



**INSTITUTO DE GOBIERNO Y DE GESTIÓN PÚBLICA
UNIDAD DE POSGRADO**

**POLÍTICAS PÚBLICAS Y PLANES ESTRATÉGICOS DEL
SECTOR TURISMO 2016 – 2025**

**PRESENTADA POR
JOSE ERNESTO VIDAL FERNANDEZ**

**ASESORA
ANA MARÍA ANGELES LAZO**

**TESIS
PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE DOCTOR EN GOBIERNO Y
POLÍTICA PÚBLICA**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
POLÍTICAS PÚBLICAS**

**LIMA – PERÚ
2021**



CC BY-NC-SA

Reconocimiento – No comercial – Compartir igual

El autor permite transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



**INSTITUTO DE GOBIERNO Y DE GESTIÓN PÚBLICA
SECCIÓN DE POSGRADO**

**POLÍTICAS PÚBLICAS Y PLANES ESTRATÉGICOS DEL SECTOR
TURISMO 2016 – 2025**

“Línea de Investigación: Políticas Públicas”

**TESIS PARA OPTAR
EL GRADO ACADÉMICO DE:
DOCTOR EN GOBIERNO Y POLÍTICA PÚBLICA**

PRESENTADO POR:

MAG. ECON. JOSE ERNESTO VIDAL FERNANDEZ

ASESORA:

DOCTORA. ANA MARÍA ANGELES LAZO

LIMA – PERÚ

2021

DEDICATORIA

A Dios todopoderoso, Quien hace posible Cada día de mi vida

Con inmenso amor, gratitud y en la memoria de mi madre: Flora Lucila, quien desde el cielo ha sido mi inspiración e impulso de mis anhelos y ansias de superación profesional y a mis amadas hermanas Flor y Patricia.

A Mariella, mis hijos Santino, Stefano, Antonella y Alessandra, mis nietas Caeli y Emilia, quienes con su amor, comprensión y paciencia me han motivado para poder cumplir con este proyecto.

AGRADECIMIENTOS

A los profesores Dra. Nora Gina del Pilar Tejada, Dra. Ana María Ángeles Lazo, Dr. Iván Hidalgo, Dr. Hugo Neyra, Dr. Elmer Cuba, y el Ph. Jorge Gobitz por sus enseñanzas durante el desarrollo de las clases doctorales.

A mis estimados amigos y colegas CP. Angela Rojas Montoya, Eco. Alberto Saavedra Urday, Lic. María del Carmen Roca, Lic. Roció Rodríguez, Lic. Paola Marin, Lic. Alejandro Reyes y Lic. Darwin Cobos Ortiz, por su apoyo incondicional durante las investigaciones de mi tesis.

A mis colegas del Viceministerio de Turismo y Plan Copesco Nacional del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo que me apoyaron en la elaboración del presente trabajo.

INDICE DE CONTENIDO

PORTADA	1
DEDICATORIA	I
AGRADECIMIENTOS.....	II
INDICE DE CONTENIDO	III
ÍNDICE DE TABLAS	V
ÍNDICE DE FIGURAS.....	VI
RESUMEN	VII
ABSTRACT	VIII
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO	34
1.1 Antecedentes de la Investigación.....	34
1.2 Bases Teóricas.....	36
1.2.1 Modelo de Crecimiento de Solow	41
1.2.2 Factores Determinantes de la Competitividad Turística	46
1.2.3 Proceso de Actualización del PENTUR.....	56
1.3 Definiciones de Términos Básicos.....	56
CAPÍTULO II. HIPÓTESIS Y VARIABLES	64
2.1 Hipótesis General.....	64
2.2 Hipótesis Específicas	64
2.3 Identificación de Variables.....	64
2.3.1. Variable Dependiente.....	64
2.3.2. Variable Independiente	69
2.4 Matriz de Operacionalización de Variables	75
2.5 Matriz de Consistencia	77

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	79
3.1 Diseño Metodológico	79
3.2 Instrumentos.....	79
3.2.1. Revisión Documental.....	79
3.2.2. Entrevista a Profundidad.....	80
3.3 Población y Muestra	81
3.4 Recolección de Análisis de los Datos.....	81
3.4.1. Fase I: Revisión Documental.....	81
3.4.2. Fase II: Entrevista a Profundidad.....	82
3.4.3. Fase III: Descripción y Análisis.....	82
3.4.4. Fase IV: Interpretación	82
CAPÍTULO IV. RESULTADOS	84
4.1 Resultados Cualitativos	84
4.1.1. Influencia de las políticas públicas centrado en la oferta para el sector turismo	84
4.2 Resultados Documentales.....	92
4.2.1. Políticas Públicas y su influencia en el análisis prospectivo en el Sector Turismo	92
4.2.2. Políticas públicas y su influencia en los indicadores de gestión para el Sector Turismo – Plan Estratégico Nacional de Turismo	98
CAPÍTULO V. DISCUSIÓN	107
CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES	125
CAPÍTULO VII. RECOMENDACIONES.....	127
CAPÍTULO VIII. REFERENCIAS	129
CAPÍTULO IX. ANEXOS.....	142
9.1 Investigación Cualitativa: Cuestionario.....	142
9.2 Investigación Cualitativa: Entrevistados	144

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Ingresos por Visitantes en la Economía Mundial 2021</i>	5
Tabla 2 <i>Clasificación de los Productos Turísticos</i>	20
Tabla 3 <i>Variables que Afectan la Demanda Turística</i>	21
Tabla 4 <i>Modelo de Ritchie sobre Competitividad</i>	47
Tabla 5 <i>Perú: Performance 2015-2019 sobre Competitividad en Viajes y Turismo</i>	51
Tabla 6 <i>Indicadores de Competitividad en Turismo del Perú – 2019</i>	53
Tabla 7 <i>Perú: Indicadores Relacionados con los Pilares de Competitividad Turísticas según Regiones</i>	55
Tabla 8 <i>Matriz de Operacionalidad de Variables</i>	75
Tabla 9 <i>Requerimientos entre el Código de Buen Gobierno Corporativo para las Sociedades Peruanas y la Ley de Mercado de Valores</i>	77
Tabla 10 <i>Entrevistas a Profundidad</i>	84
Tabla 11 <i>Resultados de Entrevistas a Profundidad</i>	86
Tabla 10 <i>Criterios de Evaluación de las Políticas Nacionales</i>	95
Tabla 13 <i>POI Multianual 2021-2023 de Plan COPESCO Nacional</i>	100

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Llegadas Turísticas Internacionales, Porcentaje de Variación Mayo 2021</i>	4
Figura 2 <i>Ingresos por Turismo Internacional y PBI Mundial al 2018</i>	7
Figura 3 <i>Expectativa de Repunte del Turismo Global según Expertos (OMT, 2021)</i>	9
Figura 4 <i>Expectativa de Retorno de las Cifras del Turismo Global Pre Pandemia 2019, según Expertos (OMT, 2021)</i>	10
Figura 5 <i>Resultados de la Contribución del Turismo al PBI - Chile</i>	13
Figura 6 <i>Resultados de la Contribución del Turismo al PBI - Costa Rica</i>	14
Figura 7 <i>El Plan Estratégico nacional de Turismo 2016 - 2025: Cuatro Pilares</i> ...	19
Figura 8 <i>El Plan Estratégico Nacional de Turismo de España Horizonte 2020</i> ...	22
Figura 9 <i>Sistema Nacional de Planeamiento del Perú</i>	25
Figura 10 <i>Marco Normativo de Políticas y Planes</i>	27
Figura 11 <i>Modelo de Crecimiento de Solow</i>	44
Figura 13 <i>Índice de Competitividad de Viajes y Turismo</i>	50
Figura 14 <i>Performance en los Pilares del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo</i>	52
Figura 15 <i>Costa Rica: Performance en los Pilares del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo</i>	54
Figura 11 <i>Ciclo de Planeamiento Estratégico para la Mejora Continua, CEPLAN</i>	68
Figura 16 <i>Elementos de Políticas Nacionales y Planes Estratégicos</i>	93
Figura 17 <i>Vinculación de Políticas Nacionales y Planes en la Cadena de Resultados</i>	94
Figura 18 <i>Divisas Generadas con la Llegada de Turistas (en millones de USD)</i>	102
Figura 19 <i>Reporte Anual Perú: Viajes y Turismo</i>	105
Figura 20 <i>Llegadas de Turistas v.s. Divisas Generadas 2016-2021 (millones de personas v.s. miles de millones USD)</i>	106

RESUMEN

Actualmente, el mundo se encuentra afectado por un proceso pandémico que ha impactado gravemente al sector Turismo a nivel mundial llegando a caer a los índices más bajos de la historia, incluso afectando a las economías más fuertes. El COVID-19 ha tenido un gran impacto económico negativo en el Perú y, a pesar de que hoy contamos con una estrategia de reactivación económica diseñada para 2021- 2023, se ha demostrado que existen mecanismos que están contribuyendo hacia mejores resultados en otros países como Costa Rica. A nivel global, el Turismo contribuía en 10.4% al Producto Bruto Interno y generaba 1 de 4 empleos entre el 2014 y 2019, lo que demuestra su gran potencial de aporte en la cadena productiva de manera sustentable. Con la finalidad de encontrar los factores limitantes que están afectando al Perú, la presente Tesis analiza los casos de otras economías y el nivel de influencia de las políticas públicas en el Plan Estratégico Nacional de Turismo 2016-2025. Esta investigación ha considerado un diseño metodológico analítico-empírico tomando en cuenta los resultados cuantitativos globales, una investigación en base a juicio de expertos y las Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008. El análisis de la información histórica, de los casos-tipo y el análisis de las percepciones de expertos, permitió identificar las diferencias y carencias relevantes. Finalmente, se ha demostrado la ausencia de una política pública que tenga la capacidad de generar acciones colaborativas que permitan potenciar al sector Turismo como un eje de crecimiento macroeconómico en el Perú.

Palabras clave: Políticas Públicas; Planes Estratégicos; Desarrollo y Crecimiento Económico; Turismo Sostenible.

ABSTRACT

Currently, the world is affected by a pandemic process that has seriously impacted the Tourism sector worldwide, falling to the lowest rates in history, even affecting the strongest economies. COVID-19 has had a great negative economic impact in Peru and, despite the fact that today we have an economic reactivation strategy designed for 2021-2023, it has been shown that there are mechanisms that are contributing to better results in other countries such as Costa Rica. At a global level, Tourism contributed 10.4% to the Gross Domestic Product and generated 1 out of 4 jobs between 2014 and 2019, which shows its great potential to contribute to the production chain in a sustainable way. In order to find the limiting factors that are affecting Peru, this Thesis analyzes the cases of other economies and the level of influence of public policies in the National Strategic Tourism Plan 2016-2025. This research has considered an analytical-empirical methodological design taking into account the global quantitative results, an investigation based on the judgment of experts and the 2008 International Recommendations for Tourism Statistics. The analysis of the historical information, the case-types and the analysis of the perceptions of experts, allowed to identify the differences and relevant deficiencies. Finally, it has been demonstrated that the absence of a public policy that has the ability to generate collaborative actions that allows the Tourism sector to be promoted as an axis of macroeconomic growth in Peru.

Keywords: Public Policies; Strategic Plans; Development and Economic Growth; Sustainable Tourism.

INTRODUCCIÓN

En el Perú y el mundo, las políticas públicas tienen gran influencia sobre los planes estratégicos específicos de cada sector económico. Sin embargo, estas políticas aún no logran cohesionar dichos planes individuales bajo un único efecto sombrilla integrador que genere una acción colaborativa entre los objetivos de cada sector hacia una sola visión de crecimiento macroeconómico y de desarrollo social del país de manera sostenible.

Sin perjuicio de alcanzar los objetivos estratégicos planificados para el sector Turismo y, tomando en cuenta su efecto sobre los demás sectores económicos, la presente Tesis busca plantear la posibilidad de implementar una política pública que encamine la gestión turística introduciendo lineamientos normativos diseñados para generar una sinergia entre los planes estratégicos nacionales individuales con la finalidad de promover el desarrollo integral hacia un país turístico que genere divisas a través de toda la cadena productiva y de la mano con un enfoque sostenible.

El primer capítulo describe la problemática de esta investigación en donde se identifica la alta vulnerabilidad del sector Turismo frente a distintos factores internos y externos que puedan presentarse como la alta competitividad a nivel mundial, la normativa aplicada, el alcance de la planificación y otros factores de los cuales se llega a tener poco control en situaciones coyunturales tal como el COVID-19 que, a la fecha, logró impactar en la economía mundial con resultados negativos jamás previstos. Asimismo, se describe a una actividad estratégica que se gestiona bajo un mecanismo que no permite maximizar su capacidad de desarrollo

multisectorial ni predecir las consecuencias mediante el estudio preventivo de posibles escenarios. El segundo capítulo describe el marco teórico sobre el cual se desarrolla la actividad, tanto a nivel nacional como global, permitiendo delimitar la normativa actual y el alcance de la investigación. El tercer capítulo describe la metodología de investigación analítica-empírica que se utilizó para procesar la información documental cuantitativa y cualitativa. El cuarto y quinto capítulo, se lista los resultados y la discusión de los mismos respectivamente, mientras que en los subsiguientes capítulos se señalan las conclusiones, recomendaciones, referencias y anexos.

Dicho ello, a continuación, se aborda cada uno de los capítulos de manera detallada.

a) Descripción de la Situación Problemática

El turismo, en el marco de la globalización, es una actividad muy vulnerable ya que capta rápidamente los impactos positivos o negativos debido al surgimiento de nuevos destinos turísticos, el ingreso de nuevas tecnologías, la comercialización de productos y servicios, la infraestructura disponible, las estrategias de marketing, la disponibilidad de transporte aéreo, fluvial o ferroviario. Así, ahora vemos el impacto negativo sobre el turismo mundial debido a la pandemia COVID-19, una nueva amenaza invisible para el mundo que cambió la vida de millones de personas afectando considerablemente diversos sectores económicos, siendo el sector turismo uno de los más perjudicados debido a la restricción de los viajes, alcanzando el cierre de casi el 100%. de los diferentes destinos del mundo.

La Organización Mundial del Turismo (OMT), publicó en su informe mensual el Barómetro OMT del Turismo Mundial y anexo estadístico, Mayo 2021 (OMT,

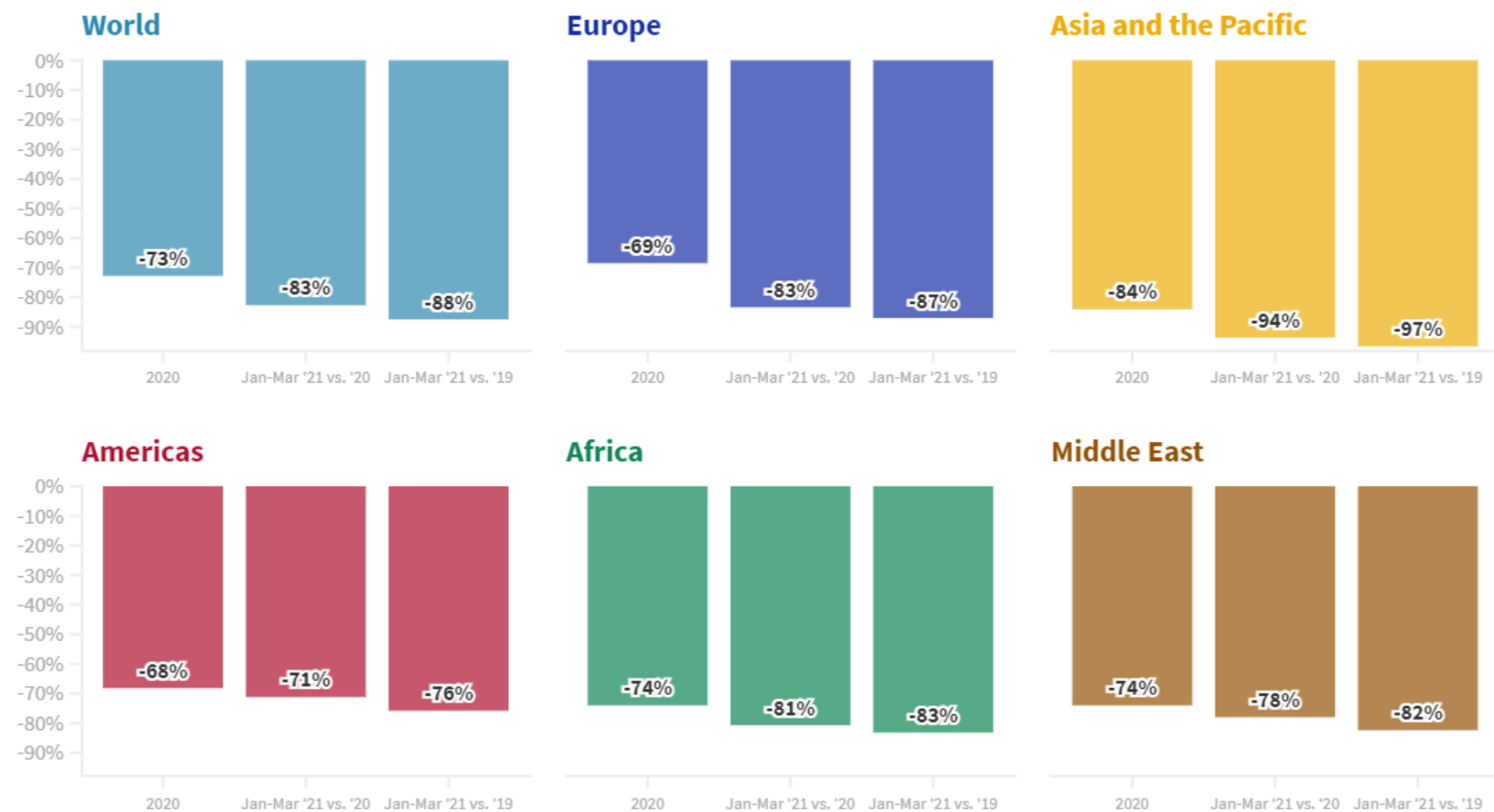
2021) que las llegadas internacionales en el mundo continúan disminuyendo, registrándose una caída del 74% al cierre del 2020 y 83% durante el primer trimestre del año 2021. La demanda de viajes sigue siendo en gran medida sofocada por la constante incertidumbre que trae consigo la pandemia, desencadenando la falta de confianza. A pesar de que dicha confianza viene recuperándose lentamente, según se indica en el informe mensual, otros de los obstáculos son las restricciones turísticas y el despliegue poco parejo de las vacunas a nivel mundial.

Asimismo, este informe señala que todas las regiones registraron caídas significativas en las llegadas de visitantes. En la Figura 1 se puede apreciar que Asia y el Pacífico continúan siendo las más afectadas por COVID-19 mostrando una caída del 84% en el 2020 y 94% solamente en el primer trimestre del 2021. Por su lado, Europa se ubica en el segundo puesto de mayor descenso de las llegadas con 69% y 83% en el 2020 y primer trimestre del 2021 respectivamente. De la misma manera, África experimentó una caída de 81%, seguida por Medio Oriente con 78% y Américas con 71%.

Durante el 2020 se hicieron esfuerzos por recuperar el crecimiento de las llegadas internacionales y gracias a esto Europa registró caídas comparativamente menores en julio y agosto del mismo año con 72% y 69% respectivamente. Sin embargo, la recuperación fue breve, ya que las recomendaciones y restricciones de viaje se restauraron nuevamente debido al aumento de las infecciones.

Figura 1

Llegadas Turísticas Internacionales, Porcentaje de Variación Mayo 2021



Nota: Tomado de World Tourism Organization, International Tourist Arrivals, % change (Mayo 2021), por OMT (2021).

A continuación, se muestra el detalle de los resultados cuantitativos sobre las llegadas turísticas por región y a nivel mundial, especificando el resultado anual y su variación con respecto al año anterior (ver Tabla 1).

Tabla 1

Ingresos por Visitantes en la Economía Mundial 2021

	Ingresos por visitantes			Part. (%)	Variación anual		Variación porcentual* 2021			
	(en millones)				(%)		2021/2020		2021/2019	
	2018	2019	2020*	2020*	19/18	20*/19	Anual	Trim1	Anual	Trim1
Mundo	1,412.7	1,466.1	398.3	100	3.8	-72.8	-83.3	-83.3	-88.0	-88.0
Europa	716.0	746.3	235.1	59.0	4.2	-68.5	-84.1	-84.1	-87.5	-87.5
Asia y Pacífico	346.5	360.4	57.1	14.3	4.0	-84.1	-93.8	-93.8	-96.7	-96.7
Américas	216.0	219.3	69.7	17.5	1.5	-68.2	-72.2	-72.2	-76.6	-76.6
África	68.7	70.1	18.2	4.6	2.0	-74.0	-81.9	-81.9	-84.2	-84.2
Medio Oriente	65.5	10.0	18.2	4.6	6.8	-74.0	-78.0	-78.0	-82.4	-82.4

Nota: Se ha la lista de ingresos generados por el gasto de visitantes a nivel mundial y regional, donde (*) es información provisional. Adaptado de Barómetro OMT del Turismo Mundial y anexo estadístico, Mayo 2021, por OMT, 2021.

Como consecuencia de la pandemia, los ingresos por turismo internacional descendieron hasta en 930.000 millones de dólares en el 2020, dejando un ingreso real de 536.000 millones, equivalente a la tercera parte del ingreso en el 2019. Es importante recalcar que, para enero 2020 la OMT había previsto un crecimiento de hasta el 4% en el número de llegadas de turistas internacionales en el mundo con respecto al 2019. Sin embargo, debido al brote de COVID-19, la entidad corrigió su previsión en marzo 2020 y pronosticó una caída de hasta el 30% respecto al año anterior, representando una pérdida de ingresos alrededor de US\$ 450.000 millones a nivel mundial y más de 45 millones de empleos se encuentren en riesgo. Aun así, esta previsión no alcanzó las cifras reales del desplome del sector turismo a nivel mundial.

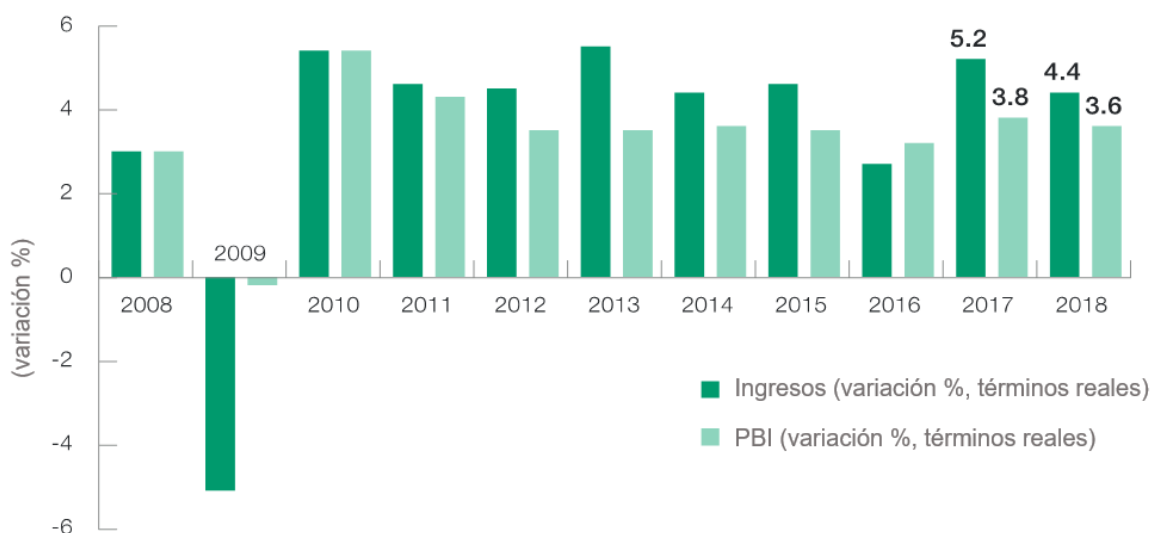
El desplome de los viajes internacionales representa unas pérdidas estimadas en 1,3 billones de dólares de los EE.UU. en ingresos de exportación, una cifra que multiplica por más de once las pérdidas registradas durante la crisis económica global de 2009. La crisis ha puesto en riesgo entre 100 y 120 millones de empleos turísticos directos, muchos de ellos en pequeñas y medianas empresas. (OMT, 2021).

Retomando las Cifras y Expectativas antes de la Pandemia. Según la *World Travel & Tourism Council* (WTTC), el impacto de este motor dinámico contribuía al PIBx mundial, hasta el 2019, con USD 8.3 billones a la economía global equivalente al 10.4% del PBI mundial y representaba un empleo por cada diez puestos de trabajo (WTTC, 2021).

De hecho, la OMT en su publicación Internacional “*Tourism Highlights*” (2019), luego de un estudio realizado por la institución en el 2018, preveía un incrementado del 5% con respecto al año anterior, acerca del número de turistas internacionales estimando un alcance total de 1,400 millones de arribos de turistas a nivel mundial. De la misma manera, el impacto de exportaciones generados por el crecimiento de turismo alcanzaría los USD 1.7 trillones gracias al turismo receptivo. De manera sostenible, los ingresos del gasto del turista habían venido creciendo más rápido que la economía mundial según las cifras que se muestran en la Figura 2.

Figura 2

Ingresos por Turismo Internacional y PBI Mundial al 2018



Nota: Tomado de Ingresos por Turismo Internacional y PIB mundial, por OMT & FMI, 2019

En informe presentado por la OMT (2019), señala un crecimiento relativo de arribo de turistas e ingreso de divisas comparado al año anterior por continentes. De ello destaca que los continentes de Asia y África incrementaron en 7% más, seguido de Europa y Oriente Medio crecieron en 5% y finalmente, América en 5% respecto a arribo de turistas internacionales.

La OMT indica que en el año 2017 esta actividad económica generó 1,322 millones de llegadas de turistas internacionales, con una expectativa de crecimiento entre 4% y 5%. En esta misma línea, según el informe “International Tourism Highlights” de la OMT (2019) el turismo en el 2018 se incrementó de manera global en 5% más con respecto al 2017. Sin embargo, no todos los países tuvieron ese crecimiento respecto de los turistas receptivos, esto se basa en la vocación turística y el desarrollo del sector turismo en cada uno de ellos; el reporte realiza un análisis por continente los mismo que se presentan en el caso de América que se estima

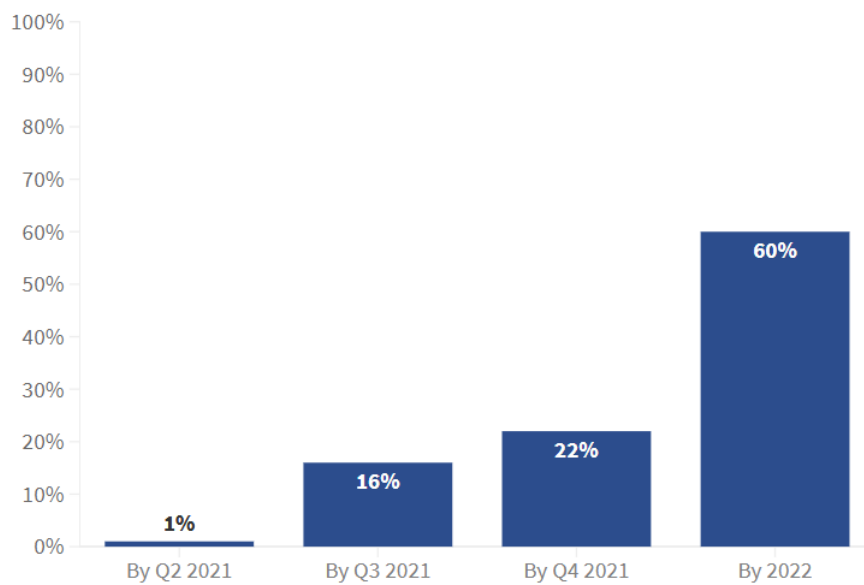
que recibieron 216 millones de llegadas internacionales en 2018, un aumento del 2% en comparación al 2017, que generó USD 334 billones de ingresos (0%). De manera contraria, las llegadas de turistas internacionales a Europa alcanzaron los 710 millones en 2018, lo que significó un aumento del 5% en comparación con el 2017, generando USD 570 billones de ingresos (5%), posicionando a Europa como el más visitado del mundo lo que se fundamenta con su crecimiento sostenido con nueve años consecutivos.

En la mayoría de países, el sector turismo es importante para el desarrollo de la economía nacional como actividad económica ya que, el turismo determina la demanda y consumo por parte de los turistas. El ejercicio del turismo necesita del consumo de bienes y servicios que se producen, especialmente para cubrir la demanda como una pluralidad de actividades diferentes, tales como el transporte hacia y desde el destino, hospedaje, alimentación, compras, agencias de viajes, operadores turísticos, entre otros. El turismo internacional es una fuente fundamental de ingresos para muchos destinos y hoy en día el turismo interno también pasa a ser una fuente importante de los mismos.

Expectativas sobre el Repunte del Sector Turismo en el Mundo. En el informe mensual Barómetro OMT del Turismo Mundial y anexo estadístico, Mayo 2021 (OMT, 2021), se informa sobre la opinión de los expertos entrevistados por la OMT, quienes en su mayoría, esperan un repunte hacia el 2022 (ver Figura 3), aunque este estimado no representa la opinión unánime, donde un 40% aún espera un repunte durante el presente 2021.

Figura 3

Expectativa de Repunte del Turismo Global según Expertos (OMT, 2021)

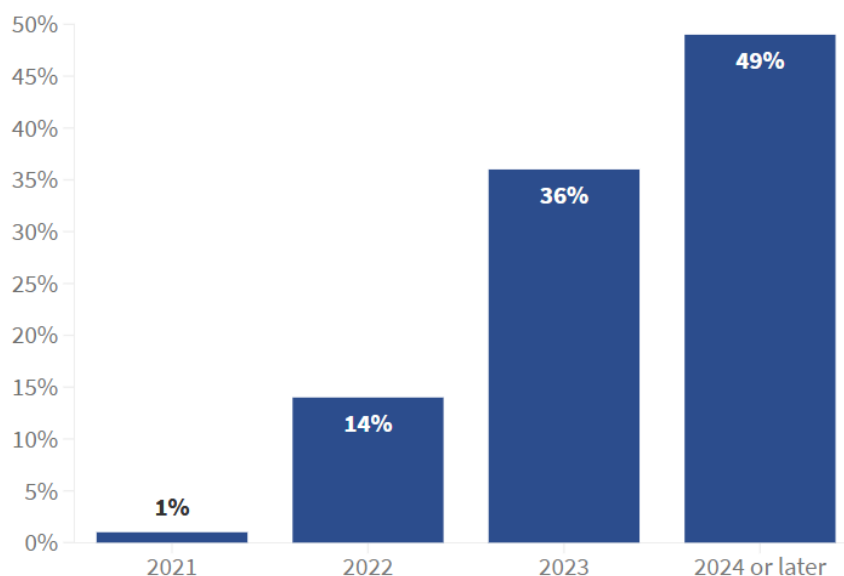


Nota: Tomado de Encuesta global entre los expertos del turismo sobre el impacto del COVID-19 en el turismo y la expectativa sobre el tiempo de recuperación: ¿Cuándo espera usted que repunte el turismo internacional en su país?, por OMT, Madrid, 2021

Asimismo, los expertos coinciden, en gran parte, en que nos aproximaremos a los niveles dejados en el 2019 hacia los años 2023 o 2024 (ver Figura 4).

Figura 4

Expectativa de Retorno de las Cifras del Turismo Global Pre Pandemia 2019, según Expertos (OMT, 2021)



Nota: Tomado de Encuesta global entre los expertos del turismo sobre el impacto del COVID-19 en el turismo y la expectativa sobre el tiempo de recuperación: ¿Cuándo espera usted que repunte el turismo internacional en su país a cifras pre pandemia 2019?, por OMT, Madrid, 2021.

Por su lado, la OMT indica que la recuperación del turismo con los niveles del 2019, se harían tangibles en un lapso de hasta 4 años, lo que dependerá del desempeño de la vacunación mundial que contribuye a la aumentar la confianza de los turistas y da lugar a la disminución de restricciones que obstaculizan el turismo.

Efectos del COVID-19 en el Sector Turismo en el Perú. En el Perú, el turismo no es ajeno a la coyuntura del COVID-19, siendo uno de los sectores más golpeado en la economía nacional, donde las actividades como: restaurantes, hotelería, agencias de viajes, eventos nacionales e internacionales, transporte terrestre, marítimo, ferroviario y aéreo, entre otros; sufrirían pérdidas económicas estimadas en más de USD 6000 millones de dólares, 300 mil empleos directos y 500 mil empleos indirectos, debido a la cancelación de viajes del turismo receptivo

para este año (CANATUR, 2021). Es importante considerar que el 90% de empresas del sector turismo son micro y pequeñas empresas (MYPES) que generan aproximadamente 2,2 millones de empleos (COMEXPERÚ, 2021).

De acuerdo con los datos estadísticos del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), el sector turismo se ubica como el tercer generador de divisas en el 2019, alcanzando un monto de USD 4,784 millones, debido al arribo de 4.4 millones de turistas internacionales al país, y según el reporte mensual de turismo, el turismo receptivo disminuyó 70% en marzo 2020 comparado al mismo mes del año anterior.

Del mismo modo, el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE) indica que al cierre de mayo del 2020 existía un total de 27,103 empresas que habían solicitado la Suspensión Perfecta de Labores, de las cuales más del 16% corresponden a los rubros de hoteles y restaurantes, equivalente a 4,467 empresas, lo que generaría que aproximadamente 39,306 trabajadores dejen de laborar temporalmente (Verona, 2020). Incluso para el 3 de julio del 2021 se anuncia que el MTPE recibió más de 42,000 solicitudes de empresas para suspensión perfecta de labores, abarcando 304,000 trabajadores (Gestión, 2021).



