

Esquema para el diseño de un Plan Nacional de Desarrollo Turístico

JAVIER ELESCANO GALARZA
jelescano@terra.com

Licenciado en Turismo y Hotelería, Post Grados en España y México. Director General del Instituto Superior Andina de Turismo y Docente de la Facultad de Ciencias Administrativas Escuela de Turismo UNMSM.



FUNDAMENTACIÓN

El turismo como actividad socioeconómica cultural de carácter multisectorial, presenta una problemática compleja que se puede analizar tomando como referencia varios campos de acción, entre ellos los que pueden dar un claro ejemplo de su concepción, estudio, análisis y alternativas de solución, en este caso se toma la Planificación en Turismo, en sus diversas modalidades y ámbito de acción, que como sabemos es la base para la elaboración de un Plan de Desarrollo Turístico.

Es importante señalar primeramente que "El Plan" es el resultado de la voluntad política del Estado y producto de un gran esfuerzo de participación social, es el instrumento que permite dar coherencia a las acciones del sector público, crear el marco para inducir y concertar la acción de los sectores social y privado.

Debido a la complejidad de los retos derivados de la crisis e incertidumbre acerca de la evaluación interna en lo político, económico y social de nuestro país, se hace indispensable que el Plan mantenga la flexibilidad suficiente para responder con oportunidad y precisión, y en el marco de la orientación estratégica deseada, a las cambiantes condiciones internas y externas que se pueden dar en el denominado Negocio de los Viajes y el Turismo.

CONTENIDO

En un Plan de Desarrollo Turístico debe tomarse en cuenta dos partes importantes;

- a) La presentación del Diagnóstico General del Sector Turístico, don-

Es el instrumento que permite dar coherencia a las acciones del sector público, crear el marco para inducir y concertar la acción de los sectores social y privado.



de se tendrá en cuenta principalmente lo siguiente:

- Aspectos generales (énfasis en lo social y económico)
- Organización institucional (público y privado)
- Análisis de la oferta (objeto del turismo)
- Análisis de la demanda (sujeto del turismo)
- Promoción y comercialización
- Inversión y financiamiento

b) El Plan de Desarrollo, que deberá contener:

- La Política Nacional y Sectorial de Desarrollo Turístico que tenga por finalidad lograr

un desarrollo integral del sector y a través de él, ser un elemento coadyudante en el proceso de desarrollo socioeconómico del país.

Uno de los problemas que tiene nuestro país es no saber diferenciar lo que es “crecimiento” y “desarrollo”. En el primero el ámbito es sólo el económico y en el segundo es el económico y lo social (distribución del ingreso nacional y el aspecto social y calidad de vida). El ejemplo para el turismo es muy claro, lo que ha sucedido específicamente en el Cusco y en general en el país, donde se ha tratado de incre-

mentar el turismo receptivo y el ingreso de divisas, sin tener en cuenta los beneficios que éste debería otorgar a la población en general.

- Los objetivos a alcanzar a corto, mediano y largo plazo donde se tenga en cuenta lograr el incremento en la producción, la mejor distribución del ingreso nacional y el mejoramiento de la calidad de vida de la población (se determina en función de aspectos tanto objetivos como subjetivos).

A continuación se mencionan algunos objetivos que deberían tomarse

en cuenta en un Plan Nacional de Desarrollo Turístico:

- a) Generación de Producto Bruto Interno en forma directa o indirecta, basado principalmente en los servicios turísticos, con un alto grado de valor agregado.
- b) Generación de divisas, promoviendo el incremento del turismo receptivo, de los mercados emisores convenientes.
- c) Generación de empleo, a nivel sectorial y multisectorial utilizando mano de obra directa e indirecta en forma intensiva en el negocio de los viajes y el turismo.
- d) Adecuación de la organización institucional a la nueva división política, teniendo en cuenta las características del turismo receptivo, egresivo, interno y social.
- e) Generación de inversiones, promoviendo el desarrollo de la estructura turística, que influyen sobre la producción, empleo y balanzas de pagos, y con efectos sobre el ingreso

nacional e inversiones multi-sectoriales.

- f) Apoyo para el desarrollo de las Empresas de Atención al Visitante y Empresas de Servicio al Viajero, creando mecanismos y estímulos de especialización, según el caso.
- g) Creación de un Fondo Nacional de Inversiones Turísticas



para el fomento, desarrollo y mejoramiento de la Planta Turística.

