



# PDTL

## Plan de Desarrollo Turístico Local

### Guía Metodológica



---

# Guía Metodológica

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



Llamatrek, Ancash

## Tabla de Contenidos

● Introducción	5
● 1. Etapas para elaborar el “Plan de Desarrollo Turístico Local” (PDTL)	7
● 1.1 Identificación de Vocación turística	9
● 1.2 Planificación previa	11
● 1.3 Elaboración del Diagnóstico	13
● 1.4 Análisis estratégico	17
● 1.5 Propuesta Estratégica	21
● 1.6 Matriz de Actividades, Programas y Proyectos	25
● 1.7 Asignación de funciones a actores involucrados	28
● 1.8 Implementación, Seguimiento y Monitoreo de PDTL	30
● 2. Conceptos Básicos de Turismo	31



Surf

## Introducción

El Plan de Desarrollo Turístico Local (PDTL) es un instrumento de gestión que contribuye a impulsar el desarrollo turístico, social y económico de una localidad. Además, permite la evaluación del potencial turístico de ese territorio y busca orientar las acciones que se deben llevar a cabo a corto, mediano y largo plazo, teniendo en cuenta factores tales como: la oferta, la demanda, la competencia, las tendencias del mercado y también las características o “vocación” del territorio.

Asimismo, el PDTL contiene un conjunto planificado de actividades, programas y proyectos, que ejecutados, van a potenciar la actividad turística en el ámbito local seleccionado. Previamente, es necesario hacer una evaluación, lo que permitirá tener un diagnóstico, para luego proponer objetivos y estrategias, identificando a los responsables públicos y privados para su implementación.

Con la finalidad de contribuir con los gobiernos locales a la obtención de un nivel de sostenibilidad y competitividad turística en un “ámbito local<sup>1</sup>” determinado, la Dirección Nacional de Desarrollo Turístico del Viceministerio de Turismo ha elaborado la **Guía Metodológica para la elaboración del PDTL**.

Los gobiernos locales promueven el desarrollo económico y social de su localidad, con acciones enmarcadas en los planes de desarrollo económico local aprobados en armonía con las políticas y planes nacionales y regionales. Es por ello que, la elaboración de un PDTL deberá guardar relación con el Plan de Desarrollo Concertado Regional, el Plan de Desarrollo Económico Local y con las políticas turísticas del Plan Estratégico Regional de Turismo (PERTUR) así como con las políticas del Plan Estratégico Nacional de Turismo del Perú (PENTUR).

El contar con un PDTL traerá consigo la definición estratégica del desarrollo turístico local, lo que conllevará a mejorar la competitividad turística del territorio.

La propuesta de la Guía Metodológica para la elaboración del PERTUR que se presenta a continuación consta de 8 etapas:

Etapa 1: Vocación Turística; Etapa 2: Planificación Previa; Etapa 3: Diagnóstico; Etapa 4: Análisis Estratégico; Etapa 5: Propuesta Estratégica; Etapa 6: Matriz de Actividades, Programas y Proyectos; Etapa 7: Asignación de funciones a actores involucrados y Etapa 8: Implementación, seguimiento y monitoreo del PDTL. Dichas etapas brindan, de forma clara y metodológica, los lineamientos a seguir para la obtención del Plan de Desarrollo Turístico Local.

El MINCETUR espera que esta Guía Metodológica del PDTL sirva como una herramienta de planificación e implementación, que contribuya al desarrollo sostenible y la competitividad de la actividad turística cada una de las provincias y distritos del Perú.

1. El “ámbito local”, puede referirse a un distrito, a una provincia, o también podría ser incluso una mancomunidad de municipalidades en el ámbito rural, o incluso un Centro Poblado.



Costa Verde, Lima

# 1. Etapas para elaborar el “Plan de Desarrollo Turístico Local” (PDTL)

Se identifican ocho (8) Etapas, cuyos contenidos y fases, se describen en cada uno de los apartados del capítulo 2 de este documento.



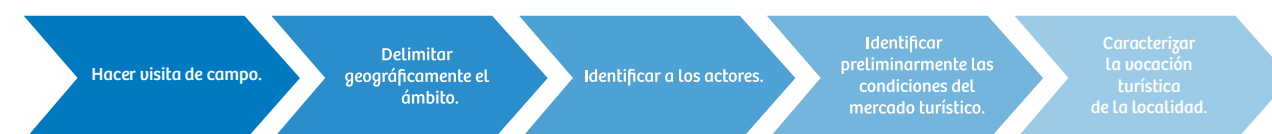
Luego de haber culminado todas las etapas y fases, se redacta la primera versión del “Plan de Desarrollo Turístico Local” y se entrega un ejemplar a los principales actores, para su análisis en un plazo máximo de quince (15) días. Finalizado ese plazo, se desarrollará un “Taller de Validación”, invitando a todos los actores involucrados. Este taller tiene como objetivo, presentar el plan, y recoger las observaciones de los participantes (alguna pueden haberse presentado antes del taller). Luego de ello, se procede a redactar, presentar y entregar, a los principales actores, la versión validada.

Cada una de las etapas, está compuesta por fases, como se muestra en el gráfico siguiente.



## 1.1 Vocación turística

Son las características y potencialidades económicas, sociales, culturales y ecológicas que deben ser tomadas en cuenta para generar un aprovechamiento turístico óptimo del territorio. En esta etapa se busca obtener información e impresiones preliminares para determinar la vocación turística del ámbito seleccionado.



N°	Fases	¿Qué es lo que se va a lograr?	¿Dónde se puede conseguir información?	¿Qué actividades se deben desarrollar?
1	Hacer visita de campo	Internalizar la localidad o el ámbito local por parte del equipo de trabajo, para identificar lo más resaltante.	<ul style="list-style-type: none"> <li>En el ámbito local seleccionado.</li> <li>Por observación directa y consumo de servicios.</li> <li>Internet.</li> <li>Folleto turísticos.</li> <li>Revistas.</li> <li>Otros.</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Observar desde la perspectiva de un turista el ámbito seleccionado.</li> <li>Recolectar folletos sobre recursos/atractivos/productos y servicios turísticos.</li> <li>Conversar con pobladores y proveedores de servicios turísticos.</li> <li>Conversar con visitantes.</li> <li>Consumir los servicios turísticos y otros servicios.</li> </ol>
2	Delimitar geográficamente el ámbito	Definir el ámbito local de estudio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>En el ámbito local predeterminado.</li> <li>En internet.</li> <li>Folleto turísticos.</li> <li>Revistas.</li> <li>Plan de Desarrollo Concertado del Gobierno Local <sup>2</sup> (o Gobiernos Locales pre involucrados).</li> <li>Otros documentos relacionados.</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Trazar el ámbito en un mapa identificando las zonas con potencial turístico, los atractivos más importantes y zonas de influencia. Se puede utilizar Google Earth, Argis, Arview u otra herramienta.</li> </ol>
3	Identificar a los actores	Identificar a los actores que tienen representatividad en el ámbito local.	<ul style="list-style-type: none"> <li>DIRCETUR O GERCETUR.</li> <li>Plan Nacional de Turismo.</li> <li>Plan Regional de Turismo.</li> <li>Plan de Desarrollo Concertado del Gobierno Local.</li> <li>Plan de Desarrollo Concertado del Gobierno Regional.</li> <li>Gobierno local.</li> <li>Gobierno regional.</li> <li>Cámara de Comercio, Turismo, Industria.</li> <li>Otros gremios.</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Revisar el Plan de Desarrollo Concertado del Gobierno Local</li> <li>Conversar con actores y pobladores del ámbito local.</li> <li>Conversar con representantes de los gremios.</li> <li>Identificar a los actores identificado su responsabilidad relacionado con el desarrollo turístico local.</li> </ol>
4	Identificar preliminarmente las condiciones del mercado turístico	Tener una primera aproximación de las condiciones del mercado turístico, desde el punto de vista de la oferta y demanda.	Observación directa.	<ol style="list-style-type: none"> <li>Identificar la Oferta Turística (recursos, atractivos, transporte, planta turística e infraestructura relacionada a la actividad).</li> <li>Identificar preliminarmente las características del turista actual.</li> <li>Identificar la demanda turística (preliminar)</li> </ol>

2. Cuando se haga referencia a Gobierno Local, se puede referir también a varios gobiernos locales, lo que se identifiquen dentro de la jurisdicción de ámbito que se desea delimitar.

### Caracterizar la "vocación turística" de la localidad

Desarrollar una primera aproximación de la Vocación Turística de la localidad.

"Vocación Turística" es la predisposición natural de un espacio o territorio para ser transformado en un lugar atractivo para potenciales visitantes. Podemos entenderla como:

- Ese atractivo natural absolutamente intangible que posee cualquier espacio.
- Es ese "No sé qué..." que tiene un lugar, que nos hace realizar determinadas actividades o predisponernos de determinada manera frente a sus paisajes o su gente.
- El sentimiento que nos transmite un determinado lugar.

- DIRCETUR o GERCETUR.
- En el ámbito local preseleccionado, mediante observación directa
- Búsqueda a través de internet.

1. Redactar La Vocación Turística preliminar.

## Ejemplo de Vocación Turística

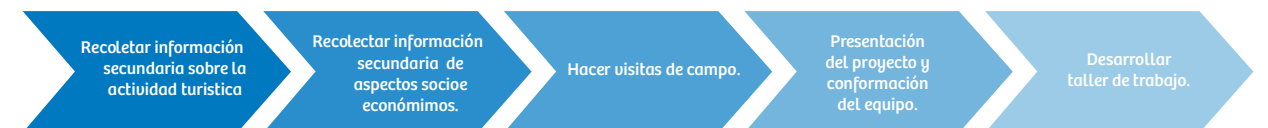
### *Pacasmayo: Sol, playa, descanso y aventura.*

Hemos llegado a esta conclusión, porque Pacasmayo está caracterizado por el paisaje natural de playas que posee a lo largo del litoral, que sumado al clima y a la hospitalidad de los lugareños, ofrece una serie de posibilidades de uso, como lugar ideal para el descanso, y el desarrollo de prácticas de aventura. Todo ello sumado, a la singular belleza de sus casonas que conforman un conjunto arquitectónico armonioso, y el paisaje que conforman el mar y el muelle, que puede ser apreciado apaciblemente desde el malecón.