Planes Estratégicos en Destinos Competitivos. Se observa que ciertos países en América Latina se caracterizan por adoptar políticas públicas que enmarcan la actividad turística. En el caso específico de Argentina, mediante Ley Nacional de Turismo N° 25997, define al turismo como política de estado, reconociendo al turismo como una actividad estratégica para el desarrollo del país. En ese contexto, resulta esencial el Plan Estratégico Federal de Turismo Sustentable (PEFTS), donde se materializa la política y define un modelo de gestión

que cuenta con acciones concretas a fin de posicionar al turismo como un destino competitivo sobre la base de la planificación territorial, creándose herramientas de gestión, tales como el Mapa Federal de Oportunidades Turísticas (MFOT), en el cual se identifican las regiones con mayor potencial turístico en las que se priorizarán los recursos e inversiones. (Schenkel, E. y Almeida García, F., 2015)

Por otro lado, analizando la política de turismo en Chile, se encuentra que en dicho país existe una política de turismo plasmada en el documento denominado Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable, similar a nuestro Plan Estratégico Nacional de Turismo al 2025 – PENTUR. Dicho plan surge de la “Agenda de Productividad, Innovación y Crecimiento” del Gobierno de Chile. Para lograr los objetivos de dicha Agenda, se han planteado una serie de ejes, entre ellos: Inversiones Estratégicas y Planes de Desarrollo Sectoriales, en el cual se incluye al sector Turismo, cuya declaración de política se encuentra en el Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable. En la Figura 5 podemos observar los resultados publicados por la OMT respecto a su comportamiento entre el 2019 y 2020.

Figura 5

Resultados de la Contribución del Turismo al PBI - Chile

Chile Key Data		
	2019	2020
	Total contribution of Travel & Tourism to GDP: 9.9% of Total Economy Total T&T GDP = CLP20,924.3BN (USD26,414.1MN)	6.6% of Total Economy Total T&T GDP = CLP13,192.9BN (USD16,654.2MN)
		-36.9% Change in Travel & Tourism GDP vs -6.2% real economy GDP change
	Total contribution of Travel & Tourism to Employment: 980.9 Jobs (000s) (10.9 % of total employment)	719.0 Jobs (000s) (9.2 % of total employment)
		-26.7% Change in jobs ² -261.9 (000s)
	Visitor Impact International: CLP 2,458.7^{BN} Visitor spend 4.1% of total exports (USD3,103.8MN)	CLP 428.3^{BN} Visitor spend 0.7% of total exports (USD540.7MN)
		-82.6% Change in international visitor spend: -USD 2,563.1 MN
	Domestic: CLP 11,734.4^{BN} Visitor spend (USD 14,813.0MN)	CLP 7,634.9^{BN} Visitor spend (USD 9,638.1MN)
		-34.9% Change in domestic visitor spend: -USD 5,175.0 MN



Nota: Tomado de *Chile 2021 Annual Research: Key Highlights*, por OMT, 2021. Todos los valores están en precios y tipos de cambio constantes de 2020. Como se informó en marzo de 2021.

Otro ejemplo es país de Costa Rica, cuya en turismo a diferenciarse de otros destinos turísticos a través de certificaciones de sostenibilidad turística en los servicios turísticos privados a través de un enfoque geográfico de distribución del espacio turístico. Ahora bien, según el Plan Nacional de Turismo al 2021, se plantea las declaraciones que abarcan los temas más relevantes en términos de política pública, siendo estos: sostenibilidad (uso de recursos, respecto de autenticidad, satisfacción visitante), inclusión (impacto local, inclusión igualdad y talento humano) e innovación (desarrollo PYMES, dispersión empresas, operaciones viables). En

la Figura 6 podemos observar los resultados publicados por la OMT respecto a su comportamiento entre el 2019 y 2020.

Figura 6

Resultados de la Contribución del Turismo al PBI - Costa Rica

Costa Rica Key Data		
2019	2020	
 <p>Total contribution of Travel & Tourism to GDP:</p> <p>11.5% of Total Economy Total T&T GDP = CRC4,205.1BN (USD7,213.6MN)</p>	<p>5.3% of Total Economy Total T&T GDP = CRC1,841.9BN (USD3,159.7MN)</p>	<p>-56.2% Change in Travel & Tourism GDP vs -4.8% real economy GDP change</p>
 <p>Total contribution of Travel & Tourism to Employment:</p> <p>246.3 Jobs (000s) (11.3 % of total employment)</p>	<p>178.6 Jobs (000s) (9.2 % of total employment)</p>	<p>Change in jobs² -27.5% -67.7 (000s)</p>
 <p>Visitor Impact International:</p> <p>CRC 2,366.3^{BN} Visitor spend 19.1% of total exports (USD4,059.2MN)</p>	<p>CRC 763.3^{BN} Visitor spend 6.9% of total exports (USD1,309.4MN)</p>	<p>Change in international visitor spend: -67.7% -USD 2,749.8 MN</p>
<p>Domestic:</p> <p>CRC 1,091.1^{BN} Visitor spend (USD 1,871.7MN)</p>	<p>CRC 630.1^{BN} Visitor spend (USD 1,081.0MN)</p>	<p>Change in domestic visitor spend: -42.2% -USD 790.7 MN</p>

Nota: Tomado de *Costa Rica 2021 Annual Research: Key Highlights*, por OMT, 2021. Todos los valores están en precios y tipos de cambio constantes de 2020. Como se informó en marzo de 2021.

Cabe precisar que, Costa Rica tiene como principal actividad económica al turismo, reflejándose en el 6,3% del PBI. Según el Banco Central de Costa Rica se trata de la actividad que genera más empleo. Con más de dos millones de visitantes al año (menos que Perú) pero con una permanencia superior a 10 días y un gasto de viaje superior a USD 1000 por turista, esta actividad se consolida como una de los sectores más dinámicos en la economía de Costa Rica. Además, es reconocido

como el destino que ha permitido poner en valor una oferta de servicios y productos turísticos relacionada al ecoturismo, sol y playa, aventura, turismo rural, bienestar, entre otros. Por estas razones el Instituto Costarricense de Turismo, ente rector del turismo en Costa Rica, plasma la política del sector en su Plan Nacional de Turismo enfocado en: i) mejores precios, ii) destino, iii) diferenciación y iv) posicionamiento. Así, hace 30 años el Gobierno de Costa Rica diseñó, una política pública de certificaciones, programas e instrumentos apropiados para el sector turismo a través del sistema de Certificación para la Sostenibilidad Turística. Se diseñó dirigida a empresas turísticas tales como empresas de hospedaje, tour operadores, empresas de alquiler de vehículos, parques temáticos, empresas gastronómicas y tour operadores marino-costeros.

Por su lado, el Perú es uno de los mayores centros turísticos de América Latina ya que posee numerosos atractivos turísticos de gran afluencia de visitantes y otros con gran potencial, el incremento del número de turistas se vino incrementando año a año de manera sostenible desde el 2003, obteniendo un flujo turístico de 933,000 visitantes y para el año 2006 este número se incrementó a 1'634,573 (MINCETUR, 2007). En años recientes, la industria del turismo nacional ha mostrado un importante crecimiento, sustentado tanto en un buen desempeño del turismo receptivo como del turismo interno. No obstante, considerando el gran potencial turístico del país aún no explotado, es de esperar un desempeño aún más favorable en los próximos años, sí y sólo sí el sector público y privado provean la infraestructura y el capital humano necesarios y creen un entorno de estabilidad política y social que garantice seguridad y dé una grata imagen del país a los visitantes. Para ello se debe prever una fuerte dotación de inversiones en el sector

turismo, no solo en lugares con actual afluencia turística sino además en aquellos que posean gran potencial para ello.

Al igual que en Chile, el Perú impulsa la promoción y la inversión en infraestructura turística, a través de un fondo denominado Fondo para la Promoción y Desarrollo Turístico Nacional, creado según Ley N° 27889, cuyos recursos públicos son destinados al desarrollo de la oferta turística y a la promoción del país. Sin embargo, estos recursos no están alineados a una estrategia de priorización de destinos turísticos, además solo se centra en infraestructura y promoción, dejando de lado otras necesidades como el desarrollo de productos turísticos y calidad de servicios.

Sin embargo, se observa que el sector turismo no posee una política pública de turismo de acuerdo a la metodología del Centro Nacional de Planeamiento Estratégico (CEPLAN) y su Reglamento que regula las Políticas Nacionales, aprobado mediante Decreto Supremo N° 029-2018-PCM y modificado con Decreto Supremo N° 038-2018-PCM, brinda un marco para la actualización de políticas nacionales que deben enmarcarse en las políticas de Estado respondiendo a la identificación de problemas o necesidades que enfrenta la población que son priorizados en la agenda pública.

Asimismo, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, a través de Resolución Ministerial N° 231-2016-MINCETUR que aprueba el Plan Estratégico Nacional de Turismo, encarga a la Comisión PENTUR el seguimiento e implementación del PENTUR 2025. De acuerdo al Informe N° 08 – 2016 – COMISIÓN PENTUR/ST, el Plan Estratégico Nacional de Turismo – PENTUR se constituye en el documento rector de la materia de planificación en el sector

Turismo a nivel nacional, el cual establece estrategias y acciones a seguir por los gestores del sector, con el objetivo de lograr el desarrollo y consolidación de actividad turística a nivel nacional a largo plazo.

Este documento propone un modelo de desarrollo turístico basado en destinos. Sin embargo, a la fecha no se han identificado ni sociabilizado los destinos turísticos priorizados. Además, se planteó como modelo de gestión la creación de Entes Gestores como unidades fundamentales para la administración de estos destinos, los cuales no se han operativizado. Además, el PENTUR al no existir una política pública, se convierte en un documento rector en materia de planificación en el sector turismo a nivel nacional, que establece las estrategias y lineamientos a seguir para el desarrollo de la actividad turística en el Perú con horizonte hasta el 2025.

Siguiendo con esta iniciativa, en noviembre 2020 se publica el Informe Legal N° 057-2016/MINCETUR, correspondiente a la Actualización del Plan Estratégico Nacional de Turismo – PENTUR 2025, específicamente en el acápite referido al proceso de actualización se señala lo siguiente:

Entre los meses de octubre y diciembre del 2016 se realizaron nueve (09) reuniones de trabajo con los principales representantes del sector público y privado nacional, quienes fueron invitados a participar en un espacio de intercambio de opiniones. En dichas reuniones estuvieron presentes representantes de los gremios nacionales, del sector académico acompañados de profesionales del MICETUR.

Teniendo presente que el escenario global del sector turismo ha cambiado por el gran dinamismo de los mercados que han hecho más competitivo el entorno, generando así nuevas oportunidades de crecimiento para el sector; sin embargo en

la coyuntura actual por la pandemia producto de la propagación del COVID – 19 a nivel mundial, el turismo fue afectado y las políticas que se han estado aplicando ya no tienen cabida y en muchos casos no han respondido a los cambios bruscos percibidos en la actualidad.

Durante la etapa de formulación de PENTUR se desarrollaron talleres en las regiones con participaciones de actores públicos y privados donde también hubo algunos pedidos como por ejemplo el fortalecimiento en las regiones de los Comités Consultivos de Turismo, se mejore la conectividad, servicios básicos, etc.; de la misma manera se dieron críticas muy acidas como cuestionar si se trata de un plan operativo o un plan estratégico.

El Plan Estratégico Nacional de Turismo 2016 – 2025, se ha elaborado bajo el enfoque de la oferta, donde se evalúa el conjunto de bienes y servicios que poseen los destinos turísticos y las regiones del país, analizar la brecha que se tiene para poder determinar las necesidades que debe implementarse para lograr satisfacer al turista nacional e internacional sobre los prestadores de servicios como son: alojamiento, restaurantes, instalaciones recreativas, agencias de turismo, oficinas de información, empresas de transportes y otras; la Infraestructura relacionado a los destinos turísticos como aeropuerto, puerto, sistema vial (autopistas, rutas y caminos), servicio eléctrico, sistema de comunicaciones, instalaciones hospitalarias, transporte (aéreo, terrestre, marítimo, fluvial, ferroviario) e higiene urbana (cloacas, agua potable y recolección de residuos); asimismo, los valores turísticos que la población demuestra ante el turismo como actitudes y comportamiento de los habitantes de un lugar turístico

Figura 7

El Plan Estratégico nacional de Turismo 2016 - 2025: Cuatro Pilares



Nota: Tomado de PENTUR 2016 – 2025, por Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR, 2016).

El enfoque de oferta, es interesante debido que se concentra en construir y diseñar el producto turístico para luego convertirlo en un destino debido que se enfoca en el diseño e implementación de paisaje, espacios libres, accesos, acondicionamiento urbano, etc., con un debido ordenamiento territorial acompañado con promoción y marketing de los productos turísticos. Este modelo enfoque de la oferta tiene participación en el sector público en promoción y marketing de destinos o productos turísticos priorizados, sin embargo, no habría tenido en cuenta en el enfoque de demanda, en el que prevalece la importancia de la infraestructura que necesita un destino como la accesibilidad, el segmento de la demanda y el flujo de turistas potencial conforme lo expresado en el Trabajo de Investigación “El Turismo Como Motor de Crecimiento Económico” de Ricardo Altimiray Ximena Muñoz, pag. 692 – 694.

Mientras que el enfoque de la demanda, se caracteriza porque prioriza las motivaciones de viaje que turista nacional y extranjero impulsa a moverse de su sitio de residencia para otro lugar llamado producto o destino turístico. En función

de las motivaciones de la demanda se diseñan los atractivos turísticos para convertirlo en productos y destinos turísticos de forma específica a las exigencias y requerimientos del potencial turista en busca de su satisfacción.

La OMT, plantea la siguiente clasificación sobre los productos turísticos tal como se muestra en la Tabla 2:

Tabla 2

Clasificación de los Productos Turísticos

Nro.	Productos Turísticos
1	Turismo de sol y playa
2	Turismo de nieve
3	Turismo de aventura
4	Turismo rural
5	Turismo cultural
6	Turismo de formación
7	Turismo gastronómico
8	Turismo de negocios
9	Turismo alternativo
10	Turismo de hechos singulares
11	Turismo urbano
12	Turismo deportivo
13	Turismo ecológico (ecoturismo)
14	Turismo de salud
15	Turismo religioso
16	Turismo lúdico-festivo
17	Turismo residencial
18	Turismo de compras
19	Turismo de excursiones
20	Turismo de Parques temáticos

Nota: Adaptado de RIET 2008 por OMT, 2010.

Este enfoque por demanda está en función a variables económicas directas (del país emisor) e indirectas (del destino turístico) que influyen en el momento de decisión de viaje, así, la demanda turística se ve afectada por las siguientes variables (ver Tabla 3):

Tabla 3*Variables que Afectan la Demanda Turística*

Variables Económicas Directas	Variables Económicas Indirectas
<ul style="list-style-type: none">– Nivel de renta nacional– Valor de la moneda– Nivel de Gasto en turismo– Estado del ciclo económico– Derecho a vacaciones remuneradas	<ul style="list-style-type: none">– Nivel general de precios– Nivel de precios relativos– Calidad del servicio– Regulación económica– Nivel de competencia de la oferta

Nota: Adaptado de RIET 2008, por OMT, 2010.

Es importante destacar que dichas variables de la demanda turística actúan sobre la demanda de todos los potenciales turistas en el lugar emisor, pero no considera el destino.

Este enfoque tiene algunas limitaciones como es la capacidad de ingresar en los mercados turísticos, como el nivel de ingresos y gastos, target de consumo, y el grado de autorización gubernamental para que puedan ser turistas.

Por otro lado, se puede diseñar los productos o destino turístico el atractivo económico, *ceteris paribus*, para los turistas, independientemente de su procedencia. Especialmente en el Perú que cuenta con una gran historia y recursos turísticos que ayudan a desarrollar el turismo en casi todas las regiones generando la competencia entre los productos turísticos disponibles. La influencia de estas variables determina el efecto sustitución. La herramienta primordial sería la segmentación de la demanda en función a las tendencias mundiales, comportamiento de compra, motivaciones, nivel de preferencias, poder adquisitivo, entre otras variables.

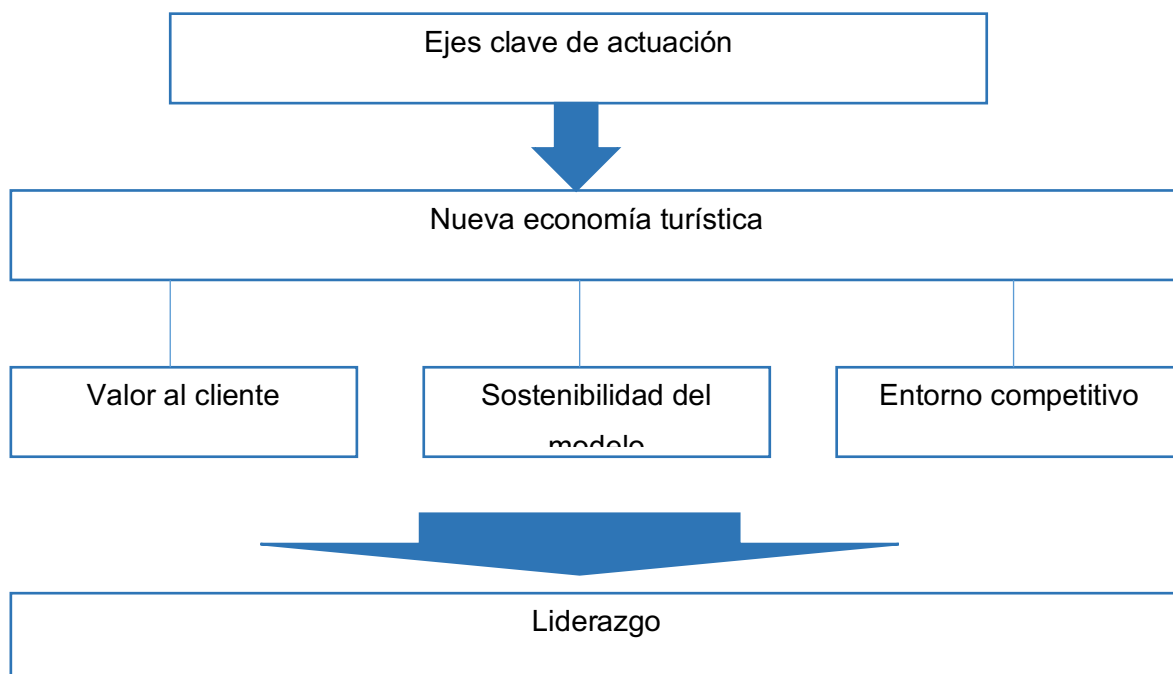
A diferencia del caso peruano que elabora el PENTUR 2016 – 2025 con un enfoque en la oferta principalmente, se tiene el Plan Estratégico Nacional de España (ver Figura 8) con un horizonte al 2020 con un enfoque en la demanda, con

una mirada en sus capacidades de atracción de flujos turísticos, en función de sus recursos patrimoniales, condiciones operativas, relaciones con los destinos cercanos y destinos de competencia potencial, relaciones con los mercados emisores. Esta propuesta resalta las acciones sobre el territorio y sobre sus estructuras de gobernanza turística necesarias para alcanzar los objetivos de mercado deseados.

Se debe tener en cuenta que España ha cerrado con 82,6 millones de turistas internacionales para el 2018, con un crecimiento de 0,9% más que el año anterior y con 89.678 millones de euros, un aumento de 3,1%. En 2017 el turismo generó 137.020 millones de euros, lo cual supone un 11,7% del PIB total siendo el sector turismo uno de los principales generadores de puestos de trabajo.

Figura 8

El Plan Estratégico Nacional de Turismo de España Horizonte 2020



Nota: Tomado de Plan Estratégico Nacional de España con un horizonte al 2020.

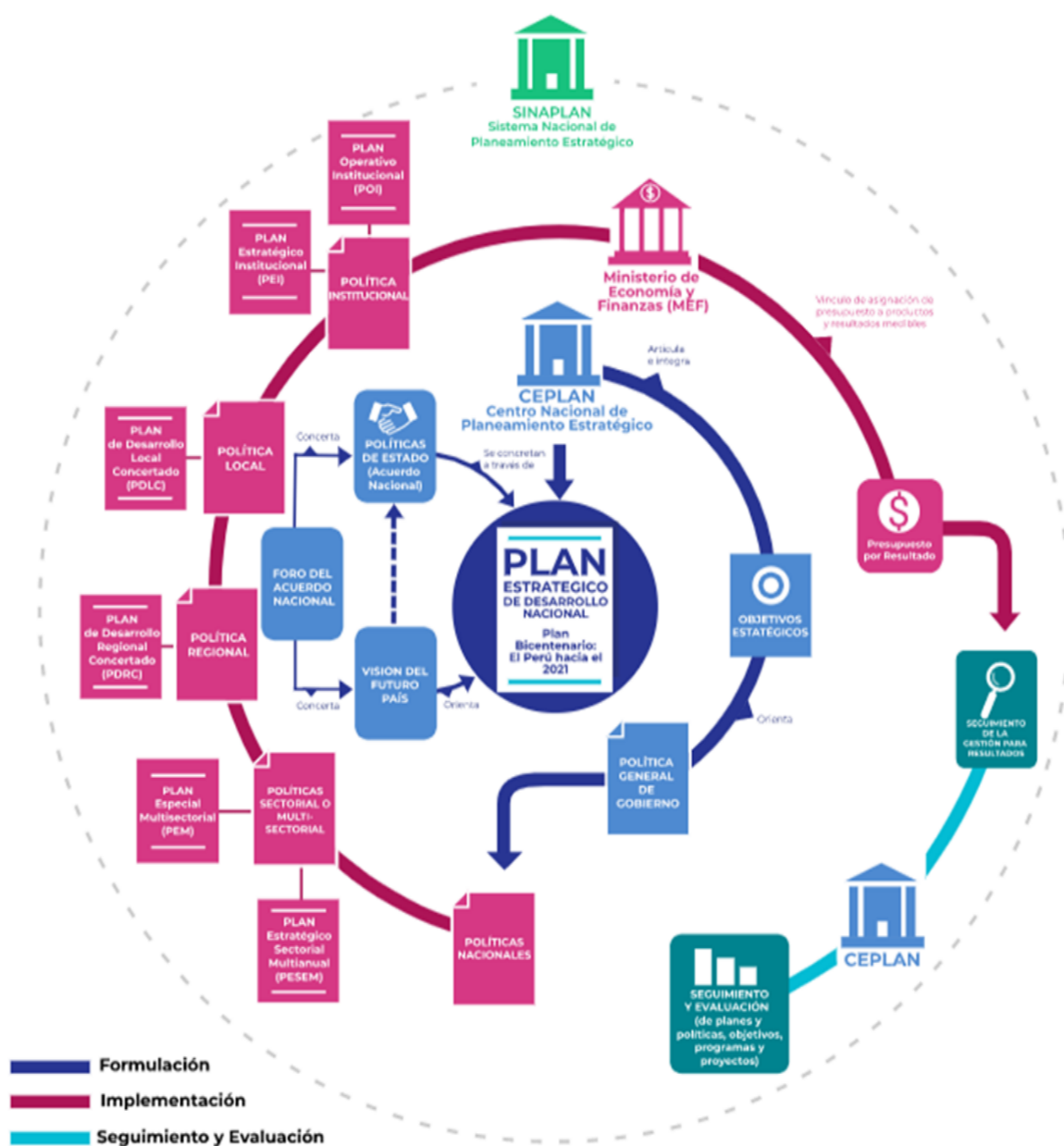
Según el Banco Central de Reserva (BCR), durante el 2018, la economía se evidenció al inicio de una fase de aceleración, en el primer semestre del año 2018 el PBI mostro un crecimiento de 4,3%, la tasa más alta en nueve semestres anteriores. En el año 2018, culminó el año con un crecimiento del PBI con un alza de 3,6% de acuerdo al Informe de Actualización de Proyecciones Macroeconómicas 2018-2021 (IAPM) publicado en abril y a 4,0% en el Marco Macroeconómico Multianual 2019-2022. Sin embargo, han pasado 4 años desde la publicación de la norma que aprueba el Plan Estratégico Nacional 2016 – 2025 donde los resultados no ha sido los esperados de acuerdo a las expectativas de crecimiento en número de turistas, incremento en la estadía del turista, diversificar la oferta turística, mejorar los recursos turísticos, entre otras variables que permitan con ello elevar el nivel de empleo, mayor productividad con un desarrollo regional equilibrado impactando en directamente en las economías de la población.

Los Estados, para formular políticas nacionales deben realizar un análisis de los problemas y necesidades que vive una población específica en especial aquellos que se encuentran en situación de pobreza y pobreza extrema los cuales deben ser siempre prioridad en la agenda política y técnica de los gobernantes que a través de los ministerios, que son entes rectores, deben identificar, analizar, diseñar, ejecutar y monitorear políticas del sector bajo su rectoría incluido la interrelación que existen entre otros sectores. Es importante señalar que las políticas sectoriales deben estar siempre enfocadas en solucionar problemas del mismo sector, pero con ello no pretenderá atacar las causas que genera el problema principal sin la adecuada articulación con los demás sectores que involucrados directa y/o indirectamente, siempre teniendo en cuenta las necesidades y prioridades específicas de su población.

De acuerdo a la definición del Sistema Nacional de Planeamiento Estratégico (SINAPLAN) "es el conjunto articulado e integrado de órganos, subsistemas y relaciones funcionales cuya finalidad es coordinar y viabilizar el proceso de planeamiento estratégico nacional para promover y orientar el desarrollo armónico y sostenido del país"

Figura 9

Sistema Nacional de Planeamiento del Perú



Nota: Tomado de Centro Nacional de Planeamiento Estratégico (CEPLAN).

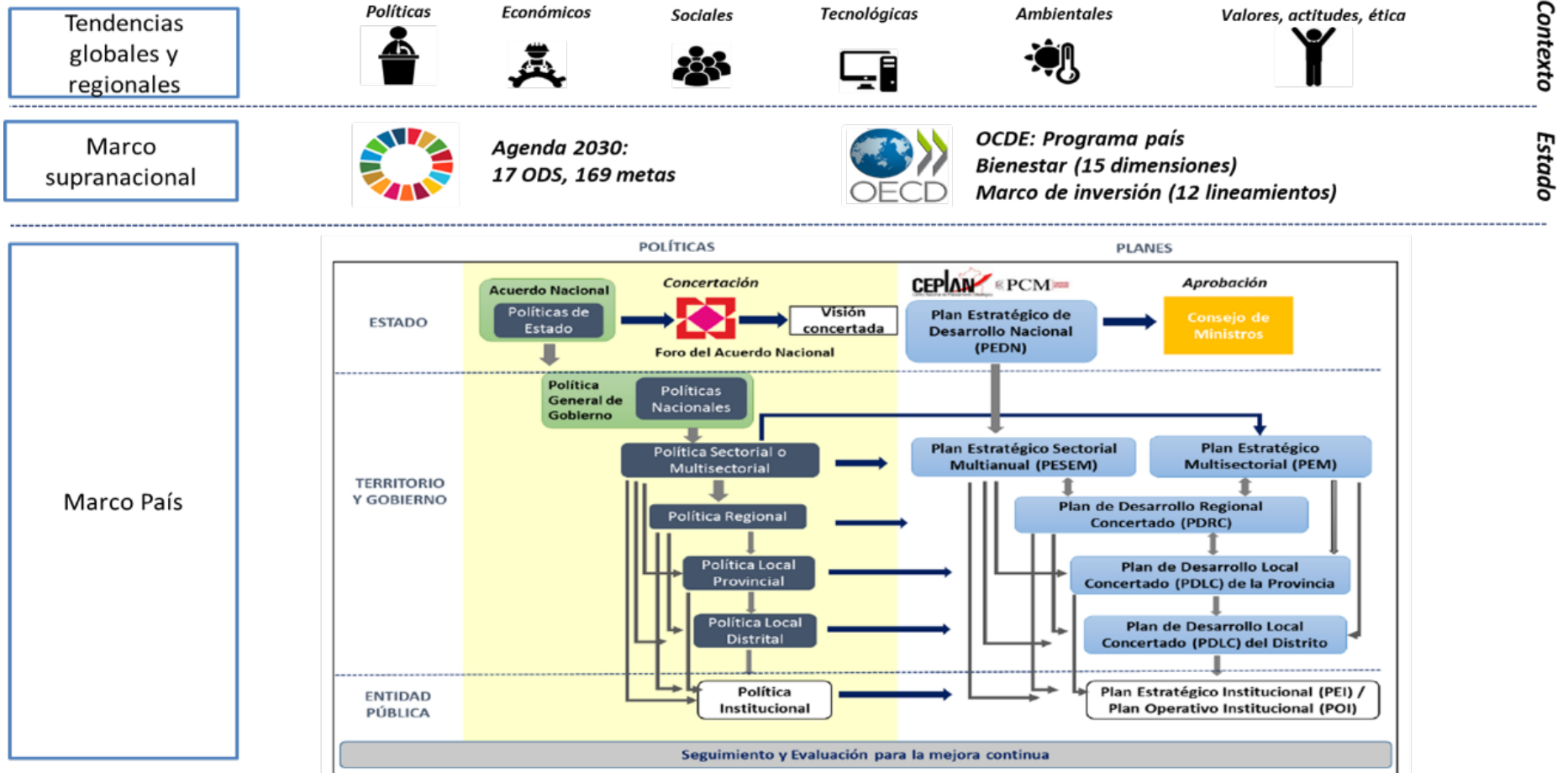
El Sistema Nacional de Planeamiento Estratégico (SINAPLAN) y su órgano rector, el Centro Nacional de Planeamiento Estratégico (CEPLAN), fueron creados mediante el Decreto Legislativo N° 1088 en el 2008. El SINAPLAN es un conjunto articulado e integrado de órganos, subsistemas y relaciones funcionales cuya

finalidad es: "coordinar y viabilizar el proceso de planeamiento estratégico nacional para promover y orientar el desarrollo armónico y sostenido del país (CEPLAN).

Teniendo en cuenta los objetivos del SINAPLAN, cuya labor es ordenar y normar el marco normativo de políticas y planes nacionales y para ello debe "constituirse como el espacio institucionalizado para la definición concertada de una visión de futuro. Asimismo, debe articular e integrar en forma coherente y concertada las diferentes propuestas y opiniones para la elaboración del Plan Estratégico de Desarrollo Nacional y los planes nacionales, sectoriales, institucionales y subnacionales, así como las orientaciones, los métodos, los procesos y los instrumentos para el planeamiento estratégico".

Figura 10

Marco Normativo de Políticas y Planes



Nota: Tomado de Centro Nacional de Planeamiento Estratégico (CEPLAN)

Los objetivos estratégicos del Plan Estratégico de Desarrollo Nacional (PEDN) orientan la formulación de las políticas nacionales, que se traducen en políticas sectoriales, políticas multisectoriales y a nivel subnacional en políticas regionales, locales e institucionales con sus respectivos planes.

El Plan Estratégico Sectorial Multianual (PESEM) es el documento elaborado por los Ministerios del Poder Ejecutivo para cada sector bajo su rectoría. Este documento presenta la estrategia de desarrollo del sector para el logro de los objetivos en el PEDN y la Política General de Gobierno. El PESEM se elabora para un periodo de 5 años.

El Plan Estratégico Institucional (PEI) Instrumento de gestión que identifica la estrategia de la entidad para lograr sus objetivos, en un periodo mínimo de tres (3) años, a través de iniciativas diseñadas para producir una mejora en la población a la cual se orienta y cumplir su misión. Contiene los Objetivos y las Acciones Estratégicas Institucionales.

El Perú, desde 1990, vive una etapa de globalización en donde se experimenta una variedad de cambios económicos, culturales, sociales y políticos que permiten una celeridad en los cambios tecnológicos de información y conocimiento, así como la disminución de distancias en fronteras y geopolíticas donde circula con mayor velocidad los bienes, servicios y capitales. De la misma manera el turismo nacional e internacional ha sido analizado en los últimos años ya que son importantes para el crecimiento económico, esto es gracias a la globalización debido al fácil acceso a la información mundial, la apertura de destinos turístico ha evidenciado una creciente comercialización a nivel mundial

llegando a ser uno de los sectores económicos más importantes y dinámico en el mundo.

Según el enfoque de Rivera (2010), muchas de las estrategias y políticas públicas turísticas y sectoriales, a pesar de contemplar nuevas alternativas y enfoques teóricos, no tienen realmente una incidencia sustantiva y real en el subsector turístico.

Asimismo, Molina y Rodríguez (2005) proponen un enfoque para Latinoamérica del sector de turismo y realizan un análisis de su problemática con la finalidad de proponer como herramienta esencial la planificación que les permita el desarrollo adecuado del turismo en toda la región latinoamericana.

También se puede señalar, según lo indica Muñiz (2001) la importancia del desarrollo del turismo social como un mecanismo de desarrollo y crecimiento de la sociedad enfocándose en el impacto económico y rápido que existe en el empleo y puestos de trabajo, la adquisición de bienes y servicios en los lugares turístico, para ello un mecanismo para mejorar el turismo social es la desestacionalización de la demanda turística, pero para ello sostiene que se debe trabajar en brindar mejores servicio y sobre todo la adecuada infraestructuras que impacte en el turismo.

