierno regional pudieran tener iniciativas ya planteadas y más avanzadas.

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

Por otro lado, esta lista de proyectos identificados será un instrumento para la gestión y búsqueda de inversiones en los diversos modelos actuales como proyecto de inversión (PI), inversiones de: Optimización, ampliación marginal, reposición y rehabilitación (IOARR), asociación público Privada (APP) y obras por Impuestos (OXI). A continuación, se presenta una propuesta de formato para la determinación de proyectos de desarrollo turístico:

Tabla 15

Formato de determinación de proyectos

FICHA DE PROYECTO		
Nombre del Proyecto		
Recurso (o) Turístico (s) a intervenir		Categoría*
		Jerarquía*
Ubicación		esquema de acceso desde el Centro de soporte
Departamento	Provincia	
	Distrito	
Accesibilidad		
Descripción del acceso desde el centro de soporte al recurso turístico a intervenir, describir modalidad de transporte y tiempo		
Problemática Identificada		
Descripción de la situación a corregir, puede incluir fotos.		
Nro. de Visitantes Anual	Tipo de Visitante**	Tipo de Turismo que promueve el proyecto
Tipo de Proyecto	Objetivos del Proyecto	
Componentes del Proyecto		
1.		
2.		
3.		
4.		
Monto de la Inversión (S/.)		Tiempo de Ejecución (años)
Involucrados Públicos del Proyecto		Involucrados Privados del Proyecto
Fotos del Recurso Turístico a intervenir		

* Consultar con el Manula de Inventario de Recursos Turísticos - MINCETUR

** Considerar el Perfil de turista que visita el recurso y el potencial al cual estará orientado el proyecto de acuerdo a la actividad que realizará.



Toda intervención realizada en la zona de desarrollo turístico (Pertur) o áreas con vocación turística (PDTL) representa un cambio importante a nivel territorial. La presencia de las inversiones públicas son altamente motivadoras de la inversión privada y, en el proceso de cambio, siempre se identifican oportunidades de inversión privada que también deben ser promovidas y difundidas como parte de la estrategia de desarrollo. Por ello, se recomienda considerar una actividad orientada a la identificación de estas oportunidades así como participar en foros de inversión y ruedas de negocios turísticos.



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.

4.5 Validación del documento

Una vez finalizada la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local, el equipo técnico de turismo deberá organizar un taller de validación del documento en el que participen los principales actores vinculados con el desarrollo de la actividad turística del distrito/provincia (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 (MINCETUR, 2017).

Aprobación del documento por el concejo municipal.

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 (MINCETUR, 2017).

4.6 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 a la validación y aprobación del concejo municipal (MINCETUR, 2017).



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

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

4.7 Implementación del Plan de desarrollo

La importancia del municipio, como líder en la gestión, representado por el alcalde y su equipo técnico, debe llevar a un final exitoso el Plan de Desarrollo Turístico Local.

Es por ello que debemos centrarnos en un compromiso para lograr la obtención de los recursos económicos y la ejecución de las acciones de forma adecuada, a pesar de las di-

ficultades o eventualidades que se presenten. Para la gestión se debe buscar la participación conjunta de la comunidad, administración pública y empresarios. Por ello, desde un inicio, se debe identificar a personas de calidad profesional que representen los intereses de todos los involucrados en la actividad turística para conformar el equipo técnico de turismo.

Tabla 16

Plan de implementación del PDTL

<p>Para la implementación del Plan de Desarrollo Turístico Local se necesita:</p>	<p>Que el municipio realice el seguimiento de cada una de las fases del proceso planteado en el cronograma</p> <p>Tener presente la realidad municipal. El turismo no es un hecho aislado, depende de un marco legal, económico, social, ambiental y territorial</p>
---	--

Fuente: Turismo – Guía para la elaboración de Planes de Desarrollo Turístico Local, 2012



Así como los puntos anteriores es importante:

- *Lograr la participación y el acuerdo de la comunidad en las diferentes fases del Plan de Desarrollo Turístico Local.*
- *Mantener un sistema de información turística actualizado.*
- *Realizar un programa de capacitación constante necesario para el desarrollo de la actividad turística.*

4.8 Seguimiento y monitoreo de PDTL

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

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

Además, se deberán analizar los hechos ocurridos durante el periodo de evaluación que permitieron sobrepasar, cumplir o incumplir las metas establecidas. Ello facilita realizar ajustes al plan de acción de turismo (acciones correctivas y/o preventivas) para garantizar su ejecución. De esta manera, se establecerá un ciclo de mejora continua para el PDTL.

El responsable así como el modelo de gestión del seguimiento y evaluación al cumplimiento del plan deberán ser determinados por el equipo técnico de turismo, a fin de evaluar los resultados y proponer las alternativas de mejora continua correspondientes.





5. Conceptos básicos de turismo

Término	Definición	Fuente
Actividad turística	La destinada a prestar a los turistas los servicios de alojamiento, intermediación, alimentación, traslado, información, asistencia o cualquier otro servicio relacionado directamente con el turismo.	Ley N° 29408 - Ley General de Turismo
Atractivo ancla	Es aquel atractivo principal que por sus características y atributos propios, constituye el "eje" que motiva la decisión de viaje.	Elaboración DGET - MINCETUR.
Agencia de viajes y turismo	Persona natural o jurídica que se dedica en forma exclusiva al ejercicio de actividades de organización, mediación, coordinación, promoción, asesoría y venta de servicios turísticos, de acuerdo a su clasificación, pudiendo utilizar medios propios o contratados para la prestación de los mismos.	MINCETUR (2016). Reglamento de Agencia de viajes y turismo
Atractivo turístico	Es el recurso turístico al cual la actividad humana ha incorporado instalaciones, equipamiento y servicios, agregándole valor.	Ley N° 29408 - Ley General de Turismo
Calidad turística	Resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto a los productos y servicios, a un precio aceptable, de conformidad con las condiciones contractuales mutuamente aceptadas y con los factores subyacentes que determinan la calidad, tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía de una actividad turística preocupada por su entorno humano y natural.	OMT (2003). Comité de apoyo a la calidad en sexta reunión en Varadero, Cuba
Canales de comercialización	Aquellos que permiten que un producto o servicio esté disponible para el consumidor.	Philip Kotler, et al. (2011). Marketing turístico
Categorización de recursos turísticos	Consiste en la identificación, caracterización y clasificación de los recursos turísticos de un determinado lugar, área o zona del territorio nacional.	Mincetur (2018). Manual para la formulación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional - Fase I: Categorización

