



Lineamientos para el Desarrollo del Turismo Social en el Perú



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo



Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
Viceministerio de Turismo
Dirección General de Estrategia Turística
Dirección de Innovación de la Oferta Turística

Lineamientos para el Desarrollo del
Turismo Social en el Perú

Perú, 2022



Lineamientos para el Desarrollo del Turismo Social en el Perú

Resolución Ministerial N° 005-2020-MINCETUR

Una publicación del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR

Calle Uno Oeste N°50, Urb. Córpac.

San Isidro – Lima

www.mincetur.gob.pe

Primera edición, junio de 2022

Tiraje: 1000 ejemplares

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2022-05407

Impreso en los Talleres Gráficos de Corporación Gráfica Gama SAC

Jr. Callao 465, Dpto 201-Lima

gamagraf@hotmail.com

Corrección de estilo:

Corporación Gráfica Gama SAC

Diseño y diagramación:

Luis Peña Castro

Corporación Gráfica Gama SAC

Fotografías:

PROMPERÚ

Flickr-Mincetur

La información contenida en este documento puede ser reproducida de forma total o parcial, comunicando previa y de manera expresa a los propietarios de los derechos de autor, y mencionando los créditos y las fuentes de origen respectivas.

Contenido

Presentación	5
I. Antecedentes	7
II. Marco normativo	11
2.1 Marco internacional	11
2.2 Marco nacional	11
III. Alcance	13
IV. Lineamientos para el Desarrollo del Turismo Social	15
4.1 Concepto	15
4.2 Pilares	15
4.3 Enfoque	16
4.4 Público objetivo	17
4.5 Objetivos del turismo social	22
4.6 Metodología de intervención	22
4.6.1 Línea de acción I: investigación y planificación	24
4.6.2 Línea de acción II: diseño y desarrollo de productos accesibles	25
4.6.3 Línea de acción III: difusión y sensibilización	26
4.6.4 Línea de acción IV: desarrollo de capacidades	27
4.6.5 Línea de acción V: facilitación de oportunidades a la demanda	28
4.6.6 Línea de acción VI: institucionalización	29
4.6.7 Línea de acción VII: seguimiento y evaluación	30
V. Actores estratégicos	33
5.1 Organismos públicos y privados	33
5.2 Órganos del MINCETUR	34
VI. Mecanismos de financiamiento	39
VII. Mercado turístico	41



Presentación

El presente documento ha sido formulado por la Dirección de Innovación de la Oferta Turística, de la Dirección General de Estrategia Turística del Viceministerio de Turismo del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Tiene el objetivo de brindar el marco normativo y metodológico para el desarrollo ordenado y eficiente del turismo social en el Perú. Está dirigido, además, a los tres niveles de gobierno (nacional, regional y local) y a todas las organizaciones privadas comprometidas con el turismo social que busquen orientar sus esfuerzos a facilitar que personas con acceso limitado al turismo, disfruten de los beneficios de esta actividad, a través de la creación y/o adaptación de una oferta turística sostenible en el Perú que considere inclusión, accesibilidad, participación e innovación como pilares fundamentales.

En este contexto, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), de acuerdo a los artículos 45 y 46 de la Ley N°29408 - Ley General de Turismo, es el encargado de coordinar el diseño e implementación del turismo social con organismos públicos y privados. Esto incluye la facilitación y creación de oportunidades para el

disfrute de actividades turísticas, a favor de grupos poblacionales con acceso limitado a los atractivos y servicios turísticos. Del mismo modo, los Lineamientos para el Desarrollo del Turismo Social en el Perú se adecuan a los elementos que debe contener el turismo social, de acuerdo al artículo 44 del Reglamento de la Ley General de Turismo.

Los Lineamientos para el Desarrollo del Turismo Social en el Perú proponen también un trabajo articulado entre el sector público y privado basado en siete líneas de acción: investigación y planificación, diseño y desarrollo de productos accesibles, difusión y sensibilización, desarrollo de capacidades, facilitación de oportunidades a la demanda, institucionalización, y seguimiento y evaluación.

Durante el año 2018, con la finalidad de recoger y validar la información para los presentes lineamientos, se organizaron seis mesas de trabajo con la participación de representantes del sector público y privado que realizan actividades transversales al turismo social, así como de la Organización Internacional de Turismo Social – OITS,

considerado como referente internacional que brinda soporte y asistencia técnica en la formulación e implementación de programas, actividades, acciones o intervenciones del turismo social.

Cabe resaltar que el presente documento permite sentar las bases para el desarrollo del

turismo social hacia el establecimiento de una política sectorial, a fin de generar mayor impacto e involucramiento de los actores vinculados al turismo social, que contribuya al posicionamiento del Perú como país líder en la materia, en concordancia con lo establecido en el Plan Estratégico Nacional de Turismo – PENTUR 2025.



I. Antecedentes

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), como órgano rector de la actividad turística, ha desarrollado diversas acciones a favor de grupos poblacionales con acceso limitado a la actividad turística por más de 20 años.

A fines de la década de 1990, el turismo social fue contemplado como un componente de facilitación turística. En los artículos 20 y 21 de la derogada Ley N°26961, Ley para el Desarrollo de la Actividad Turística, se indicaba que para fomentar el turismo social se podían establecer tarifas preferenciales para estudiantes, docentes, jubilados(as) y otros; además, señalaba que los prestadores de servicios turísticos debían brindar las facilidades necesarias a las personas con discapacidad y de la tercera edad, a fin de garantizar su seguridad y comodidad. Se destacaba también la libre accesibilidad y desplazamiento, instalaciones higiénico sanitarias apropiadas, ubicaciones preferenciales que asegurasen su libre evacuación en caso de emergencia, entre otros.

Entre los años 2002 y 2006, promover el turismo social constituía uno de los objetivos estratégicos del MINCETUR. Las estrategias se

enfocaban específicamente en el público de la tercera edad y universitarios, e iniciaba una serie de acciones de turismo social, como la promulgación de disposiciones que declaraban feriados no laborables, a fin de facilitar la práctica del turismo interno y la firma de convenios de colaboración interinstitucional.

En el año 2002, en el marco del convenio de cooperación técnica con la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID, se inició el Proyecto de Fortalecimiento Integral del Turismo en el Perú “FIT-Perú”). Este trabajo buscaba promover el desarrollo de la consciencia turística a través de la capacitación para el sector educación y población en general, y el fortalecimiento de la gestión municipal en turismo, incluyendo el trabajo conjunto con el Ministerio de Educación (MINEDU).

Se obtuvo como resultados la introducción de conceptos turísticos en el currículo educativo de forma transversal, el fomento de la concientización de la población sobre la importancia de la actividad turística para el desarrollo de la comunidad, y la capacitación de alrededor de 3084 docentes y población en general.

En el año 2003, en el marco del convenio entre el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y MINCETUR, se lanzaron los programas “Plan Puriq, Turismo Popular” y “Las Vacaciones de la Tercera Edad”. Este último dirigido a los adultos mayores y personas con discapacidad, en convenio con ESSALUD.

