

ÍNDICE

RECONOCIMIENTOS	XIII
ACERCA DEL AUTOR	XIV
PRÓLOGO	XV
INTRODUCCIÓN	XVII

PRIMERA PARTE: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN TURISMO

Capítulo 1

La planificación estratégica del destino turístico:
bases teóricas, definiciones y planteamientos

Otto Regalado Pezúa	3
---------------------	---

1. PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO APLICADO AL TURISMO: MARCO CONCEPTUAL	4
2. EL CICLO DE VIDA DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS Y LOS PLANES ESTRATÉGICOS DE TURISMO	13
3. FASES PARA LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE DESTINOS	18
4. EL ELEMENTO TERRITORIAL EN LOS PLANES DE DESARROLLO TURÍSTICO	23
4.1. Conflictos de uso del territorio	25
4.2. Impactos territoriales del turismo	27
5. PERSPECTIVAS DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA LA PLANIFICACIÓN TURÍSTICA	32
6. ELEMENTOS POR CONSIDERAR EN UN PLAN ESTRATÉGICO DE DESTINOS	34
6.1. Análisis de la competitividad	34
6.2. Sostenibilidad económica, social y medioambiental	37
6.3. Participación de la comunidad local	38
7. DEFICIENCIAS Y BARRERAS DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE DESTINOS	40

Capítulo 2

La planificación estratégica de la empresa turística: bases teóricas, definiciones y planteamientos

Otto Regalado Pezúa	45
1. LA NECESIDAD DEL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO	46
2. EL PLAN ESTRATÉGICO EN LA EMPRESA TURÍSTICA	49
2.1. El diseño de estrategias en la empresa turística	52
2.2. Tipos de empresas turísticas	56
3. ENTORNO EXTERNO Y COYUNTURAS QUE AFECTAN A LA EMPRESA TURÍSTICA	58
3.1. Análisis del entorno externo	59
3.2. Análisis de los grupos de interés o <i>stakeholders</i>	64
4. ELEMENTOS INTERNOS DEL PROCESO DE PLANEAMIENTO	67
4.1. La definición del negocio	67
4.2. Visión y misión	68
4.3. La calidad del servicio turístico	70
4.4. Responsabilidad social empresarial en la empresa turística	72
5. DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO	75
5.1. Estrategias de crecimiento	75
5.2. Internacionalización de la empresa	78
5.3. Alianzas estratégicas como estrategia de crecimiento	79

Capítulo 3

Modelo de planeamiento de desarrollo estratégico sostenible

Otto Regalado Pezúa	83
1. PRIMERA FASE: CONOCIMIENTO PREVIO DEL DESTINO O PRODUCTO TURÍSTICO	84
1.1. Estudio de las tendencias del mercado	86
1.2. Descripción del sistema turístico	87
1.3. Perfil del turista	88
2. SEGUNDA FASE: DIAGNÓSTICO, ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN Y EVALUACIÓN DE OPCIONES ESTRATÉGICAS	88
2.1. Balance entre la oferta y la demanda de servicios turísticos	89
2.2. Análisis externo	90
2.3. Análisis interno	94
2.4. Análisis de los <i>stakeholders</i>	103
2.5. Sostenibilidad turística	107
2.6. Matriz FODA	110
3. TERCERA FASE: PLAN DE DESARROLLO, IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA Y EVALUACIÓN DEL PLAN	112
3.1. Plan de desarrollo e implementación de la estrategia	112
3.2. Evaluación del plan	113