Término	Definición	Fuente
Centro soporte	Conjunto urbano o rural que cuenta con infraestructura y planta turística para que pueda desarrollarse la actividad turística.	Mincetur (2012). Manual de Señalización Turística del Perú
Circuito turístico	Es el itinerario de viaje, de duración variable, que por lo general parte y llega al mismo sitio luego de circundar y/o bordear una zona. Provee la visita de uno o más atractivos turísticos o centros soporte.	Mincetur (2012). Manual de Señalización Turística del Perú
Competitividad	Capacidad que tiene una organización, pública o privada, con o sin fines de lucro, de lograr y mantener ventajas que le permitan consolidar y mejorar su posición en el entorno socioeconómico en el que se desenvuelve.	MINCETUR (2016). Plan estratégico nacional de turismo - Pentur 2025 Revista "Estudios y perspectivas en turismo", 2014
Corredor turístico	Es el itinerario de viaje, de duración variable, que por lo general parte y llega a sitios diferentes luego de realizar la visita de uno o más atractivos turísticos o centros soporte.	Mincetur (2012). Manual de Señalización Turística del Perú
Cultura turística	Es el conjunto de conocimientos, valores y actitudes que fortalecen la identidad, fomentan el buen trato al turista (nacional y extranjero) y promueven la protección del patrimonio en todas sus expresiones, reconociendo al turismo como mecanismo de desarrollo sostenible del país.	MINCETUR (2017)
Demanda turística	Es el número actual de personas que participan en la actividad turística, es decir, que efectivamente viajan.	OMT (1998). Introducción al turismo
Destino turístico	Un destino turístico es un espacio físico en el que un visitante puede pernoctar al menos una noche. Este incluye productos turísticos considerando servicios de soporte, atractivos y recursos turísticos que son accesibles en el lapso de un viaje de ida y vuelta de un día. El destino tiene límites físicos y administrativos que definen su gestión, así como una imagen y percepciones que definen su competitividad en el mercado. Los destinos turísticos involucran a diversos actores incluyendo generalmente a la comunidad local, y pueden ser la base para formar una red que forme destinos más grandes.	MINCETUR (2016). Plan estratégico nacional de turismo - PENTUR 2025 OMT (2007). Guía práctica sobre gestión de destinos turísticos

Término	Definición	Fuente
Directorio nacional de prestadores de servicios turísticos calificados	Directorio que comprende únicamente a aquellos prestadores de servicios que realizan actividades turísticas que son materia de calificación, clasificación, categorización, certificación o cualquier otro proceso de evaluación similar a cargo del órgano competente en materia turística. Corresponde al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo publicar en el Directorio nacional a los prestadores de servicios turísticos calificados, en base a la información que para tal efecto deben proporcionar los gobiernos regionales.	MINCETUR (2016). Reglamento de agencia de viajes y turismo
Ente gestor	Es la unión de organizaciones públicas y privadas que coordinan para la gestión del desarrollo turístico del destino, con un adecuado nivel de representatividad y capacidad de aporte de ambas partes.	MINCETUR (2016). Plan estratégico nacional de turismo - PENTUR 2025
Excursionista	Es aquel visitante cuyo viaje no incluye pernoctación. Se le denomina también como visitante de día.	OMT (2010). Recomendaciones internacionales para estadística de turismo 2008
Gasto turístico	El gasto turístico hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo, y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, durante los viajes turísticos y para los mismos. Incluyen los gastos realizados por los propios visitantes, así como los gastos pagados o reembolsados por otros.	OMT (2010). Recomendaciones internacionales para estadística de turismo 2008
Gestión ambiental	Conjunto estructurado de principios, normas técnicas, procesos y actividades, orientado a administrar los intereses, expectativas y recursos relacionados con los objetivos de la política ambiental y alcanzar así, una mejor calidad de vida y el desarrollo integral de la población, el desarrollo sostenible de las actividades económicas y la conservación del patrimonio ambiental y natural del país.	Minam (2012). Glosario de términos para la gestión ambiental peruana