El ministerio también suscribió el Convenio Marco de Cooperación Interinstitucional “Jóvenes a Caminar”, con la Comisión Nacional de la Juventud (CNJ). Dichos programas tenían entre sus objetivos fomentar el turismo a través de charlas de conciencia turística, atención al turista y seminarios de capacitación sobre turismo, así como facilitar el acceso de las poblaciones menos favorecidas a las actividades turísticas a nivel nacional mediante el trabajo articulado con las municipalidades.

En el año 2009, se derogó la Ley N° 26961 mediante una nueva: la Ley N° 29408 o Ley General de Turismo, que aborda el turismo social en sus artículos 45 y 46 y destaca comprende todos aquellos instrumentos y medios que facilitan la participación en el turismo de trabajadores, niños, jóvenes, estudiantes, personas con discapacidad, adultos mayores, comunidades campesinas y nativas, y otros grupos humanos que, por razones físicas, económicas, sociales o culturales, tienen acceso

limitado a disfrutar de los atractivos y servicios turísticos. Además, señala que el MINCETUR coordina el diseño e implementación del turismo social con organismos públicos y privados, lo que incluye la facilitación y creación de oportunidades para el disfrute de actividades turísticas a favor de los grupos poblacionales con acceso limitado al turismo.

En este contexto, durante los años posteriores se realizaron acciones para la promoción del turismo interno, a través de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ), mediante el desarrollo de ferias, workshops y material promocional, siempre con la participación de operadores especializados en este público.

A fines del año 2014, las dependencias del MINCETUR iniciaron la convocatoria oficial para trabajar en la estructuración del turismo social, con el objetivo de impulsar al sector público y privado a trabajar asociados para acercar el disfrute de la actividad turística a los sectores menos beneficiados.

Para el año 2015, se realizó el lanzamiento oficial de la “Iniciativa Turismo Social”, encargada a la Dirección de Innovación de la Oferta Turística del MINCETUR. En este contexto, se desarrolló la marca de turismo social y se formularon productos

turísticos pilotos como “Rutas Cortas” y “Recorridos Turísticos en Lima Metropolitana”, especialmente diseñados y dirigidos al segmento adultos mayores y escolares de nivel primario de 4º a 6º grado y secundario de 1º a 3º año de colegios públicos ubicados en distritos vulnerables. Se realizaron 11 recorridos turísticos financiados por el MINCETUR y se benefició a 430 escolares y adultos mayores.

En el año 2016 se aprobó el Plan Estratégico Nacional de Turismo – PENTUR 2025 mediante la Resolución Ministerial N° 231-2016-MINCETUR, en el que se incorpora el turismo social como parte de la política de inclusión social del sector turismo. En ese sentido, el desarrollo del turismo social coadyuva, principalmente, a lograr el Pilar 2, “Diversificación y Consolidación de la Oferta Turística” del PENTUR que, a través de sus componentes, busca consolidar y desarrollar una oferta turística sostenible y diversificada en base del mejoramiento de condiciones actuales y generación de nuevos productos y destinos turísticos en el ámbito nacional, brindando las condiciones para una experiencia turística segura y de calidad.

Ese mismo año, con el objetivo de generar espacios de intercambio de experiencias en materia de turismo social y redes entre el sector público y privado, se realizó en Lima el I Foro Nacional de

Turismo Social, denominado “Modelos de Turismo Social”. En la ceremonia participaron expositores internacionales de Colombia, Chile, Uruguay y Francia, y asistieron más de 200 personas de los sectores público y privado. Durante el evento, se realizó la adhesión del Perú a la Organización Internacional de Turismo Social (OITS).

Además, durante ese año, se desarrollaron recorridos turísticos para escolares y adultos mayores bajo un modelo de estructuración pública y privada, liderado por el financiamiento de MINCETUR, con apoyo y compromiso de otras instituciones públicas y privadas como socios estratégicos, quienes brindaron facilidades para el desarrollo de productos turísticos sociales, y lograron la participación de 2640 beneficiarios a fines de año.

En el año 2017, se realizó el II Foro Nacional de Turismo Social en Chiclayo, con la temática “Turismo social y su contribución al turismo interno”. Los ponentes internacionales de Chile, Colombia, España y México, compartieron su experiencia de implementación del turismo social en sus países. El evento también tuvo a representantes de las direcciones regionales de Comercio Exterior y Turismo, entre otros participantes del sector público y privado.

Durante el año 2018, en el III Foro Nacional de Turismo Social en Lima, denominado “Turismo y accesibilidad”, se destacó la participación de las 25 direcciones regionales de Comercio Exterior y Turismo a nivel nacional y ponentes internacionales de Argentina, Canadá y Francia. Durante el evento se realizó el lanzamiento del aplicativo móvil gratuito “Jóvenes en Ruta”, que tenía por objetivo de promover y facilitar el acceso a la actividad turística de jóvenes residentes en el Perú a través de descuentos y ofertas especialmente diseñadas para ellos.

Considerando lo antes expuesto, se advierte que existen brechas entre la oferta y la demanda turística¹ originadas por la falta de accesos en los atractivos y/o servicios turísticos a nivel nacional. Por ello, resulta necesario la aprobación de los presentes lineamientos como una herramienta para coadyuvar con el cierre de las brechas antes señaladas, a efectos de contribuir con la inclusión del público objetivo del turismo social en el disfrute del turismo de manera libre y autónoma.



perú/rola de laforon

¹ Conforme a los resultados del Estudio de caracterización del público objetivo del turismo social.

II. Marco normativo

2.1 Marco internacional

- Declaración Universal de los Derechos Humanos, proclamada por la Asamblea General de las Naciones Unidas en París, el 10 de diciembre de 1948, en su Resolución 217 A (III).
- Declaración de Montreal “Por una visión humanista y social del turismo” aprobada en el marco del Congreso Mundial de Turismo Social en la ciudad de Montreal (Quebec – Canadá, 1996).
- Código Ético Mundial para el Turismo, aprobado por la Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo, en 1999, reconocido por la Organización de las Naciones Unidas, en 2001, a través de la Comisión de Ética del Turismo.
- Objetivos de Desarrollo Sostenible (2015-2030), aprobados en la Cumbre de la Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible 2015, durante la Asamblea General “Transformar nuestro mundo: La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible” (Nueva York, 2015).

2.2 Marco nacional

- Constitución Política del Perú de 1993, Artículo 2°.
- Ley N° 29408, Ley General de Turismo.
- Ley N° 29973, Ley General de la Persona con Discapacidad en Perú.
- Ley N° 30490, Ley de la Persona Adulta Mayor.
- Ley N° 27337, Ley que aprueba el Nuevo Código de los Niños y Adolescentes.
- Ley N° 30819, Ley que modifica el Código Penal y el Código de los Niños y Adolescentes.
- Ley N° 29535, Ley que otorga reconocimiento oficial a la Lengua de Señas Peruana.
- Reglamento de Organización y Funciones del Mincetur, aprobado mediante Decreto Supremo N° 005-2002-MINCETUR, modificado por el Decreto 002-2015-MINCETUR.

