Universidad Nacional Mayor de San Marcos
Universidad del Perú. Decana de América
Facultad de Ciencias Administrativas
Escuela Profesional de Administración de Turismo

Planificación turística y Turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023

TESIS

Para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración de Turismo

AUTORES

Danitza Nataly CHOQUEHUANCA FALCON

Marshely Maria CASTRO ESTRADA

ASESOR

Dra. Sara Delfina Rosa PIERREND HERNANDEZ

Lima, Perú

2025



Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

Referencia bibliográfica

Choquehuanca, D. & Castro, M. (2025). *Planificación turística y Turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela Profesional de Administración de Turismo]. Repositorio institucional Cybertesis UNMSM.

Metadatos complementarios

Datos de autor 1	
Nombres y apellidos	Danitza Nataly Choquehuanca Falcon
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	76350694
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0004-2936-6302
Datos de autor 2	
Nombres y apellidos	Marshely Maria Castro Estrada
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	75854580
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0009-9649-0916
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	Sara Delfina Rosa Pierrend Hernandez
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	08657067
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0002-7286-2262
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	Edelmira del Rosario Mendoza Púa
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	25420408
Miembro del jurado 1	
Nombres y apellidos	Walter Adrian Landeo Torres

Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	09452121
Miembro del jurado 2	
Nombres y apellidos	David Chacón Chacón
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	07972116
Datos de investigación	
Línea de investigación	- Sistema y programa de gestión turística. Gestión turística. Desarrollo turístico y sostenibilidad - Gastronomía internacional y nacional
Grupo de investigación	No aplica.
Agencia de financiamiento	Financiamiento Propio
Ubicación geográfica de la investigación	País: Perú Departamento: Lima Provincia: Provincia Constitucional del Callao Distrito: Callao Latitud: -12.063359 Longitud: -77.147261
Año o rango de años en que se realizó la investigación	2023
URL de disciplinas OCDE	5.02.04 - Negocios, Administración https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.04

UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS
Universidad del Perú, DECANA DE AMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Escuela Profesional de Administración de Turismo
Calle Germán Amezaga N° 375 – Ciudad Universitaria – Lima -Perú

ACBSP ACCREDITED

Acta N° 003/-EPAT-FCA/2025

Modalidad: Sustentación de tesis
Ley Universitaria N° 30220
Resolución Rectoral N° 00744-R-20
Resolución Rectoral N° 007615-2023-R/UNMSM
Resolución Decanal N° 000040-2024-D-FCA/UNMSM
Resolución Directoral N° 000024-2024-EPAT-FCA/UNMSM
Resolución Directoral N° 00058-2025-EPAT-FCA/UNMSM
Resolución Directoral N° 00127-2025 EPAT-FCA/UNMSM

Lima, 14 de octubre de 2025

Siendo las 09:00 horas y reunido el Jurado Evaluador de Trabajo de Suficiencia Profesional, designado con Resolución Directoral N° 00058-2025-EPAT-FCA/UNMSM, integrado por los siguientes docentes:

Presidente:	Dra. EDELMIRA DEL ROSARIO, MENDOZA PÚA
Miembro:	DR. WALTER ADRIAN, LANDEO TORRES
Miembro:	MAG. DAVID, CHACÓN CHACÓN

Para evaluar la sustentación de tesis para optar al Título Profesional del Licenciada en Administración de Turismo de las bachilleres:

DANITZA NATALY, CHOQUEHUANCA FALCON

MARSHELY MARIA, CASTRO ESTRADA

Culminada la sustentación de tesis, los integrantes del Jurado Evaluador califican con DIECINUEVE (19) - MENCION honrosa a la sustentación de la tesis titulada **"Planificación turística y Turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023"**, de acuerdo con la Legislación Universitaria y la documentación sustentatoria que se acredita, en mérito de lo cual, el Jurado Evaluador declara APROBADAS para que se le otorgue el Título Profesional de:

Licenciada en Administración de Turismo

Conforme a las Disposiciones Legales vigentes, siendo las 09:50 horas, se levanta la sesión y en fe de lo actuado firman la presente:

Dra. EDELMIRA DEL ROSARIO, MENDOZA PÚA. (Presidente)

DR. WALTER ADRIAN, LANDEO TORRES. (Miembro)

MAG. DAVID, CHACÓN CHACÓN. (Miembro)

DRA. SARA DELFINA ROSA, PIERREND HERNANDEZ. Asesor Temático

CERTIFICADO DE SIMILITUD

Yo Sara Delfina Rosa Pierrend Hernandez, en mi condición de asesor acreditado con la Resolución Decanal N°000040-2024-D-FCA/UNMSM de la tesis, cuyo título es "Planificación turística y Turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023", presentado por las bachilleres Marshely Maria Castro Estrada y Danitza Nataly Choquehuanca Falcon para optar el título de Licenciado(A) en Administración de Turismo, CERTIFICO que se ha cumplido con lo establecido en la Directiva de Originalidad y de Similitud de Trabajos Académicos, de Investigación y Producción Intelectual. Según la revisión, análisis y evaluación mediante el software de similitud textual, el documento evaluado cuenta con el porcentaje de 20% de similitud, nivel **PERMITIDO** para continuar con los trámites correspondientes y para su **publicación en el repositorio institucional.**

Se emite el presente certificado en cumplimiento de lo establecido en las normas vigentes, como uno de los requisitos para la obtención del grado/ título/ especialidad correspondiente.

Lima, 29 de abril de 2025



Firma del Asesor
DNI:08657067
Asesor: Sara Pierrend Hernández

DEDICATORIA

A nuestros seres queridos.

A nosotras mismas por nuestra dedicación y deseo de superación.

AGRADECIMIENTO

A nuestros padres, hermanos y hermanas por su soporte y apoyo incondicional a lo largo de nuestras vidas y en nuestra etapa universitaria.

A nuestra asesora la Dra. Sara Delfina Rosa Pierrend Hernández por guiarnos en la dirección correcta para el desarrollo de nuestra investigación.

A todas las personas que directa o indirectamente nos apoyaron y motivaron en la realización de esta investigación.

INDICE GENERAL

DEDICATORIA I
AGRADECIMIENTO II
INDICE GENERAL III
LISTA DE TABLAS V
LISTA DE FIGURAS VII
RESUMEN X
ABSTRACT XI
INTRODUCCIÓN XII
CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DE ESTUDIO 1
1.1 Descripción de la realidad problemática 1
1.2 Formulación del problema 9
1.2.1 Problema General 9
1.2.2 Problemas Específicos 9
1.3 Objetivos 9
1.3.1 Objetivo General 9
1.3.2 Objetivos Específicos 9
1.4 Justificación 10
1.4.1 Importancia de la investigación 10
1.4.2 Viabilidad de la investigación 12
1.5 Limitaciones del estudio 12
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO 14
2.1 Antecedentes de la Investigación 14
2.1.1 De la variable Planificación Turística 14
2.1.2 De la variable Turismo Gastronómico 25
2.2 Bases Teóricas 39
2.2.1 Planificación 39
2.2.2 Planificación estratégica 43
2.2.3 Planificación turística 46
2.2.4 Planificación en el Perú 62
2.2.5 Planificación turística en el Callao 82
2.2.6 Turismo 86
2.2.7 Gastronomía 87
2.2.8 Turismo Gastronómico 95
2.2.9 Turismo Gastronómico en el Perú 134
2.2.10 Distrito del Callao 144
2.2.11 Turismo Gastronómico en el Callao 154
2.3 Definición de términos básicos 157
CAPITULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES 161

3. 1 Formulación de hipótesis general y específica 161
3.1.1 Hipótesis General 161
3.1.2 Hipótesis Específicas 161
3. 2 Variables y definición operacional 161
3.2.1 Variable Independiente 161
3.2.2 Variable Dependiente 162
CAPITULO IV: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN 164
4.1 Diseño metodológico 164
4.2 Diseño muestral 164
4.3 Técnicas de recolección de datos 165
4.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información 168
4.5 Aspectos éticos 169
CAPITULO V: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS 170
5.1 Presentación, análisis e interpretación de los datos 170
5.1.1 Prueba de confiabilidad Alfa de Cronbach 170
5.1.2 Análisis por Ítems 171
5.2 Prueba de hipótesis 218
5.2.1 Prueba de normalidad 219
5.2.2 Hipótesis General 219
5.2.3 Hipótesis Específicas N°1 221
5.2.4 Hipótesis Específica N°2 222
5.2.5 Hipótesis Específica N°3 223
5.3 Discusión de los resultados 224
CONCLUSIONES 229
RECOMENDACIONES 233
REFERENCIAS 236
ANEXOS 261
Anexo 1: Matriz de Consistencia 261
Anexo 2: Matriz de operacionalización de variables 262
Anexo 3: Instrumento de recolección de datos 264
Anexo 4: Validación de instrumento 267
Anexo 5: Fichas de Inventario de Recursos Turísticos 273
FICHA DE REGISTRO DEL RECURSO TURÍSTICO N°1 273
FICHA DE REGISTRO DEL RECURSO TURÍSTICO N°2 276
FICHA DE REGISTRO DEL RECURSO TURÍSTICO N°3 278
Anexo 6: Resolución de alcaldía de conformación del Equipo Técnico de Turismo del Plan de Desarrollo Turístico Local 2023 – 2030 280

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Ideas de proyecto de inversión pública en el distrito del Callao.... 85
Tabla 2 Asociaciones gastronómicas en el distrito del Callao..... 152
Tabla 3 Representantes de la gastronomía en el Callao..... 153
Tabla 4 Operacionalización de la variable X: Planificación turística..... 162
Tabla 5 Operacionalización de la variable Y: Turismo gastronómico..... 163
Tabla 6 Tamaño de la muestra..... 165
Tabla 7 Dimensiones a evaluar sobre planificación turística..... 167
Tabla 8 Dimensiones a evaluar sobre turismo gastronómico 168
Tabla 9 Análisis de Fiabilidad 170
Tabla 10 Pregunta N°1..... 171
Tabla 11 Pregunta N°2..... 172
Tabla 12 Pregunta N°3..... 173
Tabla 13 Pregunta N°4..... 174
Tabla 14 Pregunta N°5..... 175
Tabla 15 Pregunta N°6..... 176
Tabla 16 Pregunta N°7..... 178
Tabla 17 Pregunta N°8..... 179
Tabla 18 Pregunta N° 9..... 180
Tabla 19 Pregunta N°10..... 181
Tabla 20 Pregunta N°11..... 182
Tabla 21 Pregunta N°12..... 183
Tabla 22 Pregunta N°13..... 184
Tabla 23 Pregunta N°14 185
Tabla 24 Pregunta N°15..... 186
Tabla 25 Pregunta N°16..... 187
Tabla 26 Pregunta N°17..... 188
Tabla 27 Pregunta N°18..... 189
Tabla 28 Pregunta N°19..... 190
Tabla 29 Pregunta N°20..... 191
Tabla 30 Pregunta N°21..... 192
Tabla 31 Pregunta N°22..... 193
Tabla 32 Pregunta N°23..... 195
Tabla 33 Pregunta N°24..... 196
Tabla 34 Pregunta N°25..... 197
Tabla 35 Pregunta N°26..... 198
Tabla 36 Pregunta N°27..... 199
Tabla 37 Pregunta N°28..... 200
Tabla 38 Pregunta N°29..... 201
Tabla 39 Pregunta N°30..... 202
Tabla 40 Pregunta N°31..... 203
Tabla 41 Pregunta N°32..... 204
Tabla 42 Pregunta N°33..... 206
Tabla 43 Pregunta N°34..... 207
Tabla 44 Pregunta N°35..... 208

Tabla 45 Pregunta N°36. 209
Tabla 46 Pregunta N°37. 210
Tabla 47 Pregunta N°38 212
Tabla 48 Pregunta N°39 213
Tabla 49 Pregunta N°40 214
Tabla 50 Pregunta N°41 215
Tabla 51 Pregunta N°42. 216
Tabla 52 Pregunta N°43. 217
Tabla 53 Escalas de interpretación del coeficiente de correlación de Pearson. 218
Tabla 54 Prueba de Normalidad 219
Tabla 55 Correlación X-Y 220
Tabla 56 Correlación X1 - Y 221
Tabla 57 Correlación X2 - Y 222
Tabla 58 Correlación X3 - Y 223

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Fases del Proceso de Planificación Estratégica 45
Figura 2 Importancia de la planificación turística 48
Figura 3 Enfoques de la planificación turística 49
Figura 4 Metodología del Enfoque Desarrollista 50
Figura 5 Metodología del Enfoque Económico 51
Figura 6 Metodología del Enfoque Estratégico 52
Figura 7 Metodología del Enfoque Espacial o Físico 53
Figura 8 Metodología del Enfoque de Política Económica 54
Figura 9 Metodología del Enfoque Urbanístico 55
Figura 10 Metodología del Enfoque Comunitario o Regional 56
Figura 11 Metodología del Enfoque Sostenible 57
Figura 12 Proceso de planificación turística 58
Figura 13 Historia de la Planificación en el Perú 63
Figura 14 Articulación de políticas y planes en el Perú 65
Figura 15 Equipo Técnico de Turismo para la elaboración del PDTL 70
Figura 16 Funciones del equipo técnico de turismo 71
Figura 17 Temas a tratar en la sensibilización y motivación 72
Figura 18 Aspectos del análisis externo (PESTEC) 74
Figura 19 Aspectos que considerar en el análisis local 75
Figura 20 Actores de Turismo 76
Figura 21 Área de desarrollo turístico 77
Figura 22 Preguntas para redactar una misión 78
Figura 23 Características de la visión 79
Figura 24 Evolución mensual de la producción del subsector restaurantes 90
Figura 25 Evolución mensual del grupo restaurantes 91
Figura 26 Población ocupada, 2008 - 2021 92
Figura 27 Altas de empresas según actividad económica 93
Figura 28 Altas y bajas de sociedades anónimas, según actividad económica, 2023-2024 94
Figura 29 Elementos del Turismo Gastronómico 99
Figura 30 Tendencias del Turismo Gastronómico 102
Figura 31 Fases del Plan Estratégico de Turismo Gastronómico 111
Figura 32 Cadena de valor del turismo gastronómico 112
Figura 33 Fuentes de información secundaria 113
Figura 34 Fuentes de información secundaria 114
Figura 35 Criterios de selección para el análisis comparativo y de competidores del destino 115
Figura 36 Acciones para analizar la demanda del turismo gastronómico 116
Figura 37 Aspectos para segmentar y determinar grupos objetivo de turistas gastronómicos 117
Figura 38 Metodología de análisis de la imagen del destino de turismo gastronómico 118
Figura 39 Criterios para la selección de mercados emisores 119

Figura 40 Aspectos a evaluar del marketing de turismo gastronómico en el destino 120
Figura 41 Pilares para definir la estrategia de turismo gastronómico del destino 120
Figura 42 Aspectos a considerar para definir la misión y visión 121
Figura 43 Alternativas de estrategia competitiva para el desarrollo del turismo gastronómico 122
Figura 44 Estrategias básicas para el turismo gastronómico 122
Figura 45 Ejemplos de actividades de turismo gastronómico 124
Figura 46 Principales labores del ente gestor para el diseño de productos turísticos gastronómicos 125
Figura 47 Design Thinking 125
Figura 48 Acciones del ente gestor para promover la formación en turismo gastronómico 127
Figura 49 Pirámide de las necesidades: tipo de producto servicio turístico. 128
Figura 50 Requisitos para crear experiencias turísticas memorables 129
Figura 51 Ámbitos a trabajar para la gestión de la calidad en los destinos.. 130
Figura 52 Posibles acciones para la gestión de la calidad 130
Figura 53 Acciones para impulsar la gobernanza en los destinos 131
Figura 54 Acciones para la evaluación y seguimiento del turismo gastronómico 133
Figura 55 Requisitos de los indicadores para la evaluación de resultados... 133
Figura 56 Cadena de valor gastronómica peruana 136
Figura 57 Actividades Transversales de la Estrategia Nacional de Promoción del Turismo Gastronómico 142
Figura 58 Actividades para el Turismo Receptivo de la Estrategia Nacional de Promoción del Turismo Gastronómico 143
Figura 59 Actividades para el Turismo Interno de la Estrategia Nacional de Promoción del Turismo Gastronómico 143
Figura 60 Actividades de gestión para el Turismo Gastronómico en el Callao. 156
Figura 61 Pregunta N°1 171
Figura 62 Pregunta N°2 172
Figura 63 Pregunta N°3. 173
Figura 64 Pregunta N°4 175
Figura 65 Pregunta N°5 176
Figura 66 Pregunta N°6 177
Figura 67 Pregunta N°7 178
Figura 68 Pregunta N°8 179
Figura 69 Pregunta N°9 180
Figura 70 Pregunta N°10 181
Figura 71 Pregunta N°11 182
Figura 72 Pregunta N°12 183
Figura 73 Pregunta N°13 184
Figura 74 Pregunta N°14 186
Figura 75 Pregunta N°15 187

Figura 76 Pregunta N°16 188
Figura 77 Pregunta N°17 189
Figura 78 Pregunta N°18 190
Figura 79 Pregunta N°19 191
Figura 80 Pregunta N°20 192
Figura 81 Pregunta N°21 193
Figura 82 Pregunta N°22 194
Figura 83 Pregunta N°23 195
Figura 84 Pregunta N°24 196
Figura 85 Pregunta N°25 197
Figura 86 Pregunta N°26 198
Figura 87 Pregunta N°27 199
Figura 88 Pregunta N°28 200
Figura 89 Pregunta N°29 201
Figura 90 Pregunta N°30 202
Figura 91 Pregunta N°31 203
Figura 92 Pregunta N°32 205
Figura 93 Pregunta N°33 206
Figura 94 Pregunta N°34 207
Figura 95 Pregunta N°35 208
Figura 96 Pregunta N°36 209
Figura 97 Pregunta N°37 211
Figura 98 Pregunta N°38 212
Figura 99 Pregunta N°39 213
Figura 100 Pregunta N°40 214
Figura 101 Pregunta N°41 215
Figura 102 Pregunta N°42 216
Figura 103 Pregunta N°43 217

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo determinar la relación entre la planificación turística y el desarrollo del turismo gastronómico en el espacio comprendido por el distrito del Callao, en el año 2023, año en el que se publicó el Plan de desarrollo turístico local del Callao 2023-2030 elaborado por el equipo técnico de turismo del Callao.

El presente estudio empleó una metodología de tipo descriptiva, correlacional, transversal y cuantitativa, mediante la aplicación de cuestionarios; como instrumento de recolección de datos, sobre una muestra conformada por los 30 miembros del equipo técnico de turismo para la elaboración del PDTL del Callao.

El presente estudio comprobó que la planificación turística se relaciona significativamente con el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023, estableciendo que es importante que se elaboren y apliquen instrumentos de planificación turística que contribuyan a un desarrollo integral y sostenible del turismo gastronómico. Estos instrumentos deben orientarse al logro de objetivos alcanzables para el cierre de brechas y la diversificación de la oferta turística del distrito del Callao, considerando al turismo gastronómico como una oportunidad para lograrlo.

Palabras clave: planificación turística, turismo gastronómico, planificación estratégica, gastronomía peruana, turismo gastronómico sostenible, Callao.

ABSTRACT

The objective of this research is to determine the relationship between tourism planning and the development of gastronomic tourism in the Callao district in the year 2023, the year in which the Callao Local Tourism Development Plan 2023-2030, prepared by the Callao tourism technical team, was published.

This study used a descriptive, correlational, cross-sectional and quantitative methodology, through the application of questionnaires as a data collection instrument, on a sample of 30 members of the technical tourism team for the preparation of the PDTL of Callao.

This study found that tourism planning is significantly related to the development of gastronomic tourism in the district of Callao, 2023, establishing that it is important to develop and apply tourism planning instruments that contribute to the integrated and sustainable development of gastronomic tourism. These instruments should be oriented towards the achievement of achievable objectives for the closing of gaps and the diversification of the tourist offer of the district of Callao, considering gastronomic tourism as an opportunity to achieve this.

Key words: tourism planning, gastronomic tourism, strategic planning, Peruvian gastronomy, sustainable gastronomic tourism, Callao.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación titulada: “Planificación turística y Turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023”. Mediante el estudio de la variable planificación turística, que en la actualidad cuenta con un amplio avance a nivel de formulación, sin embargo, aún persiste la problemática en la aplicación de los instrumentos de gestión elaborados por el equipo técnico de turismo del Callao que ralentiza el desarrollo de la actividad turística en el distrito del Callao, situación que se repite a lo largo de todo el territorio peruano. Asimismo, se estudia la variable turismo gastronómico, que presenta un auge y posicionamiento durante la última década en nuestro país; no obstante, hasta ahora solo se han desarrollado estrategias independientes de promoción en diferentes ámbitos de territorio, por lo cual es necesario un instrumento de gestión específico para el turismo gastronómico que promueva un accionar conjunto e integral para el logro de objetivos.

Por lo que, a través de la presente investigación se plantea contribuir con el desarrollo de ambas variables comprobando la relación significativa entre la planificación turística y el turismo gastronómico de modo que permitan mejorar la experiencia gastronómica y de visita en el distrito de Callao.

La presente investigación consta de cinco capítulos donde en el primer capítulo se desarrolla el planteamiento de estudio, en el segundo capítulo se presenta el desarrollo del estado del arte, en el tercer capítulo se realiza la formulación de las hipótesis, en el cuarto capítulo se aprecia la aplicación de la metodología y en el quinto capítulo se da a conocer los resultados obtenidos a través de un análisis descriptivo e interpretación de los resultados. Finalmente, se presentan las conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos.

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DE ESTUDIO

1.1 Descripción de la realidad problemática

El turismo, desde sus inicios, ha experimentado un gran desarrollo entendiéndose no solo como una actividad de ocio sino como un fenómeno social y actividad económica, llegando a ser una de las principales fuentes de divisas para algunos países. En el caso del Perú, los últimos años han mostrado señales de recuperación en el ámbito turístico después de la pandemia por la COVID-19. En 2024, la llegada de turistas internacionales alcanzó los 3,256 millones; lo que representó un crecimiento del 29% en comparación al 2023, acompañado por un aumento del 30.3% en el ingreso de divisas por turismo receptivo que superaron los 4 860 millones de dólares. Este crecimiento de la actividad turística genera impactos positivos a nivel económico reflejado en su aporte al PBI con un 2.9%, la generación de 1.3 millones de empleos, cifras según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR, 2025).

Conforme se ha dado este desarrollo el turismo se ha diversificado, evidenciándose en la variedad de destinos turísticos, productos y servicios ofrecidos que buscan satisfacer las necesidades de los turistas cada vez más exigentes y que demandan un servicio personalizado siendo necesario para ello contar con una adecuada gestión de la actividad turística que parte de una buena planificación.

En el Perú contamos con un Sistema Nacional de Planeamiento Estratégico (SINAPLAN) regido por el Centro Nacional de Planeamiento Estratégico (CEPLAN) que tiene como propósito llevar a cabo la adecuada coordinación y procedimientos de planeamiento estratégico nacional que promueva el desarrollo sostenible y mejoras en la calidad de vida de la sociedad peruana; mediante la implementación de políticas públicas y planes en los diferentes niveles de territorio y gobierno.

(CEPLAN, 2024) Como instrumento de planificación actual de Estado contamos con el Plan Estratégico de Desarrollo Nacional (PEDN) al 2050. (CEPLAN, 2023). A partir del PEDN, los sectores presididos por sus respectivos ministerios formulan su Plan Estratégico Sectorial Multianual (PESEM), para la actividad turística se cuenta con el PESEM del sector Comercio Exterior y Turismo 2024 – 2030 (MINCETUR, 2024) que orienta las intervenciones públicas en los tres niveles de gobierno (nacional, regional y local). Sin embargo, actualmente no se cuenta con un Plan Estratégico Multisectorial (PEM) para la política turística, siendo imprescindible al tener en cuenta el carácter transversal del turismo.

Como normativa base para la regulación de la actividad turística en el Perú, se cuenta con la Ley N°32392, Nueva Ley General de Turismo que reafirma la declaración del turismo como "De interés nacional y su tratamiento como política prioritaria del Estado para el desarrollo del país, reconociéndolo como actividad esencial para la generación de empleo, el crecimiento económico y el desarrollo ambientalmente sostenible" (Congreso de la República, 2025). La presente Ley asigna al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) como organismo rector encargado de: formular la política nacional de turismo, elaborar el Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR), y brindar soporte a los gobiernos regionales y gobiernos locales en materia de turismo y artesanía. Asimismo, les corresponde a los gobiernos regionales y locales la formulación del Plan Estratégico Regional de Turismo (PERTUR) y Plan de Desarrollo Turístico Local (PDTL) respectivamente, los cuales deben alinearse a los objetivos del PENTUR.

Al presente, el MINCETUR viene trabajando en la actualización de la Política Nacional de Turismo con el objetivo de elaborar el primer documento guía que oriente el desarrollo turístico del país y promueva el trabajo conjunto de actores públicos y privados, ya que hasta ahora se consideraba al PENTUR como única Política Nacional en turismo (MINCETUR, 2025).

Se pueden visibilizar avances en el proceso de formulación de diversos instrumentos de gestión que contribuyen a la planificación turística en nuestro país, no obstante, se tiene un lento avance en los procesos de implementación, evaluación y monitoreo. Esto debido a diversos factores como la falta de una política integral de desarrollo de la actividad turística, falta de vinculación del turismo con otros sectores, falta de proyección hacia un mismo horizonte de tiempo e inadecuada alineación entre los instrumentos de gestión en los diferentes ámbitos de gobierno, ineficiente gestión del presupuesto, carencia de profesionales que ejerzan en el rubro turístico y la alta rotación de los mismos, desconocimiento del potencial turístico de cada localidad, entre otros. Lo que afecta de manera significativa la actividad turística, poniendo en riesgo el desarrollo sostenible del turismo en el Perú.

Por otro lado, una de las actuales tendencias en el turismo recae en la relevancia que la gastronomía viene adquiriendo. “En un mundo cada vez más globalizado, el respeto de la autenticidad y la diversidad culinaria local es un motor importante para crear destinos sostenibles” (ONU Turismo, 2024). La ONU Turismo (UNWTO), es la mayor impulsora del turismo gastronómico y motiva su desarrollo a nivel global por parte de los destinos turísticos, con la finalidad de aprovechar los recursos gastronómicos auténticos y particulares de cada destino. Asimismo, contribuye con la elaboración de instrumentos de gestión específicos como la “Guía para el desarrollo del turismo gastronómico” (2019) elaborada junto con la Basque Culinary Center (BBC), institución pionera en Ciencias Gastronómicas. De igual manera, produjo el Second Global Report on Gastronomy Tourism (2017) que permite visualizar los avances y propuestas en base al turismo gastronómico alrededor del mundo, donde resaltan los casos de Argentina, por sus experiencias alrededor del vino; México, por su patrimonio y cocina tradicional; Colombia, por su

valorada cadena gastronómica; Francia, con sus ciudades gastronómicas; España, y sus rutas gastronómicas en restaurantes reconocidos; EE.UU, con sus festivales gastronómicos, entre otros.

En ese contexto, el turismo gastronómico surge como una oportunidad para diversificar la actividad turística y posicionar al Perú como destino gastronómico a nivel mundial.

Según estimaciones de Promperú al 2023, el tercer grupo más importante de turistas extranjeros viajaron motivados por probar la gastronomía peruana cifra que asciende a 88,435 turistas (PROMPERÚ, 2024). A nivel nacional, el 47% de vacacionistas peruanos prefieren actividades de turismo gastronómico en sus viajes ocupando el tercer lugar de preferencia después del turismo de naturaleza y urbano (PROMPERÚ, 2023).

El turismo gastronómico brinda la oportunidad de conocer la mezcla de culturas y técnicas a través de los sabores que ofrece la gastronomía de un determinado destino. Los turistas buscan realizar actividades como visitar restaurantes de renombre, mercados locales, fábricas de producción, recibir clases de cocina y degustaciones entre otros. En el Perú, de acuerdo con Promperú (2023) los vacacionistas nacionales prefieren participar en actividades de degustaciones de comidas/bebidas (83%), realizar rutas gastronómicas (45%), tours especializados a Huariques y *Street Food* (33%), Visita agricultores/huertos (30%), Visita a granjas (21%), Clase de mixología (8%), Clases de cocina (7%) y Otras actividades gastronómicas (2%).

La cocina peruana fue declarada Patrimonio Cultural de la Nación en 2007 (Instituto Nacional de Cultura, 2007) al ser una fuerte expresión de la herencia cultural del país caracterizada por su biodiversidad y pluriculturalidad que reúne los conocimientos, técnicas y tradiciones ancestrales que se han transmitido a lo largo de los años hasta el día de hoy. En los últimos años, la gastronomía peruana viene recibiendo mayor reconocimiento a nivel internacional y ha

contribuido a fortalecer el sentido de identidad de la población, lo que representa una fortaleza que contribuye al desarrollo del turismo gastronómico en el país.

El Perú cada año va ganando notoriedad como destino gastronómico, prueba de ello está en los diversos reconocimientos conseguidos por nuestra cocina, siendo el más actual el del restaurante Maido del chef Mitsuharu “Micha” Tsumura, al ser elegido como el mejor del mundo en la prestigiosa lista "The World’s 50 Best Restaurants 2025" convirtiéndose en el segundo restaurante en ingresar en la prestigiosa lista luego del restaurante Central del chef Virgilio Martínez, que ocupó el mismo lugar en el 2023 (MINCETUR, 2025). Adicional a ello, nuestro país fue elegido por doce años consecutivos como mejor destino culinario del mundo por los World Travel Awards, reconocimiento que valora el trabajo continuo del país por conservar y difundir su diversidad cultural y culinaria (MINCETUR, 2024) . Además, fue sede del 2° Foro Mundial de Turismo Gastronómico (ONU Turismo, 2016) organizado por la Organización Mundial de Turismo (OMT).

El rubro de la gastronomía peruana agrupa y conecta a la cadena productiva de sus tres regiones geográficas (costa, sierra y selva), concentrándose en la ciudad de Lima la mayor variedad de oferta gastronómica del país, permitiéndole ser reconocida como la capital gastronómica de América del Sur. Esta oferta se ha extendido a lo largo del territorio nacional por medio de ferias, concurrencia a mercados e inversiones a nivel público y privado (Guardia, 2020). Sin embargo, no parece existir un enfoque integral del desarrollo del turismo gastronómico en el país mediante la aplicación de estrategias y/o planes, a pesar de la gran oportunidad que representa para el sector turismo.

Callao es la única provincia constitucional que tiene el Perú y presenta características particulares que permite el desarrollo del turismo como uno de los principales motores económicos para la mejora de la calidad de vida de su población y territorio.

Dentro de las fortalezas que posee el distrito del Callao es su ubicación estratégica para el acceso a diferentes mercados, la presencia del puerto marítimo del Callao y del Aeropuerto Internacional Jorge Chávez, el cual recibe un gran flujo de turistas nacionales y extranjeros, prueba de ello tenemos que el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez, registró en 2024 más de 13,024 millones de pasajeros, consolidándose como el principal punto de entrada al país (MINCETUR, 2025). Con la proyección de que esta cifra se incremente a 40 millones de pasajeros anuales con la apertura del Nuevo Aeropuerto Internacional Jorge Chávez inaugurado el 30 de mayo del 2025 (Lima Airport Partners, 2025). Además, el puerto del Callao recibió 30 cruceros turísticos desde octubre del 2024, lo que permitió el ingreso de más de 30 mil visitantes internacionales fortaleciendo la economía local y generado oportunidades para comerciantes, operadores turísticos, guías y otros prestadores de servicios del distrito (Ministerio de Transportes y Comunicaciones, 2025).

Adicionalmente, las obras de infraestructura como la Vía Expresa Santa Rosa y la extensión del Metro de Lima buscan mejorar la conectividad y accesibilidad, aspectos clave para una planificación territorial sostenible (Ministerio de Transportes y Comunicaciones, 2023).

En relación a la planificación del turismo en la Provincia Constitucional del Callao, en el año 2021 se establece mediante la Ordenanza Regional N°12-2021 (2021) la declaración del Turismo como estrategia de desarrollo prioritaria, de interés y necesidad regional, con efecto vinculante para los actores públicos y privados de la Región Callao; y que aprueba el Plan Estratégico Regional de Turismo del Callao - PERTUR Callao 2021 - 2030, como instrumento de

planificación y gestión (Diario Oficial El Peruano, 2022) ; dentro de este documento se delimitó (04) zonas de desarrollo turístico de la Provincia Constitucional del Callao, dentro de las cuales, la de mayor potencial turístico viene a ser, la Zona de Desarrollo Turístico Marítimo – Monumental, que abarca los distritos de Callao y La Punta con un presente posicionamiento a nivel nacional e interregional gracias a su geografía y gastronomía. Considerando ello, la presente investigación se centrará en el distrito del Callao, al ser la capital de la provincia, compuesto por un gran número de recursos turísticos y prestadores de servicios turísticos calificados, reflejando su trabajo en planificación turística a través de su Plan de Desarrollo Turístico Local 2023 – 2030 aprobada por Ordenanza Municipal N° 030-2023/MPC (2023).

En concordancia con lo previamente mencionado respecto al posicionamiento de la cocina peruana a nivel internacional, el distrito del Callao tiene el potencial de contribuir al desarrollo del turismo gastronómico, ya que posee una gastronomía variada, exquisita y con especialidad marina gracias a su cercanía al mar. De acuerdo con el PDTL Callao (2023), el 47% de los visitantes al distrito del Callao identifican a la gastronomía como una actividad principal, por encima del turismo fotográfico y de naturaleza.

No solo basta con el potencial gastronómico que posee el Callao, sino también de la visión política y planificación turística para el fortalecimiento de este sector. Actualmente, se busca posicionar al Callao como destino gastronómico con metas como convertirse en la “Capital del cebiche del Perú” (Gobierno Regional del Callao, 2023); sin embargo, como recurso turístico aún no se encuentra inventariado.

Cabe resaltar que, desde el gobierno regional y local se han desarrollado las primeras iniciativas como el primer foro gastronómico “Callao Fusión 2023” que congregó a unas tres mil personas, entre chefs, empresarios, emprendedores, profesionales y estudiantes vinculados al

sector turístico y gastronómico (Gobierno Regional del Callao, 2023). Así como, la creación de rutas como la “Ruta del Sabor” (Agencia Peruana de Noticias, 2016) y eventos como “Callao en su punto” (Perú 21, 2019), “FERTUR SALSA Callao” (Agencia Peruana de Noticias, 2023) o la reciente “Expo Vive Callao Verano 2025” (Municipalidad Distrital de La Punta, 2025) han promovido el consumo local, el emprendimiento gastronómico y la identidad culinaria chalaca. A esto se suma el fortalecimiento institucional con la firma de un convenio entre el Gobierno Regional y CENFOTUR, orientado a elevar la calidad de atención y profesionalización del sector (Infobae, 2025); así como concursos como “El Mejor Ceviche Chalaco” que buscan revalorizar la cocina tradicional marina. (Municipalidad Provincial del Callao, 2025)

Pese a estos avances, persisten brechas estructurales que limitan el desarrollo integral del turismo gastronómico en el Callao. Solo existen 06 restaurantes categorizados entre 3 y 5 tenedores, y únicamente 05 de ellos califican como restaurantes turísticos (MINCETUR, 2025). A pesar de que se han emitido 497 licencias de funcionamiento para restaurantes en 2023, con un crecimiento del 18,3% respecto al 2020 que fue de 420 licencias, esta cifra apenas representa el 2,5% del total nacional (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2025), lo cual evidencia una oferta limitada y poco articulada a los circuitos turísticos formales.

En base a lo expuesto, para que el distrito del Callao se convierta en un destino turístico líder en turismo gastronómico del país, es necesario la vinculación de actores públicos, privados, la academia y todos los que pertenecen a la cadena de valor del turismo gastronómico. De igual manera, para direccionar sus acciones y concretarlo en una misma visión es de gran importancia la creación de un plan estratégico del turismo gastronómico en el distrito del Callao, el cual permita diagnosticar la realidad problemática, aprovechar las fortalezas y oportunidades y proponer acciones estratégicas sostenidas en el tiempo.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema General

¿De qué manera la planificación turística se relaciona con el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023?

1.2.2 Problemas Específicos

1. ¿De qué manera el entorno institucional se relaciona con el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023?
2. ¿De qué manera el diagnóstico turístico se relaciona con el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023?
3. ¿De qué manera el análisis estratégico se relaciona con el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Determinar la relación entre la planificación turística y el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023.

1.3.2 Objetivos Específicos

1. Analizar la relación entre el entorno institucional y el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023.

2. Analizar la relación entre el diagnóstico turístico y el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023.
3. Analizar la relación entre el análisis estratégico y el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023.

1.4 Justificación

1.4.1 Importancia de la investigación

Por parte de la justificación teórica, Miralbell (2010) sostiene que la planificación turística contribuye a incrementar el desempeño económico del sector turismo, promover la diversificación del turismo, innovar la oferta de servicios turísticos en base a las necesidades de la demanda actual, conservar los recursos turísticos y posicionar la imagen del destino turístico. Para ello, los instrumentos de planificación son documentos de gestión necesarios para lograr la competitividad de los destinos al contribuir con la implementación de políticas para el desarrollo y planificación de la actividad turística. A su vez; de acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT) y la Basque Culinary Center (2019), el turismo gastronómico actualmente es un producto turístico de carácter transversal, con una creciente variedad de actividades y servicios gastronómicos a ofertar aprovechando las cualidades particulares y productivas de los territorios locales. Por lo que, es relevante incluir la promoción de los recursos y el patrimonio gastronómico como prioridad dentro de la política turística de los destinos; y que se refleje en la elaboración de planes estratégicos para el desarrollo del turismo gastronómico.

Conforme a lo expuesto, la presente investigación resulta relevante ya que aportará a la ampliación del conocimiento de las variables planificación turística y turismo gastronómico, lo

que será de mucha utilidad para futuras investigaciones y sumará con una revisión bibliográfica de las variables mencionadas y el análisis de su relación.

Por parte de la justificación práctica, esta investigación demuestra en qué medida la planificación turística influye en el impulso y desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao. Asimismo, da a conocer la percepción actual de las variables de estudio, identificando sus principales potencialidades y limitaciones, así como el rol clave que desempeñan los diversos actores involucrados en el distrito del Callao. A partir de ello, la presente investigación busca incentivar la formulación y aplicación efectiva de instrumentos de planificación y gestión turística, especialmente desde los gobiernos locales y regionales, con el fin de contribuir a un desarrollo integral, articulado y sostenible del turismo gastronómico en el territorio. Los resultados obtenidos serán puestos a disposición de las autoridades locales, con el propósito de que sirvan como insumo en sus procesos de planificación, toma de decisiones y diseño de políticas.

De igual manera, esta investigación se encuentra alineada con los principios del Objetivo de Desarrollo Sostenible N.º 9, al proponer acciones orientadas a fortalecer la infraestructura turística existente, fomentar la innovación en la oferta gastronómica y facilitar la inclusión de pequeños emprendimientos en cadenas de valor.

Como resultado final del proceso investigativo, se plantea la necesidad de plan de turismo gastronómico para el distrito del Callao, cuyo objetivo sea fortalecer la coordinación entre los actores del sector, poner en valor los recursos culinarios locales y encaminar al Callao para convertirse en un destino turístico gastronómico competitivo y sostenible. Como contribución para este fin, la presente investigación aporta con la realización de tres fichas de recursos gastronómicos para el distrito del Callao a disposición de la gestión local y su futura inclusión al Inventario Nacional de Recursos Turísticos.

1.4.2 Viabilidad de la investigación

La presente investigación considera la existencia de material bibliográfico respecto a las variables de estudio, así como, se delimita el espacio de estudio al distrito del Callao durante el periodo de tiempo correspondiente al año 2023, ya que, las autoras cuentan con los recursos económicos, técnicos y disponibilidad de tiempo necesario para llevar a cabo la investigación.

Por último, la presente investigación plantea determinar de qué manera la planificación turística se relaciona con el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023.

1.5 Limitaciones del estudio

Como factor limitante se presenta la escasa bibliografía de libre acceso respecto a las variables de estudio lo que conllevo a una mayor empleabilidad de tiempo para el desarrollo de nuestra investigación. Respecto a la variable de planificación turística, a pesar de contar con un amplio desarrollo a nivel teórico de la planificación su aplicación en el sector turismo aún es limitado, sumándole a ello tenemos que la mayoría de teorías existentes no se encuentran planteadas en un contexto actual. Esto complicó su integración con la variable de turismo gastronómico, que sí se encuentra desarrollada a nivel teórico en un escenario más actual. Cabe señalar, que la producción bibliográfica respecto al turismo gastronómico se centra básicamente en el extranjero, lo que dificultó en algunos casos la comprensión con facilidad de la literatura expresada en otros idiomas.

A su vez, la muestra empleada se limitó al número de actores que conformaron el equipo técnico de elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local de Callao. No obstante, la recopilación de datos total de la muestra se extendió a un periodo de tiempo de tres meses al considerar la distinta disponibilidad de tiempo de los participantes para completar la encuesta. En

relación con el espacio, se presentó como factor limitante el hecho de que las autoras de la presente investigación no residen en el lugar de estudio. Por último, la falta de estadísticas actuales que permitan medir los indicadores de las variables de estudio en el territorio nacional y en el distrito del Callao, dificultaron el diagnóstico y análisis de las variables en el presente.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la Investigación

En base a la investigación bibliográfica realizada, se establecen los siguientes antecedentes de estudio:

2.1.1 De la variable Planificación Turística

a. Antecedentes Internacionales

- Tesis

En la tesis de Toapanta (2022) titulada "La planificación turística y el desarrollo sostenible en el Cantón San Pedro de Pelileo" para optar el grado de Licenciado en Turismo, Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación, Universidad Técnica de Ambato, se presenta como objetivo general, analizar la planificación turística y el desarrollo sostenible en el cantón San Pedro de Pelileo. Además de contar con 3 objetivos específicos vinculados al estudio de concepciones teóricas, identificación de ejes relacionados con las variables de estudio; y propuesta de un manual de análisis situacional de la planificación en el cantón San Pedro de Pelileo. Con respecto a la metodología, la investigación fue de tipo no experimental, exploratoria y descriptiva utilizando como instrumentos la encuesta y la entrevista sobre una muestra conformada por el comité de turismo del cantón.

En la investigación se concluye que la planificación turística es un proceso, el cual para cumplir con sus objetivos definidos debe seguir una serie de acciones determinadas a través de un trabajo conjunto promoviendo un desarrollo sostenible continuo. De igual manera, identifica los ejes de la planificación turística (socioeconómico, político, territorial, ambiental, y productivo) trabajados por la unidad de turismo del GAD de Pelileo, los cuales no son trabajados de forma

equitativa demostrando una inadecuada planificación turística. Esta tesis aporta un acercamiento al concepto de planificación turística, su implicancia en la sostenibilidad e identifica sus ejes de trabajo.

En la tesina de Licenciatura en Turismo de Teysseire (2019) titulada "Planificación y gestión turístico-recreativa en áreas naturales protegidas: Evaluación de la Efectividad de Manejo (EEM) de la Reserva Provincial Parque Luro, La Pampa", Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur, se presenta como objetivo general, evaluar la planificación y gestión turístico-recreativa de la Reserva Provincial Parque Luro, La Pampa. Además de contar con 5 objetivos específicos vinculados al reconocimiento de la Reserva Provincial Parque Luro y las actividades turísticas a realizar en él. Así como reconocer variables e indicadores significativos para el estudio de la planificación turística, elaboración de un diagnóstico de manejo de la reserva y el establecimiento de propuestas para optimizar la planificación turística en la Reserva. Con respecto a la metodología, la investigación fue de tipo descriptiva y explicativa utilizando como instrumentos las entrevistas y cuestionarios sobre una muestra conformada por los gestores y administradores del área en los años 2017-2018.

Esta investigación presenta como conclusión la identificación de fortalezas y debilidades de la planificación en la reserva y aporta con propuestas para mejorar su gestión en función a un desarrollo turístico sustentable, como el señalar que es necesario contar con la intervención y colaboración activa de todos los actores involucrados en la actividad turística que permita el logro de las metas trazadas durante el proceso de planificación en beneficio de todos los involucrados.

En la tesis de Vargas (2018) titulada "La Planificación turística en áreas urbanas: Un aporte al desarrollo de la planeación del turismo en Ciudad Juárez durante el período 2008-2018" para obtener el grado de Maestro en Planificación y Desarrollo Urbano, Universidad Autónoma de

Ciudad Juárez, se presenta como objetivo general, dimensionar la incidencia de la planificación urbana de las zonas con actividades turísticas de la ciudad. Además de contar con 4 objetivos específicos vinculados a la definición de las áreas de estudio, elaboración de un diagnóstico, identificación de las actividades turísticas y análisis de resultados. Con respecto a la metodología, la investigación fue de tipo descriptiva-exploratoria utilizando como instrumento la entrevista semiestructurada sobre una muestra conformada por académicos especialistas, actores de gobierno y turistas.

El autor concluye que el turismo no se encuentra idóneamente definido y especificado en el Plan de Desarrollo Urbano Sostenible que permita promover proyectos a nivel turístico, en áreas urbanas, adecuados a las necesidades territoriales con la finalidad de generar beneficios a la población residente, ignorando intereses políticos de por medio que puedan afectar de forma negativa el desarrollo turístico de la ciudad. Esta tesis aporta brindando un enfoque territorial y señalando la importancia de incorporar la delimitación urbana dentro de la planificación turística.

En la tesis de Moreno (2017) titulada “Lineamientos de planificación turística para el corregimiento Palomino, municipio de Dibulla, departamento de La Guajira, Colombia”, para optar al título de Magister en Medio Ambiente y Desarrollo, Facultad de Ciencias Económicas, Instituto de Estudios Ambientales, Universidad Nacional de Colombia, se presenta como objetivos, identificar las afectaciones generadas por el turismo en el corregimiento Palomino y establecer las bases para una planificación turística orientada en desarrollar acciones a las necesidades actuales y cambiantes del turismo . Con respecto a la metodología, la investigación tuvo un enfoque prospectivo brindando 3 posibles escenarios futuros con la conformidad de actores sociales y expertos en turismo que promueva el desarrollo turístico del corregimiento Palomino.

La investigación concluye con la identificación de los pilares fundamentales para el desarrollo del turismo en el corregimiento Palomino reconociendo a la planificación como el instrumento más relevante para promover un desarrollo sostenible de la actividad turística y proponiendo escenarios futuros diseñados en base al manejo eficiente de recursos junto con un trabajo articulado por parte de los actores involucrados para el logro de metas comunes. Esta tesis aporta señalando la implicancia fundamental de la planificación para el desarrollo de la actividad turística en un destino.

- Artículos de Investigación

En el estudio de Blanco (2019) "Planificación del desarrollo turístico. Una propuesta metodológica, 2019", se tiene como objetivo proponer una metodología para la planificación del turismo que provea mejores instrumentos de gestión mediante el fortalecimiento del desempeño gubernamental y el impulso de la participación ciudadana. Con respecto a la metodología fue de tipo descriptiva mediante la búsqueda de información especializada.

La investigación concluye que, para el caso de México, el desarrollo de la actividad turística ha estado marcado por el crecimiento económico y urbano con un reciente planteamiento de políticas turísticas a nivel ambiental. En ese contexto, se señala la necesidad para el Estado de asumir su papel de liderazgo para el desarrollo de acciones y promover un trabajo conjunto entre actores involucrados orientado hacia el logro de objetivos.

La investigación propone un modelo metodológico de planificación turística con elementos de las metodologías espacial, comunitaria y estratégica previamente estudiados; sumándole la sostenibilidad como elemento diferenciador y que promueve la participación activa y coordinada entre actores liderado desde el organismo público para el desarrollo del turismo.

En el estudio de Plumed et al. (2018) “Planificación turística, promoción y sostenibilidad ambiental: el caso de España”, se tiene como objetivo analizar la relación entre la promoción turística y la sostenibilidad a través de una aproximación cualitativa del caso de España. Con respecto a la metodología, esta fue de tipo descriptiva mediante el análisis y revisión de fuentes de información secundaria respecto a planificación y promoción turística de España.

La investigación concluye señalando el caso de España a modo de ejemplo de cómo un crecimiento acelerado y poco planificado de la actividad turística puede generar graves impactos negativos a nivel ambiental, social y económico. Por lo que resulta imprescindible manejar un enfoque sostenible dentro de la actividad turística que permita una gestión responsable del territorio y sus recursos. De igual manera, promueve aplicar métodos de planificación y promoción turística a diferentes escalas por parte de las autoridades gubernamentales.