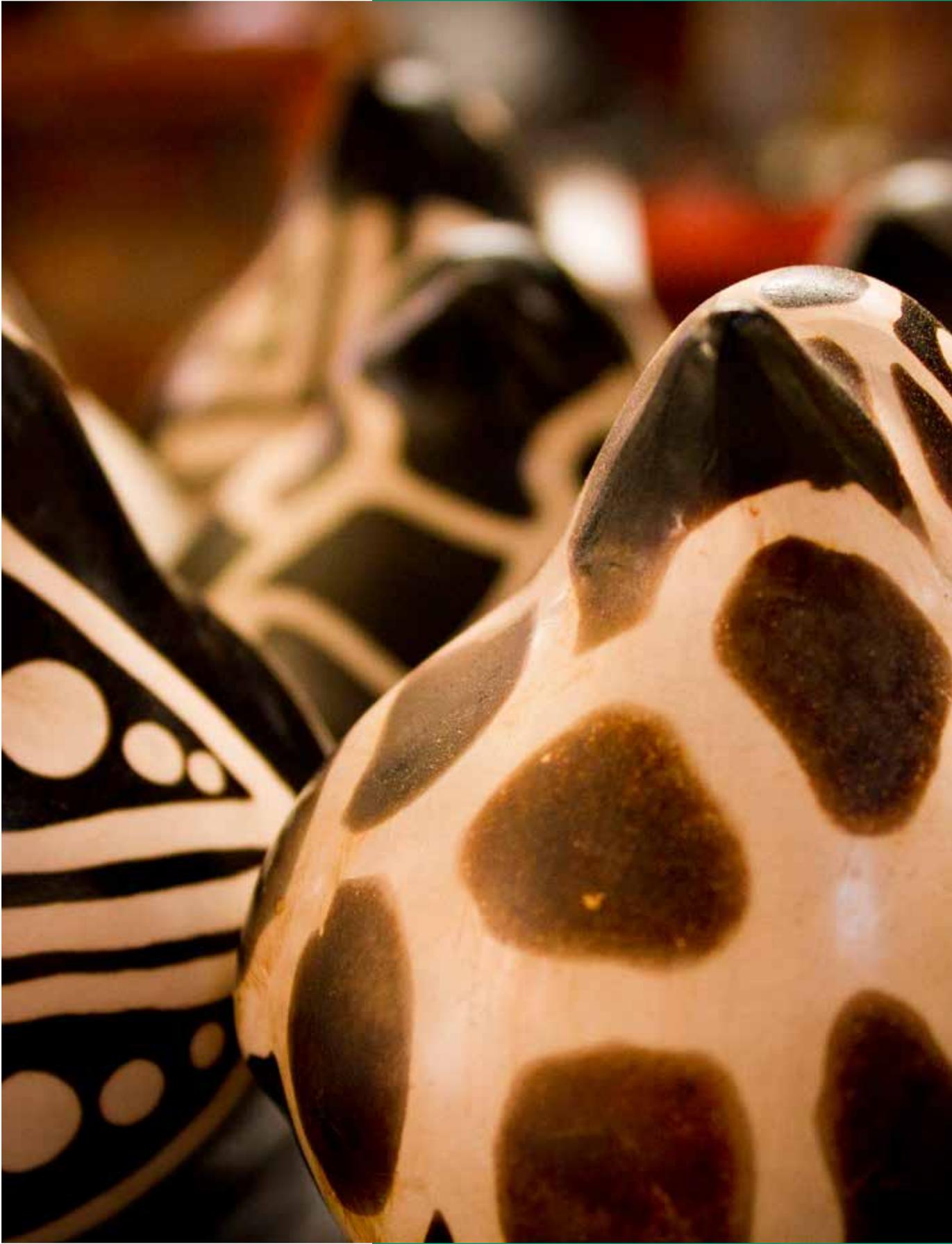
Término	Definición	Fuente
Infraestructura	Conjunto de elementos básicos necesarios para el funcionamiento de un centro poblado urbano o rural, su existencia es vital para el desarrollo del turismo. Entre los más importantes se tienen a los de transportes (aeropuertos, carreteras, puertos, otros), servicios básicos (reservorios, rellenos sanitarios, plantas de energía, otros) y comunicaciones (estaciones, centrales de comunicación, otros).	MVCS (2009). Manual para la elaboración de Planes de Desarrollo Urbano
Instalaciones turísticas	Son las instalaciones físicas que se relacionan directamente con el recurso o atractivo turístico y se utilizan para realizar la visita turística. Ejemplo: miradores turísticos, museos de sitio, centros de interpretación, aradores turísticos, embarcaderos y muelles turísticos, entre otros.	Mincetur (2018) Guía para la elaboración del Plan Estratégico Regional de Turismo - PERTUR
Inventario de recursos turísticos	Constituye un registro y un estado integrado de todos los elementos turísticos que por sus cualidades naturales, culturales y humanas pueden constituir un recurso para el turista, por lo que representa un instrumento valioso para la planificación turística, toda vez que sirve como punto de partida para realizar evaluaciones y establecer las prioridades necesarias para el desarrollo turístico nacional.	Mincetur (2018). Manual para la formulación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional
Jerarquización de recursos turísticos	Consiste en la asignación de un nivel de importancia relativa a cada uno de los recursos turísticos que caracteriza un determinado lugar, área o zona del territorio nacional.	Mincetur (2018). Manual para la formulación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional Fase II: Jerarquización
Medios promocionales	Aquellos que permiten incentivar en los consumidores la compra de determinados productos o servicios.	Philip Kotler, et al. (2011). Marketing turístico
Mercado emisor	Área geográfica donde residen los turistas y desde donde parten en su viaje hacia el destino turístico elegido.	PromPerú (2016). Perfil del Turista Extranjero 2015
Motivo (principal) de un viaje turístico	El motivo principal de un viaje turístico se define como el motivo sin el cual el viaje no habría tenido lugar. La clasificación de los viajes turísticos con arreglo al motivo principal hace referencia a nueve categorías; esta tipología permite identificar diferentes subconjuntos de visitantes (visitantes de negocios, visitantes en tránsito, etcétera).	OMT (2010). Recomendaciones internacionales para estadística de turismo 2008

Término	Definición	Fuente
Normas Técnicas	Documentos de carácter voluntario, establecidos para un uso común y repetido, que facilitan la adaptación de los productos, procesos y servicios a los fines a los que se destinan, protegiendo la salud y el medio ambiente, previniendo los obstáculos innecesario al comercio y facilitando la transferencia tecnológica.	Ley N° 30224 - Ley que crea el Sistema Nacional para la Calidad y el Instituto Nacional de Calidad
Número de arribos a establecimientos de hospedaje	Es la cantidad de personas o huéspedes que se alojaron en un establecimiento de hospedaje, debidamente inscrito en el Registro de Huéspedes y distribuido según el tipo de habitación que utilizaron.	MEF - MINCETUR (2011). Guía de Proyectos de Inversión Pública del Sector Turismo
Número de pernoctaciones	Es la cantidad de noches que un huésped permanece o está registrado en un establecimiento de hospedaje.	MEF - MINCETUR (2011). Guía de proyectos de inversión pública del sector turismo
Oferta turística	Conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado para su disfrute y consumo	OMT (1998). Introducción al turismo
Pernoctación	Cada una de las noches que un viajero permanece en un establecimiento de alojamiento privado, segundas viviendas, casas de familiares, casas de amigos, etc.	MINCETUR (2017). Encuesta nacional de viajes de los residentes (Envir)
Planta turística	Son las instalaciones físicas para el desarrollo de los servicios turísticos privados. Por ejemplo: Hoteles, albergues, hostales, lodges, restaurantes, etc.	MEF - MINCETUR (2011). Guía de proyectos de inversión pública del sector turismo
Prestadores de servicios turísticos	Personas naturales o jurídicas que participan de la actividad turística, con el objeto principal de proporcionar servicios turísticos directos de utilidad básica e indispensable para el desarrollo de las actividades de los turistas.	Ley N° 29408 - Ley General de Turismo
Producto turístico	Conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos y/o atractivos turísticos, infraestructura, planta turística y actividades recreativas. El producto turístico busca satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística.	Ley N° 29408 - Ley General de Turismo

