

# **Presentación de la Metodología para la Elaboración del Plan Estratégico Regional de Turismo - PERTUR**



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

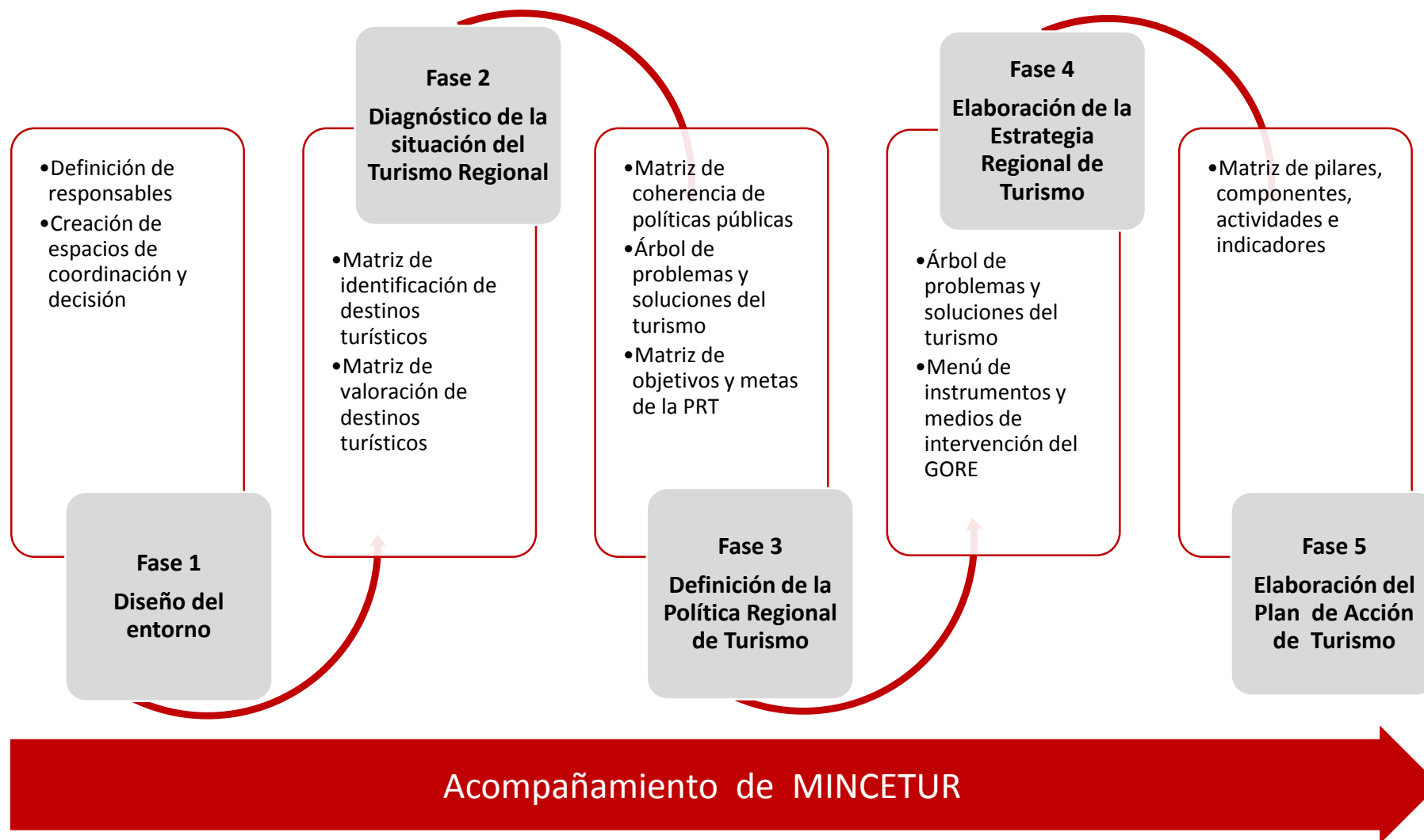
## ÍNDICE

- I. Secuencia de Pasos y Metodología a aplicar para la elaboración del PERTUR.
- II. Condiciones institucionales previas mínimas para la elaboración del PERTUR.
- III. Diagnóstico de la situación del turismo regional. Caracterización de los Destinos Turísticos.
- IV. Definición de la Política Regional de Turismo (PRT).
- V. Definición de la Estrategia Regional de Turismo (ERT).
- VI. Elaboración del Plan de Acción de Turismo.



I.

# SECUENCIA DE PASOS Y METODOLOGÍA A APLICAR PARA LA ELABORACIÓN DEL PERTUR





PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

II.

## CONDICIONES INSTITUCIONALES PREVIAS MÍNIMAS PARA LA ELABORACIÓN DEL PERTUR

### Espacios y mecanismos para la toma de decisiones en el tema de turismo al interior del Gobierno Regional

- Emisión de una Resolución Ejecutiva Regional del Gobierno Regional para formalizar la necesidad de tener una Política Regional de Turismo - PRT, una Estrategia Regional de Turismo - ERT y un Plan de Acción, y conformar el Equipo Técnico Especializado - ETE. La designación de la Secretaría Técnica (ST) recae en la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo - DIRCETUR.
- Conformación e instalación del ETE del Gobierno Regional. Los integrantes son:
  - Gerencia de Desarrollo Económico o quien haga su vez, si corresponde.
  - Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo - DIRCETUR o quien haga su vez.
  - Centro de Planeamiento Estratégico Regional, o quien haga su vez.
  - Gerencia de Planeamiento y de Presupuesto, o quien haga su vez.
  - Oficina de Ordenamiento Territorial, o quien haga su vez.
  - Se podría incluir a representantes del sector privado y académico, de considerarlo pertinente.
- El ETE es responsable de formular el documento PERTUR.