En el estudio de Sosa (2022) “La planeación del desarrollo turístico como una industria comunitaria” se tiene como objetivo comprender por qué la participación comunitaria en la planeación del desarrollo turístico se ha convertido en un factor clave para la sostenibilidad y competitividad de los destinos turísticos, y cuáles son los desafíos que este enfoque plantea a las investigaciones futuras sobre planificación turística. Con respecto a la metodología, esta fue de tipo descriptiva mediante la revisión y análisis teórico de la planeación del desarrollo turístico. La investigación concluye afirmando que es fundamental contar con una planificación que tome en cuenta las necesidades y genere beneficios a todos los actores involucrados en la actividad turística para un desarrollo sostenible y competitivo del destino.

En el estudio de Medina y Rosado (2014) “La planificación turística sustentable desde un enfoque sistémico” se tiene como objetivo identificar los aspectos relevantes y las aproximaciones teóricas utilizando una metodología descriptiva por medio de la revisión bibliográfica de

documentos primarios respecto a la Teoría General de Sistemas y el Desarrollo Sustentable. La investigación concluye integrando el desarrollo sustentable y la planificación turística a través de un concepto del desarrollo turístico sustentable, desde un enfoque sistémico que permite medir el comportamiento de la actividad turística por medio de indicadores de los actores involucrados que forman parte del rubro turístico.

En el estudio de Merinero et al. (2013) "La Estrategia de Turismo Sostenible de Andalucía: Elementos fundamentales en el marco de la planificación turística subregional andaluza" se presenta como objetivos establecer y aclarar conceptos, perspectivas y enfoques claves con la finalidad de delimitar un contexto respecto a la planificación, turismo y planificación turística en el ámbito subregional de Andalucía, con una metodología descriptiva centrada en la recopilación de información mediante fuentes bibliográficas. De igual manera, se concluye brindando una valoración de los instrumentos de planificación turística de Andalucía, que refleja la importancia de las Estrategias de Turismo Sostenible y su aplicación por medio de instrumentos de planificación turística a nivel territorial, que promuevan líneas de trabajo conjuntas y la generación de políticas públicas por parte de los gobiernos locales.

En el estudio de Álvarez (2013) "La planificación turística: un aspecto clave para el desarrollo sostenible y regional de Boyacá" se presenta como objetivo realizar una compilación de información pertinente respecto a la política pública nacional y regional del turismo en el departamento de Boyaca, contando con una metodología descriptiva en base a la revisión de fuentes de información secundaria. Asimismo, se concluye presentando la propuesta de estudios de posgrado en Planificación del Turismo Sostenible realzando el rol importante que cumple la academia para el desarrollo sostenible del turismo y para la implementación adecuada de la

planificación turística a nivel regional, que permita un manejo óptimo de los recursos y los conserve en el tiempo.

b. Antecedentes Nacionales

- Tesis

En la tesis de Ramirez (2022) titulada "Evaluación de la planificación turística de la municipalidad provincial de Bellavista" para optar el grado académico de Maestra en Gestión Pública, Universidad César Vallejo se presenta como objetivo general evaluar los planes de realización de turismo de la Municipalidad Provincial de Bellavista, 2022. Además de contar con 5 objetivos específicos vinculados a examinar la imagen objetivo, conocer el diagnóstico, analizar la fijación de objetivos y metas, evaluar la determinación estratégica y reconocer la determinación de instrumentos de la planificación turística de la Municipalidad Provincial de Bellavista. Con respecto a la metodología, la investigación tuvo un enfoque cualitativo y fue de tipo básica utilizando como instrumentos la entrevista no estructurada y la observación sobre una muestra conformada por 30 personas vinculados al gestor público, al sector turístico y a la población de la provincia de Bellavista.

La investigación concluye que la planificación turística por parte de la gestión local de Bellavista es deficiente al no contar con presupuesto suficiente para el desarrollo de actividades en beneficio del turismo y refleja una nula percepción por parte de la autoridad local del turismo como una actividad socioeconómica capaz de generar beneficios para su población. Esta tesis se relaciona con la investigación ya que refleja la realidad situacional de la gestión de la actividad turística en determinados espacios del país.

En la tesis de Teran (2019) titulada "Factores condicionantes de la planificación y gestión de la actividad turística en el distrito de Cajamarca - Perú, 2016." Para optar el grado académico

de Doctor en Planificación y Gestión, Unidad de Posgrado en Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Trujillo se presenta como objetivo general determinar las características de los factores condicionantes de la planificación y gestión de la actividad turística en el distrito de Cajamarca, Perú en el año 2016. Además de contar con 4 objetivos específicos vinculados a identificar características profesionales del recurso humano, conocer las características tanto de los recursos materiales y económicos por parte de la gestión institucional turística de Cajamarca, conocer la relación de coordinación y comunicación entre sector público y privado de Cajamarca; así como explicar las características del mismo factor humano de trabajo. Con respecto a la metodología, la investigación es de tipo no experimental y descriptiva utilizando como instrumentos la entrevista, encuestas y observación directa sobre una muestra conformada por representantes de las organizaciones que gestionan el sector turismo en Cajamarca.

La investigación concluye que la falta de profesionales en turismo y la carencia de recursos físicos y económicos por parte de los gobiernos locales, a su vez la limitada gobernanza ocasiona deficiencias en la planificación y gestión de la actividad turística de Cajamarca. Esta tesis se relaciona con la investigación ya que señala factores determinantes para una adecuada planificación y gestión del turismo en un determinado territorio.

En la tesis de Barreto et al. (2017) titulada “Planeamiento Estratégico para el Sector Turismo en el Perú” para optar el grado académico de Magíster en Administración de Negocios Globales otorgado por la Pontificia Universidad Católica del Perú se presenta como objetivo proponer estrategias enfocadas a mejorar la gestión del sector teniendo presente los intereses de cuatro *stakeholders*: el Estado, la empresa privada, la población y el turista. Con respecto a la metodología, la investigación tiene un enfoque cualitativo utilizando como instrumentos la entrevista sobre una muestra conformada por especialistas del sector turístico.

La investigación como resultado propone objetivos a fin de duplicar el número de turistas extranjeros en cinco años y concluye señalando la necesidad de crear centros de gobierno que desarrollen proyectos y programas de inversión a nivel sectorial en los tres ámbitos local, provincial y regional. De igual manera reconoce al turismo como una actividad económica generadora de empleo en constante crecimiento con la necesidad de mejoras en temas de infraestructura, seguridad, tecnología, formalización, educación y salud. Esta tesis se relaciona con la investigación ya que brinda una perspectiva general de la problemática del sector turismo en el país, y promueve la aplicación de instrumentos de planificación en los ámbitos más reducidos territorialmente con una participación multisectorial.

En la tesis de Fasabi (2014) titulada "Formulación de un Plan Estratégico Turístico para el distrito de San Jerónimo de Surco que fomente su Desarrollo Turístico Sostenible" para optar el título profesional de Licenciado en Administración de Turismo, Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, se presenta como objetivo general formular un Plan Estratégico Turístico para el distrito de San Jerónimo de Surco que fomente el desarrollo turístico sostenible. Además de contar con 2 objetivos específicos vinculados a formular un Plan Estratégico Turístico que permita mejorar la gestión turística y promover el desarrollo turístico en el distrito de San Jerónimo de Surco en la provincia de Huarochirí. Con respecto a la metodología, la investigación es de tipo no exploratoria y descriptiva utilizando como instrumentos la observación de campo, técnica documental, entrevistas y encuestas sobre una muestra conformada por turistas y excursionistas que visitaron el distrito de Surco, así como pobladores de la comunidad rural de Ayas.

La investigación concluye brindando un Plan Estratégico para el Desarrollo Turístico Sostenible de San Jerónimo de Surco y promueve una gestión de la actividad turística enfocada en

el aprovechamiento de sus recursos con el fin de generar impactos positivos a nivel económico, social y ambiental considerando la preservación de su identidad cultural y biodiversidad de la localidad, así como incentivar el trabajo conjunto de los actores involucrados en la actividad turística. Esta tesis se relaciona con la investigación al señalar aspectos importantes a tomar en cuenta al iniciar el proceso de planificación de una determinada localidad.

- Artículos de Investigación

En el estudio de Calderón (2022) "Gestión de políticas públicas de la comunicación para el desarrollo del turismo en Puno" se presenta como objetivo explicar las políticas públicas de la comunicación y el desarrollo del turismo en la ciudad de Puno, con una metodología de tipo correlacional con enfoque cuantitativo contando con una muestra de 60 encuestados. De igual manera, se concluye en base a los resultados obtenidos que las políticas públicas de la comunicación social son una herramienta de dirección de los organismos gubernamentales para el desarrollo de la actividad turística, consecuente a ello es relevante actualizar las políticas públicas con base en las políticas nacionales, regionales, sectoriales y alianzas estratégicas. Este estudio se relaciona con la investigación al señalar la relación y relevancia de la planificación para el desarrollo de políticas públicas en beneficio de la actividad turística y la necesidad de una articulación en los diferentes ámbitos de territorio.

En el estudio de Cayotopa (2018) "Modelo de gestión turística municipal integrada y participativa para el fortalecimiento de la oferta turística cultural" se presenta como objetivo evaluar la gestión turística y proponer un modelo de gestión turística municipal integrada y participativa para fortalecer el diseño de la oferta turística cultural, en el distrito de Zaña, Chiclayo – Perú. En cuanto a su metodología fue de tipo mixta con un enfoque cualitativo y cuantitativo por medio de las técnicas de recolección de datos de la observación y la encuesta aplicada a una

muestra conformada por la población de Zaña. Como resultado de la investigación se presenta que el distrito de Zaña carece de una adecuada gestión de la actividad turística considerando el potencial de sus recursos y servicios turísticos, se concluye proponiendo y recomendando un modelo de gestión integral y participativo en función del desarrollo de un turismo sostenible en el distrito de Zaña.

En el estudio de Santos (2005) “La universidad: Promotora del turismo” se tiene como objetivo mostrar la importancia que tienen los principales promotores del turismo, y reflexionar principalmente sobre el rol de la universidad como ente de formación, investigación y proyección de servicios a la sociedad. Asimismo, su metodología fue de tipo descriptiva al analizar y brindar un esquema de la estructura del turismo en el Perú, donde la universidad figura como parte fundamental.

El estudio concluye que es necesario darle la prioridad correspondiente al turismo teniendo en cuenta los beneficios e impactos positivos que su desarrollo trae consigo. Es por ello, que es relevante la formación de profesionales competitivos en la materia, que actúen en base a sus principios, ética y valores morales contribuyendo al desarrollo y eficiente gestión de la actividad turística. De igual manera el estudio sugiere un constante diálogo e interacción entre los actores involucrados de la actividad turística que permita, por medio de acciones, un desarrollo sostenible del turismo. Por consiguiente, la universidad tiene la responsabilidad de desarrollar planes, estrategias y herramientas para formar profesionales que se desenvuelvan eficientemente como promotores de la actividad turística ya sea en el ámbito público, privado y la sociedad misma.

Este estudio se relaciona con la investigación al señalar la creciente relevancia de la actividad turística en la sociedad y destacar el rol fundamental que cumple la universidad mediante la formación de profesionales que contribuyan al desarrollo del turismo.

En el estudio de Granados (2000) “Rol de los municipios en el desarrollo del turismo” se brinda un acercamiento al papel que cumplen las municipalidades y sus respectivas áreas de turismo en la planificación de la actividad turística desde su finalidad, funciones, organización y principios. De igual manera, el estudio propone dos modelos de planificación turística municipal.

El estudio concluye que las municipalidades cumplen un rol fundamental en la gestión de la actividad turística al encargarse de acciones como fijar las pautas para los planes de desarrollo turístico, planear diferentes actividades a realizar para fomentar el turismo, establecer nexos y fomentar la participación del sector privado, crear una imagen destino y productos que permitan la difusión y posicionamiento del destino.

2.1.2 De la variable Turismo Gastronómico

a. Antecedentes Internacionales

- Tesis

En la tesis de Ramírez (2022) titulada “Innovación y valor del turismo gastronómico en Puerto Rico: El desarrollo de la agricultura culinaria” para obtener el grado de Doctora en Turismo, Universitat de les Illes Balears, se presenta como objetivo general, identificar si existe una agricultura gastronómica-culinaria en Puerto Rico generada por el turismo gastronómico. Además de contar con 3 objetivos específicos vinculados al estudio de los orígenes de la agricultura culinaria e identificar a sus actores principales, existencia de una red de innovación y valor entre el turismo gastronómico y la agricultura ecológica; la distribución espacial y caracterización de los restaurantes en la zona de estudio y de las fincas agroecológicas que les suministran, cuantificar a partir de encuestas el perfil de los actores que intervienen en la red de difusión de la Nueva Cocina Puertorriqueña; y realizar un análisis bibliométrico que permita dilucidar la existencia de un campo de investigación específico de Turismo gastronómico diferenciado progresivamente del turismo cultural. Con respecto

a la metodología, la investigación fue de tipo no experimental, transversal y exploratorio utilizando como instrumentos la encuesta y la entrevista sobre una muestra conformada por 50 chefs, restauranteros y agricultores de Puerto Rico.

Esta investigación concluye confirmando que el turismo gastronómico y la agricultura ecológica forman una asociación efectiva para la sostenibilidad, promoviendo el consumo responsable y brinda un modelo idóneo de desarrollo local con la capacidad de aplicarse en destinos que cuenten con cadenas de valor gastronómicas semejantes a las planteadas para Puerto Rico. De igual manera, señala la necesidad de mayores investigaciones respecto al turismo gastronómico y su desarrollo, haciendo hincapié en considerar tanto a la oferta como a la demanda de la actividad turística que es lo que la presente investigación pretende analizar.

En la tesis de DO (2021) titulada "Gastronomy Tourism in the Central Region of Viet Nam: Case Study from the Three Biggest Tourist Hubs of the Region - Thua Thien Hue, Da Nang and Khanh Hoa" para obtener el grado de Master of Asia Pacific Studies, Ritsumeikan Asia Pacific University, se presenta como objetivo general, examinar la experiencia y la evaluación de los turistas nacionales sobre el turismo gastronómico, a través de los ejemplos de tres famosas localidades turísticas de Vietnam: La provincia de Thua Thien Hue, la ciudad de Da Nang y la provincia de Khanh Hoa. Además de contar con 2 objetivos específicos, referidos a analizar cómo la satisfacción con diferentes aspectos relacionados a el turismo gastronómico de un destino contribuye a la satisfacción general y a la probabilidad de que los visitantes hablen de él; e identificar qué factores influyen más en la intención de los turistas de recomendar un destino, un comportamiento que puede reflejar la fidelidad del turista hacia un destino. En cuanto a su metodología, la investigación tuvo un enfoque cuantitativo y fue de tipo descriptiva utilizando

como instrumentos la revisión documental y la encuesta sobre una muestra conformada por 600 encuestados que han visitado al menos una de las tres provincias de estudio.

La investigación concluye confirmando el papel importante que cumple la gastronomía en el proceso de toma de decisiones de los turistas a la hora de elegir un destino y en su gasto total. De igual manera, identificó factores importantes que influyen positivamente en la satisfacción general de los turistas con las experiencias culinarias locales: el sabor de la comida, el servicio del personal, la variedad de la comida, la seguridad e higiene de los alimentos, la nutrición y los beneficios para la salud, y la autenticidad de la comida.

Esta tesis señala que el turismo gastronómico puede convertirse en un catalizador para el desarrollo del turismo haciendo necesario mayores estudios sistemáticos sobre el turismo gastronómico que permita conocer las actividades y el comportamiento de los turistas que lo practican.

En la tesis de Ochoa (2021) titulada “Turismo Gastronómico. Una alternativa para el desarrollo de Bahía de Kino, Sonora” para obtener el grado de Maestra en Desarrollo Regional por el Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo, A.C. se presenta como objetivo general, analizar las oportunidades que presenta Bahía de Kino para impulsar el Turismo Gastronómico como una alternativa para su desarrollo a partir de la caracterización e identificación del perfil del visitante y de la oferta gastronómica de la localidad. Además de contar con 4 objetivos específicos, que plantean describir las características económicas y sociales de la comunidad e identificar los atractivos turísticos que existen en Bahía de Kino; caracterizar y elaborar un perfil de los visitantes que viajan a esta localidad; identificar la oferta gastronómica de Bahía de Kino; y aportar elementos para generar una propuesta de desarrollo para Bahía de Kino, como un destino de Turismo Gastronómico. En cuanto a su metodología, la investigación fue de tipo mixta al contar con un enfoque descriptivo y explicativo utilizando como instrumentos la encuesta y la entrevista

semiestructurada sobre una muestra conformada por visitantes y prestadores de servicios gastronómicos en Bahía de Kino.

La investigación concluye identificando el perfil del turista gastronómico potencial y el enfoque hacia productos marinos por parte de la oferta culinaria de Bahía de Kino, lo que demuestra que el Turismo Gastronómico es una oportunidad para promover el desarrollo de la comunidad local. Así mismo, se señala que las investigaciones respecto al turismo gastronómico y su desarrollo resultan convenientes al tener relación y contribuir con el logro de distintos Objetivos para el Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030.

En la tesis de Hernández (2019) titulada "Esquema para evaluación de la satisfacción del turismo gastronómico. Caso: Turismo Interno en México" para obtener el grado de Doctor en Filosofía con especialidad en Administración, Universidad Autónoma de Nuevo León, se presenta como objetivo general, determinar la influencia de las expectativas principales que inciden en la evaluación de la satisfacción del consumidor del turismo gastronómico. Además de contar con 2 objetivos específicos, que buscan indagar la teórica que fundamente y explique la naturaleza de la variable propuesta denominada como PAT (Programa de animación turística); y analizar mediante un enfoque cuantitativo la relación de la satisfacción con la calidad del producto gastronómico, la calidad en el servicio, el costo beneficio y el patrimonio cultural gastronómico. En cuanto a su metodología, la investigación fue mixta al contar con un enfoque cualitativo y cuantitativo de tipo exploratoria, descriptiva y correlacional utilizando como instrumentos la encuesta y la entrevista semiestructurada sobre una muestra conformada por profesionales, alumnos y maestros con conocimientos en el turismo, gastronomía y la animación turística.

La investigación finaliza con una propuesta de instrumento para medir la satisfacción del turismo gastronómico en base a las variables propuestas en los objetivos; y concluye que el turismo

gastronómico posee una importancia económica definiéndose como la actividad turística que presenta como atractivo principal a la promoción de experiencias culinarias a través de acciones basadas en el consumo del patrimonio cultural gastronómico de un lugar, con el objeto de conseguir una aproximación con la historia y cultura del entorno mediante el consumo de alimentos y platos característicos de la localidad. Asimismo, se señala que es necesario considerar el patrimonio cultural como parte del desarrollo de actividades de turismo gastronómico al estar directamente ligado con el turismo cultural y una mayor satisfacción para el consumidor.

En la tesis de Leal (2013) titulada "Turismo gastronómico y desarrollo local en Cataluña: El abastecimiento y comercialización de los productos alimenticios" para obtener el grado de Doctora como parte del Programa oficial de doctorado en Geografía, Planificación territorial y Gestión ambiental, Universidad de Barcelona, se presenta como objetivo general, identificar y analizar las acciones e interacciones de los actores involucrados en la cadena de abastecimiento y comercialización de productos agroalimentarios del turismo gastronómico en Cataluña. Además de contar con 4 objetivos específicos, referidos a establecer los cambios en los macros discursos relacionados con la alimentación para el desarrollo del turismo gastronómico, analizar la interacción de los actores involucrados y examinar sus consecuencias, e identificar su organización en la comercialización de productos agroalimentarios. En cuanto a su metodología, la investigación fue mixta al contar con un enfoque cualitativo y cuantitativo de tipo descriptiva utilizando como instrumentos la observación, la encuesta y la entrevista semiestructurada sobre una muestra conformada por actores involucrados en la producción, comercialización y restauración de productos promocionados como gastronómicos en Cataluña.

La investigación concluye brindando un concepto del turismo gastronómico entendiéndose como el empleo de la gastronomía, por medio de la degustación y goce de productos alimentarios,

para la creación de experiencias turísticas dentro o fuera del lugar de residencia. Asimismo, se atribuye el surgimiento del turismo gastronómico a los cambios atravesados por la sociedad, que en la actualidad le permite disponer de tiempo y dinero para destinarlo a viajes y recreación. A su vez, se reafirma la vigencia del turismo gastronómico como nuevo tipo de turismo en sus propios entornos sociales, económicos y culturales vinculado principalmente con los elementos de "identidad" y "tradición". De igual manera, se señala que la cadena de valor del turismo gastronómico es una cadena alternativa que fomenta la interacción entre actores que trabajan con productos agroalimentarios generando una mayor confianza, reputación y promoción de las diferentes fases de la cadena y sus actores a través de estrategias innovadoras de promoción como la creación de marcas turísticas. Finalmente se afirma que el turismo gastronómico contribuye al desarrollo territorial a nivel local y regional promoviendo el comercio interno y siendo una oportunidad para localidades con vocación hacia este tipo de turismo siempre que existe una adecuada articulación entre actores promovido por las instituciones gestoras.

- Artículos de Investigación

En el estudio de Campos-Quezada (2024) titulado "La sostenibilidad en los estudios del turismo gastronómico: una revisión sistemática de literatura" se presenta como objetivo analizar la evolución del enfoque de sostenibilidad en el turismo gastronómico. Respecto a su metodología la investigación fue de tipo descriptiva empleando como técnica de recolección de datos, la revisión sistémica de la literatura de 141 documentos encontrados haciendo uso de bases de datos en línea.

La investigación destaca el aumento de publicaciones en materia de turismo gastronómico y concluye señalando las seis principales líneas de investigación encontradas, dentro de las cuales figuran aproximaciones teóricas y conceptuales a la sostenibilidad en el turismo gastronómico;

gestión de destinos gastronómicos; activación y gestión del patrimonio culinario; gestión socio cultural de los destinos gastronómicos; gestión ambiental y territorial de los destinos gastronómicos; y gestión sostenible de los destinos gastronómicos. De igual manera, motiva la realización de más investigaciones en el campo que promueva un desarrollo integral y sostenible del turismo gastronómico con la participación de todos los actores involucrados en su gestión para contribuir al planteamiento de nuevos modelos de gestión enfocados hacia el cierre de brechas.

En el estudio de Inga-Aguagallo et al. (2021) titulado "Saberes ancestrales alimentarios y desarrollo del turismo gastronómico en el Cantón Cañar" se presenta como objetivo determinar la relación que poseen los saberes ancestrales alimentarios con el turismo gastronómico. Respecto a su metodología la investigación fue de tipo descriptiva, correlacional y transversal con un enfoque mixto empleando como técnica de recolección de datos la encuesta aplicada a 168 pobladores y 11 funcionarios de los diferentes departamentos gubernamentales del cantón Cañar.

La investigación concluye brindando como resultado que los saberes ancestrales alimentarios juegan un papel importante para el desarrollo del turismo gastronómico del cantón Cañar, sustentado en que la gastronomía se ha vuelto un elemento clave para el desarrollo del turismo y al considerarse, por parte de la mayoría de turistas, como motivo principal de visita el conocer las costumbres y tradiciones de una localidad, así como disfrutar experiencias gastronómicas únicas. Las cuales no deben centrarse solo en actividades de degustación sino también aprovechar la oportunidad de dar a conocer el origen y la preparación de los alimentos propios de la localidad que permita crear un sentido de identidad y pertenencia contribuyendo a proteger y difundir el patrimonio gastronómico local y saberes ancestrales para las futuras generaciones de la mano de la innovación culinaria.

En el estudio de Albuquerque y Rivera (2021) titulado “Perspectivas atuais do turismo gastronômico de acordo com as contribuições do Congreso Científico-Profissional Internacional do Turismo Cultural” se presenta como como objetivo identificar la producción científica sobre turismo gastronómico en el Congreso Internacional Científico-Profesional de Turismo Cultural (2015-2019). Respecto a su metodología la investigación fue de tipo descriptiva y exploratoria con un enfoque cualitativo empleando como técnica el análisis de contenido de 50 comunicaciones referidas al turismo gastronómico.

La investigación concluye, en base a la diversidad de contenido revisado; tanto en diferentes espacios geográficos, a nivel académico y profesional, así como a nivel gubernamental, que el turismo gastronómico es un fenómeno complejo, debido a la variedad de enfoques metodológicos y perspectivas que presenta con la oportunidad de contribuir a mejorar la oferta y atractivos turísticos de los destinos. Sin embargo, la investigación también resalta la necesidad de producción de nuevos estudios que contribuyan a constituir un marco teórico con bases sólidas que permitan un mejor entendimiento y desarrollo del turismo gastronómico, a lo que la presente investigación de igual manera pretende contribuir.

En el estudio de Ballesteros (2021) titulado “El rescate de los ingredientes patrimoniales colombianos por medio del turismo gastronómico” se presenta como objetivo reflexionar acerca de la importancia de los ingredientes de la cocina colombiana como patrimonio cultural. Respecto a su metodología la investigación fue de tipo descriptiva empleando como técnica el análisis de fuentes bibliográficas secundarias.

La investigación concluye afirmando que el turismo gastronómico en Colombia es considerado una actividad que contribuye a la economía nacional y regional, así como genera una aproximación hacia la historia de una determinada localidad en base a sus tradiciones culinarias y

platos e ingredientes auténticos. Asimismo, se promueve el desarrollo de estrategias que reconozcan y pongan en valor el patrimonio cultural gastronómico como oportunidad para mitigar la pérdida de la identidad nacional.

Por otro lado, la investigación reconoce el potencial de Colombia para contribuir al desarrollo de un turismo sostenible distinguido por la revaloración de su patrimonio gastronómico y trabajo conjunto entre las comunidades y profesionales en turismo, mediante proyectos y programas en turismo gastronómico en destinos poco promocionados o difundidos.

En el estudio de Oliveira (2011) titulado "La gastronomía como atractivo turístico primario de un destino: El Turismo Gastronómico en Mealhada - Portugal" se presenta como objetivos principales comprender mejor el fenómeno del turismo gastronómico, demostrar que la gastronomía puede ser un atractivo turístico primario analizando el caso de Mealhada; considerar al excursionismo asociado a la gastronomía, identificar las principales motivaciones gastronómicas y distinguir si las personas que viajan por motivos gastronómicos asocian la gastronomía a la cultura.. Respecto a su metodología la investigación fue de tipo descriptiva y exploratoria con un enfoque cualitativo y cuantitativo empleando como técnicas la investigación bibliográfica, la observación, entrevista y la encuesta con una muestra conformada por 206 visitantes a la ciudad de Mealhada y 2 expertos de opinión.

La investigación concluye demostrando que la gastronomía puede ser valorada como atractivo turístico principal de algunos destinos, por lo que es necesaria su consideración dentro modelos teóricos o académicos. Respecto al espacio de estudio, se apreció una fuerte relación entre el turismo y la gastronomía representada por los restaurantes mayoritariamente, con base en su aporte a la economía del municipio. Por lo que, se recomienda la elaboración de un Plan

Estratégico para la actividad turística con un enfoque sostenible que diversifique y mejore la oferta de productos gastronómicos.

A su vez, el estudio señala una relación significativa entre el excursionismo y la práctica del turismo gastronómico en Mealhada. De igual manera, en cuanto al perfil del visitante se confirman características señaladas en estudios previos y se destaca la vinculación entre motivaciones culturales y gastronómicas como importante para el visitante gastronómico.

b. Antecedentes Nacionales

- Tesis

En la tesis de Chuecas (2020) titulada "La oferta turística y el turismo gastronómico como herramienta de diferenciación del destino turístico de Iquitos, Loreto, Perú – 2020" para optar el grado académico de Maestro en Marketing Turístico y Hotelero, Universidad de San Martín de Porres, se presenta como objetivo general analizar de qué manera la oferta turística y el turismo gastronómico permitirá la diferenciación del destino turístico de Iquitos, Loreto, Perú – 2020. Además de contar con 2 objetivos específicos vinculados a identificar cómo la oferta turística primordial y el turismo gastronómico repercuten en la diferenciación del destino turístico de Iquitos, Loreto, Perú – 2020, y determinar de qué manera la oferta turística complementaria y el turismo gastronómico repercuten en la diferenciación del destino turístico de Iquitos, Loreto, Perú – 2020. Con respecto a la metodología, la investigación fue de tipo aplicada, transversal, descriptiva y correlacional utilizando como instrumentos la encuesta y la entrevista sobre una muestra conformada por 384 personas.

La investigación concluye que la región de Loreto cuenta con el potencial para desarrollar el turismo gastronómico como propuesta diferenciada frente al posicionamiento de recursos naturales como el río Amazonas y sus Reservas Nacionales, al identificarse elementos de alta

valoración para los turistas en torno a su cocina y patrimonio gastronómico; junto con la consideración de la gastronomía dentro de los principales motivos de visita para el turista. De igual manera, la investigación resalta el carácter transversal del turismo gastronómico para apoyar la difusión de la cultura de la región y la diversificación de la oferta turística actual que complemente al turismo cultural y de naturaleza.

En la tesis de Castro (2019) titulada "La gestión municipal y su impacto en el turismo gastronómico y artesanal del distrito de Monsefú" para obtener el grado de Maestro en Gestión Pública, Universidad César Vallejo se presenta como objetivo general determinar el impacto de la gestión municipal en el turismo gastronómico y artesanal del distrito de Monsefú. Con respecto a la metodología, la investigación fue de tipo descriptiva y correlacional utilizando como instrumentos la encuesta y la entrevista sobre una muestra conformada por 62 turistas, 42 restaurantes, 55 artesanos y 2 miembros del área de turismo de la gestión municipal.

La investigación concluye que la gestión municipal de Monsefú presenta una inadecuada gestión de acciones y estrategias visibles en un plan concertado que promuevan el desarrollo del turismo gastronómico y artesanía. Asimismo, se evidencia una falta de articulación entre actores involucrados liderada por la gestión municipal para la definición de estrategias que logren el posicionamiento de la actividad turística. De igual manera, no se cuentan con proyecciones a largo plazo en iniciativas para el sector turismo dentro de los principales documentos de gestión municipal, lo que limita la asignación de presupuesto reflejado en la inexistencia de un área de turismo con profesionales calificados en la municipalidad de Monsefú. Esta tesis visibiliza la problemática actual en el sector turismo común a lo largo del territorio nacional por parte de gestiones locales y regionales.

En la tesis de Guardiola (2018) titulada “La sostenibilidad del turismo gastronómico y la implementación de un plan acertado para los pueblos de Cabo Rojo y Lajas, Puerto Rico” para optar el grado académico de Maestro en Gestión de Empresas Turísticas y Hoteleras, Universidad de San Martín de Porres se presenta como objetivo general desarrollar un plan estratégico para fomentar el turismo gastronómico para los municipios de Cabo Rojo y Lajas en Puerto Rico. Además de contar con 3 objetivos específicos vinculados a evaluar las estrategias actuales de los países que han implementado exitosamente planes estratégicos de turismo gastronómico, definir los diferentes perfiles demográficos de los turistas que visitan el área de Cabo Rojo Y Lajas, y diseñar un plan estratégico que incluya la gastronomía, agricultura y la cultura del área de Cabo Rojo y Lajas, de una manera sustentable. Con respecto a la metodología, la investigación tuvo un enfoque mixto cualitativo y cuantitativo y fue de tipo aplicada y exploratoria utilizando como instrumentos el análisis de literatura y la encuesta sobre una muestra conformada por 106 turistas.

La investigación demuestra que el turismo gastronómico tiene diversos beneficios entre ellos el impacto positivo en la economía y la sociedad de los países que lo desarrollan. Asimismo, se confirma las oportunidades de negocio y generación de empleo que el turismo gastronómico puede brindar. Siendo necesaria la integración de todos los actores involucrados en la creación de planes estratégicos de turismo gastronómico para el logro de resultados efectivos y sostenibles.

La investigación concluye aportando un plan estratégico para el turismo gastronómico en los municipios de Cabo Rojo y Lajas, con estrategias sostenibles enfocadas en el manejo eficiente de recursos, trabajo articulado entre actores involucrados, publicidad, promoción, y diseño de productos de turismo gastronómico.

En la tesis de Castro et al. (2017) titulada “Plan de Marketing de Turismo Gastronómico en Lima para Chile y Ecuador, 2017” para optar el grado de Magíster en Dirección de Marketing,

CENTRUM, Pontificia Universidad Católica del Perú, se estableció como objetivo general presentar un Plan de Marketing que, al ser llevado a cabo por el Estado peruano a través de PROMPERÚ, mostrará las bondades de la cocina nacional a turistas chilenos y ecuatorianos. Con respecto a la metodología, la investigación realizó diferentes análisis en base a la planificación estratégica para la elaboración de la propuesta.

La investigación concluye que el Perú es un destino culinario atractivo con una biodiversidad cultural, social y étnica debido a sus fusiones culinarias, lo que representa una fortaleza dentro del mundo gastronómico. A su vez, se identifica a Chile y Ecuador como mercados potenciales de donde provienen la mayoría de turistas por su cercanía geográfica. Por otro lado, se reconoce el crecimiento del rubro de alimentos y bebidas en el país, dentro de ellos los restaurantes, que son considerados para brindar servicios turísticos por medio de paquetes gastronómicos dirigidos al turista chileno y ecuatoriano dentro del plan estratégico de marketing elaborado como propuesta de la investigación.

- Artículos de Investigación

En el estudio de Morales y Fusté-Forné (2021) titulado "Turismo gastronómico sostenible para la preservación del patrimonio culinario: las rutas del vino en Girona (Catalunya, España) y Querétaro (México)" se presenta como objetivo principal analizar y comparar el rol del turismo gastronómico sostenible para la preservación del patrimonio culinario en las rutas del vino de Girona y Querétaro. Respecto a su metodología la investigación fue de carácter cualitativa comparativa empleando como técnica la entrevista sobre una muestra conformada por 10 personas vinculados al sector vitivinícola y al turismo gastronómico de las regiones de Girona y Querétaro.

La investigación concluye demostrando la relación entre el turismo y el sector vitivinícola a través de la realización de actividades de turismo gastronómico en ambas regiones de Girona y

Querétaro. De igual manera, reconoce el aporte que el turismo gastronómico sostenible puede generar para la preservación del patrimonio gastronómico, cultural y natural de los destinos mediante el planteamiento y difusión de estrategias de desarrollo y gestión que produzcan impactos positivos a nivel económico, social y ambiental en la población local. Este estudio considera y menciona la importancia del desarrollo del turismo gastronómico desde un enfoque sostenible teniendo como punto de referencia las acciones recomendadas por la OMT.

En el estudio de Carreño (2015) "El turismo gastronómico en Lima Metropolitana: Diagnóstico de la oferta y la demanda" se presenta como objetivo principal Conocer las necesidades y expectativas de los turistas con relación a los servicios de alimentos y bebidas en el centro histórico Además de contar con 4 objetivos específicos vinculados a analizar la oferta existente de un turismo gastronómico en Lima, caracterizar el perfil del turista y determinar su comportamiento, elaborar el diagnóstico y proponer alternativas para mejorar la oferta e incrementar la satisfacción del turista, y difundir el proyecto de investigación y los resultados a los actores involucrados, Asociación Peruana de Gastronomía, Municipalidad de Lima, Ministerio de Salud. Respecto a su metodología la investigación fue de tipo descriptiva empleando como técnicas la observación directa, visita a establecimientos, entrevista, cuestionario, entre otros sobre una muestra conformada por turistas y prestadores de servicios de A&B del Centro Histórico de Lima.

La investigación concluye señalando la necesidad de elaborar un inventario de todos los servicios de A&B en Cercado de Lima, sustentado en la cantidad de locales de expendio de comida en pésimas condiciones que puede no solo dar una mala imagen para el turista sino también generar problemas de salud en la población residente por lo que es una tarea multisectorial y no solo del sector turismo. Por otro lado, se reconoce que las empresas formales y capacitadas pueden captar

la atención de turistas, tanto extranjeros como nacionales, así como generan confianza en el servicio de A&B ofrecido por lo que es importante que las autoridades y los actores involucrados asuman su responsabilidad correspondiente para el desarrollo del turismo gastronómico.

El estudio permite visualizar la situación problemática que afronta Lima Metropolitana para desarrollar el turismo gastronómico, desde empresas privadas que no cumplen con los requerimientos para el brindado del servicio de A&B hasta la falta de interés por parte de las instituciones públicas, situación que se replica a nivel nacional en distintos ámbitos de territorio.

2.2 Bases Teóricas

Para el análisis de ambas variables de estudio se ha elaborado una descripción considerando múltiples aspectos que permitan un mejor entendimiento de las mismas y la implicancia de una variable sobre otra; desde su conceptualización, relevancia para el sector turístico, desarrollo en el tiempo a nivel internacional y nacional, enfoques de aplicación, elementos, tendencias y principales instrumentos de gestión propuestos por las entidades competentes.

2.2.1 Planificación

El concepto de planificación se ha ido desarrollando y diversificando con el pasar de los años, hecho que continuará realizándose en el futuro y que se refleja en los diversos autores que tienen a la planificación como objeto de estudio y en la gran cantidad de material bibliográfico existente.

> La planificación debe entenderse como un proceso orientado a crear las condiciones más favorables para el desarrollo integral de una sociedad, constituyéndose, en ese sentido, en un eje de dirección del proceso social destinado a optimizar el uso de los recursos, para

> que con el menor costo social se logre los niveles de vida cada vez más humanos. (Instituto Nacional de Planificación, 1991, p. 219)
>
> Planificar es la acción consistente en utilizar un conjunto de procedimientos mediante los cuales se introduce una mayor racionalidad y organización en un conjunto de actividades y acciones articuladas entre sí que, previstas anticipadamente, tienen el propósito de influir en el curso de determinados acontecimientos, con el fin de alcanzar una situación elegida como deseable, mediante el uso eficiente de medios y recursos escasos o ilimitados. (Ander-Egg, 2007, p. 25)
>
> Con planificación nos referimos a la actividad mental creativa de trabajar sobre que se debe hacer, como, en qué lugar, por quien y con que, lo que implica realizar el trabajo en la mente. Los planes representan el resultado de raciocinios cuidadosos, discusiones, decisiones y acciones, y de compromisos realizados entre las personas involucradas. Por otro lado, las técnicas de planificación forman las herramientas del planificador; ellas ayudan a analizar el plan, organizar la información y tienen un efecto crucial en la manera en que se entregan los resultados a otros. (Serpell Bley & Alarcón Cárdenas, 2015, p. 55)

Como señalan los autores en mención, la planificación se ha vuelto un proceso fundamental y de gran relevancia para el logro de objetivos y metas, ya sea a nivel individual, organizacional y gubernamental que se sustente básicamente en el uso adecuado de recursos con miras hacia la sostenibilidad que promueva una mejora continua en el futuro.

2.2.1.1 Enfoques de la Planificación

De acuerdo con el Instituto Nacional de Planificación (1991), se consideran como enfoques de la planificación:

a) Planificación más dinámica

La planificación debe caracterizarse por su dinamismo y adaptabilidad a los cambios en distintas circunstancias, buscando brindar soluciones a diversas problemáticas por medio de la aplicación de métodos sencillos que puedan replicarse en múltiples territorios del país, indiferentemente de las particularidades que cada uno de estos presentes.

b) Estrategia y participación

Es necesario considerar el enfoque estratégico a través del establecimiento de condiciones propicias que permitan el cumplimiento de metas y objetivos de desarrollo.

A su vez, resulta importante durante todo el proceso de planificación la participación constante de la sociedad representada en grupos organizados dando a conocer sus necesidades, expectativas y recursos con los que cuenta a nivel territorial.

Se vuelve necesaria para una adecuada planificación el conocimiento del contexto internacional ya que este afecta de manera directa los principales indicadores económicos y sociales del país. A los cuales se debe aplicar diversos análisis debido a la complejidad de la información para que permita una adecuada toma de decisiones, y se transmita de forma idónea y clara a la población con intención de que contribuyan al desarrollo del país minimizando la problemática social.

c) Funcionalidad y organización

A modo de evitar el fracaso de los planes de desarrollo elaborados y la mala praxis por parte de los entes gestores gubernamentales en sus diferentes ámbitos de aplicación a nivel territorial, se le debe acreditar a la planificación su funcionalidad dentro de los diversos organismos del estado considerándosele inclusive una representación propia a través de un ente rector planificador. El cual tenga las facultades, no solo de establecer los lineamientos para llevar un

adecuado proceso de planificación, sino que también se encargue de los procesos de monitoreo, control y difusión de la ejecución de los planes sectoriales ya sean de corto, mediano y largo plazo.

d) Planificación integral

En la elaboración de los planes de desarrollo se vuelve imprescindible tomar en cuenta a los sectores especializados no públicos que forman parte del contexto en las problemáticas a tratar, puesto que de esta manera se evitaría caer en generalidades que no brinden propuestas efectivas o que no tomen en consideración la realidad situacional en su ámbito territorial respectivo.

Considerando los enfoques señalados por el Instituto Nacional de Planificación (1991), se puede identificar actualmente en el país la priorización de un enfoque estratégico en base a los instrumentos de planificación, que vienen aplicándose por parte del Gobierno central y sus órganos sectoriales adscritos, mediante el planteamiento de objetivos y acciones estratégicas que aborden la problemática nacional. En adición a ello, el contar con una planificación que tome en cuenta todos los enfoques mencionados puede garantizar mejores resultados al corto, mediano y largo plazo.

2.2.1.2 Instrumentos de la Planificación

De acuerdo con Bejerano (2011) se pueden elaborar instrumentos de planificación en base a la precisión de los siguientes niveles de planificación:

- Nivel Estratégico

Este nivel representa el mayor grado de gestión al plantear los objetivos generales y las líneas de actuación que seguirán los otros niveles de planificación, los cuales se integrarán a su estructura por medio de sus propios instrumentos (programas y proyectos).

El instrumento de este nivel viene a ser el Plan en el que se plasmarán las necesidades existentes, se definirán estrategias y acciones a seguir. De igual manera, evalúa el manejo adecuado

de recursos, equipos y el presupuesto a disponer durante su ejecución que suele ser a largo plazo, con periodos que oscilan entre los 3 a 5 años.

- Nivel Táctico

Comprende el siguiente nivel de precisión en la planificación. Para este nivel el instrumento que se desarrolla es el programa, donde se definen objetivos específicos; ámbitos de intervención del plan y recursos que se disponen para su ejecución. El plazo estimado para la elaboración de estos programas es de dos años, los cuales a su vez comprenden diversos proyectos.

- Nivel Operativo

Integra el mayor nivel de precisión dentro de la planificación en donde se establecen objetivos operativos por medio del instrumento que viene a ser el proyecto. Para el cual se debe fijar plazos de ejecución, actividades y tareas específicas a realizar, presupuestos detallados de ingresos y gastos.

2.2.2 Planificación estratégica

El empleo de la planificación estratégica se ha vuelto fundamental en la actualidad para todo tipo de organizaciones, ya no basta con planificar, sino que es necesario considerar un desempeño eficiente y de calidad que permita el logro de objetivos y el cierre de brechas.

De acuerdo con Chiavenato y Sapiro (2017):

> La planeación estratégica es el proceso de formular y ejecutar las estrategias de la organización con el propósito de insertarla, por medio de su misión, en el entorno donde actúa, y su producto básico es el plan para la acción organizacional integrada y cohesiva. Por su parte, la estrategia define la estructura de la organización y los procesos internos que buscan producir efectos sumamente positivos en su desempeño. Sin embargo, no basta

con solo formular las estrategias de esa acción sistémica e integrada, también es necesario saber implementarlas y ejecutarlas por medio de programas y proyectos específicos. Esto requiere un gran esfuerzo de todas las personas involucradas y que se utilicen modelos analíticos para la asignación, la evaluación y el control de los recursos. (p. 41)

De acuerdo con Serpell y Alarcón (2015):

> La planificación estratégica corresponde a la planificación que considera los aspectos globales del proyecto y del enfoque con que se va a realizar. Generalmente se utiliza una división gruesa de las actividades del proyecto y su énfasis está en los objetivos generales del proyecto y la forma general de lograrlos. (p. 19)

De acuerdo con Armijo (2011):

> La Planificación Estratégica, (PE), es una herramienta de gestión que permite apoyar la toma de decisiones de las organizaciones en torno al quehacer actual y al camino que deben recorrer en el futuro para adecuarse a los cambios y a las demandas que les impone el entorno y lograr la mayor eficiencia, eficacia y calidad en los bienes y servicios que se proveen. (p. 15)
>
> Desde un punto metodológico, la planificación estratégica consiste en un ejercicio de formulación y establecimiento de objetivos de carácter prioritario, cuya característica principal es el establecimiento de los recursos de acción (estrategias) para alcanzar dichos objetivos. Desde esta perspectiva la PE es una herramienta clave para la toma de decisiones de las instituciones públicas. (p. 15)

En síntesis, la planificación debe partir desde un enfoque general e integral para la determinación de objetivos y metas a lograr, por medio de la definición de estrategias que se visibilicen en un plan, y que comprometa la participación activa de todos los actores para una

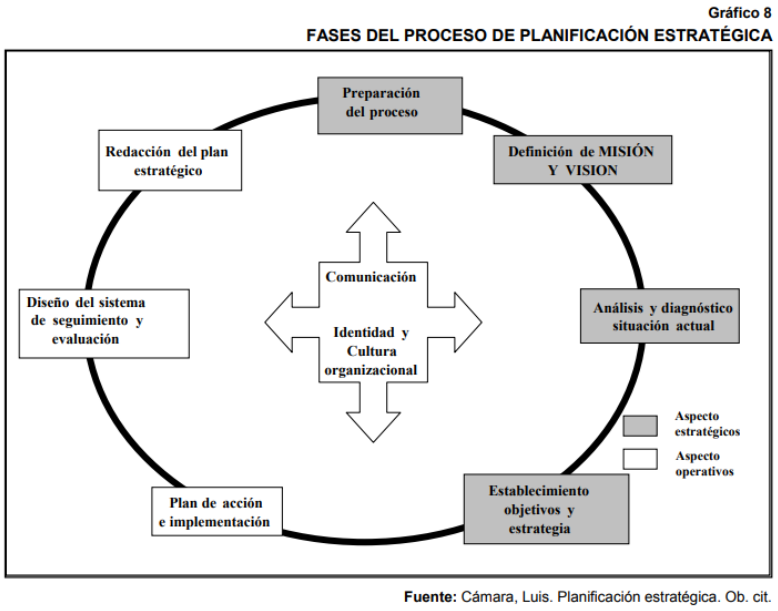
correcta implementación, ejecución, seguimiento y control. Por todo ello, se puede afirmar que es de carácter fundamental el llevar a cabo una planificación estratégica en todos los organismos del Estado y niveles de gobierno.

2.2.2.1 Fases de la planificación estratégica

De acuerdo con CEPAL (2006), el proceso de la planificación estratégica se puede dividir en las siguientes fases o etapas:

Figura 1

Fases del Proceso de Planificación Estratégica



Fuente: CEPAL (2006)

Como se aprecia en el esquema el proceso de planificación estratégica se compone de aspectos estratégicos y operativos, los cuales a su vez deben considerar los aspectos intrínsecos de la comunicación, identidad y cultura organizacional en cada una de sus fases. Cabe mencionar que este proceso es de carácter dinámico, permitiendo una constante evaluación y reformulación de lo planteado inicialmente, todo ello con la finalidad de lograr la mejora continua para los organismos.

2.2.3 Planificación turística

Actualmente, la planificación turística significa un proceso de gran relevancia para la gestión de destinos que permita el desarrollo sostenible de la actividad turística haciendo un uso eficiente de sus recursos y estableciendo medidas y políticas que la sostenga en el futuro.

a) Definición

La planificación turística puede definirse como:

Según Rivera et al. (2016):

La planificación turística es un proceso mediante el cual se recoge el menester de la sociedad y todos sus miembros, se plantean y establecen acuerdos que brinden solución a las diversas problemáticas con el trabajo conjunto de los actores involucrados y el uso adecuado de recursos.

De acuerdo con Rivas y Magadán (2007):

> La planificación estratégica implica, por tanto, el llevar a cabo un proyecto integral del área geográfica implicada y concebida — total o parcialmente como un producto turístico. Ese territorio-destino-producto turístico ha de ser entendido como la suma de muy diferentes realidades: paisaje, empresas, infraestructuras, equipamientos, entorno social, patrimonio, etc. (p. 37)

Según Silke (2003):

> La planificación del turismo es una de las tareas primordiales de la institucionalidad estatal turística, sin embargo, existen una serie de actores del sector privado que deben participar en esta labor fundamental. A través de la planificación se determinan objetivos que desean alcanzar en conjunto los actores involucrados y que conciernen a un territorio

determinado, es decir una región o una localidad, dependiendo del alcance del respectivo plan. (p. 57)

Según la OMT (1998):

La planificación turística se ve reflejada en planes estratégicos que consideren un óptimo manejo de recursos del propio destino, promueva el trabajo participativo de todos los actores involucrados en la actividad turística, desarrollo de propuestas de promoción y comercialización para generar productos competitivos y la consolidación de destinos que sean sostenibles en el tiempo.