- Reglamento de la Ley General de Turismo, aprobado mediante Decreto Supremo 003 – 2010-MINCETUR.
- Plan Estratégico de Desarrollo Nacional (PEDN), “Plan Bicentenario: Perú hacía el 2021”, aprobado mediante Decreto Supremo N° 054-2011-PCM.
- Reglamento de la Ley General de la Persona con Discapacidad, aprobado mediante Decreto Supremo N° 002-2014-MIMP.
- Reglamento de la Ley que Otorga Reconocimiento Oficial a la Lengua de Señas Peruana, aprobado mediante Decreto Supremo N° 006-2017-MIMP.
- Reglamento de la Ley de la Persona Adulta Mayor, aprobado mediante Decreto Supremo N° 007-2018-MIMP.
- Política General de Gobierno al 2021, aprobado mediante Decreto Supremo N° 056-2018-PCM.
- CEPLAN. (2019). Plan Estratégico Sectorial Multianual PESEM – Comercio Exterior y Turismo.
- Plan Estratégico Nacional de Turismo – PENTUR 2025, aprobado por Resolución Ministerial N° 231-2016-MINCETUR.



III. Alcance

Los Lineamientos para el Desarrollo del Turismo Social establecidos en el presente documento son de alcance y de aplicación nacional, regional y local. Servirá como un documento orientador para las

instituciones públicas y privadas cuyos objetivos se encuentren alineados al desarrollo del turismo social.





IV. Lineamientos para el desarrollo del turismo social

4.1 Concepto

En el Perú, el turismo social comprende todos aquellos instrumentos y medios a través de los cuales se facilita la participación de niños, niñas, adolescentes, jóvenes, estudiantes, personas con discapacidad, personas adultas mayores, trabajadores, comunidades campesinas y nativas, y otros grupos humanos que, por razones físicas, económicas, sociales o culturales, tienen acceso limitado al disfrute de la actividad turística, en

coordinación con los actores involucrados, de conformidad con el artículo 45 de la Ley 29408, Ley General de Turismo.

4.2 Pilares

El turismo social en el Perú se fundamenta en cuatro pilares que orientan su desarrollo hacia el logro de sus objetivos:



Es **inclusivo** porque favorece y asegura el acceso a la actividad turística de todos los ciudadanos sin excepción, a fin de que puedan ejercer su derecho al disfrute del tiempo libre en igualdad de oportunidades, sin diferencias económicas, culturales o sociales. Asimismo, busca incorporar al público objetivo del turismo social en la cadena de valor del turismo.

Es **participativo** porque busca que tanto la población como el turista forme parte activa del turismo social; así como la interrelación directa del individuo con su medio y la sociedad, y en consecuencia su desarrollo personal.

Es **accesible** porque concibe al turismo como una actividad que debe ser disfrutada por todos, al margen de cualquier limitación (física, social o económica), integrando a las personas independientemente de sus características, necesidades y capacidades.

Es **innovador** porque busca la incorporación de propuestas creativas, competitivas y sostenibles en toda la cadena de valor del turismo, enfocadas al público objetivo del turismo social, a fin de contribuir con su bienestar y generar experiencias únicas.

4.3 Enfoque

Enfoque de entendimiento de la demanda y adaptación de la oferta

El turismo social en el Perú basa su metodología de intervención en el entendimiento de la demanda turística real o potencial. En ese sentido, depende directamente de las características, motivaciones, preferencias y necesidades de su público objetivo: niños, niñas, adolescentes, jóvenes, estudiantes, personas con discapacidad, personas adultas mayores y otros grupos humanos.

Este enfoque implica que la oferta turística nacional se adecúe a las exigencias de dicho público objetivo para satisfacer sus necesidades y asegurar el disfrute de su tiempo libre. Por ello, el turismo social propicia el diseño, desarrollo y adaptación de productos turísticos accesibles a nivel nacional buscando que sean de calidad y seguros.

Cabe resaltar que el MINCETUR ha identificado destinos turísticos priorizados en el Perú² de acuerdo al flujo de demanda turística, los que podrían encontrarse en proceso de diversificación o consolidación. Para lograr que el producto turístico nacional sea sostenible, los destinos deben ser

² Destinos Turísticos priorizados por el MINCETUR: Machupicchu – Choquequirao (Cusco y Apurímac), rutas cortas de Lima (Lima), ciudad de Lima y Callao (Callao), Arequipa, Colca & Cotahuasi (Arequipa), lago Tititcaca (Puno), Paracas – Nazca (Ica), Tacna – Moquegua (Tacna y Moquegua), playas del norte (Piura y Tumbes), ruta Moche (La Libertad y Lambayeque), Cordillera Blanca (Ancash), Tarapoto – Altomayo (San Martín), sierra central (Ayacucho y Huacavelica), selva central (Junín, Pasco, Huánuco y Ucayali), Manu – Tambopata (Madre de Dios), río Amazonas (Loreto), Kuelap – valle del Utcubamba (Amazonas), Cajamarca (Cajamarca).

desarrollados y/o adaptados de manera inclusiva, participativa y accesible, considerando, además, las características de los presentes lineamiento. De esta forma, lo que busca el turismo social es lo siguiente:

- En destinos turísticos consolidados, que el producto turístico se adapte a las necesidades del público objetivo del turismo social, propiciando el fomento de condiciones de accesibilidad en el destino.
- En los destinos turísticos en diversificación, que se propicie el desarrollo de productos turísticos accesibles e innovadores orientados para el público objetivo del turismo social.
- En los destinos emergentes, se busca que reconozcan al público objetivo del turismo social como una oportunidad para dinamizar su economía diseñando productos turísticos a partir de las características de estos segmentos.

