atrás

Plan Estratégico Nacional de Turismo
PENTUR (2005 - 2015)



Decreto Supremo Nº 016-2004-MINCETUR

:: Misión del PENTUR

Organizar, promover y dirigir el desarrollo sostenible y competitivo de la actividad turística del Perú, mediante procesos integradores, concertados y descentralizados, impulsando el desarrollo económico y social, generando empleo digno que mejore la calidad de vida de la población y garantizando la valoración y conservación del patrimonio nacional histórico, natural y cultural.

:: Objetivo General

Alcanzar el Desarrollo Sostenible del Turismo en el Perú del Turismo en el Perú**.**

:: Objetivos Estratégicos

1. Desarrollar una oferta turística competitiva y sostenible.

1.1. Innovación, desarrollo y consolidación de productos turísticos competitivos con la participación de todos los actores.

1.1.1. Identificar los productos turísticos que cuenten con una adecuada oferta de servicios é infraestructura de manera que puedan ser promocionados en los mercados interno é internacionales.

1.1.2. Identificar los productos turísticos que cuenten con potencial para ser comercializados, así como las necesidades de infraestructura básica y de servicios que éstos presentan.

1.1.3. Crear un programa de certificación de calidad de los servicios y productos turísticos.

1.1.4. Promover la creación de redes de productos turísticos a nivel nacional, que permitan desarrollar sinergia entre empresarios y personas interesadas en los distintos segmentos de mercado turístico internacional.

1.1.5. Implementar un programa de fortalecimiento a PYMES turísticas.

1.2. Fortalecimiento de los recursos humanos vinculados a la actividad turístico a través de la capacitación permanente.

1.2.1. Diseñar e implementar un programa nacional de capacitación y formación en turismo.

1.2.2. Diseñar y ejecutar un programa de capacitación a gobiernos locales en temas de gestión del turismo y otros conexos a la actividad turística en sus localidades (p.e. atención de quejas, información turística, planeamiento turístico, ordenamiento territorial, manejo de sitios, entre otros).

1.2.3. Implementar un programa de Certificación de Competencias Laborales.

1.3. Promover la mayor y mejor accesibilidad hacia el Perú desde el exterior, de forma descentralizada; e implementar la conectividad interna aérea, marítima, fluvial y terrestre de los circuitos turísticos.

1.3.1. Implementar el Programa Nacional de Señalización Turística.

1.3.2. Ejecutar mediante una alianza público-privada el programa de "Desarrollo de rutas aéreas" que permita convertir a Lima en un HUB regional e incrementar las rutas internacionales hacia el Perú.

1.3.3. Desarrollar un programa que fortalezca los servicios y la infraestructura de los aeropuertos regionales.

1.3.4. Diseñar y desarrollar un programa nacional de infraestructura vial, marítima y fluvial, así como de servicio aerocomercial con fines turísticos.

1.4. Garantizar y promover una gestión ambientalmente sostenible del turismo en el Perú.

1.4.1. Diseñar e implementar un programa descentralizado y concertado que asegure y priorice la recuperación, protección, puesta en valor y sostenibilidad de los monumentos arqueológicos del país.

1.4.2. Crear mecanismos de participación comunitaria en la toma de decisiones, planificación, desarrollo y beneficios derivados de la actividad turística.

1.4.3. Promover programas y proyectos de investigación para la preservación, conservación, aprovechamiento y manejo sustentable de los espacios naturales con fines de aprovechamiento turístico.

1.4.4. Promover el uso, por parte de los prestadores turísticos, de las mejores tecnologías disponibles en el manejo de las aguas servidas, drenaje y desechos sólidos, fuentes de energía alternativa y procesos inhibidores de contaminación.

1.4.5. Desarrollar programas de capacitación en temas de protección ambiental y promoción del turismo sostenible, dirigidos a prestadores de servicios turísticos, sociedad civil, gobiernos regionales y locales, así como a otros actores de los sectores público y privado vinculados a la actividad turística.

1.5. Establecimiento de un marco normativo estable, que promueva el desarrollo del sector y el uso racional y conservarción de los recursos turísticos.