Así entonces se puede afirmar lo que indica Hernández (1982): “Dentro de los múltiples recursos destinados a robustecer la industria del turismo se encuentra la planificación, proceso que cada día cobra mayor fuerza como medio para mejorar y racionalizar dicha actividad”.

a.1. Formulación del Problema

Problema Principal: ¿Qué nivel de influencia existen por parte de las políticas públicas en el plan estratégico nacional de Turismo 2016 – 2025?

Problemas Específicos:

- 1) ¿Qué nivel de influencia existe entre las políticas públicas y el Análisis Prospectivo del Sector Turismo 2016 – 2025?
- 2) ¿Qué nivel de influencia existen entre las políticas públicas y un modelo de gestión centrado en la oferta para el sector Turismo 2016 – 2025?
- 3) ¿Qué nivel de influencia existen entre las políticas públicas y los indicadores de gestión para el sector Turismo 2016 - 2025?

a.2. Objetivos de la Investigación

Objetivo general: Determinar el nivel de influencia de las políticas públicas en el Plan Estratégico Nacional de Turismo 2016-2025

Objetivos específicos:

- 1) Determinar el nivel de influencia de las políticas públicas en el Análisis Prospectivo del Sector Turismo 2016-2025
- 2) Determinar el nivel de influencia de las políticas públicas en un modelo de gestión centrado en la oferta para el sector Turismo 2016-2025
- 3) Determinar el nivel de influencia de las políticas públicas en los indicadores de gestión para el sector Turismo 2016-2025

a.3. Justificación, Importancia y Viabilidad de la Investigación

La presente investigación es conveniente pues contribuirá a describir y explicar los principales problemas que enfrentan los destinos turísticos debido a la falta de planificación territorial de dichos destinos con la finalidad de alcanzar la competitividad.

El tema de investigación no ha sido desarrollado en la actualidad en el ámbito académico nacional por lo que existe un vacío de conocimiento. Este estudio permitirá a las entidades tomadoras de decisiones, incorporar un nuevo enfoque en la planificación estratégica del sector a fin de mejorar las condiciones competitivas del turismo en el país para lograr ser más competitivo, garantizando su sostenibilidad. Ello podrá incrementar la demanda, mejorar la experiencia turística en los destinos e incrementar los ingresos económicos para la población local, por lo que tiene una alta relevancia a nivel social.

De igual modo, el tema tiene una implicancia práctica pues permitirá resolver un problema de priorización, ya que de la investigación se obtiene el beneficio que permitirá llegar a generalizaciones o principios más amplios en otros destinos turísticos priorizados o emblemáticos. Dado que el objeto de estudio es el destino turístico de Máncora no existen limitaciones para llevar a cabo el estudio

En vista de ello, se tendrá en cuenta los recursos disponibles para poder llevarla a cabo. Para realizar con esta investigación científica, se destacan entre los principales recursos los materiales, los humanos y los económicos o financieros; teniendo en cuenta el tiempo y la información disponibles.

a.4. Limitaciones de la Investigación

Debe precisarse que, por factores circunstanciales, la estructura del cuestionario y el comportamiento o conducta del entrevistador, específicamente sobre la metodología que recoge información cualitativa, pueden presentarse dificultades pues el sujeto es sensible a las circunstancias psicológicas y sociales de los entrevistados y al contexto actual en el que se desarrolla el estudio.

Otra limitante que se presenta en estos momentos por la coyuntura que atravesamos en el Perú debido a la pandemia del COVID-19, cualquier tipo de transporte este estudio se basará sobre datos estadísticos, información de la oficina de estudios económicos del MINCETUR, trabajo de investigación y de tesis entre otros materiales de investigación.

b) Enfoque y tipo de diseño metodológico

El diseño metodológico de la presente Tesis se desarrolla a través del análisis de las políticas públicas del país y el Plan Estratégico Nacional de Turismo, evaluando su correlación entre ambos documentos de planificación y a su vez analizando el desempeño de otros países en el desarrollo del sector Turismo.

En referencia a la población a ser utilizada en la investigación será finita, debido a que se enfoca específicamente en el arribo de turistas, sean estos nacionales o extranjeros. Respecto a la fase empírica la modalidad de investigación es descriptiva e interpretativa, cuya finalidad es la descripción de los hechos a partir del acercamiento a la realidad en un periodo dado.

La recolección y el análisis de datos se realiza en el marco de tres fases: i) Revisión Documental, ii) Entrevista a profundidad, iii) Descripción y Análisis, iv) Interpretación; los mismos son detallados en el capítulo III de la presente tesis.

c) Estructura de la Tesis

La estructura de la presente tesis está enmarcada de acuerdo al “Manual para la elaboración de las tesis y los trabajos de investigación para obtener los Grados Académicos de Maestro y Doctor” de la universidad de San Martín de Porres.

De acuerdo a ello, la tesis está comprendida por cinco (05) capítulos, los cuales son: i) Marco Teórico, ii) Hipótesis y variables, iii) Metodología de la investigación, iv) Resultados y v) Discusión; asimismo, la tesis se complementa con las conclusiones y recomendaciones que se desprenden a partir de los resultados de la Tesis. Dicho ello, a continuación, se aborda cada uno de los capítulos de manera detallada.

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes de la Investigación

José Manuel Enrique Marsano Delgado (2019) en su artículo *“El Impacto Económico del Turismo en el Perú”*, realiza un análisis del impacto macroeconómico en el Perú entre los años 1990 – 2018 enfocado en el sector de servicios correlacionándolo con la actividad turística. Para su evaluación toma como base el Banco de Datos Turísticos del Perú (BADATUR), además realiza una proyección turística del Perú para los años 2019 – 2022.

Por su lado, el Barrio de Mendoza (2019), en la revista virtual Turismo en Serio publica un artículo titulado *“ ¿Es el turismo una política pública en el Perú? ”*; analiza las contradicciones intersectoriales entre mega proyectos nacionales infiriendo la inexistencia de una política pública del turismo en el Perú como en España, Irlanda, México o Costa Rica.

El estudio de investigación realizado por Schenkel, E. (2019) analiza el turismo como política pública como un medio para el desarrollo de los gobiernos y crecimiento económico desde un panorama teórico en el marco de las ciencias políticas.

El autor Vera (2018), en su libro Realidades del turismo local: *“Compilación de opiniones turísticas, sustenta una relación y compilación de comentarios, definiciones y opiniones entre los periodos de junio 2017 a junio de 2018”* que enfoca el impacto del sector turismo de la ciudad de Manta y la provincia de Manabí.

Por otro lado, Castillo Conde, M. (2017), en su tesis para obtener el título de Licenciada en Turismo y Hotelería en la Universidad San Martín de Porres, esboza

como hipótesis que *“El crecimiento del turismo en Circuito Turismo Vivencial Amazonas influenciará positivamente en la economía de la Región – 2017”*. La tesis trata el grado de desarrollo del turismo vivencial como una ocasión que permita aumento económico y incremento en el desarrollo de la región, para ello debe ser organizado y adecuadamente gestionado que permitirá una mejor oferta de trabajo mejorando los niveles de vida.

Así también, *Gordon, R. (2016), de la Universidad San Martín de Porres*, exhibió la tesis para obtener el grado de maestro en marketing turístico y hotelería: *“Potencial Turístico del distrito de Huancaya Yauyos, Lima 2015”* una indagación que busca determinar el potencial turístico del distrito de Huancaya de la región de Lima, a fin de desarrollar una conducción razonable del turismo en el distrito. La tesisista concluye determinando como el distrito de Huancaya puede lograr el desarrollo turístico y económico de la provincia y que para ello debe de realizarse estudios de planeamiento adecuados de los recursos turísticos, incorporar en el plan de desarrollo turístico local, acompañado de un trabajo de marketing que les permita una adecuada diversificación de la oferta actual de manera responsable, sostenible y siempre cuidando el medio ambiente

Así también tenemos a *Burgos (2016)*, en su tesis *“Pre – Evaluación de los recursos Turísticos Culturales de la Provincia de Chepén para la creación de un circuito turístico”*, determina los grados de importancia bajo de previa evaluación de los potenciales recursos turísticos culturales de la localidad de Chepén, y el impacto de beneficio si se decide en poner en valor dichos potenciales recursos turísticos los cuales permitan el beneficio a la población alrededor de los futuros desarrollo de circuitos turísticos.

Carpio, M. y Mejía, L. (2015), en su tesis *“Análisis de la oferta y demanda turística y diseño de un circuito turístico, provincia de Ilo, Moquegua - 2015”*; plantearon como objetivo de la investigación es acopiar el dato real de la Oferta y Demanda en turismo de la provincia de Ilo ubicado en la región de Moquegua, que le permita analizar y descubrir o validar el potencial desarrollo de la provincia de Ilo. Por su lado, *Rubio, M. (2014)*, en su tesis tuvo como deseo establecer si la gastronomía tiene las condiciones adecuadas para formar parte como un recurso turístico e introducir dentro de un circuito turístico.

La competitividad, en el marco de la *“Política Nacional de Competitividad y Productividad”*, es la medida que posee una nación para contender con éxito y beneficio a la población dentro de los mercados internacionales, con el uso adecuado de los recursos teniendo en cuenta en potencial de desarrollo manejando las ventajas comparativas de cada uno de los recursos turísticos de tal manera que pueda ir forjando así bienestar simultáneo para los pueblos con un aumento económico equitativo, competitivo, diversificado y sostenible.

1.2 Bases Teóricas

A pesar de que Norma Fuller, en su artículo *“las Políticas Públicas de Turismo en el Perú”*, sobre el cual indica que:

“Es una forma de explicar la historia de esta actividad por medio del análisis de las políticas públicas enfocadas al presente sector, donde lo que nos debe interesar es establecer la forma en que las distintas concepciones sobre el rol del Estado, las entidades privadas y los pobladores locales conceptualizaron las políticas públicas y el efecto de las variaciones del ámbito político y económico entorno al

desarrollo del turismo; e intentar informar sobre la versión del patrimonio cultural que enmarcaron dichas políticas y su incidencia en el tipo de turismo que causaron y causan en la actualidad...; las cuales las divide en 3 Etapas: i) Expansión de transportes e infraestructura; ii) El Estado inversor y iii) El Estado Promotor. (2011)

Dicho argumento solo logra explicar muy someramente las políticas públicas de turismo, por lo cual, no se encuentra en la actualidad un documento de análisis profundo y con un gran alcance de las potencialidades de las políticas públicas en dicho sector.

El concepto de la competitividad se da a comienzo al desarrollo de la teoría económica. David Ricardo expuso la definición de ventaja comparativa en la cual alude que *“los países se dedican en producir y exportar bienes a costos más bajos, en términos relativos, aumentando el potencial productivo (Bezanquen, del Carpio, Zegarra, & Valdivia, 2010)”*.

A través de la década de los 90, las herramientas tecnológicas inician a obtener o lograr un aumento en la contribución en los procesos de producción, manteniendo cada vez una mayor relevancia en la competencia entre empresas a nivel global. Michael Porter (1990) creó el *“modelo de las Ventajas Competitivas”* para luego consolidar el concepto a nivel de una nación con su Modelo de Diamante según su libro *“Ventaja Competitiva de las Naciones”*. Es documento nos muestra un marco metodológico en tres niveles para la competitividad que incluye al País, la industria y la empresa.

Según *“Bravo y Gordo (2005)”*, un incremento en la competitividad dentro de un país se establecería en la formulación de políticas de oferta que permitan el

incremento y desarrollo del conocimiento que construyan ambientes de trabajo, negocios, bienes y servicios adaptables al rápido cambio tecnológico internacional.

En la economía de los estados es importante una adecuada infraestructura turística con buenos servicios, esto disminuiría los costos de transacción, los impactos directos e indirectos negativos generando mayores beneficios sociales a la población, mejorando los servicios de los operadores turísticos e integrando en circuitos turísticos en proceso de maduración en la cadena de valor turística. Según Aschauer (1989), *“la infraestructura de un país constituye un elemento fundamental en la localización de las actividades económicas y la variedad de sectores productivos que pueden desarrollarse dentro de un país”*.

Los Países que trabajan para obtener una economía basada en la competitividad se les conocen porque viven permanente de nuevos negocios que conozca el desarrollo del rendimiento de las empresas avalando una eficientemente retribución de recursos. Los negocios son determinados como el acumulado de elementos del actividades comerciales, corporativos, normativos, entre otros, que promueven las ocasiones positivas de negocios y los apremios empresariales para las inversiones, generar empleos y mejorar sus operaciones.

Una de las razones que ha permitido que la competitividad haya tomado mayor relevancia tanto el ámbito privado como público es la globalización, según lo señalan los autores *“(López V.; Marín M., 2011 y Meras L., 2017): Desde hace algunos años atrás la competitividad se ha venido planteando, orientada por las condiciones fluctuantes del mercado mundial, a través de ello se exigían a las*

empresas estrategias nuevas, los cuales les permitieran mantener una posición y participación permanente entorno del mismo mercado”.

Por lo cual pensamos que, las política públicas no implican necesariamente cambios positivos en el sector turísticos así se enmarquen en nuevas teorías o modelos, y no lo harán sin que antes se llegue a conocer y analizar correctamente todas las diferentes modalidades de turismo que podrían plantearse en una Región determinada, ya que deberá existir una articulación entre la visión de la región y el potencial turístico, enfocándose directamente primeramente en aquellos tipos que permitan alcanzar la máxima satisfacción al turista, y en una segunda etapa una oferta más enfocada en nuevas tendencias, ofreciendo una oferta variada de oferta turística como vivencial, aventura, educativo, entre otros.

Asimismo, como lo señala Rivera (2010)

Puede afirmarse que muchas veces los discursos de los agentes políticos y empresariales sobre el desarrollo sostenible no van en sintonía con las actuaciones realmente llevadas a cabo en el territorio, ya que por una parte se incide en la necesidad de reconvertir el modelo turístico tradicional, diversificar la oferta, incrementar la cualificación de los destinos y defender la sostenibilidad, mientras que en la práctica se está apostando por políticas de corte desarrollista, de marcado cariz inmobiliario-residencial y ligadas a la atracción del turismo más o menos masivo de corte convencional, lo que evidencia la existencia de una situación marcada por las contradicciones, el continuismo o como mucho la coexistencia tímida de modelos tradicionales con algunas iniciativas novedosas y alternativas. (2010)

Rivera, Manuel. (2010) también reafirma el sentido sobre ser consecuente al crear las políticas públicas de turismo, debiendo enfatizar los principales rasgos, la sostenibilidad económica y sostenibilidad ambiental en beneficio de la población.

También se puede afirmar, que, sin una política pública bien enfocada en las variables de desarrollo adecuadas, permitirán un crecimiento no solo económico si no social entre otros, lo que nos conllevará a alcanzar un alto grado de competitividad.

Una política pública con objetivos claros y bien enfocados en las personas relacionadas al sector turismo, así como a otras áreas con las que se interrelacionan indirectamente, permitirán fortalecer a dicha población en su conjunto, tal como lo señala Garro, N. (2016)

“En el marco de la creación, el sostenimiento y el desarrollo de un distrito turístico, se identificaron seis objetivos fundamentales de las políticas públicas”... , ...“i. Definir la oferta turística, ii) Fortalecer las estrategias colectivas (nexo cooperativo) o de las buenas prácticas de comunicación entre los agentes involucrados en el ámbito del turismo, tanto económicos como sociales, iii) Disminuir la informalidad, iv) Fortalecer entorno a la educación superior en turismo , v) Fortalecer la capacidad de los agentes que laboran en el sector turismo, vi) Superar la falta de viviendas, de servicios de salud y retraso entorno a la educación. Los objetivos antes mencionados están enmarcados en los ámbitos de la oferta turística, de la población

empleada en el sector; asimismo problemas que se extienden al sector turismo”.

La generación de estos impactos depende de las políticas públicas que adoptan diversos países. La política pública según (Velásquez, 2009) lo define de la siguiente manera: *“proceso que integra las acciones, inacciones, decisiones, instrumentos y acuerdos, llevado a cabo por funcionarios públicos acompañados de manera eventual de los particulares, y orientado a prevenir o dar solución a una serie de situaciones conocidas como problemáticas”*

Una vez más, comprendemos que el sector turismo es transversal a muchos otros sectores con los que se interrelaciona, por lo que la suma de objetivos estratégicos bien definidos y con planes operativos precisos, permitirán que la política que se apliquen en el turismo nacional, mejore la competitividad de las Regiones especialmente aquellas que tienen vocación turística.

1.2.1 Modelo de Crecimiento de Solow

En los Ochenta, el economista Krugman realiza un análisis al trabajo de investigación de Schumpeter donde señala que el empresario y la innovación son variables importantes en el desarrollo económico, quien lo rebautizó como *“Gran Teoría del Desarrollo”* (Solow, 1956).

El desarrollo económico vinculado con el crecimiento económico endógeno son producto del incremento de capital y la innovación como factores esenciales para el desarrollo que generan un efecto multiplicador de la inversión, según Vázquez-Barquero (2005), sostiene que *“la base de la definición de que la interacción de algunas fuerzas generaran efectos multiplicadores del gasto de inversión, lo que a su vez permitirá el desarrollo en el largo plazo, dichas fuerzas*

se encontraran en el alcance del desarrollo, que transforman el gasto de inversión en un incremento sostenido del ingreso y el trabajo”.

El Perú en la última década se ha evidenciado una actividad importante que aporta hasta el 3.9% al PBI nacional, por ello se asume que genera beneficios sociales y económicos a la sociedad, más aún cuando este sector se desarrolla y ejecuta de manera planificada teniendo en cuenta los impactos ambientales y sociales sean menores contribuyendo al incremento de la economía.

En el Perú el turismo es uno de los pilares de desarrollo económico, debido a que permite, hacer frente a la pobreza y a la pobreza extrema, a través de brindar más puestos de trabajo e ingresos en una determinada población que se encuentren en un recurso turístico que luego de poner en valor se desarrolle como un producto turístico, generando dinámica económica multiplicador, contribuyendo el desarrollo económico y bienestar a sus pobladores producto de su demanda turística, que incrementará la utilización de productos y actividades.

El modelo de Solow relaciona la diferencia en la renta de los países mediante el modelo de producción propuesta por el economista Robert Merton Solow (Posadas, 2011).

Ecuación de la Función de producción de Cobb Douglas: $y = F(A, L, K)$

Dónde:

A: representa al parámetro que mide la productividad

K: es el capital con el que cuenta un país

L: cantidad de trabajo

Consideraciones del modelo de Solow.

- A es valor desconocido, que ya viene dado en la función.
- K Capital en maquinarias y edificaciones en un país.
- L es la totalidad de población que puede trabajar.

Los supuestos aplicados al modelo de crecimiento de Solow:

- Primer supuesto: Trabajo total sin desempleo y Recursos utilizables, se usan en su totalidad.
- Segundo supuesto: capital disponible usado en su totalidad.

El Modelo de Solow están enmarcados en las siguientes 2 ecuaciones:

Función de producción: $Y = F(A, L, K)$

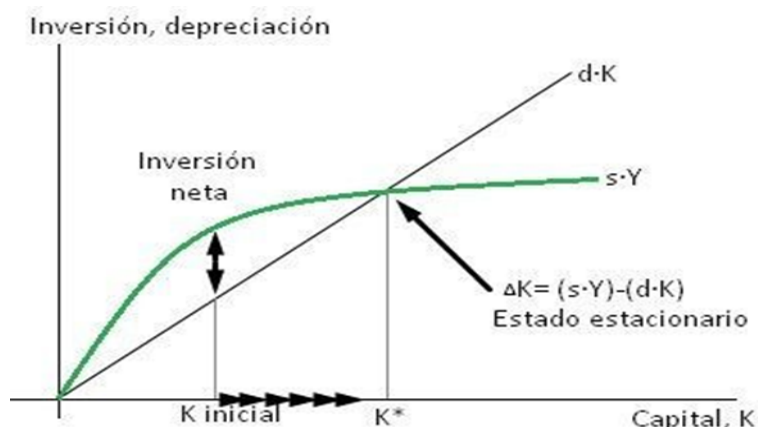
Dicha Formula, demuestra que el incremento o decrecimiento del capital, va en igual medida al ahorro o inversión o la variación de población ($s \cdot Y$) quitando la depreciación del capital ($d \cdot K$). 's' es la unidad de medida de inversión y 'd' es la unidad de medida de depreciación.

$$\Delta K = sY - dK$$

El estado estacionario siempre será el estado al que tienda toda economía, por lo cual que crezca o decrezca rápidamente una economía, se basará en cuan alejada de dicho estado se encuentra. Para lo cual, hay que definir dicho estado estacionario, que se da cuando los recursos se usan eficientemente, es decir se alcanza la igualdad entre la depreciación del gasto de capital y el ahorro o inversión.

Figura 11

Modelo de Crecimiento de Solow



Nota: Tomado de Modelo de Crecimiento de Solow

Modelo de Solow Ampliado. El economista modificó el modelo con nuevas variables como la tecnología y el incremento poblacional. Por lo cual, al iniciar la simplificación del modelo, propuso que la productividad A , el capital K y el trabajo de la población L , eran las principales variables que explicaban la renta de un país, pero que si a dichas variables le incrementaba las variables tales como el incremento poblacional y la tecnología, se ampliaría el modelo.

Ventajas:

- En el Largo plazo explica el nivel de ingreso de un país, ya que se encuentra en base a la medida de gasto en productividad, crecimiento poblacional, inversión o ahorro y depreciación.
- Permite la comprensión de las variables y distintas tasas de crecimiento.

Desventajas del modelo de Solow:

- El modelo adaptado a la situación, pero sin productividad.

- Entre los países con diferentes tasas en productividad e inversión, no se establece el motivo.
- La Falta de solidez al momento de explicar a Largo Plazo el crecimiento.

Modelo Aplicado al Turismo. La producción está en función a la mano de obra e inversión en el sector turístico (Mamani, V (2019). Tesis: Análisis de Turismo Receptivo, Tipo de Cambio y Su Impacto En El Crecimiento Económico de la Región de Puno: Periodo 1995-2017. Universidad Nacional Del Altiplano de Puno. Puno. 28-32.).

El incremento del PBI sectorial de turismo es necesario el aumento de capital en inversiones en infraestructura y el desarrollo tecnológico.

Se puede evaluar el crecimiento económico del sector turismo, gracias al ahorro, pero si no aumenta la cantidad ofertada de trabajo y un incremento en el flujo de inversiones en dicho sector, estará por debajo de otras economías turísticas que, si impulsen un incremento en la productividad en el sector, otros sectores turísticos en distintas.

La actividad turística es estacional y se encuentra relacionado directamente por muchas variables por ejemplo el clima, vacaciones, fiestas religiosas u otros motivos, lo que corresponde directamente con el incremento económico.

El capital humano es importante para el turismo porque ayudan las perdidas productivas por los efectos de la estacionalidad en el sector turismo.

Las unidades de medida para el crecimiento aumentan ante el aumento en el capital humano, especialmente en las etapas estacionales, lo que benefician el crecimiento.

1.2.2 Factores Determinantes de la Competitividad Turística

Según Crouch & Ritchie y Dwyer & Kim, identifican diversas variables y/o factores para poder caracterizar la competitividad, sin embargo, no establecen una diferenciación cuantitativa entre ellas, que permita medir o realizar una calificación de estas variables para establecer los niveles de incidencia referido a éstas en la competitividad del destino.

En ese sentido Ritchie & Crouch (2003) en *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. Dichos autores consideran que para generar competitividad de un destino turístico se hace necesario conocer las potencialidades y/o fortalezas internas que posea, para ofertar al mercado (ventaja comparativa); sin embargo, estas deben estar vinculadas a la capacidad de utilizar dichos recursos de manera eficaz (ventaja competitiva) a fin que el destino pueda diferenciarse para generar un valor diferenciador.

Así, la estrategia de mercado debe basarse en identificar las potencialidades competitivas del destino, teniendo en consideración: i) los productos turísticos en función a las cualidades del destino (naturaleza, termalismo, aventura, entre otros), ii) Identificar y conocer la competencia cercana a nuestros productos turísticos a ofrecer al mercado y iii) Definir la meta en corto, mediano y largo plazo para el destino con miras hacia alcanzar la competitividad.

Finalmente, anotan que, para alcanzar la competitividad del destino turístico, se deben identificar a los agentes involucrados tanto privados como públicos (ente

gestor) respecto a aspectos económicos, sociales, ambientales, entre otros, que están orientados a la búsqueda del logro de metas comunes en favor de los destinos turísticos bajo una estrategia coherente y de responsabilidades compartidas en su ámbito de acción y experiencia. Para lo cual el estudio se apoya en las definiciones de la Tabla 4.

Tabla 4

Modelo de Ritchie sobre Competitividad

Elementos del Modelo	Definición
Entorno competitivo (microeconómico)	Se encuentra referido a las características y/o factores que se presentan o desarrollan dentro del destino turístico (potencialidades – variables endógenas).
Entorno competitivo (macroeconómico)	Se encuentra vinculado aquellas variables exógenas del destino turístico, vinculado al interés o expectativa que puede aprovecharse para el desarrollo del mismo. Hace referencia a grandes fuerzas globales, como son la economía nacional e internacional, tecnología que facilite la promoción de los destinos, las particularidades de la geografía, los intereses de conocer nuevas culturas, etc.
Recursos principales y atractivos	<p>Todos aquellos recursos naturales, culturales, entre otros, que generan al visitante potencial, un interés de visita al destino turístico, para conocer atractivos originales o que motiven experiencias distintas.</p> <p>Estos factores se clasifican en 6 categorías:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Geografía (naturaleza, clima, pluviometría, etc.), • Cultura e historia, • Turismo de negocio, • Actividades de ocio y recreativas, • Eventos nacionales e internacionales (Juegos Olímpicos, Exposiciones universales, etc.) y • Instalaciones turísticas (facilidades de alojamiento, servicios de restauración, medios de transporte, etc.).
Factores y recursos complementarios	<p>Otros aspectos complementarios que facilitan que se desarrolle un destino turístico, se encuentra:</p> <ul style="list-style-type: none"> • las infraestructuras de conectividad, de instalaciones turísticas, entre otros. • los recursos y servicios de “facilitación” (instituciones financieras, disponibilidad y calidad de los recursos humanos de la zona, espacios de salud, etc.) • la accesibilidad del destino en cuanto a accesos.
La gestión del destino	<p>Todas aquellas actividades que complementan y que contribuyen a generar interés para visitar los recursos turísticos principales, que de acuerdo su manejo eficaz puede generar ventajas para el destino turístico, tales como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • la política de marketing del destino, • la calidad del servicio prestado a los visitantes, • la información necesaria para conocer las necesidades de los visitantes, • la estructura organizativa (como organización empresarial) y la administración de los recursos (es decir, mantenimiento de recursos y

	protección de aquellos otros que sean especialmente vulnerables a los daños provocados por el turismo).
Determinantes de calificación	<p>Aquellas condiciones locales que afectan a la competitividad del destino, tales como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • la localización del destino (proximidad a los mercados emisores), • la complementariedad o similitud entre destinos, • la seguridad y los costos (del transporte, del tipo de cambio de divisas y, en general, del coste de la vida del destino en cuestión)

Nota: Tomado de Crouch, G.I. y Ritchie, J.R.B. (1999): Tourism, competitiveness and societal prosperity. *Journal of Business Research*, (44), pp. 137-152.

El Foro Económico Mundial (FEM), en su publicación periódica de cada 2 años del Informe de Competitividad de Viajes y Turismo (ICVT), cuyo principio parte de un criterio de medición de variables (entorno del país, estrategias de promoción del turismo, instalaciones turísticas, recursos turísticos (cultural o natural), a partir del cual se establece un orden de ranking para determinar el nivel de competitividad.

Para el FEM, la definición de la competitividad en los países es: “el conjunto de políticas, instituciones y factores que establecen el nivel de productividad de un país” (FEM, 2016).

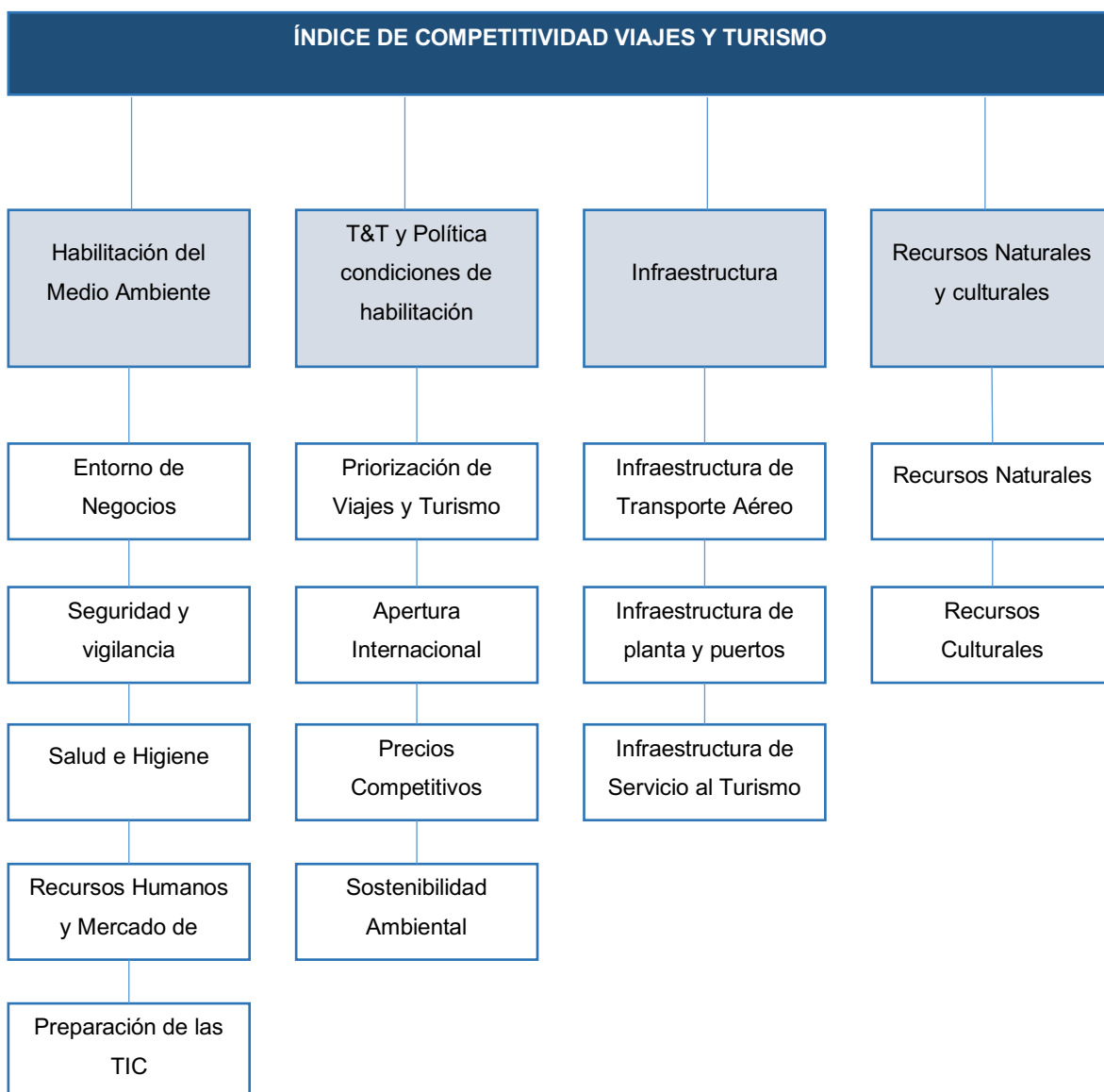
En ese sentido, el concepto de la productividad y competitividad de la actividad turística están muy ligado a que las empresas vinculadas a este rubro tengan un alto rendimiento y crecimiento, para ello es necesario contar con bases económicas, sociales, culturales, entre otros, adecuados que permitan dicha productividad, siendo el estado un vital promotor, a mediante el diseño de las políticas públicas que permitan competir con los mercados nacionales e internacionales, generando un bienestar a toda la cadena de valor vinculada e indirectamente dentro de la actividad.

Según señala al FEM, los cuatro grupos fundamentales conformados por el índice de competitividad de viajes y turismo, que se muestran en la Figura 9: i) el

entorno favorable del país, ii) Políticas promotoras de la industria de viaje, iii) Turismo e Infraestructura; y finalmente iv) Recursos naturales y culturales; se puede apreciar que los tres primeros grupos no muestran resultados alentadores, como es el caso del Grupo de Recurso Naturales que se encuentra por debajo de puesto 30. A continuación, se explica los conceptos los cuales conforman el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo:

Figura 12

Índice de Competitividad de Viajes y Turismo



Nota: Adaptado de Índice de Competitividad de Viajes y Turismo – Figura B1: Composición del TTCI 2019, por WEF. Génova, 2019

De acuerdo al Índice de Competitividad en Viajes y Turismo (FEM, 2019), el Perú se ubicó en el lugar 49 de 140 países a nivel mundial, mejorando con respecto al 2013 que ocupaba el puesto 73, en el 2015 ocupó el puesto 58 y 2017 el puesto 51. Es también importante destacar que España ocupa por tercera vez el primer lugar, seguido por Francia y Alemania. En Latinoamérica se destacan México en la

ubicación 19, Brasil en la ubicación 32, Costa Rica en el puesto 41, Argentina en el lugar 50, Chile ubicado en el puesto 52, Colombia en el puesto 55, Ecuador en la ubicación 70, Uruguay en el puesto 74 y finalmente Bolivia en el lugar 90. Es decir, que se debe desarrollar estrategias para convertir esta debilidad en fortaleza.