- h) Lograr que el organismo oficial de turismo sea fundamentalmente de apoyo y asistencia técnica, tratando que las funciones de control y supervisión estén a cargo de los gobiernos regionales y locales.
- i) Revisión de las normas y reglamentos existentes, para su modificación o eliminación en

caso necesario, teniendo en cuenta el turismo contemporáneo dentro de la globalización.

- j) Analizar y evaluar las conveniencias de afiliación a los organismos internacionales de turismo, para determinar si éstas son de ventaja técnica y profesional para el país.

- k) Propiciar la integración, identidad y solidaridad nacional a través de la promoción y desarrollo del Turismo Interno y Social.

- l) Apoyar la integración y desarrollo turísticos de los países de la Comunidad Andina, para lograr la integración física, promoción, comercialización y facilitación adecuadas.

- m) Adecuación de la Promoción y Comercialización con los modernos sistemas de informática y telemática para obtener máximos resultados con mínimo costos.
- n) Creación de una imagen-objetiva del país (marca) en el exterior a través del turismo internacional, para ayudar y mejorar la imagen de nuestro país.

- o) Fomentar el desarrollo de las actividades turísticas en las regiones y localidades, asegurando su identidad y bienestar en cada una de ellas.
- p) Ejecutar coordinaciones y acciones a nivel multisectorial para otorgar facilidades al visitante durante su ingreso, permanencia y salida en nuestro país.
- q) Establecer acciones y medios para la preservación y conservación del Patrimonio Cultural y Patrimonio Natural explotados por el turismo.
- r) Profesionalización de la actividad turística dándole prioridad a los aspectos de capacitación, y en la formación profesional incidir en la racionalización y calidad académica principalmente.

implementarse por los gobiernos regionales y locales, tomando como base la planificación participativa.

- El documento sirva de base para coordinar, concertar y ejecutar las acciones entre los diferentes niveles del sector turístico nacional, regional y local, así como otros

Entre los objetivos este documento sirva de base para coordinar, concertar y ejecutar las acciones entre los diferentes niveles del sector turístico nacional, regional y local.

1. El análisis e implementación de los aspectos de la política de desarrollo nacional y/o regional establecida por el gobierno, que tenga relación directa o indirecta con el sector turismo.
2. El diagnóstico cualitativo y cuantitativo del turismo en el país, esto se realizará a través del análisis de la oferta y la demanda.
3. Los dos aspectos anteriores serán compatibilizados para poder definir la "Política Nacional de Desarrollo Turístico" que servirán de orientación básica para la determinación de los Programas y Proyectos específicos (objetivos, estrategias y prioridades de acción).
4. Finalmente, se establecerá un conjunto de programas a nivel nacional y se definirá Programas y Proyectos Regionales, que servirán como marco operativo de criterios de política previamente determinados por éstas.

Cabe notar que el presente documento deberá considerarse como el Plan General de Desarrollo Turístico, que estará conformado por el Plan Nacional y el conjunto de Planes Regionales formulados por las regiones del país; así mismo, con el Plan Maestro de Desarrollo Turístico Nacional en la República del Perú,

OBJETIVOS

- El documento sirva al MITINCI para informar al sector privado respecto a los lineamientos que deberán orientar al desarrollo del turismo de nuestro país (Fomento, Promoción y Desarrollo).
- Hacer de conocimiento el marco dentro del cual deberá definirse el conjunto de acciones e

organismos e instituciones del sector público y privado que tienen relación directa o indirecta con la actividad turística.

METODOLOGÍA

El Plan Nacional de Desarrollo Turístico se formulará a través de un proceso metodológico que consta de cuatro pasos fundamentales:

elaborado por la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA).

Finalmente, se debe tener en cuenta las metas de resultados, ya sean éstos directos o indirectos, los aspectos siguientes:

- a) Disponibilidad de bienes y servicios, aquí se incluyen los objetivos de mínimo bienestar, la autosuficiencia alimentaria y energética, tanto para la población permanente y para la población "flotante" (visitantes).
- b) De empleo, ocupación que se pretende alcanzar sin incluir la generada en otros sectores o en el mismo, como consecuencia de la demanda. Se incluye aquí la generación de empleos creados por la construcción de la infraestructura general y estructura turística (planta turística).
- c) De Eficiencia, indican el grado de racionalidad o productividad con el que se propone utilizar los recursos del sector, región y país. Es importante mantener el equilibrio entre la puesta el valor de los atractivos y el medio ambiente del lugar, así como la calidad-precio del producto turístico.

d) De Justicia Distributiva, a quienes se pretende beneficiar con la producción y empleos generados por el sector, tanto por grupos sociales como por regiones.