1.5.1. Revisión del marco normativo del sector turismo y normas vinculadas al mismo.

1.5.2. Revisar la Ley para el desarrollo de la actividad turística, Ley 26961, a los objetivos y estrategias planteadas por el PENTUR.

1.5.3. Revisar las normas reglamentarias de los prestadores de servicios turísticos así como los proyectos elaborados para su actualización en el marco del PENTUR.

1.5.4. Adecuar la Ley que crea el Fondo de Promoción y Desarrollo Turístico Nacional a los objetivos y estrategias planteadas por el PENTUR.

1.5.5. Difundir y supervisar la aplicación del marco normativo establecido en materia de turismo.

1.5.6. Elaborar, adecuar, proponer y ratificar, según corresponda, los instrumentos legales que permitan la consolidación de un turismo ambientalmente responsable.

1.6. Promoción de la inversión pública y privada en el desarrollo de infraestructura básica y puesta en valor de los recursos turísticos, asi como de planta turística.

1.6.1. Desarrollar el programa de concesiones de servicios e infraestructura turística en el entorno de monumentos arqueológicos, áreas naturales protegidas, bosques de protección, entre otros.

1.6.2. Implementar un banco de proyectos en turismo y desarrollar acciones para su difusión entre el sector público, privado y sociedad en general.

1.6.3. Impulsar la creación de políticas e instrumentos económicos y financieros que faciliten el desarrollo de empresas turísticas sustentables.

1.7. Desarrollo y promoción de las manifestaciones culturales del Perú, con especial énfasis en la artesanía, la gastronomía y el folclor.

1.7.1. Incorporar el componente artesanía en la normativa para el sector turismo y en los proyectos de desarrollo de productos turísticos.

1.7.2. Integrar la artesanía, como elemento clave en el diseño de los planes de promoción y publicidad de la imagen Perú y los productos turísticos.

1.7.3. Diseñar y ejecutar un programa para incorporar los pueblos o conglomerados de artesanos a los circuitos turísticos. Deben ser un componente importante para enriquecer el turismo vivencial y rural.

1.7.4. Impulsar el diseño y desarrollo de productos turísticos que involucren la gastronomía, la artesanía y el folclore tales como rutas gastronómicas, artesanales, entre otras.

2. Desarrollar una cultura turística que garantice la seguridad del visitante, una visión y valores compartidos e impulse las buenas prácticas en la prestación de los servicios turísticos.

2.1. Incorporacion de contenidos turisticos sostenibles en el sistema curricular de la educación peruana.

2.1.1. Implementar el programa de incorporación de contenidos turísticos en el currículo educativo por regiones.

2.1.2. Diseñar e implementar los programas de incorporación de contenidos turísticos en:

- la formación docente de educación escolar.
- en carreras relacionadas y afines con el desarrollo turístico.
- en la carrera diplomática.

2.2. Fortalecimiento de la concientización turística a nivel nacional.

2.2.1. Diseñar un programa nacional de sensibilización turística a nivel de sector privado de turismo y población en general.

2.2.2. Desarrollar programas de capacitación sobre técnicas de atención al cliente, dirigidos al personal de contacto con los turistas en terminales de transporte aéreo, terrestre y otros.

2.2.3. Desarrollar planes y programas tendientes a promover y difundir una cultura de respeto al medio ambiente, los recursos naturales y el Patrimonio Cultural de la Nación, fortaleciendo así la identidad nacional.

2.3. Difucion de las Buenas Practicas en turismo para que sean adoptadoas por las instituciones públicas y empresas privadas del sector.

2.3.1. Identificar en el ámbito de la actividad turística ejemplos de Buenas Prácticas.

2.3.2. Desarrollar un portal web que permita difundir las experiencias de Buenas Prácticas en el sector turístico peruano e internacional así como crear un espacio de discusión acerca de las mismas, proveyendo de información a los interesados en imitar dichas prácticas.

2.3.3. Desarrollar programas de capacitación y sensibilización para la prevención de la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes.