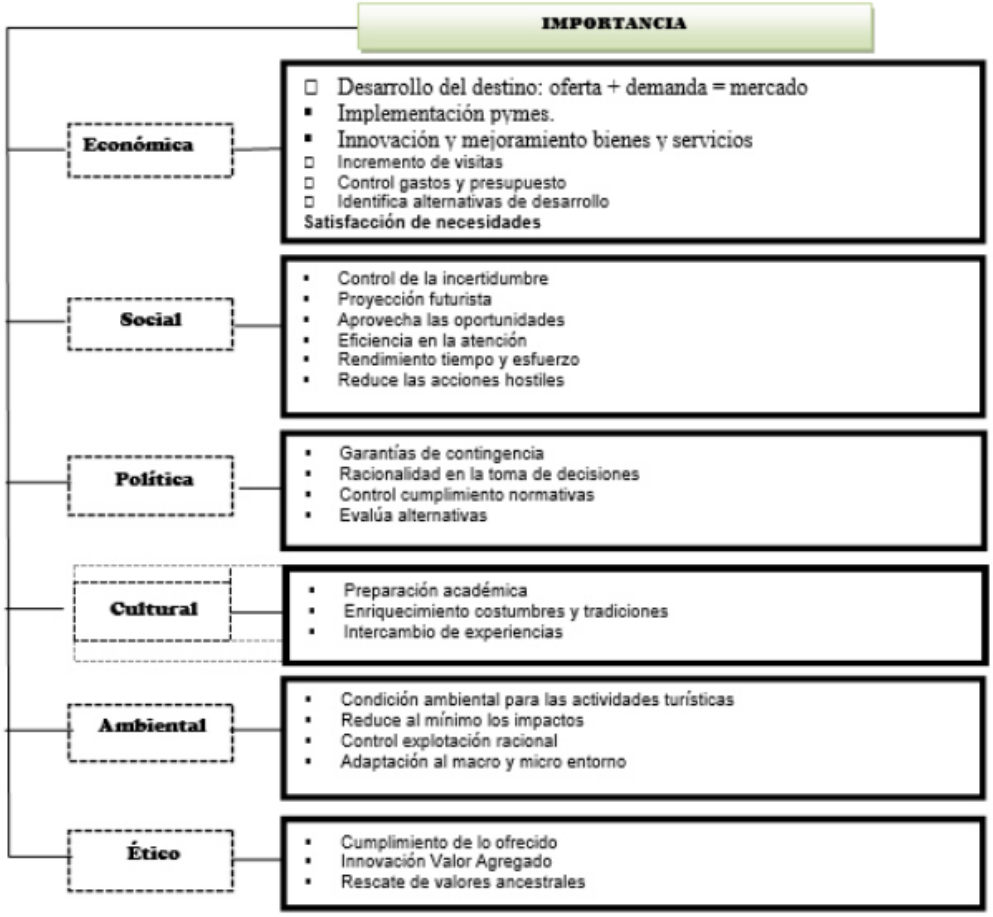
De acuerdo con la revisión bibliográfica realizada; la planificación turística es un proceso que delimita; por medio de planes estratégicos, como se llevará acabo la gestión turística de un determinado territorio. Esta gestión le compete plenamente al Estado, sin embargo, es de suma importancia la integración de los actores privados y la sociedad civil organizada para cubrir las necesidades conjuntas que genere como resultado el posicionamiento de un destino o producto turístico con miras hacia la sostenibilidad.

b) Importancia

De acuerdo con Rivera y Carpio (2018) la importancia de la planificación turística se puede reflejar en los siguientes factores:

Figura 2

Importancia de la planificación turística



Fuente: Rivera y Carpio (2018)

De acuerdo con los autores, la importancia de la planificación turística se puede evaluar en base a los impactos positivos que su realización conlleve a nivel económico, social, político, cultural, ambiental y ético; así como en la mitigación de impactos negativos que la actividad turística mal gestionada pueda generar. Es necesaria la consideración de estos factores por parte de los entes gestores del turismo en la elaboración de futuros instrumentos de planificación.

c) Enfoques de la Planificación Turística

De acuerdo con Blanco (2019), en línea con el desarrollo del turismo y con el avance del tiempo, el Estado ha empleado distintos enfoques y modelos de planificación turística. Los cuales son los siguientes:

Figura 3

Enfoques de la planificación turística



Fuente: Elaboración propia a partir de Blanco (2019)

- Enfoque Desarrollista

Caracterizado por brindar uno de los modelos más predominantes y clásicos con una visión sectorial en donde el turismo figura como una actividad que genera beneficios a nivel regional y nacional por medio del ocio y del descanso. Este enfoque mantiene una postura a favor de la actividad turística y se concentra en analizar la demanda con la finalidad de promoción. Por medio

de su metodología diseña instrumentos de planificación turística generales limitados a nivel estratégico y sostenible.

Figura 4

Metodología del Enfoque Desarrollista



Fuente: Elaboración propia a partir de Blanco (2019)

- Enfoque Económico

  Caracterizado por su preferencia hacia un turismo masivo con una oferta de productos estándar y un brindado de servicios en serie, toma al turismo por una actividad generadora de divisas. A través de su metodología se realizan análisis de la oferta y la demanda orientados a resultados económicos. Su más grande aporte se relaciona con la generación de infraestructura para soportar la capacidad del turismo de masas y fomenta la colaboración público-privada para el desarrollo de proyectos. Sin embargo, carece de un análisis de los beneficios de la actividad turística de forma integral y no se preocupa por los impactos negativos generados en las localidades.

Figura 5

Metodología del Enfoque Económico



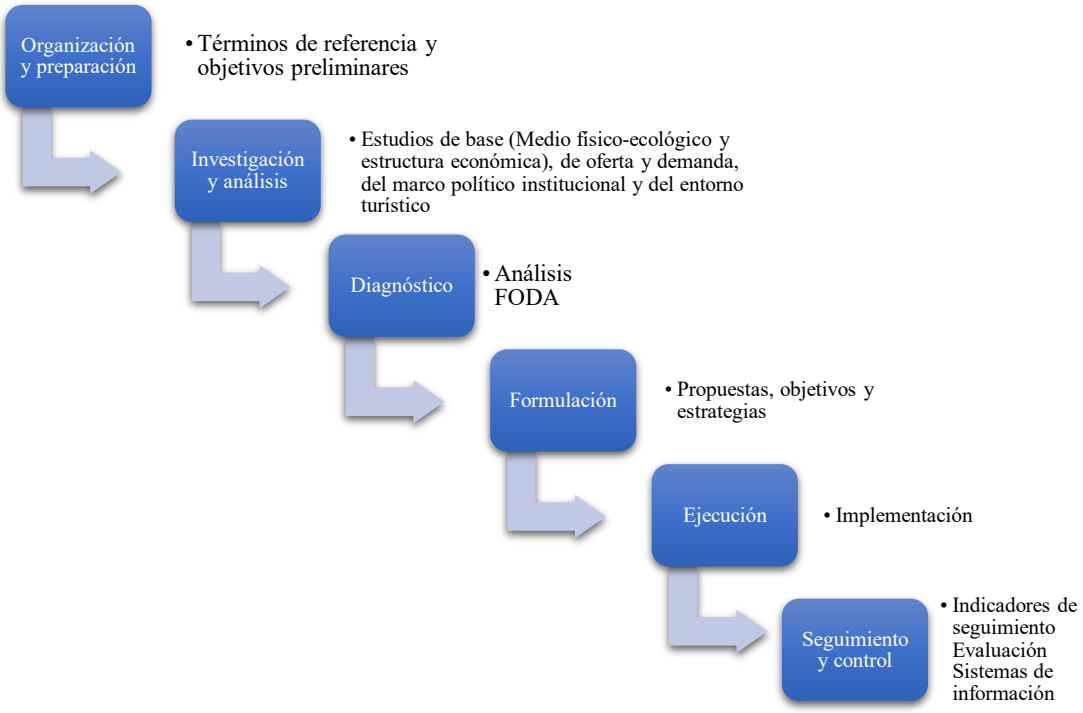
Fuente: Elaboración propia a partir de Blanco (2019)

- Enfoque Estratégico

  Caracterizado por la combinación de planteamientos innovadores, cualitativos y prospectivos para la gestión del turismo, el cual lleva a cabo un seguimiento y evaluación completa del manejo de la actividad turística y permite tomar decisiones en base a ello. Por medio de su metodología se realiza un análisis interno y externo, se establecen objetivos y se promueve la colaboración articulada con miembros de la localidad y otros sectores para diversificar estrategias. Su mayor aporte recae en la fijación de metas en plazos determinados, consideración de posibles escenarios futuros y la vinculación entre actores. Por otro lado, se cuestiona su carácter gerencial y la intervención de los actores solo en las primeras etapas del proceso de planificación.

Figura 6

Metodología del Enfoque Estratégico



Fuente: Elaboración propia a partir de Blanco (2019)

- Enfoque Espacial o físico

  Caracterizado por incluir el componente territorial priorizando el uso eficiente del espacio y distribución de las actividades turísticas comprendidas en el mismo. Su metodología emplea un análisis minucioso del entorno físico y los recursos turísticos a disposición en el espacio delimitado. Su principal aporte se encuentra en la creación de modelos de ordenamiento territorial en los diferentes ámbitos de aplicación (comunal, local, regional o nacional) que garanticen un buen uso del espacio turístico. Si bien dentro de su aplicación considera los factores ambientales en el espacio, no hace hincapié en sus implicancias a nivel social y cultural.

Figura 7

Metodología del Enfoque Espacial o Físico



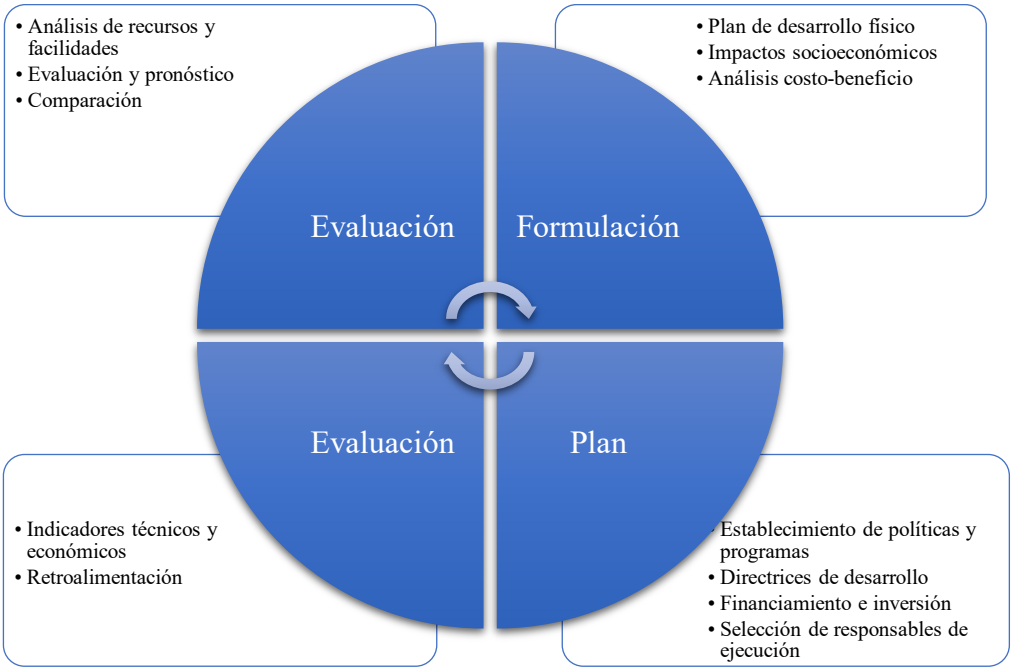
Fuente: Elaboración propia a partir de Blanco (2019)

- Enfoque de política económica

Caracterizado por una visión hacia el turismo internacional y el desarrollo socioeconómico, fomentado por organismos internacionales mediante líneas de crédito para el desarrollo del turismo y la aplicación de instrumentos de política económica. Su principal aporte se reflejó en el fomento de proyectos públicos y privados que contribuyeron al desarrollo económico y social en países subdesarrollados por medio de las líneas de crédito. Por otro lado, esta metodología no está orientada a contextos regionales o locales y puede conllevar a conflictos sociales por la falta de acuerdos respecto a los proyectos planteados.

Figura 8

Metodología del Enfoque de Política Económica



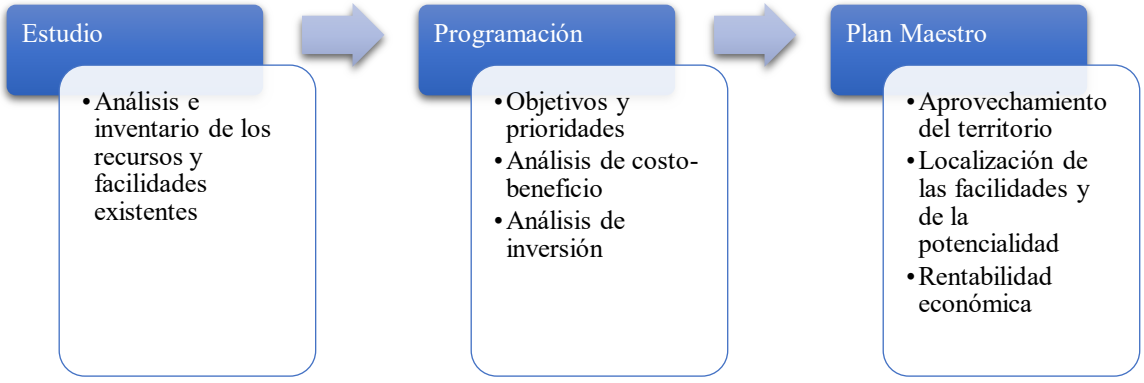
Fuente: Elaboración propia a partir de Blanco (2019)

- Enfoque urbanístico

Caracterizado por una orientación al turismo de masas resaltando el componente arquitectónico de espacios modernos y cosmopolitas. Por medio de su metodología se elaboran modelos de planificación a nivel económico y espacial que funcionan como guías de inversión y control para el gobierno. Su aporte principal se refleja en la realización de inventarios turísticos y planes maestro considerando el desarrollo arquitectónico de espacios delimitados. No obstante, presenta una falta de reconocimiento de factores sociales y ambientales, priorizando el uso del suelo por parte del sector privado argumentando la generación de infraestructura turística.

Figura 9

Metodología del Enfoque Urbanístico



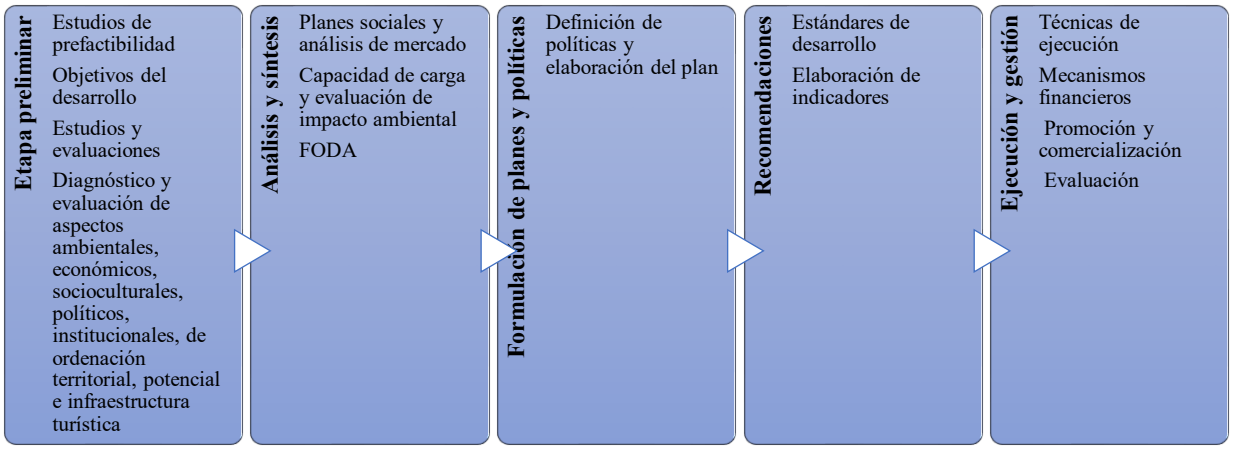
Fuente: Elaboración propia a partir de Blanco (2019)

- Enfoque comunitario o regional

Caracterizado por identificar el rol de las comunidades anfitrionas en la gestión de la actividad turística y su relación con un turista más consciente, informado y responsable con el espacio visitado. A través de su metodología se elaboran instrumentos precisos para la gestión de un desarrollo turístico sostenible con una mirada participativa y ecológica. Sin embargo, los procesos de colaboración se encuentran estrictamente regulados y las localidades carecen de formación cívica y ambiental.

Figura 10

Metodología del Enfoque Comunitario o Regional



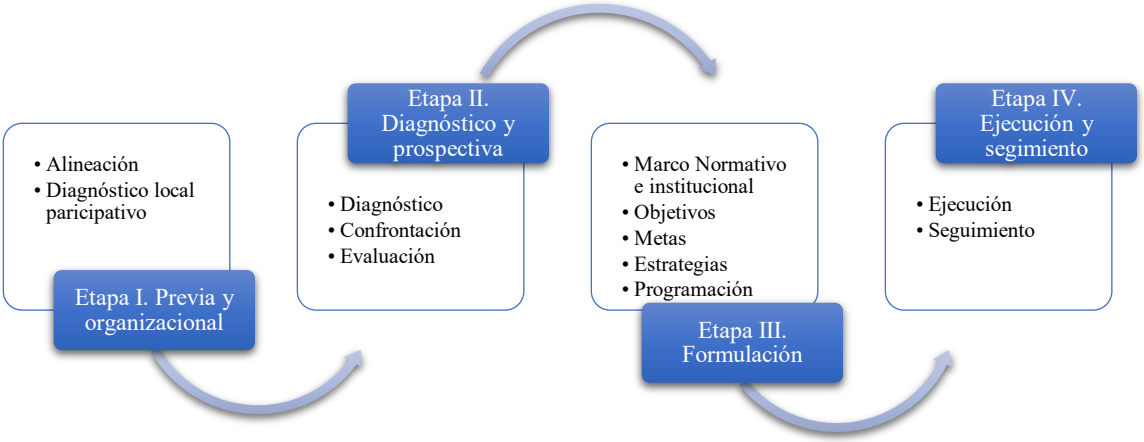
Fuente: Elaboración propia a partir de Blanco (2019)

- Enfoque sostenible

  Modelo propuesto a partir de los enfoques espacial, comunitario y estratégico, caracterizado por reconocer el potencial turístico singular como factor fundamental para la planificación, gestión y desarrollo del turismo, integrando de igual manera elementos de los demás enfoques en lo económico, político y participación comunitaria. Asimismo, el modelo resalta la realización de actividades coordinadas dirigidas desde el sector público con el sector privado y la ciudadanía.

Figura 11

Metodología del Enfoque Sostenible



Fuente: Elaboración propia a partir de Blanco (2019)

En base al análisis de los diversos enfoques señalados por Blanco (2019), se puede identificar el empleo del enfoque estratégico en la planificación turística actual de nuestro país, asimismo se viene desarrollando su continuidad orientándose hacia un enfoque espacial y sostenible liderado por el organismo rector, Mincetur.

d) Fases de la Planificación Turística

De acuerdo con Miralbell (2010) el proceso de planificación turística se divide en las siguientes fases:

Figura 12

Proceso de planificación turística



Esquema básico del proceso de planificación turística (Fuente: elaboración propia).

Fuente: Miralbell (2010)

- Fase de organización y preparación del plan

  En esta fase inicial del proceso de planificación nace la idea de formulación del plan a partir de la identificación de una necesidad o problemática existente, planteándose los primeros objetivos generales, recursos e inversión requerida. Para ello, es necesario un análisis previo que determine la conveniencia y factibilidad del plan a realizar.

  La planificación puede provenir desde una iniciativa tanto pública como privada o mixto que permita la conformación de un equipo técnico encabezado por profesionales de turismo y especialistas a fines.

- Fase de investigación, análisis y diagnosis

  Durante esta fase, se procede a realizar un mayor análisis considerando tanto los factores internos (oferta turística, demanda turística y estudios de base) como externos

(marco político-institucional, entorno turístico) que permita comprender el contexto territorial, económico, sociocultural del destino. Los resultados de este análisis pueden ser reflejados en herramientas de diagnóstico (DAFO).

- Fase de formulación de propuestas

  En esta fase se definen las propuestas de estrategias y acciones a realizar para cumplir los objetivos específicos y metas a alcanzar; así mismo, se asignan responsabilidades a los actores encargados de elaborar las propuestas incentivando su trabajo de forma conjunta. Cabe señalar, que es necesaria la consideración de políticas y lineamientos fijados por las entidades reguladoras de la actividad turística por parte del equipo responsable de la elaboración de las propuestas.

- Fase de ejecución

  A lo largo de esta fase se pone en marcha las estrategias y acciones establecidas en el plan; para ello se tiene que fijar elementos clave como su financiación, presupuesto, programación de ejecución y aplicación de instrumentos.

- Fase de seguimiento y control

  Como última fase se establecen los procedimientos de monitoreo y control a seguir con el fin de evaluar el progreso de ejecución del plan, así como, recopilar información estadística y referencial que permita realizar un análisis y presentación de resultados, los cuales servirán como base para propuestas futuras.

e) Planificación Turística y Sostenibilidad

De acuerdo con Miralbell (2010):

La sostenibilidad tiene una gran implicancia dentro de la planificación turística ya que su puesta en práctica por medio de un manejo adecuado de los recursos turísticos genera impactos

positivos a nivel económico, social y ambiental. Es por ello que la planificación turística debe considerar las singularidades y características propias de cada territorio uniéndolas en la creación de acciones estratégicas para su desarrollo.

Por último, la sostenibilidad brinda un realce y relevancia a la aplicación de la planificación turística en la gestión de destinos pudiendo abarcar sus distintos enfoques, de los cuales resalta el enfoque estratégico.

f) Política Turística

Velasco (2011) señala que:

> La política turística será el conjunto de acciones que impulsan actores públicos — en ocasiones en colaboración con actores no públicos — con la intención de alcanzar objetivos diversos relacionados con la variedad de fenómenos y relaciones que supone el proceso de atracción, estancia o residencia ocasional de ciudadanos en un territorio determinado. (p. 960)

Según Hall (2010):

"La política turística es, por lo tanto, un curso de acción o inacción gubernamental en relación específica con el turismo" (p. 3).

> La interacción cambiante entre el turismo y la política significa que es vital que los estudiantes de turismo comprendan las reglas del juego con las que se juega y cómo, aunque las reglas sean diferentes de un lugar a otro, el juego continúa. (p. 17)

De acuerdo con Miralbell (2010):

La actividad turística se regula mediante el empleo de políticas establecidas por el Estado como ente rector. El cual asume las competencias en los diferentes ámbitos que influyen sobre el desarrollo del turismo planteando normativas, planes, proyectos, programas y estrategias.

Mediante las políticas turísticas se fijan las condiciones laborales y profesionales que buscan un eficiente desenvolvimiento de los trabajadores del sector turismo. A su vez, desde una perspectiva del sector privado, las políticas turísticas cumplen una función facilitadora con el desarrollo de iniciativas y restrictiva con la aplicación de procesos de fiscalización.

Tomando en consideración lo afirmado por los autores, se puede señalar que es imprescindible la existencia de una política turística nacional que oriente el planteamiento de acciones frente a las diversas problemáticas a las que se ve expuesto el sector turismo en la actualidad.

e.1. Elementos de la Política Turística

Velasco (2011) menciona como elementos constituyentes de la política turística a:

- Una política turística viene a ser una línea de acción congruente, las cuales en su conjunto deben estar directamente relacionadas teniendo como punto de partida la concepción del turismo en el territorio. Cabe señalar, que las iniciativas independientes que puedan afectar al turismo no son consideradas políticas.
- El planteamiento de acciones debe considerar una precisión adecuada de recursos, presupuestos, plazos de ejecución con un carácter dinámico que permita su modificación de ser necesaria durante la implementación. Es importante mencionar, que durante estos procesos se debe evitar discursos políticos que conlleven a falsas promesas, que no constituyen una política.
- El desarrollo de políticas debe estar exento de intereses propios o privados motivados por actores públicos que actúan fuera de sus competencias ya que pondrá en riesgo su legitimidad.

- Las acciones y estrategias para conseguir el logro de metas y objetivos n un tiempo determinado debe visibilizarse en instrumentos de gestión como los planes evitándose propuestas generales e inconsistentes que no reflejen las intenciones de la política turística.
- La política turística debe tomar en cuenta el carácter transversal del turismo para el desarrollo de actuaciones en su beneficio, promoviendo el trabajo conjunto y el desarrollo sostenible de la actividad. Si bien las políticas turísticas deben orientarse al territorio, el estado puede promover políticas que permitan el desarrollo sectorial del turismo.

2.2.4 Planificación en el Perú

Los inicios de la planificación en el Perú se remontan a la década de los 50's, época caracterizada por situarse en el contexto post-guerra y modernización en los procesos productivos por parte de los países desarrollados, y que los países de América Latina imitarían en donde el Perú no sería la excepción. Si bien se inició con un enfoque territorial por la necesidad de planes y proyectos urbanos posteriormente esto abriría paso a una planificación sectorial basada en resultados como la que tenemos hoy en día.

"La planificación es así entendida como programación de proyectos de inversión, generalmente a cargo del Sector Público" (Saberbein Chevalier, 1984, p. 34).

Figura 13

Historia de la Planificación en el Perú



Fuente: Elaboración propia, a partir de Rendón (2022)

En la ilustración anterior se muestra la línea del tiempo respecto a la evolución de la planificación en el Perú de acuerdo con Rendón (2022), quién lo divide en cuatro periodos; Primer periodo: Planificación Incipiente (1920-1960), Segundo periodo: Auge de la Planificación (1960-1980), Tercer periodo: Crisis de la planificación (1980-2000), Cuarto periodo: Reinicio de la planificación (2000-2021).

Como se puede observar; la evolución de la planificación en el Perú se ha visto directamente influenciada por el contexto internacional y la situación política nacional reflejada en los distintos periodos y tipos de gobierno. Así mismo, durante todos estos periodos se establecieron distintos enfoques de planificación como la regional, estratégica, territorial y ambiental; de las cuales ha predominado una planificación de desarrollo territorial con la finalidad de mejora de calidad de vida de los ciudadanos.

Adicional a ello, la planificación peruana no se ha logrado desarrollar de una manera óptima que se refleje en resultados sostenidos en el tiempo. Si bien tuvo su periodo de apogeo en donde se contó con un organismo propio para la planificación en el Perú (INP) y se elaboraron la mayor cantidad de instrumentos de planificación, este periodo se vio influenciado por intereses políticos, conflictos internos y la crisis económica lo que no permitió el desarrollo de planes que se adecuen a la realidad y las necesidades del país.

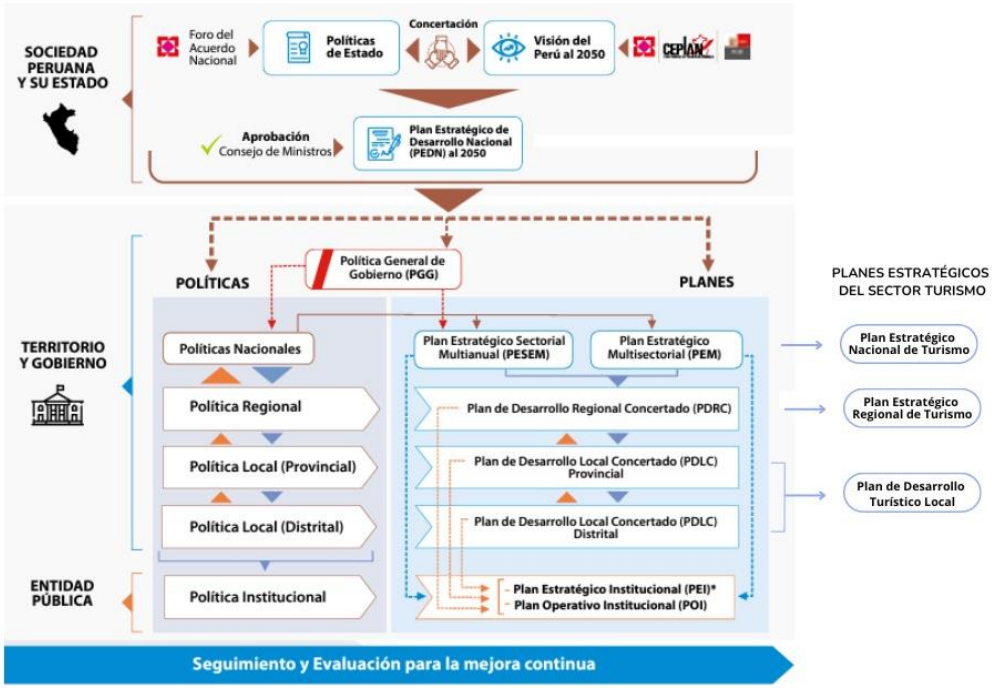
Actualmente, la planificación en el Perú se encuentra en un periodo de resurgimiento que busca sentar nuevas bases de planificación que favorezcan las políticas públicas, para ello es necesario brindarles a los organismos responsables de la planificación una mayor autonomía que promueva la articulación de todos los niveles del Estado y sus sectores con un enfoque integral que sea sostenible en el tiempo.

2.2.4.1 Planificación turística en el Perú

La planificación turística es un proceso primordial que promueve el desarrollo del turismo y su incorporación en el sector económico, social, ambiental y cultural de la localidad. Así como, garantiza el mejor brindado de servicios turísticos que permiten una mayor satisfacción de la demanda, el fomento y generación de recursos para la formulación y ejecución de proyectos turísticos. (MINCETUR, 2023)

Figura 14

Articulación de políticas y planes en el Perú



Fuente: Elaboración propia a partir de CEPLAN (2021)

Como se puede observar; la formulación de los planes estratégicos del sector turismo en sus diferentes niveles de aplicación (nacional, regional y local) se rigen en base a las políticas y planes que conforman el Sistema Nacional de Planificación (SINAPLAN), teniendo en cuenta el Plan Estratégico de Desarrollo Nacional al 2050 (PEDN). Asimismo, este plan se sujeta a las Políticas de Estado que es resultado de un Consenso en el Foro del Acuerdo Nacional del año 2002 y a los lineamientos de la Visión del Perú al 2050 donde participa el Centro Nacional de Planeamiento Estratégico (CEPLAN), órgano rector de la planificación en el Perú en la actualidad.

En el caso del sector turismo en el Perú, si bien no se cuenta con una política turística nacional, si contamos con la Ley Nº 32392, Nueva Ley General de Turismo (2025) como normativa reguladora vigente del turismo que tiene por objetivo promover, incentivar y regular el

desarrollo sostenible y competitivo de la actividad turística. En el cual se establecen los principales instrumentos de planificación turística para el país (PENTUR, PERTUR, PDTL).

2.2.4.1.1 Plan Estratégico Nacional de Turismo - PENTUR

Es el instrumento de planificación nacional del sector turismo para un plazo de tiempo de 10 años. En él se plantean las estrategias y lineamientos que contribuirán al desarrollo del turismo en el Perú y se implementándose por medio de los Planes Estratégicos Regionales de Turismo – Pertur, instrumentos de planificación regional que formulan y diseñan acciones que promueven la participación, concertación y descentralización. (MINCETUR, 2023)

Según Resolución Ministerial N° 231-2016 (MINCETUR, 2016) se aprobó la actualización del Plan Estratégico Nacional de Turismo - PENTUR 2025.

El PENTUR 2025 tiene como bases para su ejecución las siguientes; misión, visión y objetivos:

- Misión

Establecer los pilares estratégicos para consolidar al Perú como un destino turístico sostenible, competitivo, de calidad y seguro, donde a partir de una oferta diversa, el turista viva experiencias únicas que generen oportunidades para el desarrollo económico y social del país.

- Visión

“El Perú es reconocido, a nivel mundial, como destino turístico sostenible, competitivo, de calidad y seguro”.

- Objetivo General

Consolidar al Perú como destino turístico competitivo, sostenible, de calidad y seguro, donde a partir de una oferta diversa, lograda con participación de los actores del sector, el turista viva experiencias únicas para que se contribuya al desarrollo económico y social del país.

Así mismo, el PENTUR 2025 establece cuatro pilares de actuación:

- Diversificación y consolidación de mercados

Con los componentes de Priorización de la inteligencia turística; Desarrollo de estrategias diferenciadas por mercados emisores; Desarrollo de nuevos mercados; Priorización de segmentos especializados.

- Diversificación y consolidación de la oferta

Con los componentes de Desarrollo de destinos competitivos; Desarrollo de productos turísticos especializados; Inversión focalizada y sostenible; Desarrollo del capital humano; Mejora de la calidad de los servicios y productos turísticos.

- Facilitación turística

Con los componentes de Desarrollo de la conectividad y de las comunicaciones; Optimización de la gestión migratoria y del desplazamiento interno; Optimización de las relaciones internacionales; Desarrollo de un sistema uniforme y confiable de información turística a nivel nacional; Simplificación administrativa.

- Institucionalidad del sector

Con los componentes de Fomento de la cultura turística; Fortalecimiento de la gestión para la seguridad turística; Fortalecimiento de la gestión pública; Fortalecimiento de la articulación público-privado en la actividad turística; Consolidación de la gestión de los destinos.

2.2.4.1.2 Plan Estratégico Regional de Turismo - PERTUR

Es el instrumento de planificación para la gestión de la actividad turística en las regiones del Perú que establece las directrices y estrategias para su desarrollo, promoviendo un trabajo conjunto entre todos los actores involucrados de la actividad turística siguiendo las pautas establecidas en la Guía para la elaboración del Pertur - Plan Estratégico Regional de Turismo. (MINCETUR, 2023)

> La Guía para la elaboración del Plan Estratégico Regional de Turismo – Pertur (2018) propone una secuencia de cuatro (04) fases, que comprenden: i) diseño del entorno institucional, ii) diagnóstico del turismo en la región, iii) análisis estratégico; y, iv) elaboración del plan de acción de turismo, las cuales se desarrollan a través de un proceso participativo con enfoque multisectorial, que incluye la realización de talleres descentralizados, visitas de campo y entrevistas, mediante la aplicación de instrumentos y herramientas para el levantamiento de datos e información, que permitan realizar un análisis adecuado de la situación del turismo en la región, para una eficiente toma de decisiones. (p. 3)

Cabe mencionar que la planificación estratégica necesita un trabajo continuo posterior para su implementación, siguiendo las acciones estratégicas y operativas anteriormente planteadas, a cargo de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, órgano regional competente del sector turístico, y la participación de los actores involucrados que forman parte del sector privado, la sociedad civil organizada y otras entidades públicas nacionales, regionales y locales, teniendo en cuenta la transversalidad del turismo (MINCETUR, 2018).

2.2.4.1.3 Plan de Desarrollo Turístico Local – PDTL

El Plan de Desarrollo Turístico Local – PDTL, es el instrumento de planificación para el desarrollo de la actividad turística a nivel local. Para su elaboración se realiza una serie de análisis de factores que influyan directa e indirectamente en la actividad turística y la experiencia del visitante, planteando acciones estratégicas que promuevan el trabajo articulado y constante de los actores involucrados en la actividad turística teniendo en cuenta su alineación a las políticas tanto a nivel regional como nacional. (MINCETUR, 2024)

- Fases para la elaboración de un PDTL

  La Guía PDTL (2021) propone una secuencia metodológica de cuatro fases que se deben desarrollar a través de procesos participativos con enfoque multisectorial, que incluye la realización de talleres, visitas de campo y entrevistas, utilizando herramientas para el levantamiento de información que permitan analizar la situación real del turismo en la localidad.

  Fase 1: Diseño del entorno institucional

Esta fase establece las bases organizativas y la estructura necesaria para dar inicio al proceso de elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local (PDTL), debiendo conformar el equipo técnico de turismo reconocido mediante Resolución de Alcaldía y responsable de elaborar y validar los avances de este documento de planificación turística.

A esta fase le corresponde todo lo referido a la planificación previa, la cual se encuentra conformada por las siguientes acciones:

a) Conformación del equipo técnico de turismo

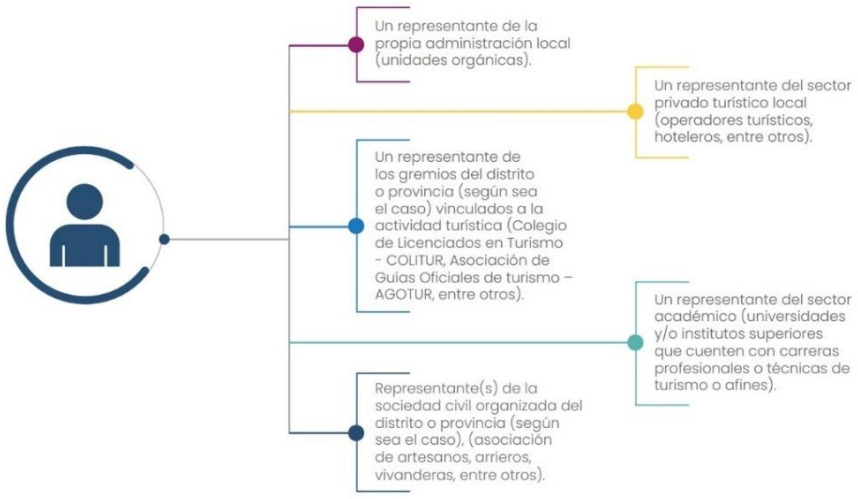
   El equipo técnico de turismo será el encargado de realizar el Plan de Desarrollo Turístico Local – PDTL. Esta organización se dará a conocer oficialmente mediante Resolución Municipal, y marcará el inicio de la elaboración de este instrumento de gestión. Cabe

mencionar que el responsable de Turismo de la Municipalidad correspondiente será quien asuma sus funciones, como secretaria técnica del equipo técnico.

El equipo técnico estará conformado como mínimo por los siguientes integrantes:

Figura 15

Equipo Técnico de Turismo para la elaboración del PDTL

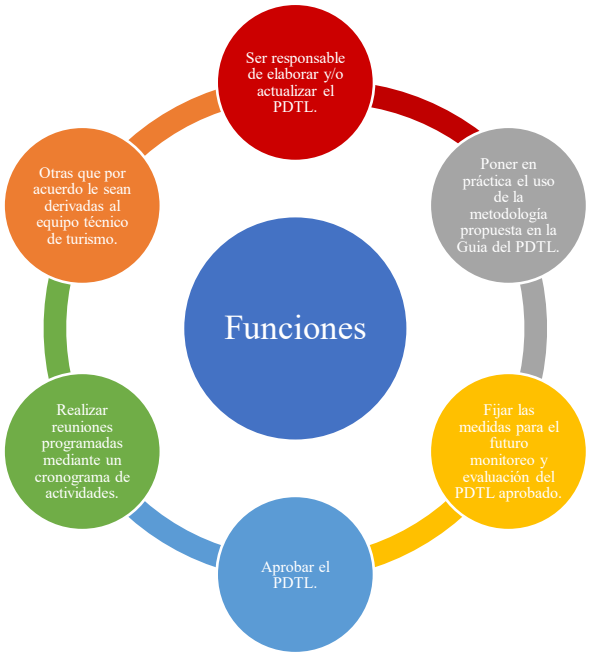


Fuente: MINCETUR (2021)

Como funciones del equipo técnico de turismo para la elaboración del PDTL se tienen:

Figura 16

Funciones del equipo técnico de turismo



Fuente: MINCETUR (2021)

b) Sensibilización y motivación

Durante este proceso los responsables del PDTL se encargarán de realizar un mapeo previo de los actores involucrados en el desarrollo del turismo con el propósito de dar a conocer el objetivo del PDTL y contar con su participación en el proceso.

Los temas para tratar y comunicar a los actores involucrados serán los siguientes:

Figura 17

Temas a tratar en la sensibilización y motivación



Fuente: MINCETUR (2021)

c) Organización y asignación de responsabilidades

Para un correcto desarrollo y elaboración del PDTL todos los actores deberán ser conscientes de la importancia y responsabilidad requerida durante todo el proceso y siguiendo los siguientes pasos:

- Programar las actividades por medio de un cronograma.
- Designar responsabilidades para la elaboración del plan a los miembros del equipo técnico,
- Determinar el presupuesto requerido para la elaboración del PDTL.

Fase 2: Diagnóstico turístico local

Esta fase se enfoca en analizar y comprender el entorno, asimismo, recoge, sistematiza y analiza la situación actual de los componentes clave del sector turismo para luego

identificar y caracterizar las áreas de desarrollo turístico local, lo cual constituye la base para la toma de decisiones estratégicas adecuadas.

d) Actividades previas al diagnóstico

Se considerará:

Delimitación geográfica del ámbito de estudio

Mediante el esbozo de un mapa oficial con sus delimitaciones respectivas que identifiquen los atractivos turísticos, recursos turísticos, las áreas con vocación turística y sus zonas de influencia.

- Recopilación de información

Esto con la finalidad de crear una base datos con información relevante que impacte directa o indirectamente a la actividad turística para así lograr contar con un óptimo diagnóstico técnico. Es importante considerar tanto la revisión de fuentes primarias como secundarias sobre la actividad turística y sus aspectos socioeconómicos del territorio a trabajar.

- Realizar visitas de campo

Con el fin de someter a una validación la información recolectada y actualizar la data respecto al estado y mantenimiento de los atractivos y recursos turísticos.

e) Diagnóstico

Para elaborar un adecuado diagnóstico se debe considerar los siguientes aspectos:

- Análisis general del entorno

➢ Análisis externo

Durante este análisis se estudiarán los factores de origen externo que influyen al organismo local, para que, de esta manera, se encuentren preparados y puedan afrontar algún cambio

futuro que afecte de forma positiva o negativa a la actividad turística. El análisis PESTEC (Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico, Cultural) es una de las herramientas más recomendadas para realizar este tipo de análisis.

Figura 18

Aspectos del análisis externo (PESTEC)



Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2021)

- Análisis interno

Durante este análisis se estudiará el contexto local de la actividad turística en el destino considerando su relación directa o indirecta con otros sectores económicos.

Esto permitirá identificar los aspectos en los que destaca el destino frente a la competencia, así como los aspectos limitantes o que se encuentran por mejorar. Dentro de estos aspectos podemos considerar el manejo del entorno territorial, condiciones de las

facilidades para el turismo, diversidad de oferta turística, comportamiento de la demanda turística, nivel de competencia, estrategias de comercialización y promoción.

Figura 19

Aspectos que considerar en el análisis local



Fuente: MINCETUR (2021)

- Mapeo de actores de turismo

  Esta acción se da mediante la identificación de los actores que influyen en la actividad turística con sus respectivas competencias y roles con el finde mantener una comunicación activa y coordinada en favor del desarrollo del turismo.

Figura 20

Actores de Turismo



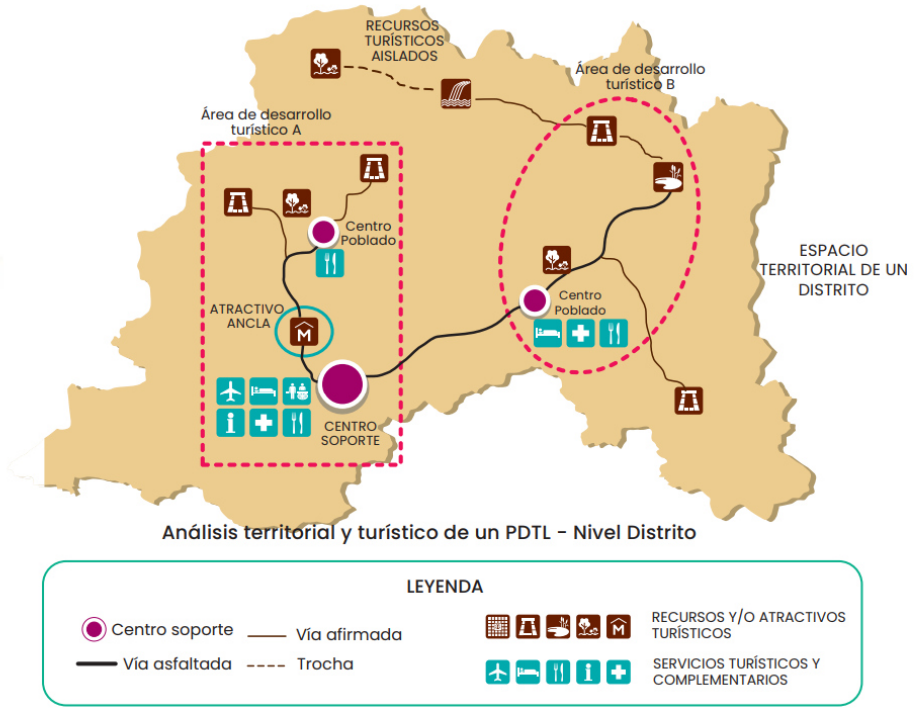
Fuente: MINCETUR (2021)

- Identificación y caracterización de las áreas de desarrollo turístico

Se delimita el destino en áreas geográficas específicas llamadas áreas de desarrollo turístico identificadas por poseer sus propios recursos y atractivos turísticos, así como atraer a un determinado segmento de la demanda. Así mismo, estas deben cumplir con las condiciones mínimas para el desarrollo de la actividad turística y poseer un centro soporte que permita el desplazamiento del visitante.

Figura 21

Área de desarrollo turístico



Fuente: MINCETUR (2021)

- Vocación turística

Es importante identificar la vocación turística del destino a estudiar para poder elaborar un plan que se ajuste a sus propias características y necesidades. Esto se puede realizar mediante una descripción de las cualidades y elementos diferenciadores que posee el destino, así como señalando las actividades turísticas desarrolladas por los visitantes

Fase 3: Análisis estratégico

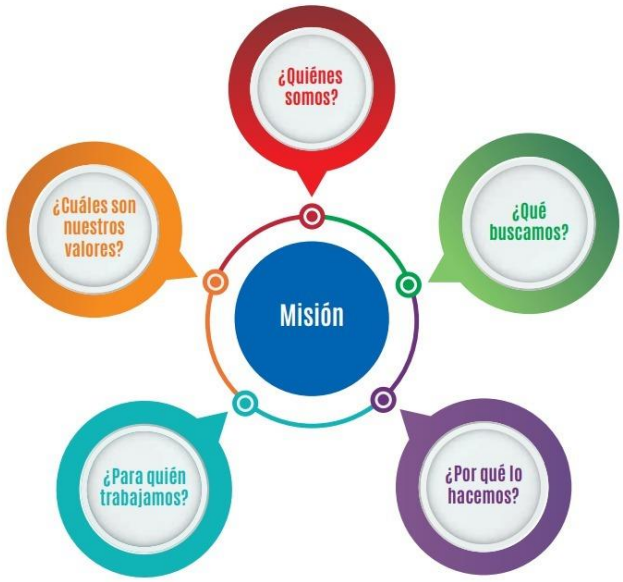
Esta fase constituye un proceso de decisión en la cual se determina la visión, los objetivos estratégicos y estrategias articuladas al PENTUR y PERTUR de la región y que conllevan hacia el logro de las metas de desarrollo turístico planteadas por el gobierno local.

- Elaboración de la misión

La misión da a conocer la vocación turística del destino y el papel que cumple el gobierno local para la gestión de la actividad turística.

Figura 22

Preguntas para redactar una misión



Fuente: MINCETUR (2021)

- Elaboración de la visión

La visión refleja como el gobierno local se proyecta guiar y gestionar la actividad turística en el destino a largo plazo tomando en cuenta la articulación de políticas y planes públicos en el ámbito del sector turístico a nivel regional y nacional.

Figura 23

Características de la visión



Fuente: Elaboración propia a partir de MINCETUR (2021)

- Análisis FODA

Para comprender y obtener un mejor análisis general del entorno y del territorio estudiado, el análisis FODA es una de las herramientas más utilizadas ya que permite analizar el destino tanto a nivel interno (fortalezas y debilidades) como externo (oportunidades y amenazas).

- Determinación de objetivos estratégicos

Con la matriz FODA completa se procede a determinar los objetivos estratégicos mediante el cruce de las fortalezas y debilidades con las oportunidades y amenazas.

Estos objetivos permitirán alcanzar la visión planteada, además permitirá orientar la correcta toma de decisiones por parte del equipo técnico para el desarrollo turístico del destino.

- Determinación de indicadores y metas de los objetivos estratégicos

Con los objetivos estratégicos planteados se procede a determinar los indicadores y sus respectivas metas. Los cuales deben caracterizarse por ser específicos, medibles, realizables, relevantes y temporales.

