

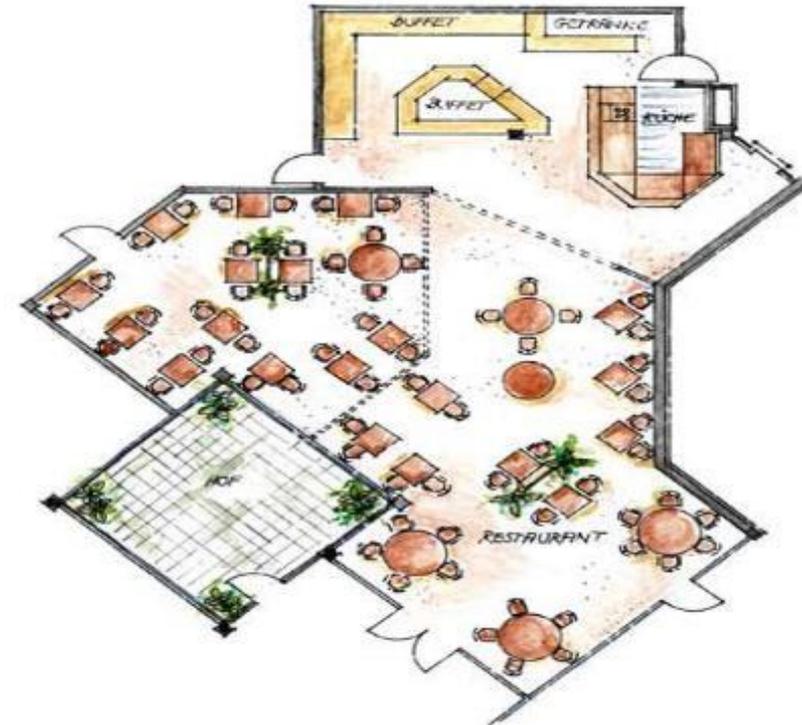


## Sector Público y el modelo de Gestión Publico-Privado de Destinos

Federico Murrugarra V.  
Mompox, Noviembre de 2017

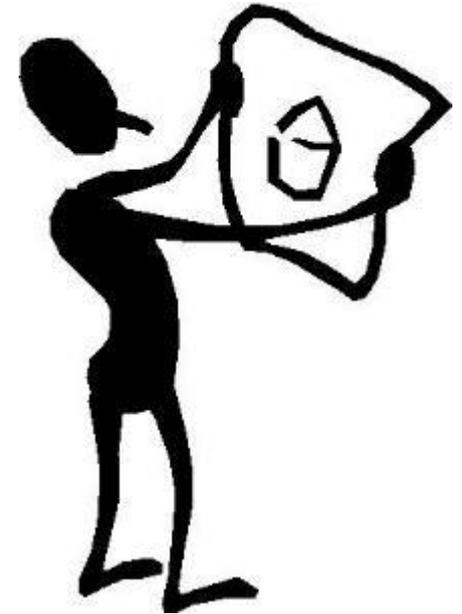
# Gestión de Destino

- ¿Qué es un Destino?
- ¿Qué es Gestión de Destinos?



# Gestión de Destino

- El turismo requiere de una **gestión coordinada** basada en una **visión colectiva** y una fuertes **alianzas**.
- La Gestión del destino debe diseñar **estrategias**, multidisciplinarias e intersectoriales – para el turismo.
- Los actores asumen **responsabilidades** individuales y/o institucionales...
- Pero **de manera coordinada**, con el fin de implementar las políticas definidas a nivel macro.



# Etapas para implementar Gestión de Destinos

1. Identificar y caracterizar el Destino mediante Flujos de Visitantes.
2. Identificar y convocar a los actores
3. Planificar la Gestión del Turismo
4. Organizarse para la Gestión del Turismo