2.4. Sistema integral de informacion, seguridad y proteccion al turista, con participacion ciudadana.

2.4.1. Diseñar e implementar un sistema nacional de información turística que integre los esfuerzos existentes y estandarice el servicio a nivel regional y local.

2.4.2. Crear un "Comité de Crisis" que integre a autoridades, sector privado y consulados para la atención de casos de delitos y/o accidentes sufridos por los turistas extranjeros en el país.

2.4.3. Desarrollar un Programa Nacional de Seguridad Turística, que involucre comunidades, autoridades locales y empresarios, y contemple acciones tanto preventivas como correctivas con relación a los hechos que involucren turistas.

2.4.4. Incrementar el número de efectivos de la División de la Policía de Turismo y Ecología a nivel nacional.

3. Fortalecer las instituciones vinculadas con la actividad turística.

3.1. Inserción del turismo como Politica de Estado de corto, mediano y largo plazo, mediante acciones concretas.

3.1.1. Incorporar al turismo como una política específica en el "Acuerdo Nacional".

3.1.2. Fortalecer el sector Turismo dentro del Plan Nacional de Competitividad.

3.1.3. Desarrollar un programa de comunicación del sector público de turismo

dirigido a los demás sectores del Estado vinculados con la actividad turística.

3.2. Fortalecimiento de las organizaciones gremiales a fin que impulsen la competitividad y sostenibilidad turística entre sus miembros.

3.2.1. Fortalecer la estructura orgánica de las organizaciones gremiales de manera que existan adecuados niveles de coordinación entre ellos.

3.2.2. Impulsar el desarrollo de canales de comunicación gremial transparentes que permitan a los asociados contar con información de interés para el desarrollo de sus actividades, incluyendo oportunidades de negocio y proyectos..

3.2.3. Ampliar la participación de empresas proveedoras de servicios turísticos en una página web a través del portal de PROMPERU para la comercialización de sus servicios.

3.2.4. Sensibilizar a las organizaciones gremiales sobre la importancia del buen desempeño ambiental de sus miembros.

3.3. Fortalecer los gobiernos locales y regionales, para mejorar su capacidad de gestión en turismo.

3.3.1. Implementar un programa de asistencia técnica a gobiernos locales y regionales en materias vinculadas al turismo.

3.3.2. Brindar asesoramiento técnico a gobiernos locales y regionales en la formulación y ejecución de proyectos vinculados a la actividad turística.

3.3.3. Impulsar alianzas estratégicas entre el gobierno central, los gobiernos regionales y locales a fin de impulsar la ejecución conjunta de proyectos de desarrollo turístico.

3.4. Brindar un adecuado soporte a la toma de decisiones del sector público y privado de turismo.

3.4.1. Implementar las recomendaciones que surjan de la primera Cuenta Satélite de Turismo en ejecución.

3.4.2. Difundir los principales indicadores de turismo planteados por la primera experiencia de Cuenta Satélite de Turismo

3.4.3. Desarrollar e implementar el Sistema de Información para la Gestión Turística (SIGTUR) y regionalizarlo.

3.4.4. Diseñar y elaborar indicadores regionales de turismo.

3.4.5. Diseñar e implementar estudios específicos de turismo desde el punto de vista de oferta, demanda y canales de distribución.

3.5. Alianza estratégica y mejora de los canales de comunicación entre gremios y sector público, para el intercambio de información oportuna y confiable.

3.5.1. Desarrollar un sistema de comunicación confiable que permita obtener información acerca de las actividades desarrolladas por las empresas turísticas en el ámbito nacional.

3.5.2. Implementar un Centro de Información y Documentación de Turismo a través de una alianza público-privada.

3.6.Mejora de los canales de comunicación entre las instituciones del sector turismo y el Congreso de la Republica.

3.6.1. Desarrollar reuniones sistemáticas del sector turismo (público y privado) con la Comisión de Comercio Exterior y Turismo del Congreso de la República.

3.6.2. Implementar un canal de comunicación permanente entre el sector público de turismo y el Congreso de la República.

3.6.3. Desarrollar una campaña de sensibilización sobre la importancia del sector turismo, dirigida a los congresistas de la República.