La Tabla 5 muestra que Perú ha venido creciendo de manera sostenida, ocupando posiciones visibles como destino competitivo. Sin embargo, en la Figura 10 se puede apreciar el desagregado del puntaje obtenido, resaltando que la variable con mayor incidencia referente a Perú, es que se encuentra dentro de los destinos de prioridades de viaje, sumado a la tecnología de información y comunicaciones; pero no resultan ser puntajes muy altos en comparación con otros países competitivos. Otro aspecto a considerar es que Perú cuenta con precios competitivos. Sin embargo, el puntaje que obtiene en infraestructura, es de 2.5 y 2.8 en lo que refiere a puertos y aeropuertos, respectivamente, cifras por debajo a otro destino; motivo por el cual una de las estrategias es mejorar dichas instalaciones para convertir esta debilidad en fortaleza.

Tabla 5

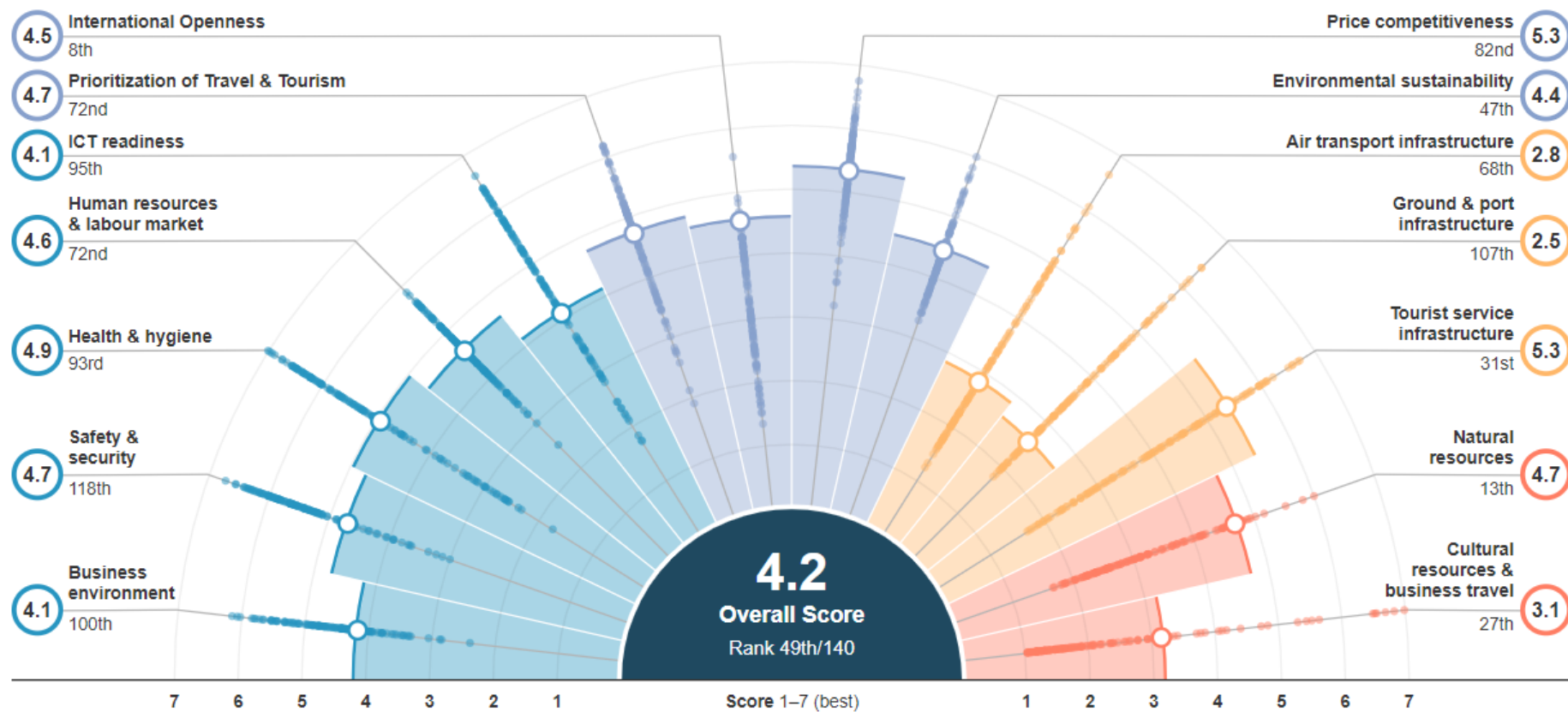
Perú: Performance 2015-2019 sobre Competitividad en Viajes y Turismo

Edición: Competitividad en Viajes y Turismo	2015	2017	2019
Puesto	58 / 141	51 / 136	49 / 140
Puntaje	3.9	40.0	402

Nota: Adaptado de Peru Past Performance – Travel and Tourism Competitiveness Report 2019, por Foro Económico Mundial (FEM), OMT, 2019

Figura 13

Performance en los Pilares del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo



Nota: Adaptado de Peru Performance Overview – Travel and Tourism Competitiveness Report 2019, por Foro Económico Mundial (FEM), OMT, 2019

Es importante trabajar la competitividad en turismo en las regiones, estableciendo y desarrollado estrategias que permitan al sector turismo trabajar en los grupos de pilares donde el Perú obtuvo menor puntaje tales como competitividad de precios (82), Priorización de Viajes y Turismo (72), Infraestructura Portuaria y Terrestre (103) e Infraestructura de transporte aéreo (68) (ver Tabla 6).

Tabla 6

Indicadores de Competitividad en Turismo del Perú – 2019

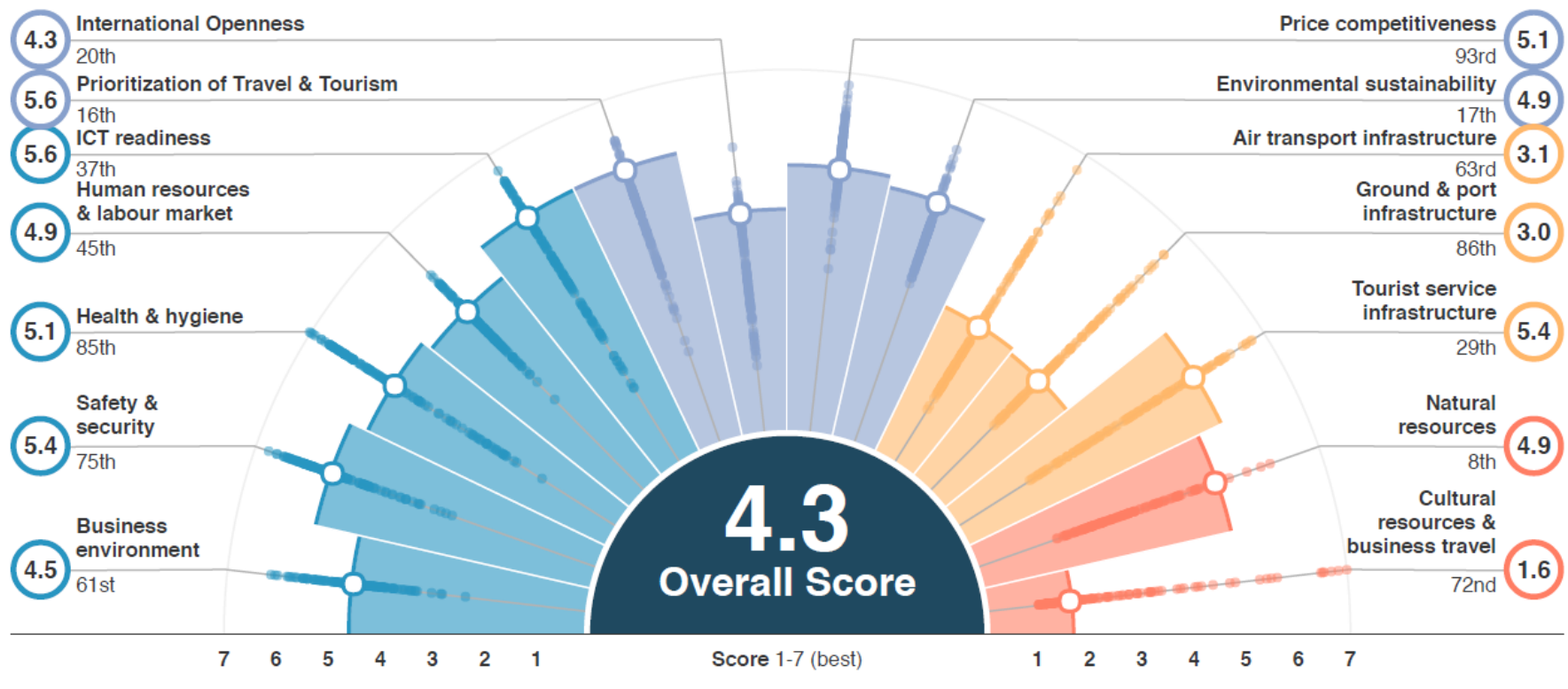
Indicadores de Competitividad	Valor	Ranking/140
Priorización de viajes y turismo	4,7	72
Eficacia del marketing y la marca para atraer turistas	5,0	47
Calificación de estrategia de marca de país	84,4	32
Competitividad de precios	5,3	82
Impuestos de entradas y tasas aeroportuarias	77,2	97
Índice de precios del hotel	134,1	59
Paridad del Poder Adquisitivo	0,5	80
Niveles de precio de combustible	88,0	77
Infraestructura de servicios turísticos	22,8	68
Calidad de infraestructura de transporte aéreo	4,1	90
Densidad de aeropuerto	1,0	65
Número de aerolíneas operativas	49,0	56
Infraestructura de servicios turísticos	5,3	31
Habitaciones de hotel	0,9	46
Calidad de infraestructura turística	4,5	86

Nota: Adaptado de *Travel and Tourism Competitiveness Report 2019*, por Foro Económico Mundial (FEM), OMT, 2019. Elaborado por Equipo DGET – Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú.

Por su lado, y como ejemplo de economía que sostiene al turismo bajo una política pública, se describen los resultados de Costa Rica, que se ubica en el lugar 41 de 140 y presenta los resultados en la Figura 11. Se puede observar que sus fortalezas son las mismas que las de Perú aunque con puntaje superior y además, obtienen un alto puntaje en salud, higiene, seguridad e infraestructura. Todo este conjunto de resulta en un destino con mayores beneficios que Perú, incluso cuando Costa Rica es menos competitivo al tratarse de recursos culturales y viajes de negocio, donde su puntaje es de 1.6.

Figura 14

Costa Rica: Performance en los Pilares del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo



Nota: Tomado de Costa Rica Performance Overview – Travel and Tourism Competitiveness Report 2019, por Foro Económico Mundial (FEM), OMT, 2019

En la línea de análisis que desarrolla el FEM, se puede identificar que el problema de la competitividad del turismo en el Perú se pronuncia en las regiones y aún más en algunas regiones naturales. A continuación, se observan los indicadores y su incidencia en la Tabla 7.

Tabla 7
Perú: Indicadores Relacionados con los Pilares de Competitividad Turísticas según Regiones

Regiones	Pilar de entorno favorable				Pilar de Política de Viaje y Turismo		Pilar de Infraestructura					Pilar de Recursos Naturales y Culturales	
	Acceso a Servicios Higiénicos favorables	Tasa de matrícula superior	Tasa de homicidios	Usuarios con acceso a internet (%)	Presupuesto ejecutado destinado a turismo por el Gobierno Regional	Presupuesto ejecutado destinado a turismo por el Gobierno Local	Calidad de carreteras	Vuelos Nacionales	Vuelos Extranjeros	Densidad de establecimientos	Número de Agencias y operadores turísticos	Gasto Público Ambiental/n Total	Recursos Turísticos
	(Porcentaje %)				(Porcentaje %)		(% de vías pavimentadas)	(Porcentaje %)			(Proporción)		
Amazonas	52,4	26,0	9,9	24,5	50,9	32,3	3,4	0,1	0,0	4 070	58	0,85	132
Ancash	68,7	28,7	5,1	44,7	48,4	34,4	7	0,0	0,0	9 908	181	1,65	316
Apurímac	56,4	34,2	3,7	18,3	80,8	91,2	3,1	0,0	0,0	5 809	16	1,66	112
Arequipa	80,9	38,4	6,0	54,5	57,3	11,2	8,4	7,6	0,0	17891	632	2,35	326
Ayacucho	58,6	27,3	8,8	28,7	54,6	77,2	7,4	0,9	0,0	5 822	44	1,29	147
Cajamarca	44,4	24,0	5,5	21,1	40,9	83,1	5,7	2,0	0,0	9 644	76	1,02	261
Callao	95,2	27,8	13,1	68,5	14,4	-	6,1	0,0	0,0	3 181	272	4,15	30
Cusco	67,5	34,0	9,2	30,7	61,8	75,2	8,6	14,4	1,0	24 041	4589	2,38	422
Huancavelica	37,4	24,4	4,6	21,1	62,6	63,2	4,6	0,0	0,0	2 049	11	1,33	119
Huánuco	42,2	21,8	8,1	31,0	82,7	15,9	2,2	0,5	0,0	6 264	43	1,72	258
Ica	87,4	38,0	7,4	55,1	63,6	74,1	3,1	0,8	0,0	10 353	280	2,68	116
Junín	63,2	31,2	7,6	36,5	68,8	78,0	4,8	0,9	0,0	14 521	145	1,41	478
La Libertad	76,0	27,2	7,3	52,5	52,1	51,2	3,4	2,4	0,0	13 056	274	1,45	142
Lambayeque	76,8	28,4	4,9	49,8	75,8	90,4	2,6	2,2	0,1	7 714	118	2,31	171
Lima	90,3	32,2	14,0	68,2	57,0	76,6	6,1	47,4	98,9	67 996	4171	1,74	541
Loreto	42,7	19,3	2,8	28,9	70,1	27,3	0,8	4,3	0,0	8650	340	2,44	67
Madre de Dios	41,3	37,8	46,6	49,8	83,4	-	1,6	1,4	0,0	3 603	76	2,1	99
Moquegua	83,0	45,1	8,1	53,0	73,0	88,4	2,5	0,0	0,0	2 796	26	1,24	93
Pasco	57,5	28,1	13,3	31,7	69,7	60,0	1,2	0,0	0,0	3 780	24	1,48	223
Piura	60,2	26,1	5,3	44,1	32,1	21,5	7	4,6	0,0	11238	121	1,9	199
Puno	44,5	29,1	10,0	33,5	63,1	85,5	8,2	1,9	0,0	9 666	209	1,03	193
San Martín	49,8	23,0	8,3	32,6	78,1	80,2	3,4	3,3	0,0	9 263	218	1,46	188
Tacna	88,7	41,6	3,1	59,7	65,0	87,5	3	1,7	0,0	6 096	138	1,84	67
Tumbes	72,6	30,5	28,8	57,9	37,3	73,6	0,8	0,8	0,0	2416	52	2,36	46
Ucayali	39,9	19,3	12,1	44,5	91,5	98,2	0,9	2,7	0,0	5558	91	1,9	59

Nota: Fuentes: ENAHO, SIAF, MTC, CORPAC, MINCETUR, MINAM.

1.2.3 Proceso de Actualización del PENTUR

Como se señaló en el primer Capítulo de la presente tesis, el MINCETUR, mediante la RM N° 231-2016-MINCETUR aprobó el Plan Estratégico Nacional de Turismo, encargándole el seguimiento e implementación del PENTUR 2025, a la Comisión PENTUR.

En referencia al Informe Legal N° 057-2016/MINCETUR, en el marco del proceso de actualización, a nivel regional, se realizaron talleres macrorregionales descentralizados con el objetivo de presentar a los representantes locales y regionales, en estos talleres se recibió aportes debidamente sistematizados para ser considerados en el proyecto de PENTUR 2025. Asimismo, en los talleres participaron la Asociación de Municipalidades del Perú (AMPE), representantes de Gobiernos Regionales, Sociedad Civil, Gremios de Zona Turística Nor Amazónica.

Es importante precisar que, con fecha de 05 de abril de 2016, la Comisión PENTUR ratificó el Plan Estratégico Nacional de Turismo de 2025 actualizado. Con lo cual se recibieron comentarios, aportes y observaciones al documento; dichas comunicaciones recibidas corresponden a empresarios del sector, representante del sector académico, Gobiernos Locales, Gobiernos Regionales, entidades vinculadas con la actividad turística e incluso, a miembros del equipo de MINCETUR y de la Comisión PENTUR.

1.3 Definiciones de Términos Básicos

El Perú es miembro de la OMT, cuya institución de las UN (Naciones Unidas) es las responsables de sentar las bases para el desarrollo de la actividad turística de manera sustentable y responsable con igual en el acceso de los servicios turísticos para todas las personas. Se trata de un importante organismo mundial de

la actividad turística que defiende y protege la actividad que permita aportar en el desarrollo y crecimiento del país, dicho desarrollo turística debe tener condiciones incluyentes con respeto al ambiente natural. Es por ello que se ha tomado las definiciones de su glosario de términos con la finalidad de utilizar la terminología utilizada en el sector turismo y así el lector pueda familiarizarse con las definiciones y el manejo de definiciones que se utilizan en la actividad de turismo.

CANATUR: Cámara Nacional de Turismo del Perú: agrupa a instituciones, organizaciones, empresas y personas que realizan actividades vinculadas al turismo en el Perú.

COMEXPERU: Sociedad de Comercio Exterior del Perú. Es un gremio empresarial que busca contribuir con propuestas de política pública, en base a la defensa de principios y no intereses particulares, con el fin de impulsar la generación de empleo, creación de oportunidades y mejor calidad de vida del ciudadano.

Consumo Turístico Emisor: Referido al gasto generado por el turista en desplazamientos fuera del territorio de referencia.

Consumo Turístico Interno: Referido al gasto generado por el turista dentro del territorio de referencia.

Consumo Turístico Nacional: Referido al gasto generado por el turista correspondiente a la adquisición de bienes y servicios de consumo, objetos valiosos, servicios de alojamiento, antes y durante el viaje turístico.

Consumo Turístico Receptor: Referido al gasto generado por el turista no residente en el territorio de referencia.

Demanda Turística Interna Total: Es la sumatoria del consumo turístico interno, la formación bruta de capital turístico (construcción turística + maquinaria y equipo turístico) y el consumo colectivo turístico (Producción no de mercado turista + Impuestos a los productos netos de subsidios)

Destino: Se denomina al lugar geográfico que el turista decide viajar y pernocta. Asimismo, puede ser el lugar desde donde el turista incluye diversos atractivos turísticos u otros destinos turísticos.

Empleo en las Industrias Turísticas: Es la cantidad de personas empleadas en las instalaciones que presentan como actividad primordial una actividad representativa del turismo, así como las actividades que producen productos relacionados al rubro del turismo.

Gasto Turístico: Es la suma que es pagada por la obtención de bienes y/o servicios u objetos y que son adquiridos anteriormente y durante los viajes turísticos. Asimismo, se incluyen aquellos gastos realizados por los visitantes.

Gasto Turístico Emisor: Referido al gasto generado por el visitante dentro de la zona de referencia.

Gasto Turístico Interno: Esta referido al consumo que realizan todos los turistas durante su visita y/o estadía a un sitio turístico, ruta turística o destino dentro su país de residencia, que incluye los gastos como el pago de ticket de ingreso, compra de souvenirs, alojamiento, transporte, entre otros.

Gasto Turístico Nacional: Comprende la suma de consumos de los ciudadanos de un país, referidos a la práctica de la actividad turística, que realizan dentro y fuera de su país de origen.

Gasto Turístico Receptor: Comprende los consumos que realizan los turistas durante su visita y/o estadía a un sitio turístico, ruta turística o destino fuera de su país de residencia, que incluye los gastos como el pago de ticket de ingreso, compra de souvenirs, alojamiento, transporte, entre otros.

Industria de las Reuniones: Esta referido aquellos viajes que realiza una persona cuyo motivo principal es por temas de negocios o laborales, pero al estar en un espacio distinto a su lugar de residencia puede conocer nuevos lugares y hacer la práctica del turismo.

Industrias Turísticas: Son las características y potencialidades que puede tener un destino turístico como son sus recursos naturales y culturales, que lo hacen atractivo para una visita, y los servicios que se prestan para su operatividad, facilitando la visita, como son los operadores turísticos y conectividad, entre otros; que generan un producto final para ofertar al turista.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR): Nos encargamos de definir, dirigir, ejecutar, coordinar y supervisar la política de comercio exterior y turismo en el país como órgano rector del sector.

Motivo de un Viaje Turístico: Referido a la necesidad o fin que tienen los turistas para generar un viaje, como pueden ser por relax, visita a familiares, ocio, conocer nuevos lugares, negocios etc.

Negocios y Motivos Profesionales: Corresponde aquel viaje que se origina por la necesidad de establecer alguna actividad o transacción económica dentro de un espacio, pero como actividad adicional se puede generar expectativas de realizar turismo, como actividad complementaria al fin del fin.

Objetos Valiosos: Referido aquellos elementos de mucho valor que uno puede adquirir en un viaje, como un souvenir que adquiere mayor valor con el tiempo.

Organización Mundial de Turismo (OMT): La OMT, organismo especializado de las Naciones Unidas, es la principal organización internacional con un papel central y decisivo en la promoción del desarrollo de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos. Constituye un foro mundial para cuestiones de política turística y una fuente útil de conocimientos en materia de turismo. Está integrada por 155 países, 6 territorios, 2 observadores permanentes y más de 400 Miembros Afiliados.

País de Residencia: Está referido al país donde se domicilia y trabaja una persona.

PIB: Producto Interno Bruto (PIB) o Producto Bruto Interno (PBI) o Gross Domestic Product (GDP) es el valor monetario de todos los bienes y servicios terminados fabricados dentro de un país durante un periodo específico. Se utiliza para estimar el tamaño de una economía y la tasa de crecimiento.

PENX: formula los lineamientos de acción, programas e instrumentos de soporte para el sector empresarial y el fortalecimiento de las capacidades institucionales, con el objetivo de impulsar la consolidación e internacionalización de la empresa peruana en el exterior en el largo plazo

PESEM: documento elaborado por los Ministerios del Poder Ejecutivo para cada sector bajo su rectoría. Este documento presenta la estrategia de desarrollo

del sector para el logro de los objetivos en el PEDN y la Política General de Gobierno. El PESEM se elabora para un periodo de 5 años.

PEI: Herramienta importante dentro del proceso de planificación de la política educativa y un instrumento para la adecuada asignación de los recursos, al vincular los objetivos de corto y mediano plazo con los escenarios de programación presupuestal. Permite asimismo contar con una visión integral y coordinada de la política educativa, determinando el impacto que podrían tener eventuales restricciones o modificaciones presupuestales sobre el cumplimiento de las metas definidas en los planes anuales de desarrollo educativo.

Producto Interno Bruto Directo Turístico: Debe entenderse como la suma valor agregado, a un precio básico, la cual es generada en todas las actividades económicas (industrias) en respuesta al consumo turístico interior.

Productos Característicos del Turismo: Las que crean o forman típicamente productos propios del turismo

Productos Conexos al Turismo: Lista de productos que se generan a raíz del turismo

Sector Turístico: Sector que comprende a las empresas dedicadas a las actividades de turismo

Turista: Es un viajero, que transita ya sea a un lugar o país fuera de su entorno o residencia habitual

Turismo: Conjunto de actividades realizadas por las personas en un determinado lugar o país diferente al de su residencia habitual, es el traslado de personas a lugares o países extranjeros por distintas razones o causas.

Turismo Emisor: Turismo realizado por el residente en el país, fuera de sus límites o fronteras

Turismo Interior: Está compuesto por el turismo interno y el turismo receptivo

Turismo Internacional: Está compuesto por el turismo receptivo y el turismo emisor.

Turismo Interno: Actividades realizadas por viajeros residentes dentro de su país de residencia.

Turismo Nacional: Referido a las acciones de los viajeros que radican dentro y fuera de su país de residencia. Comprende las actividades de los viajeros cuando viajan al interior y al exterior de su país de residencia.

Turismo Receptor: Actividades realizadas por viajeros residentes en el exterior.

Visita: Viaje para fines turísticos

Visitante: Viajero que realiza turismo cuya tipología depende de la duración de su estancia, del entorno habitual y del motivo del viaje.

Visitante del Día: También denominado excursionista es aquel viajero que no pernocta en el destino donde arriba

Visitante Internacional: Visitante que viaja al exterior, fuera de su país de residencia.

Visitante Interno: Visitante que viaja dentro de su país de residencia.

CAPÍTULO II. HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1 Hipótesis General

Las políticas públicas influyen significativamente en el Plan Estratégico Nacional de Turismo 2016 – 2025.

2.2 Hipótesis Específicas

1) Hipótesis específico 1: Las políticas públicas influyen significativamente en el Análisis Prospectivo del Sector Turismo 2016 – 2025.

2) Hipótesis específico 2: Las políticas públicas influyen significativamente en el un modelo de gestión centrado en la oferta para el sector turismo 2016 – 2025.

3) Hipótesis específico 3: Las políticas públicas influyen significativamente en el los indicadores de gestión para el sector turismo 2016 – 2025

2.3 Identificación de Variables

2.3.1. Variable Dependiente

Plan Estratégico Nacional de Turismo

Definición Conceptual. En su libro “El Plan Estratégico en la Práctica Sainz de Vicuña (2012) conceptualiza el plan estratégico como sigue:

El plan estratégico constituye la herramienta en la que la alta dirección recoge las decisiones estratégicas corporativas que ha adoptado “hoy” (es decir, en el momento que ha realizado la reflexión estratégica con su equipo de dirección), en referencia a lo que hará

en los tres próximos años (horizonte más habitual del plan estratégico), para lograr una empresa competitiva que le permita satisfacer las expectativas de sus diferentes grupos de interés (stakeholders). (p.49)

Por su lado, Navajo, P. (2009) en su libro “Planificación Estratégica en Organizaciones No Lucrativas: Guía participativa basada en valores”. Define a la planeación estratégica de esta forma:

La planeación estratégica es una poderosa herramienta de diagnóstico, análisis, reflexión y toma de decisiones colectivas, acerca del que hacer actual y el camino que deben recorrer en el futuro las comunidades, organizaciones e instituciones. No sólo para responder ante los cambios y las demandas que les impone el entorno y lograr así el máximo de eficiencia y calidad de sus intervenciones, sino también para proponer y concretar las transformaciones que requiere el entorno. (p.27)

Desde la perspectiva de la Presidencia del Consejo de Ministros se conceptualiza de la siguiente manera: “El Planeamiento Estratégico parte de considerar las prioridades del país y de sus ámbitos de gobierno (central, regional, local). (PCM, 2021, p.29)

Definición Operacional. Según Sainz de Vicuña (2017), el Plan Estratégico consiste en una serie de etapas:

a) Primera etapa: Análisis de la situación, tanto externa como interna de la unidad objeto de planificación: una corporación, toda empresa,

una unidad de negocio, etc. b) Segunda etapa: Diagnóstico de la situación, c) Tercera etapa: Sistema de objetivos corporativos, donde se recogen decisiones estratégicas como visión, misión, valores, objetivos estratégicos, para los próximos tres años d) Cuarta etapa: Elección de estrategias, e) Quinta etapa: Decisiones operativas. (p. 8)

Por su lado, el Centro de Planeamiento Estratégico Nacional (CEPLAN, 2018), en su “Guía de Políticas Nacionales” indica lo siguiente:

En cuanto al planeamiento estratégico, se define como un proceso que:

a) Parte de la consideración de las prioridades del país y de sus ámbitos de gobierno (central, regional, local).

b) Consiste en una reflexión rigurosa que realiza cada institución del Estado sobre las demandas de los ciudadanos, las oportunidades y los riesgos de un inadecuado accionar del sector público y sobre los actores e intervenciones involucrados, y sus resultados anteriores.

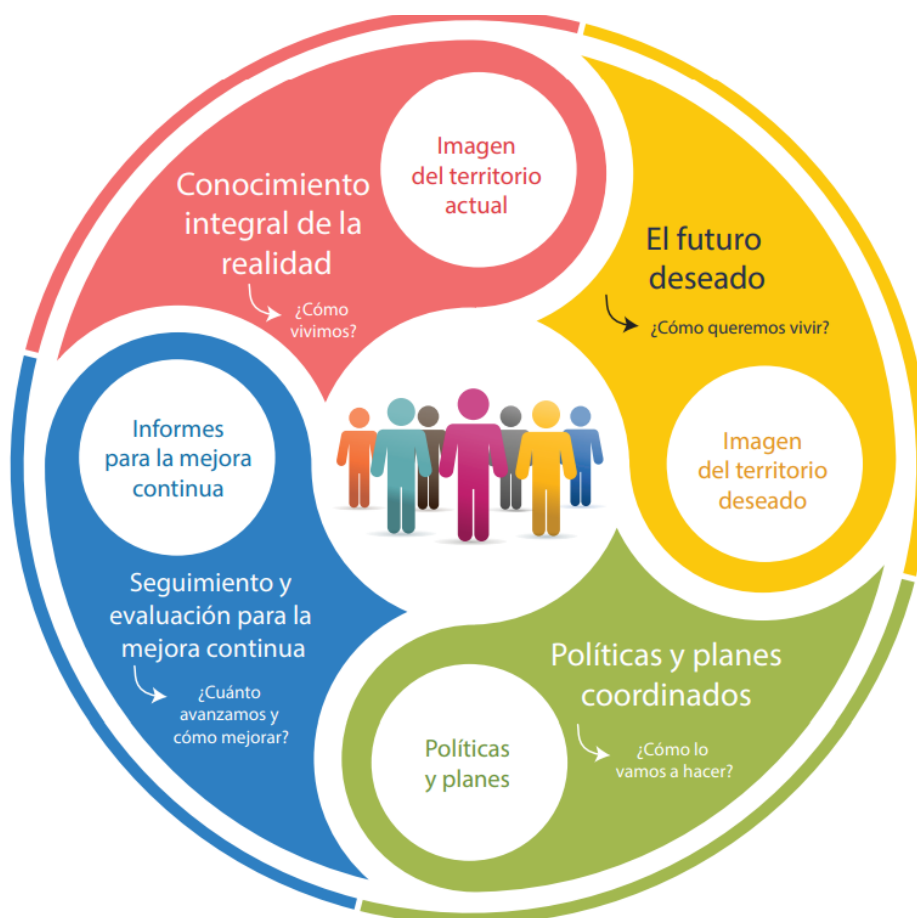
c) Concluye en objetivos que expresan resultados que las entidades esperan alcanzar en relación con la demanda ciudadana, con metas claras de cantidad y calidad de producción de bienes o servicios que permitirán la articulación del presupuesto para satisfacer las demandas ciudadanas de la manera más eficaz y eficiente. (p.15)

En la misma publicación, el CEPLAN (2018, p.16) lista el Ciclo de Planeamiento Estratégico para la Mejora Continua diagramado en la Figura 7 y se define de la siguientes manera:

- a) Conocimiento Integral de la Realidad ¿Cómo vivimos?
O Imagen del Territorio Actual
- b) El futuro deseado ¿Cómo queremos vivir? O Imagen del territorio deseado
- c) Políticas y Planes coordinados ¿Cómo lo vamos a hacer? O Políticas y Planes
- d) Seguimiento y Evaluación para la mejora continua ¿Cuánto avanzamos y cómo mejorar? O informes para la mejora continua.

Figura 15

Ciclo de Planeamiento Estratégico para la Mejora Continua, CEPLAN



Nota: Tomado de Guía de Políticas Nacionales 2018, por CEPLAN, Lima, 2018

Ramos y Sánchez (2013) señalan que “El Plan Estratégico con un horizonte temporal determinado (periodos de mandatos políticos) se articula en torno a los siguientes conceptos: Misión, Visión, Objetivos Políticos o Generales, Estrategias y Proyectos”.

Asimismo, la Presidencia del Consejo de Ministros (2021), amplía el concepto de Planeamiento Estratégico como sigue:

Es, además, un proceso en el que cada institución, además de considerar los compromisos políticos y los mandatos de los planes gubernamentales, reflexionan rigurosamente sobre los temas del

entorno: i. sobre las oportunidades o sobre la justificación de una necesaria intervención del Estado, así como sobre los riesgos de un inadecuado accionar del sector público; ii. sobre el entorno macroeconómico, legal, político e institucional; iii) sobre las demandas que establecen los ciudadanos a los que tienen que atender; iv. sobre las formas en que la sociedad se organiza para resolver esas demandas ciudadanas; y, v. sobre la forma como el Estado ha venido satisfaciendo esas necesidades, mediante qué políticas, qué estrategias, a través de qué agencias involucradas, qué resultados e impactos ha logrado y qué lecciones ha sacado del pasado (p. 29).

Indicadores:

- a) Aportes del PBI turístico en el PBI Nacional.
- b) Empleo turístico.
- c) Ingreso trimestral de divisas generado por el turismo receptivo.
- d) Nivel de Diversificación y consolidación de mercados.
- e) Nivel de Diversificación y consolidación de la oferta.
- f) Nivel de Articulación de la Política Pública y la Institucionalidad del Sector.

2.3.2. Variable Independiente

Políticas Públicas

Definición Conceptual. Guzmán y Angarita (2015) señalan en su publicación el concepto de política pública de la siguiente manera:

Política Pública es entendida como una acción e interacción en la que los ciudadanos, en ejercicio de sus derechos, participa en la vida política haciendo parte importante haciendo parte importante del proceso del ciclo de las políticas públicas, así como de acciones del estado en respuesta a la demanda de estos. (p. 9)

Franco Corzo, J. (2013). Diseño de Políticas Públicas. México: IEXE Editorial.