Enfoque de incorporación del público objetivo en la cadena de valor del turismo

El turismo social en el Perú no solo entiende al público objetivo desde una perspectiva de demanda, es decir como consumidor final en la cadena de valor del turismo (visitante), también, desde una

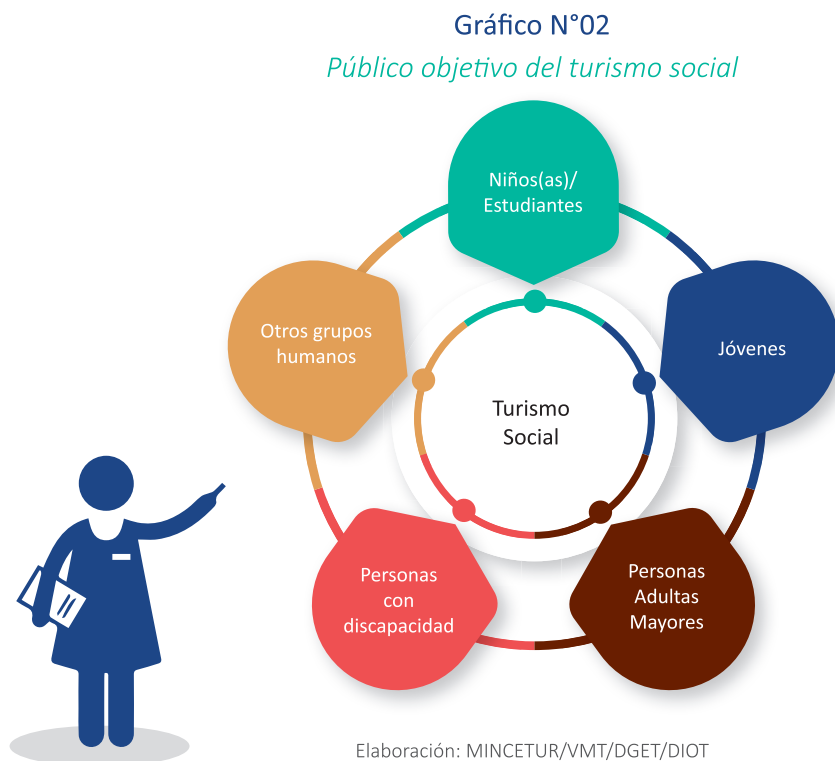
perspectiva de oferta por quienes pueden formar parte de los eslabones productivos de la cadena de valor del turismo.

En ese sentido, se busca fomentar que principalmente las personas con discapacidad y adultos mayores formen parte del recurso humano de la actividad turística, fortalezcan sus capacidades y se inserten laboralmente en servicios turísticos, dinamizando su economía y, por ende, la mejora de su calidad de vida.

4.4 Público objetivo

El turismo social incluye a los visitantes residentes en el Perú (turismo interno) que formen parte de los grupos poblacionales; tales como trabajadores(as), niños(as), jóvenes, estudiantes, personas con discapacidad, adultos mayores, comunidades campesinas, nativas y otros grupos humanos que, por razones físicas, económicas, sociales o culturales, tienen acceso limitado a disfrutar de los atractivos y servicios turísticos, de conformidad con el artículo 45 de la Ley N° 29408, Ley General de Turismo, para quienes se plantea el turismo como un elemento que les permita acceder a su derecho fundamental del disfrute del tiempo libre.

Frente a ello, el sector ha previsto iniciar líneas de acción respecto de los siguientes públicos objetivos:



a) Niños(as)/estudiantes

Se considera niño(a) a todo ser humano desde su concepción hasta cumplir los 12 años de edad³. Dentro de este grupo podemos considerar a los escolares matriculados en educación básica regular que, durante el 2018, sumaron 6 090 283 entre

escolares de inicial (3 a 5 años de edad), primaria (6 a 11 años de edad) y secundaria (12 a 16 años de edad)⁴; quienes realizan viajes de estudios, visitas culturales y jornadas de integración como parte de su formación académica en compañía de sus docentes y padres. Para este público se plantea delinear acciones vinculadas a:

³ Ley N° 27337 – Aprueba el Nuevo Código de los Niños y del Adolescentes

⁴ Ministerio de Educación, 2018

- Reforzar sus conocimientos y complementar su formación académica mediante la experiencia directa de viajes.
- Motivar su integración social y relación interpersonal con las comunidades anfitrionas.
- Reforzar su formación integral e identidad a través del conocimiento y valoración social, cultural, ambiental y cívica del lugar que visitan.
- Propiciar su participación activa, en condiciones de seguridad y calidad, en la actividad turística.

b) Jóvenes

Son aquellas personas de 15 a 29 años de edad⁵. Gran parte de este grupo se encuentra dentro del segmento millenials, quienes representan el 35% de la población total del Perú y son considerados el segundo grupo más importante de vacacionistas que viajan al interior del país, después del segmento familias (PROMPERU, 2016). Para este público, se plantea delinear acciones vinculadas a:

- Fomentar la cultura de viaje, que permita a su vez desarrollar una actitud reflexiva sobre la actividad turística y su sostenibilidad.

- Enriquecer su desarrollo personal e identidad nacional, a través del conocimiento de la realidad local y su compromiso con esta.
- Reforzar su desarrollo personal mediante la práctica o la experiencia directa en viajes, constituyéndose en un medio que contribuye a su autoconocimiento.

c) Persona adulta mayor (PAM)

Comprendido por aquellas personas que tienen 60 o más años de edad⁶. De acuerdo al censo de población 2017, 3 345 552 habitantes peruanos son personas adultas mayores (10.4% de la población total); asimismo, el 42.2% de los hogares del país tienen entre sus miembros alguna persona mayor de 60 años de edad (INEI, 2018). Por otro lado, en promedio, el 16% de vacacionistas de las principales ciudades emisoras del Perú pertenecen a este grupo (PROMPERU, 2018). En relación a este público, se propicia el acceso y disfrute de la actividad turística orientado a la mejora de su salud física y mental, así como a la revalorización de su participación activa en la sociedad. Se plantea delinear acciones vinculadas a:

⁵ Secretaría Nacional de la Juventud- SENAJU

⁶ Artículo. 2 de la Ley N° 30490, Ley de la Persona Adulta Mayor.

- Promover el acceso en igualdad de condiciones a la actividad turística de manera autónoma y segura.
- Propiciar la valoración positiva de la persona adulta mayor y su integración activa en la sociedad a través de la actividad turística.
- Facilitar la participación y la mejora en la calidad de vida de los adultos mayores, a través de la actividad turística.

d) Personas con discapacidad (PCD)

Comprendido por aquellas personas que tienen una o más deficiencias físicas, sensoriales, mentales o intelectuales que, al interactuar con diversas barreras actitudinales y del entorno, no ejerzan o puedan verse impedidas en el ejercicio de sus derechos y su inclusión plena y efectiva en la sociedad en igualdad de condiciones que las demás⁷. De acuerdo al censo de población del 2017, más de 3 millones de peruanos tienen al menos un tipo de discapacidad, equivalente al 10.4% de la población total. Para este público se plantea delinear acciones relacionadas a:

- Promover su acceso sin barreras (físicas, culturales o sociales) y en igualdad de condiciones

a la actividad turística, de manera independiente y segura.