4. Incrementar de manera sostenida la demanda del turismo receptivo a fin de generar mayor ingreso de divisas al país, asi como el turismo interno a fin de asegurar una redistribucion de los recursos a nivel nacional.

A. TURISMO RECEPTIVO

4.1. Focalización de la promoción turística en los mercados prioritarios y potenciales.

4.1.1. Investigar, mediante estudios de mercado y otras técnicas, los mercados turísticos prioritarios y potenciales.

4.1.2. Evaluar la demanda potencial en los mercados identificados con relación a la oferta turística peruana.

4.1.3. Identificar los segmentos especializados de la demanda potencial de los mercados tanto prioritarios como prioritarios con relación a la oferta turística Peruana.

4.1.4. Monitorear y evaluar los resultados obtenidos y la retroalimentación de los procesos de mercadeo.

4.2. Posicionamiento del Perú como destino turístico a través de la acciones de promoción de los diversoscanales de ditribucion: ferias, workshops, seminarios, festivales gatronómicos, fam trips, press tours.

4.2.1. Educar "como vender Perú" a través de seminarios y visitas directas a los operadores extranjeros con el propósito que incluyan el destino Perú en sus catálogos para una futura difusión y comercialización.

4.2.2. Realizar bolsas de negociaciones entre el sector privado nacional e internacional para facilitar la comercialización de los productos turísticos peruanos.

4.2.3. Realizar viajes de familiarización dirigidos a mayoristas y tour operadores internacionales para que conozcan in situ los servicios y productos turísticos del Perú.

4.2.4. Participar en ferias internacionales así como en ferias especializadas en los diversos mercados para promocionar la imagen y comercialización.

4.2.5. Realizar viajes de familiarización para la prensa internacional para promocionar y difundir los atractivos turísticos del Perú a través de los diversos medios de comunicación.

4.2.6. Realizar festivales gastronómicos en los diversos mercados con el propósito de difundir la gastronomía peruana.

4.3. Posicionamiento del Perú como destino turístico en los mercados prioritarios y potenciales identificados.

4.3.1. Desarrollar campañas de publicidad en los diferentes medios de comunicación de los mercados prioritarios y potenciales.

4.3.2. Utilizar los servicios de relaciones públicas como medio de apoyo a las acciones de los canales de distribución.

4.3.3. Fortalecer el uso del internet como medio de información y difusión del turismo peruano.

4.3.4. Publicitar en los transportes urbanos de los mercados prioritarios los diferentes destinos turísticos del Perú

4.4. Posicionamiento de la marca turistica "Perú" en los mercados prioritarios y potenciales identificados.

4.4.1. Desarrollar e incorporar el concepto "Perú" en las distintas actividades promocionales y material promocional.

4.4.2. Crear distintos eslóganes que acompañen la marca "Perú" y apoyen la promoción segmentada de los distintos mercados.

4.4.3. Monitorear y evaluar el posicionamiento de la marca "Perú" en los mercados prioritarios y potenciales.

4.5. Alianzas estratégicas entre el sector público y el sector privado para participación en actividades de promoción turística.

4.5.1. Desarrollar programas copromocionales sector público -privado nacional e internacional.

4.5.2. Apoyar a los gremios turísticos en la realización de programas promocionales organizados por los mismos.

4.5.3. Propiciar la participación del sector privado en los comités o foros en los que se tomen decisiones en materia de promoción turística.

4.5.4. Llevar a cabo acciones promocionales con líneas aéreas internacionales que colaboren a incrementar las frecuencias y rutas aéreas hacia el Perú.

4.6. Fortalecimiento de las embajadas y consulados del Perú en el exterior para lograr una eficaz ejecución de las acciones de promoción.

4.6.1. Desarrollar un programa para capacitación para los funcionarios diplomáticos y de oficinas comerciales acerca de la oferta turística y promoción turística del Perú.

4.6.2. Coordinar con las representaciones diplomáticas y comerciales del Perú en el exterior para lograr una eficaz labor en la ejecución de acciones de promoción.