Término	Definición	Fuente
Promoción turística	Es el conjunto de acciones públicas o privadas que se llevan a cabo con el objetivo de incentivar a los potenciales viajeros a visitar un determinado destino	PromPerú (2016). Perfil del turista extranjero 2015
Propuesta principal de venta - PPV	La propuesta principal de venta de un destino turístico constituye el o los principales elementos que lo diferencian para salir al mercado. Estos elementos de diferenciación se construyen a partir de un producto o un atractivo del destino turístico que genere fuerte atracción en los visitantes como por ejemplo una catarata, un sitio arqueológico o un museo específico. Es recomendable que la PPV sean elementos ofertados casi exclusivamente por el destino, de manera que lo distinga de la competencia.	Swisscontact - MINCETUR (2014). Conceptos básicos para la gestión de destinos turísticos
Población Económicamente Activa (PEA)	Según las recomendaciones de las Naciones Unidas, la PEA abarca a todas las personas de uno y otro sexo que aportan su trabajo para producir bienes y servicios económicos.	MINCETUR (2017). Encuesta nacional de viajes de los residentes (Envir)
Recurso turístico	Expresiones de la naturaleza, la riqueza arqueológica, expresiones históricas materiales e inmateriales de gran tradición y valor que constituyen la base del producto turístico.	Ley N° 29408 - Ley. General de Turismo
Restaurante	Establecimiento que expende comidas y bebidas al público, preparadas en el mismo local, prestando el servicio en las condiciones que señala el presente Reglamento y de acuerdo a las normas sanitarias correspondientes.	MINCETUR (2004). Reglamento de restaurantes
Ruta turística	Es un circuito o corredor turístico, su peculiaridad es el concepto temático que adquiere a través de los atractivos o lugares de interés que la componen.	Mincetur (2012). Manual de Señalización Turística del Perú

Término	Definición	Fuente
Turismo	Actividad que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio, no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerativa en el lugar visitado.	Ley N° 29408 - Ley General de Turismo
Turismo interno	Incluye las actividades realizadas por los visitantes que residen en el país de referencia.	OMT (2010). Recomendaciones internacionales para estadística de turismo 2008
Turismo receptivo	Engloba las actividades realizadas por los visitantes que no residen en el país de referencia.	OMT (2010). Recomendaciones internacionales para estadística de turismo 2008
Turismo sostenible	Es el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas.	OMT (2006). Por un turismo más sostenible - Guía para responsables políticos
Turista	Cualquier persona que viaja a un lugar diferente al de su residencia habitual, que se queda por lo menos una noche en el lugar que visita, aunque no tenga que pagar por alojamiento, y cuyo principal motivo de viaje es el ocio, u ocupación del tiempo libre; negocios; peregrinaciones; salud; u otra, diferente a una actividad remunerada en el lugar de destino.	Ley N° 29408 - Ley General de Turismo
Visitante	Es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados.	OMT (2010). Recomendaciones internacionales para estadística de turismo 2008

Término	Definición	Fuente
Vocación turística	<p>Son las características y potencialidades económicas, sociales, culturales y ambientales que deben considerarse para el análisis óptimo de un territorio y la predisposición del mismo con el desarrollo de la actividad turística de manera sostenible. Asimismo, considera las características inherentes al territorio asociadas a los recursos y/o atractivos turísticos que promuevan la motivación y movilización de los visitantes a la región, así como el involucramiento de la población, del sector público y privado para generar impactos positivos y mejoras en beneficio de la población.</p>	<p>Mincetur (2018) Guía para la elaboración del Plan Estratégico Regional de Turismo - PERTUR</p>
Zona de desarrollo turístico	<p>Son aquellas áreas que poseen una oferta turística (atractivos turísticos, corredores turísticos, rutas turísticas, circuitos turísticos, productos turísticos y/o destino turístico, planta turística, servicios turísticos y complementarios) que genera el desplazamiento de una demanda (excursionistas o turistas). Su delimitación geográfica está supe- ditada a la demanda turística, más no a los límites político-administrativos de uno o más distritos, provincias o regiones (departamentos) que la conforma(n).</p>	<p>Elaboración MINCETUR, a partir de la , Ley N° 29408, Ley General de Turismo</p>
Zona de desarrollo turístico prioritario	<p>Son áreas debidamente delimitadas que cuentan con recursos turísticos variados y atractivos turísticos, siendo necesaria su gestión sostenible a través de acciones coordinadas entre el sector público y privado.</p>	<p>Ley N° 29408 - Ley General de Turismo</p>





6. Bibliografía



Bibliografía

Ceplan. (2016). Fase de análisis prospectivo y fase estratégico, nivel regional - Guía metodológica. Documento de trabajo. Lima, Perú: Ceplan.

Ceplan. (2016). Fase estratégica - Acciones estratégicas. Recuperado en Enero de 2019, de <http://www.ceplan.gob.pe/acciones-estrategicas/>

Ceplan. (2016). Fase estratégica para sectores - Guía metodológica. Documento de trabajo. Lima, Perú: Ceplan.

D'Alessio, F. (2008). El Proceso estratégico - Un enfoque de gerencia (Primera ed.). Centrum - Centro de negocios Pontificia Universidad Católica del Perú / Pearson Educación.

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

MINCETUR. (Diciembre de 2012). Turismo - Guía para la elaboración de planes de desarrollo turístico local. Primera. Lima, Perú: Mincetur.

MINCETUR. (Julio de 2013). Plan de desarrollo turístico local - Guía metodológica. 1ra Edición. Lima, Perú: Mincetur.

MINCETUR. (Julio de 2017). Guía para el cumplimiento de la Meta 38 del Programa de incentivos a la mejora de la gestión municipal 2017. Elaboración del Plan de desarrollo turístico local, 1ra Edición. Lima, Perú: Mincetur.

MINCETUR (Agosto de 2018). Guía para la elaboración del plan estratégico regional de turismo - PERTUR, 1ra Edición. Lima, Perú: MINCETUR.

MINCETUR (Diciembre de 2018). Manual para la elaboración y actualización del inventario de recursos turísticos, 1ra Edición. Lima, Perú: MINCETUR.





ANEXOS

Propuesta de Resolución Municipal

(MEMBRETE DE LA MUNICIPALIDAD)

Resolución Municipal N° -2019

.....Ciudad y fecha de emisión

VISTO:

El Informe Técnico N°(Informe Técnico elaborado por Gerencia de Turismo/Desarrollo Económico) de fecha el Informe Legal N°(Informe del área legal o Asesoría Jurídica del Municipio) de fecha, sobre la necesidad de iniciar el proceso de elaboración (o actualización) del Plan de Desarrollo Turístico Local de (Nombre del distrito/provincia) – PDLT...(Nombre distrito/provincia) y la conformación del equipo encargado de la elaboración y validación del citado documento.