En ese sentido, para mí, las políticas públicas son acciones de gobierno con objetivos de interés público que surgen de decisiones sustentadas en un proceso de diagnóstico y análisis de factibilidad, para la atención efectiva de problemas públicos específicos, en donde participa la ciudadanía en la definición de problemas y soluciones (2013).

Por su lado, Rosas Zárate, D. conceptualiza la política pública como:

Aquella lógica racional, cristalizada en una manifestación político-administrativo y social resultado de un intento de definir y estructurar una base para actuar o no actuar por parte del gobierno con otros actores, (empresarios, sociedad civil, asociaciones privadas, mujeres, jóvenes, personas adultas mayores, personas con discapacidad, indígenas, migrantes, etc.), que se encuentran interrelacionados en un momento y lugar específico (2014)

Dye (1995) en su ya clásica obra *Understanding Public Policy* define lo siguiente “una política pública es todo lo que los gobiernos deciden hacer o no hacer” (1995)”

Centro de Planeamiento Estratégico Nacional. (2018). “Guía de Políticas Nacionales”. Perú. Editorial. Señala que de acuerdo con la PNMGP define a las políticas públicas nacionales como “diseños que sustentan la acción pública” y que, en un Estado unitario y descentralizado, permiten integrar y dar coherencia a todo su accionar con el propósito de servir mejor al ciudadano.

Entonces, el concepto de política pública se puede entender como una herramienta usada por el gobierno para transformar algunos aspectos problemáticos de la realidad social de un determinado estado, en donde quien en últimas toma la decisión, y tiene los recursos para asumir la responsabilidad de cambiar la realidad, es el Estado.

Definición Conceptual. Méndez Martínez, J.L. (2015) “Análisis de Políticas Públicas: Teoría y Casos” (Primera Edición Electrónica). México. El Colegio de México Centro de Estudios Internacionales. “Estudia los diversos aspectos relacionados con estas políticas, tales como: a) Los procesos de definición de los objetivos públicos del Estado b) El desarrollo de las organizaciones y programas dirigidos a alcanzar dichos objetivos y c) El Impacto de estos Programas”.

Según la apreciación del autor, la política pública tendría: “como “política”, cuanto menos seis (6) elementos básicos a saber: 1) El problema, 2) el diagnóstico, 3) la solución, 4) la estrategia, 5) los recursos, 6) la ejecución. En general toda política pública se relaciona con un problema percibido o presentado como público,

que es el punto de referencia y la fuente originaria de donde surge “la dirección” inherente a toda política.

Guzmán Mendoza, C.E y Angarita Escolar, N. (2015) “Las Políticas Públicas: Cuadernos de notas”. Colombia. Editorial Universidad del Norte. “Existen cuatro características presentes que nos permiten identificar cuando estamos frente a una Política Pública: a) Identificación del Problema, b) Implicación del Estado c) Proceso y d) Decisión”.

Centro de Planeamiento Estratégico Nacional. (2018). “Guía de Políticas Nacionales”. Perú. Editorial. Bajo ese concepto, las políticas nacionales: a) Se enmarca en Políticas de Estado y responden a un programa de gobierno, b) Cuentan con objetivos claros que manifiestan las prioridades del país c) Identifican problemas de la agenda pública que deben priorizarse tomando en cuenta las necesidades o demandas ciudadanas y d) Se reflejan en los objetivos establecidos en los Planes Sectoriales, en los Planes de Desarrollo Concertado y en los Planes Estratégicos y Operativos de todas y cada una las entidades del sector público en los tres niveles de gobierno.

Indicadores:

- a) Número de turistas internacionales.
- b) Flujo de viajes por turismo interno.
- c) Nivel de satisfacción del turista nacional.
- d) Nivel de satisfacción del turista extranjero.

- e) Número de destinos que cumplen con los criterios de: Habilitación del Entorno; Políticas y Condiciones de Viajes y Turismo; Infraestructura; Recursos Naturales y Culturales.
- f) Número de productos de ecoturismo, desarrollados y ofertados.
- g) Número de productos de turismo de aventura, desarrollados y ofertados.
- h) Número de productos de turismo gastronómico, desarrollados y ofertados.
- i) Número de artesanos registrados en el Registro Nacional de Artesanos que producen artesanía, como productos turísticos especializados.
- j) Número de artesanos que reciben servicios de innovación tecnológica de los CITE.
- k) Inversión pública y privada en las actividades relacionadas con el turismo.
- l) Porcentaje de ejecución de la inversión pública en las actividades relacionadas con el turismo.
- m) Número de obras culminadas.
- n) Porcentaje de trabajadores en las actividades turísticas que cuentan con certificación de competencias laborales.

- o) Número de prestadores de servicios turísticos reconocidos por la aplicación de buenas prácticas de gestión de servicios y buenas prácticas ambientales.
- p) Número de proyectos de inversión con fines turístico que cuentan con certificación ambiental, otorgados por el Mincetur.
- q) Número de actividades de prevención implementadas por el Mincetur, Dircetur, Gercetur y los Gobiernos Locales relacionadas con la ESNNA en el ámbito del turismo.
- r) Número de acciones estatales orientados a promover la cultura turística en los destinos turísticos.
- s) Número de denuncias sobre hechos delictivos y/o ilícitos contra los turistas.
- t) Número de planes de gestión de riesgo implementados en los destinos turísticos.
- u) Número de planes de desarrollo turístico elaborados y en ejecución por los gobiernos regionales y municipales.
- v) Demanda en segmentos especializados y priorizados, compatibles con la oferta país.
- w) Llegada de turistas internacionales por vacaciones, recreación u ocio.
- x) Número de turistas internacionales.

2.4 Matriz de Operacionalización de Variables

Tabla 8

Matriz de Operacionalidad de Variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operativa	Dimensiones	Indicadores	Instrumento
Variable Dependiente: Plan Estratégico Nacional de Turismo	Es el Plan Maestro en el que la alta dirección recoge las decisiones estratégicas corporativas que han adoptado “hoy” (es decir, en el momento que se ha realizado la reflexión estratégica con su equipo de dirección), en referencia a lo que harán en los tres próximos años (horizonte más habitual), para lograr una empresa competitividad que le permita satisfacer las expectativas de sus diferentes grupos de interés	Es un proceso en el que cada institución, además de considerar los compromisos políticos y los mandatos de los planes gubernamentales, reflexionan rigurosamente sobre los temas del entorno: i. sobre las oportunidades o sobre la justificación de una necesaria intervención del Estado, así como sobre los riesgos de un inadecuado accionar del sector público; ii. sobre el entorno macroeconómico, legal, político e institucional; iii) sobre las demandas que establecen los ciudadanos a los que tienen que atender; iv. sobre las formas en que la sociedad se organiza para resolver esas demandas ciudadanas; y, v. sobre la forma como el Estado ha venido satisfaciendo esas necesidades, mediante qué políticas, qué estrategias, a través de qué agencias involucradas, qué resultados e impactos ha logrado y qué lecciones ha sacado del pasado.	Análisis de la situación Diagnóstico de la situación Sistema de objetivos corporativos Elección de estrategias Decisiones operativas	<ul style="list-style-type: none"> • Aportes del PBI turístico en el PBI Nacional. • Empleo turístico. • Ingreso trimestral de divisas generado por el turismo receptivo • Nivel de Diversificación y consolidación de mercados. • Nivel de Diversificación y consolidación de la oferta. • Nivel de Articulación de la Política Pública y la Institucionalidad del Sector 	Data histórica
Variable Independiente: Políticas Públicas	Herramienta usada por el gobierno” para transformar algunos aspectos problemáticos de la realidad social de un determinado estado, en donde quien en últimas toma la decisión, y tiene los recursos para asumir la responsabilidad de cambiar la realidad, es el Estado	Las políticas públicas: a) Se enmarca en Políticas de Estado y responden a un programa de gobierno, b) Cuentan con objetivos claros que manifiestan las prioridades del país c) Identifican problemas de la agenda pública que deben priorizarse tomando en cuenta las necesidades o demandas ciudadanas y d) Se reflejan en los objetivos establecidos en los Planes Sectoriales, en los Planes de Desarrollo Concertado y en los Planes Estratégicos y Operativos de todas y	Análisis Prospectivo del Sector Turismo	<ul style="list-style-type: none"> • Número de Turistas internacionales. • Flujo de viajes por turismo interno. • Nivel de satisfacción del turista Nacional. • Nivel de satisfacción del turista extranjero. • Demanda en segmentos especializados y priorizados, compatibles con la oferta país. • Llegada de turistas internacionales por vacaciones, recreación u ocio. • Número de turistas internacionales. • Número de destinos que cumplen con los criterios de: Habilitación del Entorno; Políticas y Condiciones de Viajes y Turismo; Infraestructura; Recursos Naturales y Culturales. 	Encuesta Data histórica Entrevistas

cada una las entidades del sector público
en los tres niveles de gobierno

- Número de productos de ecoturismo, desarrollados y ofertados.
- Número de productos de turismo de aventura, desarrollados y ofertados.
- Número de productos de turismo gastronómico, desarrollados y ofertados.
- Número de artesanos registrados en el Registro Nacional de Artesanos que producen artesanía, como productos turísticos especializados.
- Número de artesanos que reciben servicios de innovación tecnológica de los CITE.
- Inversión pública y privada en las actividades relacionadas con el turismo.
- Porcentaje de ejecución de la inversión pública en las actividades relacionadas con el turismo.
- Número de obras culminadas.
- Porcentaje de trabajadores en las actividades turísticas que cuentan con certificación de competencias laborales.
- Número de prestadores de servicios turísticos reconocidos por la aplicación de buenas prácticas de gestión de servicios y buenas prácticas ambientales.
- Número de proyectos de inversión con fines turístico que cuentan con certificación ambiental, otorgados por el Mincetur.

Nota: En la tabla se analizan las definiciones. Elaboración propia.

2.5 Matriz de Consistencia

Tabla 9

Requerimientos entre el Código de Buen Gobierno Corporativo para las Sociedades Peruanas y la Ley de Mercado de Valores

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Indicadores	Metodología
<p>Problema principal: ¿Qué nivel de influencia existen por parte de las políticas públicas en el plan estratégico nacional de Turismo 2016 - 2025?</p>	<p>Objetivo general: Determinar el nivel de influencia de las políticas públicas en el Plan Estratégico Nacional de Turismo 2016-2025.</p>	<p>Hipótesis general: Las políticas públicas influyen significativamente en el Plan Estratégico Nacional de Turismo 2016 – 2025.</p>	<p>Variable dependiente (y): Plan Estratégico Nacional de Turismo</p> <p>Variable independiente (x): Políticas Públicas</p>	<p>Indicadores Variable dependiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aportes del PBI turístico en el PBI Nacional. • Empleo turístico. • Ingreso trimestral de divisas generado por el turismo receptivo. <p>Indicadores Variable independiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Número de Turistas internacionales. • Flujo de viajes por turismo interno. • Nivel de satisfacción del turista nacional. • Nivel de satisfacción del turista extranjero. 	<p>Tipo de investigación: Investigación exploratorios Investigación descriptivos</p> <p>Nivel de investigación: Estudios exploratorios Estudios descriptivos</p>
<p>Problemas secundarios: ¿Qué nivel de influencia existen entre las políticas públicas y el Análisis Prospectivo del Sector Turismo 2016 - 2025?</p>	<p>Objetivos específicos: Determinar el nivel de influencia de las políticas públicas en el Análisis Prospectivo del Sector Turismo 2016-2025.</p>	<p>Hipótesis específica 1: Las políticas públicas influyen significativamente en el Análisis Prospectivo del Sector Turismo 2016 – 2025.</p>	<p>Variable dependiente: Plan Estratégico Nacional de Turismo</p> <p>Variable independiente: Política Pública</p>	<p>Indicadores Variable dependiente: Nivel de Diversificación y consolidación de mercados.</p> <p>Indicadores Variable independiente: Demanda en segmentos especializados y priorizados, compatibles con la oferta país. Llegada de turistas internacionales por vacaciones, recreación u ocio Número de turistas internacionales.</p>	<p>Método de investigación: Método cualitativo y cuantitativo.</p> <p>Diseño: No experimental, Descriptivo Correlacional</p> <p>Instrumentos: Encuesta Data histórica Entrevistas.</p>
<p>Problemas secundarios: ¿Qué nivel de influencia existen entre las políticas públicas y un modelo de gestión centrado en la oferta para el sector Turismo 2016 - 2025?</p>	<p>Objetivos específicos: Determinar el nivel de influencia de las políticas públicas en un modelo de gestión centrado en la oferta para el sector Turismo 2016-2025.</p>	<p>Hipótesis específica 2: Las políticas públicas influyen significativamente en el un modelo de gestión centrado en la oferta para el sector turismo 2016 – 2025.</p>	<p>Variable dependiente: Plan Estratégico Nacional de Turismo</p> <p>Variable independiente: Política Pública</p>	<p>Indicadores Variable dependiente: Nivel de Diversificación y consolidación de la oferta.</p> <p>Indicadores Variable independiente: Número de destinos que cumplen con los criterios de: Habilidad del Entorno; Políticas y Condiciones de Viajes y Turismo; Infraestructura; Recursos Naturales y Culturales. Número de productos de ecoturismo, desarrollados y ofertados. Número de productos de turismo de aventura, desarrollados y ofertados.</p>	

<p>Problemas secundarios:</p> <p>¿Qué nivel de influencia existen entre las políticas públicas y los indicadores de gestión para el sector Turismo 2016 - 2025?</p>	<p>Objetivos específicos:</p> <p>Determinar el nivel de influencia de las políticas públicas en los indicadores de gestión para el sector Turismo 2016-2025.</p>	<p>Hipótesis específica 3:</p> <p>Las políticas públicas influyen significativamente en los indicadores de gestión para el sector turismo 2016 – 2025.</p>	<p>Variable dependiente:</p> <p>Plan Estratégico Nacional de Turismo</p> <p>Variable independiente:</p> <p>Política Pública</p>	<p>Número de productos de turismo gastronómico, desarrollados y ofertados.</p> <p>Número de artesanos registrados en el Registro Nacional de Artesanos que producen artesanía, como productos turísticos especializados.</p> <p>Número de artesanos que reciben servicios de innovación tecnológica de los CITE.</p> <p>Inversión pública y privada en las actividades relacionadas con el turismo.</p> <p>Porcentaje de ejecución de la inversión pública en las actividades relacionadas con el turismo.</p> <p>Número de obras culminadas.</p> <p>Porcentaje de trabajadores en las actividades turísticas que cuentan con certificación de competencias laborales.</p> <p>Número de prestadores de servicios turísticos reconocidos por la aplicación de buenas prácticas de gestión de servicios y buenas prácticas ambientales.</p> <p>Número de proyectos de inversión con fines turístico que cuentan con certificación ambiental, otorgados por el Mincetur.</p> <p>Indicadores Variable dependiente:</p> <p>Nivel de Articulación de la Política Pública y la Institucionalidad del Sector.</p> <p>Indicadores Variable independiente:</p> <p>Número de actividades de prevención implementadas por el Mincetur, Dircetur, Gercetur y los Gobiernos Locales relacionadas con la ESNNNA en el ámbito del turismo.</p> <p>Número de acciones estatales orientados a promover la cultura turística en los destinos turísticos.</p> <p>Número de denuncias sobre hechos delictivos y/o ilícitos contra los turistas.</p> <p>Número de planes de gestión de riesgo implementados en los destinos turísticos.</p> <p>Número de planes de desarrollo turístico elaborados y en ejecución por los gobiernos regionales y municipales.</p>
--	---	---	---	---

Nota: Elaboración propia.

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Diseño Metodológico

La presente Tesis se desarrolla a partir del análisis realizadas de las políticas públicas del país y su cohesión con el Plan Estratégico Nacional de Turismo con el objetivo de evaluar su contribución y correlación de cara a la planificación estratégica macroeconómica del país y, además, se incorpora el análisis de mecanismos que desarrollan otros países en el sector turismo.

La metodología con la cual se trabajó para el desarrollo de la presente tesis se fundamenta en una investigación analítica-empírica, permitiendo generar una sinergia entre el análisis documental de estudios cuantitativos con datos secundarios y la explicación de sucesos mediante la aplicación de una fase de investigación empírica que aporta evidencias causales del problema.

3.2 Instrumentos

3.2.1. Revisión Documental

Considerando el alcance macroeconómico del sector turismo, a nivel nacional e internacional, se tomó como referencia metodológica las sugerencias internacionales correspondientes a estadísticas de turismo del año 2008, denominadas como RIET 2008 y desarrolladas por la OMT y la División de Estadística de las Naciones Unidas (OMT & UNSD, 2010). Dicha publicación tiene como objetivo proporcionar la base metodológica a nivel global, en el marco de la obtención y compilación de las estadísticas turísticas en cada uno de los países, indistintamente de los niveles de desarrollo de sus sistemas estadísticos. Las RIET

2008 contribuyen con las definiciones, conceptos y clasificaciones fundamentales que permita medir el turismo de manera normalizada en los diferentes países.

3.2.2. Entrevista a Profundidad

El instrumento utilizado para esta investigación cualitativa fue la Entrevista a profundidad dirigida a expertos reconocidos en el sector Turismo.

La modalidad de investigación propuesta por la fase empírica es la investigación descriptiva e interpretativa, cuya finalidad es describir los hechos partiendo del acercamiento a la realidad en un periodo temporal establecido. Bartolomé (1992) sustenta la importancia de la investigación cualitativa señalando acerca del “tratamiento y diagnóstico educativo de las poblaciones minoritarias étnicas que provienen de la migración externa se pudo determinar el peso esencial de las estrategias cualitativas establecidas por los diferentes equipos de investigación (...)” (p. 8)

El enfoque interpretativo crítico que se propone desarrollar en esta tesis de investigación tiene como objeto definir de forma fácil de comprender de las interacciones e percepciones que dan lugar cuando trabajadores de diferentes culturas laboran juntas. Así, Bartolomé (1992) hace notar la importancia de la interpretación para revelar teorías innovadoras: “Las maneras de interpretar las prácticas descubiertas podrían dar pie a representaciones de hipótesis emergentes, enmarcados en los mismos datos, que permitan llevar a la ampliación y extensión de la teoría, o a establecer los fundamentos de una nueva teoría” (p. 5). Es por ello que durante el análisis y el resultado se cohesiona la aproximación entre lo cualitativo y lo cuantitativo, lo que puede respaldarse de acuerdo a la metodología de otras investigaciones según lo que señala el autor; donde el pluralismo de

enfoques recoge las estrategias que se ejecutan en la realidad ni del enfoque del cual es objeto el estudio sino de la finalidad de la investigación.

3.3 Población y Muestra

Al tratarse de una investigación preferentemente cualitativa y que además se basa en el análisis de estudios cuantitativos con datos secundarios, se ha seleccionado una población compuesta por distintos elementos que toman importancia según la fase de investigación correspondiente. Por lo tanto, para la revisión documental se determina un universo finito, enfocado específicamente en el arribo de turistas, sean estos nacionales o extranjeros al recurso turístico. Y, por otro lado, en cuanto a la fase empírica, se ha tomado en cuenta una muestra de participantes expertos y casos-tipo a través de un método de selección no probabilístico por conveniencia. Debido a la limitada población de personas reconocidas que cuentan con la trayectoria y el conocimiento sobre el problema planteado, la muestra de juicio de expertos se determinó por 7 personas de trayectoria comprobada.

3.4 Recolección de Análisis de los Datos

La recolección y análisis de la presente Tesis, se realizó en tres fases:

3.4.1. Fase I: Revisión Documental

Se construyó el marco teórico a través de observaciones generales, sistemáticas y controladas sobre lo que antecede en el entorno; tomando en cuenta la evolución de cifras macroeconómicas publicadas en estudios de investigación por entidades relevantes como el Fondo Monetario Internacional (FMI), la Organización Mundial de Turismo (OMT), World Travel & Tourism Council (WTTC), Naciones Unidas (UN), Organización Mundial de la Salud (OMS), World Economic

Forum (WEF) entre otros documentos reconocidos como bibliografía confiable. Además, se analizaron los documentos de planificación estratégica nacional realizados por CEPLAN, MINCETUR, COMEXPERÚ, MTPE entre otras autoridades competentes que afectan al sector turismo en el Perú.

3.4.2. Fase II: Entrevista a Profundidad

Se llevó a cabo la recopilación de opinión de expertos con trayectoria comprobada mediante el proceso de entrevista a profundidad semi estructurada y se registró la información obtenida.

3.4.3. Fase III: Descripción y Análisis

Se contextualizó el caso de estudio, para ello se seleccionaron los datos, y resultados macroeconómicos relevantes sobre la revisión documental. Asimismo, se estructuró la información obtenida de las entrevistas a profundidad y el conjunto estructurado de resultados obtenidos se usó para el desarrollo de la presente tesis.

3.4.4. Fase IV: Interpretación

Es la fase de interpretación de los resultados que se han obtenido. Sin embargo, la presente fase se subdividió en 3 etapas:

Etapas 1: Se analizaron los resultados cuantitativos que fueron obtenidos en la investigación documentaria y se interpretó las causas probables de estos resultados con el apoyo de las investigaciones realizadas por entidades internacionales.

Etapas 2: Se realizó la interpretación de los resultados encontrados a partir de entrevistas a elaboradas a profundidad donde se aplicó la investigación empírica.

Etapa 3: Se evaluaron los registros de las etapas anteriores de manera integral y se aplicó la investigación analítica para obtener las conclusiones y elaborar las recomendaciones.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS

En este capítulo se presenta los principales resultados, enmarcados con los objetivos planteados en la presente Tesis. Dicho ello, el presente capítulo se ha dividido en dos partes, la primera muestra los resultados cualitativos, centrado en la oferta para el sector turismo; y la segunda muestra los resultados cuantitativos, donde se muestra el análisis prospectivo y los indicadores de gestión del Sector turismo.

4.1 Resultados Cualitativos

4.1.1. Influencia de las políticas públicas centrado en la oferta para el sector turismo

Se realizaron las entrevistas a expertos como se evidencia en la Tabla 10:

Tabla 10

Entrevistas a Profundidad

Tipo	Dirigido a	Fecha	Nº Personas	Objetivo
Entrevista a profundidad	Expertos del Sector Turismo	Junio 2021	5	Conocer las opiniones sobre la problemática del sector de forma cualitativa.

Nota: Elaboración propia

En la siguiente Tabla 11 se observan los resultados de acuerdo al cuestionario y a los expertos en el sector turismo, lo que se detalla en el Anexo 1. De acuerdo a las respuestas se hizo una evaluación para generar una síntesis sobre la coincidencia o disyuntiva de opiniones que se señalan a como de conclusión sobre cada pregunta del cuestionario. También es importante recalcar que como se esperaba, en el marco de las limitaciones, ciertas opiniones resultan controversiales o poco flexibles de cara a una visión más amplia acerca de la generación de planes estratégicos. Sin embargo, los resultados obtenidos permiten

ratificar las hipótesis, el problema y las acciones que se describen como recomendaciones en el Capítulo 7.

Tabla 11**Resultados de Entrevistas a Profundidad**

Cuestionario	Síntesis de respuestas por parte de Expertos
<p>Pregunta 1 (ver Anexo) <i>Tema:</i> Inconsistencias, riesgos, obstáculos e impacto entre los planes estratégicos de turismo y la normativa que protege la sostenibilidad de la biodiversidad.</p>	<p>Los expertos mencionan que las acciones estratégicas y lineamientos, como marco de protección de los recursos y su sostenibilidad existen, sin embargo, la inconsistencia se da en cuanto que cada recurso necesita un tratamiento específico distinto, por lo tanto, se generan obstáculos para lograr estrategias multisectoriales.</p> <p>Se indica que no se estaría logrando una única visión entre autoridades competentes como el MINCUL y el MINAM debido a que no se reconoce al turismo por las altas autoridades del gobierno. Aunque destacan que el SERNANP viene desarrollando y velando por medidas que permiten la apertura del turismo.</p> <p>Entre los expertos coinciden y se señala que los problemas se dan por falta de coordinación efectiva con los organismos descentralizados. falta de capacitación e incentivo de cara los gobiernos subnacionales. Señalan que los GOREs no estarían interviniendo como es necesario por falta de voluntad de sus autoridades y un desinterés por el desarrollo turístico como actividad económica que beneficia a la cadena productiva. A pesar de ello, también señalan que se debe promover en cada destino, el levantamiento de información permanentemente actualizada, específicamente se debe tener un inventario y diagnóstico de los recursos turísticos liderado por el MINCUL, DIRCETUR y MINCETUR pero acompañados de los GOREs de acuerdo a su jurisdicción, permitiendo priorizar los trabajos en los destinos. También mencionan el trabajo de la mano con ONGs y entidades privadas lo que permitiría el cuidado progresivo.</p> <p>Por otro lado, también se presentan opiniones distintas donde se indica que no existen las inconsistencias, sino que habría una falta de planeamientos específicos para turismo especializados.</p> <p>Asimismo, indican que existe una falta de liderazgo, de conocimiento específico, lo que permitiría desarrollar el turismo en base a destinos. A esto se le suma la burocracia, la falta de descentralización y la falta de cooperación entre los involucrados, lo que resulta contradictorio con los lineamientos indicados en los planes estratégicos.</p> <p>Entre los riesgos identificados de cara a los destinos turísticos se mencionan: la depredación de los recursos naturales, la transculturización no controlada, desorden urbano, problemas sociales por la migración en búsqueda de oportunidades de empleo, como son la delincuencia, prostitución, alcoholismo, entre otras enfermedades sociales. Además de:</p> <ul style="list-style-type: none">• Sobrepasar las capacidades de aforo del recurso turístico• Crecimiento no planificado y desordenado que no respete la zonificación y límites de la actividad turística en el destino que pueda terminar de afectar los recursos.• Anuncios Publicitarios invasivos que terminen de afectar el entorno visual del destino y del recurso.• Generación y eliminación de residuos sólidos excesivos o en espacios no adecuados

Todo esto llevaría al desprestigio del destino, a la pérdida de la riqueza cultural y biodiversidad. Sobre el impacto que esto ocasiona sobre el costo generado tenemos: Ausencia de megaproyectos de desarrollo turístico; crecer por inercia de la demanda turística y no por grandes proyectos; dejar de crear fuentes de trabajo, atracción de inversiones y ofrecer productos de calidad media o baja al turista, falta de desarrollo de comunidades alejadas y el aumento de la informalidad generando efectos en la sostenibilidad del destino. Como recomendación de los expertos destaca la gestión de México sobre el turismo. Además, se indica que habría una falta de referente respecto del cual evaluar al sector y no solamente evaluar sobre el desempeño. Asimismo, recomienda diseñar una estrategia transversal sobre planes específicos de cada sector.

Pregunta 2 (ver Anexo)
Tema: El turismo como generación de empleo en la cadena productiva.

Específicamente sobre la relación entre el sector privado y el sector público, indican que debe proyectarse hacia el bien común, el beneficio de las comunidades a través de la descentralización sin barreras burocráticas, debe haber comprensión entre las partes y que el sector público debe tener presente que el sector privado no compromete capitales propios y que necesitan factibilidades administrativas, de incentivos tributarios. Se debe generar la confianza a las condiciones de inversión. Sobre la misma línea se indica que el sector público podría identificar destinos a fin de que el sector privado pueda evaluar la potencialidad de los mismos. Para el caso de emprendimientos, los expertos indican que se debe desarrollar la eficiencia operativa y canales de difusión. Sobre la eficiencia operativa se describe que se debe impulsar las certificaciones que impulsen a la microempresa. Sobre los canales de difusión indican que se deben promover las plataformas respaldando a las empresas otorgando sellos seguros a destinos, lo que impactaría positivamente en la percepción del servicio. Asimismo, indican que el sector público debe propiciar entornos competitivos, simplificadores y atractivos para la inversión y la generación de valor en el desarrollo de la actividad económica. En cuanto a los mecanismos que promuevan las inversiones privadas opinan lo siguiente: Se debe establecer proyectos de desarrollo turístico integrales que promuevan condiciones y garantías para inversionistas. Asimismo, indican que se debe contar con una estabilidad político-económica, con autoridades honestas, con capitales semilla, ejecución de inversiones públicas optimizando accesos tanto en infraestructura como en servicios, revisiones y actualizaciones normativas, incentivos y propuestas simplificadoras que promuevan la formalización, mesas articuladoras o espacios de diálogo, trabajo conjugado, promoción y alianzas estratégicas. Sobre los objetivos estratégicos para fortalecer la relación entre el sector privado y el público, indican lo siguiente: crear mesas de trabajo para identificar el mejoramiento de los destinos, sincerar los roles y los intereses de cada sector en donde debe primar la voluntad y la conciliación sin imponer ideas absolutas. Debido a la susceptibilidad de las microempresas, se propone generar facilidades en tributación para nuevos emprendimientos, contratos y condiciones laborables flexibles, ya que el costo laboral suele ser uno de los que tiene mayor impacto. De manera similar se mencionan los siguientes objetivos:

- Comunicación permanente entre representantes del sector público y privado.
- Diversificar promoción, reforzando destinos con gran potencial turístico aún no explotados.
- Incrementar la planta de servicios en el destino
- Fomentar la adopción de las empresas turísticas a las nuevas tecnologías.
- Ampliar captación de personal que represente a cada uno de los destinos involucrados dentro del equipo de planificación turística
- Prestar servicios acordes y de calidad por el privado que asegure la calidad del destino.

Pregunta 3 (ver Anexo)
Tema: PENTUR vs PENX

Algunos indican que ambos sectores son muy distintos:

Comercio Exterior es un sector menos complejo en el aspecto que no necesita licencia social, saneamientos físicos legales, no depende mucho de la voluntad política y el número de implicados es muy reducido. Los objetivos son compartidos y las normas aplican a todo el país. Es visto como una actividad económica. en el caso de turismo, los niveles de informalidad son muy altos, las barreras de ingreso son muy bajas y adicionalmente la capacidad de vigilancia de las autoridades locales suele ser insuficiente. Las asociaciones exportadoras están más consolidadas. Generalmente el PENTUR es diseñado solamente por personas que radican en Lima, no se toma en cuenta opiniones de personas que conocen a cabalidad la realidad turística de otros destinos. Gran rivalidad, presencia de muchos gremios y asociaciones. Ausencia de una clara clasificación de los Tipos de Turismo Especializado, ya que cada uno representa diferentes necesidades a satisfacer.

Esto se detalla a otro nivel cuando uno de los expertos indica que el sector de exportaciones tiene procesos claros y estandarizados normado por acuerdos; pero indica que el turismo es un sector transversal que requiere de otros sectores como telecomunicaciones, transporte, saneamiento, entre otros que aun están en desarrollo.

Pero, por otro lado, uno de los expertos refiere lo siguiente: Porque el PENX ha emitido normativa con carácter y rango de Ley de cumplimiento obligatorio para el logro de cada uno de sus objetivos. Lamentablemente la obligatoriedad ha sido el único mecanismo a través del cual las entidades públicas y privadas han contribuido con el funcionamiento del PENX.

La mayoría de los entrevistados coinciden en que para el sector turismo es necesario la implementación de una política de Estado propia: Definitivamente sí, al ser la tercera fuente generadora del PBI y por ser uno de los sectores que por su transversalidad genera muchas fuentes de empleo generando desarrollo en diferentes comunidades. Además, se comenta que debe existir voluntad del Ejecutivo y de la creación de una entidad multisectorial presidida por el sector turismo.

Pregunta 4 (ver Anexo)
Tema: La competitividad en el sector turismo y los perfiles del público interno y receptivo.

Todos los entrevistados coinciden en que los perfiles deben ser mejorados de acuerdo a un turista que vive en un mundo digital y que se debe indagar de fuentes que ofrezcan resultados Post COVID.

Incorporarían en los criterios de evaluación:

- Redes Sociales empleadas
- Plataformas de Pago de Preferencia
- Fuentes de información on line
- Protocolos y clasificación que le brindarían seguridad, expectativa en materia de seguridad, temas sanitarios y vacunación.
- El número de índice de contagios a nivel país y de destino.
- Cantidad de días de permanencia
- Capacidad de gasto
- Motivo de viaje
- Restricciones o facilidades de ingreso y acceso
- Nivel de calidad de servicios
- Experiencias buscadas

Con respecto a la especialización de perfiles las opiniones difieren entre generar perfiles diversificados que permitan la apertura a distintos públicos y tipos de destinos y, por otro lado, opinan que se debe concentrar en perfiles específicos para mercados específicos y generar estrategias específicas.

Pregunta 5 (ver Anexo)

Tema: Sugerencias sobre cambios en la generación de planes y estrategias.

Todos los expertos están de acuerdo en que los Gobiernos Regionales no cumplen con lo requerido ni cuentan con profesionales concededores del sector turismo. Por tanto proponen que exista una política que los obligue a cumplir con el acopio, la entrega y el planeamiento de la información que se requiere por parte de ellos. Asimismo, señalan que deben de contar con personal calificado en su equipo que estén capacitados para gestionar dicha información o que incluso sean profesionales con experiencia de trabajo en las entidades competentes. Por otro lado plantean que sería importante que una entidad sea la responsable como DIRGETUR, GERCETUR u otra que cuente con personal calificado.

Pregunta 6 (ver Anexo)

Tema: Inversión en turismo por parte del sector privado a través de las GOREs.