## 1.2 Planificación previa

Son las actividades que deben desarrollar para planificar el proyecto en su conjunto. Se deben considerar todos los aspectos desde el inicio, para que el proyecto sea exitoso.



N°	Fases	¿Qué es lo que se va a lograr?	¿Dónde se puede conseguir información?	¿Qué actividades se deben desarrollar?
1	Recolectar información secundaria sobre la actividad turística de la localidad	Identificar las líneas generales del desarrollo turístico real y potencial de la zona.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DIRECTUR O GERCETUR.</li> <li>• Plan Nacional de Turismo.</li> <li>• Plan Regional de Turismo.</li> <li>• Plan de Desarrollo Concertado del Gobierno Local.</li> <li>• Plan de Desarrollo Concertado del Gobierno Regional.</li> <li>• Gobierno Local.</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Revisar información de planes nacionales, regionales, locales, estudios de caracterización del ámbito local y otros relacionados con la actividad.</li> <li>2. Revisar información de revistas, periódicos, páginas web especializadas, etc.</li> <li>3. Sistematizar la información recogida y desarrollar la interpretación correspondiente.</li> </ol>
2	Recolectar información secundaria de aspectos socioeconómicos	Determinar la realidad socioeconómica de la zona.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• INEI.</li> <li>• BCR.</li> <li>• PNUD.</li> <li>• Plan de Desarrollo Concertado del Gobierno Local.</li> <li>• Plan de Desarrollo Concertado del Gobierno Regional.</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Recopilar información de fuentes secundaria sobre la realidad socioeconómica del lugar, en aspectos de: población, desarrollo humano, distribución etaria, género, actividades económicas y empresariales de la población, salud, educación, acceso a servicios básico (agua, alcantarillado, energía eléctrica e internet), entre otros.</li> <li>2. Sistematizar la información recogida y desarrollar la interpretación correspondiente.</li> </ol>
3	Hacer visita de campo	Profundizar percepción sobre el destino.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En el ámbito local.</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Observar desde la perspectiva de un turista el ámbito seleccionado. En este proceso es vital observar la Oferta y Demanda Turística (turistas)</li> <li>2. Recolectar folletos sobre recursos/atractivos/productos y servicios turísticos.</li> <li>3. Conversar con pobladores y proveedores de servicios turísticos.</li> <li>4. Conversar con visitantes.</li> <li>5. Consumir los servicios turísticos y otros servicios.</li> <li>6. Sistematizar la información recogida y desarrollar la interpretación correspondiente.</li> </ol>



<p>4</p> <p><b>Presentación del proyecto para la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local y conformación del equipo de trabajo para la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local.</b></p>	<p>Sensibilizar a los actores, en su aporte al desarrollo turístico de la localidad y establecer sus niveles de compromiso para la elaboración del PDTL.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En el Taller de Trabajo.</li> <li>• En el CD adjunto está una propuesta de guía.</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Enviar invitaciones al taller de presentación del proyecto.</li> <li>2. Presentación Power Point en CD adjunto.</li> <li>3. Registrar asistencia.</li> <li>4. Conformar el equipo de trabajo para la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local.</li> <li>5. Hacer Firmar un acta de compromiso a los actores identificados preliminarmente.</li> <li>6. Mostrar el uso del sistema de intercambio de información.</li> <li>7. Evaluar la pertinencia de aplicar encuestas.</li> </ol>
<p>5</p> <p><b>Desarrollar el taller de trabajo</b></p>	<p>Recoger aportes e información valiosa para el proyecto y lograr aliados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En el Taller de Trabajo.</li> <li>• En el CD adjunto está una propuesta de guía.</li> </ul>	<p>A través de trabajos grupales y dinámicas:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Confirmar con los actores la "vocación turística" del ámbito seleccionado.</li> <li>2. Recopilar información y opiniones de los actores y equipo de trabajo respecto al desarrollo turístico de la localidad que permita identificar los aspectos positivos y negativos de ésta como una aproximación del Diagnóstico.</li> <li>3. Desarrollar una primera aproximación a la Misión y Visión del ámbito local orientado al desarrollo turístico de la localidad.</li> <li>4. Desarrollar conclusiones y recomendaciones.</li> </ol>

## Ejemplo de Taller de Trabajo



## 1.3 Diagnóstico

Realizar la medición de diferentes indicadores, que permitan conocer los atractivos turísticos de la localidad o el ámbito geográfico determinado, y el entorno favorable o desfavorable del lugar, para plantear los objetivos del proyecto, de manera clara y realista, a través de un análisis del entorno y un análisis interno.



N°	Fases	¿Qué es lo que se va a lograr?	¿Dónde se puede conseguir información?	¿Qué actividades se deben desarrollar?
1	<b>Analizar el entorno en general</b>	<p>Obtener información relevante sobre el turismo a nivel mundial, nivel nacional, regional y local:</p> <p>En el Análisis del Entorno se pretende obtener la siguiente información:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reconocer el entorno del turismo en el ámbito nacional, regional y local.</li> <li>• Conocer los productos turísticos que se encuentran consolidados en el ámbito regional.</li> <li>• Caracterizar al turista nacional y extranjero que llega al país, región y localidad, desde el punto de vista demográfico, condición socio económica, motivación de su viaje, medios de transporte utilizado, forma como se informó del destino, entre otros.</li> <li>• Recoger detalles relevantes del ámbito local: historia, costumbres, tradiciones, recursos y atractivos turísticos más importantes.</li> <li>• Caracterizar socio económicamente el ámbito local: población, Desarrollo Humano, distribución etaria, género, actividades económicas y empresariales de la población, salud, educación, acceso a servicios básicos, entre otros.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DIRCETUR O GERCETUR.</li> <li>• Plan Nacional de Turismo.</li> <li>• Plan Regional de Turismo.</li> <li>• Plan de Desarrollo Concertado del Gobierno Local.</li> <li>• Plan de Desarrollo Concertado del Gobierno Regional.</li> <li>• INEI.</li> <li>• BCR.</li> <li>• OMT.</li> <li>• En el ámbito local.</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analizar la información obtenida en las etapas previas: Vocación Turística y Planificación previa.</li> <li>2. Realizar visitas de campo.</li> <li>3. Revisar planes, censos, revistas especializadas, páginas web de interés</li> <li>4. Revisar folletos con mapas de recursos turísticos.</li> <li>5. Realizar entrevistas abiertas con funcionarios municipales.</li> <li>6. Realizar entrevistas abiertas con pobladores.</li> <li>7. Realizar entrevistas abiertas con visitantes.</li> <li>8. Determinar y consolidar los aspectos sobresalientes del análisis del entorno, identificando información estadística que lo demuestre.</li> <li>9. Conseguir o dibujar un mapa esquemático donde se identifiquen las zonas con potencial turístico.</li> <li>10. Sistematizar la información recogida y desarrollar la interpretación correspondiente, plasmando esta en un documento.</li> </ol>
2	<b>Analizar la oferta turística</b> (Recursos, Atractivos Infraestructura e Instalaciones Turísticas).	<p>Determinar el nivel de desarrollo de la Oferta Turística del ámbito local</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DIRCETUR O GERCETUR.</li> <li>• Plan Nacional de Turismo.</li> <li>• Plan Regional de Turismo.</li> <li>• Plan de Desarrollo Concertado del Gobierno Local.</li> <li>• Plan de Desarrollo Concertado del Gobierno Regional</li> <li>• En el ámbito local.</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Realizar visitas de campo a los diferentes recursos y atractivos turísticos verificando su estado de conservación, significados, historia, acceso, señalética, información y orientación, precios, accesos, horarios, y similares.</li> <li>2. Verificar la infraestructura y el estado de las instalaciones turísticas.</li> <li>3. Determinar si existen otros recursos turísticos y recursos inmateriales, como fiestas importantes, eventos relevantes, iconos festivos, entre otros.</li> <li>4. Revisar folletos con mapas de recursos turísticos y atractivos turísticos.</li> <li>5. Realizar entrevistas abiertas a operadores turísticos.</li> <li>6. Realizar entrevistas abiertas con pobladores.</li> <li>7. Realizar entrevistas abiertas con visitantes.</li> <li>8. Consolidar la oferta turística de la localidad basada en fotografías, descripciones y estadísticas que muestren la real situación.</li> <li>9. Sistematizar la información recogida y desarrollar la interpretación correspondiente, plasmando esta en un documento.</li> </ol>