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

II.

## CONDICIONES INSTITUCIONALES PREVIAS MÍNIMAS PARA LA ELABORACIÓN DEL PERTUR

- Emisión de la Resolución Directoral o similar para la conformación de la Comisión Multidisciplinaria PERTUR (CM-PERTUR). La CM PERTUR es responsable de validar los avances formulados por el ETE.
- Instalación de la CM-PERTUR: Integrada por los especialistas de las diferentes Gerencias, Direcciones y Oficinas que forman parte del ETE e integrantes del sector público y académico vinculados con la actividad turística, sector privado (gremios regionales del sector turismo), y de la sociedad civil organizada.
- La DIRCETUR, como ST del ETE y de la CM-PERTUR, debe explicitar los objetivos y metas de la política pública regional hacia el turismo, contenido en el Plan Regional de Desarrollo Concertado - PRDC.



### III. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN DEL TURISMO REGIONAL

El ETE y el CM-PERTUR deben desarrollar las siguientes acciones:

- ✓ Identificar los productos turísticos comprendidos en los destinos de la región.

Ejemplo de  
Análisis del  
Destino  
Turístico

#### 1. Productos turísticos comercializados en el destino y su ámbito territorial

Nombre del Producto Turístico (1)	Medio de verificación de la comercialización (2)	Actividades Turísticas	Recursos Turísticos (3)			Ámbito territorial	
			Nombre del Recurso	Inventariado	Jerarquía	Provincia	Distrito
1. City Tour	Y tú qué planes?	visitas guiadas, caminatas	Plaza de Armas	SI	2	Arequipa	Cercado
			Monasterio Santa Catalina	SI	3		
			Mirador Yanahuara	SI	3		Yanahuara
			Iglesia Yanahuara	SI	3		Yanahuara
			Mercado de Cayma	NO	-		Cayma
2. Campaña Tour	Página web de la agencia de viajes	visita guiada, paseo a caballo, observación de paisaje	Molino de Sabandía	SI	3	Arequipa	Sabandía
			Mansión del Fundador	SI	3		Jacobo Hunter
(...)							

(1) El destino turístico atrae turistas con Producto(s) turístico(s) perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas.

(2) Medios físicos (folletos u otros) o digitales (páginas web u otros) de las agencias de intermediación (agencias de viajes mayoristas, minoristas o tour operadores).

(3) Los recursos turísticos deben estar registrados en el Inventario de Recursos Turísticos del MINCETUR. De existir recursos turísticos no inventariados que son comercializados, se deberán considerar en el Plan de Acción con el fin de regularizar su status.



III.

# DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN DEL TURISMO REGIONAL

## 2. Mapeo del Recurso e Instalaciones Turísticas

Instalaciones turísticas (*)	Producto 01: City Tour				Producto 02: Campaña Tour	
	Plaza de armas	Monasterio de Santa catalina	Mirador Yanahuara	Iglesia Yanahuara	Molino de Sabandía	Mansión del Fundador
Miradores turísticos					x	
Museos de sitio		x				x
Centros de interpretación						
Instalación para la exposición de flora o fauna silvestre						
Paradores turísticos						
Embarcaderos / muelles turísticos						
Marina turística						
Oficina de Información Turística	x					
Zonas de campamento (camping)						
Estancia para animales de transporte turístico (acémilas, caballos, llamas)					x	
Estacionamiento de vehículos						
Orquideario						
Senderos peatonales, ecuestres, entre otros	x				x	
Señales turísticas	x	x			x	x
Zonas para muestras culturales, entre otros	x	x				x
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>3</b>			<b>4</b>	<b>3</b>

(\*) Son las instalaciones físicas que se relacionan directamente con el recurso o atractivo turístico y se utilizan para realizar la visita turística. Durante el diagnóstico también se identifican las instalaciones con las que no cuenta el destino, a fin de considerarlas en el Plan de Acción para el cierre de brechas de las necesidades que mejoran la calidad de la oferta turística.



# DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN DEL TURISMO REGIONAL

## 3. Infraestructura en el Centro Soporte<sup>(1)</sup> del Destino Turístico

Infraestructura (2)	Servicios Públicos		Centro Soporte: Arequipa	Centro Soporte: (...)
			Breve descripción	Breve descripción
Transporte (alternativo)	Aéreo	Aeropuertos, aeródromos, etc.		
	Terrestre	Carreteras, caminos pedestres, terminales, etc.		
	Acuático	Puertos, embarcaderos, marinas, etc.		
Servicios Básicos (obligatorio)	Agua	Reservorios, presas, redes, etc.		
	Alcantarillado	Plantas de aguas servidas, canales de lluvia, etc.		
	Tratamiento Residuos Sólidos	Rellenos sanitarios, zonas de acopio, etc.		
	Energía	Plantas de energía, estaciones eléctricas, redes, etc.		
	Centros de salud	Puestos de salud, centros de salud, hospitales.		
Telecomunicaciones (obligatorio)	Telefonía Fija	Centrales de comunicación, torres, etc.		
	Telefonía Móvil	Centrales de comunicación, torres, etc.		
	Internet	Estaciones, etc.		

- (1) El centro soporte es el conjunto urbano o rural que cuenta con infraestructura y planta turística para que pueda desarrollarse la actividad turística. En ocasiones, por la amplitud del ámbito territorial de un destino turístico, éste puede poseer más de un centro soporte.
- (2) La infraestructura es el conjunto de elementos básicos necesarios para el funcionamiento de un centro poblado urbano o rural. Su existencia es vital para el desarrollo del turismo.