Sugieren que se den los siguientes beneficios:

- Tributarios al momento de formalizar sus negocios (arbitrios, predial) por el período de un año o disminución en el pago de impuestos.
- Facilitar los trámites de licencia de funcionamiento, defensa civil, y otros burocráticos, en materia de tiempo de atención.
- Trabajo articulado entre el público y privado para el desarrollo del destino para plantear nuevas medidas que permita operativizar el destino
- Cursos de capacitación a su personal en todo lo relacionado a Marketing y Gestión Digital
- Facilidad en participación en eventos internacionales
- Creación de programas de cooperación técnica en materia de competitividad y para el fortalecimiento de la oferta turística, tal y como actualmente lo ha desarrollado el GORE San Martín, a través de su DIRCETUR

Pregunta 7 (ver Anexo)

Tema: Reactivación económica.

Con respecto a las medidas indispensables e inmediatas se afirma que existe un plan al respecto y que está alineado a lo que se viene desarrollando en otros países. Sin embargo, no estaría dando frutos debido a factores como el proceso de vacunación en el Perú, las restricciones de vuelos internacionales, una cuarentena rigurosa que ha impactado en el cierre de muchas empresas por lo que se espera una reactivación lenta. Complementado, los expertos también sugieren las siguientes medidas inmediatas:

- Medidas tributarias y financieras, en coordinación con el MEF y SUNAT
 - Medidas sanitarias: vigilancia de protocolos e impulso al proceso de vacunación ya sea a cargo del público y/o del sector privado
 - Medidas orientadas al fomento de inversión pública, Plan Copesco y GOREs
 - Medidas de promoción: fortalecimiento de la oferta turística en materia de brechas digitales y marketing, recuperación e incremento de conectividad aérea para ofrecer facilitación al turismo receptivo, campañas y acciones tácticas de promoción.
 - Que exista una ruta marcada por el otorgamiento de Sello Seguro u otro reconocimiento similar a las empresas que adoptan las buenas prácticas recomendadas en el contexto de pandemia, generar confiabilidad es el atributo más apreciado en este contexto
 - Para el caso de turismo interno, culminar el proceso de vacunación, a fin que la población tenga una sensación de seguridad que promueva los viajes.
 - Promover los viajes de visita en la misma región, a través de campañas.
 - Promover los viajes interregionales teniendo en cuenta el índice de contagios
 - Apertura de espacios de servicios más amplios que permita al turista mayor disfrute.
 - Evaluaciones constantes de los servicios para asegurar el cumplimiento de seguridad
-

	<p>Por otro lado, todos están de acuerdo en que la tecnología es una herramienta de alta importancia y que se puede utilizar de distintas maneras para mejorar los resultados actuales migrando a nuevas tendencias según los perfiles digitales post COVID. Se recomienda usar la tecnología para la comercialización y para las visitas, en la promoción a través de redes sociales y su uso a través de aplicativos móviles, reducir los costos e identificar a las empresas certificadas. Pero también se advierte que no todos los emprendimientos tienen acceso a esta tecnología.</p> <p>Todos coinciden en que las adecuaciones sanitarias son esenciales para poder lograr la reactivación económica según la nueva normalidad. Opinan que quienes no se adapten a estas medidas podrían desaparecer del mercado.</p>
<p>Pregunta 8 (ver Anexo) <i>Tema:</i> El desarrollo turístico en otros países como ejemplo en el Perú.</p>	<p>Sobre el intercambio de experiencias sugieren que se debe observar cómo se desarrollan megaproyectos turísticos en otras economías, creación de entes multisectoriales y que el turismo sea una política de estado. Asimismo, plantean una agenda de cooperación para la generación de planes y estrategias. Por otro lado, proponen que el turismo se fomente desde las escuelas de acuerdo a la realidad de cada comunidad. Se considera importante citar a uno de los expertos cuando se refiere a la debilidad peruana: En ese intercambio de experiencias mencionado, generalmente nuestra gran debilidad es la falta de Planta Turística necesaria, ya que contamos con muchos más recursos que en otros países donde el Turismo está más desarrollado.</p>
<p>Pregunta 9 (ver Anexo) <i>Tema:</i> Herramientas para las MiPYMES.</p>	<p>En el largo plazo se considera que el buen tratamiento de la información es uno de los factores más importantes, así como fortalecer programas como Pueblos con Encanto, promover que la banca privada otorgue créditos atractivos a ellos, para creación, operación, comercialización o ampliación de sus productos. Y facilitando la capacitación en la gestión y acompañamiento comercial. Así también se menciona Todo lo relacionado con la calidad del servicio, si hay calidad hay confianza, hay consumo y se refleja en las ventas. Una mala experiencia del cliente / turista crea desconfianza y tiene un efecto multiplicador en redes sociales. Asimismo, se sugiere el acceso al PENTUR y PERTUR donde se muestran los proyectos en ejecución.</p>
<p>Pregunta 10 (ver Anexo) <i>Tema:</i> Recomendaciones para afrontar riesgos.</p>	<p>Enfocarse en destinos nuevos que no se asocien con “Turismo Masivo” y en Turismo especializado como Turismo Gastronómico, Ecológico, Vivencial, Artesanal. Debe haber un programa de manejo de crisis multisectorial, promovido por el Ministerio de Turismo, para temas sanitarios, desastres naturales y otros que sean eventuales. Con estrategias bien definidas y con responsables de cada una. Todo cambio debe venir acompañado de una estrategia de socialización efectiva y focalizada según los públicos objetivos. Asimismo, la segmentación en la generación de impactos o cambios son un aspecto relevante a tomar en cuenta.</p>
<p>Pregunta 11 (ver Anexo) <i>Tema:</i> Criterios se deben tomar en cuenta para crear una oferta de desestacionalización de la demanda turística.</p>	<p>Los expertos indican que se deben adoptar estrategias comunicacionales efectivas y en el caso del Perú, tomar en consideración aspectos climatológicos que podrían incidir en una desestacionalización parcial. Se indica que debe haber una orientación hacia segmentos especializados no congestionados en épocas de temporada baja. Asimismo, se lista lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Que el recurso o atractivo lo permita, por su capacidad de carga y conservación. • Que las condiciones climatológicas lo permitan • Que haya capacidad instalada para todo el año, en cuanto a servicios y personal calificado. • Que sea accesible en cuanto a vías de comunicación y transporte
<p>Pregunta 12 (ver Anexo) <i>Tema:</i> Mecanismos y líneas de acción necesarias para incorporar a</p>	<p>Sugieren que el personal incorporado tenga experiencia en el mundo académico y en el sector. Además, se debe considerar que el recurso y sus condiciones climatológicas lo permitan y que haya capacidad instalada para todo el año, en cuanto a servicios y personal calificado. Y además, el recurso debe ser accesible en cuanto a vías de comunicación y transporte. De la misma forma se deben</p>

<p>las Universidades y a los Organismos Internacionales como Aliados Estratégicos.</p>	<p>promover las becas y fondos que den lugar a la capacitación en organismos internacionales. Sin embargo, uno de los expertos señala lo siguiente: Más que capacitar al sector privado, se debe capacitar a los alcaldes, gerentes regionales, incluso gobernadores sobre las oportunidades y herramientas de desarrollo turístico. Ahi pueden colaborar las Universidades e institutos superiores, acompañados del nombre y apoyo de los aliados internacionales.</p>
<p>Pregunta 13 (ver Anexo) <i>Tema:</i> Espacios de cooperación internacional.</p>	<p>Como indican los expertos, se debe planificar un crecimiento el bloque regional como en Europa y Asia con multiproductos pero esto genera gran competencia entre estos países por lo que no se da en esta región. Sin embargo, la mayoría de expertos plantea a la OMT como entidad de mayor alcance al respecto.</p>

Nota: Para mayo detalle de cada pregunta, ver Anexo 9.1 Investigación Cualitativa: Cuestionario

4.2 Resultados Documentales

4.2.1. Políticas Públicas y su influencia en el análisis prospectivo en el Sector Turismo

Clasificación según la Naturaleza de los Documentos de Política. En principio se realiza el análisis que consiste en identificar, sobre la base de los documentos declarados por el sector, las políticas internas y otro tipo de documentación que hacen sus veces. En consecuencia, se separan del proceso de revisión y actualización aquellos documentos que cumplen con los siguientes criterios: son documentos de naturaleza diferente a las políticas nacionales, son documentos que se constituyen como planes de implementación, son documentos que no se encuentran vigentes y documentos que el sector propone derogar.

Del análisis realizado de los dos (02) documentos que conforman el inventario inicial del Sector Turismo, se concluye que no se separan documentos en esta etapa de análisis dado que estos dos (02) documentos no se encuentran constituidos como planes de implementación, sino que se encuentran vigentes y el sector no propone derogarlos.

Según indica la Guía para la elaboración de indicadores de políticas nacionales y planes estratégicos que elabora CEPLAN, define los elementos referidos a las políticas nacionales y planes estratégicos como se determina en la Figura 16, donde se explica la interrelación entre objetivos, planes y acciones de acuerdo a la fase a la que pertenece.

Figura 16

Elementos de Políticas Nacionales y Planes Estratégicos

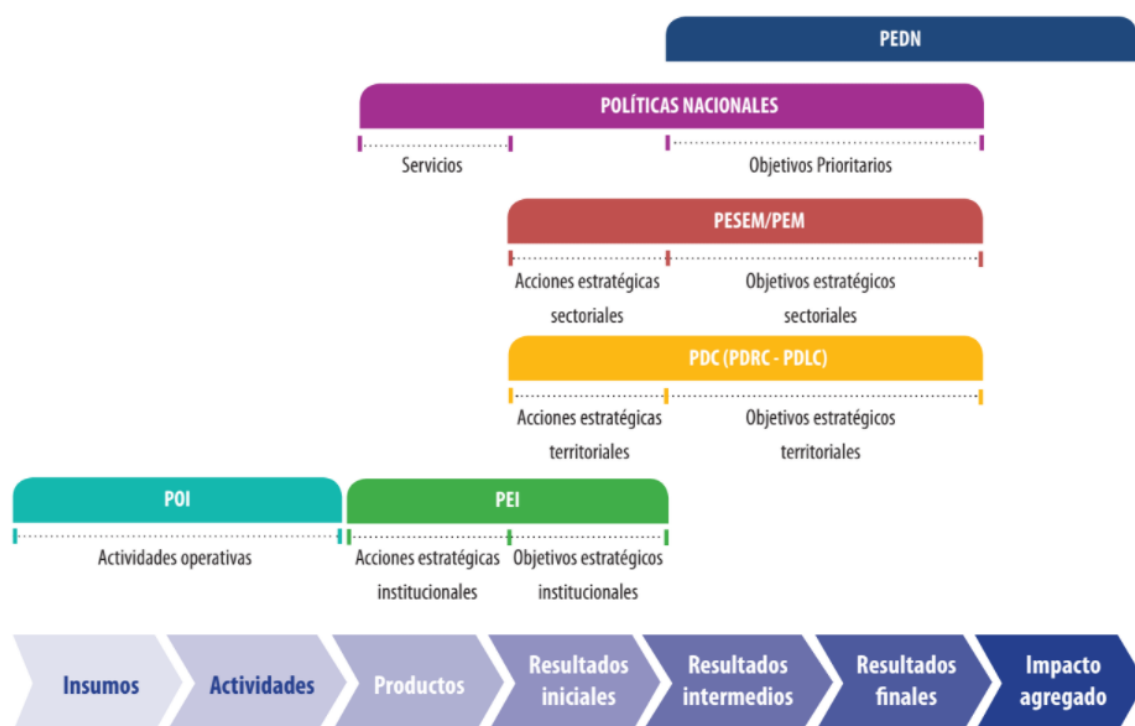
NIVEL/INSTRUMENTO	ELEMENTOS	
Ministerios: POLÍTICAS NACIONALES	Objetivos Prioritarios*	Servicios
Sectores: Pesem/PEM	Objetivos Estratégicos	Acciones Estratégicas
Regional (departamento) o Local (provincia, distrito): PDC		
Pliegos: PEI		

Nota: Tomado de CEPLAN, 2020. * En las políticas nacionales también se cuenta con lineamientos, sin embargo, no se les asigna indicadores.

Además, CEPLAN también define en la misma guía, como se muestra en la Figura 17, la vinculación entre políticas nacionales y planes en la serie de resultados con la finalidad de asegurar la conexión de los instrumentos de planeamiento y la sucesión de resultados que deben generar una sinergia de cara a los objetivos nacionales, evitando esfuerzos no cohesionados

Figura 17

Vinculación de Políticas Nacionales y Planes en la Cadena de Resultados.



Nota: Tomado de CEPLAN y adaptado de la Guía de Políticas Nacionales

Resultado de la Revisión de las Políticas Nacionales (autoevaluación) del Sector Comercio Exterior y Turismo. Consiste en la revisión de la autoevaluación realizada por el Sector de acuerdo con lo establecido en la segunda parte de la ficha de inventario. La aplicación de este paso implica analizar la coherencia interna y externa de las propuestas realizadas por el mismo Sector.

Del análisis realizado para ambos documentos del paso anterior, se concluye que ninguno puede ser integrado dentro de otro documento de política. Además, cabe recalcar que el Sector declaró que ambas políticas son necesarias.

Aplicación de los Criterios de Evaluación. Este siguiente paso, consiste en aplicar secuencialmente los criterios para la evaluación desarrollados por el

CEPLAN a los documentos. Los criterios según la Tabla 10, así como su sustento legal y metodológico, se presentan a continuación (ver Tabla 10):

Tabla 12

Criterios de Evaluación de las Políticas Nacionales

Criterio	Definición	Sustento Legal	Sustento Metodológico
Alcance	Verificar si el documento de política tiene alcance nacional, (no territorial u organizacional).	D.S. N° 029-2018-PCM, art. 8.1	Guía de políticas nacionales: 5.2. Políticas Nacionales (p.18)
Orientación	Verificar si el documento busca prevenir, reducir o resolver un problema público orientado al ciudadano o su entorno.	D.S. N° 029-2018-PCM, art. 8.1	Guía de políticas nacionales: 6. Análisis de pertinencia (p.21) 5.2. Políticas Nacionales (p.18)
Implementación	Verificar si el documento de política se está implementando a través de las siguientes consideraciones: 1) Se encuentra incorporado en los instrumentos de planificación del SINAPLAN y (2) se puede cuantificar claramente los recursos destinados a su implementación, así como identificar el o los centros de costo (del sector o sectores) encargados de su implementación	Ley N° 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo (LOPE), art. 22.2 LOPE, art. 23.3 LOPE, art. 4, numeral 1	Guía de políticas nacionales: Etapa de implementación (p.41)
Instrumento de aprobación	Verificar si la política nacional se aprueba por decreto supremo, con el voto de consejo de ministros	LOPE, art. 4, numeral 1	Guía de políticas nacionales: 5.2. Políticas Nacionales (p.18)
Evaluación	Verificar si el documento de política es evaluable (indicadores y metas) y cuenta con un informe de evaluación que permita dar cuenta de su cumplimiento (complementario)	LOPE, art. 23.3	Etapa de seguimiento y evaluación (p.44)
Eficiencia	Verificar si el documento de política no aborda el mismo problema público que una política nacional ya existente (del mismo sector u otro).	Ley N° 27658, art.5, literal d.	Guía de políticas nacionales: 6. Análisis de pertinencia (p.21)

Nota: Fuente Metodológica del Proceso de Revisión de Políticas Nacionales. Elaboración propia.

A partir del análisis individual de los dos (02) documentos de política y tras la aplicación de los criterios expuestos, se tiene el siguiente hallazgo

En cuanto al Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX) 2025, este documento tiene un alcance nacional. Pero, se recomienda plantear un problema

público, de manera que el documento de política esté orientado a resolver, reducir o prevenir una cuestión que afecte al ciudadano o a su entorno. Con respecto al criterio de implementación, en el documento de política, se evidencia que los Objetivos Prioritarios del PENX-2025 son los Objetivos Estratégicos Sectoriales (OES) del Plan Estratégico Sectorial Multianual (PESEM). Del mismo modo, los pilares representan los Objetivos Estratégicos Institucionales (OEI) del Plan Estratégico Institucional (PEI).

En el Informe N°15-2018-MINCETUR/VMCE/DGPDCE/DDCOE de fecha 30 de mayo de 2018, se realiza un análisis del PENX, en el que se indica que el Plan cumple con la Directiva General del Proceso de Planeamiento Estratégico - Directiva N°001-2014-CEPLAN, sobre la cual es preciso indicar que fue derogada el 02 de mayo del 2017, que cumple con el DS N°029-2018-PCM, Reglamento que Regula las Políticas Nacionales, y además cumpliendo con la estructura presentada en el Anexo 1 del Decreto Supremo en mención, pero no obedece a la metodología propuesta. Ante ello, se debe llevar a cabo la actualización del documento en continuación con la metodología propuesta en la Guía de Políticas Nacionales, aprobada en marco del DS N°029-2018-PCM.

En cuanto al PENTUR, se trata de un documento que tiene un alcance nacional, sin embargo, de la revisión efectuada no se evidencia el problema público a resolver, motivo por el cual se recomienda identificarlo. De esta manera la política podrá orientarse a resolver, reducir o prevenir un problema que afecte al ciudadano o a su entorno. Con respecto al criterio de implementación, en el documento de política, se evidencia que los Pilares del PENTUR son las Acciones Estratégicas Sectoriales (AES) del PESEM. Del mismo modo, los Pilares se aproximan a los

Objetivos Estratégicos Institucionales (OEI) del PEI. Por lo tanto, tal como como puede visualizarse en el resultado de la Revisión N°1, se considera que el documento debería mantenerse y aprobarse como política nacional, siempre y cuando se defina y se delimite el problema público en el marco del DS N° 029-2018-PCM. Dado que el PENTUR no aborda un problema público, no habría duplicidad con otro documento de política y como resultado de la Revisión N°2 se sugiere que éste se eleve a Política Nacional y se actualice en referencia al Reglamento que reestablece las Políticas Nacionales.

En el Informe N° 013-2018-MINCETUR/VMT/DGET/DPDT-VAY de fecha 20 de mayo de 2018, se indica que “En el PENTUR se establece que los Gobiernos Regionales tendrán como responsabilidad implementar el PENTUR, debido a que son agentes ejecutores en sus ámbitos de gobierno, a través de sus Planes Estratégicos Regionales de Turismo (PERTUR) de acuerdo a lo informado en la Ley Orgánica de Gobiernos Regionales”. Por su lado, en la Ley Orgánica de Gobiernos Regionales (LOGR) se indica que deben de elaborar estrategias y programas de turismo según el Artículo 63 referido a las funciones en materia de turismo. Sin embargo, según el DS N° 029-2018-PCM, el artículo 11, numeral 2, no es necesario la realización de los planes de implementación o ejecución distintos a los establecidos en el Sistema Nacional de Planeamiento Estratégico (SINAPLAN). Por lo tanto, dado que los PERTURs tienen una sección de diagnóstico, se recomienda que ésta se considere como un estudio a nivel departamental y que la sección estratégica (objetivos, acciones, indicadores, programas y proyectos) formen parte de los Planes de Desarrollo Regional Concertado y de los Planes Institucionales Multianuales (PEI-POI). Además, con el propósito de reforzar la instauración de las Políticas Nacionales en los Gobiernos Regionales, se

recomienda trabajar de la mano con el CEPLAN estableciendo objetivos, acciones y actividades operativas estandarizada afín de que se implementen en los planes del SINAPLAN (PDC, PEI y POI multianual).

4.2.2. Políticas públicas y su influencia en los indicadores de gestión para el Sector Turismo – Plan Estratégico Nacional de Turismo

El objetivo a grandes rasgos del PENTUR 2025 es “Afianzar al Perú como uno de los destinos turísticos sostenible, competitivo, seguro y de calidad, en el cual, partiendo de una oferta diversificada, concretada con participación activa de los agentes del sector, el turista tenga experiencias exclusivas y únicas que permita coadyubar al desarrollo social y económico del Perú”. (MINCETUR, 2020). Esto se basa en el cumplimiento de los cuatro pilares estratégicos que describimos en el Capítulo 1. De manera paralela, el Plan Estratégico Nacional Exportador – PENX 2025 también establece cuatro pilares estratégicos para cumplir sus objetivos estratégicos. También se identifica que se enmarca tanto al PENTUR como al PENX bajo una sola Misión Integradora “Coordinar, ejecutar, dirigir y supervisar la política del Sector Turismo en beneficio del Perú, haciendo hincapié en la obtención de la internacionalización de la empresa de forma competitiva, afianzándolo como destino turístico, seguro y sostenible”. Sin embargo, los objetivos y los mecanismos de gestión son distintos y se aprecia que en el PENX se especifica el fortalecimiento de cada empresa exportadora permitiendo la competitividad y su consolidación a nivel internacional en base al trabajo mancomunado entre los sectores públicos y privado bajo un marco jurídico favorable y brindando las herramientas para que el crecimiento económico individual sea sostenible y generando gran crecimiento de cara a la cadena productiva.

Plan Operativo Institucional Multianual 2021-2023. Debido al impacto de la pandemia, MINCETUR desarrolló el Plan Operativo Institucional Multianual 2021-2023 de corto plazo con la finalidad de orientar los esfuerzos de distintas dependencias del Estado hacia el alcance de metas institucionales y procesos priorizados de manera eficiente y alineada a los recursos disponibles. Todo esto bajo el siguiente marco “los Planes Nacionales, el Plan Estratégico Sectorial Multianual (PESEM) y el Plan Estratégico Institucional (PEI), en concordancia con la Guía para el Planeamiento Institucional, modificada por Resolución de la Presidencia de Consejo Directivo N° 16-2019-CEPLAN/PCD, de fecha 25 de marzo 2019” (MINCETUR, 2020).

Este POI define acciones estratégicas específicas para el sector de comercio exterior, las acciones estratégicas sobre el sector turismo se remiten a lo siguiente:

- 1) Implementación de Proyectos de inversión pública priorizados, correspondiente a Plan COPESCO Nacional.
- 2) Fomentar el desarrollo de una oferta en el Sector turismo que sea sostenible.
- 3) Fomentar en Sector Turismo enmarcado en la conectividad y las inversiones.
- 4) Fomentar la generación y consolidación de capacidades las instituciones para el Sector Turismo.
- 5) Brindar un óptimo soporte administrativo a la Institución.

Para el cumplimiento de estas acciones por parte de Plan COPESCO, se ha determinado el presupuesto de la Tabla 13.

Tabla 13*POI Multianual 2021-2023 de Plan COPESCO Nacional*

Fuente FTO	2021	2022	2023
Recursos Ordinarios	8,361,680.00	56,631,081.00	50,601,197.00
Recursos por Operaciones Oficiales de Crédito	45,379,809.00	0.00	0.00
Total General	53,741,489.00	56,631,081.00	50,601,197.00

Nota: Presupuesto registrado en CEPLAN.

Aportes del PBI turístico en el PBI Nacional. El PBI del sector turismo del año 2015 llegó a los S/. 23,5 miles de millones, con una contribución del 3,9% en relación al PBI nacional, generando 1,3 millones de fuentes de empleo, tanto directos como indirectos, el cual representa el 7,4% de la PEA nacional.

En el periodo del 2017, el sector turismo del Perú generó ingresos directos de USD 8,135, el cual representó el 3,8% del PBI (WTTC, 2021).

Asimismo, el sector turismo contribuyó con USD 20,838 millones y el cual contribuyó con el 9.8% del PBI, que incluye además el impacto indirecto en otros servicios y actividades comerciales, cuya cifra es superior al registrado en el año 2016, de acuerdo al informe presentado por PENTUR 2025.

De la misma forma, el efecto directo del sector turismo se incrementó en 4.5% para el 2018 y 4.7% para los contiguos 10 años, hasta alcanzar USD 13,403 millones en divisas que representa el 4.2% del PBI. Así, la contribución total se incrementó a un porcentaje anual de 4.5% y sumó USD 33,968 millones el año 2018 y representó el 10.6% del PBI. Cabe resaltar que el Perú entre los años 1950-2016 se registró un crecimiento promedio del PBI de la economía a un porcentaje promedio anual del 3.9%, mostrando ciclos de expansión y recesión (Panorama de la Economía Peruana 1950 – 2016/año base 2007, elaborado por el INEI).

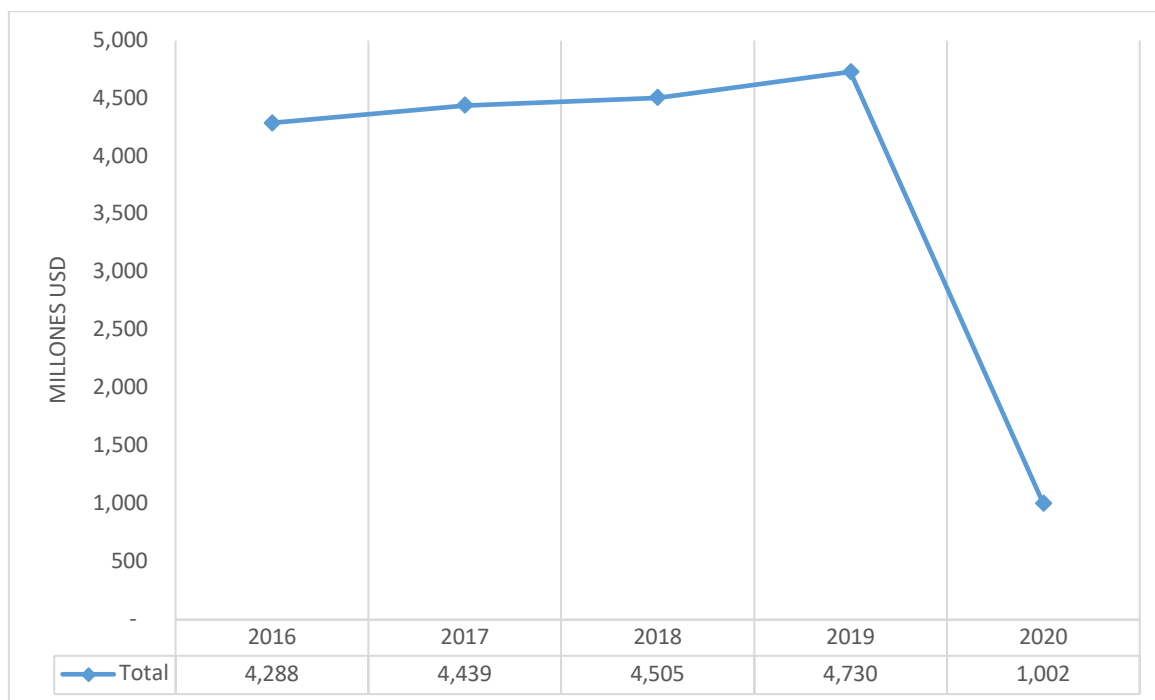
Empleo Turístico. De acuerdo al II Foro Internacional de Turismo “Promoción y Gestión de Ciudades Turísticas” de la Cámara de Comercio de Lima, es la 3ra actividad económica del Perú en el sector turismo el cual genera un importante número de empleos, directos e indirectos, del mismo modo es un productor importante de divisas. Entre las conclusiones que se desprenden de este foro se señala lo siguiente:

El sector turismo dispone alrededor del 8% de la PEA, la cual genera más de 1,3 millones de empleos. Asimismo, produjo más de USD 4.570 millones de divisas para el Perú en el año 2017. Por lo cual, dichos indicadores ubican al Sector Turismo en el 3er lugar entre las actividades que producen más beneficios. A eso se debe mencionar que el turismo además contribuye con más de la mitad de la exportación de servicios del país. (Torriani, Yolanda: Presidenta de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), 2019).

Ingreso de Divisas Generado por el Turismo Receptivo. Con referencia a la generación de divisas por el turismo receptivo en el periodo 2016-2021, se evidencia, en la Figura 18, que desde el 2016 hasta el 2019 se advertían incrementos sostenibles de 4288, 4439, 4505 y 4784 millones de USD cada año. Para el año 2020 se evidencia un ligero descenso a 977 millones de USD, debido a los perjuicios que dejó la pandemia, los mismos que se siguen evidenciando en el 2021 a diferencia de los años anteriores.

Figura 18

Divisas Generadas con la Llegada de Turistas (en millones de USD)



Nota: Adaptado de Cuadro N° 24 Perú: Ingreso trimestral de divisas generado por el turismo receptivo, 2009-2020, Perú: Compendio de Cifras de Turismo – Abril 2021 – Desarrollado por MINCETUR-VMT-DGIETA, Lima, 2021

Nivel de diversificación y consolidación de mercados.

Esta crisis nos brinda la oportunidad de reformular la forma en como debe ser la aportación del sector turismo en la población y en el planeta; de manera que tenemos la oportunidad que al reconstruir el sector sea mejor, inclusivo, más sostenible y resiliente y que al mismo tiempo los beneficios, se distribuyan en toda su extensión y de manera justa. (Pololikashvili, Zurab: Secretario General de la OMT, 2021).

En épocas de incertidumbre como la actual, se definen qué destinos lideran y cuáles son seguidores. Para tomar acciones al respecto, se debe generar cambios en base a la creatividad y proactividad y enfocar la comunicación de forma

clara y transparente, de tal manera que. Se pueda sacar provecho de la crisis convirtiéndola en una oportunidad para identificar y corregir errores de funcionamiento previos. Por ello, se debe poner énfasis en gestionar de forma integral el destino turístico y no solo promocionarlo. El crecimiento turístico implica considerar la calidad de vida de la población y la experiencia turística de los mismos.

Los destinos turísticos deben generar mecanismos de gestión para lograr adaptarse al cambio y prepararse para tomar acciones correctivas en posibles épocas de incertidumbre global y reinventarse con estrategias que permitan soportar nuevos riesgos futuros. Hoy sabemos que puede presentarse etapas de impedimento general de las actividades turísticas, para esto, los sitios turísticos pueden generar políticas permanentes de soporte a sus empresas nacionales y a la población de trabajadores. Las acciones que se van a desarrollar son:

- a) Brindar información sobre apoyos, medidas fiscales y proyectos de fomento en ayuda a la industria.
- b) Conceptualizar políticas de protección al empleo turístico, vale decir, brindar incentivos y fondos especiales en apoyo a las empresas que sostengan a lo largo del tiempo sus puestos de labores.
- c) Fomentar la innovación y la adecuada formación, a través de la inversión.
- d) Proponer formas de brindar incentivos a las empresas que instruyen a sus empleados los cuales se sientan comprometidos a quedarse laborando en la empresa.




- e) Brindar capacitaciones respecto de las nuevas maneras de generar ingresos (ejm: el servicio de *delivery* en los establecimientos que fueron cerrados por la alerta sanitaria)
- f) Brindar apoyo tanto económico como fiscal a las empresas
- g) Brindar apoyo para afianzar la confianza en el sector turismo, estimulando que los pobladores internos coadyuben a las empresas que están pasando por una situación crítica.
- h) Apoyar a reestablecer y levantar los ánimos de las empresas del sector.

Nivel de diversificación y consolidación de la oferta. De acuerdo a las estadísticas publicadas por entidades internacionales y los vastos recursos turísticos identificados como se observa en la Figura 19, se puede inferir que el Perú cuenta con ventajas intrínsecas para convertirse en una potencia turística, tanto por su historia milenaria, su cultura que combina su pasado inca e hispano, como por sus atractivos naturales que van desde playas, los Andes con sus nevados hasta extensas áreas en la Amazonía.

Sin embargo, aún no se logra maximizar el beneficio que se puede generar, siendo aun superados por otros países de la región que hoy son más competitivos aún con menor diversidad en atractivos turísticos. Machu Picchu es y seguirá siendo orgullo nacional, pero, se puede afirmar que estaría sobreexplotado y al límite de su capacidad. Por lo tanto, resulta necesario planificar la explotación sustentable de los destinos turísticos disponibles para potenciar.