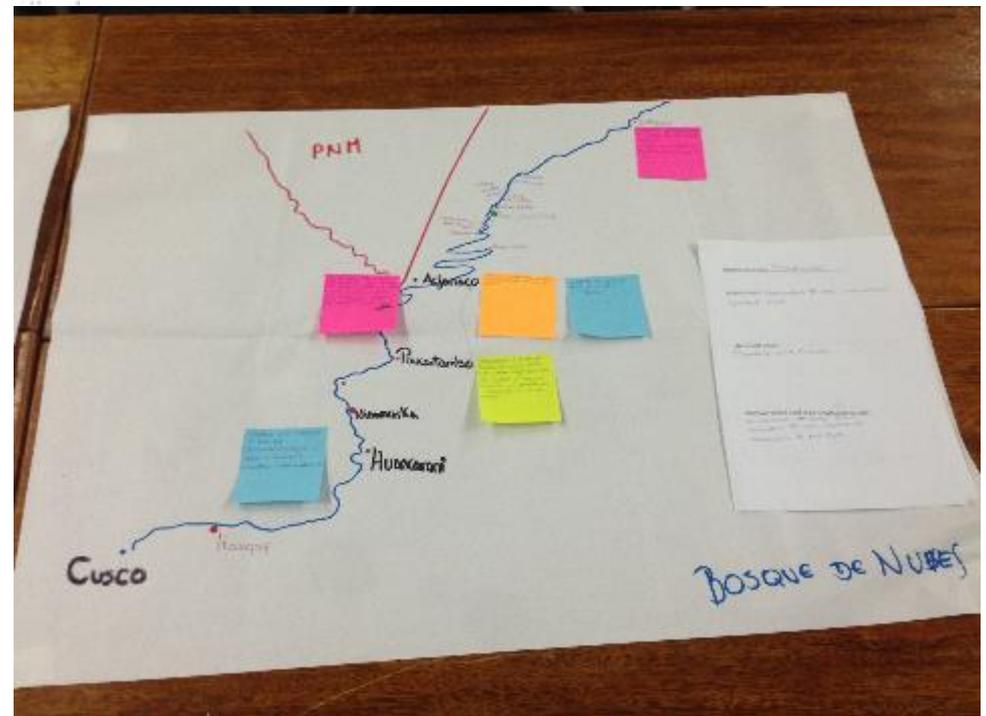
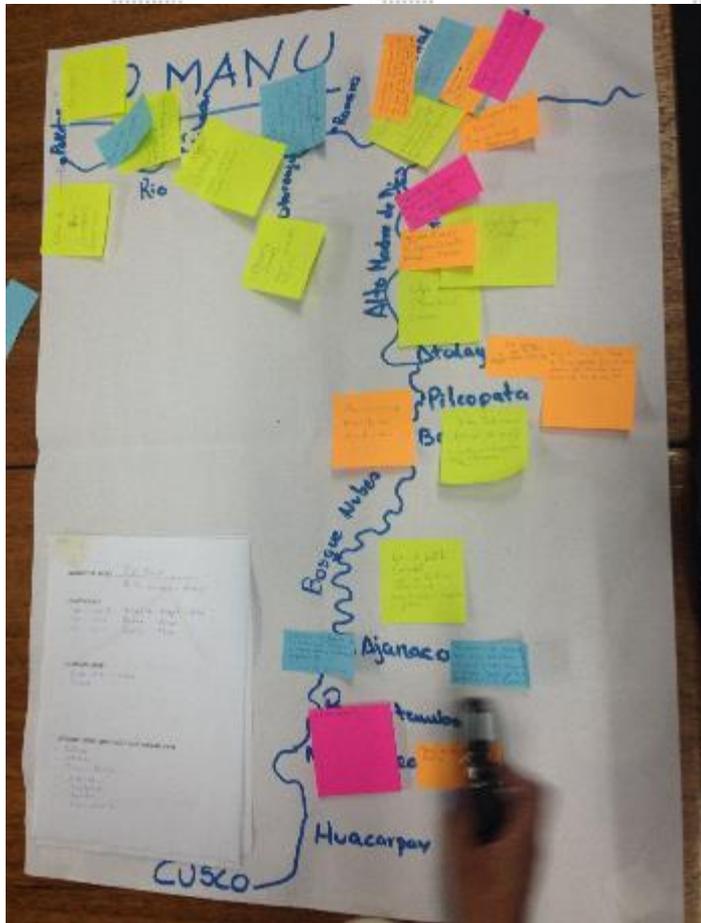


# 1. Caracterizar el Destino

- Diagnostico:
  - Componentes del Destino.
  - Oferta: Los productos y experiencias que se ofertan.
  - Demanda: Identificamos flujos de visitantes para definir mercados y perfiles.
  - Contexto geográfico y político.
  - PARTICIPATIVO CON ACTORES CLAVE



# 1. Caracterizar el Destino



# Caracterización de la Oferta Turística

## San Martín



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Destino	Zona de visita	Caídas de agua	Cavernas	Navegación en río	Observación de aves	Aguas Termales	Cultura viva	Descanso	Diversión nocturna
<b>TOCACHE</b>	Atusparia	X	-	-	-	-	-	-	-
	Ishanga – Uchiza	X	-	-	-	-	-	-	-
	Santa Cruz	X	-	-	-	-	-	X	-
	Nueva Bambamarca	-	-	-	-	-	X	X	-
<b>ALTO MAYO</b>	Palestina	-	X	-	-	-	-	-	-
	Morro Calzada	-	-	-	X	-	-	X	-
	Tingana	-	-	X	X	-	X	-	-
	BPAM	X	-	-	X	-	-	-	-
	Tioyacu/Rioja	X	-	-	-	-	-	X	-
	Santa Elena	-	-	X	X	-	-	-	-
	Moyobamba	-	-	-	X	X	-	X	X

# Caracterización de Destinos



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo



## Zona de Visita Local

Recibe flujos de visitantes de diferentes distritos cercanos

## Zona de Visita Intrarregional

Recibe flujos de visitantes de diferentes provincias de la región.

## Zona de Visita Interregional

Recibe flujos de visitantes de regiones vecinas.

## Zona de Visita Nacional

Recibe flujos de visitantes nacionales y extranjeros.

# Caracterización de Destinos

## ZONA SUR



### Sitio de Visita

### Zona de Visita Intrarregional

### Zona de Visita Interregional

### Zona de Visita Nacional

PACHIZA - HUICUNGO

EL BREO

JUANJUI CIUDAD  
CS

RÍO ABISEO

ATUSPARIA

BAMBAMARCA - CACAO

UCHIZA – ISHANGA

TOCACHE CIUDAD  
CS

BELLAVISTA CIUDAD +  
PLAYAS HUALLAGA

STA. CRUZ – NUEVO  
PROGRESO

SAN PABLO + LAGUNAS  
Y CAIDAS DE AGUA  
(Bellavista)