## III.

# DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN DEL TURISMO REGIONAL

## 4. Planta Turística en el Centro Soporte

Planta turística (1)	C.S 1	Medio de verificación (2)	C.S 2	Medio de verificación (2)
	Arequipa		XYM	
<b>Establecimientos de Hospedaje</b>	N° hospedajes:		N° hospedajes:	
<b>Restaurantes</b>	N° restaurantes:		N° restaurantes:	
<b>Agencias de Viaje</b>	N° AAVV:		N° AAVV:	

(1) Planta turística: son las instalaciones físicas necesarias para el desarrollo de los servicios turísticos privados (Fuente: Guía Metodológica para Proyectos del Sector Turismo).

(2) El único medio de verificación para conocer los establecimientos que conforman la planta turística es el Sistema de Estadística de Turismo – SET del MINCETUR.

Fuente y elaboración: MINCETUR



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

III.

## DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN DEL TURISMO REGIONAL

### 5. Demanda Turística: Registro de visitas a los recursos y determinación del principal atractivo del Destino Turístico

Recurso turístico	Número de visitantes al año			Medio de verificación (*)
	Nacional	Receptivo	Total	
Monasterio de Santa Catalina				
Molino de Sabandía				

(\*) Solo se consideran fuentes primarias a las Direcciones Desconcentradas de Cultura, SERNANP u otras instituciones que realicen el registro de visitantes. Considerar todos los recursos que se comercializan y están inventariados, así no tengan registro. Para el caso de playas se usará el indicador Arribos a EE.HH Calificados (Clase y/o Categoría) en el principal Centro Soporte.

Fuente y elaboración: MINCETUR



# DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN DEL TURISMO REGIONAL

## 6. Determinación del Destino Turístico \*

Productos turísticos comercializados	Ambito territorial		Atractivo turístico principal	Recursos Turísticos			Actividades turísticas	Centro Soporte (lugar de pernocte)	Nombre del Destino
	Provincia (s)	Distrito (s)		Nombre del Recurso	Inventariado	Jerarquía			
City tour	Arequipa	Cercado, Cayma, y Yanahuara	Monasterio Santa Catalina	Plaza de Armas	SI	2			Arequipa, ciudad
				Monasterio Santa Catalina	SI	3			
				Mirador Yanahuara	SI	3			
Campaña arequipeña	Arequipa	Sachaca, Sabandía	Molino de Sabandía	Molino de Sabandía	SI	3			
				Mansion del Fundador	SI	3			

\* Cuadro que resume la información obtenida previamente.

Fuente y elaboración: MINCETUR



## III.

## DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN DEL TURISMO REGIONAL

- A partir de la identificación de los destinos turísticos, el ETE y la CM-PERTUR deben realizar una evaluación de los mismos utilizando los criterios de valoración (cuantitativos y cualitativos), para lo cual se desarrollarán talleres descentralizados con los actores de cada destino regional.
- La evaluación permitirá establecer en qué etapa de desarrollo están ubicados los destinos turísticos identificados:
  - (i) Fase de Exploración.
  - (ii) Fase de Desarrollo.
  - (iii) Fase de Consolidación.
- Con la información recabada, se describen las características de cada destino turístico con que cuenta la región y finalmente, en reunión de la CM-PERTUR se validarán los destinos que cuentan con las mejores condiciones.



## III.

# DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN DEL TURISMO REGIONAL

## Matriz de Criterios de Priorización de Destinos Regionales

Criterio de Evaluación	Destino turístico 1	Destino turístico 2	( ... )
------------------------	---------------------	---------------------	---------

**Demanda (30%)**

Visitas al principal atractivo del destino			
Tasa de crecimiento de visitas al principal atractivo del destino			
Porcentaje de vacacionistas nacionales en el principal atractivo del Destino			
Porcentaje de turistas extranjeros nacionales en el principal atractivo del Destino			
Pernoctaciones en el centro soporte del destino (arribos * permanencia)			
Tasa de crecimiento de pernoctaciones en el centro soporte del destino			

**Infraestructura básica (20%)**

Conectividad terrestre/aérea desde el principal mercado emisor hacia el CS del destino			
Servicios básicos en el Centro Soporte (Agua potable)			
Servicios básicos en el Centro Soporte (desagüe)			
Servicios básicos en el Centro Soporte (electricidad)			
Servicios básicos en el Centro Soporte (Centros de Salud)			
Telecomunicaciones en el centro soporte			
Conectividad desde el CS del destino hacia el principal atractivo del destino			

Fuente y elaboración: MINCETUR

Criterio de Evaluación	Destino turístico 1	Destino turístico 2	( ... )
------------------------	---------------------	---------------------	---------

**Oferta (30%)**

Plazas – cama en el centro soporte del destino			
Restaurantes en el centro soporte del destino			
Servicios complementarios en el centro soporte del destino			
Instalaciones turísticas en el destino			
Actividades turísticas en el destino			

**Gestión del destino (10%)**

Gestión pública y pública-privada			
Ejecución presupuestal de los municipios donde se ubica del destino			

**Imagen del destino (10%)**

Promoción			
Comercialización			

**TOTAL**

Más puntaje

Menos  
puntaje

La priorización de destinos turísticos debe realizarse en base al puntaje obtenido por cada uno de ellos. La evaluación es sobre los **100 puntos**.