<p><b>3</b></p> <p><b>Analizar la Oferta Turística (Planta Turística)</b></p>	<p>Establecer el nivel de desarrollo de la localidad.</p> <p>Son los servicios e instalaciones que brindan soporte al desarrollo de la actividad turística. Ejemplo: Prestadores de Servicios Turísticos (Hospedajes, Restaurantes, Agencias de Viajes, Operadores Turísticos), entre otros.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DIRECTUR O GERCETUR.</li> <li>• Plan de Desarrollo Concertado del Gobierno Local.</li> <li>• Plan de Desarrollo Concertado del Gobierno Regional.</li> <li>• En el ámbito local.</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Realizar visitas de campo a las instalaciones físicas que prestan servicios turísticos a los visitantes en la localidad.</li> <li>2. Verificar la situación de los servicios turísticos en la localidad y centro de soporte: hospedajes, restaurantes, bancos, comercios, agencias de viaje, guías turísticos, medios de transporte, establecimientos de salud, etc.</li> <li>3. Visitar los posibles centros de soporte.</li> <li>4. Realizar entrevistas abiertas con funcionarios municipales.</li> <li>5. Consolidar la información de la situación de la planta turística.</li> <li>6. Sistematizar la información recogida y desarrollar la interpretación correspondiente, plasmando esta en un documento.</li> </ol>
<p><b>4</b></p> <p><b>Analizar la demanda turística</b></p>	<p>Determinar el nivel de Demanda Turística de la localidad y caracterizar a los visitantes de la localidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DIRECTUR O GERCETUR.</li> <li>• Plan Nacional de Turismo.</li> <li>• Plan Regional de Turismo.</li> <li>• Plan de Desarrollo Concertado del Gobierno Local.</li> <li>• Plan de Desarrollo Concertado del Gobierno Regional.</li> <li>• En el ámbito local.</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Realizar visitas de campo.</li> <li>2. Revisar estudios de caracterización de los visitantes de la localidad.</li> <li>3. Recopilar y revisar información de la cantidad de arribos al país, región, y localidad, en forma anual, mensual, etc.</li> <li>4. Revisar el contenido de los folletos de información turística.</li> <li>5. Entrevistas abiertas con funcionarios municipales.</li> <li>6. Entrevistas abiertas con visitantes.</li> <li>7. Realización de encuestas.</li> <li>8. Consolidar información de la demanda turística tomando en consideración la caracterización del visitante y estadísticas de arribos a la localidad.</li> <li>9. Sistematizar la información recogida y desarrollar la interpretación correspondiente, plasmando esta en un documento.</li> </ol>
<p><b>5</b></p> <p><b>Analizar comercialización y promoción</b></p>	<p>Identificar los mecanismos mediante los cuales se realiza la comercialización de la localidad por su actividad turística de acuerdo a los recursos, atractivos turísticos y servicios que ofrece.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Área de Desarrollo Económico, Turismo, o equivalente del gobierno local.</li> <li>• Área de Imagen Institucional del gobierno local.</li> <li>• Hospedajes.</li> <li>• Agencias de Turismo.</li> <li>• En el ámbito local.</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Realizar visitas de campo.</li> <li>2. Revisar folletos de información turística.</li> <li>3. Visitar agencias de viaje.</li> <li>4. Visitar páginas web.</li> <li>5. Revisar periódicos y revistas.</li> <li>6. Consolidar información de los mecanismos de promoción y comercialización de la localidad por sus atractivos turísticos y servicios que presta.</li> </ol>

## Ejemplo Parcial de la información contenida en el Diagnóstico

### Análisis de entorno

#### Plan de Desarrollo Turístico Local de Pacasmayo

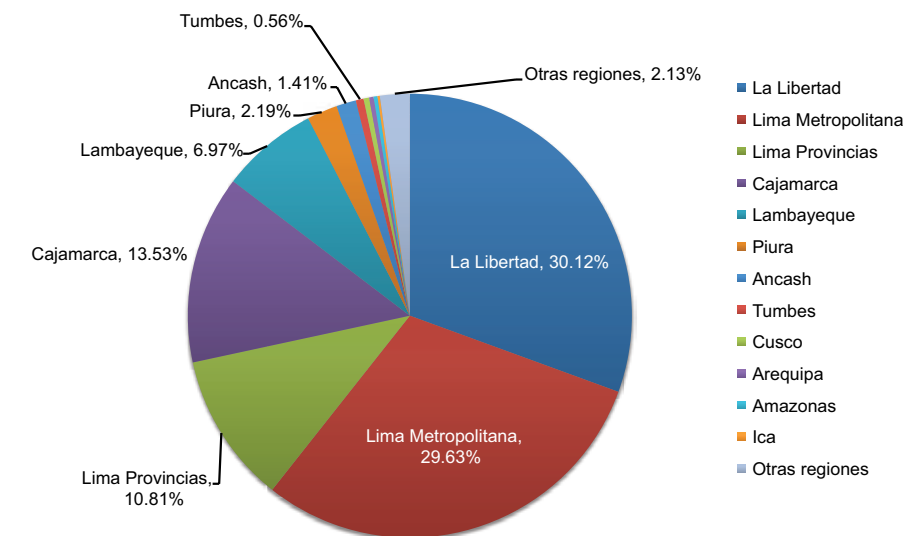
Perú: Llegada de Turistas Internacionales, según País de residencia permanente 2008-2012

País de Residencia	Año				
	2008	2009	2010 P/	2011 P/	2012 P/
América del Norte	503,172	509,543	508,284	515,394	559,809
EE.UU	420,608	426,325	417,232	411,935	447,218
Canadá	51,975	54,595	52,955	57,454	61,362
México	30,589	28,623	38,097	46,005	51,229

Fuente: Mincetur

#### Plan de Desarrollo Turístico Local de Pacasmayo

Perú: Llegada de Turistas Nacionales, según región de residencia



Fuente: Mincetur

#### Plan de Desarrollo Turístico Local de Pacasmayo

Distrito de Pacasmayo: Población por grupos de edad

Grupo de Edad	Población (cantidad de habitantes)	Porcentaje (%)
Menores de 1 año	470	2%
De 1 a 14 años	6,754	26%
De 15 a 29 años	6,699	26%
De 30 a 44 años	5,622	22%
De 45 a 64 años	4,665	18%
De 65 y más años	1,908	7%
<b>TOTAL</b>	<b>26,118</b>	<b>100%</b>

Fuente: INEI - Censos Nacionales 2007: XI de Población y VI de Vivienda

## Análisis de la Oferta

### Establecimientos de Hospedaje

El Perú cuenta con un reglamento de establecimientos de hospedaje el mismo que los clasifica de la siguiente forma: Hoteles, Apart – Hotel, Hostal, Resort, Eco Lodge y Albergues, cada uno con requisitos y condiciones especiales. Bajo esta clasificación, en el cuadro de la figura 34 podemos ver la cantidad de hospedajes según esa clasificación.

### Plan de Desarrollo Turístico Local de Pacasmayo

Establecimientos de hospedaje del distrito de Pacasmayo según clasificación

CLASE	CATEGORIA	CANTIDAD	%
HOTELES	3 Estrellas	5	10 %
HOSTALES	3 Estrellas	3	6 %
	2 Estrellas	10	20 %
	1 Estrella	01	2 %
HOSPEDAJES	Sin Clase/Categoría	31	62 %
TOTAL		50	100 %

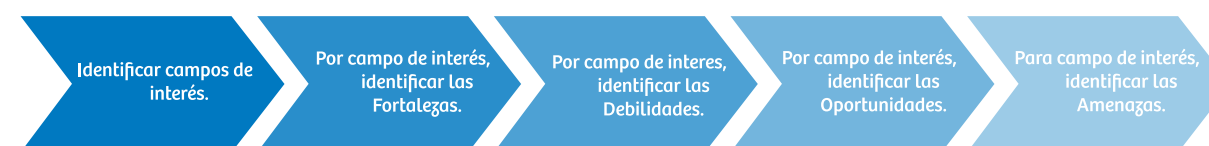
Fuente: Mincetur

## 1.4 Análisis estratégico

El análisis estratégico presenta un panorama resumido, integrado, agrupado lógicamente y muy ajustado, sobre la realidad turística. Esto permite hacer un análisis estratégico, para identificar de manera precisa los aspectos positivos sobre los que debemos construir y los negativos a superar.

El significado de las siglas es el siguiente:

- F: Fortalezas.
- D: Debilidades.
- O: Oportunidades.
- A: Amenazas.



N°	Fases	¿Qué es lo que se va a lograr?	¿Dónde se puede conseguir información?	¿Qué actividades se deben desarrollar?
1	Identificar los "campos de interés".	Identificar las áreas o los sectores que han formado parte del Diagnóstico, en el Análisis Interno (Microambiente) y Análisis Externo (Macroambiente) que necesitan intervención a través del Plan de Desarrollo Turístico Local.  En sector turístico local, normalmente los campos de interés serán: territorio, población, recursos turísticos, servicios turísticos, infraestructura, servicios básicos, transportes, gestión turística municipal, demanda y promoción para el Microambiente, Medioambiente, economía, social, tecnología y Política (gestión turística) en el Macroambiente.	En el Diagnóstico	Revisar el Diagnóstico para identificar los campos de interés.  Por ejemplo: Los campos de interés más comunes para el análisis estratégico son:  • En el Microambiente: territorio, población, recursos turísticos, servicios turísticos, infraestructura, servicios básicos, transporte, gestión municipal, demanda y promoción. • En el Macroambiente: medioambiente, economía, social, política, tecnología y gestión turística.
2	Para cada campo de interés, identificar las Fortalezas.	Identificar en el Análisis Interno como Fortalezas todos los elementos que se encuentran al interior del ámbito local y que se deben aprovechar.	En el Diagnóstico.	1. Analizar el entorno interno del ámbito local en todos los campos de interés: territorio, población, recursos turísticos, servicios turísticos, infraestructura, servicios básicos, transporte, gestión municipal, demanda y promoción. 2. Extraer del entorno interno las Fortalezas del ámbito local. Por ejemplo del campo de interés: población se ha identificado como Fortaleza: La población es amable, hospitalaria y honesta.