# Caracterización de Destinos

## ZONA NORTE



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo



### Sitio de Visita

### Zona de Visita Intrarregional

### Zona de Visita Interregional

### Zona de Visita Nacional

PACCHA

LEJIAYACU

JEPELACIO

SAN MATEO

MORRO CALZADA

CUEVA PALESTINA

SANTA ELENA

MOYOBAMBA CS

RIOJA CS

TIOYACU

TINGANA

BPAM

# Caracterización de Destinos

## ZONA CENTRO



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo



### Sitio de Visita

SHAPAJA Y CHUMIA

### Zona de Visita Intrarregional

### Zona de Visita Interregional

HUACAMAILLO

CHAZUTA

MACEDA -  
CHOROPAMPA

ACHUAL + TAMUSHAL\*

### Zona de Visita Nacional

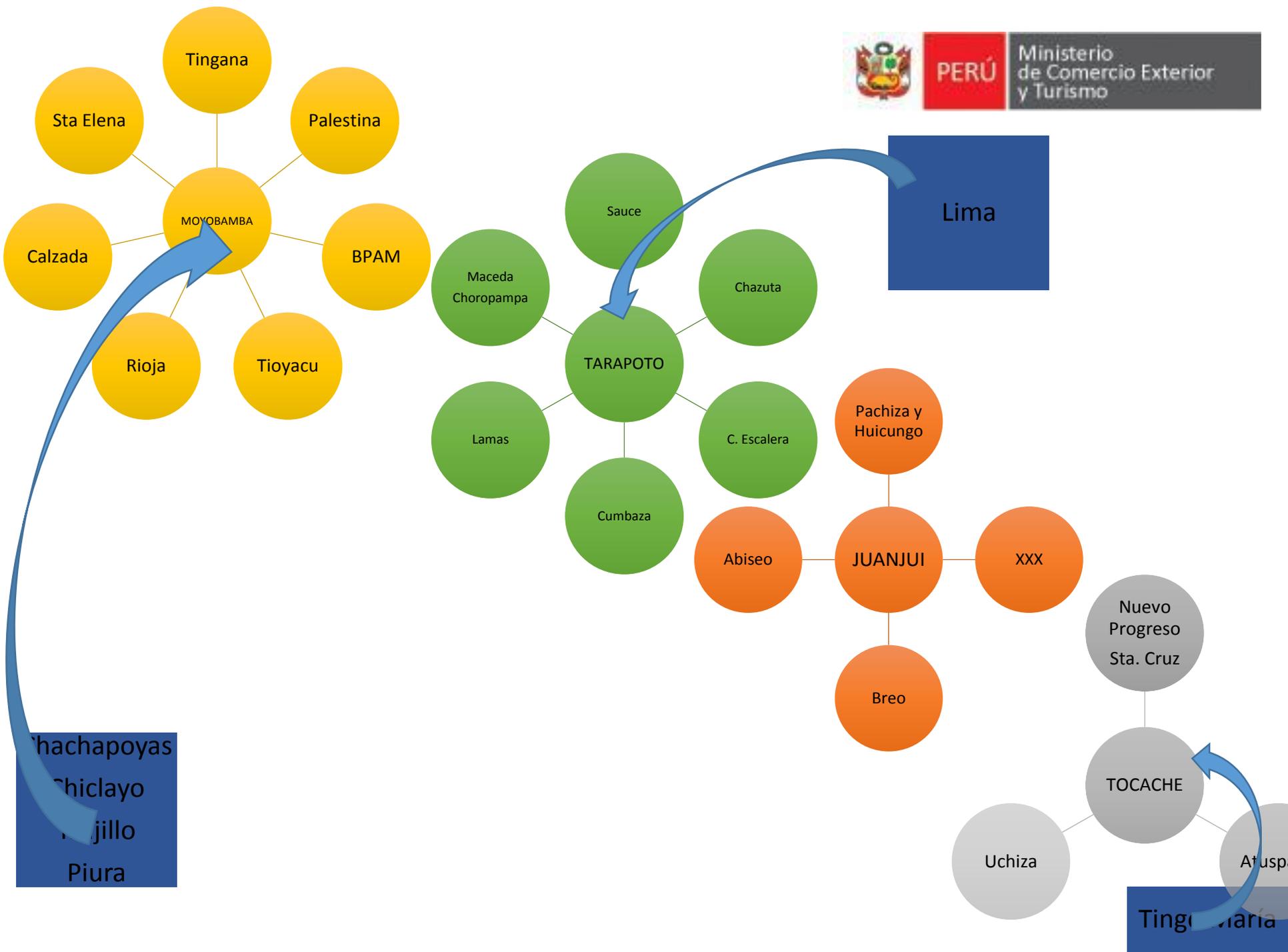
TARAPOTO  
CS

CORDILLERA  
ESCALERA

SAN ROQUE DE  
CUMBAZA

LAMAS

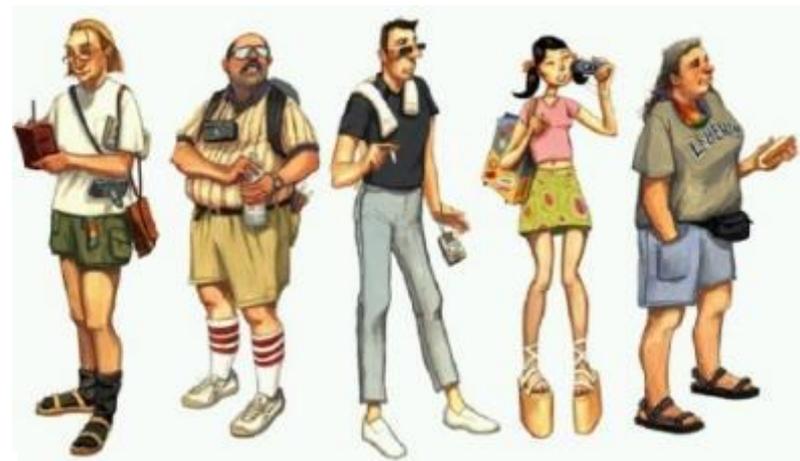
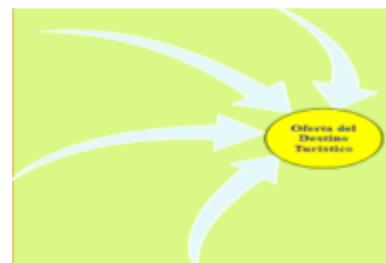
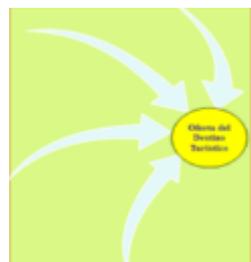
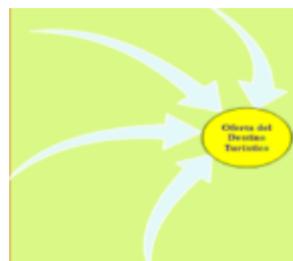
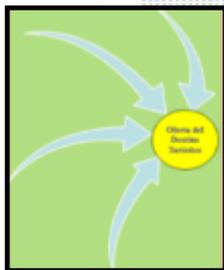
SAUCE