## IV. DEFINICIÓN DE LA POLÍTICA REGIONAL DE TURISMO (PRT)

### Objetivos y metas de la Política Regional en Turismo

- La DIRCETUR, como Secretaria Técnica del ETE y de la Comisión PERTUR, debe explicitar los objetivos y metas de la política pública regional hacia el turismo contenido en el Plan Regional de Desarrollo Concertado - PRDC.
  - Identificar los objetivos regionales para el tema de turismo consignados en el PDRC.
  - Identificar los indicadores consignados para medir los objetivos regionales del PDRC, y las metas y plazos definidos para cada indicador.
  - Realizar un análisis de coherencia entre los objetivos regionales establecidos en el PDRC con la planificación nacional en el tema de turismo.
  - Los indicadores de PDRC para medir los objetivos de la PRT deben ser de impacto o de resultado, de acuerdo a lo establecido en la Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública.
- Establecer la coherencia entre la política general del gobierno nacional en lo referido al tema de turismo, la política sectorial en el tema de turismo –a cargo del MINCETUR como ente rector del tema- y la PRT –cuyos objetivos e indicadores deben estar dentro del PDRC. Para ello se trabajará una **«Matriz de coherencia de las Políticas Públicas»**.



## IV.

**DEFINICIÓN DE LA POLÍTICA REGIONAL DE TURISMO (PRT)**

Ejemplo de  
Matriz de  
Análisis de  
Coherencia  
de las  
Políticas  
Públicas

Política General del Gobierno referida al Turismo (1)		Política Sectorial del Turismo (2), contenida en el Plan Estratégico Sectorial Multianual (PESEM) del MINCETUR		Política Regional de Turismo (3) contenida en el Plan Regional de Desarrollo Concertado (PRDC)	
Objetivo	Indicador	Objetivo	Indicador	Objetivo	Indicador
Duplicar el número de turistas internacionales	N° de turistas internacionales	Consolidar al Perú como destino turístico competitivo, sostenible, de calidad y seguro. Mejorar la competitividad de la oferta turística y sostenibilidad de la actividad turística	Flujo de viajes por turismo interno (millones)	Región Arequipa: Destino Turístico	N° de turistas nacionales
Formalización de los prestadores de servicios turísticos	N° de prestadores de servicios turísticos formalizados	Mejorar la competitividad de la oferta turística y sostenibilidad de la actividad turística	N° de prestadores de servicios turísticos que cumplen con la norma	Mejora la competitividad turística a nivel de la Región Arequipa	N° de operadores turísticos registrados.

<sup>1</sup> Corresponde a las prioridades de política pública establecidas por el Gobierno Nacional. Los contenidos están en la exposición del Presidente del Consejo de Ministros, Fernando Zavala Lombardi, ante el Congreso de la República para obtener el voto de confianza para el Gabinete Ministerial que preside, en agosto de 2016.

<sup>2</sup> Corresponde a las prioridades del Sector Turismo contenidas en el documento de planeamiento de largo plazo del sector, es decir, en el Plan Estratégico Sectorial Multianual (PESEM) del MINCETUR, que en este caso corresponde al periodo 2016-2021.

<sup>3</sup> Corresponde a las prioridades del Gobierno Regional contenidas en el documento de planeamiento de largo plazo del Gobierno Regional, es decir, en el Plan de Desarrollo Regional Concertado (PDRC). A modo de ejemplo, en el cuadro el primer dato corresponde al PDRC del Gobierno Regional de Arequipa para el periodo 2013-2021, y el otro es elaboración propia.



PERÚ

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

## Ejemplo de: Articulación del Planeamiento Sectorial, Nacional y Regional Turístico

### POLÍTICAS

Política Sectorial

Política Regional

Política Local

### PLANES ESTRATÉGICOS

Plan Estratégico Sectorial Multianual (PESEM)

**Objetivo estratégico:**  
Consolidar al Perú como destino turístico competitivo, sostenible, de calidad y seguro.

Plan de Desarrollo Regional Concertado (PDRC)

Plan de Desarrollo Local Concertado (PDLC)