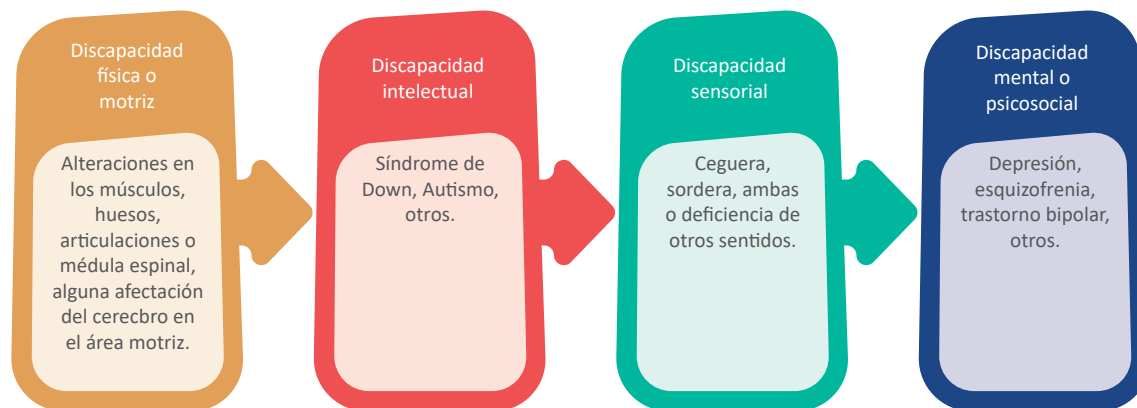
- Facilitar el desenvolvimiento y uso de productos y servicios turísticos adaptables a todas las personas con discapacidad.
- Propiciar la valoración positiva de la persona con discapacidad y su integración activa en la sociedad, mejorando su calidad de vida a través de la actividad turística.



⁷ Adaptado del Artículo 2 de la Ley N° 29973, Ley General de la Persona con Discapacidad.

Gráfico N°03

Tipos de discapacidad⁸



Elaboración: MINCETUR/VMT/DGET/DIOT

e) Grupos humanos con limitaciones económicas

Son todos aquellos peruanos que tienen al menos una necesidad básica insatisfecha (NBI). Este grupo, durante el 2018, ascendió a 6 593 000 peruanos que continúan viviendo en pobreza en el país, equivalente al 20.5% de la población total. Los peruanos en situación de pobreza disminuyeron en 1.2% con relación al año 2017. Por su parte, también existe un grupo de peruanos en pobreza extrema, quienes representaron el 2.8% de la población del país durante el 2018 (900 000 peruanos). Es importante resaltar que este grupo

ha disminuido en 1% frente al 2017, es decir, unas 309 000 personas dejaron de ser pobres extremos (INEI, 2019). Para ellos, se buscará alianzas público privadas que generen desplazamiento y desarrollo de actividades turísticas a través del fomento de tarifas preferenciales, promociones, descuentos u otras estrategias especialmente diseñadas. Además, se plantean acciones orientadas a:

- Propiciar el disfrute de su tiempo libre como un derecho a través del turismo.
- Reconocer los beneficios de la actividad turística incorporándola como parte de sus actividades.

⁸ Tipos de discapacidad: Sensorial (ceguera, sordera, ambas o deficiencia de otros sentidos); Física o motriz (alteraciones en los músculos, huesos, articulaciones o médula espinal, así como como por alguna afectación del cerebro en el área motriz impactando en la movilidad de la persona); Intelectual (Síndrome de Down, Autismo, otros); Mental o psicosocial (depresión, esquizofrenia, trastorno bipolar, otros).

f) Otros grupos humanos

Comprendido por trabajadores(as), madres solteras, jefas de hogar, comunidades campesinas y nativas, entre otros, buscando incentivar en ellos una cultura de viaje, permitiendo su acceso y disfrute del tiempo libre a través de la actividad turística, en condiciones de seguridad y de calidad, que contribuyan a la mejora de su calidad de vida, así como su valoración positiva y participación activa en la sociedad y en la cadena de valor del turismo.

4.5 Objetivos del turismo social

Objetivo general

Promover y facilitar que grupos humanos con acceso limitado al turismo ejerzan su derecho fundamental al disfrute del tiempo libre y al descanso, gozando de un ambiente equilibrado y adecuado al desarrollo de su vida⁹.

Objetivos específicos

- Generar investigación y planificación que fomenten el desarrollo del turismo social en el Perú.

- Fomentar el diseño y desarrollo de productos turísticos y/o prestadores de servicios turísticos accesibles en base de las características y/o necesidades del público objetivo del turismo social.
- Fomentar la reflexión, actitudes positivas y fortalecer capacidades en los actores involucrados en materia de turismo social.
- Implementar y fomentar mecanismos de facilitación para el acceso al descanso y disfrute del tiempo libre del público objetivo del turismo social.
- Fortalecer las relaciones institucionales entre distintos niveles de gobierno y organismos del sector público y privado en materia de turismo social.
- Generar mecanismos e instrumentos de seguimiento y evaluación del desarrollo del turismo social en el Perú.

4.6 Metodología de intervención

El desarrollo del turismo social se aborda a través de siete (07) líneas de acción que se

⁹ Adaptado del numeral 22 del Artículo 2° de la Constitución Política del Perú, 1993.

encuentran alineados a lograr los objetivos del turismo social en beneficio del público objetivo. Es importante resaltar que las acciones propuestas en el presente documento pueden ser desarrolladas

o implementadas por los tres niveles de gobierno, de acuerdo a sus competencias, y pueden recibir la asistencia técnica del MINCETUR para tal fin.



Elaboración: MINCETUR/VMT/DGET/DIOT

4.6.1 Línea de acción I: investigación y planificación

Orientada a desarrollar estrategias de acción para el diseño, implementación y desarrollo del turismo social a través de la investigación y planificación con la participación activa de los actores involucrados.

ACCIONES

- Realizar estudios de la demanda (público objetivo) real y potencial del turismo social.
- Realizar estudios de oferta¹⁰ turística real y potencial para el público objetivo del turismo social.
- Identificar y analizar las brechas entre la oferta y demanda del turismo social.
- Determinar y analizar la cadena de valor que se genera para el turismo social.
- Promover investigaciones interdisciplinarias sobre turismo social, en coordinación con actores involucrados.
- Propiciar publicaciones especializadas vinculadas a turismo social en coordinación con los entes pertinentes.
- Diseñar y desarrollar instrumentos o mecanismos de planificación que favorezcan la toma de decisiones.
- Elaborar planes y/o proyectos de desarrollo en materia de turismo social.
- Planificar acciones de articulación con los órganos del MINCETUR y con actores involucrados públicos y privados vinculados al desarrollo del Turismo Social.

¹⁰ Los estudios deben incluir como mínimo los siguientes contenidos: información sobre las condiciones de accesibilidad del servicio turístico, público objetivo al que se dirige la oferta turística, periodos de aplicación de promociones o tarifas especiales de los servicios turísticos, tarifas sociales que ofrezcan al público objetivo, entre otros.

4.6.2 Línea de acción II: diseño y desarrollo de productos accesibles

Orientada a propiciar el diseño, desarrollo, adecuación y/o mejora de productos y servicios turísticos accesibles, innovadores, seguros y de calidad adecuados a las características y necesidades del público objetivo del turismo social.