- Determinación de estrategias

Las estrategias brindan los pasos a seguir para el cumplimiento de los objetivos propuestos. Es importante considerar la vocación turística del destino al momento de plantear las estrategias a utilizar.

Fase 4: Plan de acción

Esta fase inicia con la determinación de las acciones estratégicas, indicadores y metas, así como la identificación de responsables y sus respectivos aliados estratégicos, los cuales permitirán la formulación del plan de acción de turismo; al mismo tiempo, se identifican inversiones o ideas de inversión en turismo que contribuyan directamente a alcanzar los objetivos estratégicos establecidos. Los cuales se detallan a continuación:

- Determinación de acciones estratégicas

Una acción estratégica viene a ser el conjunto de trabajos organizados que permiten el logro de un objetivo estratégico alineado a su propia estrategia.

- Determinación de indicadores y metas de acciones estratégicas

Las acciones estratégicas deben contar con unidades de medida las cuales se ven reflejadas en la formulación de indicadores y metas.

- Elaboración del plan de acción en turismo
- Con todos los elementos determinados previamente se procede a esquematizar el plan de acción de turismo del destino, el cual contará con un cronograma de implementación y se asignarán los responsables y aliados estratégicos para su ejecución.
- Identificación de ideas de proyectos

El equipo técnico deberá proponer ideas de proyectos que sean prioritarios para el desarrollo de la actividad turística y se alinean al cumplimiento de los objetivos establecidos. A su vez, es necesario realizar una búsqueda de los proyectos de inversión en el Banco de Inversiones del Estado que consideren al gobierno local o regional que gestiona el destino.

- Socialización, validación y aprobación del PDTL

Para la socialización, se debe contar con la participación de los actores locales involucrados en el desarrollo de la actividad turística con el objetivo de asegurar la ejecución y sostenibilidad del plan de acción de turismo.

Para la validación, el equipo técnico de turismo organiza un taller de validación con los principales actores vinculados con el desarrollo de la actividad turística (sector público, sector privado, academia y sociedad civil).

Para la aprobación, se debe contar con un acta de validación del Equipo Técnico de Turismo, la aprobación del concejo municipal y como resultado la emisión de la Ordenanza Municipal.

- Implementación, monitoreo y seguimiento

El Equipo Técnico de Turismo es el encargado de monitorear y dar seguimiento a la implementación del plan de acción de turismo del PDTL. Este seguimiento y monitoreo deberá ser

permanente, de forma semestral o anual; de acuerdo a ello, se determinarán las acciones correctivas y/o preventivas.

La presente investigación toma por consideración a las tres primeras fases del PDTL como dimensiones de la variable planificación turística, al ser las fases que constituyen el modelo metodológico a aplicar para el desarrollo del Plan de acción como instrumento correspondiente a la cuarta fase del PDTL en un ámbito de aplicación y periodo de tiempo específico. Estas tres fases: entorno institucional, diagnóstico turístico y análisis estratégico presentan una semejanza teórica al modelo propuesto por Miralbell (2010) y también se puede identificar elementos del enfoque sostenible (Blanco López, 2019).

2.2.5 Planificación turística en el Callao

La planificación turística en el Callao se encuentra dirigida por las entidades gubernamentales en sus ámbitos correspondientes, a nivel regional desarrollada por el Ente Gestor del destino Callao, liderado por el Gobierno Regional del Callao y a nivel provincial/local por el equipo técnico de turismo del Callao liderado por la Municipalidad Provincial del Callao, alineados a los planes y políticas base de índole nacional; así como a los planes de desarrollo e institucionales que cada entidad elabora.

El distrito del Callao sentó sus primeras bases de planificación turística con la elaboración del instrumento “Plan de Desarrollo Turístico Local al 2030” (2023), considerando la importancia del trabajo en conjunto de los actores involucrados en la actividad turística (actores públicos, privados, academia y la sociedad civil organizada) mediante un plan de acción definido con la visión de convertirse en un destino competitivo con principios de sostenibilidad y valores.

2.2.5.1 PERTUR CALLAO

El Plan Estratégico Regional de Turismo (PERTUR Callao) al 2030 fue aprobado con Ordenanza N°012, y publicada en el Diario Oficial El Peruano, el 27 de enero del 2022. Se ha elaborado con una perspectiva territorial y participativa, que garantice el desarrollo de la actividad turística en la Provincia Constitucional del Callao (Gobierno Regional del Callao, 2021).

Para su elaboración, se llevó a cabo un proceso coordinado con actores clave de los sectores público y privado, la academia y la sociedad civil organizada. El Equipo Técnico Especializado, establecido mediante la Resolución Ejecutiva Regional N° 132-2020-GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO del 6 de julio de 2020 y sus modificaciones, tuvo la responsabilidad de formular el Pertur Callao al 2030, siguiendo el enfoque metodológico de la "Guía para la elaboración del Plan Estratégico Regional de Turismo (Pertur)", aprobada por la Resolución Ministerial N° 288-2018-MINCETUR del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Gobierno Regional del Callao, 2021).

En este sentido, según lo establecido en la Guía mencionada, el proceso se ha estructurado en cuatro fases sucesivas, las cuales incluyen, a su vez, metodologías específicas para el análisis de los factores y condiciones externas que influyen en la actividad turística, como aquellos aspectos internos que afectan el desarrollo y la gestión del turismo en la Provincia Constitucional del Callao. (Gobierno Regional del Callao, 2021).

2.2.5.2 Plan de Desarrollo Turístico Local – CALLAO

Mediante Ordenanza Municipal N° 030-2023/MPC se aprobó el Plan de Desarrollo Turístico Local del Callao al 2030 (PDTL CALLAO 2023-2030), documento que cumple con el contenido requerido y está de acuerdo con la Guía Metodológica para la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local (PDTL). (Municipalidad Provincial del Callao, 2023)

El Plan de Desarrollo Turístico Local del Callao (PDTL 2023-2030), desarrollado por la Municipalidad Provincial del Callao, es un instrumento de planificación y gestión que contribuirá a impulsar el desarrollo turístico, social y económico del distrito del Callao. (Municipalidad Provincial del Callao, 2023)

El Plan de Desarrollo Turístico Local del Callao, PDTL 2023-2030 se analizó siguiendo el enfoque del sistema integral de gestión de destinos turísticos, el cual posee 8 pilares de estudio (4 pilares fundamentales y 4 pilares de competitividad y sostenibilidad). Asimismo, se estableció como misión y visión, lo siguiente:

- Misión

  Somos una ciudad turística que aprovecha la oferta cultural, gastronómica y natural del distrito con el trabajo articulado de entidades públicas, privadas y organizaciones civiles y académicas, aportando a la mejora de las condiciones turísticas, la imagen del Callao y la calidad de vida de la población. (Municipalidad Provincial del Callao, 2023)

- Visión

  Al 2030 Callao es conocido Nacional e Internacionalmente como un destino turístico con enfoque integral en lo histórico, cultural, natural y gastronómico basado en la competitividad y sostenibilidad, que impulse el desarrollo económico, social y ambiental en beneficio de los pobladores y brinde experiencias memorables a los visitantes. (Municipalidad Provincial del Callao, 2023)

En el aspecto de proyectos, se ha identificado en el Plan de Desarrollo Turístico Local del Callao, 8 ideas de proyectos de inversión pública en el ámbito turístico; tal como se detalla a continuación:

Tabla 1

Ideas de proyecto de inversión pública en el distrito del Callao

N°	Recursos turísticos	Nombre de la idea de PI o IOARR	Metas propuestas
1	Plaza Matriz Iglesia Matriz Pasaje José Gálvez Plaza José Gálvez Diario Callao Casa del Boys (Museo del deporte) Biblioteca Municipal del Callao Teatro Alejandro Plaza Independencia Museo del Ejército Real Felipe Museo Naval Museo Abtao Playa Abtao Cañón del Pueblo Plaza Grau Paseo de las Anclas Muelle Dársena Casa Piaggio Edificio Ronald Casa de la Cultura Plaza San Martín	Mejoramiento y ampliación de los servicios turísticos públicos del circuito turístico histórico del Callao, Distrito de Callao, Provincia Constitucional del Callao	Implementación de instalaciones turísticas Acondicionamiento de infraestructura Capacitación en buenas prácticas para la operación turística, atención al cliente, gestión de flujo de visitantes, marketing turístico y primeros auxilios Promoción
2	Playa de Chucuito Plaza Santa Rosa Islotes Palomino Islas Cavinzas Playa Abtao Muelle Dársena	Creación y mejoramiento de los servicios turísticos públicos en el área de desarrollo turístico 2 marítimo – costero	Implementación de instalaciones turísticas Acondicionamiento de infraestructura (muelle turístico Equipamiento Capacitación Promoción
3	Plaza José Gálvez Egúsquiza	Creación de los servicios turísticos públicos en la Plaza José Gálvez, Distrito de Callao, Provincia Constitucional del Callao	Implementación de instalaciones turísticas Acondicionamiento de infraestructura Capacitación Promoción

4	Isla San Lorenzo	Creación de los servicios turísticos públicos de la Isla San Lorenzo	Implementación de instalaciones turísticas Acondicionamiento de infraestructura (monumento) Equipamientos Capacitación Promoción
5	Museo Naval Julio Elías Murguía	Mejoramiento de los servicios turísticos públicos del Museo Naval Julio Elías Murguía Distrito de Callao Provincia Constitucional del Callao Departamento de Callao	Implementación de instalaciones turísticas Conservación arquitectónica Acondicionamiento de infraestructura Capacitación Documento de Gestión Promoción
6	Museo del Ejército Real Felipe	Mejoramiento de los servicios turísticos públicos del Museo del Ejército Real Felipe Distrito de Callao Provincia Constitucional del Callao Departamento de Callao	Implementación de instalaciones turísticas Conservación arquitectónica Acondicionamiento de infraestructura Capacitación Promoción
7	Playa Arenilla Playa Carpayo Playa los Cocos Playa Mar Brava	Creación de los servicios turísticos públicos en la playa Arenilla, Distrito de Callao, Provincia Constitucional del Callao	Implementación de instalaciones turísticas Acondicionamiento de infraestructura Equipamientos Capacitación Promoción
8	Circuito de playas	Creación de un centro de convenciones turístico del Callao, Provincia Constitucional del Callao	Implementación de instalaciones turísticas Acondicionamiento de infraestructura (centro de convenciones) Equipamientos Capacitación Promoción

Fuente: Municipalidad Provincial del Callao (2023)

2.2.6 Turismo

El turismo se encuentra atravesando por grandes cambios en la actualidad, nos encontramos frente a un turista más exigente, con mayores conocimientos y conciencia sobre los impactos, tanto positivos como negativos, generados por la actividad turística, pero principalmente con nuevas

motivaciones para desplazarse en busca de experiencias únicas con el objetivo de sacar el mayor provecho a lo que un destino le pueda ofrecer. Es aquí donde los destinos tienen que aprovechar en diversificar su oferta y adaptarse a las nuevas tendencias del turismo.

2.2.7 Gastronomía

La gastronomía brinda una conexión directa con la cultura única y singular de cada destino. Es por ello, que ha ido tomando mayor relevancia en los últimos años debido a su influencia en la actividad turística.

Según el World Tourism Organization (UNWTO) (2017), la gastronomía representa un rol importante dentro de las motivaciones para los viajes y el turismo, por lo que se resulta atractivo como estrategia de desarrollo el crear experiencias gastronómicas para el turismo, ya que invoca al turismo de alto rendimiento. Asu vez, la incorporación de experiencias gastronómicas puede contribuir al desarrollo del turismo sostenible aliviando la pobreza en las zonas rurales y periféricas de los destinos.

Debido a la importante relación entre la gastronomía y otras áreas de políticas (agricultura, producción de alimentos, marca país e industria cultural y creativa), es muy importante desarrollar un enfoque integrado y holístico para el desarrollo e implementación de políticas (World Tourism Organization, 2017).

2.2.7.1 Gastronomía Peruana

La gastronomía peruana es motivo de orgullo para todos los peruanos, al ser única en el mundo destacando por su diversidad, insumos y técnicas ancestrales reflejadas en los sabores, aromas y colores que podemos encontrar en todos y cada uno de sus platos. A través de nuestra gastronomía se puede conocer la historia del Perú desde sus culturas oriundas hasta las influencias

de culturas extranjeras, las cuales lograron la variedad de platos que encontramos hoy en día a lo largo de todo el territorio nacional.

De acuerdo con Guardia (2020) la cocina peruana tiene un gran impacto a nivel económico, social y cultural en el entorno nacional beneficiando tanto al sector público como privado. Sin embargo, estos beneficios no son percibidos de forma ecuánime por todos los miembros de la cadena de valor gastronómica peruana.

La cocina peruana tiene implicancias económicas, políticas, sociales y culturales, por lo que es necesario un análisis crítico y la toma de acciones con un enfoque integral tanto a nivel de procesos como disciplinas involucradas, partiendo desde la historia hasta el contexto actual y su dinamismo. A su vez, se puede hacer uso del sentido de identidad que la gastronomía peruana genera para promover la cultura y una mejor socialización.

De acuerdo con la UNWTO (2017):

La cocina peruana actual es el resultado de la interacción, a través de los siglos, de múltiples culturas (andina, amazónica, europea, asiática y africana) sobre un territorio megadiverso (84 de las 117 zonas de vida del planeta se encuentran en Perú), con 4.400 plantas nativas. Sólo en este contexto es posible entender y explicar su extraordinaria variedad y la profundidad de sus texturas y sabores.

Asimismo, la UNWTO (2017) señala que:

Perú se ha convertido en un destino gastronómico. Esto se ha debido a diferentes factores, entre los que destacan una estrategia de país que impulsó la diversificación de la oferta turística, la fusión del turismo y la gastronomía, fundamental para el éxito, y el factor clave de la formación de un capital humano capaz de hacer sostenible la gastronomía peruana.

En el Perú, creemos que la formación de capital humano para la gastronomía debe realizarse a través de un sistema educativo innovador que priorice las competencias, la investigación y considere las necesidades y demandas del mercado laboral y del sector turismo. Este es un reto permanente para el futuro, sin dejar de trabajar arduamente en la sostenibilidad de los bienes y productos tradicionales peruanos.

Si bien la participación del Estado y de las empresas fue clave en el fortalecimiento y posicionamiento de la gastronomía peruana a nivel internacional, el éxito también fue resultado de destacados profesionales de la gastronomía, quienes lograron comunicar sus conocimientos en espacios nacionales e internacionales.

De acuerdo con Valderrama (2009), nuestra comida ha sido generadora de encantos y celos. Su trascendencia internacional se incrementa año tras año siendo considerada en la actualidad por muchos referentes como la mejor cocina de Latinoamérica. Lo que, se puede ver reflejado en como destacaron los platos representativos de nuestro país en los festivales gastronómicos más importantes como Madrid Fusión y Colombia Provoca.

Probablemente, el aporte más significativo de la gastronomía peruana se refleje en el ámbito cultural, al contribuir a consolidar nuestra identidad, revalorar las comidas regionales e insumos autóctonos. Cabe resaltar la gran difusión que la comida regional ha llegado a conseguir en Lima y que más allá de distinciones sociales y regionales podemos visualizar el creciente orgullo por nuestra comida convirtiéndola en un actual tema de interés y lo podemos evidenciar en la motivación de los restaurantes y cocineros por usar insumos y técnicas de la cocina peruana.

Conforme a lo mencionado por los autores, se puede afirmar que la gastronomía peruana ha logrado un merecido posicionamiento gracias a su diversidad y propuestas innovadoras a cargo de profesionales que fortalecen la cadena de valor gastronómica del Perú. De igual manera, la

gastronomía peruana ha demostrado tener implicancias en diversos ámbitos que afectan a la sociedad, generando impactos relevantes como su contribución hacia el fortalecimiento de la identidad nacional.

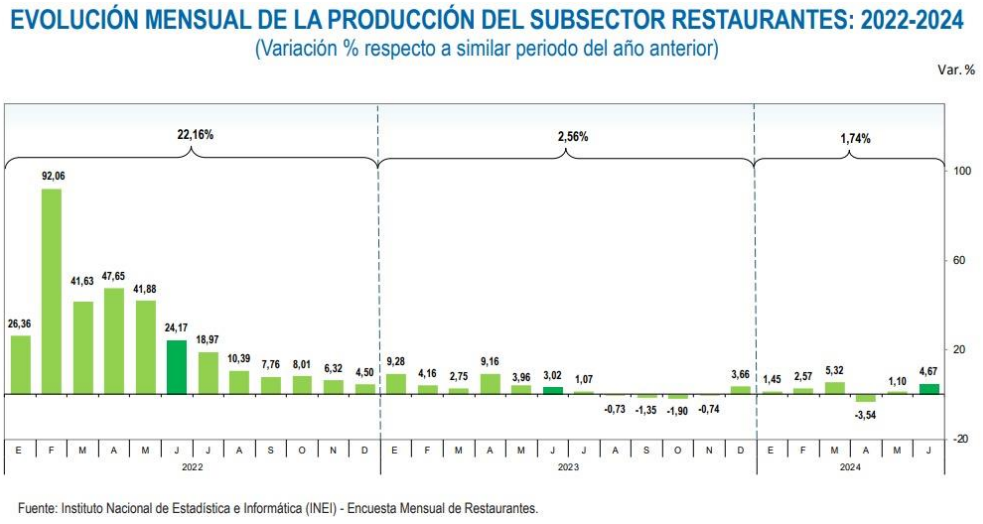
2.2.7.2 Importancia de la Gastronomía Peruana

Se puede evaluar la importancia del avance del sector gastronómico en el Perú por medio de los impactos socioeconómicos que genera y se reflejan a través de los siguientes indicadores:

De acuerdo con el INEI (2024) el subsector restaurantes perteneciente al sector de alojamiento y restaurantes registró un crecimiento del 4,67% respecto al año anterior en el mes de junio. Este resultado positivo se generó debido al incremento de las ventas por parte de los restaurantes y otros servicios de comidas y bebidas.

Figura 24

Evolución mensual de la producción del subsector restaurantes



Fuente: INEI (2024)

Cabe resaltar que el grupo de restaurantes perteneciente a este mismo subsector tuvo un buen desempeño durante este periodo debido al impulso de las ventas generado por el incremento de la actividad turística durante festividades y realización de ferias gastronómicas. Lo que se ve reflejado en el grafico al posicionar a los restaurantes turísticos como los que de mayor actividad registrada con un 21,82%.

Figura 25

Evolución mensual del grupo restaurantes



Fuente: INEI (2024)

De acuerdo con el INEI (2022) el sector de Hoteles y Restaurantes presentó una variación positiva del 27.9% en la población ocupada del 2020 al 2021, siendo la segunda actividad que registró mayor crecimiento, lo que refleja una rápida recuperación del sector frente a la pandemia

de la COVID-19 y su influencia en la reactivación económica por medio de la generación de empleo.

Figura 26

Población ocupada, 2008 - 2021

Perú: Población ocupada, según ramas de actividad, 2008 - 2021

(Miles de personas)

Ramas de actividad	2008	2009	2011	2013	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Variación 2021/2019		Variación 2021/2020	
												Absoluta (Miles)	(%)	Absoluta (Miles)	(%)
Total	**14 459,6**	**14 762,4**	**15 307,4**	**15 682,9**	**15 919,2**	**16 197,1**	**16 511,0**	**16 776,5**	**17 133,1**	**14 901,8**	**17 120,1**	**- 13,0**	**- 0,1**	**2 218,3**	**14,9**
Agricultura, Pesca y Minería	4 153,0	4 152,0	4 146,8	4 054,2	4 283,2	4 292,6	4 266,5	4 341,0	4 342,8	4 916,6	4 989,5	646,7	14,9	72,9	1,5
Manufactura	1 593,1	1 560,1	1 547,2	1 588,0	1 501,7	1 541,7	1 551,7	1 504,8	1 519,2	1 263,5	1 498,5	- 20,7	- 1,4	235,0	18,6
Construcción	665,4	737,2	866,7	975,7	1 043,6	997,3	957,1	1 003,1	1 055,1	937,6	1 244,6	189,5	18,0	307,0	32,7
Comercio	2 649,4	2 678,3	2 788,1	3 008,3	2 889,7	2 965,0	3 109,6	3 161,7	3 272,1	2 638,7	3 337,6	65,5	2,0	698,9	26,5
Transportes y Comunicaciones	1 153,9	1 156,7	1 226,6	1 205,7	1 314,6	1 361,7	1 413,2	1 418,1	1 438,4	1 148,1	1 367,0	- 71,4	- 5,0	218,9	19,1
Hoteles y Restaurantes	866,3	918,8	996,3	1 053,8	1 087,5	1 105,1	1 185,1	1 316,0	1 265,3	839,5	1 073,5	- 191,8	- 15,2	234,0	27,9
Otros servicios 1/	3 378,4	3 559,5	3 735,8	3 797,2	3 799,0	3 933,7	4 027,7	4 031,8	4 240,1	3 157,8	3 609,4	- 630,7	- 14,9	451,6	14,3

1/ Otros Servicios lo componen las ramas de actividad de Electricidad, Gas y Agua, Intermediación Financiera, Actividades de Servicios Sociales y de Salud, Otras activ. de Serv. Comunitarias, Sociales y Personales y Hogares privados con servicio doméstico.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares.

Fuente: INEI (2022)

Según INEI (2024) durante el primer trimestre del presente año 2024, se registraron 5380 empresas de servicios de comidas y bebidas conformadas como personas naturales, de las cuales conducidas por mujeres son el 62,6% y por varones el 37,4%.

Figura 27

Altas de empresas según actividad económica

PERÚ: ALTAS DE EMPRESAS CONFORMADAS COMO PERSONAS NATURALES, DISTRIBUIDAS POR SEXO DEL CONDUCTOR, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, I TRIMESTRE 2024

Actividad económica	Total		Sexo			
			Hombres		Mujeres	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Total	**43 364**	**100,0**	**20 416**	**47,1**	**22 948**	**52,9**
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	638	100,0	403	63,2	235	36,8
Explotación de minas y canteras	694	100,0	549	79,1	145	20,9
Industrias manufactureras	2 919	100,0	1 616	55,4	1 303	44,6
Construcción	423	100,0	317	74,9	106	25,1
Comercio y reparación de vehículos automotores y motocicletas	22 235	100,0	9 218	41,5	13 017	58,5
Comercio al por mayor	5 072	100,0	2 181	43,0	2 891	57,0
Comercio al por menor	15 814	100,0	6 117	38,7	9 697	61,3
Venta y reparación de vehículos	1 349	100,0	920	68,2	429	31,8
Transporte y almacenamiento	2 959	100,0	2 216	74,9	743	25,1
Actividades de alojamiento	372	100,0	184	49,5	188	50,5
Actividades de servicio de comidas y bebidas	5 380	100,0	2 013	37,4	3 367	62,6
Información y comunicaciones	221	100,0	153	69,2	68	30,8
Servicios prestados a empresas	2 087	100,0	1 166	55,9	921	44,1
Otros servicios	5 436	100,0	2 581	47,5	2 855	52,5
Salones de belleza	1 021	100,0	268	26,2	753	73,8
Actividades Inmobiliarias	248	100,0	120	48,4	128	51,6
Actividades de atención de la salud humana	348	100,0	113	32,5	235	67,5
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas	396	100,0	215	54,3	181	45,7
Otros servicios 1/	3 423	100,0	1 865	54,5	1 558	45,5

1/ Incluye Otras actividades de servicios, Enseñanza y Actividades financieras, entre otras.
Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Directorio Central de Empresas y Establecimientos.

Fuente: INEI (2024)

Según INEI (2024) se registró una variación porcentual positiva de 13.6% entre el primer trimestre del año 2023 y el 2024 en el alta de empresas de servicios de comidas y bebidas. Respecto a las bajas se registró un mínimo de 6 empresas de servicios de comidas y bebidas durante el primer trimestre del 2024.

Figura 28

Altas y bajas de sociedades anónimas, según actividad económica, 2023-2024

PERÚ: ALTAS Y BAJAS DE SOCIEDADES ANÓNIMAS, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2023-24

Actividad económica	Altas			Bajas		
	2023 I Trim.	2024 I Trim.	Var. % I Trim. 2024/23	2023 I Trim.	2024 I Trim.	Var. % I Trim. 2024/23
Total	**11 204**	**11 749**	**4,9**	**183**	**66**	**-63,9**
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	184	196	6,5	5	4	-20,0
Explotación de minas y canteras	75	127	69,3	4	2	-50,0
Industrias manufactureras	889	910	2,4	18	6	-66,7
Construcción	1 470	1 043	-29,0	15	5	-66,7
Comercio y reparación de vehículos automotores y motocicletas	3 301	3 637	10,2	58	9	-84,5
Comercio al por mayor	1 723	1 845	7,1	36	7	-80,6
Comercio al por menor	1 261	1 378	9,3	19	2	-89,5
Venta y reparación de vehículos	317	414	30,6	3	-	-100,0
Transporte y almacenamiento	670	804	20,0	8	2	-75,0
Actividades de alojamiento	68	80	17,6	2	-	-100,0
Actividades de servicio de comidas y bebidas	413	469	13,6	2	6	200,0
Información y comunicaciones	312	371	18,9	6	5	-16,7
Servicios prestados a empresas	2 244	2 319	3,3	33	13	-60,6
Otros servicios	1 578	1 793	13,6	32	14	-56,3
Salones de belleza	57	57	-	1	-	-100,0
Actividades Inmobiliarias	360	428	18,9	18	5	-72,2
Actividades de atención de la salud humana	288	323	12,2	4	2	-50,0
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas	177	273	54,2	1	2	100,0
Otras actividades de servicios [1/]	696	712	2,3	8	5	-37,5

[1/] Incluye Otras actividades de servicios, Enseñanza y Actividades financieras, entre otras.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Directorio Central de Empresas y Establecimientos.

Fuente: INEI (2024)

Como se pudo observar según los indicadores señalados la gastronomía peruana tiene un gran impacto a nivel socioeconómico que se ve reflejado a través de la creación de nuevas empresas en el rubro gastronómico como vienen a ser los restaurantes, restaurantes turísticos y, otros servicios de alimentos y bebidas. Lo que por consecuencia promueve la generación de empleo permitiendo mejorar el nivel de calidad de vida de las personas y el acceso a mayores oportunidades. A su vez, apoya la reactivación económica del sector turístico y dinamiza la cadena de valor gastronómica al enlazarse con otros sectores productivos y diversificando la oferta gastronómica actual.

Por otro lado, tenemos que el incremento de empresas del rubro gastronómico en cada una de las distintas regiones del país fomenta la preservación del patrimonio gastronómico que forma parte de la herencia cultural única de cada destino.

2.2.8 Turismo Gastronómico

a) Definición

El turismo gastronómico puede definirse como:

Según Cerezo (2020):

El turismo gastronómico viene a ser un producto turístico único, debido a que no depende de la estacionalidad del destino para su desarrollo, permitiendo la diversificación de la oferta y un mejor dinamismo de la actividad turística motivada por el conocimiento de la cultura enogastronómica del destino, lo que genera oportunidades de crecimiento a nivel económico y social en zonas productoras alimentarias (costeras y/o rurales).

De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo (2019):

> El turismo gastronómico es un tipo de actividad turística que se caracteriza por el hecho de que la experiencia del visitante cuando viaja está vinculada con la comida y con productos y actividades afines. Además de experiencias gastronómicas auténticas, tradicionales y/o innovadoras, el turismo gastronómico puede implicar también otras actividades afines tales como la visita a productores locales, la participación en festivales gastronómicos y la asistencia a clases de cocina. (p. 45)

Según Nistoreanu et al. (2018):

El turismo gastronómico es un componente importante y creciente del mercado turístico cultural. Esta forma única de turismo introduce a los turistas en un mundo de sabores y tradiciones

asociadas a la preparación, el servicio y el consumo de alimentos y bebidas. Como recurso cultural contemporáneo, la gastronomía cumple todos los requisitos convencionales de un componente del turismo cultural.

Según Gajié (2015):

El turismo gastronómico es un tipo de turismo que comprende actividades de un individuo, cuyo motivo principal está vinculado a la cultura de la gastronomía y a la degustación de especialidades locales tradicionales (comida y bebida), específicas de una determinada región o país.

Según Lee et al. (2015):

El turismo gastronómico es un viaje en las regiones ricas en recursos gastronómicos, genera experiencias recreativas o tienen fines de entretenimiento, que incluyen: visitas a los productores primarios o secundarios de productos gastronómicos, festivales gastronómicos, ferias, eventos, demostraciones de cocina, degustaciones de alimentos o cualquier actividad relacionada con los alimentos.

Según Gheorghe et al. (2014):

El turismo gastronómico es un fenómeno emergente que se está desarrollando como un nuevo producto turístico debido a que un tercio del presupuesto del viaje se destina al consumo de alimentos. Por ello, la gastronomía local es un factor importante en términos de calidad de las vacaciones.

De acuerdo a la revisión bibliográfica realizada, podemos afirmar que el turismo gastronómico es un tipo de turismo contemporáneo que diversifica y complementa la actividad turística; con una demanda creciente que se desplaza motivada por el conocimiento de la gastronomía y la interacción con el patrimonio gastronómico de un determinado destino a través

de una oferta variada de productos y servicios turísticos gastronómicos. Como efecto genera un realce de la cadena de valor gastronómica que promueve un turismo sostenible con beneficios para las comunidades y localidades asegurando la preservación junto con la difusión de sus tradiciones, saberes y técnicas culinarias.

b) Elementos

Según Ellis et al. (2018) la literatura de turismo gastronómico está dominada por cinco temas: motivación, cultura, autenticidad, gestión y marketing, y orientación al destino.

Motivación

La motivación es un elemento fundamental en el diseño y desarrollo del turismo gastronómico. Teniendo en cuenta las motivaciones tanto intrínsecas, al pensar en vivir una experiencia agradable y memorable que proporcione un significado, como extrínsecas, al viajar a un determinado destino con el fin de aprender sobre su cocina, desarrollar habilidades y adquirir conocimientos.

La motivación supone una multiplicidad de deseos y anhelos, buscando satisfacer desde necesidades de seguridad, culturales y sociales hasta la autorrealización, generada por una motivación de pertenencia y necesidad personal.

- Cultura

El comportamiento, conocimiento y costumbres de un destino se mezclan generando un sentido de lugar e identidad. Asu vez, la comida representa su idioma, origen e historia al actuar como símbolo de la cultura del destino. Toda oferta de turismo gastronómico debe tomar en cuenta las características culturales del territorio, ya que mediante la gastronomía el turista puede conocer el patrimonio cultural e histórico de los destinos a través de la degustación, la vivencia y la compra.

- Autenticidad

La autenticidad es un elemento importante del turismo gastronómico, ya que la autenticidad y la comida se encuentran ligadas a los aspectos culturales e históricos del destino. La cual el turista gastronómico ve reflejada en la procedencia y el patrimonio de la producción de alimentos en el destino.

El turismo gastronómico y la autenticidad también se vinculan con el capital sociocultural y el acopio de conocimientos asociados con la comida y las vacaciones por medio de habilidades, inmersión o medios de exhibición. Asu vez, estas experiencias coleccionables se vuelven fuentes ricas de capital sociocultural y una vía importante para diferenciarnos.

- Gestión y Marketing

El marketing del turismo gastronómico brinda una imagen y un sentido de lugar para una comunidad. El turismo gastronómico permite unir a las comunidades y las partes interesadas generando un sentido de lugar, un propósito y una visión desde el punto de producción hasta el turista.

Al ser el turismo gastronómico un catalizador para la participación de la comunidad cuenta con un capital político que impulse el desarrollo rural y regional. Ciertos platos cuentan con atractivo icónico, debido a la herencia y la asociación con el lugar, por lo que la comida tiene una posición de destino y un atractivo para el marketing.

- Orientación al destino

La cultura y el patrimonio del destino influyen directamente en el desarrollo del turismo gastronómico y en la imagen y orientación del destino al ser el destino el foco en el que gira el turismo a través de productos y experiencias. La orientación brinda la historia y la cultura del

destino, por lo que la comida de un destino al verse involucrada en el turismo también crea imagen y posición.

Figura 29

Elementos del Turismo Gastronómico



Fuente: Elaboración propia

2.2.8.1 Tendencias del Turismo Gastronómico

De acuerdo con GlobalData (2018) se han podido identificar cuatro tendencias que marcarán el futuro del turismo gastronómico:

- Tours gastronómicos conducidos por locales

Una de las formas más comunes para que los turistas aprenden más sobre la comida y la cultura del destino son los tours gastronómicos, por lo general organizados por residentes locales. Los tours tienden a centrarse en la comida, sin embargo, también pueden incluir la degustación de bebidas alcohólicas, donde los turistas pueden combinar la degustación de alimentos y bebidas en

base a sus preferencias. Los tours gastronómicos van desde la degustación de platillos únicos de un destino, visita de granjas y fábricas donde los turistas pueden ser parte de la producción y el procesamiento de productos.

Los tours gastronómicos y enológicos presentan una creciente demanda a nivel mundial. Si bien la mayoría de estos recorridos se caracterizan por durar poco tiempo, los actores involucrados están creando nuevas ofertas para cumplir con las expectativas de los turistas que viajan principalmente con fines culinarios. Lo que se ve reflejado en el aumento de tours gastronómicos y de bebidas que duran desde un día hasta una semana.

- Cocina casera y comida compartida

Si bien los restaurantes locales y tours gastronómicos permiten a los turistas conocer la gastronomía de una región, no se puede comparar con la experiencia de cenar en la casa de un local e interactuar como una familia mientras se cocina y come juntos alrededor de una mesa, siendo testigos directos de las tradiciones que rodean la cultura gastronómica del destino. Lo que, sumado a la creciente búsqueda de experiencias únicas, ha generado una tendencia por parte de los turistas a unirse a residentes locales para compartir comidas caseras y conocerse entre sí.

- Mercados y comida callejera

Probar la comida callejera y visitar los mercados son parte de viajar y explorar la cultura local. La cultura de la comida callejera ha experimentado una transformación sustancial y se encuentra en constante crecimiento, si bien atrayendo principalmente a un público joven a medida que aumenta la sofisticación de la comida que se ofrece en los mercados, también se vuelve más atractiva para un público de mayor edad.

En la última década, la popularidad de los mercados se ha incrementado y muchos se han convertido en atracciones de visita obligada. Esto, debido generalmente a que los turistas pueden descubrir diferentes detalles de la historia social, como su folclore y la cultura pop a través de los mercados.

La clave del gran éxito de los mercados como atracción turística es la diversidad de productos y la oportunidad que se le ofrece al turista de probar la comida local mientras se interactúa con los residentes locales en un entorno dinámico.

- Clases de cocina

Las clases de cocina son otra tendencia que se viene incrementando dentro del turismo gastronómico. Mientras que el producto final, un plato en un restaurante, permite a los turistas degustar la cocina local; el observar y participar en la preparación de la comida les permite apreciar y comprender la gastronomía del destino de una manera más completa. Las clases de cocina se consideran como una manera entretenida de conocer e interactuar con personas nuevas, tanto locales como turistas por lo que son cada vez más demandadas por millennials, familias con niños y turistas que viajan solos.

Al ser parte del proceso de preparación de una comida, los turistas tienen la oportunidad de descubrir las influencias que han dado forma a una cocina, como en el caso de la influencia de los inmigrantes chinos en la gastronomía peruana.

Figura 30

Tendencias del Turismo Gastronómico



Fuente: Elaboración propia

2.2.8.2 Turismo Gastronómico en el mundo

El turismo gastronómico se ha desarrollado a nivel global y su importancia ha sido reconocida por muchos destinos en base a las oportunidades para la diversificación de la actividad turística y promover el desarrollo de la economía local. Esto se evidencia en los casos de estudio presentado en el Second Global Report on Gastronomy Tourism elaborado por la World Tourism Organization (2017) dentro de ellos destacamos los casos siguientes:

- Francia

En 2010, la UNESCO incluyó la "Comida gastronómica de los franceses" en la Lista del Patrimonio Mundial. Con motivo de este reconocimiento el gobierno francés se comprometió a crear una "Ciudad Internacional de la Gastronomía", esta iniciativa pretendía promover la Gastronomía francesa y reunir a sus protagonistas. Eligiéndose por medio de un concurso a la

ciudad de Dijon, capital de la región de Borgoña, conocida internacionalmente por sus viñedos especializándose en cadenas de valor en torno a la enología, posterior a ello se decidió continuar con los proyectos de París-Rungis, Tours y Lyon con la finalidad de crear una red nacional de Ciudades de la Gastronomía que brinde a un turista nacional o internacional la oportunidad de planificar su Tour de Francia en las Ciudades de la Gastronomía y explorar a fondo las individualidades culinarias de las distintas regiones.

Por otro lado, es importante resaltar el incremento de investigaciones académicas en Francia en base a la creciente importancia del turismo gastronómico, su gestión y planteamiento de políticas considerando que, a través de la comida, las culturas locales interactúan con el consumo global y se abren a la coproducción de diversas experiencias turísticas. La calidad figura como una de las mayores temáticas tratadas en investigaciones al estar directamente vinculada a la identidad, innovación y creatividad ya que las estrategias de marca se refieren cada vez más a las preferencias gustativas locales como vector crucial de inmersión en las experiencias turísticas.

- España

En España, el turismo gastronómico se ha consolidado como un eje estratégico de innovación y diferenciación, integrando experiencias culinarias con segmentos como el turismo cultural, industrial y de eventos. Esta hibridación ha permitido diversificar la oferta mediante rutas temáticas, como la del queso Idiazabal, que articulan producción local, identidad cultural y vivencias sensoriales. Paralelamente, la alta cocina ha alcanzado prestigio internacional gracias a sus restaurantes con estrellas Michelin. Según la Secretaría de Estado de Turismo, cerca de 6 millones de visitantes viajan motivados por la gastronomía, lo que resalta su impacto en la competitividad de los destinos. Estudios recientes señalan que la figura del chef, la innovación, la atención al cliente y el valor cultural son determinantes en la fidelización y rentabilidad del sector.

En este contexto, iniciativas como el Día Mundial de la Tapa (DMT), impulsado por Turespaña en 2015, han contribuido a posicionar la tapa como símbolo gastronómico global. La campaña alcanzó a más de 35 millones de personas en 2016, con la participación de 29 países y el respaldo de una estrategia digital, institucional y de marca unificada, fortaleciendo así la imagen de España como destino culinario.

El país también promueve un enfoque territorial y sostenible del turismo gastronómico, a través de redes colaborativas y políticas públicas. Destacan los colectivos de cocina en Cataluña y la Comunidad Valenciana, donde se integran tradición, paisaje y alta cocina con políticas de innovación y gobernanza. A nivel urbano, Madrid ha desarrollado el Gastrofestival, un evento que une gastronomía, arte y cultura, contribuyendo a la dinamización económica. Estas experiencias reflejan un modelo integral donde la valorización del producto local, la sostenibilidad y la cooperación intersectorial fortalecen la competitividad turística.

- México

En México, la cocina tradicional ha sido reconocida como una manifestación cultural viva, declarada Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO en 2010. Este reconocimiento motivó la creación de la Política Nacional de Fomento a la Gastronomía (2015), orientada a preservar el patrimonio culinario y generar oportunidades a través del turismo. Así, el turismo gastronómico se posiciona como una estrategia para valorar las cocinas regionales, fortalecer la cadena de valor y proyectar al país como destino culinario global, aunque enfrenta desafíos como la equidad en los beneficios, la protección de la biodiversidad y la autenticidad cultural.

Un caso emblemático es Guanajuato, pionero en el desarrollo del turismo gastronómico mediante una política estructurada basada en la investigación de su patrimonio alimentario. Desde

2013, ha impulsado rutas gastronómicas, formación especializada y rescate de oficios tradicionales, logrando reconocimiento internacional y articulando patrimonio, sostenibilidad y desarrollo económico local. A esto se suma el auge del enoturismo, con regiones como Baja California, Querétaro y Coahuila que ofrecen experiencias integradas con gastronomía y cultura vitivinícola, posicionando al vino como eje de diversificación y sofisticación del turismo.

En el ámbito académico, desde el año 2000 se han ampliado significativamente las capacidades formativas en gastronomía, sector que hoy aporta cerca del 2 % del PIB nacional y el 13 % del PIB turístico. No obstante, persisten desafíos en el acceso equitativo, la escasa oferta de posgrados y la limitada integración de enfoques socioculturales. Frente a ello, se plantea la necesidad de fortalecer una política educativa que integre la gastronomía como eje estratégico del desarrollo territorial, cultural y económico.

- Argentina

Los vinos de Argentina han desempeñado un papel muy importante en la promoción del turismo enogastronómico en el país. Promovido por su cámara de comercio e industria, junto con el apoyo de los Ministerios de Turismo local y nacional, se ha establecido un modelo estratégico y se han involucrado en la construcción de una marca sólida para el vino argentino y el turismo enogastronómico, que rinde homenaje a su patrimonio cultural.

Como caso de estudio se presenta a la ciudad de Mendoza, considerada como una capital internacional del turismo enogastronómico, al ser el vino una parte integrante de la identidad cultural local de Mendoza, en donde los mendocinos han encontrado un renovado orgullo en su viticultura local, que celebran con catas y ferias del vino. Cabe mencionar que, de acuerdo a datos del Ministerio de Turismo, las actividades de turismo gastronómico recibieron la mejor valoración de los visitantes de la región.

Ofreciendo actualmente una amplia variedad de servicios desde mezclas, vendimias, maridajes, cocina, así como experiencias sensoriales, verticales, de suelo y altitud. Estas actividades se suelen complementar con actividades al aire libre, desde senderismo o ciclismo hasta paseos a caballo. Además de la excelente materia prima de la historia cultural y la innovación en la creación de actividades, las tareas de organización y entendimiento entre los sectores público y privado han permitido al destino establecer excelentes criterios para la promoción del turismo gastronómico.

De igual manera, se desarrollan programas e iniciativas en torno al vino y sus experiencias tales como «Los Caminos del Vino», cuyo objetivo principal era la promoción de los productos regionales trazando rutas del vino por toda Argentina.

- Colombia

Colombia ha desarrollado políticas para la diversificación de su economía, involucrando al turismo gastronómico. Destaca el caso de Bogotá, que posee una de las cocinas más diversas del país y una de las más representativas de Latinoamérica, mediante el desarrollo de proyectos pretende contribuir a la materialización de estas políticas a nivel local. En primer lugar, está la iniciativa de 15 clusters, dentro de ellos, el Cluster Gastronómico que pretende mejorar y diversificar la oferta del sector mediante el diseño y la puesta en marcha de un producto turístico gastronómico basado en el conocimiento de los productos agrícolas, la preparación tradicional de los alimentos y los mercados campesinos existentes.

En segundo lugar, se presenta la iniciativa “Cesta Ancestral”, la cual quiere rendir homenaje a los productos, a los agricultores y a los pescadores en una propuesta que busca mostrar la cultura, forma de vida y técnicas culinarias a través de personas que ofrecen una experiencia sensorial llena de textura, sabor y colores. Esta iniciativa contó con una segunda etapa denominada

«Juntos más fuertes» que busca integrar a cocineras tradicionales y chefs profesionales. Todo producto dentro de esta iniciativa, cuenta con una ficha técnica en la que se describirá detalladamente su origen, principal productor, historia, características únicas y una receta tradicional derivada del producto o la forma de utilizarlo.

Otra iniciativa a destacar, es la creación de un sistema de información denominado SIARBOG que recoge y analiza datos, no sólo aspectos descriptivos de la cadena de valor, sino también aspectos que permiten estudiar los factores de competitividad y sostenibilidad que ayudan a medir tanto la gestión del turismo gastronómico como su impacto en Bogotá. Este sistema mejora la disponibilidad de información sobre el sector y tanto el diseño de productos como la toma de decisiones.

A su vez, se elaboró un proyecto de diseño del producto turístico gastronómico para la ciudad y la región. El proyecto se diseñó en dos etapas, la primera etapa se centró en la definición del estado del arte de la gastronomía en la ciudad y la región, que consistió en la identificación de la cadena de valor del sector, la demanda local e internacional de turismo gastronómico y un análisis de las tendencias mundiales de este tipo de turismo; y la segunda etapa se centró en el desarrollo de productos alimentarios para ofrecer a visitantes y turistas mediante la creación de rutas gastronómicas y la integración de su cadena de valor, la estructuración de una campaña promocional y un plan de medios o, en términos gastronómicos, la preparación de la receta para mostrarla al mundo.

Se puede evidenciar que el turismo gastronómico es una de las inversiones que Bogotá ha hecho en el sector turístico que demuestra que los beneficios del turismo pueden dispersarse por toda la sociedad y contribuir así al desarrollo sostenible.

- Perú

En Perú, el turismo gastronómico ha encontrado en la investigación académica un eje fundamental para su desarrollo y posicionamiento internacional. Aunque la riqueza culinaria peruana era valorada localmente, fue recién en la década de 1990 cuando comenzaron esfuerzos sistemáticos por parte de instituciones como la Universidad de San Martín de Porres (USMP), que promovió un enfoque interdisciplinario entre cocina, identidad y turismo. Con más de un centenar de investigaciones, 94 libros publicados y una biblioteca gastronómica especializada, la USMP ha contribuido a preservar y visibilizar expresiones como las picanterías y chicherías, hoy reconocidas como Patrimonio Cultural de la Nación.

Este avance ha sido posible gracias a una articulación estratégica entre el Estado, el sector privado y la sociedad civil, consolidando al Perú como un referente internacional en turismo gastronómico. La estrategia nacional integró la valorización de la cocina con la diversificación de la oferta turística, acompañada por el desarrollo de capacidades a través de CENFOTUR, que ofrece formación con enfoque en sostenibilidad, innovación y cultura. Este modelo ha fortalecido las economías locales, revalorizado las cocinas regionales y proyectado internacionalmente al país, con el liderazgo de chefs, empresarios y políticas públicas que han convertido a la gastronomía peruana en motor de desarrollo sostenible.

A partir de los casos presentados, se puede evidenciar avances del turismo gastronómico a nivel internacional en diversos ámbitos, como el planteamiento de políticas orientadas al desarrollo del turismo gastronómico, aplicación de iniciativas, proyectos y estrategias reflejadas en productos, experiencias, festividades, eventos y marcas gastronómicas que ponen en valor los recursos de cada destino y promueven su difusión apoyada de herramientas de innovación y sistemas de calidad.

2.2.8.3 Gestión del Turismo Gastronómico

La importancia del turismo gastronómico y su desarrollo se puede reflejar en los esfuerzos que realizan los destinos y organismos rectores del turismo para elaborar instrumentos y herramientas de gestión que permitan un adecuado desarrollo de la actividad y, de esta manera, aprovechar las oportunidades que el turismo gastronómico puede brindar.

La Organización Mundial del Turismo y la Basque Culinary Center (2019) a través de la "Guía para el desarrollo del turismo gastronómico" señalan las pautas y recomendaciones para el desarrollo del turismo gastronómico por parte de los entes gestores gubernamentales de cada nación y sus destinos.

Para que un destino se vuelva competitivo en el mercado turístico es necesario contar con una planificación estratégica que aproveche las fortalezas y los elementos diferenciadores para crear experiencias de valor únicas e innovadoras para el turista. Cuando un destino destaca por su vocación gastronómica en el ámbito turístico se vuelve necesario la implementación de un Plan Estratégico de Turismo Gastronómico y políticas que prioricen su desarrollo.

a) Plan Estratégico de Turismo Gastronómico

Es un instrumento de gestión que establece las bases y líneas de actuación para posicionar al destino como destino gastronómico a través de un análisis que reconozca la situación actual y realización de un diagnóstico que permita identificar las necesidades y oportunidades del turismo gastronómico en el destino. Este plan debe desarrollar estrategias en base al turismo gastronómico alineadas a la política general turística y de manera coordinada con los actores involucrados en la actividad para un determinado periodo de tiempo.

Respecto a la metodología utilizada para la elaboración de un Plan Estratégico de Turismo Gastronómico se seguirá una estructura clásica que promueva la participación de los agentes vinculados a la actividad, y se dividirá en las siguientes fases:

- Fase previa: Lanzamiento del proyecto

Se conforma al equipo técnico, se establece la extensión, metodología y metas del proyecto y se elabora el cronograma de actividades.

- Fase I: Análisis y diagnóstico de la situación actual

En esta fase se realiza un reconocimiento del destino y el contexto de la actividad turística relacionada con la materia gastronómica a través de un análisis tanto interno como externo que permita identificar sus necesidades, capacidades, así como diversos factores positivos y negativos que afecten el desarrollo del turismo gastronómico en el destino.

- Fase II: Formulación estratégica del Plan

En esta fase se establecen los pasos a seguir para el cumplimiento de objetivos previamente definidos en consenso con todos los actores involucrados. Durante esta fase se determina la misión, visión, valores, el modelo turístico gastronómico deseado, retos objetivos estratégicos y estrategias competitivas concluyendo con el brindado de las recomendaciones para la gestión estratégica del turismo gastronómico en el destino.