3	<b>Para cada campo de interés, identificar las Debilidades.</b>	Identificar en el Análisis Interno como Debilidades todas las características negativas que existen en el ámbito que hacen difícil lograr la visión.	En el Diagnóstico.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analizar el entorno interno del ámbito local en todos los campos de interés: territorio, población, recursos turísticos, servicios turísticos, infraestructura, servicios básicos, transporte, gestión municipal, demanda y promoción.</li> <li>2. Extraer del entorno interno las Debilidades del ámbito local. Por ejemplo del campo de interés: población se ha identificado como Debilidad: Bajo conocimiento de la población para brindar información al turista en cuanto a recursos y atractivos turísticos.</li> </ol>
4	<b>Para cada campo de interés, identificar las Oportunidades.</b>	Identificar el Análisis Externo como Oportunidades a aquellos elementos que pueden ser aprovechadas para el logro de la visión.	En el Diagnóstico.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analizar el entorno externo del ámbito local en todos los campos de interés: medioambiente, economía, social, política, tecnología y gestión turística.</li> <li>2. Extraer del entorno externo las Oportunidades que podrían aprovecharse para el distrito. Por ejemplo, del campo de interés Economía se identifica como Oportunidad: Nuevas inversiones en turismo en el país.</li> </ol>
5	<b>Para cada campo de interés, identificar las Amenazas.</b>	Identificar en el Análisis Externo como Amenazas a aquellos elementos que se encuentran fuera del alcance del ámbito local y que sin embargo tienen influencia sobre él.	En el Diagnóstico.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analizar en el entorno externo del ámbito todos los campos de interés: medioambiente, economía, social, política, tecnología y gestión turística.</li> <li>2. Extraer del entorno externo las Oportunidades que podrían aprovecharse para el distrito. Por ejemplo, del campo de interés Economía se identifica como Amenaza: Crisis financiera internacional que limita la demanda de turismo.</li> </ol>
6	<b>Consolidar el Diagnóstico</b>	Consolidar el Diagnóstico de manera resumida para identificar, del análisis interno y externo, los aspectos positivos sobre los que debemos construir y los negativos a superar.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortalezas</li> <li>• Oportunidades</li> <li>• Debilidades</li> <li>• Amenazas</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elaborar un listado en cada campo de interés de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.</li> <li>2. Ordenar la lista en un Matriz identificando cada uno de los elementos de acuerdo a su naturaleza y ubicación, es decir si corresponde a una Fortaleza, Oportunidad, Debilidad o Amenaza.</li> </ol>

## Ejemplo de Identificación de Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas

Campos de interés	Fortalezas	Debilidades
Territorio	Localización Estratégica del distrito de Pacasmayo( entre Trujillo y Chiclayo y Cajamarca).	
Población	Disponibilidad y hospitalidad de los lugareños para recibir a los turistas.	<p>Bajos niveles de población dedicada a actividades relacionadas con el turismo.</p> <p>Insuficiente conocimiento de la población para brindar información al turista en cuanto a recursos y servicios turísticos.</p>
Recursos y Atractivos Turísticos	Existencia de atractivos naturales e histórico - culturales en el distrito y alrededores.  Monumentos históricos (casonas republicanas) en adecuado estado de conservación.	Bajos niveles e inadecuado mantenimiento de los recursos turísticos (muelle de Pacasmayo).
		Bajos niveles de desarrollo de los recursos turísticos del distrito.
		Desorden y venta ambulatoria en las actividades económicas alrededor y complementaria a los recursos y atractivos turísticos.
		Insuficiente señalización de los recursos turísticos en el distrito.
		Escasas instalaciones complementarias (SSH, vestidores, duchas, sombra, áreas verdes, etc.) para los recursos turísticos.
		Emisión de malos olores y residuos sólidos en los alrededores de los recursos turísticos.

# 1.5

## Propuesta Estratégica

La Propuesta Estratégica, busca establecer los objetivos y las líneas de acción que se deben llevar a cabo para alcanzar la visión de desarrollo del ámbito local, en relación al turismo.

Luego de haber culminado con el Diagnóstico y el análisis estratégico se desarrolla la Propuesta Estratégica. Se elabora teniendo en cuenta los factores claves o críticos identificados en el Diagnóstico, que permitan definir las estrategias que se deben poner en marcha y las responsabilidades en el cumplimiento de los objetivos del Plan de Desarrollo Turístico Local.



N°	Fases	¿Qué es lo que se va a lograr?	¿Dónde se puede conseguir información?	¿Qué actividades se deben desarrollar?
1	<b>Definir la Misión.</b>	<p>Establecer en relación a la actividad turística del ámbito local, respondiendo a estas interrogantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Quiénes somos?</li> <li>• ¿Qué buscamos?</li> <li>• ¿Por qué lo hacemos?</li> <li>• ¿Para quién trabajamos?</li> <li>• ¿Cuáles son nuestros valores?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diagnóstico.</li> <li>• Taller de trabajo.</li> </ul>	<p>Responder a las siguientes interrogantes:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Quiénes somos? Se debe identificar el tipo de institución o ámbito de intervención. Por ejemplo: El distrito de Pacasmayo, es una ciudad balneario</li> <li>2. ¿Qué buscamos? Se debe establecer los objetivos más elevados para el ámbito local o el propósito del ámbito local. Por ejemplo: Ser reconocidos como ciudad balneario para el descanso y disfrute de los deportes náuticos, especialmente el surf.</li> <li>3. ¿Por qué lo hacemos? Establecer la razón de ser del ámbito local o la naturaleza de sus actividades así como la función de carácter nacional o la que contribuye. Por ejemplo: El distrito de Pacasmayo busca una identidad social a partir de la revaloración de su historia y patrimonio natural y cultural.</li> <li>4. ¿Para quién trabajamos? Establecer cuáles son los sectores sociales atendidos, la población beneficiaria directa e indirecta así como los usuarios y/o clientes. Por ejemplo: Sector del Turismo y la participación integrada de los agentes turísticos locales.</li> <li>5. ¿Cuáles son nuestros valores? Establecer los valores, principios, motivaciones de índole social, política, comercial, religiosa, cultural, etc. Por ejemplo: Cuenta con valores históricos y busca una identidad social.</li> </ol>

2	<b>Definir la Visión</b>	<p>Establecer la dirección hacia la cual se encaminará el ámbito. Para su formulación se debe tener en cuenta:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plantear un horizonte de tiempo.</li> <li>• La Visión es una representación de lo que aún no es y se espera que sea.</li> <li>• La Visión no debe ser una simple descripción de la situación ideal, sino una apuesta factible, es decir cuántos de estos sueños son realizables o posibles de alcanzar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diagnóstico.</li> <li>• Taller de trabajo.</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Plantear un horizonte de tiempo. Por ejemplo: El distrito de Pacasmayo al año 2016</li> <li>2. Establecer la dirección hacia la cual se encaminará el distrito. Por ejemplo: Posicionarse como una importante Ciudad Turística Balneario, especializada en servicios turísticos de calidad para el segmento de aventura, de sol, playa y descanso.</li> </ol> <p>Redactar la Visión en estricta relación a la Misión, debido a que la primera es una mirada hacia el futuro, es decir, hacia una meta última de la que queremos con el desarrollo turístico; mientras que la otra es una declaración de cómo se nos vemos en el presente.</p>
3	<b>Definir el Objetivo Estratégico General</b>	<p>Definir el rumbo y las intenciones del Plan de Desarrollo Turístico. La elaboración del objetivo general implica tener pleno conocimiento del diagnóstico interno - externo, que luego será trasladado al análisis FODA, realizado en el contexto de la dinámica turística en la localidad y la región que la contiene.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diagnóstico.</li> <li>• Misión.</li> <li>• Visión.</li> </ul>	<p>A partir de la Matriz FODA se debe responder a las siguientes interrogantes:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Qué queremos ser como destino turístico? Por ejemplo: Ser un lugar con un servicio turístico de calidad, seguro y sostenible, que muestre recursos naturales, históricos y culturales, puestos en valor.</li> <li>2. ¿A dónde queremos llegar con el Plan en términos competitivos? Por ejemplo: Satisfacer al turista nacional y extranjero de acuerdo a sus necesidades.</li> <li>3. ¿Qué mercados podemos atender realmente, en función al estado actual y sus potencialidades? Por ejemplo: Turismo nacional y extranjero.</li> <li>4. ¿Qué beneficio queremos obtener, para el ámbito local? Por ejemplo: Contribuir a la mejora de la calidad de vida del distrito de Pacasmayo.</li> </ol>
4	<b>Definir los Objetivos Estratégicos Específicos</b>	<p>Establecer ¿Qué se requiere conseguir para alcanzar el objetivo general? Relacionar los resultados obtenidos en el diagnóstico de acuerdo a las necesidades del análisis estratégico. Si es pertinente se recomienda priorizar los objetivos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diagnóstico.</li> <li>• Misión.</li> <li>• Visión.</li> <li>• Objetivo Estratégico General.</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. De la matriz FODA y tomando en cuenta los "campos de interés" se efectúa un ordenamiento de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas por cada campo de interés.</li> <li>2. A través de una nueva matriz se relacionan las diferentes fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas por cada campo de interés. Por ejemplo: Si se tiene como Fortaleza: Disponibilidad y hospitalidad de los lugareños para recibir a los turistas Si se tiene como Debilidad: Insuficiente conocimiento de la población para brindar información al turista en cuanto a atractivos, productos y servicios turísticos Si se tiene como Oportunidad: El turista nacional y extranjero prefiere servicios acogedores y familiares antes que grandes instalaciones.</li> <li>3. Se redacta el Objetivo estratégico específico buscando aquello que hace falta para conseguir el objetivo general y que permita superar las debilidades y amenaza y aprovechar las fortalezas y oportunidades. Por ejemplo: se tendrá como Objetivo Estratégico: Lograr que la población se identifique y oriente hacia la actividad turística Al redactar los objetivos específicos, debemos tomar en cuenta que deben ser medibles, incluso aquellos de carácter cualitativo.</li> </ol>

**5 Definir las Estrategias para cada Objetivo Estratégico específico**

Establecer el mecanismo o las formas de llegar a obtener lo que queremos en el ámbito local en relación a la actividad turística  
Orientar las acciones, tanto en el ámbito público como privado, que nos permitirá el logro de los objetivos específicos establecidos y la consecución, finalmente, de un modelo turístico sostenible en nuestra localidad.