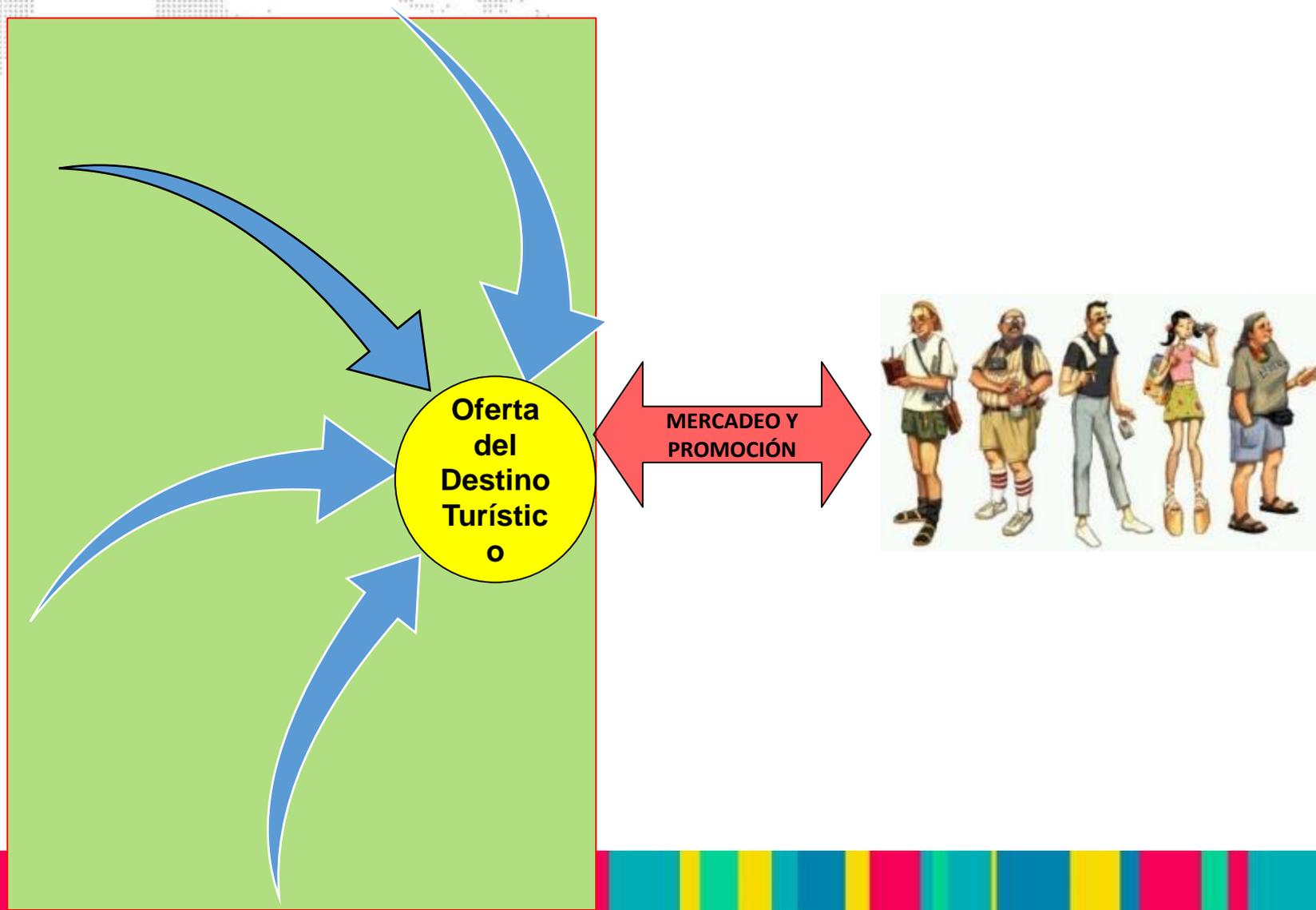
# Caracterización de la Oferta Turística San Martín



# 1. Caracterizar el Destino



# 1. Caracterizar el Destino



# 1. Caracterizar el Destino

## Destino

Coordinación y promoción

**Gestor del Destino**

**Diseño y construcción de productos turísticos con enfoque de demanda**

Suma de actividades, atractivos y servicios para satisfacer las expectativas del cliente

**Operadores turísticos locales y regionales**

### Atractivos

#### Servicios turísticos

Atractivos o servicios gestionados con calidad y sostenibilidad

Equipamiento e infraestructura interna

**Gestores de atractivos**

**Servicios**

**RRHH**

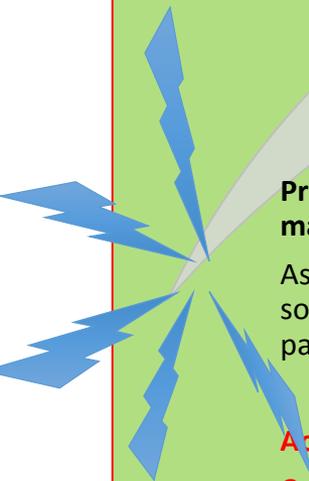
### Producción de insumos o materias primas

Asistencia y apoyo en la calidad y sostenibilidad de los insumos para la construcción del producto