- Fase III: Planificación operativa

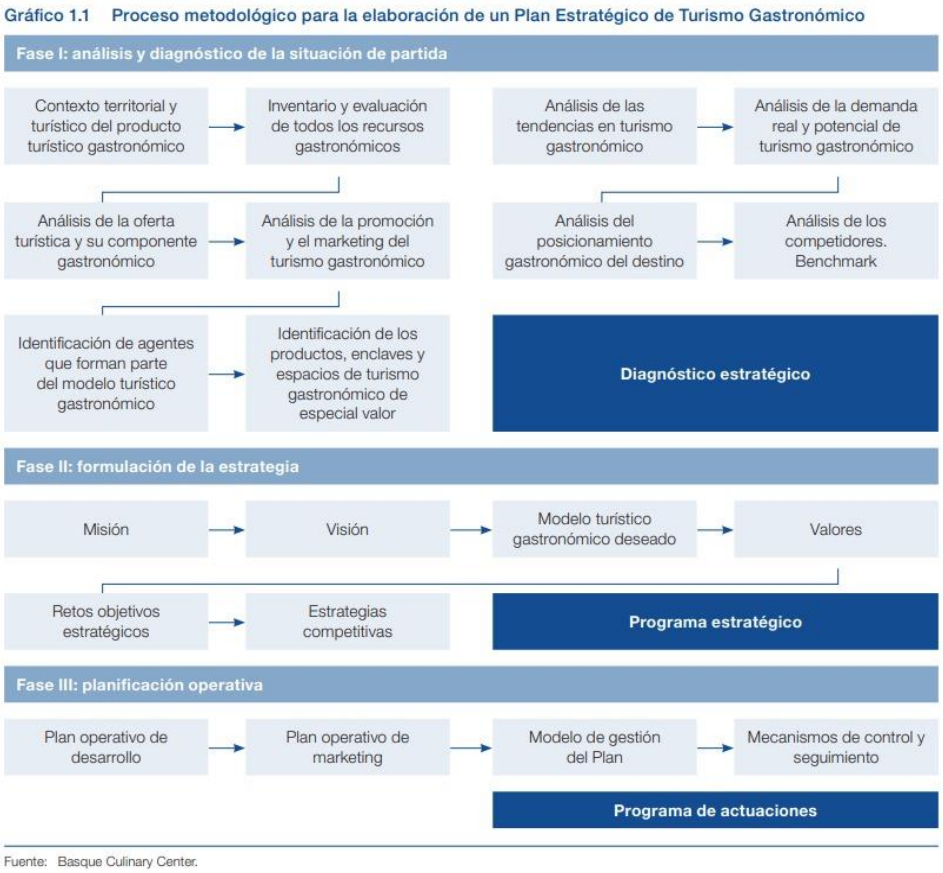
En esta fase se elaboran los programas de actuación para el desarrollo del turismo gastronómico en el destino. Se considerará la propuesta de un Plan Operativo de Desarrollo y un Plan Operativo de Marketing, fijar un modelo de gestión del Plan, y establecer mecanismos de control y seguimiento.

- Fase IV: Etapa de comunicación y difusión del Plan.

En esta fase se hace de conocimiento público el Plan Estratégico de Turismo Gastronómico a los actores involucrados, población local y medios de comunicación.

Figura 31

Fases del Plan Estratégico de Turismo Gastronómico



Fuente: Organización Mundial del Turismo y Basque Culinary Center (2019)

La presente investigación toma por consideración a la oferta y la demanda del turismo gastronómico como dimensiones de la variable turismo gastronómico al ser los elementos que conforman el mercado turístico. El cual se analiza en la fase de diagnóstico de la situación inicial del Plan Estratégico de Turismo Gastronómico según la Organización Mundial del Turismo y Basque Culinary (2019).

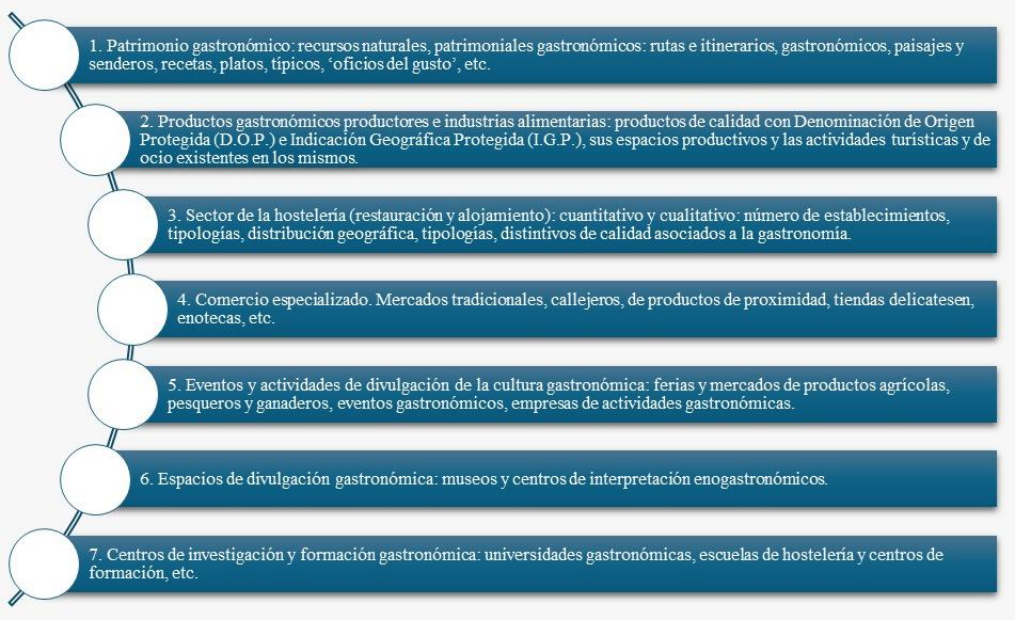
b) La cadena de valor del turismo gastronómico

Una cadena de valor integra a todos los partícipes de la actividad del turismo gastronómico de manera completa y ordenada permitiendo una mejor comprensión de los procesos que derivan de esta actividad, para así definir los lineamientos a elaborar teniendo a la sostenibilidad como pilar estratégico y que se refleje en el futuro en la consolidación de productos y destinos gastronómicos líderes.

Un aspecto importante para llevar a cabo una adecuada gestión del turismo gastronómico es reconocer, registrar y analizar el potencial y nivel de desarrollo de cada uno de los elementos presentes en la cadena de valor del turismo gastronómico, los cuales se señalan a continuación:

Figura 32

Cadena de valor del turismo gastronómico



Fuente: Elaboración propia

c) Análisis de tendencias del turismo gastronómico

Los entes gestores de los destinos tienen la responsabilidad de contar con un sistema de análisis de comportamiento del mercado que muestre e interprete sus tendencias para optimizar los procesos de planificación y gestión del turismo gastronómico. En ese sentido, es necesario

hacer una revisión de fuentes de información secundaria en los distintos ámbitos de actuación (internacional, nacional, regional y local), así como la obtención de información a través de fuentes innovadoras (big data, redes sociales, etc.).

Figura 33

Fuentes de información secundaria



Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, la obtención de datos de primera fuente en el destino también se hace necesaria (encuestas, focus groups, perfiles, investigaciones científicas, análisis de comportamiento, etc.) para la elaboración de mejores estrategias de desarrollo del turismo gastronómico.

Figura 34

Fuentes de información secundaria



Fuente: Elaboración propia

d) Análisis comparativo y de competidores del destino

Es importante incluir dentro de la estrategia de turismo gastronómico en el destino su análisis comparativo con otros que tengan una cercanía geográfica, y ofrezcan productos turísticos semejantes o de gran valor para el turismo gastronómico. Por medio de este análisis se puede identificar el nivel de posicionamiento actual y el esperado, respecto al turismo gastronómico en el destino. Los criterios de selección que se recomiendan para este análisis son los siguientes:

Figura 35

Criterios de selección para el análisis comparativo y de competidores del destino



Fuente: Elaboración propia.

Así mismo, se recomienda analizar el posicionamiento del turismo gastronómico en el destino desde diversas dimensiones o perspectivas dentro de las cuales resaltan: la Matriz de Gartner, la Matriz de Boston Consulting Group y la Matriz de McKinsey.

e) Análisis cuantitativo y cualitativo del turista gastronómico

Conocer y comprender el comportamiento del turista gastronómico actual y potencial es un aspecto primordial para la elaboración de estrategias de turismo gastronómico en el destino. A su vez, la determinación de perfiles y el análisis del impacto que genera el turista gastronómico se debe dar de manera continua ya que el mercado cambia sus necesidades y preferencias constantemente.

Para el análisis del turismo gastronómico en el destino es necesario considerar las siguientes acciones:

Figura 36

Acciones para analizar la demanda del turismo gastronómico



Fuente: Elaboración propia

La segmentación de los turistas gastronómicos se puede realizar en base a distintas variables (demográficas, socioeconómicas, psicográficas, conductuales y motivacionales). Con la determinación de estos segmentos se procederá a diseñar los futuros productos turísticos gastronómicos y seleccionar sus principales grupos objetivo.

Para el entendimiento del accionar del turista gastronómico se recomienda el uso de herramientas como el customer journey, buyer persona y mapas de empatía, big data y neuro-marketing, economía del comportamiento, la psicología y la neurociencia.

Figura 37

Aspectos para segmentar y determinar grupos objetivo de turistas gastronómicos



Fuente: Elaboración propia

f) Análisis de la imagen y posicionamiento gastronómico del destino

Es fundamental realizar un análisis previo de la imagen del destino que permita conocer las características y preferencias de viaje de los clientes potenciales, así como el rol que cumple la gastronomía en sus viajes para elaborar las futuras estrategias de turismo gastronómico para el destino.

Para contar con un análisis completo de la imagen del destino de turismo gastronómico se debe utilizar la metodología que contenga los siguientes tres análisis:

Figura 38

Metodología de análisis de la imagen del destino de turismo gastronómico



Fuente: Elaboración propia

Para el análisis de los mercados emisores tanto nacionales como internacionales es importante considerar criterios como conectividad, número de turistas, etc. Estos criterios apoyados de un análisis cualitativo ayudarán a evaluar los mercados prioritarios y su nivel de importancia para el destino. Así mismo el seguimiento a fuentes de información especializada en turismo y gastronomía permitirá detectar los mercados más atractivos a quienes dirigir las estrategias de turismo gastronómico, visibles en el diagnóstico de la imagen del destino.

Figura 39

Criterios para la selección de mercados emisores



Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, el análisis del *customer journey* del turista gastronómico nos permite conocer la percepción del cliente durante todas las diferentes etapas de su experiencia de turismo gastronómico, esto apoyado de estudios en el contexto digital y a nivel cualitativo de aspectos influyentes en mercados potenciales, en el proceso de comercialización, el brindado de la experiencia y la reputación ganada.

Por último, el análisis del marketing del destino de turismo gastronómico evaluará el trabajo realizado por las entidades públicas y privadas relevantes en el sector respecto a la promoción del destino, medios de difusión utilizados y el contenido de las estrategias promocionales desarrolladas.

Figura 40

Aspectos a evaluar del marketing de turismo gastronómico en el destino



Fuente: Elaboración propio

g) Definiendo la estrategia competitiva del destino

La estrategia del turismo gastronómico en el destino se elaborará en base a los cuatro pilares que se muestran a continuación:

Figura 41

Pilares para definir la estrategia de turismo gastronómico del destino



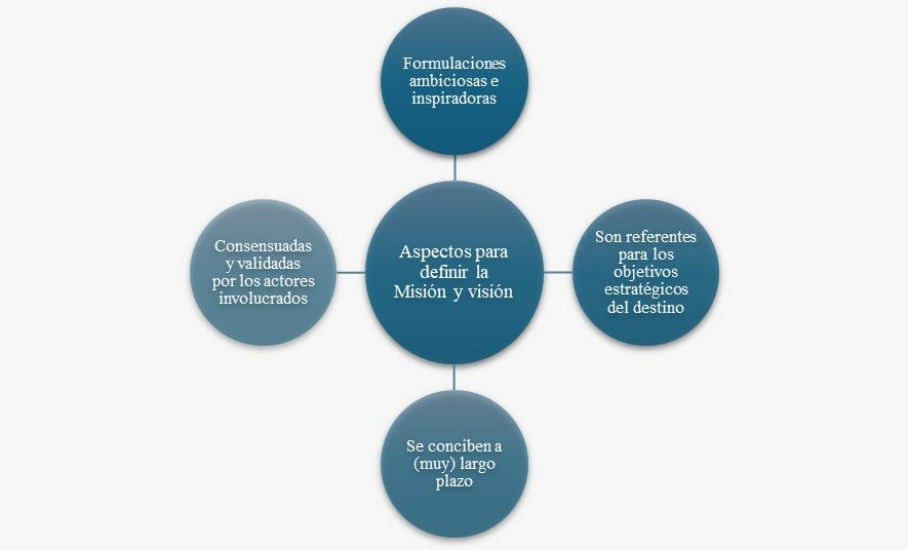
Fuente: Elaboración propia

Con la estrategia de desarrollo turístico se planteará el modelo de desarrollo para que el turismo gastronómico en el destino se posicione e interrelacione con diversos sectores

promoviendo un dinamismo en las actividades y la generación de impactos positivos a nivel económico, social y ambiental. Parte fundamental de esta estrategia se encuentra en definir correctamente la misión y la visión, para lo cual se debe considerar los siguientes aspectos:

Figura 42

Aspectos a considerar para definir la misión y visión



Fuente: Elaboración propia

Con la estrategia territorial se busca delimitar el ámbito de aplicación del plan de desarrollo del turismo gastronómico mediante el reconocimiento de sus recursos y áreas turísticas; y la conectividad entre ellos tanto a nivel físico como conceptual. Así mismo se debe realizar un reconocimiento de la realidad territorial del destino para estructurar estrategias enfocadas en el turismo gastronómico que se adecuen de forma orgánica y sostenible considerando sus impactos en la comunidad local.

Con la estrategia competitiva se seleccionará la alternativa que pueda brindar la máxima ventaja competitiva para el desarrollo del turismo gastronómico en el destino considerando su visión a largo plazo. Dentro de las alternativas a considerar se encuentran las siguientes:

Figura 43

Alternativas de estrategia competitiva para el desarrollo del turismo gastronómico



Fuente: Elaboración propia.

Dentro de las estrategias básicas a considerar se encuentran:

Figura 44

Estrategias básicas para el turismo gastronómico



Fuente: Elaboración propia

La estrategia de producto permite establecer la cartera de productos turísticos gastronómicos del destino, la metodología recomendada a utilizar es la matriz potencial/atractividad.

La estrategia de mercados y públicos objetivos permitirá seleccionar los públicos objetivo a quienes dirigir los productos turísticos gastronómicos y sus actividades, por lo que se tendrán que identificar los grupos de interés, mercados prioritarios y públicos objetivos.

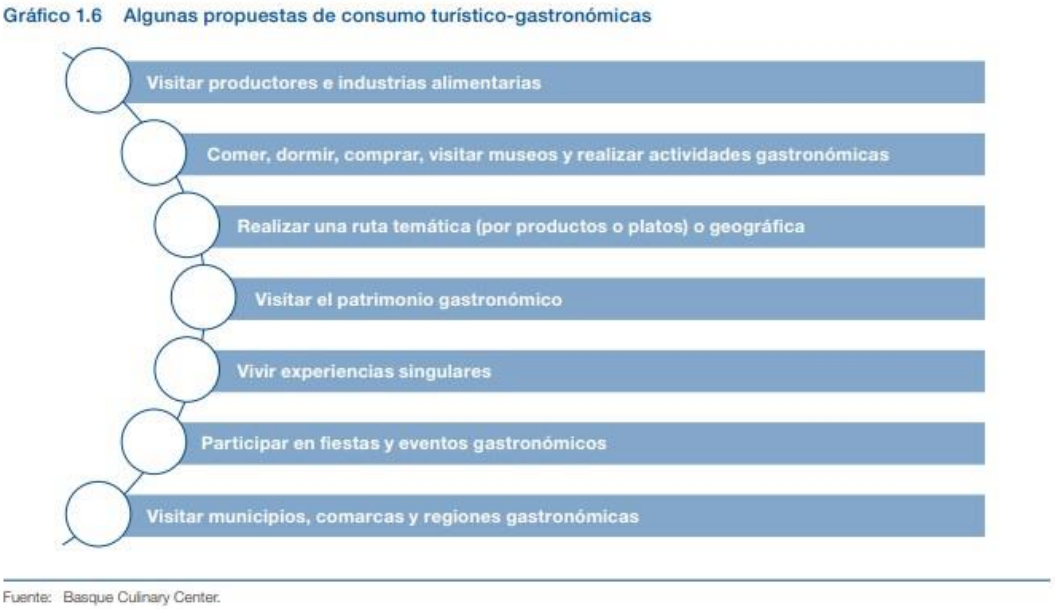
La estrategia de posicionamiento se encarga de definir la imagen del destino de turismo gastronómico que se quiere captar por parte de los grupos de interés y públicos objetivos establecidos. Este posicionamiento se visualizará en una propuesta de valor única*, unique selling proposition* (USP) a través de una frase que resuma de manera integral todos los valores que hagan referencia al posicionamiento gastronómico del destino.

h) Impulsando el desarrollo del producto y la innovación

Por medio de la estrategia de producto se reconocerán los diferentes tipos de productos de turismo gastronómico potenciales en el destino. El diseño de estos productos se adaptará de acuerdo a los recursos gastronómicos presentes a lo largo de todas las zonas que comprenden el territorio y a las necesidades de la demanda, así mismo, es importante tomar en cuenta el desarrollo de experiencias y emociones que la oferta a través de los productos turísticos gastronómicos puede generar en el visitante.

Figura 45

Ejemplos de actividades de turismo gastronómico



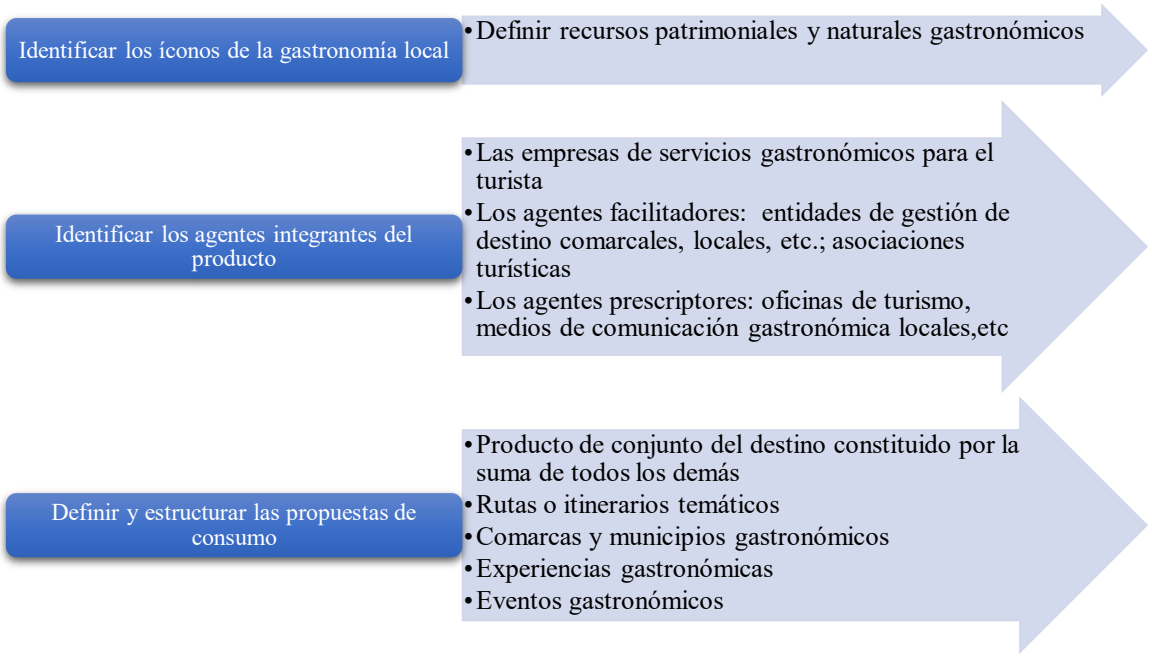
Fuente: Organización Mundial del Turismo y Basque Culinary Center (2019)

La estrategia de producto, desarrollada por el ente gestor del destino, estará alineada principalmente a la elaboración de productos que generen mayor satisfacción de las necesidades de la demanda, la cual estará identificada a través de segmentos de mercado y públicos objetivo. Finalmente, esta estrategia se plasmará en una Matriz de Potencial – Interés que analice la relevancia e implicancias de cada producto turístico gastronómico.

Dentro de las principales funciones por parte del ente gestor del destino al momento de diseñar y establecer los productos turísticos gastronómicos se encuentran:

Figura 46

Principales labores del ente gestor para el diseño de productos turísticos gastronómicos

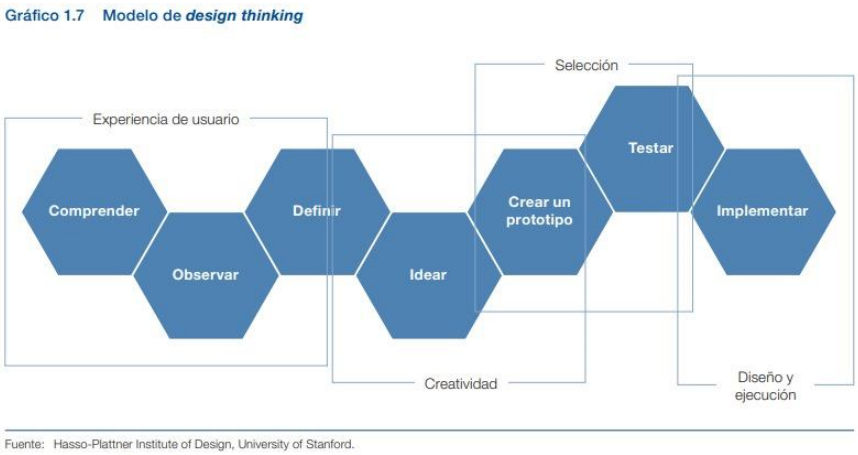


Fuente: Elaboración propia

Una de las herramientas que se recomienda para la elaboración de productos y experiencias turísticas innovadores es el Design Thinking.

Figura 47

Design Thinking



Fuente: Organización Mundial del Turismo y Basque Culinary Center (2019)

i) Formación, profesionalización y creación de empleo

Un aspecto fundamental para determinar el grado de competitividad en todos los sectores, incluido el turismo, viene a ser el recurso humano al depender de este la satisfacción del visitante a nivel turístico. A su vez, es importante señalar el papel que juega la educación profesional en turismo y la participación de actores involucrados para el desarrollo óptimo y sostenible del turismo que permita la consolidación de destinos.

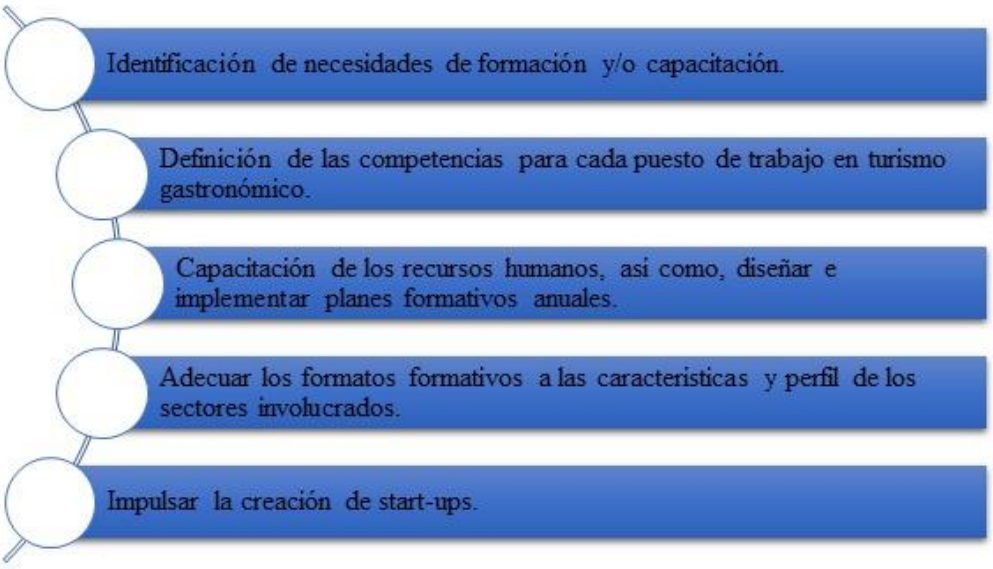
El rápido crecimiento y constante desarrollo que viene atravesando el turismo gastronómico lo convierte en un tipo de turismo prometedor con amplias probabilidades de progreso futuro, por lo que es necesario contar con profesionales altamente calificados y especializados en turismo gastronómico.

Por otro lado, se debe considerar las oportunidades que el desarrollo del turismo gastronómico puede brindar como la generación de empleo con políticas bien orientadas que apoyen a los prestadores de servicios turísticos, y a la formación continua del capital humano existente en turismo.

Los entes gestores de los destinos son los responsables de crear planes y programas de capacitación a los actores involucrados, en la elaboración de productos turísticos gastronómicos que se adapte a las necesidades del mercado y a la realidad del destino. Estas capacitaciones deben de estar actualizadas a las tendencias y cambios evolutivos que experimente el turismo gastronómico, con ese fin los entes gestores deben considerar realizar las acciones:

Figura 48

Acciones del ente gestor para promover la formación en turismo gastronómico



Fuente: Elaboración propia

Otra herramienta significativa es el *networking* ya que por medio de eventos gastronómicos como ferias, congresos, conferencias, encuentros y foros se promueve el intercambio y formación constante de profesionales para el futuro.

j) Creando experiencias memorables: asegurando servicios de calidad

Actualmente los destinos como resultado de la globalización se encuentran con la necesidad de crear productos turísticos basados en la vivencia de experiencias; para satisfacer las necesidades de un visitante cada vez más exigente, con preferencias específicas, motivado por vivir experiencias únicas, auténticas, significativas y memorables.

Figura 49

Pirámide de las necesidades: tipo de producto servicio turístico



Fuente: Organización Mundial del Turismo y Basque Culinary Center (2019)

El turismo gastronómico ha tenido desde siempre un enfoque experiencial, por lo que resulta importante que las nuevas propuestas sean creativas y únicas que generen una conexión emocional y sentimental con el visitante que promueva su involucramiento activo utilizando sus cinco sentidos.

Para la creación de experiencias turísticas memorables, se recomienda considerar los siguientes requisitos:

Figura 50

Requisitos para crear experiencias turísticas memorables



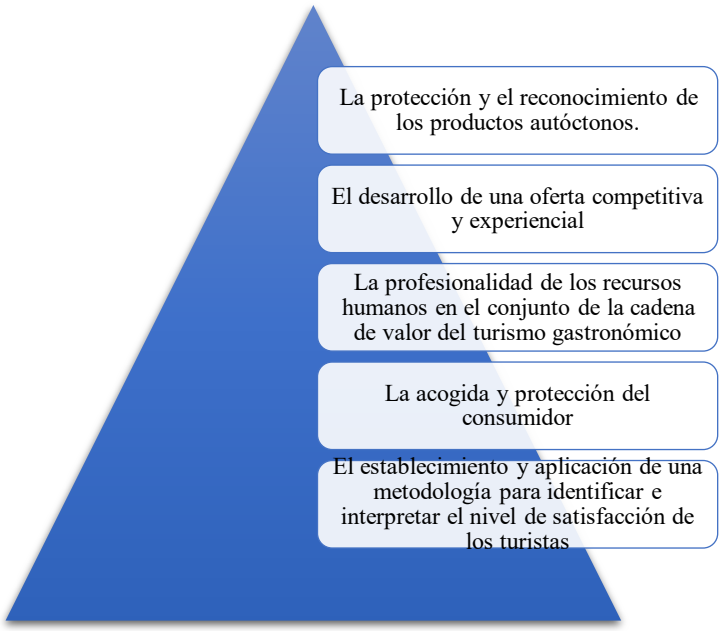
Fuente: Elaboración propia

La gestión de la calidad en los destinos se refleja a través de la incorporación de procesos de mejora continua en los prestadores de servicios turísticos y los destinos mismos para garantizar el brindado de un servicio que cumpla con las expectativas y la satisfacción de las necesidades del visitante. Asimismo, brindar experiencias de calidad es fundamental para que un destino turístico se vuelva competitivo en la industria turística, lo que supone un incremento en las ganancias y rentabilidad por parte de la actividad turística.

Para el óptimo desarrollo del turismo gastronómico, los destinos turísticos deben considerar aplicar acciones referentes a la gestión de la calidad en los siguientes ámbitos:

Figura 51

Ámbitos a trabajar para la gestión de la calidad en los destinos



Fuente: Elaboración propia

Algunas acciones que considerar para gestionar adecuadamente la calidad serían:

Figura 52

Posibles acciones para la gestión de la calidad



Fuente: Elaboración propia

k) Gobernanza: Impulsando la colaboración público-privado

La gobernanza de los destinos turísticos orienta un trabajo conjunto de los actores involucrados en la actividad turística mediante acciones coordinadas que permitan alcanzar las metas planteadas para el crecimiento del sector turístico.

El desarrollo del turismo gastronómico con un enfoque sostenible en los destinos necesita contar con una gobernanza enfocada en una dirección compartida entre todos los actores involucrados en el turismo gastronómico, tanto a nivel público como privado, que permita crear productos y experiencias turísticas de calidad para el agrado y disfrute del visitante. Para ello, es necesario considerar las siguientes acciones:

Figura 53

Acciones para impulsar la gobernanza en los destinos



Fuente: Elaboración propia

l) Mecanismos de control y seguimiento

La realidad actual del sector turístico se encuentra frente a un contexto complejo de constantes cambios y aumento de la competitividad entre destinos, lo que hace necesario una constante adaptación de las estrategias de desarrollo frente a estos cambios. Por tanto, los instrumentos de planificación y gestión de los destinos turísticos deben reflejarse en planes

dinámicos y flexibles a situaciones cambiantes; promoviendo la investigación constante y el establecimiento de mecanismos de control y seguimiento del impacto de las acciones planteadas.

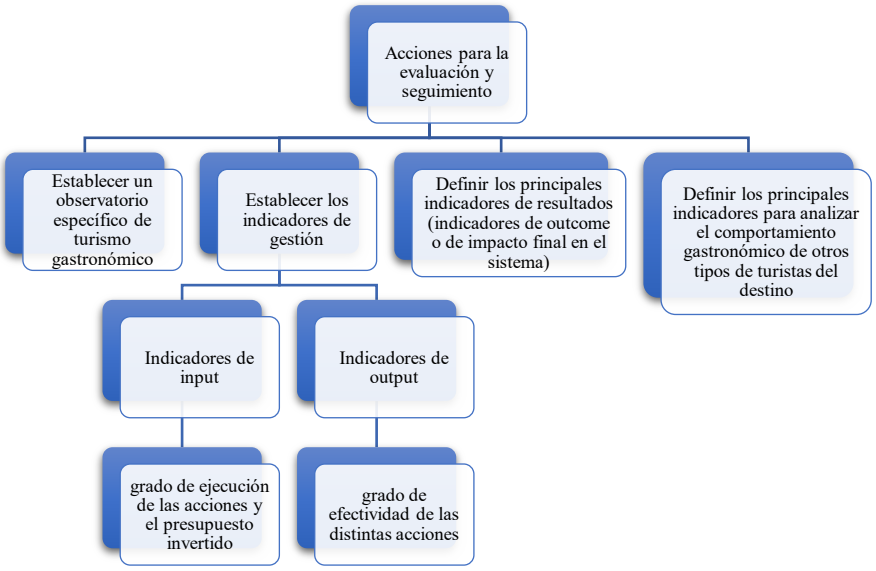
Para el óptimo desarrollo del turismo gastronómico, los entes gestores del destino deben considerar realizar acciones de monitoreo y evaluación por medio de análisis estadísticos e investigación que permita establecer políticas y planes de acción actualizados para el turismo gastronómico, que sirvan de referencia de igual manera para los prestadores de servicios turísticos y que influya en la toma de decisiones e iniciativas en beneficio del turismo gastronómico.

Se debe considerar al monitoreo y evaluación como procesos complejos para la actividad turística debido a las diferentes metodologías y falta de datos e información lo que complica realizar un análisis comparativo de la actividad turística. Para el turismo gastronómico, la complejidad es mayor por la falta existente de un perfil del turista gastronómico, lo que complica su análisis frente al comportamiento gastronómico de otros tipos de turistas.

El modelo evaluación y seguimiento del plan a llevar a cabo, durante el proceso de implementación debe contar con indicadores que apoyen el análisis de resultados.

Figura 54

Acciones para la evaluación y seguimiento del turismo gastronómico



Fuente: Elaboración propia

Así mismo, se debe de cumplir con los siguientes requisitos para una adecuada evaluación y seguimiento:

Figura 55

Requisitos de los indicadores para la evaluación de resultados



Fuente: Elaboración propia

2.2.9 Turismo Gastronómico en el Perú

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (2016):

"En los últimos años el Perú ha desarrollado muy fuertemente el turismo gastronómico hasta convertirse en un referente mundial en este segmento" (p. 105).

"El Perú ya lleva a cabo actividades de «gastrodiplomacia» encaminadas a promocionar la gastronomía y los alimentos del país en el extranjero, actividades que también pueden vincularse al desarrollo y la promoción del turismo" (p. 105).

> Es importante recordar la necesidad de enmarcar estos proyectos en una estrategia gastronómica nacional o regional con un enfoque amplio, que se centre en las sinergias que deben obtenerse del uso de la comida como estímulo para la producción local y que, a su vez, sustente culturas culinarias, atraiga a turistas y promocione el Perú en el extranjero. (p. 106)

La gastronomía de nuestro país viene atravesando un periodo de auge, lo que significa una gran oportunidad para el desarrollo del turismo gastronómico en el Perú. Todo ello gracias al esfuerzo conjunto de los actores involucrados en el sector gastronómico y turístico peruano; dando como resultado el posicionamiento del país como destino gastronómico a nivel mundial a través de diversos premios ganados en los últimos años, el incremento de la oferta gastronómica, la revalorización de técnicas ancestrales e insumos locales, aumento de la producción académica y profesional en el rubro gastronómico, mayor involucramiento y consideración de los productores locales, entre otros.

Conforme a lo mencionado, queda demostrada la importancia que tiene la gastronomía peruana en la actualidad y el sector turístico no es ajeno a ello al tener un incremento notorio en la llegada de turistas motivados por conocer la gastronomía peruana y su variada oferta gastronómica.

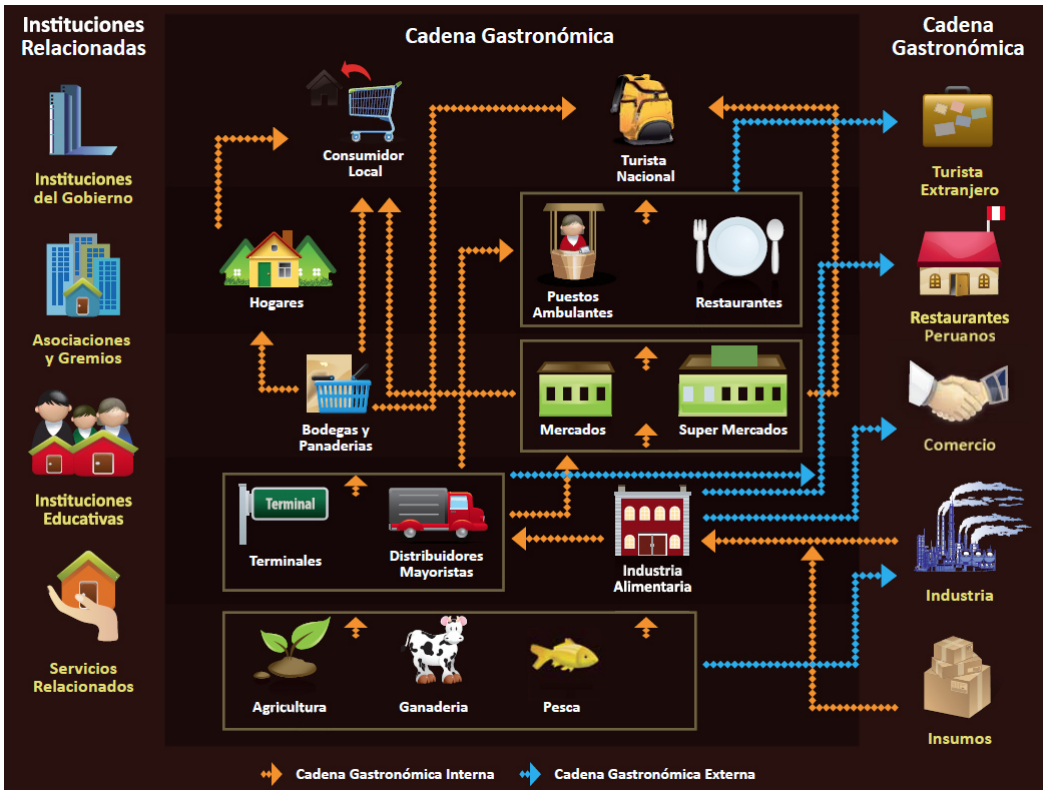
Esto ha generado un desarrollo progresivo del turismo gastronómico en nuestro país mediante la creación de experiencias y propuestas gastronómicas para el disfrute del visitante. Sin embargo, hace falta una adecuada planificación y elaboración de una estrategia integral de desarrollo del turismo gastronómico para el Perú, que involucre a todos los miembros de la cadena de valor gastronómica peruana, que aproveche la diversidad de recursos gastronómicos con los que cuenta el territorio nacional y fomente el desarrollo sostenible de la actividad turística, todo ello con el objetivo de lograr la consolidación del país como destino gastronómico referente a nivel internacional.

2.2.9.1 Cadena de valor gastronómica peruana

En la cadena gastronómica nacional todos los miembros se encuentran estrechamente relacionados desde los pertenecientes a la cadena interna hasta la cadena externa. La cadena inicia desde el productor principal (ganadero, pesquero y agrícola) y productores secundarios que brindan los insumos hacia la industria alimentaria, los cuales son distribuidos en los terminales y por medio de distribuidores mayoristas que permiten el abastecimiento de mercados y supermercados permitiendo la llegada de los insumos para su aprovechamiento por parte de los restaurantes, puestos ambulantes, bodegas y panaderías teniendo como punto final a los hogares para ser consumidos por el consumidor local y/o el turista nacional. De igual manera, la cadena se relaciona de forma externa con la llegada de los insumos a la industria y el comercio exterior permitiendo el abastecimiento de los restaurantes peruanos a nivel internacional para el consumo por parte del turista extranjero. Cabe mencionar que la cadena tanto interna como externa tiene la influencia de diversos organismos vinculados como las instituciones del gobierno, asociaciones y gremios, instituciones educativas y servicios relacionados.

Figura 56

Cadena de valor gastronómica peruana



Fuente: Apega (2009)

De acuerdo con Apega (2009):

El boom de nuestra comida ha dado paso a la especialización de rutas, guías o circuitos gastronómicos encabezados por gastrónomos locales y chefs que definen “paraderos obligados” en cada ciudad que, muchas veces, no figuran en las guías de lujo que algunos aficionados editan. (p. 43)

“Se trata de una aventura por las rutas del sabor, de las antiguas picanterías, de los huariques y, cómo no, de los restaurantes, donde se hace gala de toda nuestra culinaria, según la región que sea” (p. 43).

A través de lo mencionado anteriormente se puede notar la motivación e iniciativa para crear rutas gastronómicas especializadas y auténticas con actividades de turismo gastronómico que permitan al visitante conocer mucho más de cerca el gran patrimonio gastronómico que tiene el Perú.

2.2.9.2 Evaluación del turismo gastronómico en el Perú

La gastronomía es parte esencial del ADN del Perú y un atractivo reconocido a nivel mundial, posicionándose como una de las principales motivaciones de viaje, especialmente para turistas latinoamericanos. Según el estudio realizado por Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ, 2024) el turista gastronómico presenta las siguientes características, percepciones y motivaciones:

El perfil de turista gastronómico destaca por ser mayormente masculino, de generaciones millennial y X, proveniente sobre todo de Chile. El turista gastronómico gasta en promedio $1237, $196 más que el turista promedio, y permanece 10 noches en el país. Lima, Cusco, Ica y Puno son los destinos más visitados por este segmento, donde buscan experiencias auténticas, productos locales de calidad y ambientes con entretenimiento, huertas propias y cercanía a atractivos turísticos.

A través del turismo gastronómico, los turistas extranjeros exploran la cultura peruana mediante sabores, historias culinarias, clases de cocina y coctelería, valorando ingredientes naturales, orgánicos y fusiones innovadoras. La gastronomía no solo impulsa el turismo, sino que también fortalece el vínculo cultural y emocional del visitante con el Perú, al ofrecerle una experiencia sensorial única y representativa de la identidad.

Previo a ello, se analizó el estudio del Perfil del vacacionista nacional realizado por PROMPERÚ (2023), donde detalla las actividades gastronómicas que experimentaron los vacacionistas:

Del total de actividades desarrolladas por el vacacionista nacional, las actividades culinarias ocuparon el tercer lugar en popularidad entre las vacacionistas, siendo elegidas por el 47% de ellas, después del turismo de naturaleza (54%) y del turismo urbano (50%).

En promedio, cada vacacionista participa en al menos dos experiencias gastronómicas durante su estadía. Las más destacadas son las degustaciones de comidas y bebidas (45%), las rutas gastronómicas (33%) y las visitas a agricultores o huertos (30%). También resaltan los tours a huariques y street food (21%), las clases de mixología (8%) y de cocina (7%), además de otras actividades complementarias (2%). Estas cifras reflejan el creciente interés por vivencias que combinan sabor, aprendizaje y conexión con la cultura local.

Asimismo, según el perfil del vacacionista extranjero motivado por la gastronomía realizado por PROMPERÚ (2021), los resultados fueron los siguientes:

En 2019, el 10 % de los turistas que ingresaron por el Aeropuerto Jorge Chávez eligieron Perú atraídos por su cocina, este perfil corresponde principalmente a hombres millennials y de la generación X, con ocupación de trabajador dependiente.

Los vacacionistas provienen en mayoría de Latinoamérica, destacando Chile y Estados Unidos, seguido por Colombia, España y México. Si bien la motivación principal es gastronómica, estos turistas también buscan conocer la historia, la cultura del país y, dentro de ello, visitar Machu Picchu, como destino complementario. El turista extranjero viaja sobre todo en pareja o en grupos sin niños, y suelen organizar su viaje por cuenta propia, comprando servicios por separado, principalmente por internet.

De preferencia eligen alojarse en hoteles de 3 a 5 estrellas, permanecen el mismo número de noches que el turista promedio siendo 10 noches, pero con un gasto mayor (US$ 1237). Suelen visitar principalmente Lima, y durante su estadía realizan actividades culturales, urbanas y de compras.

Anteriormente PROMPERÚ (2016) realizó una evaluación del turismo gastronómico en el Perú donde se dieron a conocer los siguientes resultados:

El turismo gastronómico se encuentra en un proceso de expansión y desarrollo obteniendo mayor relevancia con el tiempo, lo que podemos ver reflejado con el surgimiento de nuevos nichos de mercado como los *foodies* que destacan por su notable interés y pasión por la gastronomía, y los *lohas* que promueven una vida sana y sostenible. Así mismo, cabe resaltar que dentro de los principales motivos que tienen los turistas para visitar el Perú se encuentra el conocer nuestra gastronomía.

El público busca aumentar su participación en todos los procesos en cuanto a cocina se refiera. El llamado *hands on*, involucrarse durante todo el proceso de preparación desde el inicio hasta el final, se ha vuelto muy estimado por los turistas dándole un valor agregado al viaje. A su vez, como complemento a la experiencia la combinación de gastronomía con actividades culturales resulta atractivo para el turista.

Perú es apreciado como relevante destino gastronómico emergente por especialistas de diversos países. Dentro de las fortalezas que tiene el Perú como destino gastronómico resalta su fusión, variedad de climas, creatividad con los sabores y sus chefs reconocidos. Sin embargo, como debilidad se tiene que aún no se conoce por completo la diversidad que la gastronomía peruana tiene por ofrecer y la limitada oferta de servicios de turismo gastronómico.

"El turista que viaja motivado, en mayor o menor grado, por la gastronomía de un destino, suele ser un viajero experimentado y cosmopolita. Es un viajero que siente curiosidad por todos los aspectos de la cultura del destino" (PROMPERÚ, 2016, p. 24).

De acuerdo a los estudios realizados por PROMPERÚ en la última década, se evidencia que la gastronomía peruana se ha posicionado como uno de los principales motivos de visita al país, alcanzando reconocimiento internacional gracias a su diversidad, innovación y fuerte vínculo cultural. Los resultados estadísticos muestran que tanto el turista nacional como el internacional valoran las actividades en torno a la gastronomía como un componente esencial de su viaje; desde degustaciones, rutas gastronómicas y visitas a huariques hasta clases de cocina y mixología, lo que refleja un interés creciente hacia la búsqueda de experiencias integrales que unan comidas, aromas y sabores junto con el conocimiento y convivencia de la idiosincrasia gastronómica peruana.

2.2.9.3 Turismo gastronómico como estrategia para la reactivación turística

En el contexto postpandemia de la COVID-19, MINCETUR (2022) presentó la "Estrategia Nacional de Reactivación del Sector Turismo 2022 – 2025" con el objetivo de:

"promover la reactivación del sector turismo en el Perú, generando experiencias turísticas únicas y bioseguras sobre la base de su riqueza natural y cultura ancestral, con inclusión y sostenibilidad" (p. 4).

En este estudio se puede visualizar la relevancia del desarrollo del turismo gastronómico para el sector turístico, al ser incorporado dentro de la "Línea de acción 1: Mejorar el posicionamiento del destino país" correspondiente al "Objetivo Especifico 4: Fortalecer la promoción y posicionamiento de la oferta turística a partir de atributos de calidad, sostenibilidad y bioseguridad" mediante la acción estratégica de "Posicionar la gastronomía peruana" (p. 4).

La presente acción se sustenta en la imagen positiva que tiene nuestro país como destino gastronómico en base a los reconocimientos obtenidos, participación en ferias gastronómicas internacionales, y el ser una de las motivaciones principales de los turistas el probar la gastronomía peruana.

El contexto por la crisis sanitaria de ese entonces obligó al estado a promover medidas de reactivación y recuperación económica en todos los sectores dentro de ellos el Sector Turismo. De esta forma se consideró al turismo gastronómico como eje de apoyo para la diversificación de la oferta a través del brindado de productos y servicios que satisfagan las necesidades de los nuevos segmentos de mercado interesados por la gastronomía.

En base a ello, se elaboró la Estrategia Nacional de Promoción del Turismo Gastronómico por parte de la Dirección de Promoción del Turismo de PROMPERÚ con el objetivo de "posicionar al Perú como Destino de Turismo Gastronómico consolidado, construido a partir de la identidad gastronómica de cada una de sus regiones" (p. 224).

La estrategia en mención tiene como prioridades lo siguiente:

- Aumentar el número de visitantes nacionales y extranjeros que viajan motivados por conocer la gastronomía, para lo cual se elaborarán y promocionarán productos y experiencias turísticas enfocados en difundir la gastronomía peruana.
- Desarrollar experiencias turísticas que realcen la megadiversidad de nuestra gastronomía, destacando nuestros insumos ancestrales y cocinas regionales por medio de la promoción de empresas y productores del sector gastronómico contribuyendo de esta forma a la preservación y uso sostenible de nuestro patrimonio gastronómico.
- Fomentar la valoración e inclusión social de los productores locales y sus comunidades a través del establecimiento de alianzas estratégicas que permitan la conservación de los

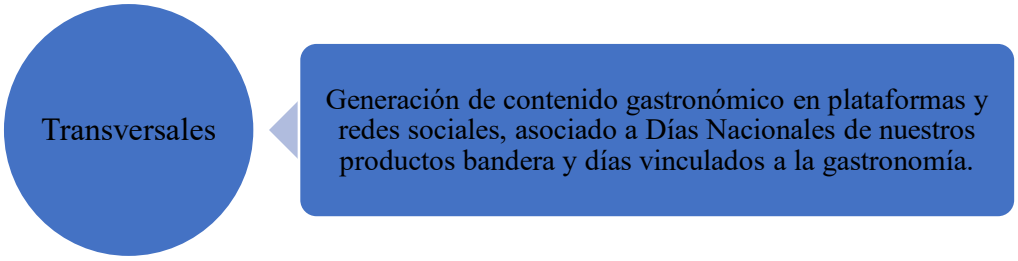
productos agropecuarios e hidrobiológicos oriundos de nuestro país que apoye el desarrollo sostenible.