CONSIDERANDO:

Que, la Ley N° 29408 – Ley General de Turismo, en su artículo 5°, inciso 5.1, señala que le corresponde al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo “aprobar y actualizar el Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR) como instrumento de planeamiento y gestión del sector turismo en el ámbito nacional”

Que, mediante Resolución Ministerial N° 231-2016-MINCENTUR, se aprobó la actualización del Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR) hacia el 2025, que establece la necesidad de articulación entre la necesidad de articulación entre las estrategias de los Planes Estratégicos Regionales de Turismo (PERTUR) y en los Planes de Desarrollo Turístico Local de los Gobiernos Locales, así como en su coherencia con los planes para la gestión de los destinos turísticos. Asimismo, que los Gobiernos Locales que hayan priorizado en sus agendas el desarrollo del turismo, deberán articular sus objetivos, políticas, estrategias y acciones a los objetivos regionales y nacionales, en el marco de los objetivos y pilares del PENTUR.

Que, mediante documentos de vistos, la Gerencia XXXXXXXX propone iniciar el proceso de elaboración (o actualización) del Plan de Desarrollo Turístico Local – PDLT(nombre del Distrito / Provincia)...., en concordancia con las políticas nacionales y planes sectoriales, para lo cual se deberá constituir un Equipo Técnico Especializado de Turismo encargado de conducir el proceso de elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local – PDLT.....(nombre del Distrito / Provincia)...., encargada de la revisión y validación de los avances en la elaboración del referido plan, así como designar a la Secretaría Técnica del equipo de trabajo, quien se encargará de convocar, preparar la agenda, elaborar las actas de las reuniones, entre otras funciones relacionadas al cargo;

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO.- APROBAR el inicio del proceso de elaboración (o actualización) del Plan de Desarrollo Turístico Local de – PDLT..... (nombre del Distrito / Provincia).

ARTÍCULO SEGUNDO.- CONFORMAR El Equipo Técnico de Turismo, encargado de conducir el proceso de elaboración (o actualización) del Plan de Desarrollo Turístico – PDLT(nombre del Distrito / Provincia)...., integrado por:

- Representantes de la propia administración local.
- Representante del sector privado del sector turístico local.
- Representantes de la gremiales del distrito o provincia (según sea el caso).
- Representante(s) del sector académico (universidades y/o institutos superiores que cuenten con carreras profesionales o técnicas de Turismo o afines).
- Representante(s) de la sociedad civil organizada del distrito o provincia (según sea el caso).

ARTÍCULO CUARTO.- DESIGNAR como Secretaria Técnica del Equipo Técnico de Turismo PDLT a la Gerencia XXXXX, quien efectuará las coordinaciones respectivas con los representantes de cada equipo de trabajo, así como dar cumplimiento a las funciones que le competen como Secretaria Técnica.

ARTÍCULO QUINTO.- DELEGAR a la Alcaldía la facultad de emitir Resoluciones de Alcaldía para la conformación del Equipo Técnico de Turismo, así como para la respectiva aprobación del Reglamento Interno.

ARTÍCULO SEXTO.- DISPONER la publicación de la presente resolución en la página web de la Municipalidad (distrital/provincial) de ...(nombre de la provincia/distrito)...: ...(indicar página web)..., de conformidad y en cumplimiento a lo prescrito por la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y PUBLÍQUESE

(Nombre y firma del alcalde provincial/distrital)

Modelo de Ordenanza municipal que aprueba el Plan de Desarrollo Turístico Local

ORDENANZA MUNICIPAL N°..... – 2019.....

..., ... de..... de 2019

EL ALCALDE DE LA MUNICIPALIDAD.....

VISTO:

El Acuerdo de Concejo N°.....2019-MD.../... de fecha....de..... de 2019, donde se aprueba el Plan de Desarrollo Turístico Local del distrito de..... 2019 – 2025.

CONSIDERANDO:

Que, de conformidad con el Artículo 194° de la Constitución Política del Perú, las municipalidades son órganos de Gobierno Local, tienen Autonomía Política, Económica y Administrativa en los asuntos de su competencia.

Que, la Ley N° 27972, Ley Orgánica de Municipalidades, en su Artículo II del Título Preliminar, señala que las “municipalidades gozan de autonomía política, económica y administrativa en los asuntos de su competencia. Asimismo, el numeral 8) del Artículo 9° de dicha Ley establece que son atribuciones del concejo Municipal aprobar, modificar o derogar Ordenanzas”.

Que, el Artículo 53° de la Ley 27972, establece que “Las municipalidades se rigen por presupuestos participativos anuales como instrumentos de administración y gestión, los cuales se formulan, aprueban y ejecutan conforme a la ley de la materia y en concordancia con los planes de desarrollo concertados de su jurisdicción...”.

Que, el Artículo 73° de la Ley 27972, señala como “funciones específicas generales que es de competencia municipal en materia desarrollo y economía local, según inciso 4.5, el “fomento del turismo local sostenible”.

Que, el Artículo 82° de la Ley 27972, señala como funciones específicas de las municipalidades, compartidas con el gobierno nacional y regional en materia de educación, cultura, deportes y recreación y en el inciso 15 la de “fomentar el turismo sostenible y regular los servicios destinados a ese fin, en cooperación con las entidades competentes”.

Que, la Ley N° 27783, Ley de Bases de la Descentralización, señala en el primer párrafo del Artículo 17° numeral 17.1) que “Los Gobiernos Locales están obligados a promover la participación ciudadana en la formulación, debate y concertación de sus planes de desarrollo y presupuestos, y en la gestión pública...”, asimismo señala en su artículo 18° numeral 18.2) que “los planes y presupuesto participativos son de carácter territorial y expresan los aportes e intervenciones tanto del sector público como del privado, de las sociedades regionales, locales y de la cooperación técnica internacional”;

Que, la Ley N° 29408, Ley General de Turismo, señala en el Artículo 1° que “declárese al turismo de interés nacional y debe tener un tratamiento como política prioritaria del Estado para el desarrollo del país; así mismo, indica que los ministerios, gobiernos regionales, gobiernos locales y las entidades públicas vinculadas a las necesidades de infraestructura y servicios para el desarrollo sostenible de la actividad turística deben considerar en sus planes, presupuestos, programas, proyectos y acciones, los requerimientos del sector turismo formulados por el ente rector de esta actividad”.

Que, considerando que en la jurisdicción del provincia/distrito....., se desarrolla la actividad turística, se requiere planificar, promover, regular y fortalecer dicha actividad en el marco de la legislación vigente, por tanto,

Mediante Ordenanza Municipal N°.....2019, el municipio aprobó la modificación del Reglamento de Organización y Funciones (ROF) incorporando las funciones de fomento de turismo local sostenible a la Gerencia/Área de.....