Figura 19

Reporte Anual Perú: Viajes y Turismo

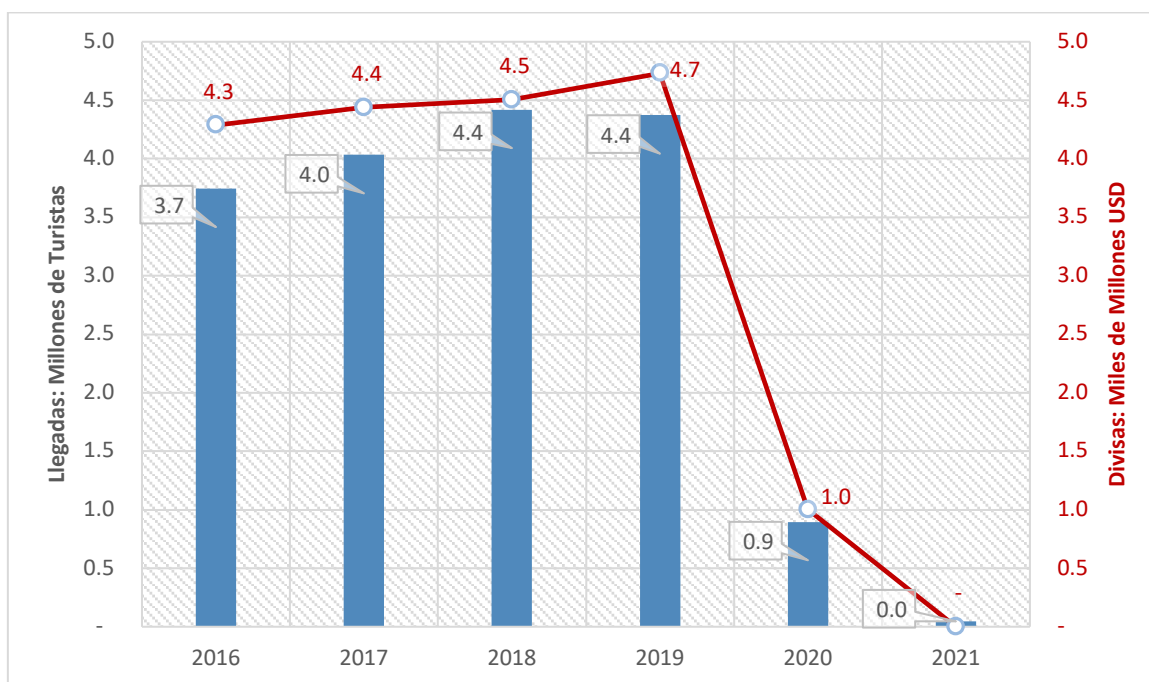
Peru Key Data		
	2019	2020
	Total contribution of Travel & Tourism to GDP: 8.3% of Total Economy Total T&T GDP = PEN65.1BN (USD18,625.9MN)	4.6% of Total Economy Total T&T GDP = PEN31.6BN (USD9,045.7MN)
		-51.4% Change in Travel & Tourism GDP vs -11.3% real economy GDP change
	Total contribution of Travel & Tourism to Employment: 1,099.3 Jobs (000s) (6.2 % of total employment)	813.1 Jobs (000s) (5.6 % of total employment)
		Change in jobs ² : -26.0% -286.2 (000s)
	Visitor Impact International: PEN 16.2 BN Visitor spend 8.7% of total exports (USD4,639.8MN)	PEN 3.4 BN Visitor spend 2.2% of total exports (USD975.6MN)
		Change in international visitor spend: -79.0% -USD 3,664.1 MN
	Domestic: PEN 33.7 BN Visitor spend (USD 9,642.5MN)	PEN 19.2 BN Visitor spend (USD 5,489.2MN)
		Change in domestic visitor spend: -43.1% -USD 4,153.2 MN

Nota: Tomado de Peru 2021 Annual Research: Key Highlights, por WTTC, 2021

Número de Turistas Internacionales. En referencia al ingreso de turistas foráneos, en el periodo 2016-2021, se evidencia en la Figura 14 que desde el 2016 hasta el 2018 el incremento anual fue sostenible de 3.74, 4.03, 4.42 millones de turistas. En el 2019 se evidencia un ligero decrecimiento a 4.37 millones de visitantes, aunque significó un mayor ingreso por divisas en el mismo año. Sin embargo, el 2020 representó un impacto crítico donde la cifra desciende hasta niveles de 0.9 millones de USD, perjudicándose aún más por la pandemia, la misma que continúa evidenciando un descenso grave en el año 2021 en comparativa a los años anteriores.

Figura 20

Llegadas de Turistas v.s. Divisas Generadas 2016-2021 (millones de personas v.s. miles de millones USD)



Nota: Adaptado de “Cuadro N° 24 Perú: Ingreso trimestral de divisas generado por el turismo receptivo, 2009-2020”, Perú: Compendio de Cifras de Turismo – Abril 2021 – Desarrollado por MINCETUR-VMT-DGIETA, Lima, 2021

CAPÍTULO V. DISCUSIÓN

El trabajo desarrollado en la Tesis, si bien se centró en el recojo de información de normas, documentos de gestiones como planes operativos, planes regionales de turismos, informes de organismos internacionales y opiniones entre especialistas en planeamiento del sector turístico, como son Director General de Políticas en turismo, de la Dirección General de Estrategia Turística, Directora de Innovación de la Oferta Turística, Asesores, entre otros expertos turísticos, han permitido analizar la relación existente entre el PENTUR 2016 – 2025 el cual nos aclara la relación parcial entre este documento de gestión y una Política Nacional de Turismo. Es decir, por el lado de los entrevistados, observan que el Ideario del PENTUR 2016 - 2025 esté claramente trabajado bajo la visión de Oferta tal como se explica en el desarrollo de la presente discusión.

Si bien es cierto el PENTUR ha sido beneficioso para el desarrollo de Turismo en el Perú; sin embargo, es importante mencionar que no ha sido suficiente para llevar al siguiente nivel el Turismo y a través de la presente investigación se puede evidenciar las diversas carencias del sector; y ahondado con las distintas coyunturas propias de cada época han mermado el avance importante del Turismo en nuestro país.

Se acepta parcialmente la hipótesis general donde las políticas públicas influyen significativamente en el Plan Estratégico Nacional de Turismo 2016 – 2025, el Perú cuenta con un elevado número de destinos turísticos, que pueden ser capaces transformarnos en un destino de multipósitos, los más importantes aspectos a considerar son los históricos, culturales y naturales. Ahora bien,

debemos ser conscientes que tenemos retos en ese aspecto, debido a que no se hizo mucho para convertir los atractivos turísticos en los denominados productos turísticos y los que ya se desarrollaron no presentan planes estructurados que garanticen la sostenibilidad esperada.

Dentro de los problemas fundamentales citados se hace mención a la carencia de interés de los poderes ejecutivo y legislativo para desarrollar el turismo que sea sostenible. En ese sentido, se evidencia que son escasas las iniciativas del poder legislativo para legislar y en general son desactivas de los otros sectores. Del mismo modo, son insuficientes las asignaciones realizadas para el sector turismo; sin embargo, con el impuesto que grava los pasajes aéreos internacionales lo que se busca es asegurar partidas para la promoción y el adecuado desarrollo de los denominados productos turísticos. Es importante mencionar que la capacitación realizada a los funcionarios en ambos sectores es muy escasa, particularmente con relación a la sostenibilidad turística.

En referencia a la débil interacción interinstitucional se hace muy persistente un escaso intercambio entre el sector privado y el público, las competencias institucionales están definidas de manera inadecuada, los medios de articulación son deficientes y se evidencia la falta de compromiso institucional y ello se percibe en la falta de coordinación para la realización de planes estratégicos.

Se evidencia un inapropiado aprovechamiento de la gran cantidad de áreas protegidas para el turismo. Asimismo, son limitados los mecanismos usados para la recolección de fondos de turistas destinados a la conservación y la utilización de los recursos recaudados en las áreas protegidas que provienen del turismo resulta

ser ineficiente. Se evidencia que la coordinación entre MINCETUR e INRENA es aún muy débil en asuntos turísticos.

Para promover el adecuado crecimiento del turismo en el Perú, se debe tener en consideración las políticas de planificación y gestión de la oferta turística, los cuales establecen los lineamientos y en base a ello se deben elaborar el marco normativo y las estrategias. Por ello, todos los agentes de la industria tienen que tener en consideración los principios mencionados para la realización de sus actividades.

Es importante mencionar que el sector privado también es uno de los agentes responsables de promover el desarrollo del turismo. Así, en el Plan Nacional de Calidad Turística, elaborado por el MINCETUR, se tiene como uno de sus principales objetivos la mejora de la calidad de los agentes prestadores de servicios turísticos y para el cumplimiento de dicho fin los actores que se encuentran inmersos deben comprometerse con la aplicación de buenas prácticas.

Debido a la importante concentración del turismo receptivo en el sur del Perú surge la necesidad de fomentar el desarrollo de los denominados circuitos turísticos. De acuerdo con los datos del MINCETUR, el sur del Perú consolida el 85% del turismo receptivo, mientras tanto el circuito turístico del sector norte concentra el 10% y finalmente el río Amazonas concentra solo el 5%.

Es imprescindible diversificar y consolidar la oferta de la industria turística para hacer prevalecer el cumplimiento de las políticas de gestión y planificación de la oferta de la industria turística. En ese sentido, la siguiente etapa para concretar la reforma que necesita el sector turismo es de replantear las propuestas de los PERTUR en lo correspondiente a proyectos.

Se debe tener en cuenta que el turismo al ser una actividad que involucra varios sectores genera de manera directa e indirectamente, diversos beneficios a los distintos niveles socioeconómicos. El desarrollo de la economía, relacionada al turismo, tiene un gran impacto específicamente sobre la población que conduce dicha actividad, pero a su vez, ese beneficio genera un mayor alcance contribuyendo económicamente hacia el resto de la población debido a que se trata de un generador de divisas producto del gasto del turista receptor.

Los expertos mencionan que las acciones estratégicas y lineamientos, como marco de protección de los recursos y su sostenibilidad existen, sin embargo, la inconsistencia se da en cuanto que cada recurso necesita un tratamiento específico distinto, por lo tanto, se generan obstáculos para lograr estrategias multisectoriales.

Se indica que no se estaría logrando una única visión entre autoridades competentes como el MINCUL y el MINAM debido a que no se reconoce al turismo por las altas autoridades del gobierno. Aunque destacan que el SERNANP viene desarrollando y velando por medidas que permiten la apertura del turismo.

Como resultado de las entrevistas a expertos coinciden y se señala que los problemas se dan por falta de coordinación efectiva con los organismos descentralizados, falta de capacitación e incentivo de cara los gobiernos subnacionales. Señalan que los GOREs no estarían interviniendo como es necesario por falta de voluntad de sus autoridades y un desinterés por el desarrollo turístico como actividad económica que beneficia a la cadena productiva.

A pesar de ello, también señalan que se debe promover en cada destino, el levantamiento de información permanentemente actualizada, específicamente se debe tener un inventario y diagnóstico de los recursos turísticos liderado por el

MINCUL, DIRCETUR y MINCETUR, pero acompañados de los GOREs de acuerdo a su jurisdicción, permitiendo priorizar los trabajos en los destinos. También mencionan el trabajo de la mano con ONGs y entidades privadas lo que permitiría el cuidado progresivo.

En cuanto a los indicadores Perú se ubicó en el 2018 en el 6° lugar con el mayor número de llegada de turistas internacionales después de México, Argentina, Brasil, República Dominicana y Chile.

La llegada del turismo receptivo al Parú en el 2018, se estima de unos 4,4 millones, lo que significó un incremento del 9,6% respecto al año 2017. Esta información proporcionada por la Superintendencia Nacional de Migraciones, que resalta entre los principales mercados emisores Chile con una participación porcentual de 26,2% y un crecimiento de 5,3% y asimismo los Estados Unidos con un 14,5% siendo el segundo mercado emisor con un incremento de 7,1% con aproximadamente de 641 mil turistas.

En el Perú, la demanda turística internacional ha dinamizado el Producto Bruto Interno Turístico, cuyo aporte económico se estima que representa el 4,0% del PBI nacional (generado por actividades económicas como el transporte de pasajeros, el alojamiento, la provisión de alimentos y bebidas, las agencias de viaje, la industria cultural, recreativa y deportiva, producción y comercio de artesanía, entre otros), asimismo, la actividad turística ha generado 1,4 millones de empleos (directos e indirectos), representando el 7,9% de la población económicamente activa a nivel nacional

De igual modo, el ingreso de divisas totalizó US\$ 4 895 millones, monto superior en 7,0% en comparación a lo registrado el 2017, consolidando al turismo

como el tercer generador de divisas después de los sectores minería (US\$ 27 705 millones) y agropecuario (US\$ 6 628 millones). En este sentido el turismo demuestra los beneficios no solo como generador de empleo y desarrollo a nivel regional, sino también es un factor importante de difusión de los atractivos de nuestro país.

La Hipótesis específica 1: Las políticas públicas influyen significativamente en el Análisis Prospectivo del Sector Turismo 2016 – 2025, el análisis sobre la Nivel de Diversificación y consolidación de mercados, el MINCETUR cuenta con un inventario turístico nacional de 4, 657 recursos turísticos registrados al 2019 pero con solo 472 recursos turísticos priorizados por el Sector Turismo así tenemos que para el año 2019 tenemos 66 recursos turísticos intervenidos que significa una Brecha del 86.02 % (406 Recursos Turísticos) en los distintos destinos turísticos como son: i) zona nor amazónica con los destinos de Ruta Moche, Playas del Norte, Kuelap – Chachapoyas, Tarapoto, Cajamarca y Rio Amazonas; ii) Zona Centro con los destinos de Ucayali – Huanuco, Selva Central, Lima y Cordillera Blanca; y finalmente iii) En la zona Sur los destinos de Cusco – Machu Picchu, Arequipa – Cañon del Colca, Lago Titicaca, Paraca Nazca, Tambotapa, Manu, Tacna – Moquegua, Ayacucho, Apurímac y Huancavelica.

El Perú cuenta con ventajas intrínsecas para convertirse en una potencia turística, tanto por su historia milenaria, su cultura que combina su pasado inca e hispano, como por sus atractivos naturales que van desde playas, los Andes con sus nevados hasta extensas áreas en la Amazonía.

Sin embargo los resultados obtenidos, no se logra maximizar el beneficio que se puede generar, siendo aun superados por otros países de la región que hoy

son más competitivos aún con menor diversidad en atractivos turísticos. Machu Picchu es y seguirá siendo orgullo nacional, pero, se puede afirmar que estaría sobreexplotado y al límite de su capacidad. Por lo tanto, resulta necesario planificar la explotación sustentable de los destinos turísticos disponibles para potenciar.

Los expertos indican que se deben adoptar estrategias comunicacionales efectivas y en el caso del Perú, tomar en consideración aspectos climatológicos que podrían incidir en una desestacionalización parcial. Se indica que debe haber una orientación hacia segmentos especializados no congestionados en épocas de temporada baja.

Debido a la falta de desarrollo de los atractivos turístico para convertirlos en productos turísticos dificulta una adecuada diversificación de la oferta turística, es cierto que existe un avance en los últimos años en visitar otros lugares que no sean solamente Cusco donde destaca principalmente la zona sur del Perú principalmente Arequipa – Cañon del Colca y Puno principalmente, pero es evidente que aun es limitado el número de visitas a la zona central y norte del país.

Se tiene que el 60% de los viajeros arribaron de Sudamérica, mientras que el 18% arribó de Norteamérica y el 14%, de Europa. Chile (27%), Estados Unidos (14%) y Ecuador (7%) fueron los principales mercados emisores de turistas para el Perú.

De acuerdo con el reporte, el 65% de viajeros, que representan a 2,7 millones de personas, llegaron al Perú por vacaciones. Por su parte, 629 708 turistas arribaron a tierras peruanas por negocios, 27% más que en el 2017.

Las regiones visitadas fueron: Lima con un 73%, luego sigue la región de Cusco con 37%, en tercer lugar la región de Tacna con 28% principalmente procedente de Chile, en cuarto lugar con 17% la región de Puno y finalmente la región de Arequipa con 17%. En promedio, los turistas recorrieron dos regiones durante su visita.

Se estima que los turistas tuvieron como promedio unas 10 noches con un gasto promedio de US\$ 932 por persona que no incluye los costos de transporte. Se debe destacar que los turistas de nacionalidad australiana fueron los que realizaron el mayor gasto durante su viaje al Perú, con un promedio de US\$ 3,573.

Respecto al alojamiento, el 32% de los turistas decidieron hospedarse de tres estrellas, el 28% de turistas hicieron uso de hospedajes de una a dos estrellas. Una característica de los turistas norteamericanos y Asiáticos es hospedarse en hoteles de cuatro o cinco estrellas (el 47% de turistas asiáticos y el 35% de los norteamericanos).

Hipótesis específica 2: Las políticas públicas influyen significativamente en el un modelo de gestión centrado en la oferta para el sector turismo 2016 – 2025.

Como resultado se obtuvo que, con el objetivo de incrementar la competitividad del Perú en turismo a nivel de las Américas, se hace necesario establecer y desarrollar estrategias que faciliten al sector turismo trabajar en los pilares en los que el país ocupa los puestos más bajos, tales como competitividad de precios (82), Priorización de Viajes y Turismo (72), Infraestructura Portuaria y Terrestre (103) e Infraestructura de transporte aéreo (68).

Si bien no siempre se obtienen resultados favorables a través de los esfuerzos para conseguir el éxito en los procesos de concertación interinstitucional y en muchas ocasiones se evidencia un alto grado de dificultad, se puede decir que se ha conseguido concretar la identificación y utilización de algunas estrategias que pueden ser de mucha ayuda en la búsqueda de involucrar y sensibilizar a los que dirigen las organizaciones y grupos, logrando su compromiso a través de acciones específicas y puntuales que puedan motivarlos. Y, con respecto al sector turismo se puede lograr puntajes altos, puesto que el Perú cuenta con innumerables zonas turísticas, las que carecen de sinergia entre los distintos entes públicos y privados que apunten a una misma dirección.

Respecto de la investigación cualitativa, es decir, con el análisis de las opiniones y experiencias de expertos en el sector turismo en otros países en el campo interorganizacional, ha contribuido en forma sustancial a que la labor en el desarrollo de los procesos de coordinación haya influenciado para la mejora de los resultados favorables.

Los países que han demostrado un desenvolvimiento sobresaliente en sector Turismo coinciden en la implantación de políticas públicas aplicadas a la cadena productiva a través del buen manejo de recursos turísticos multilaterales con el objetivo de lograr un adecuado crecimiento económico sostenible con un gran aporte en la generación de empleo.

El PENTUR 2016 – 2025, actualmente se encuentra vigente recoge con importancia el índice de competitividad un conjunto de factores y políticas que permiten el desarrollo sostenible del sector y contribuye al desarrollo y la competitividad de un país, con un modelo de desarrollo turístico propuesto es el de

“destinos turísticos” con la participación de los actores del sector público y privado en el nivel local, regional y nacional; el diseño de estrategias de intervención basado en cuatro pilares: 1. Diversificación y Consolidación de Mercados; 2. Diversificación y Consolidación de la Oferta; 3. Facilitación Turística; y 4) Institucionalidad del Sector.

El actual PENTUR, se evidencia la priorizando de su estrategia a través de sus pilares a el desarrollo de la oferta turística dejando a un segundo plano a la demanda turística, además no recoge al igual que los anteriores PENTURes el problema público y articulación intersectorial.

Es importante señalar y reconocer los aportes de los documentos de gestión en los avances de los últimos años en el sector de Turismo, sin embargo, se debe de trabajar una mejora constante en una política pública que se adecue a la situación actual que viene viviendo el Perú con una participación intersectorial de sectores que impactan en el desarrollo y competitividad del Turismo.

Hipótesis específica 3: Las políticas públicas influyen significativamente en los indicadores de gestión para el sector turismo 2016 – 2025.

Se observa la necesidad de que exista una estrecha relación y normativa contundente entre el crecimiento del sector Turismo y la responsabilidad sobre el impacto social y medio ambiental.

En la práctica, los Planes Estratégicos PENTUR no estarían aportando a solucionar el problema de crecimiento económico de la cadena productiva que se desprende del sector turismo en la medida que los participantes no tengan los mismos objetivos. Como se puede evidenciar en los resultados de la investigación,

es posible estructurar un sistema de gestión que permita minimizar o mitigar el problema planteado como ha ocurrido en otros países, sin embargo, no se observa la existencia de un modelo lo suficientemente eficiente en el Perú.

En el marco de la promoción del desarrollo del sector, es imprescindible el compromiso de los Gobiernos Regionales. De igual manera, sus principales agentes no deben preocuparse y concentrarse únicamente en ciertos destinos turísticos. Debido a que lo que el Perú necesita para mejorar la competitividad en turismo es el desarrollo integral de la industria.

En consecuencia, las ciudades y los pueblos necesitan sumarse y para ello unirse a los esfuerzos concentrándose en sus focos de coincidencia, con el objetivo de brindar una oferta turística importante y sostenida. Un factor primordial como propuesta para la promoción turística de los países la asociatividad y el Perú no es la excepción.

Entre los beneficios que propicia una política nacional, acerca del lado cultural, es posible estudiar la costumbres y las formas de vida de pobladores de distintas realidades tanto geográficas como educativas.

El desarrollo de industrias competitivas es clave en la medida que aporta a la competitividad nacional y, en consecuencia, genera un mayor crecimiento económico. La actividad turística no es ajena a esta necesidad, pues a pesar de los logros notables en el manejo de recursos naturales y culturales, asimismo de la apertura del país, aún presenta puntos a mejorar como es el caso de la seguridad e infraestructura, según se observa en las mediciones presentadas en el Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo del 2019 realizado por el FEM.

El trabajo del Estado en el desenvolvimiento de las Políticas Públicas influye en el desempeño de las regiones del país, por lo que resulta importante no solo dictarlas sino acompañarlas con aspectos de asistencia técnica, sensibilización, intervenciones, en calidad turísticas, cultura turística, ejecución de proyectos de infraestructura turística o relacionadas a prestar mejor servicios al turista, entre otros y que permitan mejorar los indicadores de los cuatro grupos de pilares de competitividad de viaje y turismo desarrollados y que sirven para medir el nivel de competitividad por el FEM.

De acuerdo al reglamento que regula las políticas nacionales aprobado mediante Decreto Supremo 029-2018-PCM publicado el 20 de marzo de 2018 en su artículo 8.- Políticas Nacionales numeral 8.1 se dispone que toda política debe resolver un determinado problema público de alcance nacional y sectorial o multisectorial, el mismo que no se recoge en el PENTUR 2016 – 2025, en ese sentido, el CEPLAN publica el 14 de noviembre de 2018 la Guía de Políticas Nacionales y aprobado Modificada por Resolución de Presidencia del Consejo Directivo N° 00057-2018/CEPLAN/PCD, donde señala la metodología para definir el problema público a través de la recopilación y análisis de información de evidencia de calidad y pertinencia con criterios de exactitud, objetividad, credibilidad, generalización, relevancia, disponibilidad; permitiendo conocer el nivel de complejidad para el análisis de las posibilidades de solución y plantear adecuadamente las alternativas de solución identificando las causas y efectos que los general para una intervención lógica y adecuada.

Otro aspecto a tomar en cuenta en el Decreto Supremo 029-2018-PCM que aprueba una estructura inicial para las Políticas Nacionales que fuera luego

modificado por el Decreto Supremo 168-2020- PCM cambia el planteamiento inicial, incorporando en la estructura "5.4. Actividades para Proveer el Servicio", es decir, que se tendrán que identificar las actividades operativas en la misma estructura de la PN, debe tenerse en cuenta que en el planteamiento inicial no llegaba a definir actividades Operativas dado que las Políticas Nacionales necesitaban otra norma adicional para ser implementadas: un Plan Estratégico Multisectorial - PEM; como por ejemplo la Política Nacional de Igualdad de Género (PNIG) tiene su Plan Estratégico Multianual de Igualdad de Género (PEMIG).

El sector turismo es importante que cuente con una política pública de turismo que se enmarcan en las políticas de Estado expresando a la tipificación de los problemas y/o necesidades que enfrenta la población priorizados por el estado peruano que de conformidad con lo establecido por el ente recto de las políticas del estado - CEPLAN. Cabe resaltar que CEPLAN evacua el informe Nro. D000007-2019-CEPLAN-DNCP-KCV del 25 de febrero de 2019 analizado por el especialista en políticas y planes de CEPLAN que es un documento de alcance sectorial de rango del PESEM, que no puede integrarse con otras Políticas, finalmente no fue aprobado por Decreto Supremo.

Otro punto fundamental, que se debe tomar en cuenta el informe señalado en párrafo anterior, es la nula interacción con otras políticas nacionales teniendo en cuenta que el turismo es una actividad transversal de servicios donde interactúan diversos sectores como Cultura con sus atractivos multiculturales como son restos arqueológicos, museos, folklore, patrimonio material e inmaterial y toda expresión cultural e intercultural; otro importante sector es Transporte y Comunicaciones cuya función principal es el desarrollo de transporte, infraestructura vial, el desarrollo de

las comunicaciones y telecomunicaciones; de la misma manera es importante el sector Vivienda encargado del desarrollo territorial brindando los servicios básicos como agua potable y alcantarillado; importante tener en cuenta el Sector de Trabajo y Promoción del Empleo como ente rector de los derechos fundamentales de los trabajadores de sector turismo.

De la misma manera, no se aprecia una integración del PENTUR 2016 – 2021 con el Plan Nacional de Infraestructura para la Competitividad que tiene como objetivo principal el cierre de brechas con 52 proyectos de los sectores de Transporte y Comunicaciones con 31 proyectos, 4 proyectos de Agricultura, 6 proyectos de Saneamiento y 11 proyectos de Energía. Proyectos importantes que sin duda alguna que sumaran en la competitivas como país y quizás alguno agregaran mejoras de impacto al sector turismo. Pero del documento se aprecia que no existe una interacción entre los Planes Estratégico Regionales aprobados en el marco del Plan Estratégico Nacional de turismo, dejando que los Gobiernos Regionales ejecuten las actividades identificadas a su discreción, convirtiendo los PERTURes solo documentos de gestión que no interactúan con otros planes, programas y/o políticas nacionales.

Ahora bien, se puede apreciar en el documento del Plan Nacional de Infraestructura para la Competitividad (PNIC) elaborado por el Ministerio de Economía y Finanzas la metodología aplicada para identificar la cartera de proyectos que formará el PNIC a los sectores que tiene un mayor impacto a la competitividad y con un impacto social donde no consideran al Sector Turismo que según su análisis se encuentra priorizado en el puesto 16 de 24 funciones.

En el pilar de recursos naturales y culturales, se observa que Argentina, Sudáfrica e Indonesia, similares a Perú, obtuvieron un mayor número de llegada de visitantes internacionales, es así que, en el 2017, Argentina, Sudáfrica e Indonesia recibieron 9,9 millones, 15 millones y 15,8 millones respectivamente.

La diferencia en otros pilares que afectan la competitividad turística tales como infraestructura (se obtuvo un coeficiente de correlación de 0,50) donde economías que superan una puntuación de 4 en el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo, tienden a mostrar un mayor número de llegadas de visitantes internacionales, tal es el caso de Turquía (37,9 millones), Japón (28,6 millones), Canadá (31 millones), Reino Unido (39,2 millones) y República Checa (34,7 millones).

En términos de infraestructura existe una brecha de largo plazo por un total de S/. 363 452 millones, lo que equivale al 49% del PBI actual. Frente a ello, Plan Nacional de Infraestructura para la Competitividad (PNIC) permitiría el cierre de las brechas de infraestructura por S/. 99 mil millones, que equivale al 30% de la brecha de largo plazo (S/. 109 mil millones). Se contempla el desarrollo de puertos y aeropuertos lo cual permitiría al Perú mejorar en el pilar de infraestructura terrestre y portuaria (puesto 107, a nivel mundial).

En el caso de infraestructura aeroportuaria Perú se sitúa en el puesto 68° por debajo de Panamá (27°), México (37°), Brasil (42°), Argentina (62°), Costa Rica (63°), Chile (64°), Colombia (65°) y República Dominicana (66°). Frente a ello, desde la Mesa de conectividad aérea se vienen realizando esfuerzos para mejorar el abastecimiento de combustibles en aeropuertos de provincias, mejoras en las áreas de check in, ampliación de la zona de fajas transportadoras para vuelos

nacionales e internacionales del Aeropuerto Velasco Astete en Cusco, además del inicio de vuelos nocturnos en el Aeropuerto de Talara.

De acuerdo a los números de ingresos de divisas para los años 2018 y 2019 presentados por el MINCETUR el turismo ha aportado para el año 2018 representa el 3,9% del PBI en el Perú, con una proyección para el 2026 de 7,2% en promedio, ocupando el tercer puesto de generador de divisas en el PBI.

El incremento del número de turista receptivo ha crecido en un 820% durante los últimos veinticuatro años hasta 2019 logrando alcanzar aproximadamente a los 4,4 millones de turistas procedentes de otros países, impactando positivamente a la economía del País con el ingreso de divisas por US\$ 4.787 millones (SNM y BCRP, 2020).

Según los reportes de las Sunat la ventas productos de la actividad propios del Sector Turismo sufrieron un crecimiento promedio anual de 13% entre los años 2011 a 2019, incrementando promedio anual en 5.75 el Producto Bruto Interno de alojamiento y restaurante (INEI, 2021).

Sin embargo, para el 2020, debido a la pandemia del COVID 19 que afecto mundialmente el Turismo por las medidas adoptadas por los gobiernos como el aislamiento poblacional, restricción de aforos y cierre parcial de fronteras. Impacto fuertemente a las actividades económicas de redujeron en 51,3%, mientras que el PBI de alojamiento cayó en 73,8% y el de restaurantes en 47%.

Se estima que de la población ocupada en el sector turismo unos 2,3 millones de personas que representan un 27,4% se vieron afectadas en el 2020, especialmente los trabajadores independientes que representan un 62% y los

dependientes un 31.5% de la misma manera un 6.5% de prestadores de servicio de emprendimientos familiares.

El turismo enfrenta pérdidas económicas alrededor de 2000 mil millones de dólares y pérdidas de más de 800 mil personas que perdieron su empleo especialmente en las micro, pequeñas y medianas empresas que representan un 92% que prestan servicios al sector turismo y focalizándose principalmente al turismo rural.

Otro aspecto imprescindible es la priorización de actividades, concentrándonos en las más relevantes. Estas actividades son transversales a todo el Poder Ejecutivo. Pues, para poner en valor atractivos turísticos alternativos y convertirlos en destinos turísticos de talla mundial como Machu Picchu, se requiere de la decisión política al más alto nivel, que le dé al turismo la importancia que tiene por su naturaleza descentralizadora y generadora de empleo. Se requiere caminar sobre lo ya avanzado y continuarlo fijándonos metas claras. Para ello es importante la participación de distintos actores del sector público que trabajen en coordinación con el sector privado.

Se estima que los funcionarios y agentes del sector está ejerciendo un rol poco sólido y regulador frente a las acciones que carecen de buenas prácticas por todos los participantes. Se aconseja que la regulación sea mucho más firme con el objetivo de brindar la confianza hacia nuevos inversionistas y de los pobladores en general.

CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES

Para el desarrollo de la presente tesis, se acceso a un amplio repositorio de estudios e informes elaborados por las principales entidades internacionales de manera simultánea a la puesta en marcha del turismo a nivel global. Ello permitió que las diferentes instituciones nacionales establezcan de la experiencia de distintas economías del sector con el objetivo de determinar directrices modelo de fácil aplicabilidad y adaptación a distintos países.

1. El Plan Estratégico Nacional de Turismo 2016 – 2025, es un documento de gestión de planificación a nivel de Plan Estratégico Sectorial con objetivos y acciones estratégicos sectoriales.

2. El Sector Turismo no tiene una Política Públicas Nacionales que contenga el problema público de acuerdo al análisis e informe realizado por CEPLAN.

3. Al año 2019 el sector turismo tiene 66 recursos turísticos (406 Recursos Turísticos) intervenidos y se tiene una brecha del 86.02 % que representa 4,185 recursos turísticos con poco o sin intervención.

4. El Ministerio de Economía y Finanzas no ha considerado al sector turístico como prioritario en el Plan Nacional de Infraestructura para la Competitividad (PNIC) elaborado por el Ministerio de Economía y Finanzas.

5. El Sector turismo tiene poca articulación con otros Sectores del Poder Ejecutivo tales como: Cultura, Interior, Transporte y Comunicaciones, SERNANP, así como los Gobiernos Regionales y Locales.

6. Los Entes Gestores encargados de implementar los Planes Estratégicos Regionales no cuentan con suficientes herramientas de gestión y presupuestos para la implementación de los PERTURes.

CAPÍTULO VII. RECOMENDACIONES

1. Se debe aprovechar el potencial de nuestro país realizando diferentes tipos de encuentros de intercambio de experiencias y conocimientos para incrementar el turismo hacia nuestra región.

2. Se recomienda iniciar con la formulación de una Política Nacional de Turismo con la participación de otros sectores del poder ejecutivo, gobiernos regionales y locales, representantes del sector privado como gremios y emprendedores de turismo rural.

3. El Sector turismo debe fortalecer una adecuada articulación con los distintos sectores público tales como: Cultura, Interior, Transporte y Comunicaciones, SERNANP, así como los Gobiernos Regionales y Locales con la finalidad de unificar objetivos, acciones, actividades y presupuestos, que les permita mejorar la competitividad regional y nacional.

4. Teniendo en cuenta la situación actual que vive el Perú y el mundo, el PENTUR 2016 – 2025 se recomienda una actualización con un nuevo diagnóstico que les permita replantear las estrategias y objetivos pertinentes y adecuados.

5. Se recomienda fortalecer la articulación con los distintos sectores público tales como: Cultura, Interior, Transporte y Comunicaciones, SERNANP, así como los Gobiernos Regionales y Locales con la finalidad de unificar objetivos, acciones, actividades y presupuestos, que les permita mejorar la competitividad regional y nacional.

6. Se recomienda que el Sector turismo complemente e incorpore la información correspondiente en base a la nota metodológica, especialmente para los criterios de implementación y evaluación para completar la Tabla de: Resultados de la Aplicación de los criterios de Evaluación. Uno de los motivos, es que el Sistema de Monitoreo no es de acceso público.

CAPÍTULO VIII. REFERENCIAS

- Acerenza, Miguel A., Competitividad De Los Destinos Turísticos. Trillas, México, 2009.
- Alonso Ferreras, V. H. (2009). "Factores críticos de éxito y evaluación de la competitividad de destinos turísticos". Revista Estudios y Perspectivas en Turismo, volumen 19. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, España.
- Barrio de Mendoza, E. (20 de marzo, 2019). ¿Es el turismo una política pública en el Perú? Turismo en serio. Recuperado de <https://turismoenserio.com/es-el-turismo-una-politica-publica-en-el-peru/> [Consulta: 01 de enero de 2021]
- Barroso González, M. O y Flores Ruiz, D. (2006): La competitividad internacional de los destinos turísticos: del enfoque macroeconómico al enfoque estratégico". Cuadernos de Turismo, 17: 7-24. ISSN: 1139-7861.
- Bartolomé, M (1992). Investigación cualitativa: ¿comprender o transformar? Revista de Investigación Educativa, (20), 7-37.
- BID gasto de inversión pública (Cynthia).
- Bravo Cabria, M. S. (2004): La competitividad del sector turístico. Boletín Económico. Banco de España, 9:1-18.
- Burgos, E. (2016). Pre – Evaluación de los recursos Turísticos Culturales de la Provincia de Chepén para la creación de un circuito turístico. (Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte, Facultad de Admiración y Servicios Turísticos, Trujillo, Perú).
- Carpio, M. y Mejía, L. (2015). "Análisis de la oferta y demanda turística y diseño de un circuito turístico, provincia de Ilo, Moquegua - 2015". Universidad Católica de Santa María, Facultad de Turismo y Hotelería. Moquegua, Perú.