- Matriz cruzada FODA que relaciona las diferentes fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas por cada campo de interés.
- Objetivo Estratégico General.
- Objetivos Estratégicos Específicos.

1. Se debe tomar como punto de partida la matriz que relaciona las diferentes fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas por cada campo de interés y que permitió la identificación de los objetivos estratégicos específicos.

2. A partir de los objetivos estratégicos específicos se plantean una o varias estrategias que permitirán el cumplimiento de cada objetivo estratégico específico.

Por ejemplo:

- E1: Mostrar a la población e inversionistas diversos las oportunidades y rentabilidad de los negocios y su diversificación alrededor de la actividad turística
- E2: Generar conciencia turística en la población del distrito de Pacasmayo
- E3: Articular negocios y cadenas productivas orientadas al desarrollo de la actividad turística.

Las estrategias se plantean en estricta coherencia con los objetivos específicos, buscando el máximo aprovechamiento posible de las principales oportunidades y fortalezas, al tiempo que intentamos evitar las amenazas y reducir o anular las debilidades.

### Matriz Cruzada - Identificación de estrategias

	Oportunidades	Amenazas
Fortalezas	Estrategias FO (Fortalezas - Oportunidades) Potencialidades  ¿Cómo podemos usar las fortalezas para aprovechar las oportunidades?	Estrategias FA (Fortalezas - Amenazas) Riesgos  ¿Cómo usamos las fortalezas para reducir el impacto de las amenazas?
Debilidades	Estrategias DO (Debilidades - Oportunidades) Desafíos  ¿Cómo superamos las debilidades aprovechando las oportunidades?	Estrategias DA (Debilidades - Amenazas) Limitaciones  ¿Cómo superamos las debilidades para neutralizar las amenazas?

### Ejemplo Parcial de una Propuesta Estratégica

#### IV. Propuesta Estratégica del “Plan de Desarrollo Turístico Local de Pacasmayo al año 2016”

#### Visión de Desarrollo Turístico del distrito de Pacasmayo

Pacasmayo al 2016 se posicionará como un importante balneario turístico, especializado en servicios turísticos de calidad para el segmento de aventura, de sol, playa y descanso, como consecuencia del desarrollo económico sostenible del distrito, en armonía con las políticas de crecimiento y desarrollo social, histórico-cultural y ambiental.

#### Misión

Pacasmayo es una ciudad balneario, para el descanso y disfrute de los deportes náuticos, especialmente el surf, que conserva sus valores históricos y busca una identidad social a partir de la revaloración de su historia y patrimonio natural y cultural, incorporando todos estos elementos al desarrollo turístico, a través de la participación integrada de los agentes turísticos locales.

**Objetivo Estratégico 5:** Gestionar la administración municipal, para que se orienta hacia la promoción y fomento de la actividad turística sostenible.

Estrategia 1:	Culminar la categorización y jerarquización de recursos turísticos.
Estrategia 2:	Fortalecer al gobierno local como ente gestor y fiscalizador del desarrollo turístico.
Estrategia 3:	Mejorar la zonificación territorial y de las actividades económicas orientadas al desarrollo turístico.
Estrategia 4:	Optimizar los procedimientos para la creación y formalización de negocios.
Estrategia 5:	Optimizar la prestación de servicios públicos exclusivos municipales.
Estrategia 6:	Sensibilizar y delimitar los roles de los actores y promotores del desarrollo turístico.

**Objetivo Estratégico 6:** Lograr adecuados niveles de promoción de los atractivos turísticos naturales, culturales e históricos.

Estrategia 1:	Implementar mecanismos de información de demanda y turística.
Estrategia 2:	Lograr el reconocimiento del distrito de Pacasmayo como producto turístico natural, histórico y cultural que forma parte del Destino Ruta Moche.
Estrategia 3:	Diversificar los canales de promoción turística del distrito.

## Ejemplo de aplicación del análisis de la Matriz cruzada FODA para identificar estrategias

FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	ESTRATEGIAS
F1	D1	O4	A1	OE1: Generar cultura turística en población	E1: Mostrar a la población e inversionistas diversos las oportunidades y rentabilidad de los negocios y su diversificación alrededor de la actividad turística
F2	D2	O5	A4		E2: Generar conciencia turística en la población E3: Articular negocios y cadenas productivas orientadas al desarrollo de la actividad turística
F3	D3	O1	A1	O.E2: Lograr la puesta en valor de los recursos turísticos.	E4: Poner en valor los recursos turísticos existentes
F4	D4	O2	A2		E5: Desarrollar atractivos turísticos diversificados con potencial de demanda
	D5	O3	A4		E6: Ordenar las actividades económicas alrededor de los recursos turísticos
	D6	O5			E7: Generar las condiciones adecuadas para el desarrollo de los recursos turísticos
	D7				
	D8				

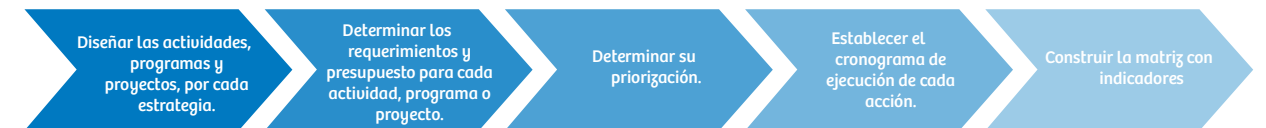
## 1.6

### Matriz de Actividades, Programas y Proyectos, del Plan de Desarrollo Turístico Local

Se debe definir un conjunto de acciones que para cumplir con los objetivos y estrategias que se han planteado anteriormente. Para ello se desarrolla la Matriz de Actividades, Programas y Proyectos del Plan de Desarrollo Turístico Local.

Se debe establecer en detalle la siguiente información:

- Actividades, Programas y Proyectos.
- Costo total de los mismos.
- Calendarización o Cronograma.
- Fuente(s) de financiamiento para su ejecución.
- Responsables de su ejecución.
- Indicadores, Línea de Base y meta calendarizada por año.



N°	Fases	¿Qué es lo que se va a lograr?	¿Dónde se puede conseguir información?	¿Qué actividades se deben desarrollar?
1	<b>Diseñar las actividades, programas y proyectos, por cada estrategia.</b>	Definir el conjunto de acciones necesarias, para el cumplimiento de los objetivos y estrategias.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diagnóstico.</li> <li>• Análisis estratégico a través de la matriz cruzada FODA.</li> <li>• Propuesta Estratégica.</li> <li>• Taller de trabajo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se parte de cada estrategia que se ha establecido para el cumplimiento de un objetivo específico</li> <li>• En cada estrategia se debe plantear una o un conjunto de acciones que en forma específica pueden ser actividades, programas o proyectos, que permitan el desarrollo de la estrategia y el cumplimiento de cada objetivo estratégico.</li> <li>• Se debe plantear un listado de acciones de diversa naturaleza, algunas de ellas se encuentran relacionadas entre sí y que deben ser factibles, es decir que se puedan realigar.</li> </ul>
2	<b>Determinar los requerimientos y presupuesto para cada actividad, programa o proyecto.</b>	Determinar el monto total de recursos que se requiere para el cumplimiento de cada una de las propuestas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gobierno Local.</li> <li>• Gobierno Regional.</li> <li>• Gobierno Nacional.</li> <li>• Empresas privadas</li> </ul>	<p>El equipo de trabajo deberá desarrollar determinar para cada actividad, programa o proyecto:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cronograma de ejecución.</li> <li>• Requerimiento de recursos humanos, materiales, infraestructura.</li> <li>• Cantidad de recursos monetarios que se necesitan para su puesta en marcha, ejecución y operación mantenimiento.</li> <li>• Fuente de financiamiento.</li> <li>• Responsable de su ejecución.</li> </ul>

3	<b>Determinar su priorización.</b>	Escoger en orden de prioridad las acciones que al final permitirán el cumplimiento de los objetivos estratégicos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Propuesta Estratégica.</li> <li>Taller de trabajo.</li> </ul>	<p>En base a la información del ítem anterior, el equipo de trabajo decidirá en primera instancia en orden de prioridad las acciones que formarán parte del plan de desarrollo de turismo local, para alcanzar cada objetivo estratégico.</p> <p>Los criterios a tomar en cuenta para la priorización serán siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Cantidad de Recursos monetarios necesarios.</li> <li>Eficiencia y eficacia.</li> <li>Población beneficiaria.</li> <li>Factibilidad.</li> </ul> <p>Esta relación de prioridad de acciones se presentará a los actores posteriormente para su validación.</p>
4	<b>Establecer el cronograma de ejecución de cada acción.</b>	Determinar en el tiempo, en qué fecha se ejecutará cada una de las acciones.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Propuesta Estratégica.</li> <li>Taller de trabajo.</li> </ul>	Una vez determinada el orden de prioridad de las acciones a desarrollar, se establecerá el orden de su cumplimiento para lo cual se efectuará un cronograma de ejecución para cada acción en años.
5	<b>Construir la matriz de actividades, programas y proyectos.</b>	Consolidar la matriz de acciones del plan de desarrollo turístico local con la información pertinente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Propuesta Estratégica.</li> <li>Taller de trabajo.</li> </ul>	<p>Se realgará la consolidación de la información de las acciones en una matriz que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Las acciones por cada estrategia.</li> <li>Cronograma de ejecución.</li> <li>Presupuesto en nuevos soles.</li> <li>Fuente de Financiamiento.</li> <li>Responsable o Ejecutor sugerido.</li> </ul>
6	<b>Construir la matriz con indicadores.</b>	Establecer el impacto que generaría la ejecución de acciones en el cumplimiento de los objetivos estratégicos al analizar en forma comparativa la situación antes y después de la ejecución del plan de desarrollo turístico local.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Propuesta Estratégica.</li> <li>Taller de trabajo.</li> </ul>	<p>Basado en la Matriz de actividades, proyectos y programas se presentará una nueva matriz que incluya la siguiente información:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Estrategia.</li> <li>Descripción del Indicador.</li> <li>Línea de Base del indicador.</li> <li>Meta en años.</li> </ul> <p>La descripción del indicador y la línea de base se han obtenido del Diagnóstico donde se muestra la situación actual en forma cualitativa y cuantitativa (indicadores).</p>