- Impulsar a la gastronomía peruana como herramienta para promover y difundir nuestro patrimonio cultural gastronómico que se conserva a través de los años en la cocina regional e insumos ancestrales, para fortalecer e incrementar el sentido de identidad nacional y que promueva realizar actividades de turismo gastronómico al turista nacional.

Para el logro de todo ello, se plantean las actividades siguientes:

Figura 57

Actividades Transversales de la Estrategia Nacional de Promoción del Turismo Gastronómico



Fuente: MINCETUR (2022)

Figura 58

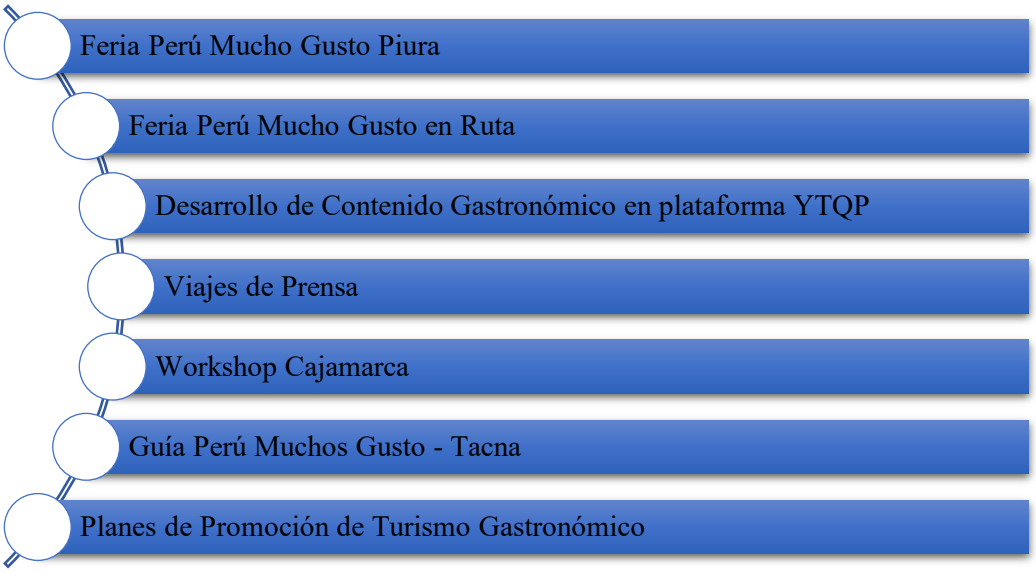
Actividades para el Turismo Receptivo de la Estrategia Nacional de Promoción del Turismo Gastronómico



Fuente: MINCETUR (2022)

Figura 59

Actividades para el Turismo Interno de la Estrategia Nacional de Promoción del Turismo Gastronómico



Fuente: MINCETUR (2022)

2.2.10 Distrito del Callao

La presente investigación se desarrolla dentro del espacio geográfico conocido como el Callao al ser el espacio donde se concentran la mayoría de los recursos, actividades y servicios turísticos que son aprovechados por los visitantes, turistas nacionales y extranjeros.

a. División geográfica y política

Callao, es la única provincia constitucional del Callao, se encuentra ubicada en la parte central y occidental del Perú. Entre sus límites se tiene al distrito de Puente Piedra por el norte, los distritos de San Martin de Porres, Lima, Breña y Pueblo Libre por el este, el distrito de San Miguel por el sur y el Océano Pacifico por el oeste. (INEI, 2017)

La Provincia Constitucional del Callao está conformada por 7 distritos: Ventanilla, La Punta, La Perla, Carmen de La Legua, Bellavista, Mi Perú y Callao, este último distrito es la capital provincial del Callao con una población ascendente a los 438.994 habitantes y un territorio de aproximadamente 45.65 km2. (INEI, 2017)

El distrito del Callao cuenta con instalaciones estratégicas que logran conexiones aéreas y marítimas a nivel nacional e internacional. Entre ellos, el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez, el aeropuerto más importante del Perú, desde donde parten la gran mayoría de vuelos internacionales, y es considerado actualmente el principal centro de conexión logística de Sudamérica. (Lima Airport Partners, 2018)

b. Particularidades y Reconocimientos

La Zona Monumental del Callao, corresponde al casco histórico del distrito del Callao que fue reconocido como Patrimonio Cultural de la Nación a través de la R.S. Nº 2900-72-ED de fecha 28-12-1972, debido a su riqueza histórica, arquitectónica y cultural que data de la época colonial.

Durante ese período, el puerto fue un centro clave para el comercio de oro, plata y productos agrícolas, asimismo a finales del siglo XIX, atravesó la Guerra del Pacífico por lo que sufrió importantes daños, lo que dio lugar a sucesivas reconstrucciones y procesos de remodelación a lo largo de los años. Desde su fundación hasta la actualidad, el Puerto del Callao ha sido fundamental para la historia y el desarrollo económico del país, destacándose como el puerto marítimo más importante en el Perú. (MINCETUR, 2024)

c. Atractivos turísticos

Según el Inventario Nacional de Recursos Turísticos (2023) el distrito del Callao 21 recursos turísticos:

- Iglesia Matriz
- Plaza Miguel Grau Del Callao
- Fortaleza Del Real Felipe
- Museo Naval Capitán Julio Elías Murguía
- Iglesia Nuestra Señora De Carmen De La Legua
- Plaza Independencia Del Callao
- Zona Monumental Del Callao
- Barrio De Chucuito
- Isla San Lorenzo
- Museo De La Fuerza De Submarinos
- Plaza Santa Rosa
- Teatro Alejandro Granda Relayza
- Biblioteca Municipal Del Callao

- Museo Submarino Abtao
- Parque Temático De La Marina De Guerra
- Parque Temático De La Fuerza Aérea Del Perú
- Parque Temático De La Policía
- Festividad Del Señor Del Mar
- Sala De Exhibición Casa Fugaz (Edificio Ronald)
- Plaza Matriz Del Callao
- Pan con Pejerrey

Cabe señalar que en el Plan de Desarrollo Turístico Local del Callao (2023) menciona otros recursos con potencial turístico material e inmaterial que aún no se encuentran inventariados:

Recursos tangibles

- Plaza de las anclas
- Plaza cívica
- Cañón del pueblo
- Plaza de los burros
- Plaza obelisco
- Plaza Ramón Castilla
- Pasaje de la salsa
- Centro de interpretación casona de la DDC Callao
- Nuevo museo de arte urbano del Callao
- Iglesia Guadalupe (casco histórico del Callao)
- Templo y Logia Masónica del Callao

- Iglesia Templo Faro
- Iglesia Don Bosco
- Iglesia Nuestra Señora del Tránsito
- Iglesia Metodista del Callao
- Diario el Callao
- Casa Piaggio
- Casa club sport Boys (antiguo local colegio angloamericano)
- Casona Valega (cafetería Italo, mejor turrón de doña pepa)
- Casona Dañino (restaurante mateo)
- Casona judía Sidonia Rouss
- Edificio de la capitanía del puerto
- Playa La Arenilla
- Plaza san Francisco
- Playa Carpayo
- El camotal
- Isla el Frontón
- Isla Cavinzas

Recursos intangibles

- Festival de la salsa
- Festividad de la Virgen del Carmen
- Festividad del Señor Consuelo
- Semana Santa en el Callao

- Día de San Pedro y día del pescador
- Día de Sarita Colonia
- Festividad de Nuestra Señora del Tránsito
- Festividad religiosa de Oquendo
- Festividad de las Cruces
- El capitán
- El chilcano de pisco
- Jugo surtido el campeón chalaco
- La cerveza pilsen callao
- Chimbombo
- Pan con tiburón
- Pan con chicharrón
- Platos a base de pescado y mariscos
- Ceviche de mango
- Choritos a la chalaca
- Tiradito de pejerrey
- Enrollado de pejerrey
- Pulpo al olivo
- El muchame
- Caracoles a la piedra
- Tripolina
- La criadilla
- Pescado guisado

- El sudado de tramboyo
- Pejesapo al vapor
- La parihuela
- Caldo de choros
- Aguadito de mariscos
- Sopa salvaje

Asimismo, se han identificado circuitos, corredores y rutas turísticas en el distrito del Callao, que se comercializan por operadores de servicios turísticos, guías oficiales de turismo y promovidas por instituciones públicas (Gobierno Regional del Callao, 2021):

- Circuito Turístico Callao Monumental (full day)
- Circuito Turístico en Bus Panorámico del Callao (half day)

2.2.10.1 Gastronomía en el Callao

El Callao, al estar situado en la costa del Perú y contar con una cercanía privilegiada al mar, dispone de una amplia variedad de recursos marinos. Esta ubicación estratégica le permite desarrollar una actividad pesquera predominante, lo que, a su vez, contribuye a una rica oferta gastronómica centrada en pescados y mariscos. La cocina chalaca es reconocida por su frescura y sabor, y satisface tanto a los residentes locales como a los turistas nacionales y extranjeros que visitan la región del Callao.

La gastronomía del Callao ha sido moldeada por una rica diversidad de influencias internacionales, entre las que se incluyen las cocinas cantonesa, mediterránea e italiana. Esta fusión de sabores refleja las tradiciones orientales y nativas, resultado del constante intercambio cultural y comercial propiciado por la actividad portuaria de la región. A lo largo de los años, el puerto del

Callao ha sido punto de llegada de numerosos inmigrantes, quienes han aportado sus recetas y técnicas culinarias, integrándolas con los productos locales del mar. Esta influencia de culturas ha dado lugar a una oferta gastronómica única, caracterizada por la creatividad y la diversidad en sus preparaciones (Gobierno Regional del Callao, 2021).

Según la Plataforma del Estado Peruano (2024) algunos de los platos que se sirven en los restaurantes del primer puerto son:

- Ceviche

Su origen inicia en Perú desde tiempos prehispánicos, donde los pescadores comían el pescado con un poco de ají mientras navegaban. Es un plato de pescado o marisco crudo cortado en trozos pequeños y puestos a marinar en un preparado de adobo de jugo de limón, cebolla picada, sal, pimienta y culantro.

- Parihuela chalaca

Muchos años atrás, el grandioso puerto del Callao fue el principal de América. Por aquellos años en los que se comercializaba y se cargaba la mercadería en tabladillos llamados “parihuelas”, sucedía que al malograrse estos y quedar inservibles, eran tirados al mar. En las riberas del mar chalaco, había asentamientos humanos poblados generalmente por familias de pescadores que aprovechaban esta madera varada por el mar para hacer una deliciosa sopa con mariscos, pescados, ajíes. Cada vez que iban a prepararse una sopa grande de ese tipo, no había mejor manera que ir a buscar estas parihuelas a orillas del mar. Esa es la historia del nombre de este delicioso plato peruano, cuya preparación ya era conocida desde la época prehispánica.

- Choros a la chalaca

Es la denominación de un plato de la gastronomía del Perú elaborado con choros cocidos, cebolla y tomate picados, granos de maíz hervido, culantro y jugo de limón. La preparación se realiza en la propia valva de los choros cocidos, los cuales posteriormente se maceran en el jugo de limón y se le añade una salsa criolla denominada “chalaca” o “chalaquita”, con los demás ingredientes. Se suele comer a modo de piqueo o entrante previo a otros platos marinos, como el ceviche o la jalea. Desde tiempos remotos, los habitantes de la costa o chala se alimentaron de pescados y mariscos, como lo evidencian los basurales prehistóricos con restos de diversas conchas.

- Pan con pejerrey

El pejerrey es un pequeño pez plateado de unos 12 cm de largo, que se encuentra en abundancia en las costas peruanas del Callao. Eso lo convierte en un ingrediente barato y muy nutritivo que se puede preparar de mil formas deliciosas, como ceviches, tiraditos y sándwiches. Este plato es muy fácil de preparar: se colocan pejerreyes arrebozados y fritos dentro de panes redondos de corteza crocante, con lechuga y, por supuesto, salsa criolla, mayonesa y salsa de ají amarillo al costado.

De acuerdo con los platos más emblemáticos del Callao, se han elaborado las fichas técnicas de tres platos típicos representativos como propuesta de recursos turísticos para el distrito. Estas fichas han sido desarrolladas siguiendo los lineamientos establecidos en el Manual para la formulación de Inventario de Recursos Turísticos a nivel nacional del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2018), con el objetivo de reconocer su valor patrimonial y su potencial como parte de la oferta turística local. En tal sentido, se anexan a la presente tesis las tres fichas correspondientes al subtipo “Platos Típicos” del tipo “Gastronomía” en la categoría de “Folclore”

que documentan de manera sistemática la relevancia cultural, histórica y gastronómica de estos platos en el contexto del distrito del Callao.

2.2.10.2 Gremios gastronómicos y máximos representantes de la gastronomía en el distrito del Callao

En el distrito del Callao se ha identificado la existencia de dos gremios vinculados al ámbito gastronómico, según información consultada en la plataforma oficial "Consulta RUC" de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (2024)

. Estas asociaciones reflejan la organización de actores locales en torno a la promoción, capacitación y desarrollo de actividades relacionadas con la gastronomía, lo cual evidencia una red institucional que respalda el fortalecimiento de la cadena de valor gastronómica en el Callao.

Tabla 2

Asociaciones gastronómicas en el distrito del Callao

Nombre	Dirección	Representante legal
Asociación de Hoteles Restaurantes y Afines del Callao - Ahora Callao	Jr. Daniel Nieto Nro. 114 (Por Guardia Chalaca) Prov. Const. Del Callao - Prov. Const. Del Callao - Callao	Kumar Paredes Contreras
Patronato por la cocina del Callao	Buenos Aires Nro. 273 Prov. Const. Del Callao - Prov. Const. Del Callao - Callao	Juan Andrés Ugaz Cruz

Fuente: Elaboración propia

Asimismo, es importante reconocer a los máximos representantes de la gastronomía chalaca, quienes con su trayectoria han contribuido significativamente a posicionar la identidad culinaria del Callao. Entre ellos destacan los fundadores de restaurantes emblemáticos del puerto, cocineros

y cocineras reconocidos por su sazón y trayectoria, restaurantes que han preservado recetas ancestrales, así como promotores culturales que han difundido el valor de la cocina local en ferias, festivales y medios de comunicación. Entre los representantes más destacados se encuentran:

Tabla 3

Representantes de la gastronomía en el Callao

Fundadores de restaurantes emblemáticos	Miguel Rovira (Rovira) Andrés Augusto Ángeles Bachet (El Colorao de Chucuito) René Fredy Ramírez Vite (La Combi Roja) Arturo García Calderón (Maguila) Ricardo Cárdenas Ramírez (Cebichería Papy Ricky) Rubén Clodomiro Gutiérrez Villagómez (Cevichería Mateo)
Chefs y cocineros reconocidos	Rosita Yimura (cocinera peruana reconocida por su contribución a la cocina nikkei, creadora del plato pulpo al olivo) Kumar Paredes Contreras (chef peruano e impulsor del ceviche, mercados y pescados poco conocidos a través del programa Pescado Desconocido) Juan Hernández (Fundador de Don Guiseppe y promotor del pan con pejerrey, tiene un rol clave en la preservación del sabor tradicional chalaco) Abel Ortiz Espinoza (Chef chalaco que internacionaliza la cocina peruana desde Hong Kong con ChullsChick)
Lugares destacados	Huariques: Rovira, Papy Ricky, La Caleta de Chucuito, El Huarique de Manolito, Cevichería El Hermano. Panaderías y pastelerías: Kala Tanta, Pastelería Ítalo. Restaurantes de mariscos: La Fragata, La Corbeta, Cabos Restaurante del Puerto Perú, Barra D7. Restaurantes criollos: El Comedor Restaurante. Restaurantes italianos: Osteria del Porto

	Bodegas: Bodega Olcese Pollerías: Se Salió el pollo Mercados: Mercado central del Callao Terminal pesquero: Terminal pesquero del Callao.
Promotores Culturales/ Gastronómicos	Andrés Ugaz Eduardo Abusada
Productores gastronómicos	Asociación de Pescadores Artesanales, Cultivadores y Marisqueros del Callao (APACMC)

Fuente: Elaboración propia

2.2.11 Turismo Gastronómico en el Callao

Considerando el posicionamiento que la gastronomía peruana viene ganando y las oportunidades de desarrollo para el turismo gastronómico en las diversas regiones del país, es importante señalar que el Callao no es ajeno a ello, por la variada gastronomía marina que posee gracias a los insumos propios que son obtenidos por los productores pesqueros a través del Puerto del Callao.

De igual manera, el sector turismo ha registrado un crecimiento constante en los últimos años generando diversos beneficios para sus actores involucrados, lo que ha promovido la creación de instrumentos de gestión, formulación de proyectos, planes y políticas a favor del desarrollo turístico del Callao.

En el Plan Estratégico Regional de Turismo del Callao Pertur Callao (2021) se ha identificado solo un producto turístico gastronómico, que conforma restaurantes de los distritos del Callao y La Punta, siendo considerados estos establecimientos por la aplicación de protocolos de bioseguridad en el marco de la pandemia:

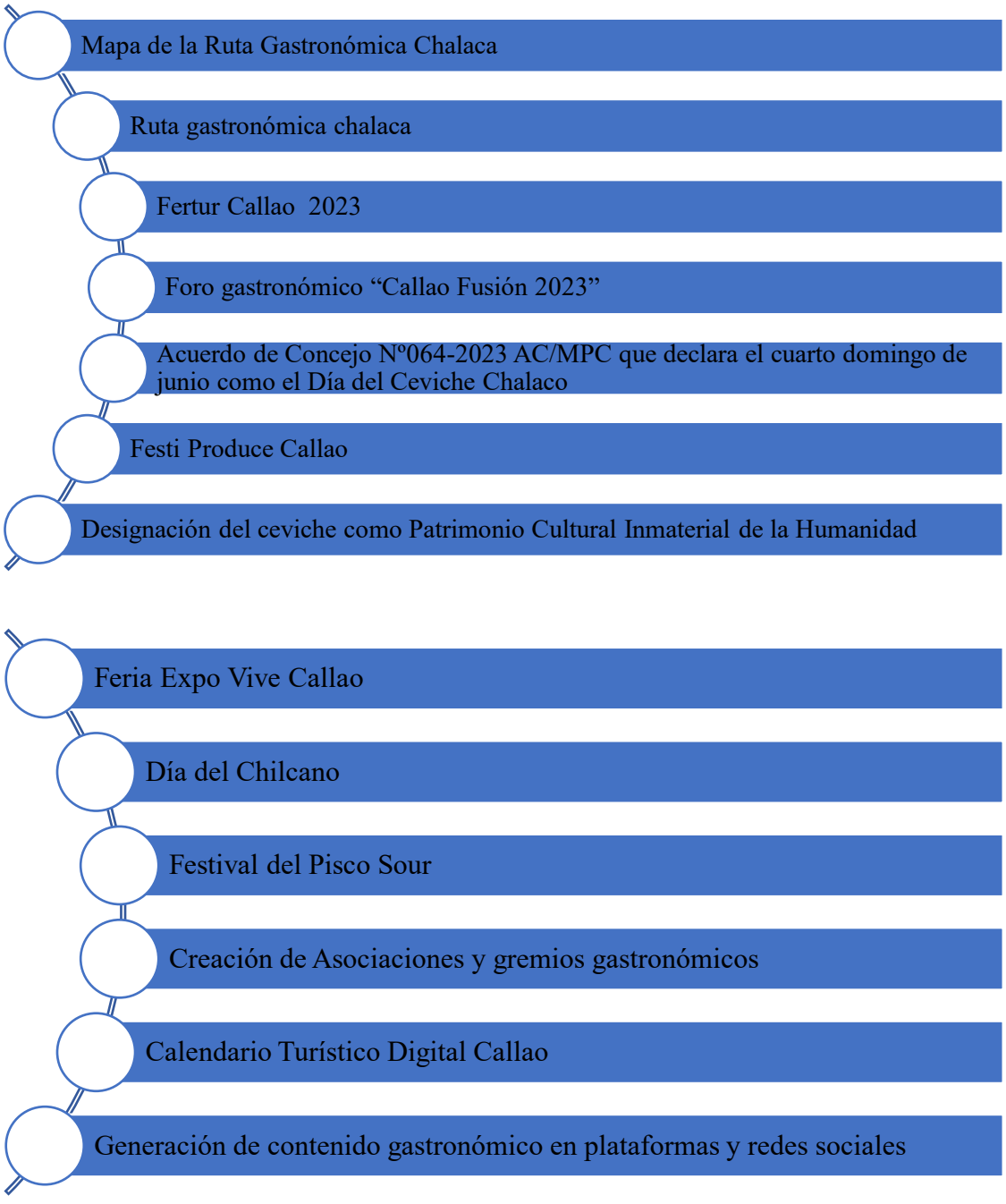
Ruta Gastronómica chalaca

- Barra D7.
- El Comedor.
- Cevichería Mateo.
- Ostería del Porto.
- Centro Naval del Perú (comedor La Fragata y comedor La Corbeta).
- Cabos Restaurante del Puerto.
- Rana Verde Restaurante.
- Restaurante El Mirador.
- Donde Yolo.

Entre las acciones realizadas en los últimos años para fomentar el desarrollo del turismo gastronómico en el Callao, tanto el Gobierno Regional del Callao como la Municipalidad Provincial del Callao, han gestionado diversas actividades que permiten poner en valor el recurso gastronómico del Callao, apoyar a los productores y prestadores de servicios turísticos, y promocionar y difundir la propuesta gastronómica chalaca con la visión de posicionar al Callao como destino gastronómico a nivel nacional. Entre dichas actividades tenemos las siguientes:

Figura 60

Actividades de gestión para el Turismo Gastronómico en el Callao



Fuente: Elaboración propia

2.3 Definición de términos básicos

a) Actores involucrados en Turismo

Los actores son los grupos tanto públicos como privados, con roles y funciones determinados cuya participación es requerida para desarrollar un destino turístico. El carácter transversal del desarrollo de la actividad turística, así como las características territoriales, sustentan la necesidad de promover y consolidar un espacio que facilite la coordinación y articulación de los actores, unificando esfuerzos para el logro de objetivos en común. (Destinos del Perú, Cooperación Suiza - SECO, 2014, p. 12)

b) Cadena de Valor del Turismo

La cadena de valor del turismo es una secuencia de actividades primarias y de apoyo que resultan fundamentales a nivel estratégico para el rendimiento del sector turístico. Los procesos vinculados, tales como la formulación de políticas y la planificación integrada, el desarrollo de productos y su presentación al mercado, la promoción y el marketing, la distribución y la venta y las operaciones y servicios de los destinos, constituyen las principales actividades primarias de la cadena de valor del turismo. (Organización Mundial del Turismo, p. 21)

Entre las actividades de apoyo se incluyen el transporte y la infraestructura, el desarrollo de recursos humanos, el desarrollo de tecnologías y sistemas y otros bienes y servicios complementarios que pueden no estar relacionados con la esencia del negocio turístico, pero repercuten de manera importante en el valor del turismo. (Organización Mundial del Turismo, p. 21)

c) Diagnóstico Turístico

"El diagnóstico turístico es la etapa del proceso de planificación donde se establece y evalúa la situación de un destino en un momento determinado" Rodríguez et al. (2022).

d) Experiencia turística

"La experiencia turística es la construcción de valor en cada una de las etapas de viaje, desde la concepción de la idea de visita hasta el regreso a su entorno habitual, generando efectos emocionales y significados en quienes lo viven" (MINCETUR, 2020, p. 18).

e) Gobernanza Turística

La gobernanza es el proceso de conducción de los destinos turísticos a través de los esfuerzos sinérgicos y coordinados de los gobiernos en sus diferentes niveles y atribuciones, de la sociedad civil que habita en las comunidades receptoras y del tejido empresarial relacionado con la operación del sistema turístico. (Madrid Flores, p. 1)

f) Planificación

La planificación es una herramienta para la gestión del destino turístico. Constituye el proceso de desarrollo e implementación de planes que contribuyen al logro de los objetivos. Este proceso facilita y orienta la articulación de los actores en los diferentes niveles de gestión: nacional, regional y local. (Destinos del Perú, Cooperación Suiza - SECO, 2014, p. 13)

g) Planificación turística

"Cualquier proceso de planificación turística suele responder a las fases de organización y preparación del plan, investigación y análisis, formulación de propuestas (objetivos, estrategias,

actuaciones, recomendaciones, etcétera), ejecución y seguimiento y control" (Miralbell Izara, 2010, p. 152). (Silke Schulte, 2003, p. 58)

h) Plan Estratégico de Turismo

El plan estratégico se define como "un proyecto integral del territorio local como producto turístico, entendido como la suma de muy diferentes realidades (paisaje, empresas, infraestructuras, equipamientos, entorno social, patrimonio, etc.)", donde la determinación del tipo de turismo o los segmentos de mercado a los cuales se quiere aproximar es de máxima importancia debido a su relación con el desarrollo sostenible de la actividad. (Silke Schulte, 2003, p. 58)

i) Producto turístico

Un producto turístico es una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de marketing de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes. Un producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital. (Organización Mundial del Turismo, p. 19)

j) Recurso Gastronómico

Son aquellos recursos endógenos del territorio que permiten al visitante introducirse en el patrimonio cultural e histórico de los destinos mediante la degustación, la vivencia y la compra, conociendo la historia, las técnicas culinarias, etc. La puesta en valor de estos recursos especiales y únicos permiten la construcción de productos turísticos gastronómicos. (Organización Mundial del Turismo y Basque Culinary Center, p. 31)

k) Turismo gastronómico

El turismo gastronómico es un tipo de actividad turística que se caracteriza por el hecho de que la experiencia del visitante cuando viaja está vinculada con la comida y con productos y actividades afines. Además de experiencias gastronómicas auténticas, tradicionales y/o innovadoras, el turismo gastronómico puede implicar también otras actividades afines tales como la visita a productores locales, la participación en festivales gastronómicos y la asistencia a clases de cocina. (Organización Mundial del Turismo, p. 45)

CAPITULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES

3. 1 Formulación de hipótesis general y específica

3.1.1 Hipótesis General

La planificación turística se relaciona significativamente con el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023.

3.1.2 Hipótesis Específicas

1. El entorno institucional se relaciona significativamente con el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023.
2. El diagnóstico turístico se relaciona significativamente con el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023.
3. El análisis estratégico se relaciona significativamente con el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023.

3. 2 Variables y definición operacional

3.2.1 Variable Independiente

La variable independiente “X” del presenta trabajo de investigación corresponde a la Planificación Turística, cuya operacionalización se muestra a continuación:

Tabla 4

Operacionalización de la variable X: Planificación turística

Variable	Definición conceptual	Dimensiones
X: Planificación turística	Cualquier proceso de planificación turística suele responder a las fases de organización y preparación del plan, investigación y análisis, formulación de propuestas (objetivos, estrategias, actuaciones, recomendaciones, etcétera), ejecución y seguimiento y control. (Miralbell Izara, 2010, p. 152)	$X_{1:}$ Entorno institucional $X_{2:}$ Diagnóstico turístico $X_{3:}$ Análisis estratégico

Fuente: Elaboración propia.

3.2.2 Variable Dependiente

La variable dependiente "Y" del presenta trabajo de investigación corresponde a la Turismo Gastronómico, cuya operacionalización se muestra a continuación:

Tabla 5

Operacionalización de la variable Y: Turismo gastronómico

Variable	Definición conceptual	Dimensiones
Y: Turismo gastronómico	El turismo gastronómico es un tipo de actividad turística que se caracteriza por el hecho de que la experiencia del visitante cuando viaja está vinculada con la comida y con productos y actividades afines. (Organización Mundial del Turismo, p. 45)	$Y_{1:}$ Oferta del turismo gastronómico $Y_{2:}$ Demanda del turismo gastronómico

Fuente: Elaboración propia.

CAPITULO IV: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Diseño metodológico

De acuerdo con Hernández et al. (2014), la presente investigación es de tipo descriptiva, ya que, define las características y cualidades de la unidad de análisis y las variables de la investigación. Así mismo es de tipo correlacional, al evaluar la relación existente entre las variables estudiadas en un determinado contexto.

El enfoque de la presente investigación es cuantitativo, que según Hernández et al. (2014) se caracteriza por hacer uso de la recolección de datos para probar hipótesis en base a la medición numérica y el análisis estadístico, con la finalidad de establecer patrones de comportamiento y probar teorías.

La presente investigación es no experimental, ya que según Hernández et al. (2014) las investigaciones no experimentales se caracterizan por la plena observación del comportamiento de las variables, sin comprometer manipulación alguna.

A su vez, la investigación es transversal considerando a Hernández et al. (2014) que lo definen como la investigación que recoge datos en un determinado periodo de tiempo con la finalidad de describir las variables y analizar su influencia y vinculación durante un momento establecido.

4.2 Diseño muestral

Teniendo en cuenta, que de acuerdo con Arias (2012), cuando la población presenta una cualidad abordable en base a la cantidad de sujetos que la conforman, la obtención de los datos de la investigación se puede realizar a la totalidad de la población señalada.

Este tipo de muestreo corresponde a una muestra censal, que de acuerdo con Hayes (2002), es aquella en la que toda la población constituye la muestra, siendo recomendable cuando se tiene una accesibilidad directa a todos los datos disponibles.

En base a ello, para la presente investigación se considerará como población a todos los actores involucrados en la actividad turística en el distrito del Callao, reconocidos por Resolución de Alcaldía N° 492-2023-ALC/MPC (2023), que lo conforman un total de 30 actores del sector público, privado, la academia y la sociedad organizada del distrito del Callao.

Tabla 6

Tamaño de la muestra

ACTORES DEL ET DEL PDTL	CANTIDAD DE MIEMBROS
Municipalidad Provincial del Callao	12
Sector público	05
Sector privado	04
Academia	01
Sociedad civil organizada	08
TOTAL	30

Fuente: Elaboración propia

4.3 Técnicas de recolección de datos

Para la medición de las variables de la presente investigación se utilizarán encuestas.

Según Sabino (2011) las encuestas consisten en solicitar información a un conjunto de personas respecto a una problemática existente, que permita posteriormente a través de un análisis cuantitativo llegar a conclusiones a partir de los datos recolectados.

Se elegirá está técnica por medio de cuestionarios autodiligenciados, los cuales según Monje (2011) cuentan con un formato sencillo para un mejor análisis y que permite reducir los

costos de aplicación, ya que nos permitirá recoger información precisa respecto a la planificación turística y el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao. Se hará uso de una matriz de preguntas por medio de la herramienta de Formularios de Google que consideren alternativas con la graduación Likert considerando opciones del 1al 5, donde 1 es “Totalmente en desacuerdo” hasta el 5 que viene a ser “Totalmente de acuerdo”.

Así mismo, para el desarrollo de la presente investigación se emplea la técnica de análisis de contenido que de acuerdo con Monje (2011) consiste en combinar la observación y el análisis documental a través de la clasificación y codificación de documentos con el fin de conseguir una descripción objetiva del mensaje que buscan transmitir los mismos.

Ficha técnica del instrumento N° 1

Nombre del instrumento: “Cuestionario”

Autores: Choquehuanca Falcon, Danitza Nataly y Castro Estrada, Marshely Maria

Administración: Individual

Tiempo de aplicación: 10 min

Número de elementos: 23 ítems

Significación: “Escala independiente, determina la aceptación de un individuo acerca de la planificación turística.”

Tabla 7

Dimensiones a evaluar sobre planificación turística

Variable	Dimensiones	Ítems
Planificación turística	Entorno institucional	1-5
	Diagnóstico turístico	6-18
	Análisis estratégico	19-23

Fuente: Elaboración propia mediante programa SPSS

Ficha técnica del instrumento N° 2

Nombre del instrumento: “Cuestionario”

Autores: Choquehuanca Falcon, Danitza Nataly y Castro Estrada, Marshely Maria

Administración: Individual

Tiempo de aplicación: 10 min

Número de elementos: 20 ítems

Significación: “Escala independiente, determina la aceptación de un individuo acerca de turismo gastronómico.”

Tabla 8

Dimensiones a evaluar sobre turismo gastronómico

Variable	Dimensiones	Ítems
Turismo gastronómico	Oferta del turismo gastronómico	24-35
	Demanda del turismo gastronómico	36-43

Fuente: Elaboración propia mediante programa SPSS

4.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

Dado que la presente investigación es de alcance correlacional, fue necesario establecer el grado de asociación entre las variables de estudio. Según Hernández et al. (2014), se mide cada variable de manera independiente para luego cuantificar, analizar y determinar sus relaciones. En ese contexto, se empleó el software IBM SPSS Statistics 30.0 (Statistical Package for the Social Sciences), herramienta que permitió aplicar pruebas estadísticas específicas, como el coeficiente de correlación de Pearson, para identificar la dirección y fuerza de asociación entre las variables planteadas en los objetivos e hipótesis. Asimismo, se aplicó el coeficiente Alfa de Cronbach para evaluar la consistencia interna del instrumento utilizado, lo cual permitió verificar la coherencia y confiabilidad de las respuestas obtenidas a través del cuestionario.

El uso de esta aplicación estadística resultó fundamental para la validación y contraste de las hipótesis, ya que proporcionó resultados precisos y confiables que sustentan las conclusiones del estudio, y facilitó la generación de gráficos y tablas que contribuyeron a una mejor interpretación de los resultados.

Por último, se utilizó Microsoft Excel como herramienta de apoyo para la sistematización y tabulación preliminar de los datos recolectados, lo que contribuyó a organizar la información para su posterior análisis en el programa SPSS.

4.5 Aspectos éticos

La presente investigación cumple con todos los estándares requeridos por la Unidad de investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos; proporcionando datos verídicos cuya información obtenida fue utilizada únicamente con fines académicos y para la investigación, respetando el anonimato y contando con el total consentimiento de los encuestados.

CAPITULO V: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

5.1 Presentación, análisis e interpretación de los datos

5.1.1 Prueba de confiabilidad Alfa de Cronbach

Para determinar la confiabilidad del instrumento se aplicó el Alfa de Cronbach que según Hernández et al. (2014) es la medida de congruencia interna más utilizada.

De acuerdo con Gliem y Gliem (2003) en cuanto más se aproxime el coeficiente alfa de Cronbach a 1, mejor será la coherencia interna de los ítems de la escala.

Para la determinación del Alfa de Cronbach en la presente investigación se utilizó el programa estadístico SPSS donde se obtuvo el resultado siguiente:

Tabla 9

Análisis de Fiabilidad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N° de elementos
0.935	43

Fuente: Elaboración propia mediante programa SPSS

Como se aprecia en la Tabla N°9, el instrumento de instrumento de la presente investigación tiene un coeficiente alfa de Cronbach de 0.935, lo que indica que el instrumento a aplicar es confiable.

5.1.2 Análisis por Ítems

Tabla 10

Pregunta N°1

Se considera Ud. un actor involucrado activamente en el turismo del distrito del Callao

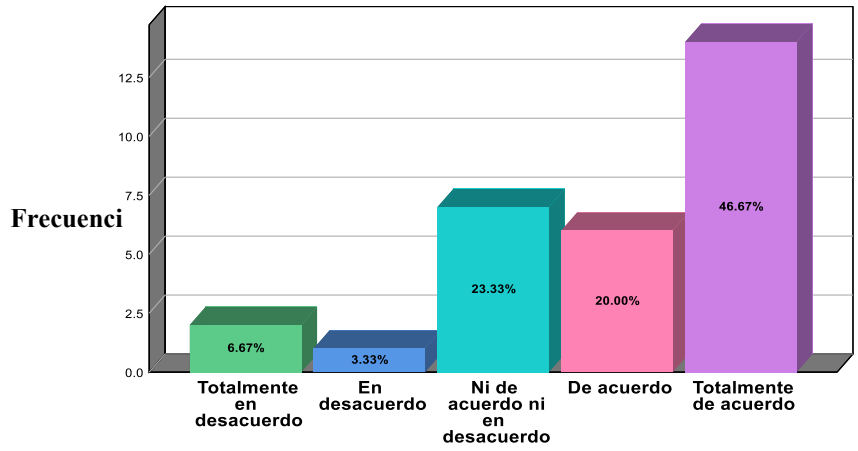
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	6.7	6.7	6.7
	En desacuerdo	1	3.3	3.3	10.0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	23.3	23.3	33.3
	De acuerdo	6	20.0	20.0	53.3
	Totalmente de acuerdo	14	46.7	46.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

Figura 61

Pregunta N°1

Se considera Ud. un actor involucrado activamente en el turismo del distrito del Callao.



Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

El 66.67% de los encuestados se identifican como actores involucrados activamente en el turismo del distrito del Callao, representando este porcentaje a la mayoría con un 46.67% que se muestra totalmente de acuerdo y el 20% que se muestra de acuerdo; seguido de un 23.33% que

se mantiene neutral. Por otro lado, tenemos un 6.67% que se muestra totalmente en desacuerdo y un 3.33% se muestra en desacuerdo.

Tabla 11

Pregunta N°2

Considera Ud. que existe un trabajo conjunto entre los actores públicos y privados para el desarrollo del turismo en el distrito del Callao

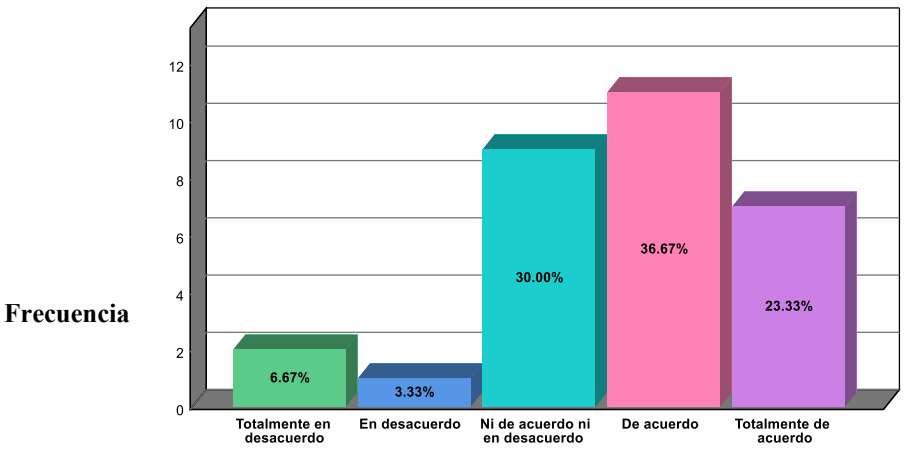
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	6.7	6.7	6.7
	En desacuerdo	1	3.3	3.3	10.0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	30.0	30.0	40.0
	De acuerdo	11	36.7	36.7	76.7
	Totalmente de acuerdo	7	23.3	23.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

Figura 62

Pregunta N°2

Considera Ud. que existe un trabajo conjunto entre los actores públicos y privados para el desarrollo del turismo en el distrito del Callao.



Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

El 36.67% de los encuestados considera que existe un trabajo conjunto que promueva el desarrollo del turismo por parte de los actores públicos y privados. Lo que se complementa con el 23.33% que se muestra totalmente de acuerdo. Mientras tanto un 30% se mantiene neutral, seguido de un 6.67% en desacuerdo y finalmente un 3.33% en desacuerdo.

Tabla 12

Pregunta N°3

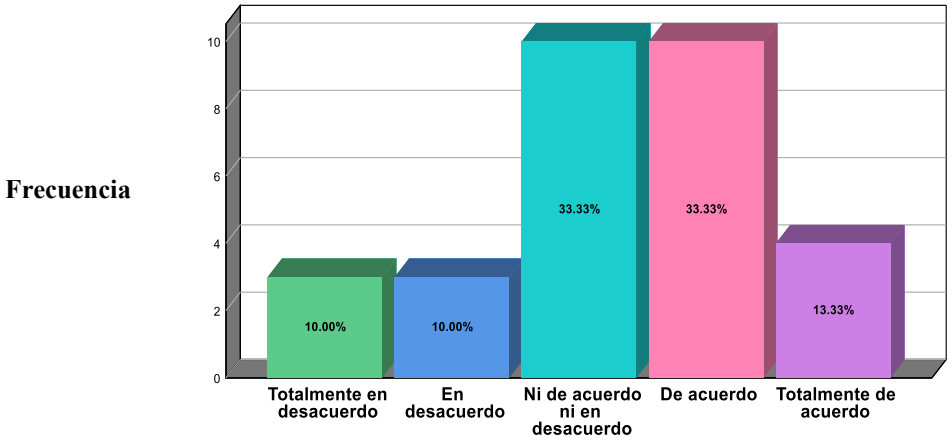
Considera Ud. que existe una participación de las instituciones académicas en el desarrollo de la actividad turística del distrito del Callao.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	10.0	10.0	10.0
	En desacuerdo	3	10.0	10.0	20.0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	33.3	33.3	53.3
	De acuerdo	10	33.3	33.3	86.7
	Totalmente de acuerdo	4	13.3	13.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

Figura 63

Pregunta N°3 Considera Ud. que existe una participación de las instituciones académicas en el desarrollo de la actividad turística del distrito del Callao.



Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

Se presenta una equidad del 33.33% de los encuestados que se muestran tanto neutral como de acuerdo, respecto a que existe una participación de las instituciones académicas en el desarrollo de la actividad turística del distrito del Callao, seguido de un 13.33% totalmente de acuerdo. Por otro lado, existe una equidad del 10% que se muestran en desacuerdo y totalmente en desacuerdo.

Tabla 13

Pregunta N°4

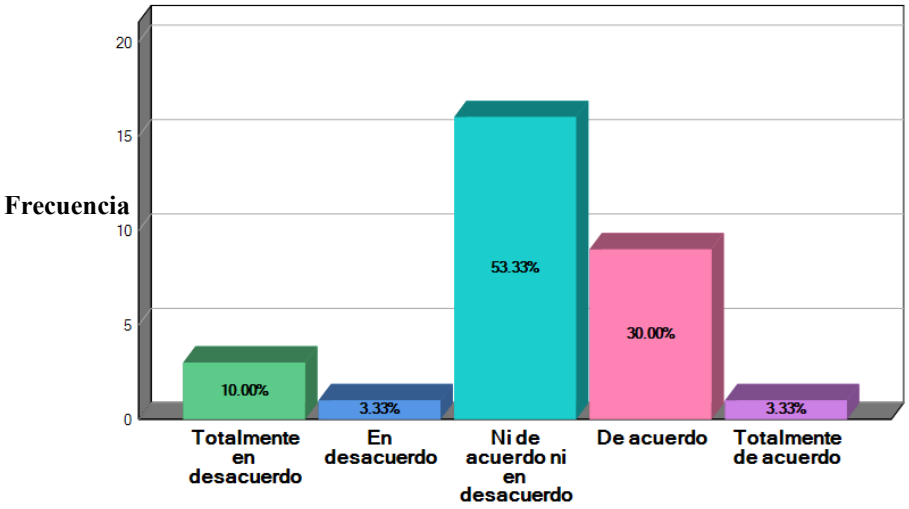
Considera Ud. que existe una adecuada gestión y manejo de la actividad turística por parte de los organismos públicos en el distrito del Callao

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	10.0	10.0	10.0
	En desacuerdo	1	3.3	3.3	13.3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	53.3	53.3	66.7
	De acuerdo	9	30.0	30.0	96.7
	Totalmente de acuerdo	11	3.3	3.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

Figura 64

Pregunta N°4 Considera Ud. que existe una adecuada gestión y manejo de la actividad turística por parte de los organismos públicos en el distrito del Callao.



Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

El 53.33% de los encuestados se muestra neutral respecto a la existencia de una adecuada gestión y manejo de la actividad turística por parte de los organismos públicos en el distrito del Callao; seguido de un 30% que se muestra de acuerdo; un 10% que se encuentra totalmente en desacuerdo; un 3.33% en desacuerdo y otro 3.33% que se muestra totalmente de acuerdo.

Tabla 14

Pregunta N°5 Considera Ud. que existen gremios y/o asociaciones organizadas que fomenten el turismo en el distrito del Callao.

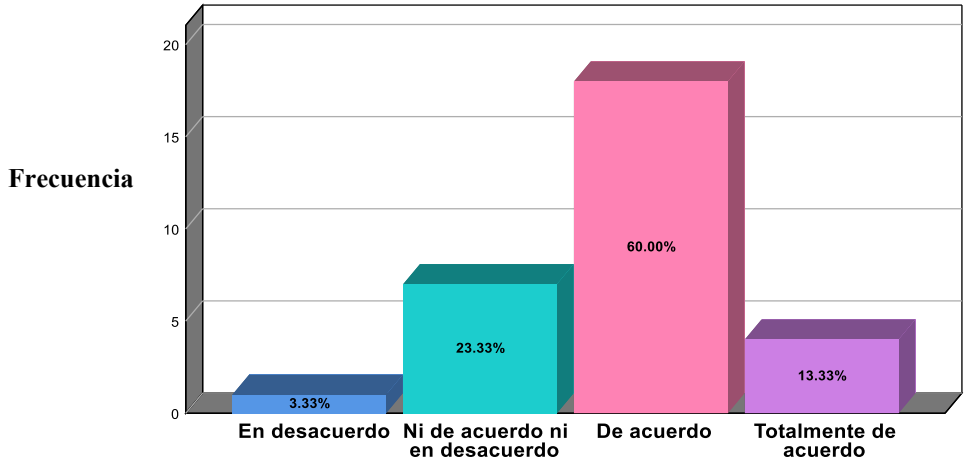
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	3.3	3.3	3.3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	23.3	23.3	26.7
	De acuerdo	18	60.0	60.0	86.7
	Totalmente de acuerdo	4	13.3	13.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

Figura 65

Pregunta N°5

Considera Ud. que existen gremios y/o asociaciones organizadas que fomenten el turismo en el distrito del Callao.



Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

El 60% de los encuestados se muestra de acuerdo respecto a que existen gremios y/o asociaciones organizadas que fomenten el turismo en el distrito del Callao; seguido de un 23.33% que se muestra neutral; un 13.33% totalmente de acuerdo y finalmente un 3.33% en desacuerdo.

Tabla 15

Pregunta N°6

Considera Ud. que la estabilidad de gobierno influye en el desarrollo de la actividad turística del distrito del Callao

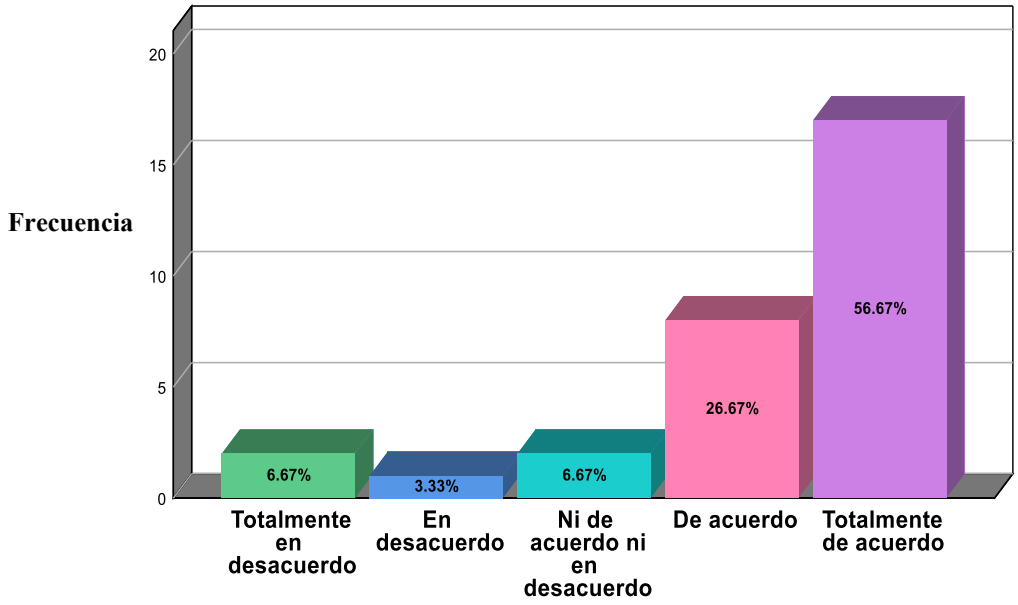
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	6.7	6.7	6.7
	En desacuerdo	1	3.3	3.3	10.0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	6.7	6.7	16.7
	De acuerdo	8	26.7	26.7	43.3
	Totalmente de acuerdo	17	56.7	56.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

Figura 66

Pregunta N°6

Considera Ud. que la estabilidad de gobierno influye en el desarrollo de la actividad turística del distrito del Callao.



Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

El 56.67% de los encuestados se muestra totalmente de acuerdo respecto a que la estabilidad de gobierno influye en el desarrollo de la actividad turística del distrito del Callao complementándose con otro 26.67% que se muestra de acuerdo; un 6.67% que se mantiene neutral; y otro 6.67% que se muestra totalmente en desacuerdo, finalmente un 3.33% que se muestra en desacuerdo.