**Academia**

**Cooperación**

**Estado-otros sectores**



# 1. Caracterizar el Destino

## Ranking de Perfiles de la Demanda Identificados en los Talleres Lambayeque

### Perfiles de la Demanda Identificados en Talleres



#### Familias Nacionales

1. Lima
2. La Libertad
3. Piura
4. Amazonas
5. Cajamarca



#### Familias Regional

1. Prov. Chiclayo
2. Prov. Lambayeque



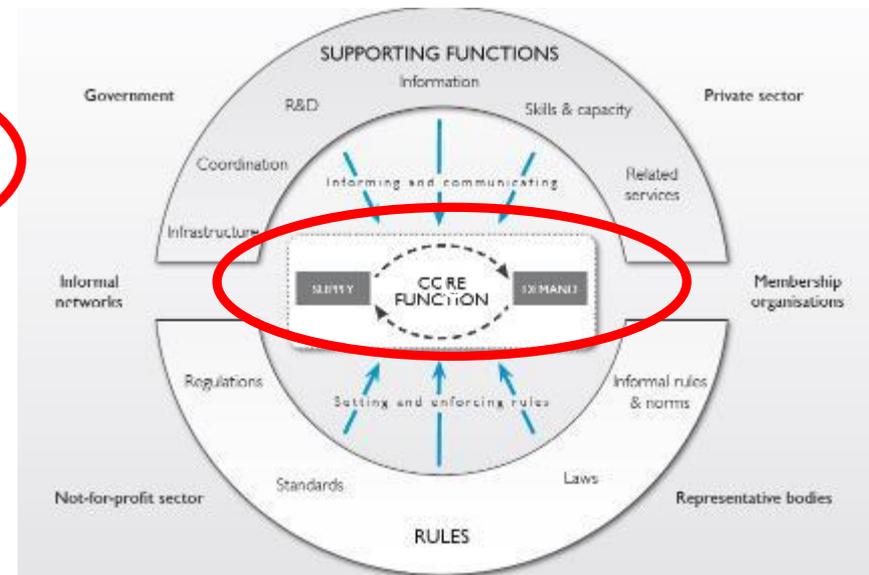
#### Excursionista de recreación

1. La Libertad
2. Lambayeque
  1. Chiclayo
  2. Lambayeque



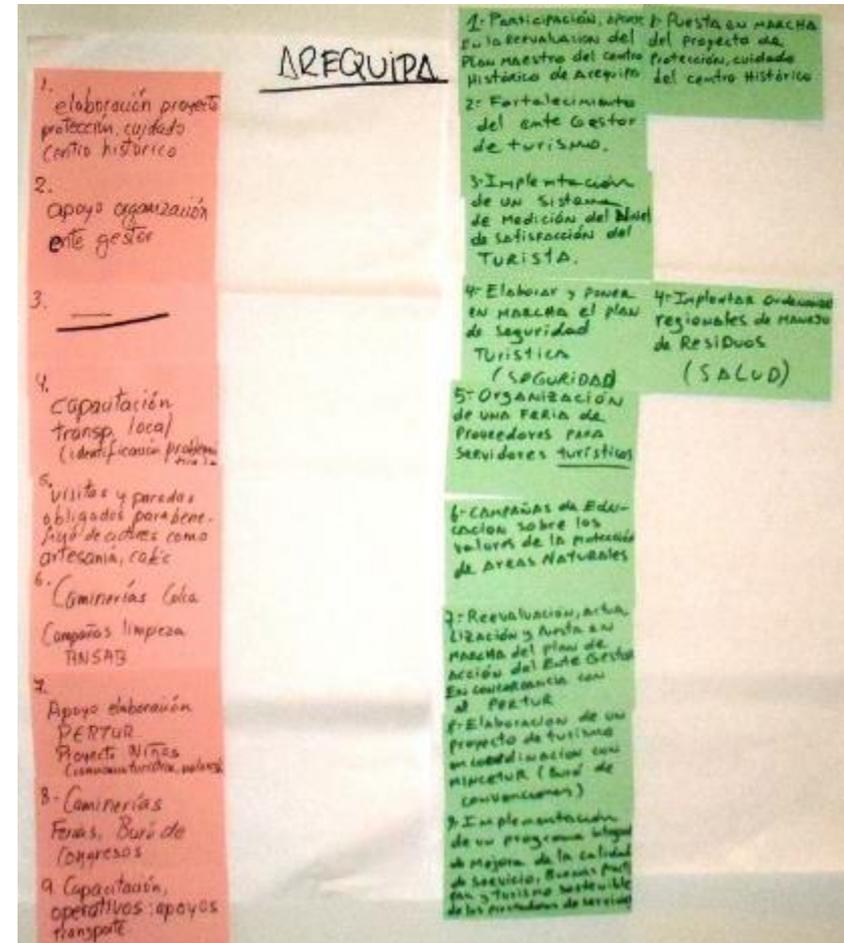
## 2. Identificar actores clave

- Mapeo de actores vinculados a los productos y experiencias
  - Cadena de valor: Gestores de Atractivos, de servicios e infraestructura clave.
  - Reguladores: Nacional, Regional, Municipal e institucional (ANP, Cultura).
  - Apoyo: Academia, Conservación, Gremios.
  - Demanda: TO/AV o equivalente.