ACCIONES

- Fomentar el diseño y/o adaptación de productos turísticos (recorridos, rutas, circuitos y corredores turísticos) accesibles, seguros y adecuados a las necesidades del público objetivo del turismo social, en coordinación con los actores involucrados.
- Desarrollar acciones que fomenten la implementación y/o adecuación de infraestructura, instalaciones y/o servicios accesibles en la oferta turística actual y/o potencial, en coordinación con los actores involucrados.
- Incorporar productos y/o servicios turísticos accesibles en el marco de los procesos de buenas prácticas del MINCETUR (calidad, sostenibilidad, competitividad u otros).
- Incorporar en la cadena de valor del turismo al público objetivo del turismo social.

Nota: Las intervenciones que puedan ser consideradas inversión pública asociadas a servicios turísticos públicos de competencia del sector u otras entidades públicas en los tres niveles de gobierno deberán desarrollarse en el marco normativo de Invierte.pe, su respectiva programación multianual de inversiones y las metodologías específicas que correspondan a los servicios turísticos.

4.6.3 Línea de acción III: difusión y sensibilización

Orientada a la generación de conciencia y actitudes positivas en los actores involucrados (públicos, privados y sociedad en general) sobre las políticas, alcances y beneficios del turismo social y su respectiva difusión.

ACCIONES

- Realizar talleres, charlas y/o actividades de sensibilización en materia de turismo social dirigidas a la población local y a las entidades públicas y privadas vinculadas a la actividad turística.
- Sensibilizar al público objetivo del turismo social sobre la importancia y beneficios del disfrute del tiempo libre mediante la actividad turística, así como su posible incorporación en la cadena de valor del turismo.
- Sensibilizar a prestadores de servicios turísticos para desarrollar productos y/o servicios turísticos accesibles al público objetivo del turismo social, así como brindar una atención adecuada y de calidad en condiciones de igualdad, respeto y seguridad.
- Llevar a cabo campañas de difusión para dar a conocer los mecanismos, instrumentos y actividades que se desarrollen en el marco del turismo social.
- Difundir los alcances del turismo social en los actores involucrados.
- Elaborar material de difusión y/o sensibilización del turismo social con la participación de los actores involucrados pertinentes.

4.6.4 Línea de acción IV: desarrollo de capacidades

Orientada a la formación y entrenamiento especializado de los actores vinculados al turismo social para el diseño y desarrollo de productos turísticos con condiciones de accesibilidad y atención adecuada al público objetivo del turismo social.

ACCIONES

- Realizar talleres de desarrollo y fortalecimiento de capacidades dirigido al sector público y privado en materia de turismo social.
- Brindar asistencia técnica a los gobiernos regionales y locales en materia de turismo social.
- Desarrollar capacidades en los actores involucrados al turismo social con la cooperación de organismos especializados, centros de formación pública o privada (técnica y superior) u otros.
- Elaborar material para el desarrollo y fortalecimiento de capacidades dirigido al sector público y privado en materia de turismo social.

4.6.5 Línea de acción V: facilitación de oportunidades a la demanda

Orientada a generar mecanismos, herramientas y espacios para el acercamiento del público objetivo del turismo social a la oferta de servicios turísticos accesibles, seguros y de calidad.

ACCIONES

- Realizar eventos (ferias, workshops, ruedas de negocios, entre otros) que faciliten el acercamiento de la demanda del turismo social a la oferta de productos y/o servicios turísticos accesibles, seguros y de calidad.
- Difundir los productos y/o servicios turísticos accesibles, seguros y de calidad a través de diferentes medios y/o plataformas de competencia del MINCETUR a nivel nacional.
- Desarrollar e implementar medios, mecanismos y/o instrumentos innovadores vinculados a las tecnologías de la información y comunicación (TICS), que faciliten el acceso a la actividad turística del público objetivo del turismo social.

4.6.6 Línea de acción VI: institucionalización

Orientada a consolidar el turismo social como una política sectorial en los tres niveles de gobierno, reforzando el rol del MINCETUR como institución reconocida y eficiente que contribuye al desarrollo sostenible de la actividad turística. Asimismo, realizar alianzas estratégicas que permitan sumar esfuerzos para el desarrollo del turismo social.

ACCIONES

- Realizar y participar en eventos (congresos, encuentros, foros, seminarios, entre otros) que fomenten el intercambio de experiencias, y generen redes de contacto y alianzas entre los actores involucrados de la actividad turística social a nivel nacional e internacional.
- Desarrollar alianzas estratégicas con organismos especializados, centros de formación pública o privada (técnica y superior) u otros para el desarrollo del turismo social.
- Realizar coordinaciones y trabajo conjunto con las instituciones públicas nacionales, así como organismos internacionales para el desarrollo e implementación del turismo social.

4.6.7 Línea de acción VII: seguimiento y evaluación

Orientada a realizar el monitoreo, seguimiento y evaluación de las actividades planificadas, así como medir los resultados e impactos generados en el marco del turismo social, permitiendo la mejora continua del mismo.

ACCIONES

- Revisar y evaluar los instrumentos o mecanismos de planificación.
- Elaborar y establecer mecanismos de medición, monitoreo y evaluación que permitan medir los resultados e impactos del turismo social.
- Brindar apoyo técnico a los gestores regionales y locales en torno a la aplicación de los instrumentos y/o mecanismos de monitoreo y evaluación.
- Evaluaciones periódicas del cumplimiento del turismo social.



Se instalarán
más de 1900
azulejos para
el interior de
la pileta

• Azulejos elaborados de forma
artesanal y pintados a mano

• Hechos en base
a evidencia
hallada en el
centro histórico
de Lima





Canion del Sordhe

turismò:
social

V. Actores estratégicos

Dado el carácter transversal del turismo social, su desarrollo requiere de coordinación y articulación multisectorial con organismos e instituciones públicas y privadas, nacionales e internacionales, que orienten sus acciones a la sostenibilidad de la actividad turística, propiciando el disfrute del mismo, en igualdad de condiciones, a todos los ciudadanos peruanos, a fin de generar sinergias para el desarrollo y fortalecimiento del turismo social.

En ese sentido, La Dirección de Innovación de la Oferta Turística perteneciente a la Dirección General de Estrategia Turística del Viceministerio de Turismo es la unidad orgánica responsable del turismo social, encargada de coordinar el diseño e implementación de programas de turismo inclusivo con organismos públicos y privados, orientados a facilitar y crear oportunidades para el disfrute de actividades turísticas a favor de grupos poblacionales con acceso limitados a dichos servicios¹¹.

5.1 Organismos públicos y privados

Del sector público:

- **Gobiernos internacionales**, cuyos objetivos y acciones se vinculan al turismo social, permitiendo generar intercambios de experiencias y promover alianzas estratégicas internacionales que contribuyan al desarrollo de políticas de turismo social.
- **Ministerios**, que por su competencia y ámbito de actuación promueven acciones, planes o programas nacionales vinculados al público objetivo del turismo social.
- **Centros de estudios e instituciones académicas públicas**, vinculadas a la formación en turismo con las que se coordinan acciones para el apoyo técnico, generación de estudios e investigaciones relacionadas al turismo social.