Tabla 16

Pregunta N°7

Considera Ud. que existen políticas públicas que promuevan el desarrollo de la actividad turística en el distrito del Callao

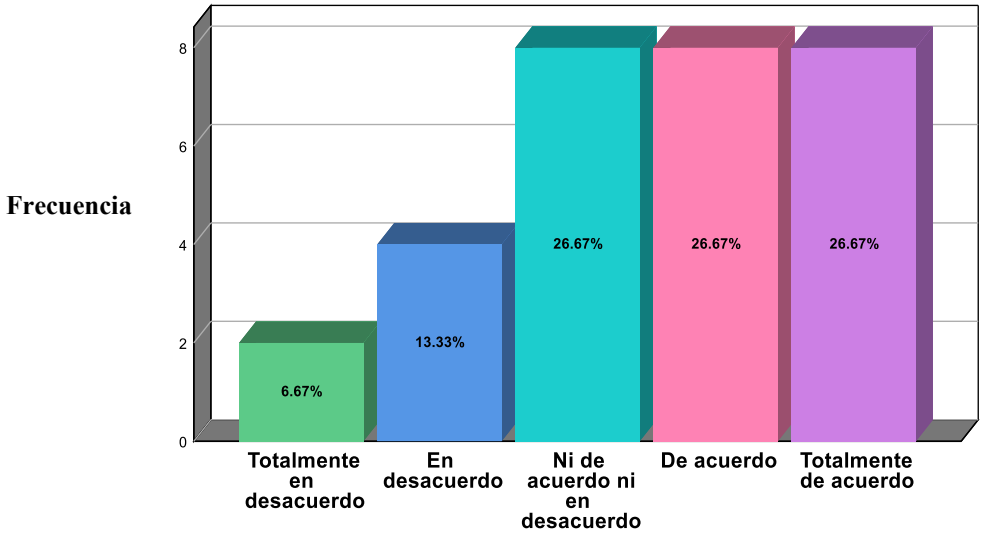
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	6.7	6.7	6.7
	En desacuerdo	4	13.3	13.3	20.0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	26.7	26.7	46.7
	De acuerdo	8	26.7	26.7	73.3
	Totalmente de acuerdo	8	26.7	26.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

Figura 67

Pregunta N°7

Considera Ud. que existen políticas públicas que promuevan el desarrollo de la actividad turística en el distrito del Callao



Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

Existe una equidad del 26.67% de los encuestados que se muestran totalmente de acuerdo, de acuerdo y neutral sobre la existencia de políticas públicas que promuevan el desarrollo de la

actividad turística en el distrito del Callao; seguido de un 13.33% en desacuerdo; y un 6.67% totalmente en desacuerdo.

Tabla 17

Pregunta N°8

Considera Ud. que el turismo es una fuente generadora de empleo relevante para el distrito del Callao.

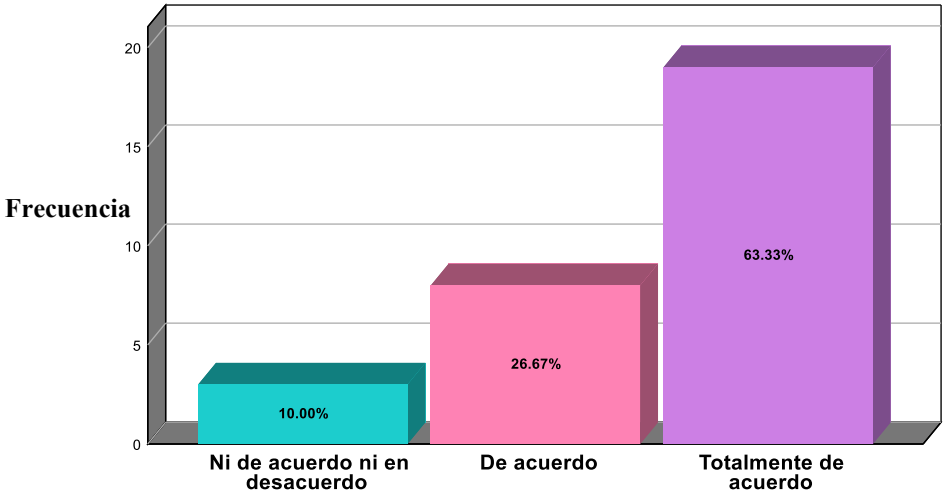
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	10.0	10.0	10.0
	De acuerdo	8	26.7	26.7	36.7
	Totalmente de acuerdo	19	63.3	63.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

Figura 68

Pregunta N°8

Considera Ud. que el turismo es una fuente generadora de empleo relevante para el distrito del Callao.



Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

El 63.33% se muestra totalmente de acuerdo respecto a que el turismo es una fuente generadora de empleo relevante para el distrito del Callao, complementándose con el 26.67% que se muestra de acuerdo; y finalmente un 10% que se mantiene neutral.

Tabla 18

Pregunta N° 9

Considera Ud. que el turismo contribuye a mejorar la calidad de vida de la población en el distrito del Callao.

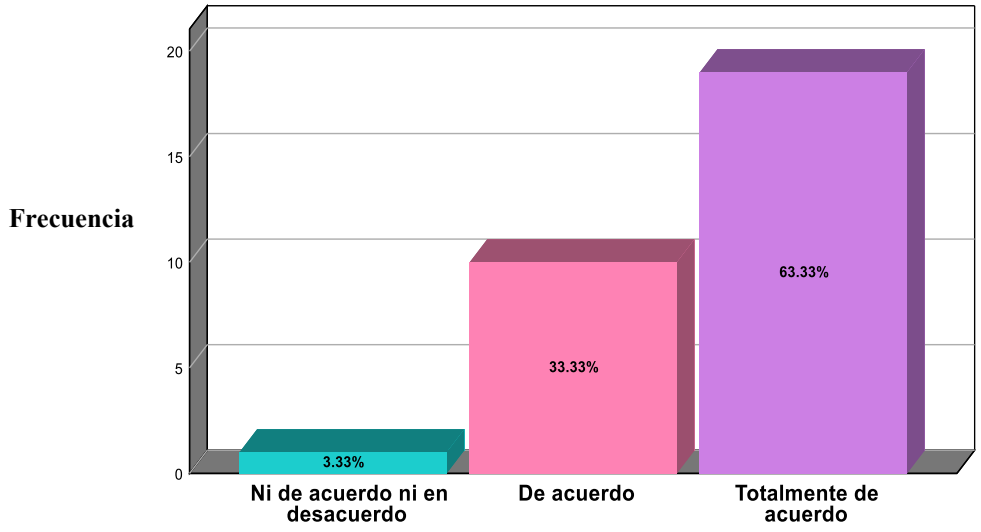
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	3.3	3.3	3.3
	De acuerdo	10	33.3	33.3	36.7
	Totalmente de acuerdo	19	63.3	63.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

Figura 69

Pregunta N°9

Considera Ud. que el turismo contribuye a mejorar la calidad de vida de la población en el distrito del Callao



Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

El 63.33% de los encuestados se muestra totalmente de acuerdo respecto a que el turismo contribuye a mejorar la calidad de vida de la población en el distrito del Callao complementándose con un 33.33% que se muestra de acuerdo; y finalmente un 3.33% que se mantiene neutral.

Tabla 19

Pregunta N°10

Considera Ud. que los problemas sociales (pobreza, delincuencia, violencia, etc.) influyen de manera significativa en la imagen destino del distrito del Callao

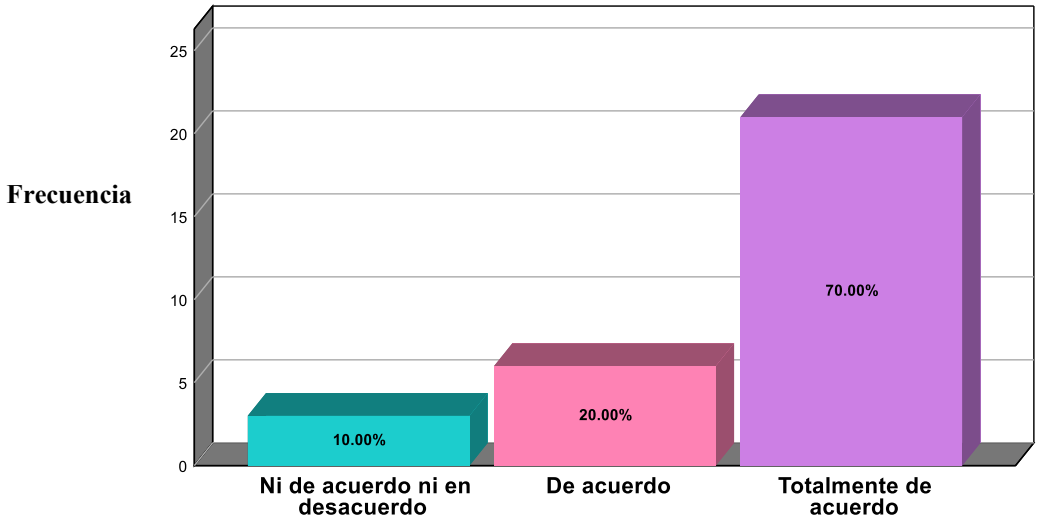
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	10.0	10.0	10.0
	De acuerdo	6	20.0	20.0	30.0
	Totalmente de acuerdo	21	70.0	70.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

Figura 70

Pregunta N°10

Considera Ud. que el turismo contribuye a mejorar la calidad de vida de la población en el distrito del Callao



Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

El 70% de los encuestados se muestra totalmente de acuerdo respecto a que los problemas sociales influyen de manera significativa en la imagen destino del distrito del Callao; seguido de un 20% que se muestra de acuerdo; y un 10% que se mantiene neutral.

Tabla 20

Pregunta N°11

Considera Ud. que existe un adecuado empleo de las TIC's para la gestión turística del distrito del Callao

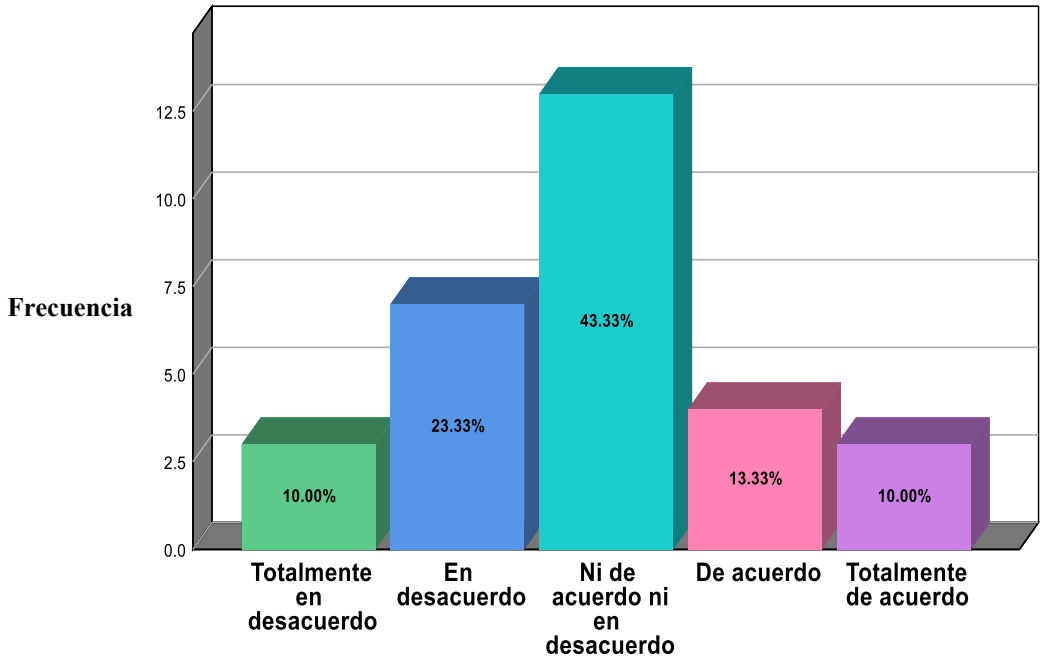
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	10.0	10.0	10.0
	En desacuerdo	7	23.3	23.3	33.3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	43.3	43.3	76.7
	De acuerdo	4	13.3	13.3	90.0
	Totalmente de acuerdo	3	10.0	10.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

Figura 71

Pregunta N°11

Considera Ud. que existe un adecuado empleo de las TIC's para la gestión turística del distrito del Callao



Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

El 43.33% de los encuestados se muestra neutral respecto a que existe un adecuado empleo de las TIC's para la gestión turística del distrito del Callao; seguido de un 23.33% en desacuerdo; un 13.33% de acuerdo; un 10% totalmente de acuerdo; y otro 10% totalmente en desacuerdo.

Tabla 21

Pregunta N°12

Considera Ud. que existe una puesta en práctica de las políticas medioambientales en el distrito del Callao

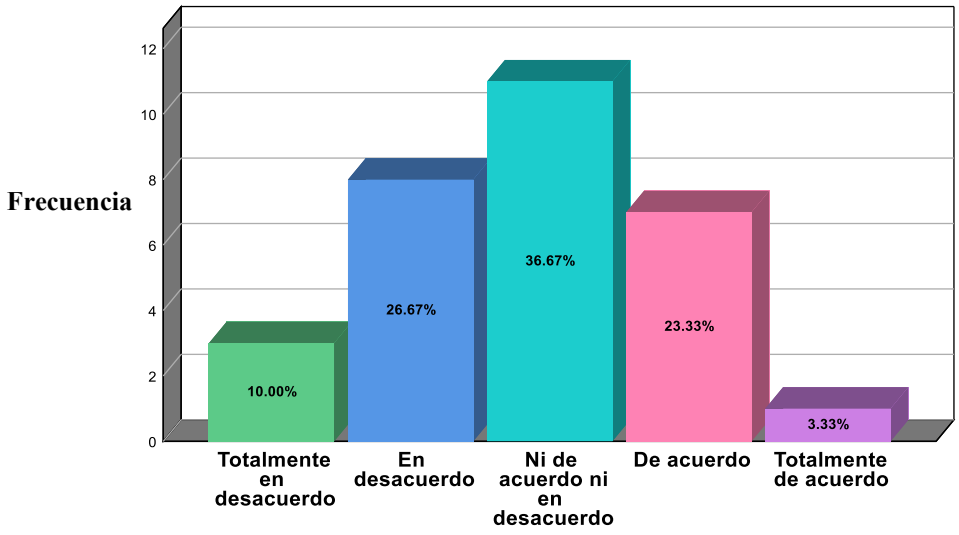
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	10.0	10.0	10.0
	En desacuerdo	8	26.7	26.7	36.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	36.7	36.7	73.3
	De acuerdo	7	23.3	23.3	96.7
	Totalmente de acuerdo	1	3.3	3.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Nota. Elaboración a partir de recolección de datos

Figura 72

Pregunta N°12

Considera Ud. que existe una puesta en práctica de las políticas medioambientales en el distrito del Callao



Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

El 36.67% de los encuestados se muestra neutral respecto a la existencia de una puesta en práctica de las políticas medioambientales en el distrito del Callao; seguido de un 26.67% que se muestra en desacuerdo; un 23.33% que se muestra de acuerdo; un 10% totalmente en desacuerdo; y finalmente un 3.33% totalmente de acuerdo.

Tabla 22

Pregunta N°13

Considera Ud. que el distrito del Callao posee una ubicación estratégica frente a otras zonas turísticas

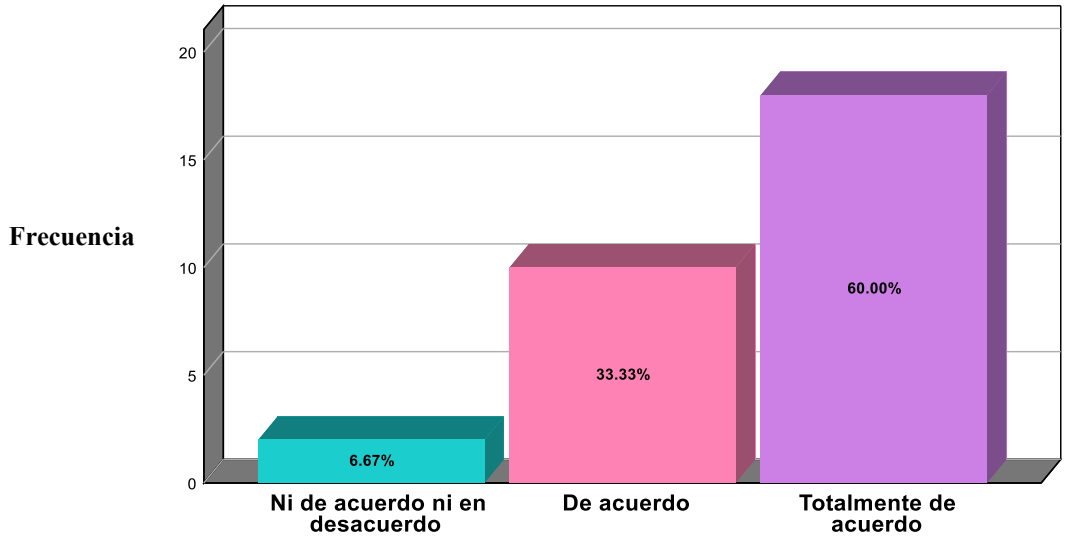
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	6.7	6.7	6.7
	De acuerdo	10	33.3	33.3	40.0
	Totalmente de acuerdo	18	60.0	60.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

Figura 73

Pregunta N°13

Considera Ud. que el distrito del Callao posee una ubicación estratégica frente a otras zonas turísticas



Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

El 60% de los encuestados se muestra totalmente de acuerdo respecto a que el distrito del Callao posee una ubicación estratégica frente a otras zonas turísticas complementándose con otro 33.33% que se muestra de acuerdo; y el 6.67% que se mantiene neutral.

Tabla 23

Pregunta N°14

Considera Ud. que existen facilidades en infraestructura e información turística en el distrito del Callao

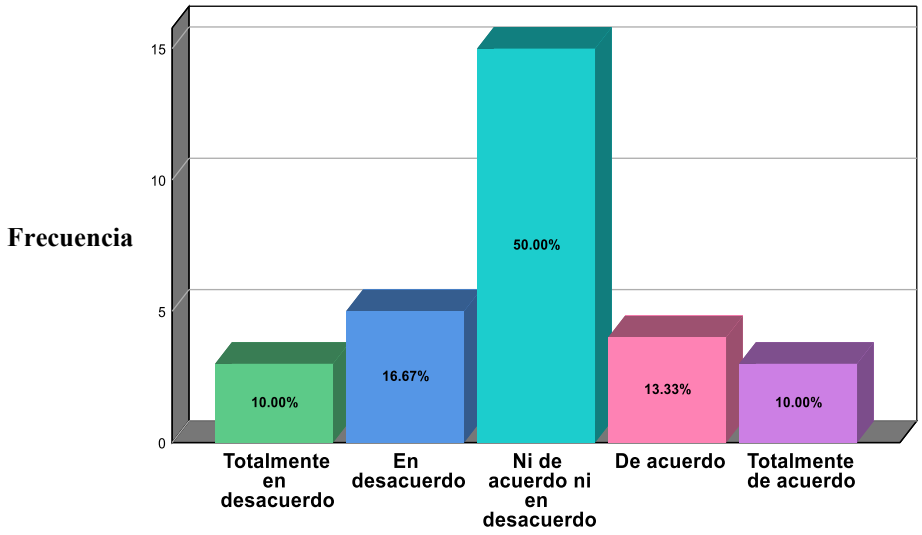
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	10.0	10.0	10.0
	En desacuerdo	5	16.7	16.7	26.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	50.0	50.0	76.7
	De acuerdo	4	13.3	13.3	90.0
	Totalmente de acuerdo	3	10.0	10.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

Figura 74

Pregunta N°14

Considera Ud. que existen facilidades en infraestructura e información turística en el distrito del Callao



Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

El 50% de los encuestados se muestra neutral respecto a que existen facilidades en infraestructura e información turística en el distrito del Callao; un 16.67% en desacuerdo; un 13.33% de acuerdo; un 10% totalmente de acuerdo; y otro 10% totalmente en desacuerdo.

Tabla 24

Pregunta N°15

Considera Ud. que existe una adecuada promoción turística que motive la visita del visitante al distrito del Callao

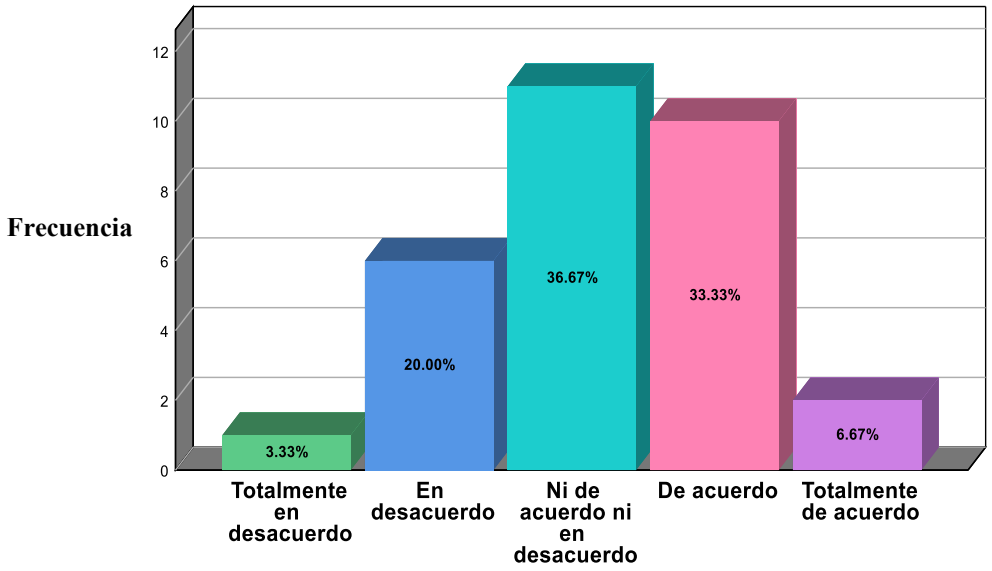
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	3.3	3.3	3.3
	En desacuerdo	6	20.0	20.0	23.3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	36.7	36.7	60.0
	De acuerdo	10	33.3	33.3	93.3
	Totalmente de acuerdo	2	6.7	6.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

Figura 75

Pregunta N°15

Considera Ud. que existe una adecuada promoción turística que motive la visita del visitante al distrito del Callao



Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

El 36.67% de los encuestados se muestra neutral respecto a que existe una adecuada promoción turística que motive la visita del visitante al distrito del Callao; seguido de un 33.33% de acuerdo; un 20% en desacuerdo; un 6.67% totalmente de acuerdo; y finalmente un 3.33% totalmente en desacuerdo.

Tabla 25

Pregunta N°16

Considera Ud. que conoce el perfil del turista que visita el distrito del Callao

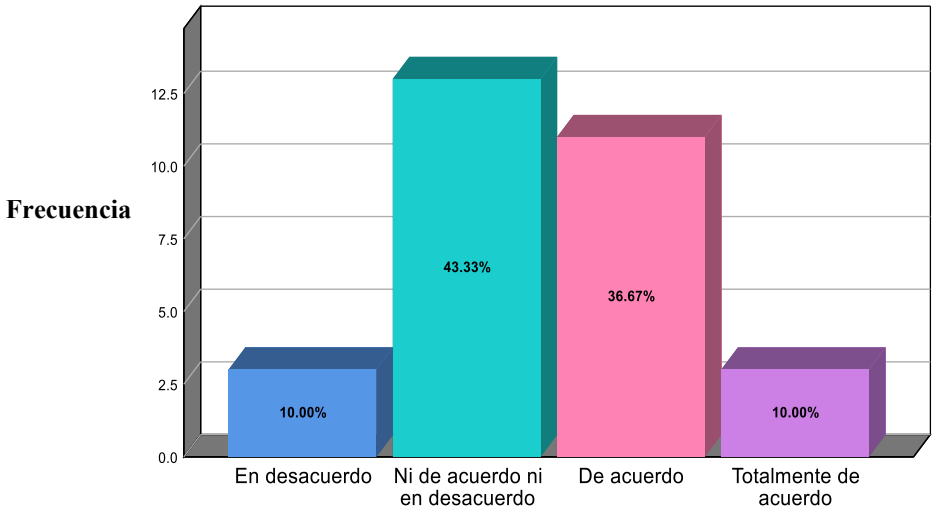
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	3	10.0	10.0	10.0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	43.3	43.3	53.3
	De acuerdo	11	36.7	36.7	90.0
	Totalmente de acuerdo	3	10.0	10.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

Figura 76

Pregunta N°16

Considera Ud. que conoce el perfil del turista que visita el distrito del Callao



Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

El 43.33% de los encuestados se muestra neutral respecto a que conoce el perfil del turista que visita el distrito del Callao; seguido de un 36.67% de acuerdo; un 10% totalmente de acuerdo; y otro 10% que se muestra en desacuerdo.

Tabla 26

Pregunta N°17

Considera Ud. que existe una oferta turística diversificada que cumpla con las expectativas del turista que visita el distrito del Callao

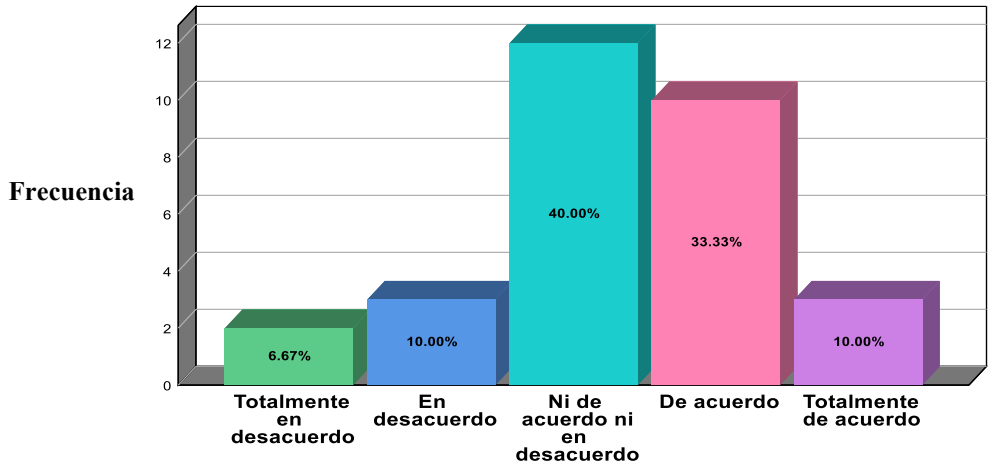
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	6.7	6.7	6.7
	En desacuerdo	3	10.0	10.0	16.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	40.0	40.0	56.7
	De acuerdo	10	33.3	33.3	90.0
	Totalmente de acuerdo	3	10.0	10.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

Figura 77

Pregunta N°17

Considera Ud. que existe una oferta turística diversificada que cumpla con las expectativas del turista que visita el distrito del Callao



Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

El 40% de los encuestados se muestra neutral respecto a la existencia de una oferta diversificada que cumpla con las expectativas del turista que visita el distrito del Callao; seguido de un 33.33% de acuerdo; un 10% totalmente de acuerdo; otro 10% en desacuerdo; y por último un 6.67% totalmente en desacuerdo.

Tabla 27

Pregunta N°18

Considera Ud. que el distrito del Callao cuenta con el potencial y los recursos para volverse un destino competitivo frente a otros como La Punta, Chorrillos, Miraflores y Ancón

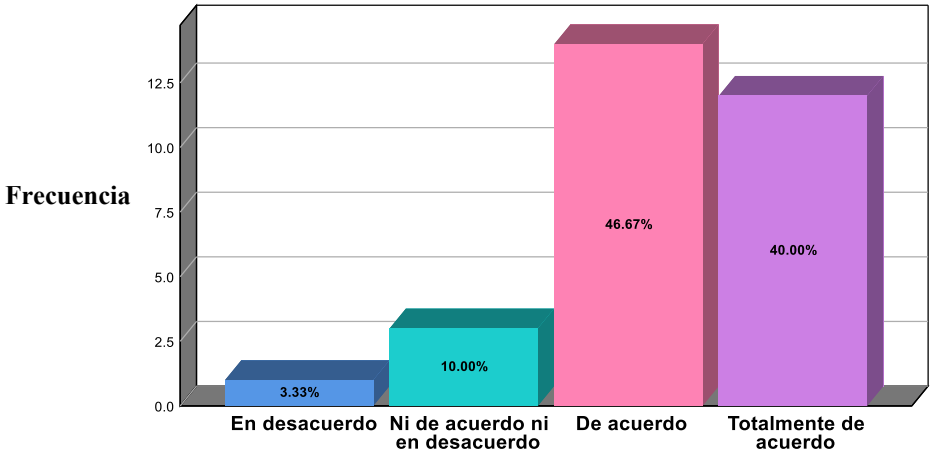
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	3.3	3.3	3.3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	10.0	10.0	13.3
	De acuerdo	14	46.7	46.7	60.0
	Totalmente de acuerdo	12	40.0	40.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

Figura 78

Pregunta N°18

Considera Ud. que el distrito del Callao cuenta con el potencial y los recursos para volverse un destino competitivo frente a otros como La Punta, Chorrillos, Miraflores y Ancón



Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

El 46.67% de los encuestados se muestra de acuerdo respecto a que el distrito del Callao cuenta con el potencial y los recursos para volverse un destino competitivo frente a otros distritos complementándose con un 40% que se muestra totalmente de acuerdo; seguido de un 10% que se mantiene neutral; y un 3.33% en desacuerdo.

Tabla 28

Pregunta N°19

Se identifica Ud. con la misión y visión del Plan de Desarrollo Turístico Local del distrito del Callao

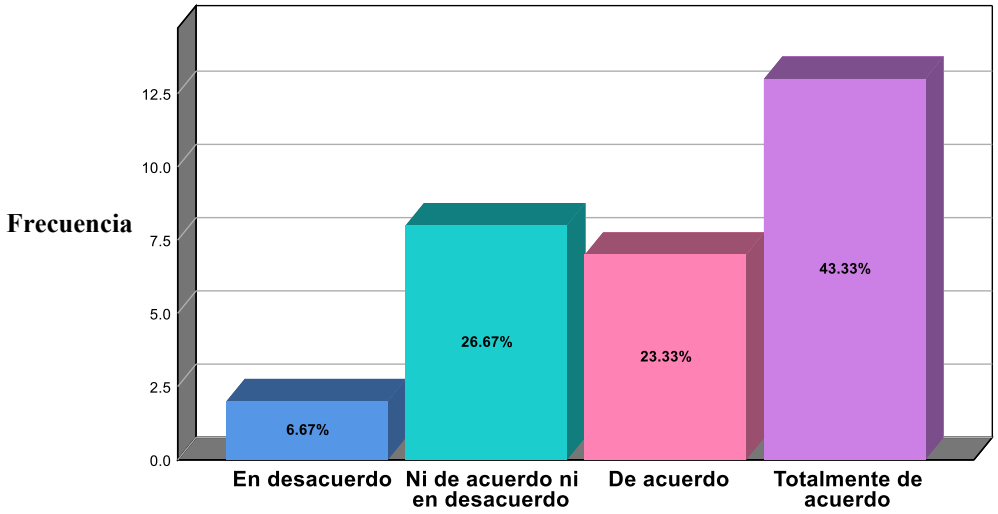
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	2	6.7	6.7	6.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	26.7	26.7	33.3
	De acuerdo	7	23.3	23.3	56.7
	Totalmente de acuerdo	13	43.3	43.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

Figura 79

Pregunta N°19

Se identifica Ud. con la misión y visión del Plan de Desarrollo Turístico Local del distrito del Callao



Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

El 43.33% de los encuestados se muestra totalmente de acuerdo respecto a que se identifica con la misión y visión del Plan de Desarrollo Turístico Local del distrito del Callao junto con un 23.33% de acuerdo; un 26.67% que se mantiene neutral; y por último un 6.67% en desacuerdo.

Tabla 29

Pregunta N°20

Considera Ud. que existe una coherencia entre políticas y planes de gestión en los diferentes niveles de gobierno que involucre al distrito del Callao

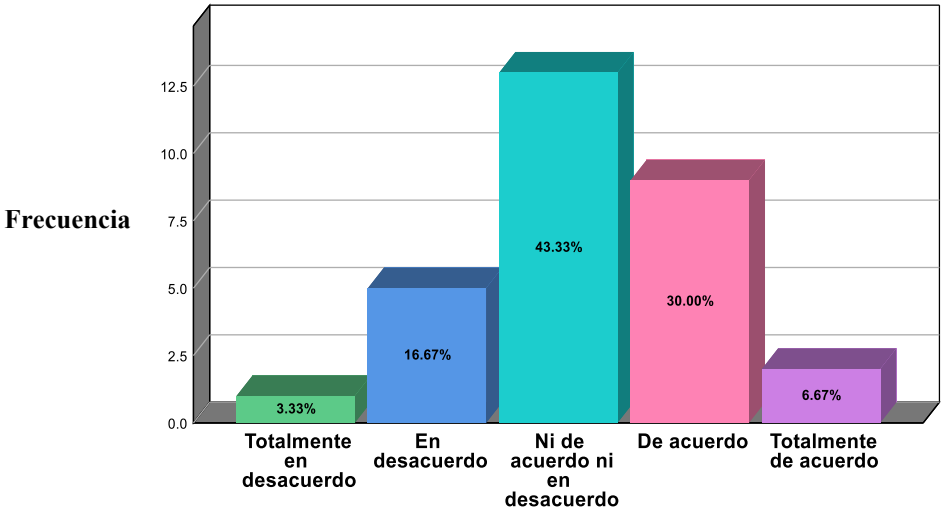
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	3.3	3.3	3.3
	En desacuerdo	5	16.7	16.7	20.0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	43.3	43.3	63.3
	De acuerdo	9	30.0	30.0	93.3
	Totalmente de acuerdo	2	6.7	6.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

Figura 80

Pregunta N°20

Considera Ud. que existe una coherencia entre políticas y planes de gestión en los diferentes niveles de gobierno que involucre al distrito del Callao.



Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

El 43.33% de los encuestados se muestra neutral respecto a la existencia de una coherencia entre políticas y planes de gestión en los diferentes niveles de gobierno que involucre al distrito del Callao; seguido de un 30% que se muestra de acuerdo; un 16.67% en desacuerdo; un 6.67% totalmente de acuerdo; y un 3.33% totalmente en desacuerdo.

Tabla 30

Pregunta N°21

Considera Ud. que el distrito del Callao cuenta con una vocación turística enfocada en los recursos turísticos naturales y culturales

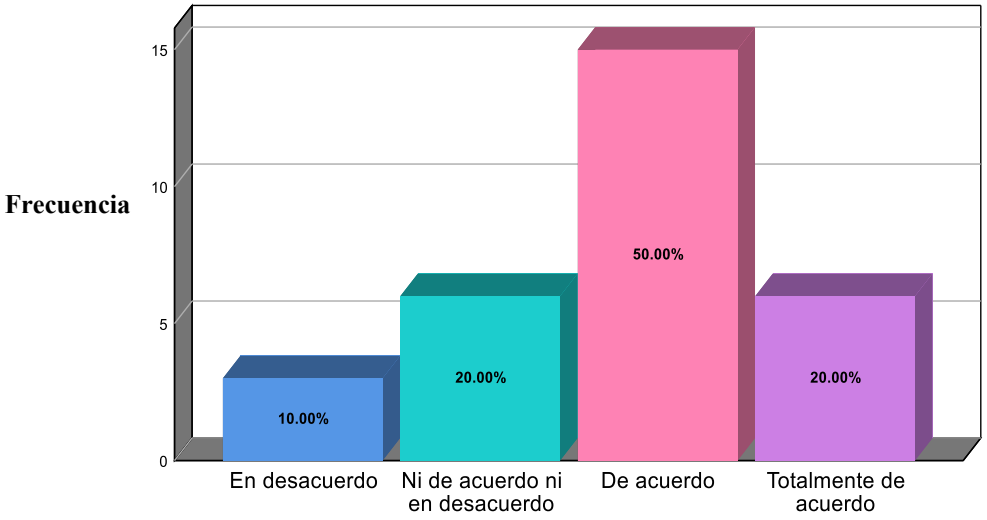
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	3	10.0	10.0	10.0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	20.0	20.0	30.0
	De acuerdo	15	50.0	50.0	80.0
	Totalmente de acuerdo	6	20.0	20.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

Figura 81

Pregunta N°21

Considera Ud. que el distrito del Callao cuenta con una vocación turística enfocada en los recursos turísticos naturales y culturales.



Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

El 50% de los encuestados se muestra de acuerdo respecto a que el distrito del Callao cuenta con una vocación turística enfocada en los recursos turísticos natural y cultural seguida del 20% totalmente de acuerdo, el otro 20% se mantiene neutral; y un 10% se muestra en desacuerdo.

Tabla 31

Pregunta N°22

Considera Ud. que las fortalezas y oportunidades respecto a la actividad turística del distrito del Callao son mayores a las debilidades y amenazas que esta podría afrontar

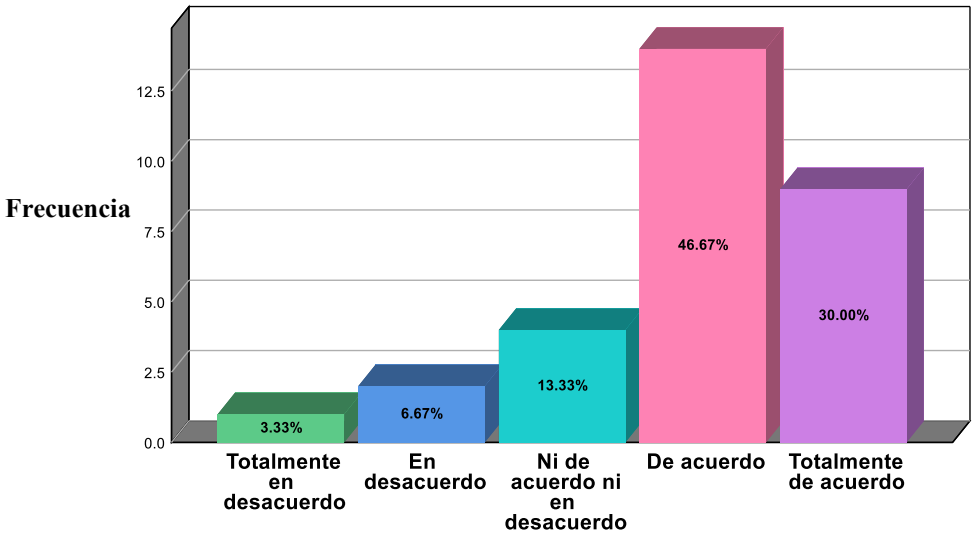
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	3.3	3.3	3.3
	En desacuerdo	2	6.7	6.7	10.0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	13.3	13.3	23.3
	De acuerdo	14	46.7	46.7	70.0
	Totalmente de acuerdo	9	30.0	30.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

Figura 82

Pregunta N°22

Considera Ud. que las fortalezas y oportunidades respecto a la actividad turística del distrito del Callao son mayores a las debilidades y amenazas que esta podría afrontar



Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

El 46.67% de los encuestados se muestra de acuerdo en que las fortalezas y oportunidades respecto a la actividad turística del distrito del Callao son mayores a las debilidades y amenazas que esta podría enfrentar seguido del 30% totalmente de acuerdo; seguido de un 13.33% que se mantiene neutral; un 6.67% en desacuerdo; y por último un 3.33% totalmente en desacuerdo.

Tabla 32

Pregunta N°23

Considera Ud. que se cuentan con objetivos y estrategias claras para el desarrollo del turismo en el distrito del Callao

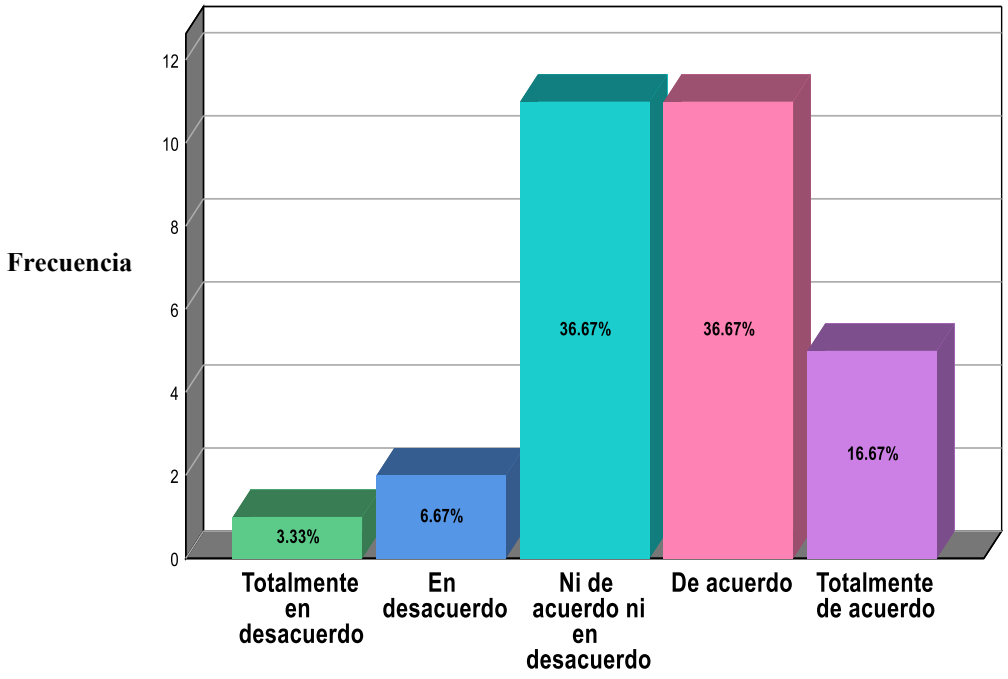
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	3.3	3.3	3.3
	En desacuerdo	2	6.7	6.7	10.0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	36.7	36.7	46.7
	De acuerdo	11	36.7	36.7	83.3
	Totalmente de acuerdo	5	16.7	16.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

Figura 83

Pregunta N°23

Considera Ud. que se cuentan con objetivos y estrategias claras para el desarrollo del turismo en el distrito del Callao.



Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

Existe una equidad del 36.67% de los encuestados que se muestra de acuerdo y neutral respecto a que se cuentan con objetivos y estrategias claras para el desarrollo del turismo en el distrito del Callao; seguido de un 16.67% totalmente de acuerdo; un 6.67% que se muestra en desacuerdo; y por último un 3.33% totalmente en desacuerdo.

Tabla 33

Pregunta N°24

Considera Ud. que se debería incentivar el turismo gastronómico en el distrito del Callao.

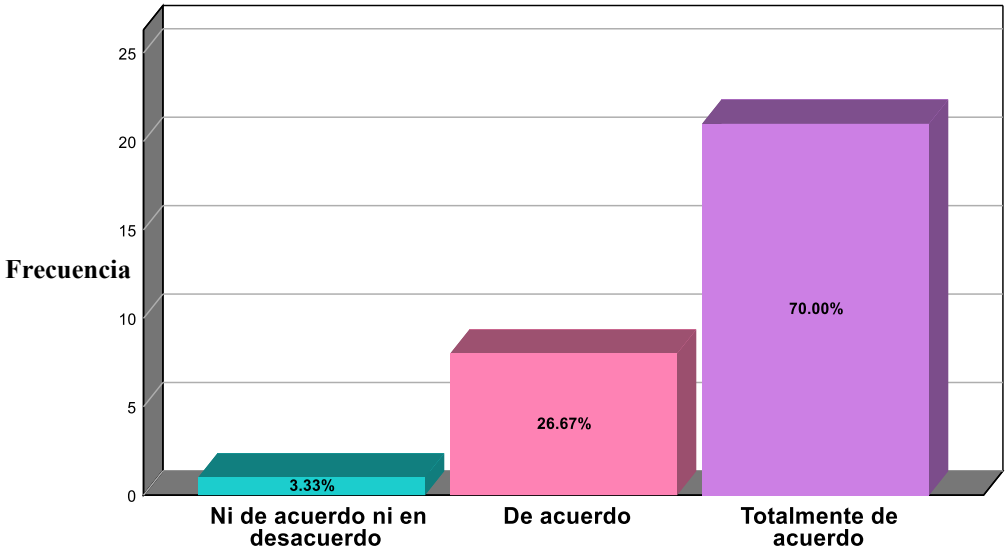
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	3.3	3.3	3.3
	De acuerdo	8	26.7	26.7	30.0
	Totalmente de acuerdo	21	70.0	70.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

Figura 84

Pregunta N°24

Considera Ud. que se debería incentivar el turismo gastronómico en el distrito del Callao



Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

El 70% de los encuestados se muestra totalmente de acuerdo respecto a que se debería incentivar el turismo gastronómico en el distrito del Callao complementándose con el 26.67% que se muestra de acuerdo seguido de un 3.33% que se mantiene neutral.

Tabla 34

Pregunta N°25

Considera Ud. que el distrito del Callao cuenta con recursos gastronómicos propios.

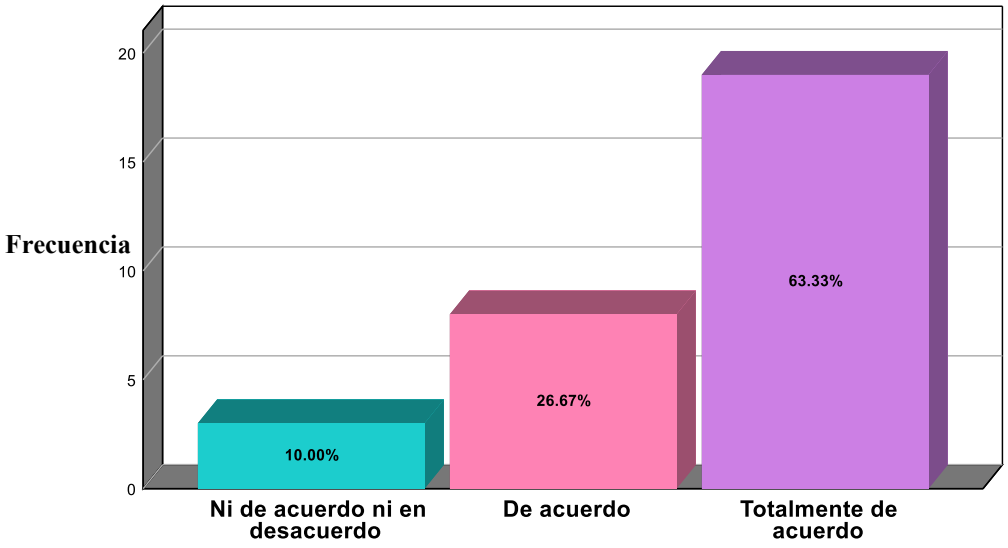
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	10.0	10.0	10.0
	De acuerdo	8	26.7	26.7	36.7
	Totalmente de acuerdo	19	63.3	63.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

Figura 85

Pregunta N°25

Considera Ud. que el distrito del Callao cuenta con recursos gastronómicos propios.



Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

El 63.33% de los encuestados se muestra totalmente de acuerdo respecto a que el distrito del Callao cuenta con recursos gastronómicos propios complementándose con un 26.67% que se muestra de acuerdo seguido de un 10% que se mantiene neutral.

Tabla 35

Pregunta N°26

Considera Ud. que es necesario conocer la historia, técnicas y recetas de la gastronomía peruana

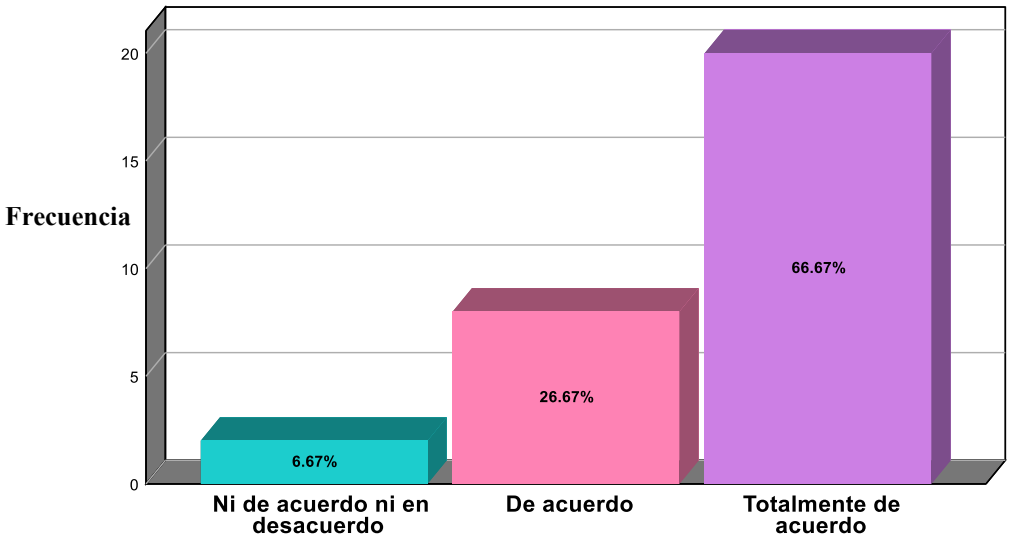
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	6.7	6.7	6.7
	De acuerdo	8	26.7	26.7	33.3
	Totalmente de acuerdo	20	66.7	66.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

Figura 86

Pregunta N°26

Considera Ud. que es necesario conocer la historia, técnicas y recetas de la gastronomía peruana



Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

El 66.67% de los encuestados se muestra totalmente de acuerdo respecto a que es necesario conocer la historia, técnicas y recetas de la gastronomía peruana complementándose con un 26.67% que se muestra de acuerdo seguido de un 6.67% que se mantiene neutral.