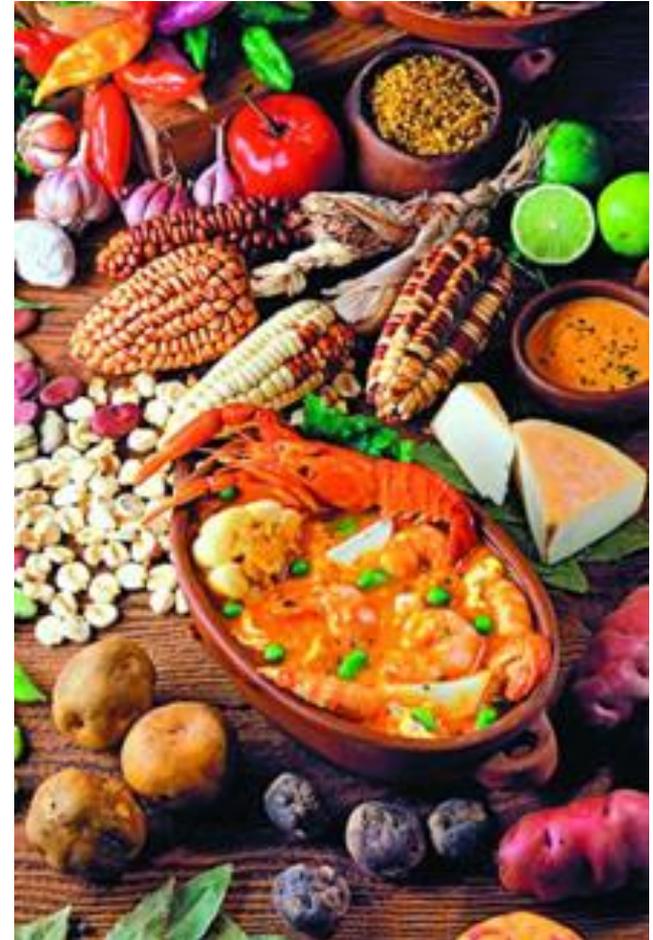
# 3. Planificar la Gestión

- Clave:
  - Planificar el territorio turístico vs
  - Planificar la gestión del turismo en el territorio.
- Planificar la Gestión:
  - Definir Visión y Objetivos,
  - Construir Plan: Estrategias y Acciones



# 3. Planificar la Gestión

- “No solo planificar, sino vender”
  - Están las piezas, se requiere integrarlas y ofrecerlas al mercado
  - Insumos, cocina, cocinero, mozo, caja...



# 3. Planificar la Gestión

- “No solo planificar, sino vender”
  - Trabajo en equipo, no depender de “estrellas”
  - Actores secundarios de soporte
  - Roles y competencias de cada actor



# Trabajo en equipo

## **Servicios turísticos y RRHH**

*Empresas y personas.*

Calidad, formalidad, seguridad, innovación.

## **Recursos y atractivos turísticos**

*Instituciones y personas encargadas*

Conservación, investigación, acondicionamiento, gestión

## **Infraestructura y servicios básicos**

*Niveles de gobierno competentes*

Transporte, salud, seguridad, energía, saneamiento, residuos, etc.



## **DESTINO TURÍSTICO**

Atractivo

Planificado

Diferenciado

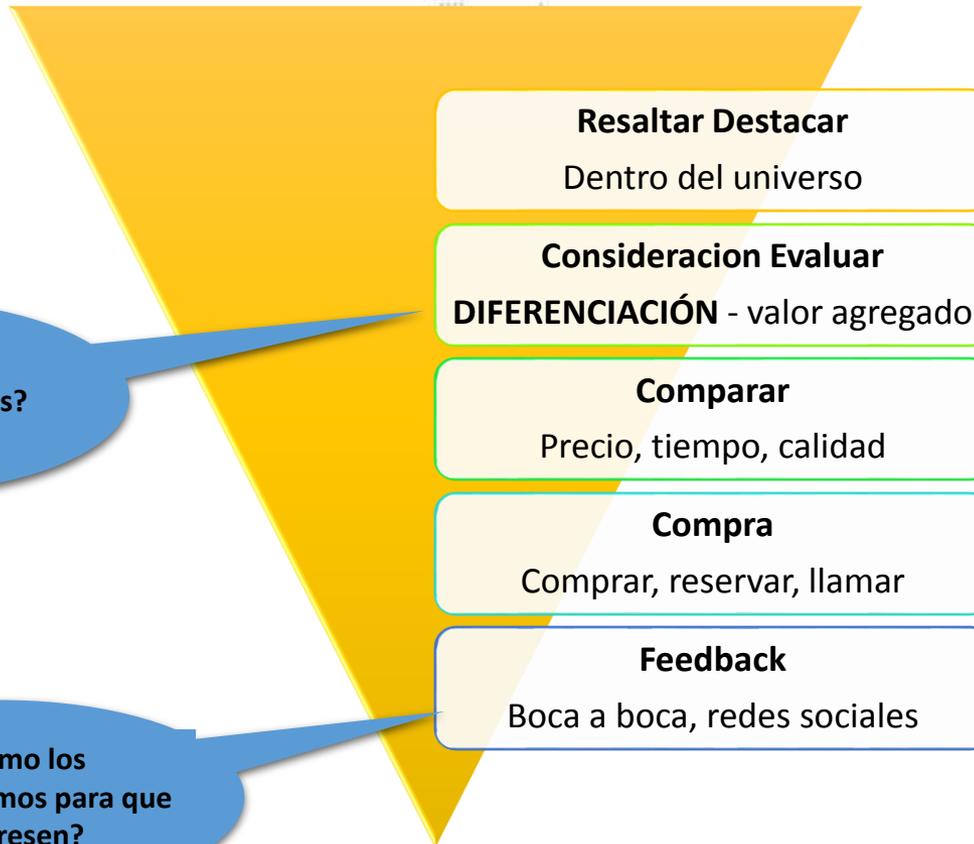
Promocionado

Coordinado

Gestionado



# Trabajo en equipo



¿cómo los atraemos?

¿cómo los convencemos para que regresen?

¿Qué y como les ofrecemos?