SEGUNDA PARTE: CASOS DE APLICACIÓN

Caso 1

Turismo de salud en Tacna

Carlos Ramírez Santiviáñez / Reynaldo Vela Rivera

David Zúñiga Burga

117

INTRODUCCIÓN 117

FASE I

CONOCIMIENTO PREVIO DEL DESTINO TURÍSTICO 117

1. ESTUDIO DE LAS TENDENCIAS DEL MERCADO 118

2. DESCRIPCIÓN DEL SISTEMA TURÍSTICO 120

3. SISTEMAS DE SALUD EN EL PERÚ Y CHILE 121

4. PERFIL DEL TURISTA DE SALUD 122

FASE II

DIAGNÓSTICO, ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN Y EVALUACIÓN
DE OPCIONES ESTRATÉGICAS 122

1. DIAGNÓSTICO DEL TURISMO EN TACNA 123

1.1. Análisis de la oferta de turismo de salud 123

1.2. Análisis de la demanda de turismo de salud 127

1.3. Balance entre la oferta y la demanda
del turismo de salud en Tacna 128

2. ANÁLISIS EXTERNO 130

2.1. Análisis Septe 130

2.2. El diamante de Porter 132

2.3. Las cinco fuerzas de Porter 135

3. ANÁLISIS INTERNO 136

4. FORMULACIÓN DE OPCIONES ESTRATÉGICAS
Y ELECCIÓN DE LA ESTRATEGIA: MATRIZ FODA 138

5. ANÁLISIS DE *STAKEHOLDERS* Y JUEGO DE ACTORES 144

5.1. Análisis estructural 144

5.2. Análisis del juego de actores 146

FASE III

PLAN DE DESARROLLO, IMPLEMENTACIÓN
DE LA ESTRATEGIA Y EVALUACIÓN DEL PLAN 150

1. *CLUSTER* DE TURISMO DE SALUD PARA LA CIUDAD DE TACNA 150

2. FACTORES CLAVES DE ÉXITO 152

3. OBJETIVOS DEL *CLUSTER* 153

4. INDICADORES DEL *CLUSTER* 156

5. RIESGOS 157

6. CONSIDERACIONES FINALES 157

Caso 2

Catarata Gocta: turismo y comunidad

Carlos Ames Gonzales / Why Chu Lam / Eric Loo Nakasone

159

INTRODUCCIÓN 159

FASE I

CONOCIMIENTO PREVIO DEL DESTINO TURÍSTICO 160

1. ESTUDIO DE LAS TENDENCIAS DEL MERCADO 160
2. DESCRIPCIÓN DEL SISTEMA TURÍSTICO 162
3. PERFIL DE LOS PRINCIPALES PAÍSES EMISORES 163

FASE II

DIAGNÓSTICO, ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN Y EVALUACIÓN DE OPCIONES ESTRATÉGICAS 164

1. EVALUACIÓN DEL *CLUSTER* TURÍSTICO 164
 - 1.1. Sectores directamente relacionados 165
 - 1.2. Sectores no directamente relacionados 169
2. EVALUACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD: EL DIAMANTE DE PORTER 171
3. ANÁLISIS FODA 174
 - 3.1. FODA de los recursos turísticos 174
 - 3.2. FODA de la infraestructura 174
 - 3.3. FODA del alojamiento 174
 - 3.4. FODA de los recursos humanos 176
 - 3.5. FODA de la oferta complementaria 177
4. INTERESES DE LOS *STAKEHOLDERS* 179
 - 4.1. Las comunidades 179
 - 4.2. Otros actores directamente relacionados 181
 - 4.3. Otros actores indirectamente relacionados 183

FASE III

PLAN DE DESARROLLO, IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA Y EVALUACIÓN DEL PLAN 184

1. MATRIZ DE MARCO LÓGICO 184
2. INVERSIÓN EN EL PROYECTO 188
3. JUEGO DE ACTORES (MACTOR) Y VIABILIDAD 188

Caso 3

Tarma: el valle de las flores

Luis Espinoza Bocángel / Patricia Guerra Guerra

Javier Herrera Espinoza / Yolanda Pun Lam

193

INTRODUCCIÓN 193

FASE I

CONOCIMIENTO PREVIO DEL DESTINO TURÍSTICO 194

1. ESTUDIO DE LAS TENDENCIAS DEL MERCADO 194
2. DESCRIPCIÓN DEL SISTEMA TURÍSTICO 194
3. PERFIL DEL TURISTA INTERNO 197

FASE II	
DIAGNÓSTICO, ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN Y EVALUACIÓN DE OPCIONES ESTRATÉGICAS	197
1. LA OFERTA Y LA DEMANDA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS DE LA PROVINCIA DE TARMA	197
1.1. Análisis de la oferta turística en Tarma	198
1.2. Análisis de la demanda turística	202
1.3. Balance entre la oferta y la demanda turística	205
2. ANÁLISIS EXTERNO	205
2.1. El diamante de Porter	205
2.2. Las cinco fuerzas de Porter	208
3. ANÁLISIS INTERNO: CADENA PRODUCTIVA	209
4. ANÁLISIS FODA	211
4.1. Relación entre la matriz FODA y el modelo Hall	212
4.2. Formulación de estrategias	214
4.3. Estrategias y acciones propuestas	215
5. ANÁLISIS ESTRUCTURAL Y JUEGO DE ACTORES	216
5.1. Análisis estructural	216
5.2. Análisis del juego de actores	218
5.3. Evaluación de las relaciones existentes entre los agentes del potencial <i>cluster</i> turístico	223
5.4. Conclusiones del análisis estructural y del juego de actores para el sector turismo en la provincia de Tarma	224
FASE III	
PLAN DE DESARROLLO, IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA Y EVALUACIÓN DEL PLAN	225
1. OBJETIVO DEL PROYECTO	225
2. DEMANDA Y OFERTA	226
3. COMPONENTES DEL PROYECTO	228
4. DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS	229
5. BENEFICIOS	231
6. CRONOGRAMA DE INVERSIONES	231
7. EVALUACIÓN DEL PROYECTO	232
8. SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO	233