¹¹Inciso e) del artículo 74 – D del Reglamento de Organización y Funciones del MINCETUR, aprobado por Decreto Supremo N°005-2002-MINCETUR y modificado mediante Decreto Supremo N°002-2015-MINCETUR.

- **Gobiernos regionales y gobiernos locales¹²**, se coordinará acciones conjuntas para el desarrollo de condiciones y espacios accesibles para el público objetivo del turismo social, la regulación de prestadores de servicios turísticos seguros y de calidad en el ámbito de su jurisdicción, así como la incorporación de temas relacionados a turismo social en sus planes regionales de turismo.

Del sector privado:

- **Organismos de la sociedad civil¹³ nacionales o internacionales**, con quienes, acorde a sus objetivos de creación y estatutos, se puedan generar acuerdos, alianzas o proyectos conjuntos en pro del público objetivo del turismo social.
- **Prestadores de servicios turísticos¹⁴**, con los que se trabajará de manera conjunta para la implementación de buenas prácticas de turismo accesible, sensibilizándolos y capacitándolos para la creación y/o adaptación de productos y/o de servicios turísticos accesibles, seguros y de calidad, así como el fomento para la generación de estrategias de mercado.

- **Centros de estudios e Instituciones académicas privadas**, vinculadas a la formación en turismo con las que se coordinan acciones para apoyo técnico, la generación de estudios e investigaciones relacionadas al turismo social.
- **Empresas con departamentos de Responsabilidad Social Empresarial**, con los que se coordinará alianzas en el marco de sus proyectos de responsabilidad social en beneficio del público objetivo del turismo social.

5.2 Órganos del MINCETUR

Por su parte, el MINCETUR apunta sus acciones a la sostenibilidad de la actividad turística, propiciando el disfrute del turismo en igualdad de condiciones, a todos los ciudadanos peruanos; por ello, se ha identificado los principales órganos internos con competencias y acciones vinculadas al desarrollo del turismo social con quienes, a partir de la Dirección de Innovación de la Oferta Turística de la Dirección de Estrategia Turística, se realizará un trabajo de articulación y coordinación para lograr los objetivos del turismo social.

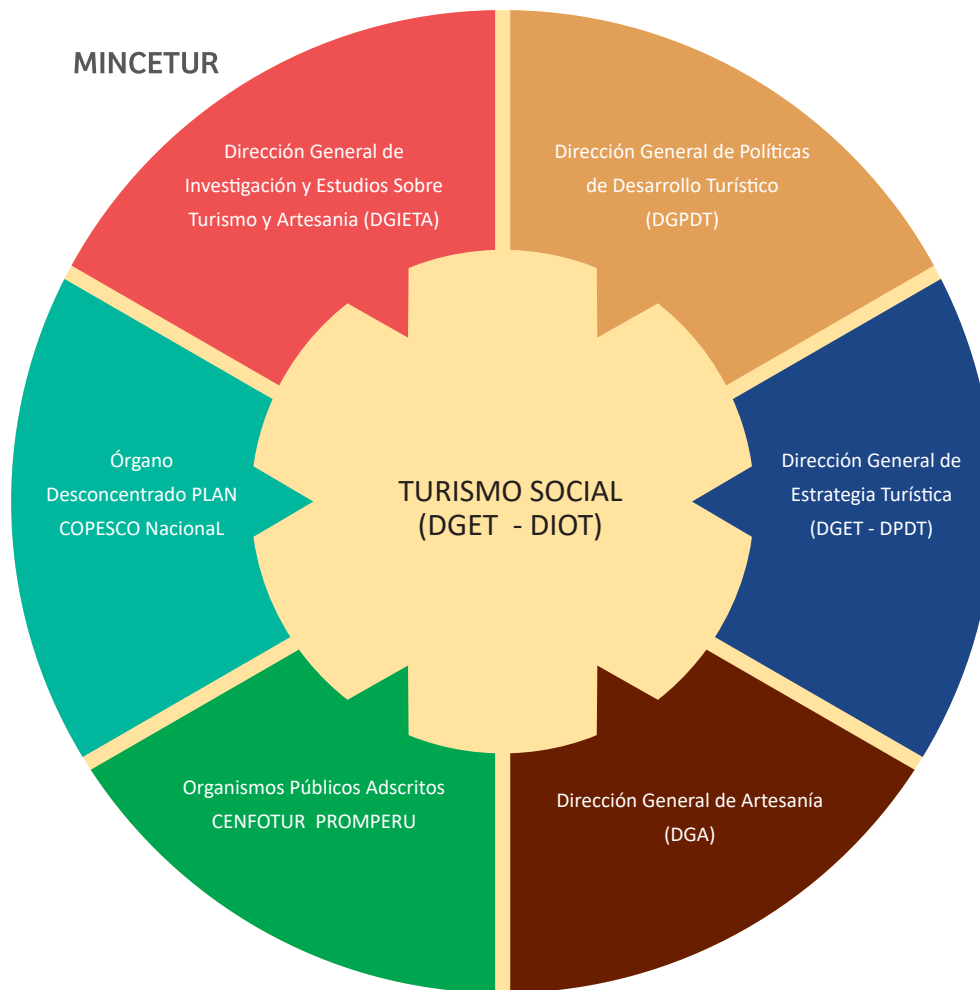
¹² Son considerados personas jurídicas de derecho público con autonomía política, económica y administrativa para asuntos de su competencia, tienen a su cargo la administración de la región o localidad. En el marco de la descentralización y transferencia de funciones.

¹³ Dentro de los que se consideran a las agencias de cooperación internacional, organismos no gubernamentales (ONGs), centros especializados que trabajan con los grupos humanos que conforman el público objetivo del turismo social; organizaciones público-privadas; cooperativas; cámaras de turismo; asociaciones; patronatos y fundaciones; entre otros.

¹⁴ Operadores de turismo, agencias de viajes de turismo, empresas de transporte, establecimientos de hospedaje, restaurantes, gremios del sector turismo, guías de turismo en general; guías y orientadores turísticos capacitados en atención a personas con discapacidad y adultos mayores, entre otros que trabajan con los grupos humanos que conforman el público objetivo del turismo social.

Gráfico N° 05

Órganos del MINCETUR vinculados al desarrollo del turismo social en el Perú



Elaboración: MINCETUR/VMT/DGET/DIOT

Tabla 1

Acciones según Competencias de los Órganos del MINCETUR vinculados al desarrollo del turismo social en el Perú.