EMPRESA

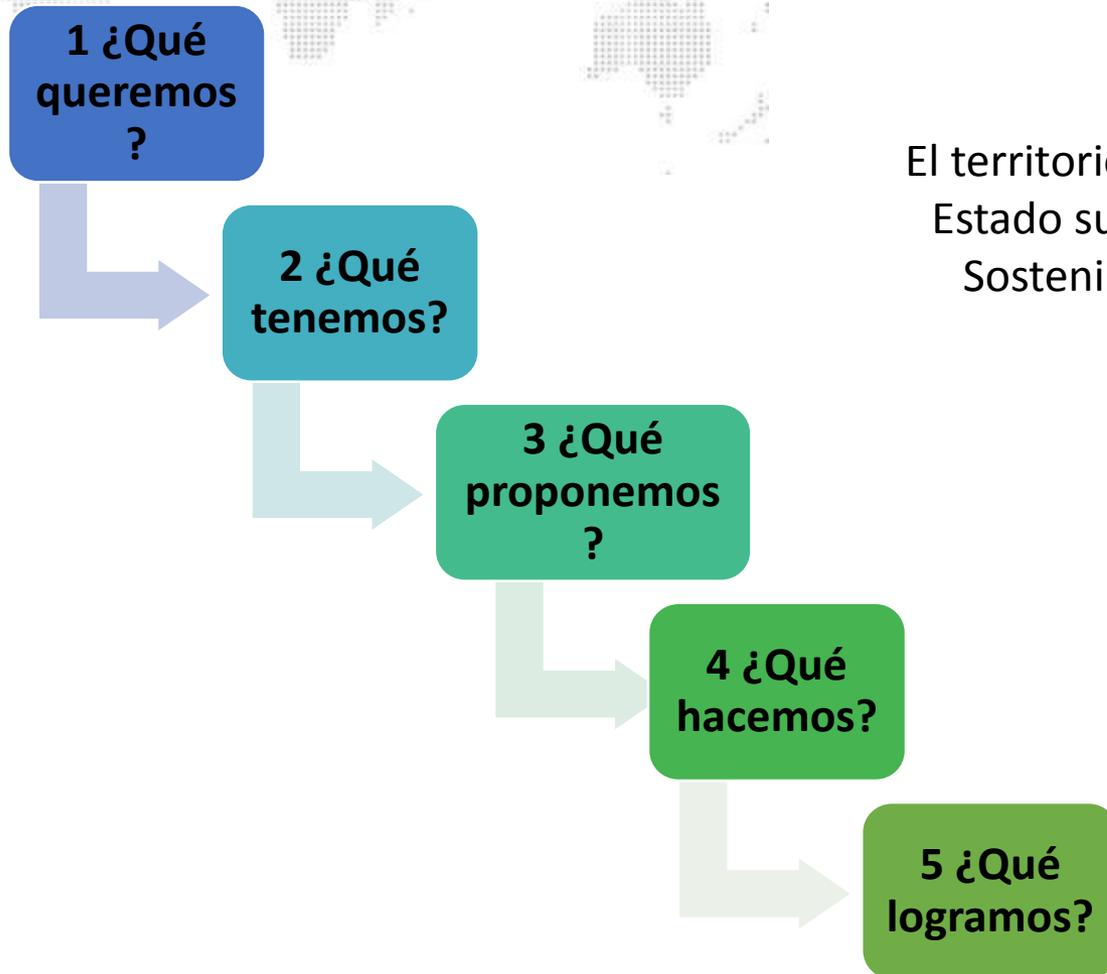


# Roles y responsabilidades

## Typical Roles and Responsibilities – national, provincial/ regional and local

	national	provincial / regional	local
Destination promotion, including branding and image	✓	✓	
Campaigns to drive business, particularly to SMEs	✓	✓	✓
Unbiased information services	✓	✓	✓
Operation / facilitation of bookings			✓
Destination co-ordination and management			✓
Visitor information and reservations			✓
Training and education		✓	✓
Business advice		✓	✓
Product "start-ups"		✓	✓
Events development and management			✓
Attractions development and management			✓
Strategy, research and development	✓	✓	✓

# Gestión x resultados



El territorio y los roles están regulados  
Estado supervisa y cuida distorsiones  
Sostenibilidad en todos los ámbitos

## 4. Organizarse para la Gestión

- LA FORMA SIGUE A LA FUNCIÓN:
  - Roles y competencias de los actores.
  - Coordinación en el tiempo
- Formato legal o jurídico mas adecuado a las funciones y objetivos.
  - Eficiencia y eficacia para la gestión
  - Flexibilidad
  - Cooperación y competencia



# Objetivos del Gobierno Municipal

- Elevar la calidad vida de la población
- Promover alternativas viables para el desarrollo económico local
- Redistribuir los ingresos
- Regular el desarrollo y crecimiento del territorio
- Dotar de infraestructura a la población
- Impulsar la capacitación técnica de la población
- Velar por la conservación del patrimonio
- Crear condiciones favorables para la inversión privada



# Funciones del Gobierno Municipal

## Funciones genéricas básicas

- Promover el desarrollo económico sostenible de acuerdo a la vocación del territorio
- Planificación y ordenamiento urbano y rural
- Infraestructura y servicios básicos
- Recolección y disposición de residuos
- Seguridad ciudadana/Turística
- Control de los servicios turísticos y transporte