## Ejemplo Parcial de Matriz de Actividades, Programas y Proyectos

Objetivos Específicos y Estrategias	Tipo de intervención	Actividades, Programas y Proyectos	Cronograma 2013-2016				Presupuesto (Nuevo Soles)	Fuente de Financiamiento	Responsable o Ejecutor sugerido
			1	2	3	4			
<b>OE1: Generar cultura turística en la población</b>									
E1: Mostrar a la población e inversionistas diversos las oportunidades y rentabilidad de los negocios y su diversificación alrededor de la actividad turística	Proyecto	Capacitar a los emprendedores en la formulación de planes de negocios orientados a la actividad turística.		X	X		10,000	Inversión Privada	CCP/CTP/Universidades
	Proyecto	Desarrollar un estudio de mercado a profundidad para conocer el perfil del visitante y sus requerimientos.	X				50,000	Inversión Pública y Privada	MINCETUR/CTP/Universidades.
	Actividad	Coordinar y promover eventos orientados a mostrar oportunidades de negocio en el distrito, orientados al turismo.			X	X	7,000	Inversión Privada	CCP/CTP/Patronato/Universidades.
E2: Generar conciencia turística en la población	Proyecto	Desarrollar de un sistema de información y actualización permanente sobre los visitantes.	X				100,000	Inversión Privada	CTP/MDP/Operadores Turísticos
	Programa	Sensibilizar a la población, para que conozca las ventajas del turismo, su responsabilidad en ellos como vecinos, y los impactos económicos que genera el turismo.	X	X	X		25,000	Inversión Pública y Privada	MINCETUR/CC/CTP/MDP/Población

Estrategias	Indicador	Línea de Base	Metas (años)			
			2013	2014	2015	2016
<b>O.E 3: Mejorar la calidad del servicio turístico</b>						
E1: Optimizar la calidad de los servicios turísticos existentes	Cantidad de empresas turísticas acreditadas en calidad de servicios por la GERCETUR La Libertad.	Ninguna empresa turística acreditada en calidad de servicios por la DIRCETUR La Libertad.	20%	20%	10%	10%
	Cantidad de establecimientos de hospedaje de 1, 2, 3 estrellas.	19 establecimientos de hospedaje de 1, 2, 3 estrellas.	25	30	40	50
	Porcentaje de establecimientos de hospedaje sin categoría.	62% de establecimientos de hospedaje sin categoría.	50%	40%	30%	10%
	Cantidad de restaurantes categorizados.	No existen.	10	20	30	50
E2: Promover los beneficios de la formalización de las actividades económicas orientadas al desarrollo turístico	Porcentaje de establecimientos comerciales que no cuentan con licencia de funcionamiento.	70% de establecimientos comerciales no cuentan con licencia de funcionamiento.	50%	30%	10%	
E3: Ordenamiento de las actividades económicas vinculadas al turismo	Cantidad de Campañas de Fiscalización y control de las actividades económicas.	01 campaña de fiscalización y control de las actividades económicas.	05	10	10	10
<b>OE 4 : Mejorar los niveles de acceso e infraestructura vial a los recursos y servicios turísticos</b>						
E1: Optimizar la infraestructura de conectividad y acceso de los recursos y servicios turísticos	Proyecto ejecutado de mejoramiento del acceso a la playa el Faro, y definición, caracterización y localización de servicios públicos.	Ningún proyecto ejecutado	1			
	Mejoramiento de acceso a servicios turísticos del ámbito local (hoteles, restaurantes, miradores, etc.).	Ningún proyecto ejecutado	1			

## 1.7 Asignación de Funciones a actores involucrados

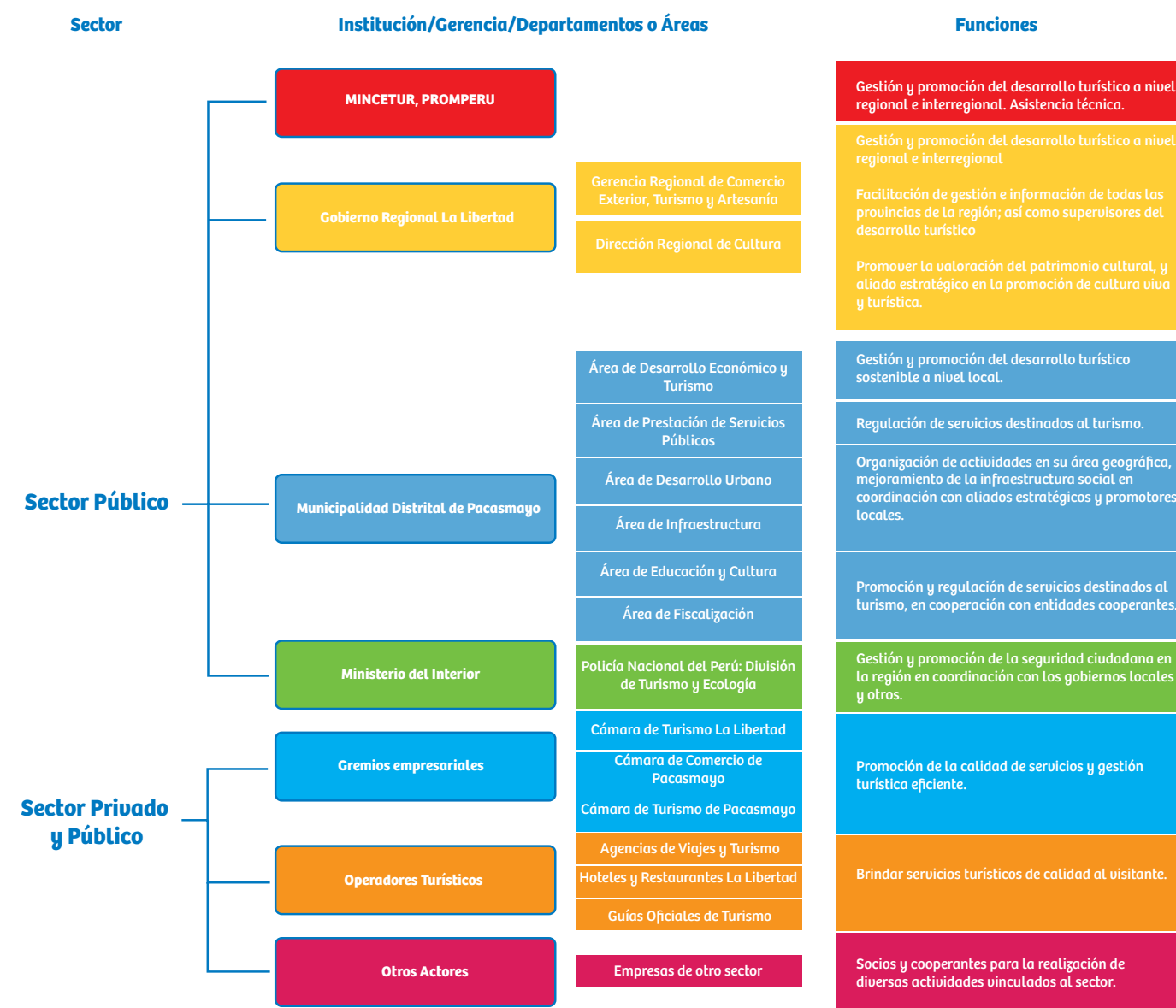
La implementación del Plan de Desarrollo Turístico Local requiere el compromiso y apoyo de cada uno de los actores que forman parte del desarrollo del ámbito local, por lo que es necesaria su identificación y establecer las responsabilidades de cada uno de ellos.

El objetivo es garantizar el cumplimiento de las responsabilidades de cada uno de los actores involucrados en el Plan de Desarrollo Turístico Local.



N°	Fases	¿Qué es lo que se va a lograr?	¿Dónde se puede conseguir información?	¿Qué actividades se deben desarrollar?
1	<b>Identificar las funciones del sector público y privado.</b>	Establecer el compromiso de las entidades del sector público del ámbito local, distrito, provincia y región, en la implementación del presente plan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Durante el desarrollo de las etapas anteriores: diagnóstico, análisis estratégico de la matriz cruzada FODA, Propuesta Estratégica, Matriz de Actividades, Programas y Proyectos, se van identificando los actores del sector público.</li> <li>Los actores del sector público, no necesariamente serán todos del ámbito local.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Revisar los diferentes documentos normativos que establece la responsabilidad de cada entidad del sector público.</li> <li>Identificar a actores privados que estén cumpliendo un rol de liderazgo en el ámbito local u otros que potencialmente podrían cumplirlo.</li> <li>Reuniones de trabajo con cada uno de los actores.</li> </ul>
2	<b>Asignar las acciones a desarrollar a cada uno de los actores.</b>	Lograr el compromiso y establecimiento de las actividades con su respectivo presupuesto, en los planes operativos de las entidades públicas y privadas identificados, como actores de la implementación del presente plan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Durante el Taller de validación.</li> <li>En el proceso de implementación del PDTL</li> </ul>	Consolidar el rol que cada uno de los actores del sector público y privado, deberán desarrollar, para la implementación del presente plan.