Órganos del MINCETUR		Acciones según competencias
DIRECCIÓN GENERAL DE INVESTIGACIÓN Y ESTUDIOS SOBRE TURISMO Y ARTESANÍA	DGIETA	✓ Investigación y estudios referentes a turismo social. ✓ Información estadística para los indicadores del turismo social. ✓ Información que contribuya a la formulación de políticas y estrategias de turismo social. ✓ Estudios de tendencias, desarrollo y perspectiva del comercio de servicios turísticos accesibles. ✓ Resultados del impacto social, económico y ambiental de la actividad turística.
Dirección de Investigación y Análisis de Información de Turismo y Artesanía	DIAITA	
Dirección de Estudios de Prospectiva de Turismo y Artesanía	DEPTA	
DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICAS DE DESARROLLO TURÍSTICO	DGPDT	✓ Formulación de normas y directivas sectoriales para regular la actividad turística que incorporen la inclusión y condiciones de accesibilidad. ✓ Gestionar estrategias de mejora de la calidad del turismo fomentando la inclusión, participación, accesibilidad e innovación. ✓ Evaluación de instrumentos de gestión ambiental de proyectos de inversión que incorporen condiciones de accesibilidad. ✓ Gestión de acciones vinculadas al público escolar.
Dirección de Normatividad y Calidad Turística	DNCT	
Dirección de Asuntos Ambientales Turísticos	DAAT	
Dirección de Facilitación y Cultura Turística	DFCT	

DIRECCIÓN GENERAL DE ESTRATEGIA TURÍSTICA	DGET	✓ Gestión de estrategias para el desarrollo sostenible y accesible de los recursos, atractivos, productos y destinos priorizados. ✓ Propuestas de medidas para el desarrollo de circuitos y corredores turísticos orientados a los públicos objetivos del turismo social. ✓ Identificación de necesidades de servicios de infraestructura de apoyo al desarrollo de productos turísticos accesibles. ✓ Coordinación intersectorial y con los tres niveles de gobiernos para el desarrollo del turismo social. ✓ Desarrollo de acciones que permitan el diseño e implementación del turismo social. ✓ Capacitación, asistencia técnica y transferencia de conocimiento para el desarrollo del turismo social.
Dirección de Productos y Destinos Turísticos	DPDT	
Dirección de Innovación de la Oferta Turística	DIOT	
DIRECCIÓN GENERAL DE ARTESANÍA	DGA	✓ Acciones para la incorporación a la cadena de valor del turismo a artesanos(as) adultos mayores y personas con discapacidad. ✓ Acciones para la innovación, capacitación y asistencia técnica en artesanía al público objetivo del turismo social.
Dirección de Desarrollo Artesanal	DDA	
Dirección de Centro de Innovación Tecnológica de Artesanía y Turismo	CITES	

Centro de Formación en Turismo	CENFOTUR	✓ Evaluación y certificación de competencias laborales a fin de incorporar al público objetivo del turismo social en la cadena de valor del turismo. ✓ Capacitación y especialización de los recursos humanos en atención a la persona con discapacidad y otros públicos del turismo social.
Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo	PROMPERU	✓ Acciones de promoción, inteligencia comercial e investigación de mercados enfocada en los públicos del turismo social. ✓ Colaboración en la estrategia de turismo social y planes de promoción para fomentar el turismo interno.
PLAN COPESCO NACIONAL	COPESCO	✓ Ejecución de proyectos de inversión de interés turístico que permitan el desarrollo de actividades turísticas del público objetivo del turismo social. ✓ Apoyo técnico especializado para la ejecución de proyectos turísticos accesibles e inclusivos.

VI. Mecanismos de financiamiento

Para el desarrollo del turismo social se debe recurrir a mecanismos de financiamiento que involucren la participación del sector público y privado, nacionales e internacionales. En ese sentido, la gestión y la búsqueda de fuentes de recursos económicos podrán realizarse a través de acuerdos, compromisos de responsabilidad social, alianzas estratégicas; entre otras herramientas que permitan concretar la adaptación de recursos y servicios turísticos accesibles, a fin de facilitar el desplazamiento y el desarrollo de actividades turísticas del público objetivo del turismo social.

En el marco de la descentralización, los tres niveles que apuesten por el desarrollo del turismo sostenible deberán considerar asignar y/o gestionar recursos económicos para la implementación de acciones vinculadas a turismo social en el ámbito de sus competencias.

Además, se considera importante identificar y difundir los mecanismos de financiamiento que pueden ser utilizados por las organizaciones, gestores y empresas prestadoras de servicios turísticos a nivel nacional que busquen orientar

su oferta turística hacia una propuesta inclusiva, participativa y accesible, a fin de propiciar y activar el crecimiento de la inversión y, como consecuencia, fortalecer el desarrollo e implementación del turismo social en el país.





VII. Mercado turístico

El mercado turístico está determinado por la oferta y demanda turística. En dicho contexto, el proceso de compra/venta de programas, paquetes accesibles u otros similares, se desarrolla a través de la interacción entre las empresas prestadoras de servicios turísticos accesibles y el público objetivo del turismo social demandante; por lo tanto, los periodos de aplicación y tarifas están determinados por dicho mercado.

Esta interacción entre actores del mercado turístico se desarrolla, como cualquier otro en el Perú, en el marco de una cultura de leal y honesta competencia, conforme a lo dispuesto por el Decreto Legislativo N° 1034, Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas. En este sentido, el organismo público competente de velar por el cumplimiento de lo antes mencionado en materia de la defensa de la libre y leal competencia y protección de los derechos del consumidor es el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual, INDECOPI¹⁵.

Por otro lado, la disposición económica, de tiempo libre y decisión de viaje de la demanda,

sumada a las características intrínsecas de los recursos turísticos, determinará la estacionalidad del flujo de visita y consumos de servicios turísticos accesibles. En este contexto, el fomento y aplicación de estrategias que contribuyan al aumento del flujo de demanda de servicios turísticos accesibles en temporadas bajas, constituye una estrategia importante para los gestores del turismo en todos los niveles de gobierno.



¹⁵ Según lo establecido en el Artículo 2 Funciones de INDECOPI, del Decreto Legislativo N° 1033



Referencias

INEI (2018). Informe Técnico Situación de la Población Adulta Mayor. Nro 2.

<https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informe-tecnico-poblacion-adulta-mayor.pdf>

PROMPERU (2018). Reporte de ciudades emisoras.

<http://turismo-in-cms.promperu.gob.pe/sitio/ReportesCiudadesEmisoras>

INEI (2019). Informe la Evolución de la Pobreza Monetaria 2007-2018 del Instituto Nacional de Estadística e Informática.

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1646/libro.pdf

Ministerio de Educación (2018). Censo Escolar.

http://escale.minedu.gob.pe/censo-escolar/-/document_library_display/oJ44/view/4594307;jsessionid=15d6748ce81139d9f9118f4c570c

PROMPERU (2016). Millennials Viajeros Turismo en Cifras.

https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN//Uploads/temp/Uploads_publicaciones_2012_Millennials_Turismo_Receptivo_2014.pdf



Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR
Calle Uno Oeste N°50, Urb. Córpac.
San Isidro – Lima

www.mincetur.gob.pe