## Funciones complementarias

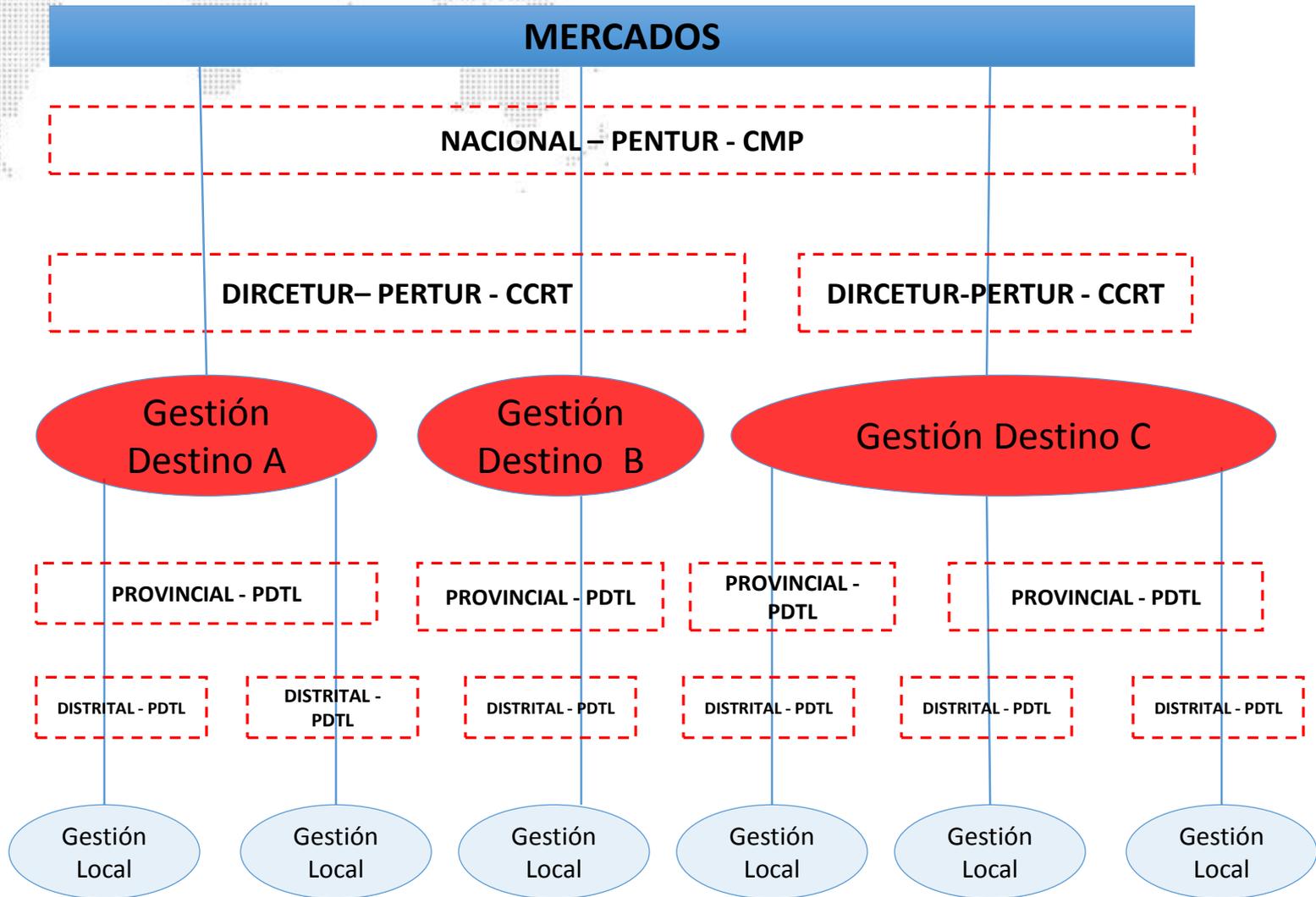
- Conservación y revitalización patrimonial
- Inventarios y desarrollo de productos
- Promoción e información turística
- Promoción a la inversión privada – PYMES



	Planificaci3n y ordenamiento urbano y rural	Infraestructura y servicios b3sicos	Conservaci3n del patrimonio	Inventarios y desarrollo de productos	Seguridad ciudadana	Promoci3n e informaci3n turística	Promoci3n inversi3n privada PYMES	Control de los servicios turísticos y transporte	Recolecci3n y disposici3n de residuos
<b>DESTINOS TURÍSTICOS SOSTENIBLES OMT</b>									
Bienestar de las comunidades receptoras	X	X			X		X	X	X
Conservaci3n del patrimonio cultural			X	X					
Participaci3n comunitaria en el turismo						X	X		
Satisfacci3n de los turistas		X	X		X	X		X	X
Salud y seguridad		X			X			X	X
Aprovechamiento de los beneficios econ3micos del turismo		X					X		
Protecci3n de los recursos naturales de valor	X		X	X					X
Gesti3n de recursos naturales escasos			X						X
Limitaci3n del impacto ambiental del turismo	X		X						X
Control de actividades turísticas		X					X	X	
Ordenaci3n y control del lugar de destino	X	X	X					X	X
Diseño de productos y servicios		X		X			X		
Sostenibilidad de las operaciones y los servicios turísticos							X	X	X



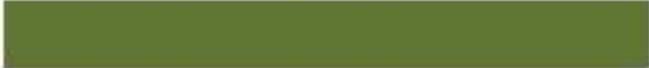
# Modelo de Gestión de Destinos



# Destinos del Perú 2004-2013

“Mejora de la competitividad de Destinos a partir de un modelo de gestión público-privado”

- Modelo publico-privado de gestión se institucionaliza en PENTUR.
- 7 OGD en 2 Fases, 3 continúan.
- Se incorpora al Plan Estratégico Nacional de Turismo-PENTUR.
- MINCETUR promueve desarrollo de productos: 25 “productos” anuales a nivel nacional...!!



MANUAL PARA LA  
PLANIFICACIÓN DE  
PRODUCTOS TURÍSTICOS

---



# Turismo Naturaleza 2013-2015

“Fortalecimiento de la gestión del turismo en las Áreas Naturales Protegidas-ANP”

- Apertura al sector privado para mejorar gestión del turismo.
- “Ustedes saben, dígnanos que hacer”
- Inicio: Temor, desconfianza, débil coordinación, desconocimiento.
- Caracterización del Destino ayudo a ubicarse
- Articulación: 4 espacios publico-privados, 1 nacional y 3 en ANP. Planes de Trabajo.
- Se institucionaliza el “Comité Asesor Privado de Turismo” en SERNANP.



# Gestión de Destinos y la Gestión pública

- Permite alinear y articular las inversiones publicas hacia Destinos/Productos turísticos concretos.
- Mejora coordinación multisectorial alrededor de objetivos liderados por sector turismo.
- Mejora el impacto de la inversión publica al concentrarse en temas y objetivos concretos con apoyo local.
- Permite influir en el desarrollo del destino hacia temas estratégicos de mediano plazo:
  - Enfoque social, natural y ambiental
  - Articulado con actividad productiva local



# Reflexiones sobre la Gestión de Destinos

- Se requiere estrategia:  
Entrenador
- Se requiere Estrellas:  
Destinos/Producto Estrella
- Se requiere equipo:  
Destinos/Producto  
complementarios
- Cada uno asume un rol  
principal y “entrena”
- El equipo debe ser flexible  
frente a cambios del mercado