Centro Nacional de Planeamiento Estratégico (CEPLAN). (2018). Guía de políticas nacionales. Recuperado de <https://www.ceplan.gob.pe/guia-de-politicas-nacionales/>

Centro Nacional de Planeamiento Estratégico (CEPLAN). (2021). Guía para el seguimiento y evaluación de políticas nacionales y planes del Sinaplan. Recuperado de <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1724649/Gu%C3%ADa%20para%20el%20seguimiento%20y%20evaluaci%C3%B3n%20de%20pol%C3%ADticas%20nacionales%20y%20planes%20para%20el%20SINAPLAN%20-%20CEPLAN.pdf>

Centro Nacional de Planeamiento Estratégico (CEPLAN). (2021). Guía de políticas nacionales. Recuperado de <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1724645/Gu%C3%ADa%20para%20la%20elaboraci%C3%B3n%20de%20indicadores%20de%20pol%C3%ADticas%20nacionales%20y%20planes%20estrat%C3%A9gicos%20-%20CEPLAN.pdf>

Chile, S. d.-G. (2014). Plan Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable. Chile: Subsecretaría de Turismo-Gobierno de Chile.

Colombia, V. d. (2014). PLAN SECTORIAL DE TURISMO-Turismo para la construcción de la paz”. Bogotá-Colombia: Viceministerio de Turismo Colombia.

Comisión de las Comunidades Europeas (2003): Algunas cuestiones clave de la competitividad en Europa: hacia un enfoque integrado. Comunicación de la Comisión al Consejo y al Parlamento Europeo. COM (2003) 74 final, 21 de Noviembre de 2003, Bruselas.

- Crouch, G.I. y Ritchie, J.R.B. (1999) Tourism, competitiveness and societal prosperity. *Journal of Business Research*, 44:137-152.
- Desarrollo, I. C. (2017). Plan Nacional de Desarrollo Turístico de Costa Rica 2017-2021. Costa Rica.
- Díaz Olariaga, O. (2015). Análisis de la aplicación de políticas públicas en el sector turismo. El caso de Colombia. *Gestión y Análisis de Políticas Públicas*. redalyc.org.
- Diéguez Castrillón, I, Gueimonde Canto, A, Sinde Cantorna, A y Blanco Cerradelo, L. (2011): Análisis de los principales modelos explicativos de la competitividad de los destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad. *Revista de cultura y turismo CULTUR*, año 05 – nº 2 – agosto 2011. Disponible en http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/ano5-edicao2/artigo_7.pdf.
- D'Hauterres, A.M. (2000): Lessons in managed destination competitiveness: the case of Foxwoods Casino Resort. *Tourism Management*, 21: 23-32.
- Dwyer, L. y Kim, C. (2003): Destination competitiveness: determinants and indicators. *Current Issues en Tourism*, V.6, pp. 369-414.
- Ejarque, J. (2005): Destinos turísticos de éxito: diseño, creación, gestión y marketing, Pirámide, Madrid.
- Enright, M.J. y Newton J. (2004): Tourism destination competitiveness: a quantitative approach. *Tourism Management*, v. 25, nº 6, pp. 777-788.
- Foro Económico Mundial (FEM), (12 de octubre de 2016). ¿Qué es competitividad?. Foro Económico Mundial, (FEM). Recuperado de <https://es.weforum.org/agenda/2016/10/que-es-la-competitividad/> [Consulta 01 de febrero 2021].

- Foro Económico Mundial (FEM). (2019). Índice de Competitividad de Viajes y Turismo 2019. Génova: FEM. Recuperado de http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf [Consulta 01 de enero 2021]
- Francés, A. (2003): Turismo: competitividad y estrategia. Planes de desarrollo de destinos turísticos con el Cuadro de Mando Integral. Caracas: IESA.
- Fuller, N. (2011). El desarrollo turístico en el Perú.
- Garau, J. (2006): Propuesta de dos índices para la mediación de la competitividad de los destinos de sol y playa del Mediterráneo: avance de resultados desde el punto de vista de la demanda. XV Simposio Internacional de turismo y ocio, ESADE-Fira Barcelona, 3 de mayo de 2006.
- Garro, N. (2016). Políticas públicas para el desarrollo del turismo. El caso de Cozumel, México. (Tesis de doctorado, Universidad Autónoma Metropolitana. Iztapalapa, México). Recuperado de http://dcsh.izt.uam.mx/posgrados/mydes/economiasocial/wp-content/themes/economiasoc/les_doctorado_tesis/INHYE_OH_TESIS.pdf [Consulta 1 de enero 2021].
- Gestión (3 de julio, 2021). MTPE recibió más de 42,000 solicitudes de empresas para suspensión perfecta de labores. Diario Gestión. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/management-empleo/mtpe-recibio-mas-de-42000-solicitudes-de-empresas-para-suspension-perfecta-de-labores-noticia/?ref=gesr> [Consulta 16 de julio del 2021]
- González, R. C. y Mendieta, M. D. (2009): Reflexiones sobre la conceptualización de la competitividad de destinos turísticos. Cuadernos de Turismo Argentina, 23: 111-128

- Gooroochurn, N. Y Sugiyarto, G. (2005): Competitiveness indicators in the travel and tourism industry. *Tourism Economics*, 11 (1):25-43.
- Guzman, C. & Angarita N. (2020). *Las políticas públicas, cuaderno de notas*. Barranquilla: Universidad Del Norte.
- Hassen, S. (2000): Determinants of market competitiveness in a environmentally sustainable tourism industry, *Journal of Travel Research*, N° 38.
- Hernández, E.A. (1982). *Planificación turística: un enfoque metodológico*. Editorial Trillas. Recuperado de <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2018/02/Planificaci%C3%B3n-tur%C3%ADstica-un-enfoque-metodol%C3%B3gico-de-Edgar-Alfonso-Hern%C3%A1ndez-PDF.pdf>
- Hong, W.C. (2009): Global Competitiveness Measurement for the Tourism Sector, *Current Issues in Tourism*, v. 12, n° 2, pp. 105-132.
- Informe del presidente de la Comisión sobre competitividad del Reino Unido, 1985; Informe de la OCDE sobre Competitividad Mundial, París 1997, citado por Osorio, 2005.
- International Network on Regional Economics, Mobility and Tourism & Organización Mundial del Turismo (OMT). (2015). *El turismo más de cerca: medición y análisis subnacional – Hacia un conjunto de orientaciones de la OMT*. Madrid:OMT. doi: 10.18111/978-9-284-41706-3
- Jiménez Baños, P y Aquino Jiménez, F.K. (2012): Propuestas de un modelo de competitividad de destinos turísticos. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, Volumen 21 (2012) pp. 977 – 995. Disponible en <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v21n4/v21n4a10.pdf>

- Lorena Vélez García, R. L. (2015). Políticas públicas aplicadas al sector turismo: tendencias del turismo accesible en las ciudades. Lima-Perú.
- Marsano Delgado, José Manuel (2019). El Impacto Económico del Turismo en el Perú. Lima, Universidad San Martín e Porres. Recuperado de <http://catedraunesco.usmp.edu.pe/wp-content/uploads/2019/06/impacto-economico-turismo-peru.pdf> [Consulta de 2021]
- Martínez, C. P. (s.f.). La política Turística en la España del siglo XX: Una Visión General. Universidad de Málaga.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR). (2016). Plan Estratégico Nacional de Turismo 2025. Lima-Perú: Biblioteca Nacional del Perú N°2016-00000.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR). (2021). Estrategia Nacional de Reactivación del Sector Turismo 2021-2023. Recuperado de <https://www.gob.pe/es/l/1782386>
- Ministerio de Industria, E. y. (s.f.). Plan Nacional e Integral de Turismo 2012-2015.
- Molina, S. & Rodríguez, S. (2005). Planificación integral del turismo: un enfoque para Latinoamérica. Editorial Trillas. Recuperado de https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/03/106-plan_integral_del_tur.pdf
- Monfort, M. V. (1999): Competitividad y factores críticos de éxito en los destinos turísticos mediterráneos: Benidorm y Peníscola. Tesis doctoral, Universidad de Valencia, Valencia
- Muñiz, D. (2001). La Política del Turismo Social. Consejería de Turismo y Deporte, Dirección General de Planificación Turística. Recuperado de

<https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2018/04/La-Politica-del-Turismo-Social.pdf>.

Nación, M. d. (2015). Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable: Turismo 2025. Buenos Aires-Argentina: Ministerio de Turismo de La Nación.

Navajo, Pablo (2009). Planificación estratégica en organizaciones no lucrativas: Guía participativa basada en valores. Madrid, España: Narcea.

OCDE, S. G. (2017). Estudio de Política Turística de México. México: Secretaría de Turismo de México.

Osorio, E. (2005): Gestión competitiva en los destinos turísticos de interior. Tesis doctoral dirigida por: Baldomero Segura García del Río. Universidad Politécnica de Valencia.

Organización Mundial del Turismo (OMT). (2021). El Barómetro del Turismo Mundial. Vol 19, N°3, Mayo 2021.

Organización Mundial del Turismo (OMT). (2021). Portal de la Organización Mundial del Turismo. Madrid: OMT. Recuperado de <https://www.unwto.org/> [Consulta 11 de julio de 2021]

Organización Mundial del Turismo (OMT). (2021). Portal de la Organización Mundial del Turismo. Madrid: OMT. Recuperado de <https://www.unwto.org/es/turismo-covid-19> [Consulta 11 de julio de 2021]

Organización Mundial del Turismo (OMT) (2021). Barómetro OMT. Madrid: OMT. Recuperado de <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347>

Organización Mundial del Turismo (OMT) & División de Estadísticas de las Naciones Unidas (UNSD). (2010). Recomendaciones Internacionales para Estadísticas de Turismo, RIET 2008. New York: United Nations Statistics Division. doi: 10.18111/978-9-213-61238-5

- Organización Mundial del Turismo (OMT) & División de Estadísticas de las Naciones Unidas (UNSD). (2016). Compilación de recomendaciones de la OMT 1975-2015. New York: United Nations Statistics Division. doi: 10.18111/978-9-284-41778-0
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2021). International Tourism Highlights, Edición 2020. Madrid:OMT. doi: 10.18111/978-9-284-42245-6
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2020). El Barómetro del Turismo Mundial. Vol 18, N°5, Agosto/Setiembre (2020). DOI: 10.18111/wtobarometeresp.2020.18.1.5
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2021). El Barómetro del Turismo Mundial. Vol 19, N°1, Enero (2021). DOI: 10.18111/wtobarometeresp.2021.19.1.1
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2021). El Barómetro del Turismo Mundial. Vol 19, N°3, Mayo (2021). DOI: 10.18111/wtobarometeresp.2021.19.1.3
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2021). Comunicado de Prensa 31 Marzo, Madrid: 2021. Recuperado de https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2021-03/NR_31_03_ES.pdf?9l3T7UlspnHa2g3gRULWPHRcjP2MhZUe
[Consulta: 9 de julio 2021]
- Panosso, A. & Lohmann G. (2012). Teoría del turismo: Conceptos, modelos y sistemas. Editorial Trillas. Recuperado de <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/06/Teor%C3%ADa-del-Turismo-Conceptos-modelos-y-sistemas-de-Panosso-PDF.pdf> [Consulta: 01 de enero 2021]

- Posadas, F. (2011). Tesis: El Efecto de la Integración Económica Regional en el Crecimiento Económico: El caso de la convergencia en los Países del Sudeste Asiático. Centro de Investigación y Docencia Económica, A.C. México. 8-10. <http://repositorio-digital.cide.edu/bitstream/handle/11651/631/106042.pdf?sequence=1>
- Porter, M. (2003): Ser competitivo. Nuevas aportaciones y conclusiones. Ediciones Deusto.
- Presidencia del Consejo de Ministros (PCM), (2021). Política nacional de modernización de la gestión pública al 2021. Lima, PCM. Recuperado de <https://sgp.pcm.gob.pe/wp-content/uploads/2017/04/PNMGP.pdf> [Consulta 11 de julio 2021]
- Ramos, B. & Sánchez, C. (2013). Planificación Estratégica como método de gestión pública: experiencias en la administración española. Madrid: Instituto Nacional de Administración Pública (INAP). DOI: <https://doi.org/10.24965/gapp.i23.10777>
- Rivera, Manuel (2010). Turismo activo en la naturaleza y espacios de ocio en Andalucía. (Tesis de Doctorado, Universidad de Córdoba. Córdoba, España).
- Rodríguez-Antón, J.M. (Dir.) (2015): Análisis de la competitividad de España como destino turístico. Madrid, ACCI.
- Rodríguez-Antón, J.M. y Rubio-Andrada, L. (2016): Estudio de la competitividad turística de la Unión Europea a partir del modelo cuantitativo objetivo». *Esic Market*, vol. 47 (2), pp. 209-232.

- Rubio, M. (2014). "Cualidades de Gastronomía Ferreñafana para inclusión en el actual Circuito turístico Sicán – Lambayeque y turística regional". Universidad Nacional de Trujillo. Facultad de Turismo. Trujillo, Perú.
- Sainz de Vicuña, Ancín, J.M (2017) El plan estratégico en la práctica. Recuperado de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=69YzDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA101&dq=que+es+plan+estrategico+&ots=z2oxgnvvKz&sig=Nt6POsDHIG00fFSOVg1Uk_SHAOW#v=onepage&q&f=false [Consulta 11 de julio 2021].
- Sanchez, I. R. (2015). Política Turística e Innovación en España. Alicante, España: Universidad de Alicante.
- Sancho, A. (1998). Introducción al turismo. Organización Mundial del Turismo (OMT). Recuperado de <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2018/02/Introducci%C3%B3n-al-turismo-de-la-OMT.pdf>.
- Schenkel, E. (2019). Turismo y política turística. Un análisis teórico desde la ciencia política. Revista Reflexiones (98), (2), 129-140
DOI:10.15517/RR.V98I2.34212
- Schenkel, E. & Almeida, F. (2015). La política turística y la intervención del Estado. El caso de Argentina. doi:10.15517/RR.V98I2.34212
- Sociedad de Comercio Exterior del Peru, (COMEXPERU). (13 de setiembre de 2019). Competitividad de Viajes y Turismo 2019: Perú, ¿Qué planes?. Semanario 999 - Actualidad. Recuperado de <https://www.comexperu.org.pe/articulo/competitividad-de-viajes-y-turismo-2019-peru-que-planes> [Consulta: 17 de julio 2021]

- Solow, R.M. (1956). A Contribution to the Theory of Economic Growth. Quarterly Journal of Economics 70(1), p. 65 – 94
- Torres Matovelle, P.A y Marrero Marrero, M. (2014): Algunas consideraciones sobre la medición de la competitividad de destinos turísticos. Retos Turísticos, Vol. 2 No. 2, 2014. Turismo cultural. Recuperado de <http://retos.umcc.cu/index.php/retojs/article/viewFile/60/54> [Consulta 01 de enero de 2021]
- Torriani, Yolanda (2019). Turismo es el tercer sector que genera más empleo y divisas al país. Recuperado de <http://www.businessempresarial.com.pe/turismo-es-el-tercer-sector-que-genera-mas-empleo-y-divisas-al-pais/> [Consulta: 11 de julio de 2021]
- Turismo, S. G. (2007). Plan del Turismo Español Horizonte 2020. Madrid: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.
- Valls, J. F. (1998): Cambio de concepto en la gestión turística del municipio. Estudios de Gestión Turística. CEDIT-ESADE, n. 3, febrero, 1998.
- Velasco, M. (2015). Entre el poder y la racionalidad: gobierno del turismo, política turística, planificación turística y gestión pública del turismo. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural-Pasos.
- Vélez García, L., López Oñate, R., Macías Terán, C.E. y González Núñez, R (10 – 13 de noviembre de 2015) Políticas públicas aplicadas al sector turismo: tendencias del turismo accesible en las ciudades [Discurso principal]. XX Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública, Lima, Perú. Recuperado de [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/76C443564A8C803D052580AA0051945A/\\$FILE/velezgar.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/76C443564A8C803D052580AA0051945A/$FILE/velezgar.pdf)

Vera, Isidro. (2018). Realidades del turismo local. Compilación de opiniones turísticas. Manta: Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Recuperado de <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2018/10/Realidades-del-turismo-local-Compilaci%C3%B3n-de-opiniones-tur%C3%ADsticas-PDF.pdf> [Consulta de 2021]

Verona, J. (3 de junio, 2020). ¿Sabes cuántas empresas solicitaron la aplicación de la suspensión perfecta?. Grupo verona. Recuperado de <https://grupoverona.pe/sabes-cuantas-empresas-solicitaron-la-aplicacion-de-la-suspension-perfecta/> [Consulta 12 de julio de 2021]

World Travel & Tourism Council (WTTC) (2021). Recuperado de <https://wttc.org/Research/Economic-Impact> [Consulta 10 de julio 2021]

(2000): The competitive destination: A sustainable perspective, Tourism management, Retos Turísticos, Vol. 2 No. 2, 2014 Turismo cultural.

(2009). Un modelo integral para evaluar la competitividad de destinos turísticos basado en la identificación e integración de factores críticos de éxito. (Tesis presentada en opción al grado científico de Doctor en Turismo y Desarrollo Sostenible). Universidad de Las Palmas. Gran Canaria, España. Disponible en

http://acceda.ulpgc.es/bitstream/10553/5515/2/0628686_00000_0000.pdf

(2009): Análisis de la competencia en la actividad turística. Septem ediciones, Oviedo.

<https://books.google.com.pe/books?id=EXIaDwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

<https://books.google.com.pe/books?id=DyuACwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=que+es+una+pol%C3%ADtica+p%C3%BAblica&hl=es->

419&sa=X&ved=2ahUKEwiD0oTi4pbqAhXLDrkGHZ4kCVIQ6AEwA3oECA
YQAg#v=onepage&q=que%20es%20una%20pol%C3%ADtica%20p%C3%
BAblica&f=false

<https://www.iexe.edu.mx/blog/que-son-las-politicas-publicas.html>

http://biblioteca.clacso.edu.ar/Argentina/icsya-unaj/20171114040327/pdf_1260.pdf

<https://www.youtube.com/watch?v=0tVvHxWcLdM>

<https://estadopoliticaspublicas.colmex.mx/>

<https://fondodeculturaeconomica.com/Ficha/9786071666161/F>

<https://joseluisemendez.colmex.mx/index.php/trabajo-academico>

<https://sgp.pcm.gob.pe/wp-content/uploads/2017/04/PNMGP.pdf>

<https://books.google.com.pe/books?id=HsMAOWIPO4oC&printsec=frontcover&dq>

=que+es+un+plan+estrat%C3%A9gico&hl=es-

419&sa=X&ved=2ahUKEwisusfa_ZbqAhVAIbkGHQKWAUgQ6AEwBHoEC

AEQAg#v=onepage&q=que%20es%20un%20plan%20estrat%C3%A9gico

&f=false

https://books.google.com.pe/books?id=r_H3dpKH5kMC&printsec=frontcover#v=on

epage&q&f=false

https://books.google.com.pe/books?id=r_H3dpKH5kMC&pg=PA27&dq=planificaci

%C3%B3n+estrat%C3%A9gica&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiE-

7qLipfqAhXXHLkGHSgjAmk4ChDoATAAegQIAhAC#v=onepage&q=planific

aci%C3%B3n%20estrat%C3%A9gica&f=false

https://www.grade.org.pe/wpcontent/uploads/LIBROGRADE_Inversioninplanificacion.p

[df](#)

CAPÍTULO IX. ANEXOS

9.1 Investigación Cualitativa: Cuestionario

Entrevistado	Experiencia
Pregunta 1	<p>Sobre MINCETUR recae una urgencia por alcanzar metas que generen incremento de divisas y turistas, así como del turismo interno y receptivo. Por otro lado, se observa que durante el desarrollo de esta actividad económica se presentan los siguientes obstáculos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los mecanismos de recaudación no son apropiados - El deterioro de los destinos turísticos viene en aumento por falta de coordinación entre MINCETUR, MINCUL, MINAM, Ministerio de Transportes y Comunicaciones y el Ministerio de Vivienda. <p>Entonces, la celeridad para alcanzar las metas no contempla que la explotación del destino turístico, en su mayoría, no se desarrolla en un marco del cumplimiento de una normativa que vela por la sostenibilidad del recurso.</p> <p>1.1 ¿Consideras que existen inconsistencias entre los planes estratégicos de turismo y la normativa que protege la sostenibilidad de la biodiversidad de nuestro patrimonio cultural?</p> <p>1.2 En el marco del turismo en las ANP, se establecen normas específicas sobre el tratamiento del recurso y la contribución para que éste sea sostenible, llegando al 96% de ecosistemas conservados al 2020. Entonces, ¿Cómo se puede replicar este ordenamiento para los demás destinos turísticos?</p> <p>1.3 ¿Qué riesgos principales se observan en los destinos turísticos que no cuentan con una normativa que busca una explotación sostenible?</p> <p>1.4 ¿Qué obstáculos se presentan actualmente que no permiten establecer una normativa coordinada entre las autoridades mencionadas anteriormente?</p> <p>1.5 ¿Cuál es el impacto y el costo generado por esta falta de coordinación a nivel nacional?</p>
Pregunta 2	<p>El turismo es una importante fuente de generación de empleo y es de naturaleza descentralizadora, así entonces se busca que el sector privado invierta en emprendimientos que atiendan al turista en destinos turísticos en todo el Perú para generar puestos de trabajo. Este objetivo decanta en que es necesario llegar a tener una estrecha relación entre el sector público y privado, en donde el sector público debe ofrecer beneficios para que el sector privado invierta.</p> <p>2.1 ¿A dónde debe apuntar la relación entre el sector privado y el sector público?</p> <p>2.2 ¿Cuáles son los mecanismos idóneos para establecer los beneficios que el sector privado necesita para promover escenarios de inversiones?</p> <p>2.3 ¿Qué objetivos concretos deben plantearse para que esta relación se fortalezca en el largo plazo?</p>
Pregunta 3	<p>Tomando en cuenta que las medidas aplicadas en el PENTUR (Plan Estratégico Nacional de Turismo) no han generado el crecimiento esperado, como sí lo ha logrado el PENX (Plan Estratégico Nacional Exportador):</p> <p>3.1 ¿Por qué crees que uno ha sido más exitoso que el otro? ¿Cuál sería el gran elemento diferenciador entre el PENX y el PENTUR?</p> <p>3.2 Las políticas de Estado definen lineamientos generales que orientan el accionar del Estado en el largo plazo a fin de lograr el bienestar de las personas y el desarrollo sostenible del país. Así, el PENX se apoya en la Política de Estado: Política de comercio exterior para la ampliación de mercados con reciprocidad aprobada el 22 de julio del 2002. Por otro lado, el sector turismo tiene el potencial de generar un gran aporte al PBI de Perú, impactando en una gran cadena productiva a nivel nacional ¿Crees que el Turismo amerita la implementación de una política de Estado propia, en base a la cual se desarrollarían políticas públicas que la sostengan?</p> <p>3.3 Debido a la influencia de los acuerdos y tratados comerciales internacionales se crea una Política de Estado exclusiva para el comercio exterior en donde se</p>

	<p>establece un esfuerzo conjunto para la inserción competitiva. Entonces, se puede inferir que las directivas internacionales nos exigen parámetros que finalmente nos han canalizado hacia el alcance de las metas de exportación. En este sentido, ¿Qué directivas y parámetros se deberían tomar en cuenta para establecer una Política de Estado exclusiva para la actividad económica de turismo?</p> <p>3.4 ¿En el Perú, realmente existe una directiva “sombrija” enfocada en la competitividad internacional relacionada al turismo?</p> <p>3.5 Dada la transversalidad del sector, ¿Cómo deben incorporarse otros sectores del Ejecutivo en la formulación de la política y medidas necesarias al sector turismo?</p>
Pregunta 4	<p>Alcanzar metas del sector implica ser competitivo frente a otros países y su oferta turística, entonces es importante desarrollar un perfil del turista adecuado con la finalidad de identificarlo y captarlo. Así entonces, Prom Perú ha desarrollado el “Perfil del potencial vacacionista digital post cuarentena” para el turista interno, en donde se estima que el turista optará por destinos de naturaleza, aventura y comunitario por sobre el urbano. Asimismo, se debe tomar en cuenta que hasta el 2019, las divisas generadas por el sector turismo representaban el 3.9% del PBI del Perú y el 4.6% del PBI de Lima, donde el aporte económico era mayor en la capital. Tomando en cuenta estas 3 premisas:</p> <p>4.1 ¿Consideras que el perfil realizado por Prom Perú se ajusta también al público receptivo?</p> <p>4.2 ¿Qué incorporarías como criterios de evaluación del perfil interno y receptivo?</p> <p>4.3 ¿Crees que es importante generar perfiles diversificados o es más importante concentrar los esfuerzos a un perfil específico para un producto específico?</p>
Pregunta 5	<p>En el PENTUR se establece que los Gobiernos Regionales son ejecutores de los Planes Estratégicos Regionales de Turismo. Por otro lado, la LOGR indica que los Gobiernos Regionales también deben Formular concertadamente, aprobar y ejecutar las estrategias y el programa de desarrollo turístico de la región. De acuerdo a la coyuntura política actual, y los resultados de gestión por parte de los Gobiernos Regionales, ¿qué cambios sugerirías sobre el establecimiento de estrategias, planes, su ejecución y control?</p>
Pregunta 6	<p>La Estrategia Nacional de Reactivación del Sector Turismo 2021 – 2023 indica que se fortalecerá la articulación público – privada jerárquicamente bajo los Gobiernos Regionales ¿Qué beneficios crees que debe aplicarse a las empresas privadas para invertir en iniciativas público – privadas a través de los GOREs y al mismo tiempo promoviendo la formalización?</p>
Pregunta 7	<p>Refiriéndonos al corto plazo en donde nuestra capacidad instalada para atender el turismo es limitada para la reactivación económica post COVID-19 y teniendo en cuenta que a nivel internacional ya se está dando la apertura gradual del turismo:</p> <p>7.1 ¿Qué medidas consideras indispensables e inmediatas para aplicar en el sector turismo en pro de la reactivación económica? ¿Y quiénes serían los responsables de liderar cada medida?</p> <p>7.2 Exclusivamente en la capital, donde se generaría la mayor cantidad de empleo inmediato, ¿Qué aportes se pueden lograr con el uso de la tecnología de cara a los microempresarios o potenciales emprendedores?</p> <p>7.3 ¿Cuál es la importancia de las adecuaciones sanitarias y tecnológicas que deben realizar los prestadores de servicios turísticos para adaptarse y fortalecer la oferta turística?</p>
Pregunta 8	<p>Tomando como ejemplo el desarrollo turístico de otros países que han logrado generar altos y crecientes ingresos a lo largo del tiempo, ¿qué intercambio de experiencias y conocimientos crees que debe incorporarse para elevar el nivel de las políticas públicas con la finalidad de lograr mayor competitividad?</p>

Pregunta 9	En el largo plazo, ¿Qué herramientas consideras que deben ser de acceso por parte de las MIPYMES (micro, pequeña y mediana empresa), para que éstos identifiquen productos y mejoras con la finalidad de aumentar la rentabilidad de sus inversiones?
Pregunta 10	En el marco político-social-económico actual, ¿qué recomendaciones sugerirías para afrontar riesgos o cambios que generen gran impacto en un futuro?
Pregunta 11	¿Qué criterios se deben tomar en cuenta para crear una oferta de desestacionalización de la demanda turística?
Pregunta 12	¿Cuáles serían los mecanismos y líneas de acción necesarias para incorporar a las Universidades y a los Organismos Internacionales como Aliados Estratégicos sobre la capacitación del sector privado?
Pregunta 13	A nivel internacional, ¿cuáles son los espacios de cooperación internacional más efectivos para poder desarrollar estrategias en bloque y/o multiproductos y otros que atraigan grandes mercados emisores? (Alianza Pacífico, OMT, CAN, OEA, etc)

9.2 Investigación Cualitativa: Entrevistados

Entrevistado	Experiencia
Paola Marín Gerente Comercial / <i>Licenciada de Administración Magister en Gestión Comercial y Marketing</i>	Directora de Facilitación y Cultura Turística en el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR (Feb 2019 – Dic 2020) Gerente Comercial y Negocios en JIR Ingenieros SAC (Set 2016 – Ene 2019) Sub Gerente – Gerencia Comercial / Planificación en Aeropuertos Andinos del Perú S.A. (Ene 2012 – Ago 2016) Coordinador Técnico de Promoción – Jefe de Promoción en el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) – Dirección General de Aeronáutica Civil (DGAC) (Ene 2008 – Ene 2012) Analista Comercial, Planeamiento Económico, Financiero en Lima Airport Partners SRL (LAP) (2003 – Ene 2008)
María del Carmen Roca Huamán <i>Licenciada de Administración</i>	Especialista en la Oficina de Inversiones – Oficina General de Planificación y Presupuesto en el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (mar 2021 – a la fecha) Directora de Innovación de la Oferta Turística en el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Set 2019 – Ene 2021) Coordinadora de Estudios de Preinversión en Plan COPESCO Nacional (Ene 2011 – Set 2019) Especialista en SNIP en la Empresa Municipal Administradora de Peaje de Lima (Oct 2008 – Dic 2009) Especialista en Planeamiento y Evaluador de Proyectos en la Municipalidad Provincial del Callao (Oct 2007 – Set 2008) Técnico Administrativo y Evaluador de Proyectos en la Municipalidad Metropolitana de Lima (Mar 2004 – Set 2007) Asesor externo en temas de Planeamiento y Plan de Acción en Municipalidades Distritales en Navarro + Calderón & Asociados (Jun 2003 – May 2004) Asistente Técnico en Racionalización en Municipalidad Distrital de San Juan de Lurigancho – Oficina de Planeamiento 8Mar 2002 – Dic 2002) Participante del Programa de Difusión del Proyecto Transporte Urbano “Lima Bus” (Ago 2002 – Dic 2002) Asistente Administrativa en ABC Viajes (Jun 2000 – Dic 2000) Practicante de contabilidad en Estudios Contables R&R (Ene 1999 – Mar 1999)
Laura Consuelo Valdivia Pacheco	Asesor para el Despacho Viceministerial de Turismo – MINCETUR (Oct 2019 – Dic 2020)

<p><i>Licenciada en Ingeniería Industrial</i> <i>Magister en Administración de Empresas</i></p>	<p>Coordinador de Dirección Ejecutiva – Plan COPESCO Nacional (Dic 2016 – May 2019) Apoyo administrativo – Gerencia de Planificación de la Gerencia General del Poder Judicial (Jun 2016 – Oct 2016) Administradora en Termo Sistemas SAC (Jul 2013 – May 2016) Gerente General en Yachachiq SAC (Abr 2012 – Nov 2013) Asesora de Post Privatización en la Agencia de Promoción de la Inversión – PROINVERSION (Ene 2009 – Mar 2011) Locación de servicios PNUD – Agencia de Promoción de la Inversión – PROINVERSION (May 2008 – Dic 2008). Coordinadora de Proyectos en el Instituto de Educación Superior Condoray (Mar 2004 – Dic 2005) Analista de desarrollo de productos del ISP: Terra Networks Peru S.A. (Ago 2000 – May 2001) Analista de Organización y Desarrollo en el Banco del País (May 1999 – Set 1999) Responsable del Departamento de Normalización del Banco República (Nov 1997 – Abr 1999) Apoderado adjunto de Organización y Métodos en el Banco República (May 1996 – Oct 1997)</p>
<p>Natalia Muñoz Najara <i>Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales</i></p>	<p>Experiencia en auditoría interna, con estudios y experiencia en comercio internacional y gestión pública gubernamental. Supervisión Financiera y Física en Programa Turismo Emprende –Dirección de Innovación de la Oferta Turística Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR (Jun 2019 – Ago 2020) Apoyo administrativo en Plan COPESCO Nacional – Ministerio de Comercio Exterior y Turismo– MINCETUR noviembre 2018 – mayo 2019 – Unidad de Ejecución de Obras (Mar 2018 – Nov 2018) Gerente Estratégica en Vara & Vara Trading S.A.C. (Mar 2017 – Dic 2017) Controller Comercial en Bon Voyage Logistics Perú S.A.C. (Dic 2015 – Nov 2016) Jefe Comercial en UTC Overseas Perú S.A.C. (Ene 2015 – Nov 2015) Jefe de Carga en CLI Proyectos S.A. (Abr 2014 – Dic 2014) Jefe Comercial en CLI Proyectos S.A. (Jun 2013 – Dic 2014) Sales Supervisor / Pricing en Andes Logistics del Perú S.A.C. (Sep 2012 – May 2013) Customer Service en Andes Logistics del Perú S.A.C. (Jun 2012 – Ago 2013) Accounting Controller en A. Hartrodt Perú S.A.C. (Nov 2011 – Mar 2012) Customer Service en A. Hartrodt Aduanas S.A.C. (May 2010 – Oct 2011) Analista de Proyectos en Inversiones RAL S.A.C (Mar 2008 – Nov 2009) Jefe de Administración y Finanzas en Jet Air Service Perú S.A.C. (Jas Forwarding) (Feb 2007 – Mar 2008) Customer Services en Jet Air Service Perú S.A.C. (Jas Forwarding) (Feb 2004 – Ene 2007)</p>