## Ejemplo de identificación de funciones de actores involucrados



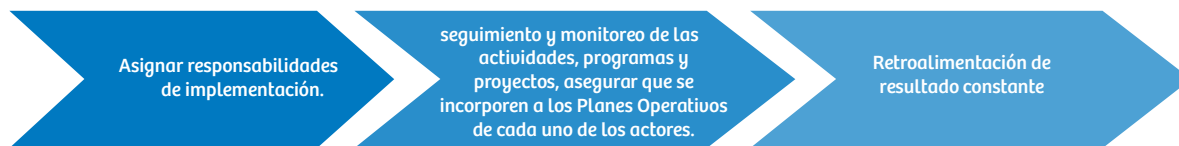


## 1.8

### Implementación, Seguimiento y Monitoreo del PDTL

En esta etapa, se deben establecer las pautas necesarias para la implementación exitosa del Plan de Desarrollo Turístico Local. Se debe tener en cuenta los siguientes aspectos:

- El gobierno local o gobiernos locales, representadas por el Alcalde o Alcaldes, y su equipo, deben liderar la implementación del presente plan.
- El compromiso asumido por cada uno de los actores involucrados, debe lograr la obtención de los recursos económicos y la ejecución de las acciones, evitando que se realicen mal o no se realicen, a pesar de las dificultades o eventualidades que se presenten.
- En la implementación de este plan se debe buscar la participación de todos: comunidad, administración pública y empresarios. Por eso es importante buscar, desde el inicio, a personas de calidad personal y profesional, que representen los intereses de todos los involucrados en la actividad turística. Los Consejos de Coordinación Local, debe participar en lo posible en el desarrollo e implementación de este plan.
- Es necesario respetar el tiempo de la intervención y asignación de recursos de acuerdo a las condiciones propuesta por el PDTL.



N°	Fases	¿Qué es lo que se va a lograr?	¿Dónde se puede conseguir información?	¿Qué actividades se deben desarrollar?
1	<b>Asignar responsabilidades de implementación</b>	Comprometer la participación de los actores involucrados para la ejecución de las acciones contenidas en la Matriz de Actividades, Programas y Proyectos.	En el contenido del Plan de Desarrollo Turístico Local.	Realizar reuniones de validación y compromiso de cada uno de los actores para la ejecución de las actividades, proyectos o programas que les corresponde en la implementación.  Continuar la identificación de actores fuera del ámbito, para gestionar recursos y ejecución de proyectos, por mecanismos diversos: por ejemplo, obras por impuestos, convenios de cooperación internacional, fondos concursables, etc.
2	<b>Seguimiento y monitoreo de las actividades, programas y proyectos, asegurar que se incorporen a los Planes Operativos de cada uno de los actores.</b>	Garantizar la implementación del Plan de Desarrollo Turístico Local.	En el taller de validación y en la presentación de la versión final del Plan de Desarrollo Turístico Local.  Resultados de Evaluación anual de implementación	Presentación de los Planes Operativos por parte de cada uno de los actores, donde se autoriza la ejecución de las actividades, programas y proyectos.  Continuar la identificación de actores fuera del ámbito, para gestionar recursos y ejecución de proyectos, por mecanismos diversos: por ejemplo, obras por impuestos, convenios de cooperación internacional, fondos concursables, etc.  Realizar evaluación continua de resultados

## 2.

### Conceptos Básicos de Turismo

#### 1. Turismo

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos de ocio, por negocios y otros motivos. Fuente: OMT.

#### 2. Vocación turística

Son las condiciones y potencialidades económicas, sociales, culturales y naturales con la capacidad de poder generar un aprovechamiento turístico óptimo del territorio. Fuente: DNDT-MINCETUR

#### 3. Motivo de viaje

Es la principal razón para la decisión del viaje. Normalmente se consideran los siguientes grupos:

- Vacaciones, recreación u ocio
- Visitas a familiares y amigos
- Negocios
- Tratamientos de salud
- Otros motivos

Fuente: PromPerú

#### 4. Actividad turística

Es el acto que realiza el visitante para que se materialice el turismo.

CULTURA	NATURALEZA	AVENTURA
Visita a sitios arqueológicos	Visita y disfrute de playas	Caminata / Trekking
Visitas a iglesias / conventos	Visita a Áreas Naturales Protegidas	Montañismo
Visita a museos	Observación de flora /fauna (avistamiento de aves)	Canotaje
Visita a inmuebles históricos	Visita a centros de interpretación	Ciclismo
Visita a comunidades nativas / rurales		Surf
Participación de fiestas religiosas		Pesca de altura
Visita a ciudades o pueblos en particular		Buceo
Participación en manifestaciones culturales		Canotaje
Gastronomía		Paracaidismo, Parapente y Ala Delta

Fuente: DNDT-MINCETUR

## 5. Propuesta principal de venta

Es el producto turístico principal (único y singular) de un destino, que posee el poder de captar la atención de su actual y potencial cliente. De esta manera, permite la identificación y el posicionamiento del destino y lo diferencia dentro de la oferta global del destino Perú. Fuente: DNDT-MINCETUR

## 6. Visitante

Es 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 remunerativa en el lugar visitado. Se clasifica en turista y excursionista a continuación:

VISITANTE	
Turista Visitante que pernocta	Excursionista Visitante del día
Toda persona que voluntariamente viaja dentro de su territorio nacional o a un país distinto de su entorno habitual, que efectúa una estancia de por lo menos una noche pero no superior a un año y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado.	Toda persona que viaja a un lugar distinto de aquel en el que tiene su domicilio habitual, por un periodo inferior a 24 horas sin incluir pernoctación y cuyo motivo principal no es el de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.

Fuente: DNDT-MINCETUR

### A. Turista

Toda persona que voluntariamente viaja dentro del territorio nacional o a un país distinto de su entorno habitual, pernocta por lo menos una noche pero no más de un año y cuyo motivo principal de visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado.

### B. Excursionista

Toda persona que viaja a un lugar distinto de aquel en el que tiene su domicilio habitual, por un periodo inferior a 24 horas sin incluir pernoctación y cuyo motivo principal no es el de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.

Fuente: DNDT-MINCETUR

## 7. Turismo emisor

Son los viajes que realizan los residentes de un país hacia otros países. Fuente: PromPerú

## 8. Turismo receptivo

Turismo realizado dentro del territorio nacional por turistas domiciliados en el exterior. Fuente: Norma Técnica Peruana

## 9. Turismo interno

Incluye a los residentes que viajan por un periodo de tiempo no superior a un año, hacia un lugar dentro de su país de residencia pero distinto al de su entorno habitual. Fuente: Norma Técnica Peruana

## 10. Gasto del turista

Gastos de consumo efectuados por un turista durante su desplazamiento y estancia turística en el lugar de destino.

Se debe excluir del gasto turístico lo siguiente:

- Compras para efectos comerciales, es decir para venta o uso como factor de producción.

- Inversiones de tipo capital efectuadas por los visitantes, como adquisiciones de terrenos, casas, fincas u otros bienes importantes (automóviles, remolques, barcos, segundas residencias) aunque puedan ser utilizadas en el futuro para viajes turísticos.
- Efectivo dado a familiares o amigos durante un viaje de vacaciones que no representa pago por bienes turísticos, así como donaciones a instituciones.

## 11. Oferta Turística

### A. 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. Fuente: Ley N°29408, Ley General de Turismo.

### B. Atractivo turístico

Es el recurso turístico aprovechado en la actualidad, que cuenta con la capacidad de ofrecer condiciones adecuadas para la visita (con instalaciones y servicios para agregarle valor y satisfacer las necesidades del visitante). Fuente: DNDT-MINCETUR

### C. 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 las más importantes tenemos: transporte, servicios básicos y comunicaciones.

Tipo	Infraestructura básica requerida en un centro poblado	
	Sub tipo	Ejemplos
Transporte	Aéreo	Aeropuertos, aeródromos, etc.
	Terrestre	Carreteras, caminos pedestres, terminales, etc.
	Acuático	Puertos, embarcaderos, marinas, etc.
Servicios Básicos	Agua	Reservorios, presas, redes, etc.
	Alcantarillado	Planta de aguas servidas, canales de lluvia, etc.
	Residuos sólidos	Rellenos sanitarios, zonas de acopio, etc.
	Energía	Plantas de energía, estaciones eléctricas, redes, etc.
Comunicaciones	Telefonía fija, móvil, etc.	Estaciones, centrales de comunicación, redes, torres, etc.