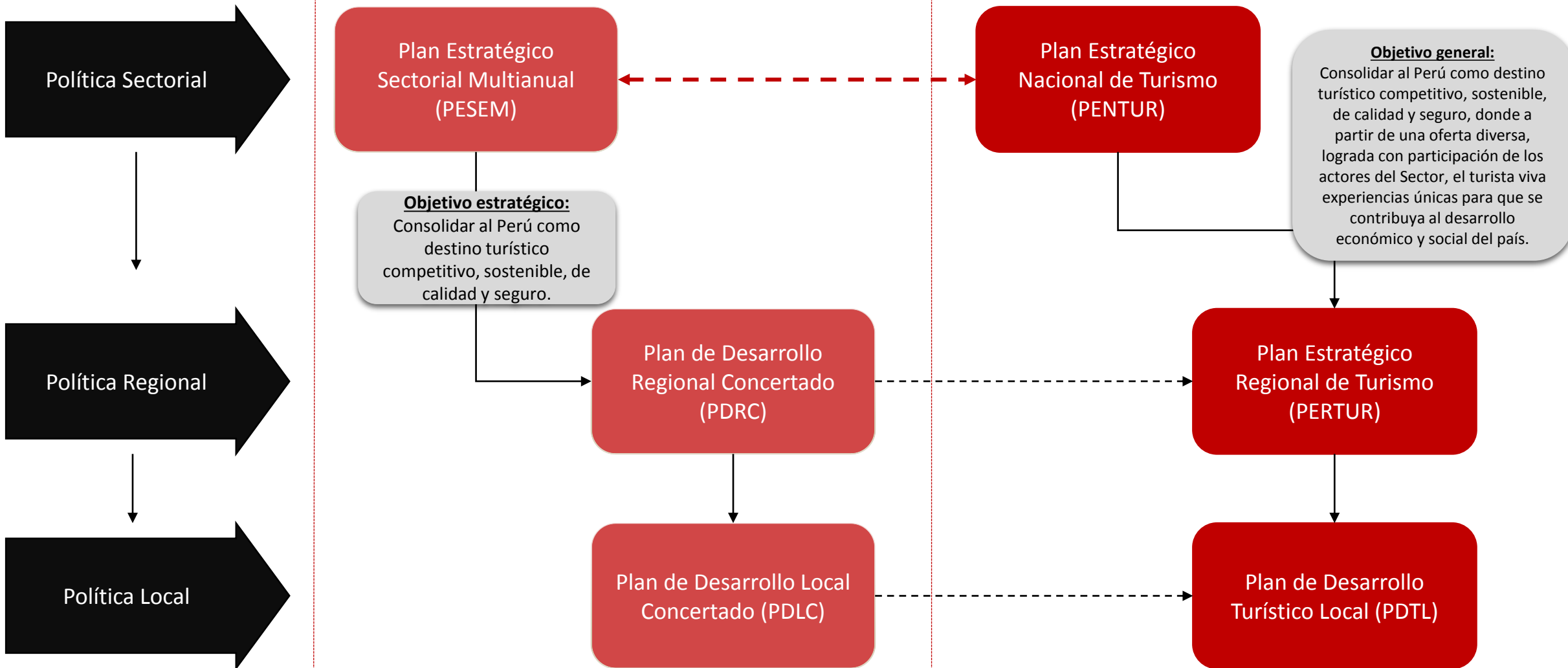
### PLANES ESTRATÉGICOS TEMÁTICOS

Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR)

**Objetivo general:**  
Consolidar al Perú como destino turístico competitivo, sostenible, de calidad y seguro, donde a partir de una oferta diversa, lograda con participación de los actores del Sector, el turista viva experiencias únicas para que se contribuya al desarrollo económico y social del país.

Plan Estratégico Regional de Turismo (PERTUR)

Plan de Desarrollo Turístico Local (PDTL)







## IV. DEFINICIÓN DE LA POLÍTICA REGIONAL DE TURISMO (PRT)

- En caso no haya PRT, debe elaborarse una propuesta a cargo del ETE y de la CM-PERTUR, que tenga:
  - Objetivos generales y específicos.
  - Métrica, es decir, identificar los indicadores.
  - Línea de base y meta para los indicadores identificados.
  - Plazo para lograr las metas establecidas en los indicadores.

Ejemplo de  
Matriz de  
objetivos y  
metas de la  
PRT –  
Región  
Arequipa

OBJETIVO	INDICADOR	LÍNEA DE BASE	META	PLAZO
<b>General</b>				
Consolidar a la Provincia de Arequipa como un destino turístico competitivo y sostenible para visitantes nacionales y extranjeros, promoviendo la inversión, el empleo digno, contribuyendo al fortalecimiento de su identidad y logrando el reconocimiento de su posicionamiento turístico	N° de días de estadía promedio en establecimientos de hospedaje	1.5 días	2.5 días	2021
<b>Específico</b>				
Convertir a la Provincia de Arequipa en un destino turístico consolidado y sostenible, con una oferta variada y de excelencia en sus servicios	N° de alojamientos	9,592 habitaciones	13,429 habitaciones (incremento del 40%)	2021

Fuente: Plan Estratégico para el Desarrollo Turístico de la Provincia de Arequipa  
Elaboración: MINCETUR



## IV. DEFINICIÓN DE LA POLÍTICA REGIONAL DE TURISMO (PRT)

Algunos ejemplos de indicadores para medir la PRT:

- ✓ Empleo turístico, que mide el número de empleo en la actividad hotelera.
- ✓ Llegada de turistas internacionales, que mide las visitas de turistas del exterior al Perú.
- ✓ Flujo de viajes por turismo interno, que mide los viajes por turismo interno.
- ✓ Nivel de satisfacción del turista nacional, que mide el grado de satisfacción del turista interno.
- ✓ Nivel de satisfacción del turista extranjero, que mide el grado de satisfacción del turista extranjero.



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

IV.