4.6.3. Establecer canales de comunicación permanentes entre las representaciones diplomáticas, las oficinas comerciales y la Comisión de Promoción del Perú (PROMPERU).

B. TURISMO INTERNO

4.7. Promoción del turismo interno a nivel intrarregional e interregional.

4.7.1. Promocionar nuevos circuitos turísticos, a propuesta de las autoridades nacionales, regionales, locales o gremios empresariales.

4.7.2. Realizar el Programa de Promoción de turismo interno dirigido a los consumidores finales.

4.8. Fortalecimiento de capacidades a nivel nacional en materia de mercado turístico.

4.8.1. Desarrollar un Programa de asistencia técnica en materia de canales de distribución y socios estratégicos con tour operadores, agencias y otros prestadores de servicios turísticos.

4.8.2. Realizar el Programa de Asesoramiento a Regiones en materia de mercadeo turístico (Talleres de Herramientas de Marketing para autoridades Locales, Regionales y empresarios turísticos).

4.8.3. Apoyar la Comercialización de los productos turísticos de turismo interno.

4.9. Alianzas estratégicas entre el sector público y el sector privado para participación en actividades de promoción turística.

4.9.1. Desarrollar programas copromocionales sector público - privado.

4.9.2. Apoyar a los gremios turísticos en la realización de programas promocionales organizados por los mismos.

4.9.3. Asegurar la participación del sector privado en los comités o foros en los que se tomen decisiones en materia de promoción turística.

4.9.4. Llevar a cabo acciones promocionales con líneas aéreas nacionales y empresas de transporte terrestre interprovincial que colaboren a mejorar la conectividad interna del Perú.

:: ANEXO 1

1. Constituyendo la ventajas comparativas del Perú 1994, Monitor Company

2. Plan maestro de desarrollo turístico nacional en la República del Perú 1999, JICA-MINCETUR

3. Programa de desarrollo integrado del turismo en el Perú 1999, PRODITUR-BID

4. Proyecto de mejora del sector turismo en la comunidad andina 2003, CAF-Mazzars Consulting

5. Conclusiones del X congreso nacional de turismo del Perú 2004

:: ANEXO 2

1. Marco teorico de competitividad: El cluster de turismo

2. El modelo de desarrollo de turismo especializado razonablemente masificado

:: BASES ESTRATEGICAS

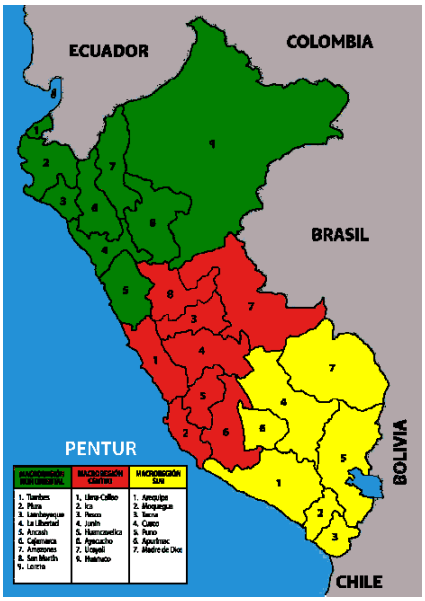
PERÚ: Plan Estratégico Nacional de Turismo 2005 - 2015
BASES ESTRATEGICAS - Archivo zip (76.5 MB)

:: ZONAS TURISTICAS

1. Zona Nor-Oriental:
Tumbes, Piura, Lambayeque, La libertad, Ancash, Cajamarca, Amazonas, San Martin, Loreto.

2. Zona Centro:
Lima-Callao, Ica, Pasco, Junín, Huancavelica, Ayacucho, Ucayali, Huánuco.

3. Zona Sur:
Arequipa, Moquegua, Tacna, Cusco, Puno, Apurímac y Madre de Dios.



Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR
Calle Uno Oeste 050, Urb Corpac - San Isidro
Central Telefónica: 513 - 6100
Correo: pentur@mincetur.gob.pe