Que mediante Resolución de Alcaldía N°2019, se designó el Equipo Técnico de Turismo responsable para la elaboración, implementación y seguimiento del Plan de Desarrollo Turístico Local del distrito

Estando a lo expuesto y contando con la aprobación por unanimidad del Concejo Municipal en pleno y en el Cumplimiento de las facultades conferidas en los Artículos 9° (inciso 1),39°, 40° y 44° de la Ley 27972,se aprobó la siguiente:

ORDENANZA MUNICIPAL QUE APRUEBA EL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL (PDTL) 2019-2025 DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE.....

ARTÍCULO PRIMERO.- APROBAR el Plan de Desarrollo Turístico Local (PDTL) del distrito de..... 2019-2025, que en Anexo adjunto (... folios) forma parte integrante de la presente Ordenanza.

ARTÍCULO SEGUNDO.- ENCARGAR a la Secretaria General, la publicación de la presente Ordenanza para el cumplimiento de lo dispuesto por la presente Ordenanza.

ARTÍCULO TERCERO.- ESTABLECER que la presente ordenanza entrará en vigencia a partir del día siguiente de su publicación en el cartel y/o portal institucional de la Municipalidad www.xxxxxxxxxxxxxx.gob.pe.

POR TANTO: Regístrese, publíquese, comuníquese y cúmplase.

Alcalde

Modelo de Resolución de Alcaldía que aprueba el Plan de Desarrollo Turístico Local

RESOLUCIÓN DE ALCALDIA N°..... - 2019.....

.....dede 2019

EL ALCALDE DE LA MUNICIPALIDAD.....

VISTO:

El Informe N°...-2019-..... del Área de.....(mencionar el área que corresponda, ejemplo Unidad, Sub Gerencia, Dirección, etc.) sobre la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local del distrito; y,

CONSIDERANDO:

Que, según se establece en el artículo 1 de la Ley N° 27972, Ley Orgánica de Municipalidades, las municipalidades provinciales y distritales son órganos de gobierno promotores del desarrollo local y tienen como función en el ámbito del turismo el fomentar el turismo sostenible y regular los servicios destinados a ese fin, en cooperación con las entidades competentes;

Que, el artículo 82° de la Ley de Municipalidades señala como funciones específicas de las municipalidades, compartidas con el gobiernos nacional y regional en materia de educación, cultura, deportes y recreación la de fomentar el turismo sostenible y regular los servicios destinados a ese fin, en cooperación con las entidades competentes.

Que, mediante Ordenanza Municipal N°.....2019, el municipio aprobó la modificación del Reglamento de Organización y Funciones (ROF) incorporando las funciones de fomento de turismo local sostenible a la gerencia/área de.....

Que mediante Resolución de Alcaldía N°.....2019, se designó el Equipo Técnico responsable para la elaboración, implementación y seguimiento de manera coordinada y consensuada con los actores involucrados en el PDTL.

Según el Informe N°.....2019, realizado por el Área de..... (Mencionar el área que corresponda, ejemplo unidad, Subgerencia, dirección, etc.) el que describe el proceso ejecutado por el Equipo Técnico de Turismo responsable de elaborar el Plan de Desarrollo Turístico Local, de manera coordinada y consensuada con los actores involucrados, el mismo que ha sido presentado y validado a través de un acta.

De conformidad con las atribuciones previstas en la Ley N° 27972 – Ley Orgánica de Municipalidades, y demás normas pertinentes;

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO.- APROBAR el Plan de Desarrollo Turístico Local (PDTL) del distrito de..... 2019-2025, elaborado por el Equipo Técnico y validado con los actores involucrados en el desarrollo turístico de la localidad.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE







APÉNDICE A

Manual de intervención en inmuebles patrimoniales

Promoviendo es uso
turístico y sostenible del
patrimonio cultural



INTRODUCCIÓN

Existen muchos inmuebles patrimoniales en nuestro país que también son recursos turísticos, cuentan parte de nuestra historia y algunos son considerados verdaderos hitos para nuestros pueblos.

A pesar de su significado, estas edificaciones suelen estar en mal estado o en abandono, la normativa existente es poco amigable para promover las intervenciones y cambios de uso; por ello el MINCETUR ha preparado el siguiente Manual de Intervención para promover el uso turístico del patrimonio cultural.

TIPOS DE INTERVENCIÓN

Edificación nueva remodelación, restauración, ampliación, refacción, acondicionamiento, demolición y puesta en valor.

La ejecución de toda obra pública o privada que involucre un bien inmueble integrante del Patrimonio Cultural de la Nación, requiere de la autorización del Ministerio de Cultura.

Ésta se emite a través de la opinión favorable del **DELEGADO AD HOC** designado por el Ministerio de Cultura, para la emisión de la Resolución de Licencia de Edificación o de Habilitación Urbana, cuando corresponda, en el marco de lo dispuesto por la Ley N° 29090, Ley de Regulación de Habilitaciones Urbanas y de Edificaciones y su Reglamento.