Fuente: DNDT-MINCETUR

### D. 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, Paradores turísticos, Embarcaderos y muelles turísticos, entre otros. Fuente: DNDT-MINCETUR

### E. Planta turística

Son los servicios e instalaciones que brindan soporte al desarrollo de la actividad turística. Ejemplo: Prestadores de Servicios Turísticos (Hospedajes, Restaurantes, Agencias de Viajes, Operadores Turísticos), entre otros. Fuente: DNDT-MINCETUR

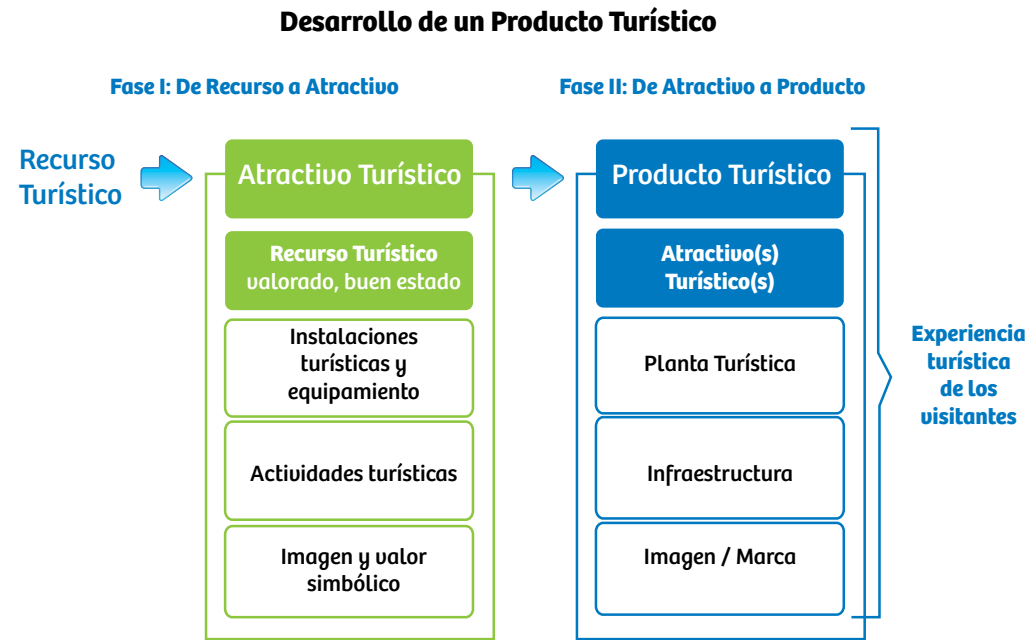
### F. Prestadores de servicios turísticos

Personas naturales o jurídicas que participan de la actividad turística con el objeto principal de proporcionar servicios que brindan soporte al desarrollo de la actividad turística. Fuente: DNDT-MINCETUR

### G. 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. Fuente: Ley N°29408, Ley General de Turismo.

La relación entre el recurso, atractivo y producto turístico es secuencial y progresiva según las necesidades del mercado, por ello se identifican por lo menos dos fases de desarrollo:



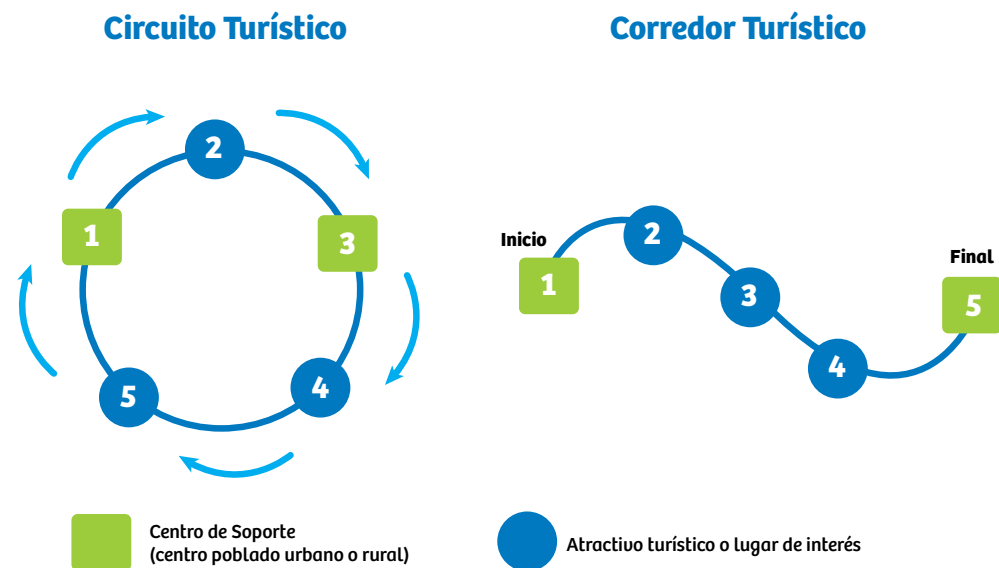
Fuente: MINCETUR – DNDT.

#### 12. Circuito turístico

Es el itinerario de viaje de duración variable que parte y llega al mismo sitio, luego de realizar la visita de uno o más atractivos turísticos y/o centros soporte. Fuente: DNDT-MINCETUR

#### 13. Corredor turístico

Es el itinerario de viaje de duración variable que parte y llega a sitios diferentes, luego de realizar la visita de uno o más atractivos turísticos y/o centros soporte. Fuente: DNDT-MINCETUR



#### 14. Ruta turística

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

#### 15. Centro soporte

Conjunto urbano o rural que cuenta con infraestructura básica y planta turística adecuada para que pueda desarrollarse la actividad turística. Fuente: DNDT-MINCETUR

#### 16. Acondicionamiento territorial

Es un instrumento y un componente del ordenamiento territorial. Este instrumento permite disponer en el territorio las infraestructuras, los usos del suelo, los asentamientos humanos y las actividades económicas-productivas (turismo). Fuente: MINAM

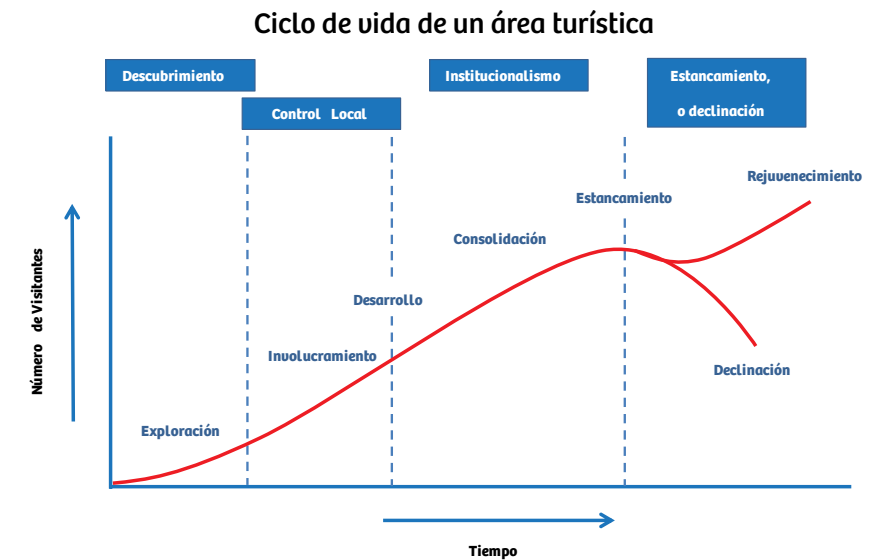
#### 17. Conceptos relacionados al destino turístico

##### a. Destino Turístico

El destino turístico es entendido como un espacio geográfico compuesto por uno o más productos turísticos (que componen la propuesta principal de venta), en adecuadas condiciones de precio-valor, que además cuenta con el involucramiento de la población en el desarrollo de los diferentes aspectos de la experiencia de visita, y está dotado de una marca que se comercializa teniendo en cuenta su carácter integral. Fuente: DNDT-MINCETUR

##### b. Ciclo de vida de un destino

Los destinos turísticos están en constante cambio, pueden incrementarse o caer en popularidad, y su éxito puede ser influenciado por cambios de moda o influencias externas fuera del control del destino. Este proceso puede ser entendido en términos de ciclo de vida, el cual considera las fases mostradas en el Gráfico exploración, involucramiento, desarrollo, consolidación y estancamiento. Esta última fase puede dar lugar al rejuvenecimiento o declinación del destino.



Fuente: Guía Práctica de Gestión de Destinos Turísticos ("A practical Guide to Tourism Destination Management"), OMT

Acompañando al gráfico anterior, se muestra el Cuadro 1 que describe las características de las fases del ciclo de vida de un área turística.

### Características de cada fase del ciclo de vida del turismo

Fase de Exploración	Fase de Involucramiento	Fase de Desarrollo	Fase de Consolidación	Fase de Estancamiento
<p>Limitado número de visitantes que vienen por atracciones naturales y culturales. Existen pocas facilidades turísticas. Los visitantes provienen de localidades cercanas</p>	<p>Limitado involucramiento de los residentes locales quienes proveen de algunas facilidades a los visitantes. La estacionalidad del turismo es reconocida y las áreas del mercado empiezan a emerger. Los visitantes pueden provenir de la región.</p>	<p>Gran llegada en el número de turistas. Participación de cadena de hoteles y tour operadores. Los turistas pueden provenir de varias partes del país, así como del extranjero</p>	<p>El destino cuenta con adecuada infraestructura. Buen nivel de calidad del destino y seguridad. Hay una adecuada gestión del ente gestor, del nivel de promoción, el posicionamiento de la marca etc. Flujo turístico constante Destino competitivo y sostenible a nivel económico, social y ambiental.</p>	<p>El número de visitantes ya ha alcanzado su tope y los destinos pueden ya no ser considerados de moda. La respuesta de los encargados de gestionar el destino puede llevar a los siguientes escenarios: declinación, estabilización o rejuvenecimiento y reinversión.</p>

Fuente: Guía Práctica de Gestión de Destinos Turísticos ("A practical Guide to Tourism Destination Management"), OMT

#### c. Ente gestor

El Ente Gestor es un espacio de coordinación de organizaciones públicas y privadas de los principales actores del destino, coordina actividades en favor del desarrollo integral del destino, genera el compromiso de los actores competentes y realiza el seguimiento de la ejecución de las actividades identificadas. Fuente: DNDT-MINCETUR

#### 18. Inventario Nacional de Recursos Turísticos

El Inventario Nacional de Recursos Turísticos constituye una herramienta de gestión que contiene información real, ordenada y sistematizada de los recursos turísticos que identifica el potencial turístico del país, permitiendo la priorización de acciones del sector público y privado para su conversión en productos turísticos que respondan a las necesidades de los diversos segmentos de la demanda. Fuente: Ley N°29408, Ley General de Turismo.

#### 19. Promoción turística

Es el conjunto de acciones públicas o privadas que se realizan con el fin de incentivar a los potenciales viajeros a visitar un determinado destino, país o región. Fuente: PromPerú.



Paseo en Tubular, Desierto de Ica