## DEFINICIÓN DE LA POLÍTICA REGIONAL DE TURISMO (PRT)

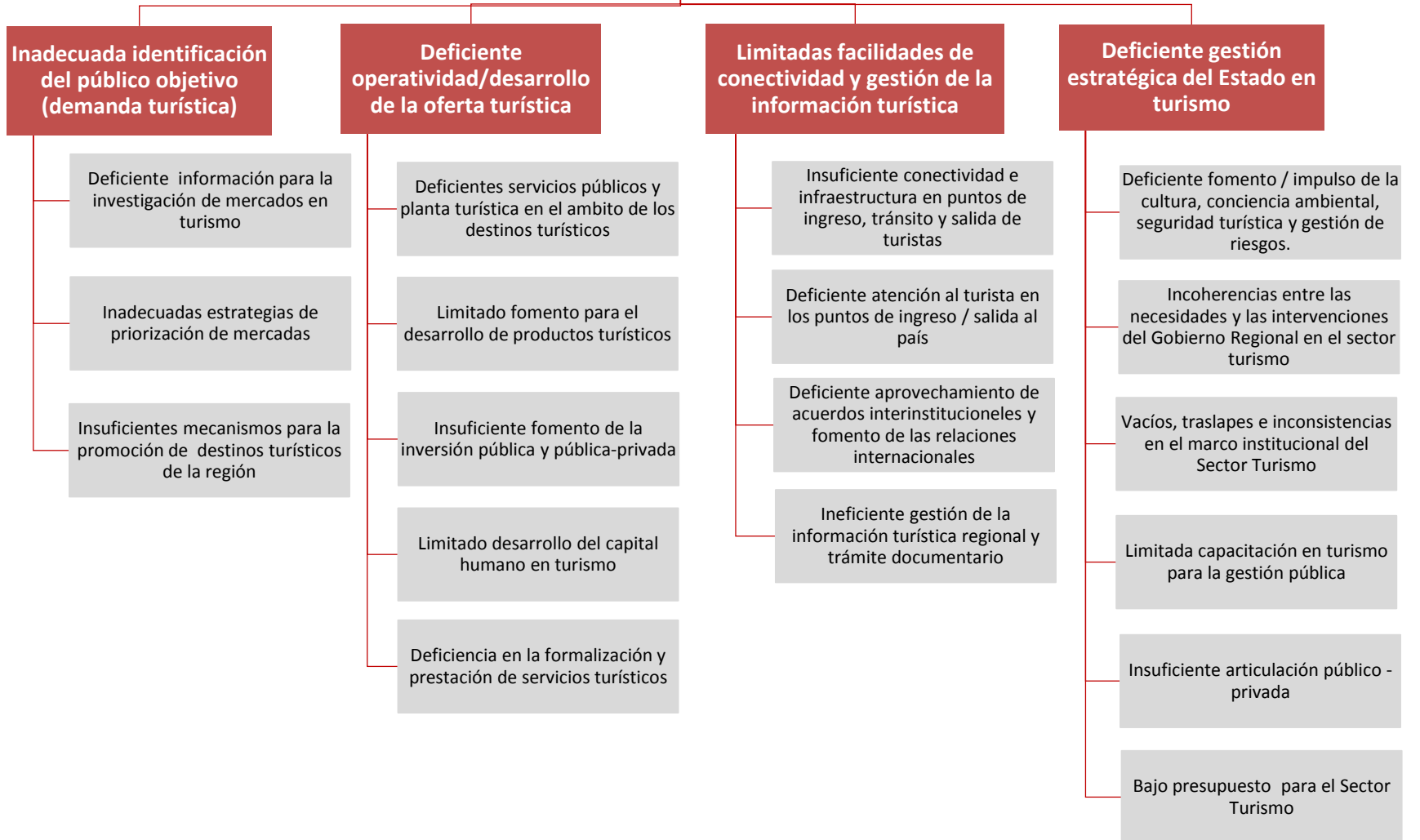
- El punto inicial para la elaboración de la ERT es utilizar el “**Análisis de Árbol de Problemas**”. De esta manera se logrará identificar las intervenciones necesarias para alcanzar los objetivos y metas de la PRT.



Taller con el Equipo Técnico Especializado de Lambayeque - MINCETUR



# LIMITADA COMPETITIVIDAD DEL TURISMO EN LA REGIÓN



Ejemplo de Árbol de Problemas para el Turismo Regional



## V.

## ELABORACIÓN DE LA ESTRATEGIA REGIONAL DE TURISMO (ERT)

- Identificar las medidas que debe adoptar el Gobierno Regional para lograr los objetivos y metas establecidas en la Política Regional de Turismo.
- Elaborar la ERT. Ésta debe contener el análisis de la situación del turismo en la región y los medios que serán utilizados para atender los desafíos regionales identificados. La estructura sugerida es la siguiente:
  - ✓ Situación actual del turismo de la Región.
  - ✓ Análisis de la Demanda Turística.
  - ✓ Análisis de la Oferta Turística.
  - ✓ Determinación de la Vocación Turística.
  - ✓ Análisis de la competencia.
  - ✓ Definición de la estrategia de acción regional.
  - ✓ Desarrollo del Plan de Acción de Turismo.



## V.

## ELABORACIÓN DE LA ESTRATEGIA REGIONAL DE TURISMO (ERT)

- Los medios disponibles en el Sector (\*) son los siguientes:

Ejemplo de  
Matriz de  
Medios a  
nivel  
Sectorial

Turismo Rural Comunitario - TRC	Inventario de Recursos Turísticos	Fondo Turismo Emprende	Campaña de Promoción Y tú qué planes?	Facilitación Turística	Obras por Impuesto
Turismo Social	Explotación Sexual del Niño, Niña y Adolescente - ESNNNA	Meta 38 «Elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local»	Convenio Beca 18	Asociación Público – Privada (APP)	Ventanilla Única de Turismo - VUT
Al Turista, lo Nuestro - ATLN	Red de Protección al Turista - RPT	Régimen Especial de Recuperación Anticipada del IGV - RERA	Programa de Fortalecimiento de Competencias	Concurso Nacional de Incentivo al Comercio Exterior y Turismo - Premio MINCETUR	Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas Ambientales - SABPA
De mi Tierra, un Producto	Plan de Apoyo a la Formalización del Sector Turismo	Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas - SABP	CITES (como parte del producto turístico)		

(\*) El Sector pone estos medios a disposición de los Gobiernos Regionales para coadyuvar en el logro de los objetivos y metas de la Política Regional en Turismo. En tal sentido, cada Gobierno Regional elegirá los medios que permitan atender las necesidades identificadas.



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

VI.

## ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN

- El Plan de Acción se definirá en base a los **4 Pilares estratégicos del Plan Nacional de Turismo – PENTUR 2025**:



Fuente : Plan Estratégico Nacional de Turismo - PENTUR 2025  
Elaboración: MINCETUR



## VI.

# ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN

PILAR 1: Diversificación y consolidación de mercados - Desarrollar estrategias para ampliar mercados y su sostenibilidad		
COMPONENTE	ACTIVIDAD	INDICADOR
<b>1.1. Inteligencia Turística</b>	Identificar mercados de demanda real y potencial	N° de investigaciones de mercado realizadas identificando demanda real y potencial de la región (Ej. Estudios de percepción, estudios de demanda)
	Investigar e identificar segmentos compatibles con la oferta de destinos de la región	N° de segmentos reales y potenciales identificados en la región
<b>1.2. Priorizar el mercado</b>	Determinar el público objetivo	N° de segmentos priorizados
	Desarrollar estrategias focalizadas por segmento	N° de estrategias ejecutadas y culminadas
	Monitoreo y desarrollo de los segmentos priorizados	% de los segmentos desarrollados
<b>1.3. Promoción de los destinos turísticos de la región</b>	Definición y ejecución de estrategias para los mercados (promoción interna y externa)	N° de campañas de promoción para el mercado nacional y extranjero
	Definición y ejecución de estrategias para el mercado fronterizo (promoción externa)	N° de campañas de promoción para el mercado fronterizo

Fuente y elaboración: MINCETUR



# ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN

PILAR 2: Diversificación y consolidación de la oferta turística - Consolidar y desarrollar una oferta turística sostenible		
COMPONENTE	ACTIVIDAD	INDICADOR
<b>2.1. Eficientes servicios públicos y planta turística en los destinos turísticos</b>	Identificación y priorización de los destinos turísticos	N° de destinos turísticos identificados
		N° de destinos turísticos priorizados
	Determinación de brechas de planta turística	N° de estudios de brechas de planta turística
	Coordinación para la reducción de brechas de infraestructura pública de servicios básicos, comunicaciones y carreteras	N° de acuerdos firmados entre los sectores involucrados % de ejecución del plan de acción
<b>2.2. Fomento para el desarrollo de productos turísticos</b>	Identificación, análisis y priorización de productos turísticos	N° de productos turísticos priorizados
		% de ejecución del plan de acción de los productos turísticos priorizados
	Identificación, análisis y priorización de productos turísticos especializados	N° de productos turísticos especializados desarrollados y ofertados
		% de ejecución del plan de acción de los destinos turísticos especializados.
	Promover la oferta artesanal como parte del producto turístico	N° de artesanos en el Registro Nacional de Artesanos que intervienen en los productos turísticos
	Involucrar a la población local en el desarrollo de los productos turísticos	N° de iniciativas turísticas desarrolladas en el destino
N° de localidades involucradas en el desarrollo de los productos turísticos		
N° de beneficiarios directos involucrados en el desarrollo de los productos turísticos		
	Declaración de eventos de interés turístico regional	N° de eventos turísticos declarados en la Región

# ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN

## PILAR 2: Diversificación y consolidación de la oferta turística - Consolidar y desarrollar una oferta turística sostenible

COMPONENTE	ACTIVIDAD	INDICADOR
<b>2.3. Inversión pública y privada en infraestructura focalizada y sostenible</b>	Identificación y priorización de necesidades de inversión en los destinos turísticos	N° de inversiones en instalaciones turística en los destinos turísticos
	Formulación y ejecución de PIPs en los destinos turísticos	N° de ideas de PIPs
		N° de PIPs de turismo viables para la ejecución
		N° de PIPs de turismo ejecutados
	Identificación de fuentes de financiamiento y de promoción de inversión	Cartera de inversionistas potenciales en turismo
	Generación y difusión de información orientada a promover la inversión pública y privada en el sector turísticos	N° de plataformas virtuales de inversiones en turismo (sector público / privado)
N° de foros de inversión turística regional		
<b>2.4. Desarrollo del capital humano</b>	Identificación de la brecha entre la oferta educativa y la demanda regional de recursos humanos en la actividad turística	% de reducción de brecha de capital humano existente
	Fomento de la investigación académica para el desarrollo turístico	N° de investigaciones en turismo
<b>2.5. Eficiente formalización y prestación de servicios turísticos</b>	Implementación de buenas prácticas en la prestación de servicios turísticos (servicios y ambientales)	N° de prestadores turísticos reconocidos
	Capacitación y asistencia técnica para la aplicación de buenas prácticas en los prestadores de servicios turísticos	N° de capacitaciones y asistencia técnica ejecutadas
		N° de prestadores de servicio turístico capacitados
	Formalización y certificación de los prestadores de servicios turísticos	N° de prestadores turísticos formalizados
	Regulación y supervisión de los prestadores de servicios turísticos	N° de intervenciones realizadas
% de prestadores de servicios turísticos sancionados		



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

VI.

## ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN

PILAR 3: Facilitación turística – Promoción de la conectividad y las inversiones en turismo		
COMPONENTE	ACTIVIDAD	INDICADOR
<b>3.1. Desarrollo de la conectividad</b>	Identificar y ejecutar proyectos de inversión pública que mejoren la conectividad de la región	N° de PIPs que mejoran la conectividad ejecutados en el plazo determinado
<b>3.2. Asistencia al turista</b>	Contar con puestos itinerantes y materia I informativo de asistencia al turista en aeropuertos y terminales	N° de módulos turísticos itinerantes
		N° de turistas atendidos
		Tiempo promedio de atención portuaria
<b>3.3.. Aprovechamiento de acuerdos interinstitucionales y fomento de relaciones internacionales</b>	Identificar y fomentar acuerdos interinstitucionales e internacionales.	N° de acuerdos, convenios y alianzas interinstitucionales o internacionales vigentes
	Promover mesas de trabajo internacionales	N° de mesas de trabajo internacionales