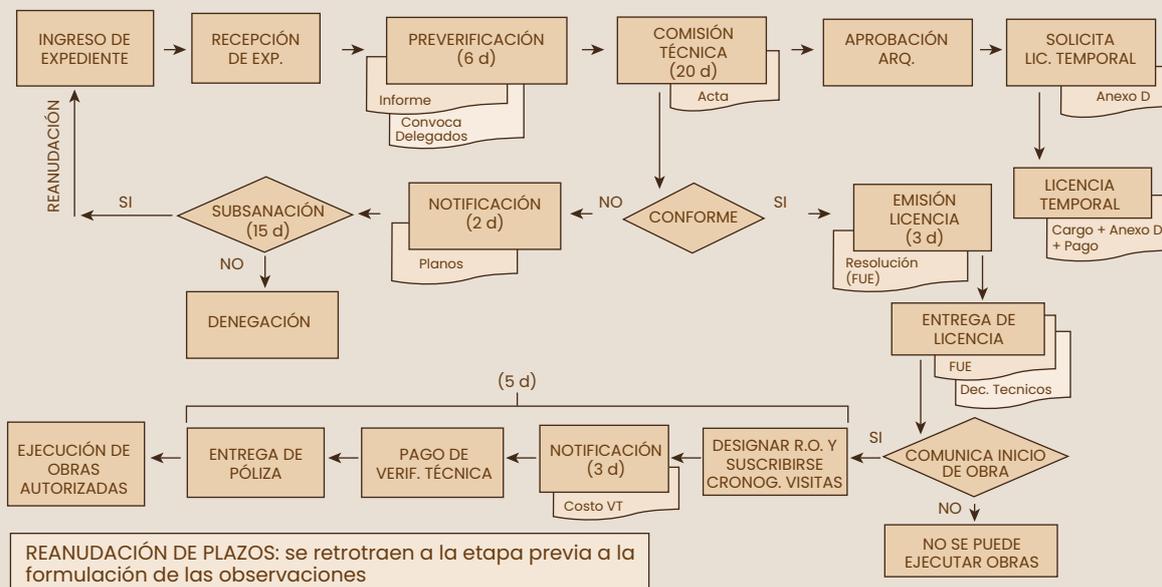


Licencia de Edificación por MODALIDAD C con Comisión Técnica

Artículo 28° del reglamento de la Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación Ley N° 28296

PROCEDIMIENTOS A SEGUIR

LICENCIA DE EDIFICACIÓN POR MODALIDAD C - CON COMISIÓN TÉCNICA



RECOMENDACIONES

Se recomienda realizar el trámite de **“Anteproyecto en Consulta”** para evitar demoras en las revisiones de las especialidades.



Requisitos:

- Planos de Diagnóstico
Que evidencie el estado de conservación de ambientes, caracterización de pisos, muros, escalereas, patios, etc.
- Planos de Intervención
Identificando las demoliciones, muros nuevos, restituciones, entre otros.
- Planos de Propuesta
Resultado de la intervención con nombres de ambientes nuevos y referencia de antiguo ambiente.
- Estudio Histórico
Con fotos antiguas, listado de propiedades con línea de tiempo, descripción arquitectónica, usos del inmueble, etc.
- Estudio de Calas (Opcional)
Para paredes, pisos, rejas, balcones, entre otros. Base para la propuesta de colores.

Se recomienda realizar el trámite de **“Determinación De Sectores”** ante el Ministerio de Cultura cuando se trate de realizar liberaciones de algunos espacios deteriorados.

Grado	Descripción
Grado 1 	Permite la conservación y adecuación a nuevo uso, siempre y cuando se conserve la integridad del inmueble. Todo sector intangible se considera de máxima protección.
Grado 2 	Permite además de lo indicado en el Grado 1, la remodelación del interior, siempre y cuando se mantengan sus características y su relación con el contexto urbano. Implica sector intangible.
	Liberación: implica la demolición total de los agregados no unitarios.

Requisitos:

- Planos de Diagnóstico
Que evidencie el estado de conservación de ambientes, caracterización de pisos, muros, escalereas, patios, etc.
- Planos de Propuesta
Resultado de la intervención con nombres de ambientes nuevos y referencia de antiguo ambiente.
- Estudio Histórico
Con fotos antiguas, listado de propiedades con línea de tiempo, descripción arquitectónica, usos del inmueble, etc.



Para los cambios de uso, sacar el **“Certificado de Zonificación y Vías”** ante la Municipalidad correspondiente.

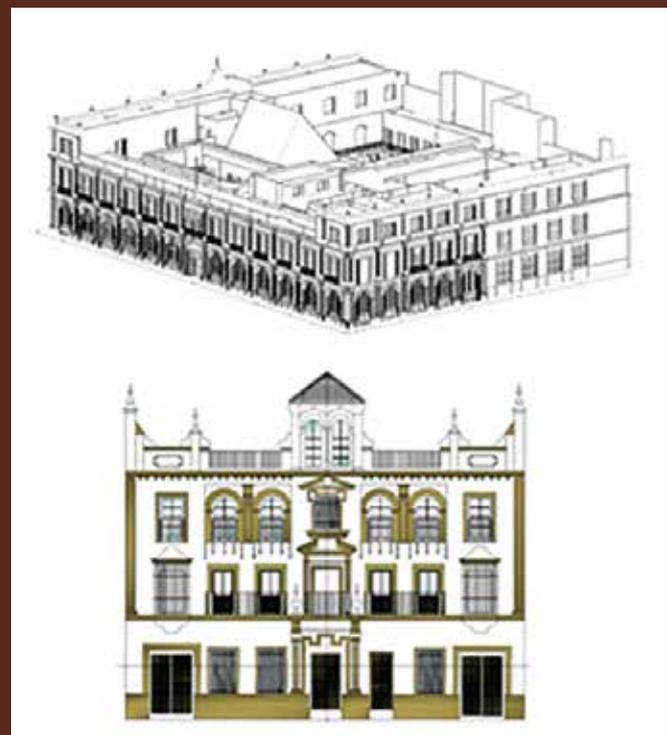
Requisitos:

- Planos de ubicación escala 18500 y localización a escala 1/5,000 ó 1/10,000 ó escala conveniente, con **coordenadas UTM Datum Oficial** referido a elementos existentes(un juego). Consignar cuadro de datos técnicos.



RECOMENDACIONES

- Contratar profesionales (arquitectos), con experiencia en desarrollo de proyectos en inmuebles culturales e historiadores para el estudio histórico.
- Durante la evaluación de la Comisión técnica, solicitar al menos una vez una cita con la Comisión a fin de esclarecer algunas dudas.
- Pedir asesoría técnica al propio Ministerio de Cultura u Oficina de Centros Histórico de la ciudad. La atención al público es gratuita.
- El levantamiento del inmueble es fundamental para la propuesta, las tomas de fotos deben estar fechadas y hacer un video de apoyo.



CASOS: EDIFICACIONES

Edificio en esquina de jr. De la Unión con jr. Ica. Restaurado para Starbucks



Casona en jr. Ica. Restaurado para Pillería Villa Chicken



Edificio Popular y Porvenir en esquina de Wilson con Colmena. Restaurado para Supermercado Plaza Vea.



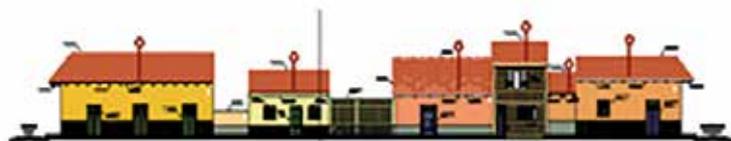
CASOS: CALLES

Ambientes urbano monumentales, inmuebles de entorno, calles representativas.