No basta la determinación de un Plan, si es que no se aplica los elementos de la Planificación del Desarrollo Turístico que permitan la "jerarquización", "concertación" y "desarrollo"

Finalmente se debe indicar que no basta la determinación de un Plan, si es que no se aplica los elementos de la Planificación del Desarrollo Turístico que permita la "jerarquización", "concertación" y "desarrollo" del tu-

rismo en el Perú. Es necesario hacer entender y comprender el porqué es importante la elaboración de un Plan de Desarrollo Turístico, ya que la Actividad Turística está entrando en una edad en la que:

- Los viajes, los movimientos turísticos y el gasto están aumentando continuamente;
- También aumenta la competencia entre las regiones o países de destino;
- Se están conociendo mejor los crecientes efectos del turismo, sean económicos, socioculturales o ambientales, y se les está prestando mayor atención;
- El consumidor está mejor informado acerca de los destinos turísticos y de las opciones de viaje y es más exigente a la hora de elegir entre los diver-



Los productos y servicios turísticos;

- Las transacciones del mercado del turismo están dominadas por la tecnología e informática, especialmente en los aspectos de información, comercialización, y de sistema de reserva.

Como resultado de estos factores se concluye que para tener éxito en el negocio de los viajes y el turismo para este milenio se deberá tener en cuenta una forma y escala de turismo que:

- Sea asimilable por el país receptor y por su población (con efectos negativos mínimos en materia sociocultural y ambiental);
- Contribuya de manera significativa al desarrollo económico de los países de destino;
- Permita a los inversores y operadores del campo de los viajes y del turismo obtener un rendimiento satisfactorio de su capital; y
- Brinde al turista una experiencia enteramente satisfactoria.

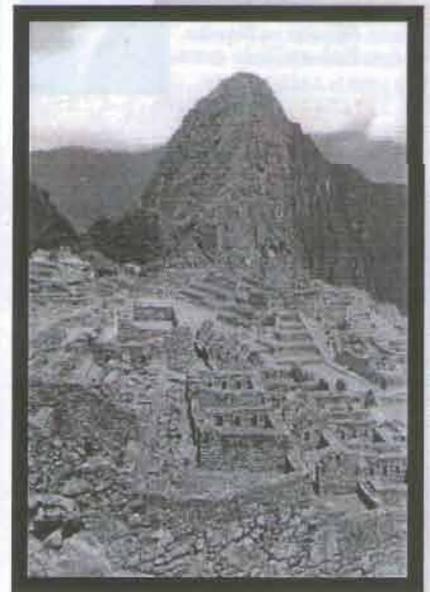
Para alcanzar esta situación ideal se deberá mejorar los conocimientos y la capacidad de los funciona-

rios de turismo y de los operadores del sector; así mismo se consolide la voluntad política de trabajar juntos. Los campos en que se ha de producir la mejora y la expansión son fundamentalmente:

1. La planificación general e integrada del desarrollo turístico, y la que deriven unas estrategias de desarrollo completas y claras (y los instrumentos de ejecución y control que fueren necesarios);
2. La colaboración y trabajo concertado entre el sector público y privado, estableciendo canales de consulta y programas conjuntos de actividades entre el organismo oficial de turismo (y otros organismos de la administración, si procede) y los operadores de viajes y de turismo;
3. La cooperación regional y local, que abarcará aspectos tan variados como el establecimiento de unos estándares comunes y la promoción turística de la región y de la localidad.

4. La elaboración de un Plan Integral de Marketing del país, teniendo como base dos objetivos por alcanzar: a) "Vender" el Perú es negocio, y b) Experiencia inolvidable.

5. La planificación educativa en el sector, sobre la base del conocimiento de las necesidades de recursos humanos, para la adecuada formación profesional y capacitación (actualización, especialización, y constante perfeccionamiento)



BIBLIOGRAFIA

- | | |
|--|--|
| - Hernández Díaz, Edgar Alfonso
"Planificación Turística" | - García Villa, Adolfo
"Planificación y Evaluación del Turismo" |
| - Acerenza, Miguel Angel
"Administración del Espacio Turístico" | - Molina E. Sergio y Rodríguez Abitia, Sergio
"Planificación Económica del Turismo" |
| - Bouillon Roberto
"Planificación del Espacio Turístico" | - Jiménez, Alfonso
"Turismo Estructura y Desarrollo" |
| - Casasola Luis
"Turismo y Ambiente" | - Meneses, Max
"Introducción a la Planificación" |