Fuente y elaboración: MINCETUR



## VI.

# ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN

PILAR 3: Facilitación turística – Promoción de la conectividad y las inversiones en turismo		
COMPONENTE	ACTIVIDAD	INDICADOR
<b>3.4. Gestión de la información del turismo regional</b>	Mapeo de las entidades públicas y privadas que cuentan con información turística regional	N° de las entidades públicas y privadas que cuentan con información turística regional
	Sistematización y actualización de estadística en turismo	N° de arribos nacionales y extranjeros a EE.HH.
		N° de visitantes a recursos y/o atractivos turísticos
		N° de prestadores de servicios turísticos registrados en el Sistema Estadístico en Turismo
		N° de recursos turísticos registrados en el Inventario de recursos turísticos
N° de eventos turísticos registrados		
<b>3.5. Simplificación administrativa</b>	Contar con estrategia de comunicación para difundir información turística	N° de estrategias de comunicación (páginas web, impresos, otros)
	Fomentar la implementación de plataformas para agilizar los procesos administrativos	N° de gobiernos locales que cuentan con plataforma
		Tiempo de obtención de certificaciones turísticas
	Simplificar procedimientos a prestadores de servicios turísticos (registros, acreditación y calificación, entre otros)	N° de certificados de clasificación y categorización para prestadores de servicios turísticos
		N° de registros de prestadores de servicios turísticos
% de reducción del tiempo en los trámites administrativos en turismo		



## VI.

# ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN

PILAR 4: Institucionalidad del Sector		
COMPONENTE	ACTIVIDAD	INDICADOR
<b>4.1. Fortalecimiento de la Gestión Pública</b>	Mejora de las capacitaciones de los servidores públicos del Gobierno Regional y Local en temas de turismo	N° de capacitaciones a los servidores públicos del Gobierno Regional y Local en Normativa Turística
		N° de capacitaciones a los servidores públicos del Gobierno Regional y Local en identificación de productos y destinos turísticos
		N° de capacitaciones a los servidores públicos del Gobierno Regional y Local en formulación de PIPs en turismo
		N° de capacitaciones a los servidores públicos del Gobierno Regional y Local en mecanismo de promoción de inversión privada (APP y OXI)
	Emisión de Ordenanzas Regionales declarando de prioridad regional los destinos turísticos priorizados	N° de Ordenanzas Regionales que declaran prioridad los destinos turísticos priorizados o aspectos relacionados
	Ejecución del presupuesto asignado a la actividad turística	% de ejecución del PIM asignado a Turismo
<b>4.2. Articulación Público - Privada</b>	Fomentar la creación de un Ente Gestor referido a los destinos turísticos priorizados conformado por empresarios, gremios, autoridades locales y sociedad civil	N° de actas de reunión de los que conforman el Ente Gestor
		% de ejecución del plan de acción



## VI.

# ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN

PILAR 4: Institucionalidad del Sector		
COMPONENTE	ACTIVIDAD	INDICADOR
<b>4.3. Cultura Turística</b>	Desarrollar campañas de sensibilización a la población sobre el cuidado de los recursos turísticos	Nº de campañas de sensibilización para la defensa del patrimonio cultural y natural
		Nº de colegios que participan en campañas de sensibilización para la defensa del patrimonio cultural y natural
	Trabajar actividades de prevención contra el ESNNA en el ámbito de Turismo	Nº de capacitaciones para prevención de la ESNNA
		Nº de prestadores de servicios turísticos que han firmado los códigos de conducta respecto a la prevención de la ESNNA
<b>4.4. Conciencia ambiental en turismo</b>	Crear incentivos no económicos para los prestadores de servicios turísticos que fomenten las buenas prácticas ambientales (SBPA)	Nº de participantes que aprobaron los cursos de capacitación sobre aplicación de buenas prácticas ambientales (SABPA)
		Nº de prestadores de servicios turísticos que obtienen reconocimiento por la aplicación de buenas prácticas ambientales (SABPA)
<b>4.5. Seguridad Turística</b>	Fortalecimiento de la gestión para la seguridad turística	Nº de denuncias sobre hechos delictivos o ilícitos contra los turistas
		% de ejecución del Plan de la Red de Protección al Turista en la región
		Nº de policías de turismo y /o policías de alta montaña



## VI.

**ELABORACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN****Seguimiento y evaluación**

**Pilar:** *Corresponde a los cuatro temas en los que está dividida la intervención del Gobierno Regional en el tema de turismo.*

COMPONENTE	ACTIVIDAD	INDICADOR	LÍNEA DE BASE	METAS				PLAZO	ACTORES	COMPROMISOS
				2019	2021	2023	2025			
<i>Corresponde a los diferentes elementos que integran cada uno de los componentes del Plan de Acción.</i>	<i>Corresponde a las diferentes actividades identificadas para cada componente. Las actividades corresponden a los medios identificados en la ERT definida.</i>	<i>Corresponde al enunciado que permite medir el estado de la actividad.</i>	<i>Corresponde al valor inicial del indicador.</i>	<i>Corresponde al valor final que espera ser alcanzado en el indicador para cada uno de los años establecidos.</i>				<i>Corresponde al tiempo que será necesario utilizar para lograr la meta trazada. El plazo considerado para el Plan de Acción es 2017-2025</i>	<i>Corresponde a las entidades públicas y de la sociedad civil involucrada.</i>	<i>Corresponde a las responsabilidades que son asumidas por cada uno de los actores identificados involucrados en la actividad específica.</i>

Fuente y elaboración: MINCETUR



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

**Para mayor información, contactar a:**

**RAQUEL CUZCANO QUISPE**

Coordinadora de Desarrollo de Productos y Destinos  
Turísticos

[hcuzcano@mincetur.gob.pe](mailto:hcuzcano@mincetur.gob.pe)

01 513 6100 Anexo 1631

**DAISY FLORES PORTAL**

Especialista en Fortalecimiento de Capacidades a  
Gobiernos Regionales y Locales en Turismo

[dflores@mincetur.gob.pe](mailto:dflores@mincetur.gob.pe)

01 513 6100 Anexo 1620