- Intervenciones a través de intervenciones pilotos de la Zona Monumental, que rescate los rasgos arquitectónicos predominantes o tradicionales.

Pasos:

1. Realizar una propuesta de PALETA DE COLORES con base en calas estratigráficas.
2. Validarla con los propietarios públicos y privados (vecinos)
3. Formalizarla con una Ordenanza Municipal
4. Implementarla con el apoyo de las empresas privadas, ONG, entre otros, las acciones de asesoría y gestión serían por el sector público (Municipio, Gob. Regional o Gob. Nacional).



PALETA DE COLORES

MUROS



PUERTAS Y VENTANAS



CALAS ESTRATIGRAFICAS

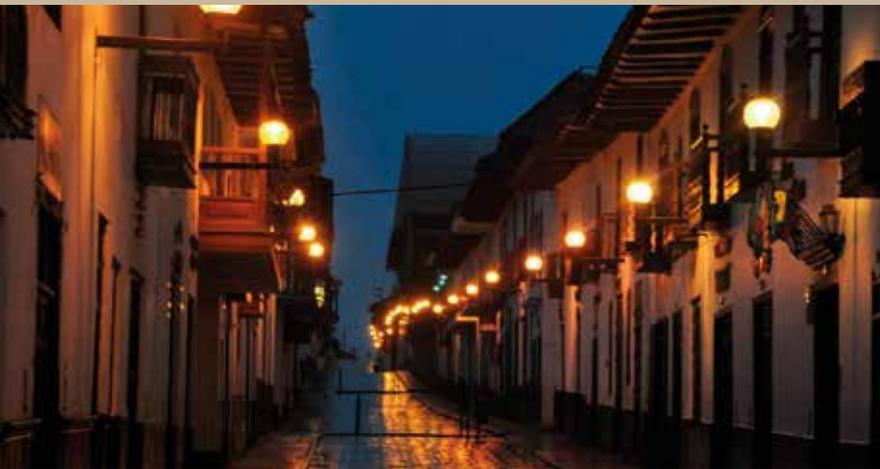


EJEMPLOS:



EXPERIENCIA TÚCUME:

Pintado de calles con motivos moche, vías de uso turístico, participación de vecinos, turistas, artistas locales y la empresa privada.



Jr. Amazonas.
Ciudad de Chachapoyas



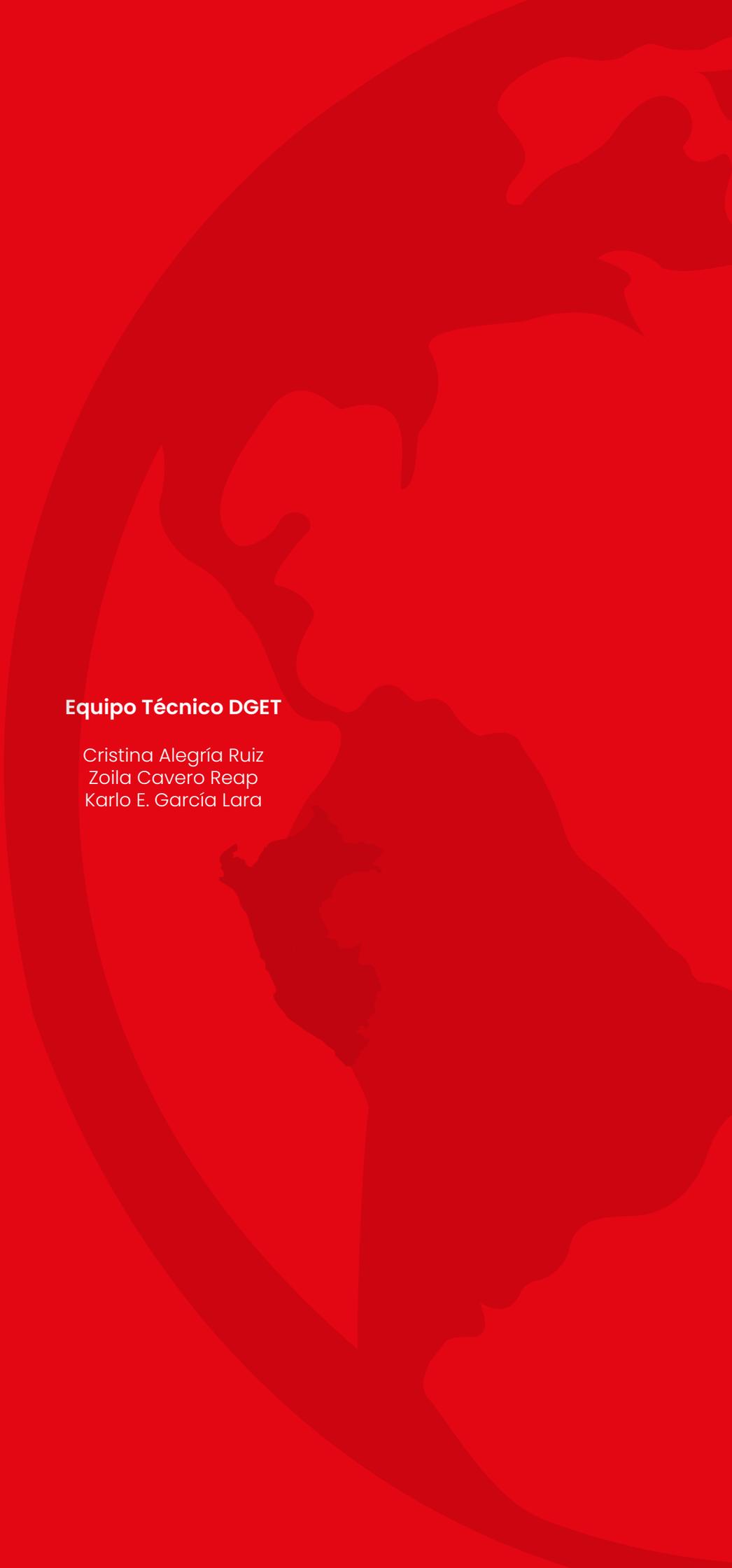
Entorno de la Plaza de Armas
de Trujillo



Calles de Sillar de
Ciudad de Arequipa







Equipo Técnico DGET

Cristina Alegría Ruiz
Zoila Cavero Reap
Karlo E. García Lara



MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO
Calle Uno Oeste N° 050, Urb. Córpac, San Isidro
Telf. : 051 513 61000 www.mincetur.gob.pe