Tabla 36

Pregunta N°27

Considera Ud. relevante la preparación de platos típicos con insumos e ingredientes propios del distrito del Callao.

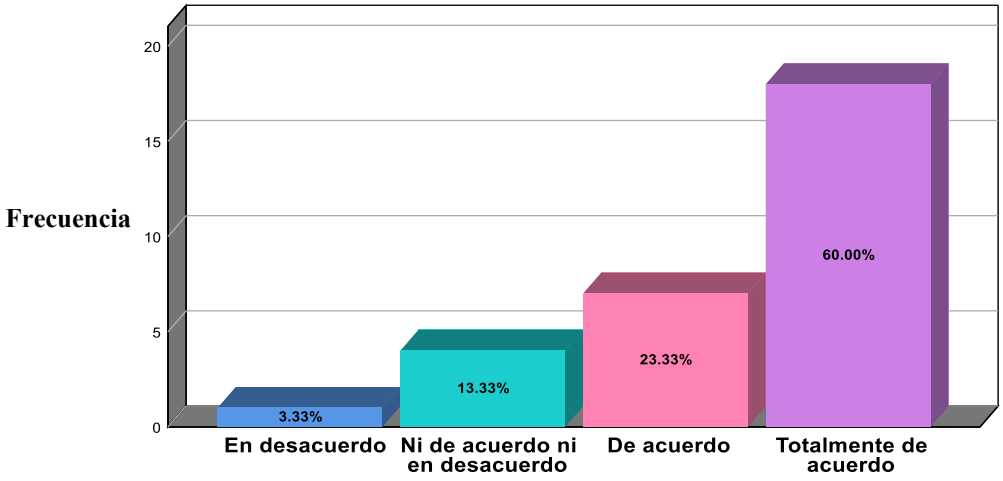
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	3.3	3.3	3.3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	13.3	13.3	16.7
	De acuerdo	7	23.3	23.3	40.0
	Totalmente de acuerdo	18	60.0	60.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

Figura 87

Pregunta N°27

Considera Ud. relevante la preparación de platos típicos con insumos e ingredientes propios del distrito del Callao



Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

El 60% de los encuestados se muestra totalmente de acuerdo respecto a que considera relevante la preparación de platos típicos con insumos e ingredientes propios del distrito del Callao complementándose con el 23.33% que se muestra de acuerdo; seguido de un 13.33% que se mantiene neutral; y un 3.33% en desacuerdo.

Tabla 37

Pregunta N°28

Considera Ud. importante el desarrollo de rutas gastronómicas en el distrito del Callao

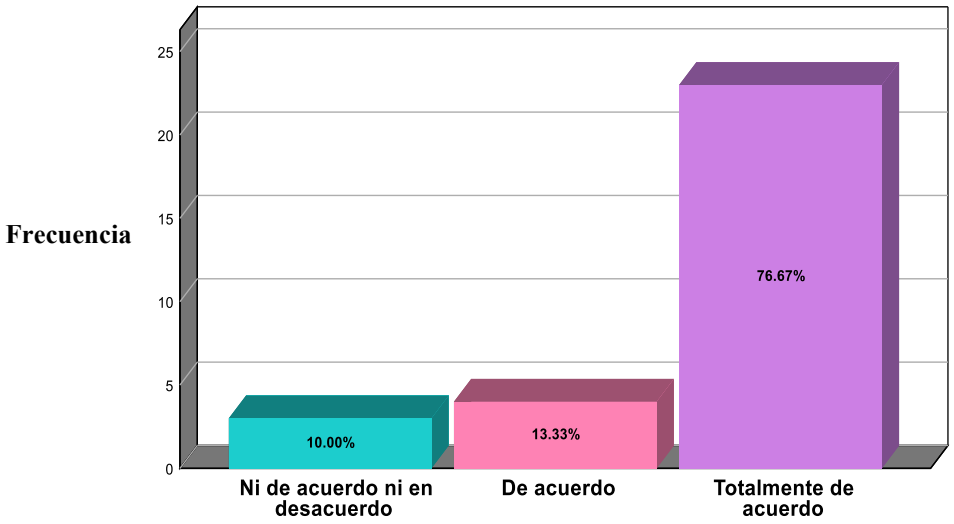
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje cumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	10.0	10.0	10.0
	De acuerdo	4	13.3	13.3	23.3
	Totalmente de acuerdo	23	76.7	76.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

Figura 88

Pregunta N°28

Considera Ud. importante el desarrollo de rutas gastronómicas en el distrito del Callao



Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

El 76.67% de los encuestados se muestra totalmente de acuerdo respecto a que es importante el desarrollo de rutas gastronómicas en el distrito del Callao complementándose con un 13.33% que se muestra de acuerdo; y un 10% que se mantiene neutral.

Tabla 38

Pregunta N°29

Considera Ud. que los productores locales (pescadores, ganaderos, etc.) ofrecen productos gastronómicos de calidad en el distrito del Callao

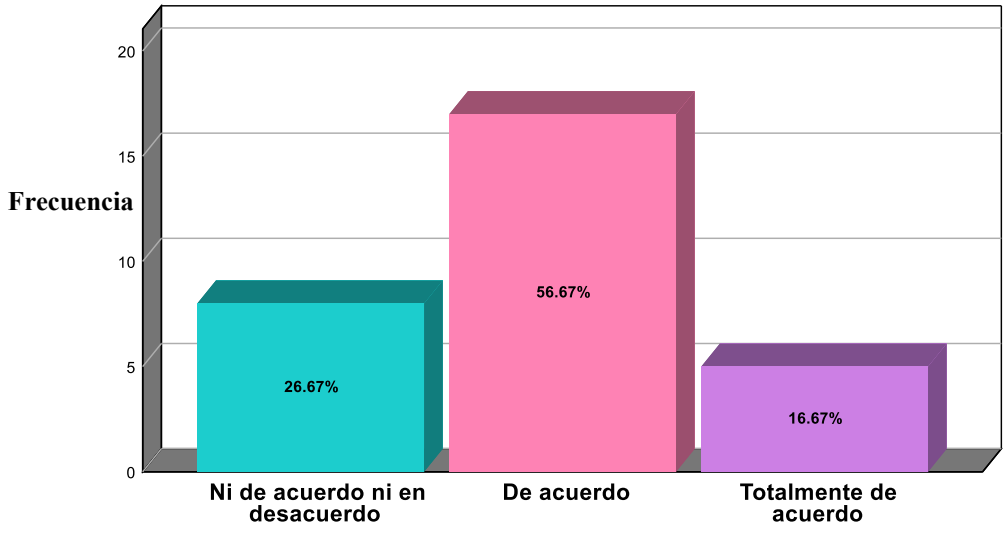
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	26.7	26.7	26.7
	De acuerdo	17	56.7	56.7	83.3
	Totalmente de acuerdo	5	16.7	16.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

Figura 89

Pregunta N°29

*Considera Ud. que los productores locales (pescadores, ganaderos, etc.) ofrecen productos gastronómicos de calidad en el distrito del Callao***.**



Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

El 56.67% de los encuestados se muestra de acuerdo respecto a que los productores locales ofrecen productos gastronómicos de calidad en el distrito del Callao complementándose con un 16.67% totalmente de acuerdo, mientras que un 26.67% se mantiene neutral.

Tabla 39

Pregunta N°30

Considera Ud. que los establecimientos de AyB del distrito del Callao brindan un servicio de calidad para el visitante que realiza turismo gastronómico.

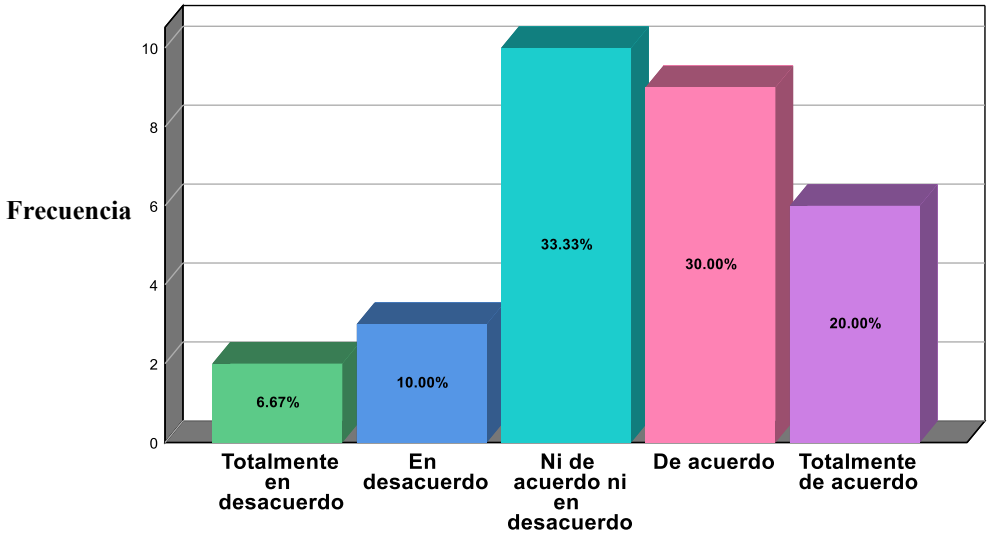
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	6.7	6.7	6.7
	En desacuerdo	3	10.0	10.0	16.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	33.3	33.3	50.0
	De acuerdo	9	30.0	30.0	80.0
	Totalmente de acuerdo	6	20.0	20.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

Figura 90

Pregunta N°30

Considera Ud. que los establecimientos de AyB del distrito del Callao brindan un servicio de calidad para el visitante que realiza turismo gastronómico



Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

El 33.33% de los encuestados se muestra neutral respecto a que los establecimientos de AyB del distrito del Callao, brindan un servicio de calidad para el visitante que realiza turismo gastronómico; seguido de un 30% de acuerdo; un 20% totalmente de acuerdo; un 10% en desacuerdo; y por último un 6.67% totalmente en desacuerdo.

Tabla 40

Pregunta N°31

Considera Ud. que existen suficientes y diversos tipos de establecimientos de AyB en el distrito del Callao que promuevan el turismo gastronómico.

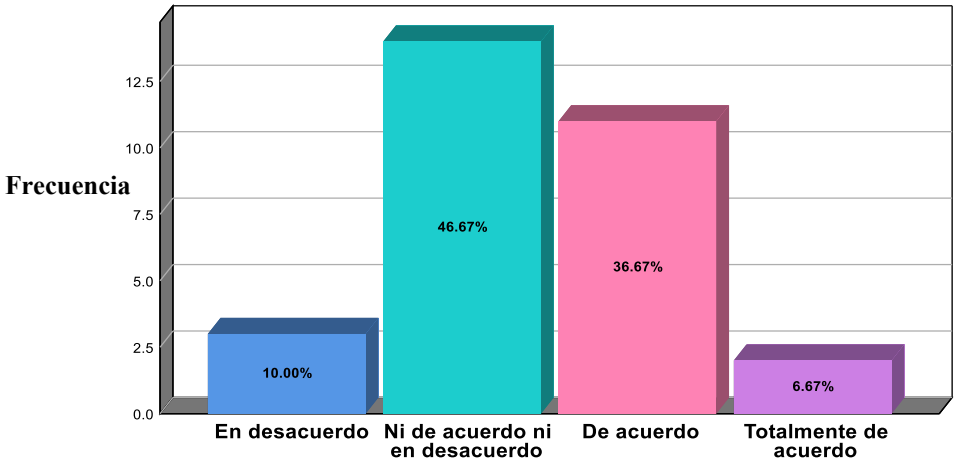
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	3	10.0	10.0	10.0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	46.7	46.7	56.7
	De acuerdo	11	36.7	36.7	93.3
	Totalmente de acuerdo	2	6.7	6.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

Figura 91

Pregunta N°31

Considera Ud. que existen suficientes y diversos tipos de establecimientos de AyB en el distrito del Callao que promuevan el turismo gastronómico



Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

El 46.67% de los encuestados se muestra neutral respecto a la existencia de suficientes y diversos tipos de establecimientos de AyB en el distrito del Callao que promuevan el turismo gastronómico; seguido de un 36.67% que se muestra de acuerdo; un 10% en desacuerdo; y un 6.67% totalmente de acuerdo.

Tabla 41

Pregunta N°32

Considera Ud. fundamental la realización de actividades de turismo gastronómico (visitar restaurantes de renombre, recibir clases de cocina, visitar a productores y mercados locales, tours gastronómicos, visitar ferias y eventos gastronómicas, etc.) al visitar el distrito del Callao

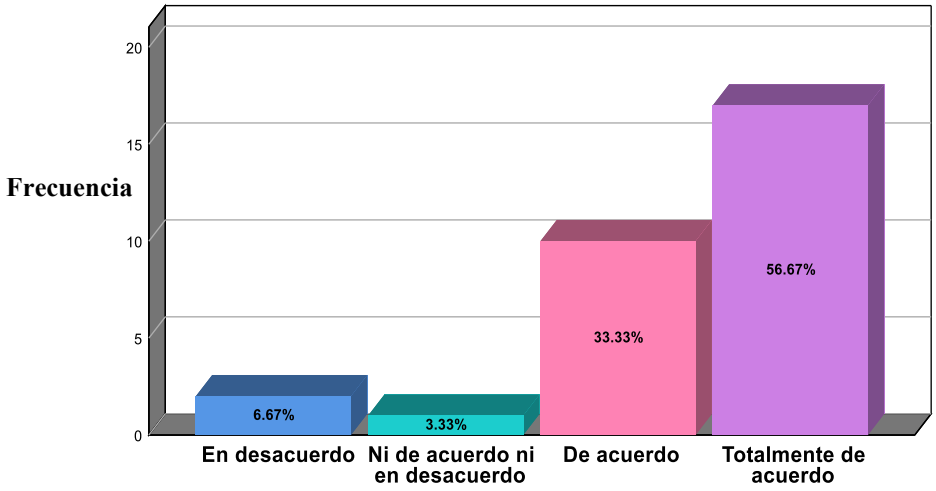
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	2	6.7	6.7	6.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	3.3	3.3	10.0
	De acuerdo	10	33.3	33.3	43.3
	Totalmente de acuerdo	17	56.7	56.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

Figura 92

Pregunta N°32

Considera Ud. fundamental la realización de actividades de turismo gastronómico (visitar restaurantes de renombre, recibir clases de cocina, visitar a productores y mercados locales, tours gastronómicos, visitar ferias y eventos gastronómicas, etc.) al visitar el distrito del Callao



Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

El 56.67% de los encuestados se muestra totalmente de acuerdo respecto a que es fundamental la realización de actividades de turismo gastronómico al visitar el distrito del Callao complementándose con el 33.33% que se muestra de acuerdo; seguido de un 6.67% que se muestra en desacuerdo; y un 3.33% que se mantiene neutral.

Tabla 42

Pregunta N°33

Considera Ud. necesario la creación de espacios de divulgación gastronómica (museos y centros de interpretación) en el distrito del Callao

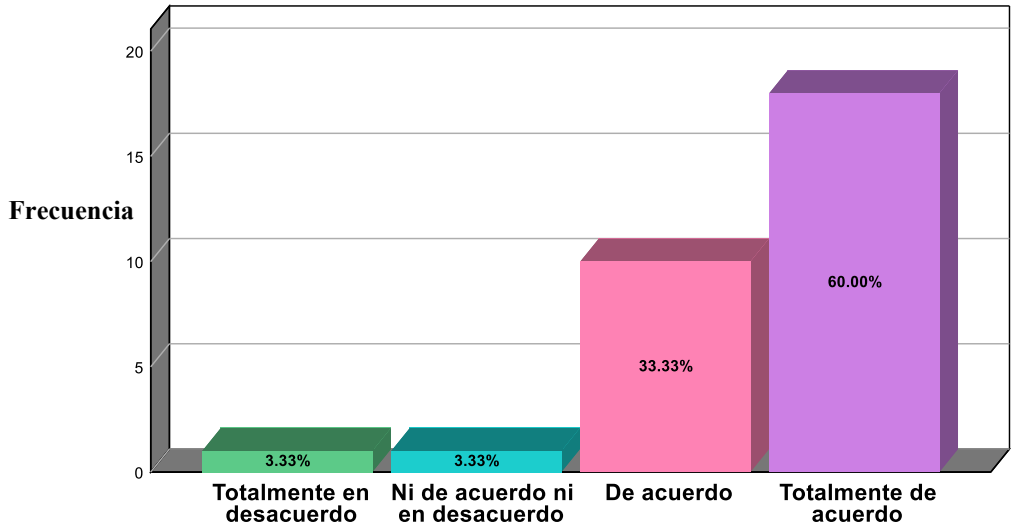
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	3.3	3.3	3.3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	3.3	3.3	6.7
	De acuerdo	10	33.3	33.3	40.0
	Totalmente de acuerdo	18	60.0	60.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

Figura 93

Pregunta N°33

Considera Ud. necesario la creación de espacios de divulgación gastronómica (museos y centros de interpretación) en el distrito del Callao



Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

El 60% de los encuestados se muestra totalmente de acuerdo respecto a que es necesario la creación de espacios de divulgación gastronómica en el distrito del Callao complementándose con

un 33.33% que se muestra de acuerdo; seguido tanto de un 3.33% que se mantiene neutral y otro 3.33% totalmente en desacuerdo.

Tabla 43

Pregunta N°34

Considera Ud. que existen suficientes instituciones educativas que promuevan la gastronomía en la Provincia Constitucional del Callao

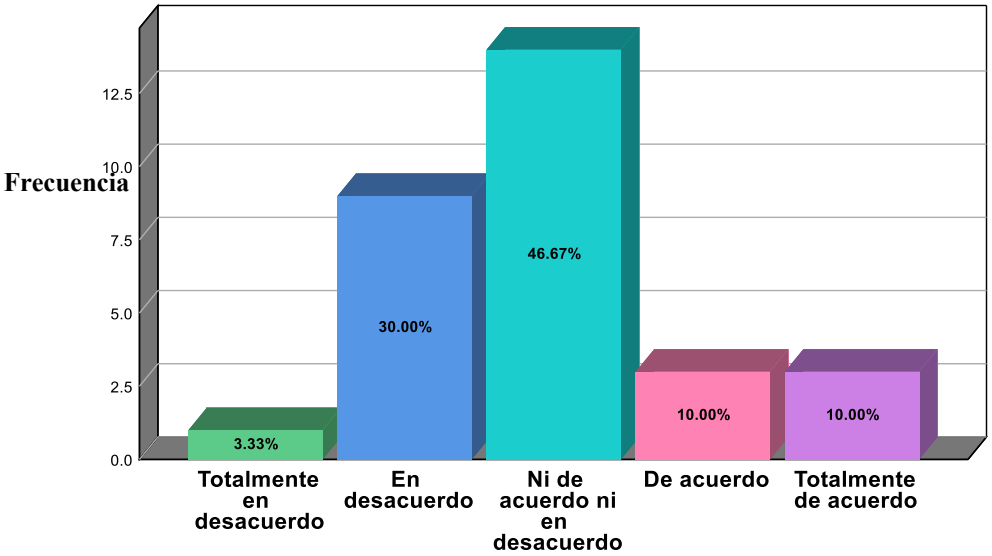
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	3.3	3.3	3.3
	En desacuerdo	9	30.0	30.0	33.3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	46.7	46.7	80.0
	De acuerdo	3	10.0	10.0	90.0
	Totalmente de acuerdo	3	10.0	10.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

Figura 94

Pregunta N°34

Considera Ud. que existen suficientes instituciones educativas que promuevan la gastronomía en la Provincia Constitucional del Callao.



Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

El 46.67% de los encuestados se muestra neutral respecto a la existencia de suficientes instituciones educativas que promueven la gastronomía en la Provincia Constitucional del Callao; seguido de un 30% en desacuerdo; un 10% de acuerdo; otro 10% totalmente de acuerdo; y por último un 3.33% totalmente en desacuerdo.

Tabla 44

Pregunta N°35

Considera Ud. que los establecimientos de AyB del distrito del Callao cuentan con profesionales calificados en gastronomía y turismo.

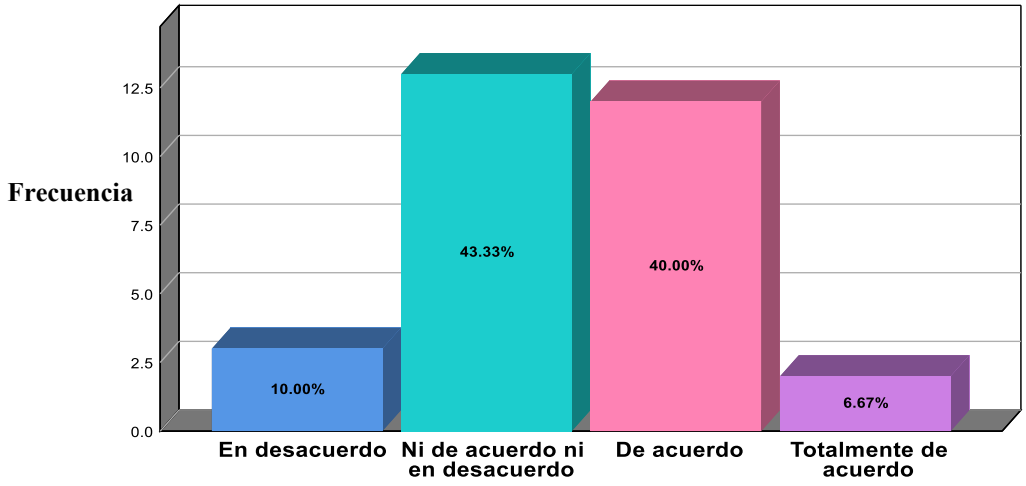
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	3	10.0	10.0	10.0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	43.3	43.3	53.3
	De acuerdo	12	40.0	40.0	93.3
	Totalmente de acuerdo	2	6.7	6.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

Figura 95

Pregunta N°35

Considera Ud. que existen suficientes instituciones educativas que promuevan la gastronomía en la Provincia Constitucional del Callao.



Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

El 43.33% de los encuestados se muestra neutral respecto a que los establecimientos de AyB del distrito del Callao cuentan con profesionales calificados en gastronomía y turismo; seguido de un 40% de acuerdo; un 10% en desacuerdo; y un 6.67% totalmente de acuerdo.

Tabla 45

Pregunta N°36

Considera Ud. necesario la realización de estudios de investigación de mercado para conocer el perfil del turista gastronómico que visita el distrito del Callao.

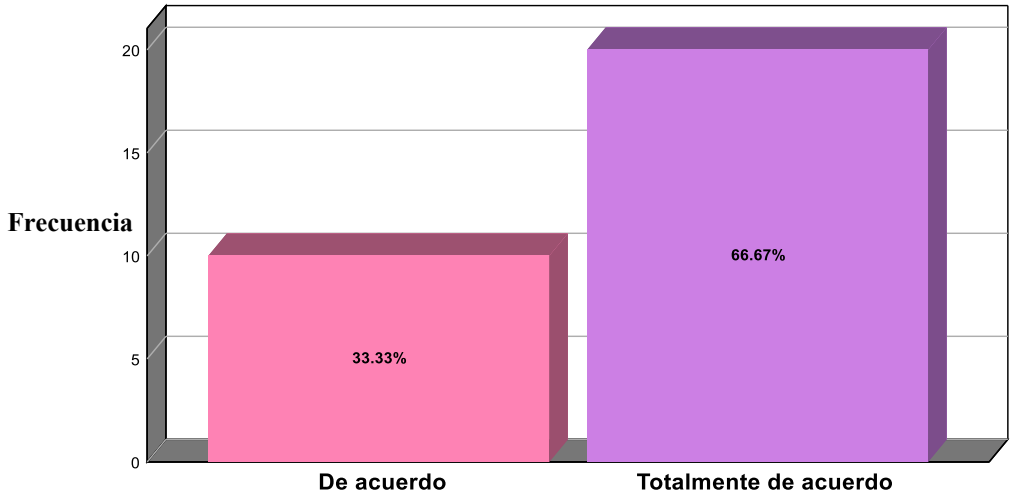
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	10	33.3	33.3	33.3
	Totalmente de acuerdo	20	66.7	66.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

Figura 96

Pregunta N°36

Considera Ud. necesario la realización de estudios de investigación de mercado para conocer el perfil del turista gastronómico que visita el distrito del Callao



Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

El 100% de los encuestados considera necesario la realización de estudios de investigación de mercado para conocer el perfil del turista gastronómico que visita el distrito del Callao con un 66.67% que se muestra totalmente de acuerdo y un 33.33% de acuerdo.

Tabla 46

Pregunta N°37

Considera Ud. que los reconocimientos que ha recibido la gastronomía peruana han incrementado el interés del visitante por realizar actividades de turismo gastronómico en el distrito del Callao.

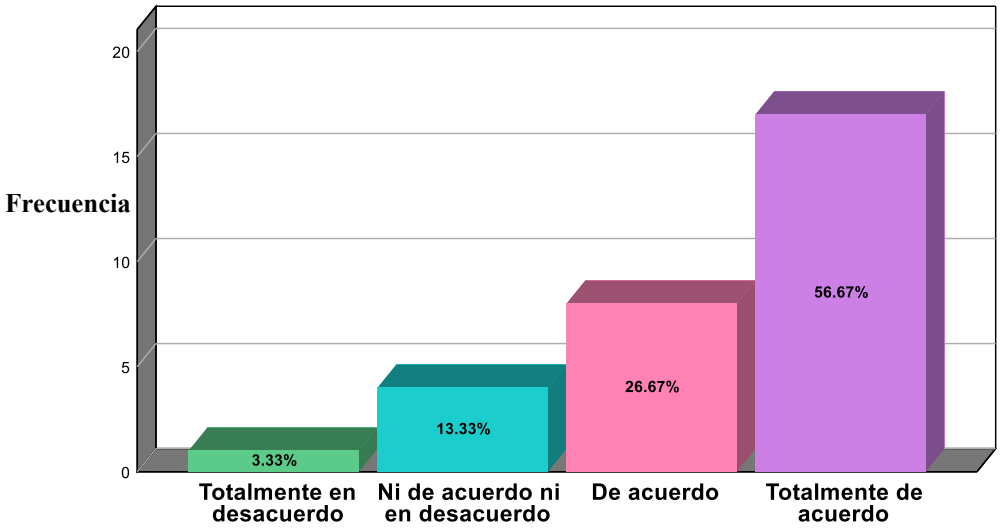
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	3.3	3.3	3.3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	13.3	13.3	16.7
	De acuerdo	8	26.7	26.7	43.3
	Totalmente de acuerdo	17	56.7	56.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

Figura 97

Pregunta N°37

Considera Ud. que los reconocimientos que ha recibido la gastronomía peruana han incrementado el interés del visitante por realizar actividades de turismo gastronómico en el distrito del Callao.



Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

El 56.67% de los encuestados se muestra totalmente de acuerdo respecto a que los reconocimientos que ha recibido la gastronomía peruana han incrementado el interés del visitante por realizar actividades de turismo gastronómico en el distrito del Callao; complementándose con un 26.67% que se muestra de acuerdo; seguido de un 13.33% que se mantiene neutral; y un 3.33% totalmente en desacuerdo.

Tabla 47

Pregunta N°38

Considera Ud. que la gastronomía es uno de los motivos principales de visita al distrito del Callao

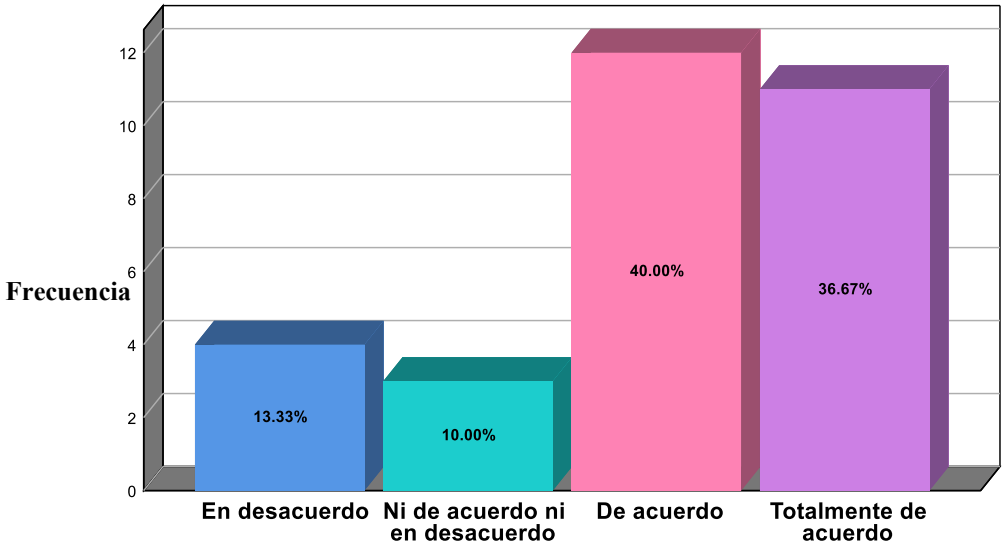
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	4	13.3	13.3	13.3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	10.0	10.0	23.3
	De acuerdo	12	40.0	40.0	63.3
	Totalmente de acuerdo	11	36.7	36.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

Figura 98

Pregunta N°38

Considera Ud. que la gastronomía es uno de los motivos principales de visita al distrito del Callao



Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

El 40% de los encuestados se muestra de acuerdo respecto a que la gastronomía es uno de los motivos principales de visita al distrito del Callao, seguido con un 36.67% que se muestra totalmente de acuerdo; seguido de un 13.33% en desacuerdo; y un 10% que se mantiene neutral.

Tabla 48

Pregunta N°39

Considera Ud. que actualmente existe una cantidad significativa de visitantes motivados por conocer la gastronomía del distrito del Callao

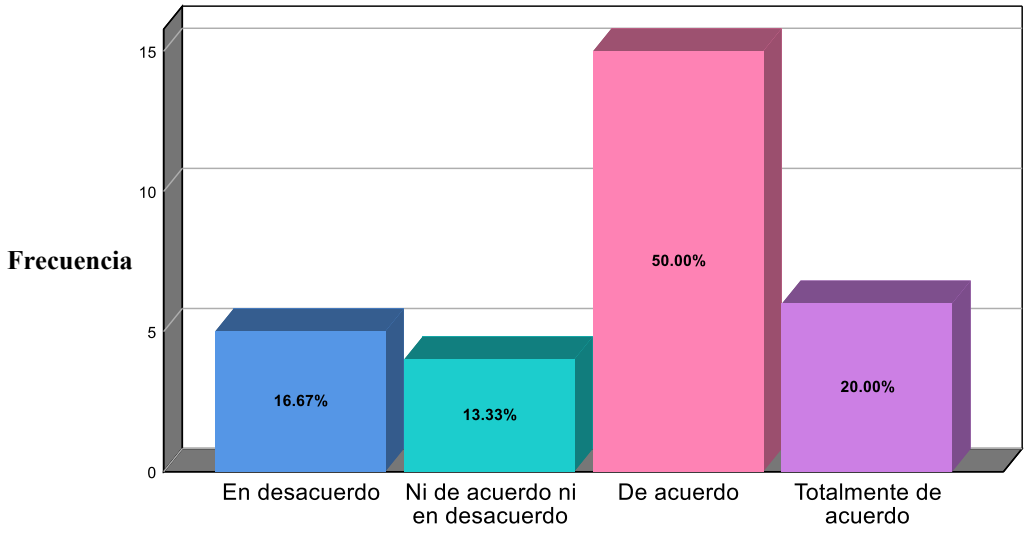
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	5	16.7	16.7	16.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	13.3	13.3	30.0
	De acuerdo	15	50.0	50.0	80.0
	Totalmente de acuerdo	6	20.0	20.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

Figura 99

Pregunta N°39

Considera Ud. que actualmente existe una cantidad significativa de visitantes motivados por conocer la gastronomía del distrito del Callao



Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

El 50% de los encuestados se muestra de acuerdo respecto a la existencia de una cantidad significativa de visitantes motivados por conocer la gastronomía del distrito del Callao

complementándose con un 20% totalmente de acuerdo; seguido de un 16.67% en desacuerdo; y por último un 13.33% se mantiene neutral.

Tabla 49

Pregunta N°40

Considera Ud. relevante conocer el grado de satisfacción de los visitantes motivados por la gastronomía del distrito del Callao

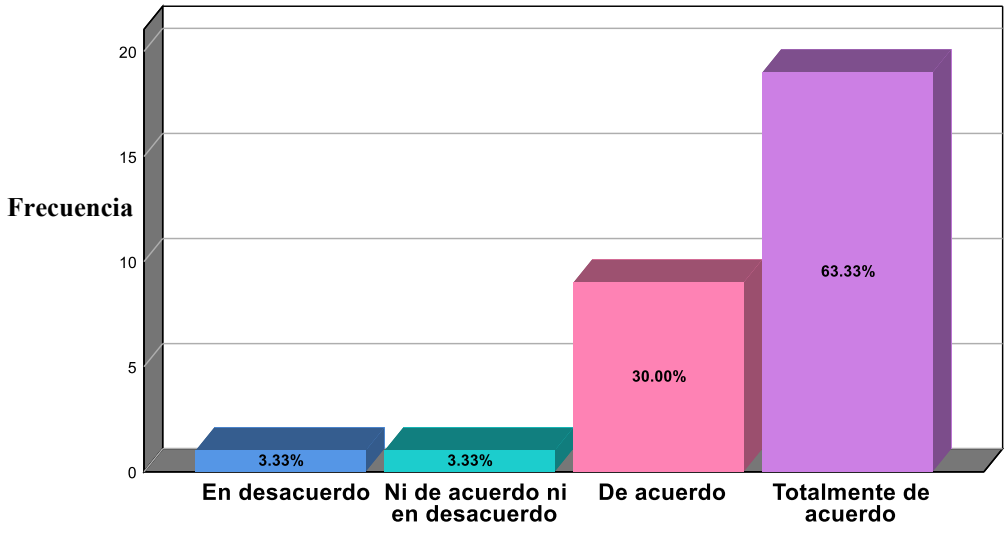
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	3.3	3.3	3.3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	3.3	3.3	6.7
	De acuerdo	9	30.0	30.0	36.7
	Totalmente de acuerdo	19	63.3	63.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

Figura 100

Pregunta N°40

Considera Ud. relevante conocer el grado de satisfacción de los visitantes motivados por la gastronomía del distrito del Callao



Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

El 63.33% de los encuestados se muestra totalmente de acuerdo respecto a que es relevante conocer el grado de satisfacción de los visitantes motivados por la gastronomía del distrito del Callao, complementándose con un 30% que se muestra de acuerdo; seguido de un 3.33% que se mantiene neutral; y otro 3.33% en desacuerdo.

Tabla 50

Pregunta N°41

Considera Ud. que los impactos del turismo gastronómico se reflejarían en la población a nivel económico, social y ambiental.

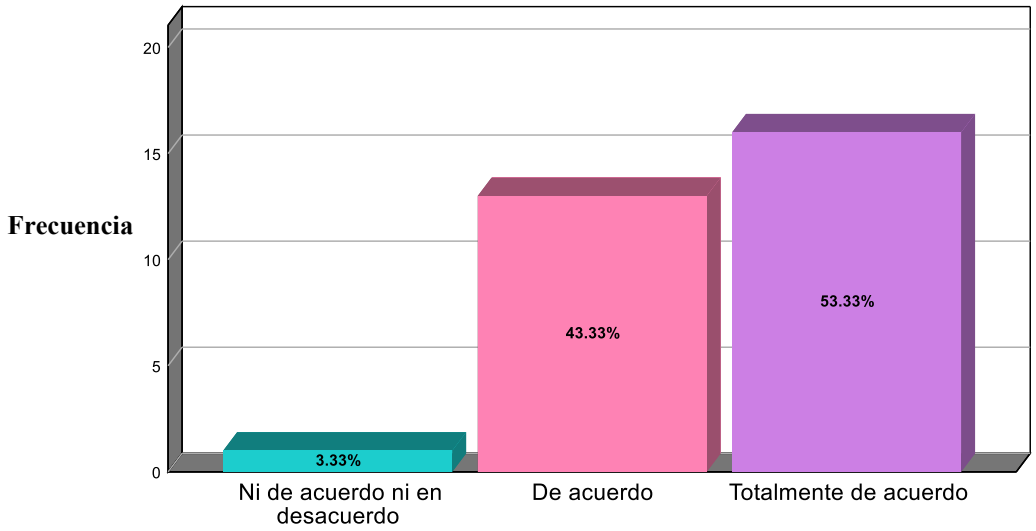
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	3.3	3.3	3.3
	De acuerdo	13	43.3	43.3	46.7
	Totalmente de acuerdo	16	53.3	53.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

Figura 101

Pregunta N°41

Considera Ud. que los impactos del turismo gastronómico se reflejarían en la población a nivel económico, social y ambiental.



Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

El 53.33% de los encuestados se muestra totalmente de acuerdo respecto a que los impactos del turismo gastronómico se reflejarían en la población a nivel económico, social y ambiental apoyado por un 43.33% que se muestra de acuerdo; y seguido de un 3.33% que se mantiene neutral.

Tabla 51

Pregunta N°42

Considera Ud. necesario desarrollar estrategias de comercialización y promoción para el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao.

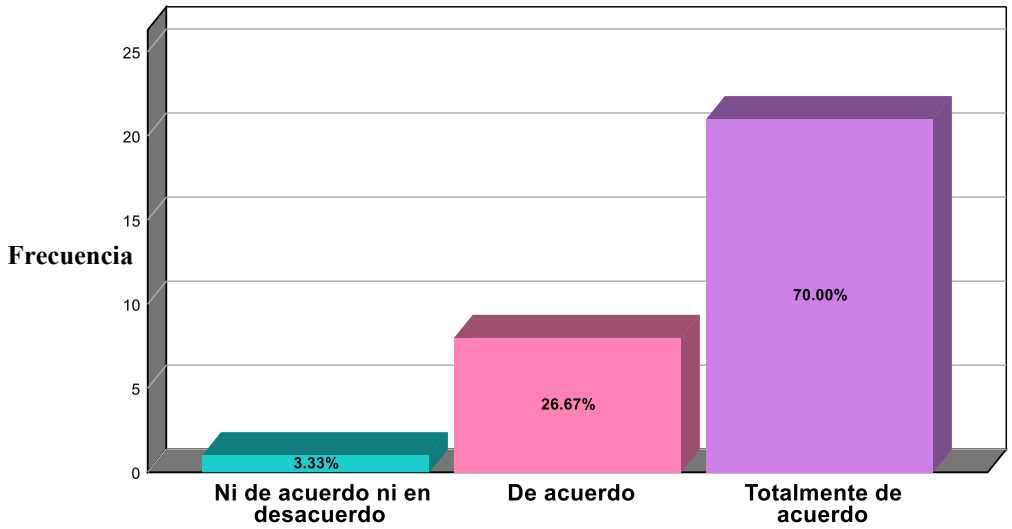
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	3.3	3.3	3.3
	De acuerdo	8	26.7	26.7	30.0
	Totalmente de acuerdo	21	70.0	70.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

Figura 102

Pregunta N°42

*Considera Ud. necesario desarrollar estrategias de comercialización y promoción para el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao***.**



Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

El 70% de los encuestados se muestra totalmente de acuerdo respecto a que es necesario desarrollar estrategias de comercialización y promoción para el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao; complementándose con un 26.67% que se muestra de acuerdo; seguido de un 3.33% que se mantiene neutral.

Tabla 52

Pregunta N°43

Considera Ud. que el uso de medios digitales para la difusión del distrito del Callao puede contribuir a posicionarlo como destino de turismo gastronómico.

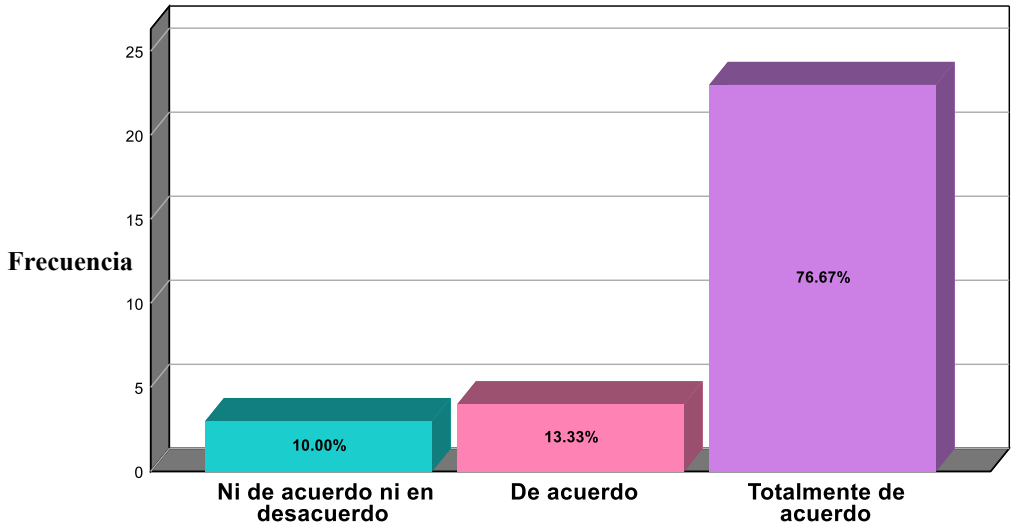
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	10.0	10.0	10.0
	De acuerdo	4	13.3	13.3	23.3
	Totalmente de acuerdo	23	76.7	76.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

Figura 103

Pregunta N°43

*Considera Ud. necesario desarrollar estrategias de comercialización y promoción para el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao***.**



Nota. Elaboración a partir de recolección de datos.

El 76.67% de los encuestados se muestra totalmente de acuerdo respecto a que el uso de medio digitales para la difusión del distrito del Callao puede contribuir a posicionarlo como destino de turismo gastronómico, complementándose con un 13.33% de acuerdo mientras que un 10% se mantiene neutro.

5.2 Prueba de hipótesis

Para la prueba de hipótesis se utilizó el coeficiente de correlación de Pearson, ya que de acuerdo con Hernández et al. (2014) permite evaluar la relación existente entre dos variables por medio de intervalos. A continuación, se muestran las escalas de interpretación a considerar del coeficiente de correlación de Pearson para la interpretación de los resultados obtenidos:

Tabla 53

Escalas de interpretación del coeficiente de correlación de Pearson

Coeficiente *r*	Interpretación
−0.90	Correlación negativa muy fuerte.
−0.75	Correlación negativa considerable.
−0.50	Correlación negativa media.
−0.25	Correlación negativa débil.
−0.10	Correlación negativa muy débil.
0.00	No existe correlación alguna entre las variables.
+0.10	Correlación positiva muy débil.
+0.25	Correlación positiva débil.
+0.50	Correlación positiva media.
+0.75	Correlación positiva considerable.
+0.90	Correlación positiva muy fuerte.
+1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Hernández et al. (2014)

5.2.1 Prueba de normalidad

La prueba de normalidad aplicada para la presente investigación fue la de Shapiro-Wilk que de acuerdo con Mohd y Bee (2011) se utiliza para muestras iguales o menores a 50 individuos.

Tabla 54

Prueba de Normalidad

Pruebas de normalidad			
		Shapiro-Wilk	
Planificación turística	.963	30	.378
Turismo Gastronómico	.965	30	.410

Fuente: Elaboración propia por medio del programa SPSS.

Como se observa en la tabla el valor de p(sig.) ≥ 0.05 indica que los datos presentan una distribución normal, por lo que se utilizará una prueba paramétrica para la contrastación de hipótesis en este caso por medio del coeficiente de correlación de Pearson.

5.2.2 Hipótesis General

I. Planteamiento de la hipótesis

Ho: La planificación turística no se relaciona significativamente con el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023.

Hi: La planificación turística se relaciona significativamente con el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023.

II. Regla para tomar la decisión estadística

Como regla para tomar la decisión estadística tenemos:

Si el valor p > 0.05, se aceptará la Hipótesis Nula (Ho)

Si el valor p < 0.05, se aceptará la Hipótesis Alterna (Hi)

III. Estadística de contraste de hipótesis

Se relacionaron las variables Planificación Turística y Turismo Gastronómico empleando el coeficiente Rho de Pearson.

Tabla 55

Correlación X-Y

Correlaciones

		Planificación Turística	Turismo Gastronómico
Planificación Turística	Correlación de Pearson	1	.742**
	Sig. (bilateral)		<.001
	N	30	30
Turismo Gastronómico	Correlación de Pearson	.742**	1
	Sig. (bilateral)	<.001	
	N	30	30

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia por medio del programa SPSS.

Como se observa en la Tabla Nº 54 el valor p (Sig.) = 0.001 < 0.05 y el coeficiente de correlación de Pearson (0.742) > 0. Por lo que, se acepta la Hipótesis Alternativa (Hi). Es decir, la planificación turística se relaciona significativamente con el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023. De esta manera, y de acuerdo con Hernández et al. (2014), existe una correlación positiva media muy cerca a considerable y se acepta la hipótesis general.

5.2.3 Hipótesis Específicas N°1

Ho: El entorno institucional no se relaciona significativamente con el desarrollo del turismo gastronómico.

Hi: El entorno institucional se relaciona significativamente con el desarrollo del turismo gastronómico.

Como regla para tomar la decisión estadística tenemos:

Si el valor p > 0.05, se aceptará la Hipótesis Nula (Ho)

Si el valor p < 0.05, se aceptará la Hipótesis Alternativa (Hi)

Tabla 56

Correlación X1 - Y

Correlaciones

		Entorno Institucional	Turismo Gastronómico
Entorno Institucional	Correlación de Pearson	1	.585**
	Sig. (bilateral)		<.001
	N	30	30
Turismo Gastronómico	Correlación de Pearson	.585**	1
	Sig. (bilateral)	<.001	
	N	30	30

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia por medio del programa SPSS.

Como se observa en la Tabla Nº 55 el valor p (Sig.) = 0.001 < 0.05 y el coeficiente de correlación de Pearson (0.585) > 0. Por lo que, se acepta la Hipótesis Alternativa (Hi). Es decir, el entorno institucional se relaciona significativamente con el desarrollo del turismo gastronómico

en el distrito del Callao, 2023. De esta manera, y de acuerdo con Hernández et al. (2014) existe una correlación positiva media y se acepta la hipótesis especifica.

5.2.4 Hipótesis Específica N°2

Ho: 1. El diagnóstico turístico no se relaciona significativamente con el desarrollo del turismo gastronómico.

Hi: El diagnóstico turístico se relaciona significativamente con el desarrollo del turismo gastronómico.

Como regla para tomar la decisión estadística tenemos:

Si el valor p > 0.05, se aceptará la Hipótesis Nula (Ho)

Si el valor p < 0.05, se aceptará la Hipótesis Alternativa (Hi)

Tabla 57

Correlación X2 - Y

Correlaciones

		Diagnóstico Turístico	Turismo Gastronómico
Diagnóstico Turístico	Correlación de Pearson	1	.766**
	Sig. (bilateral)		<.001
	N	30	30
Turismo Gastronómico	Correlación de Pearson	.766**	1
	Sig. (bilateral)	<.001	
	N	30	30

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia por medio del programa SPSS.

Como se observa en la Tabla Nº 56 el valor p (Sig.) = 0.001 < 0.05 y el coeficiente de correlación de Pearson (0.766) > 0. Por lo que, se acepta la Hipótesis Alternativa (Hi). Es decir, el

diagnóstico turístico se relaciona significativamente con el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023. De esta manera, y de acuerdo con Hernández et al. (2014) existe una correlación positiva considerable y se acepta la hipótesis especifica.

5.2.5 Hipótesis Específica N°3

Ho: El análisis estratégico no se relaciona significativamente con el desarrollo del turismo gastronómico.

Hi: El análisis estratégico se relaciona significativamente con el desarrollo del turismo gastronómico.

Como regla para tomar la decisión estadística tenemos:

Si el valor p > 0.05, se aceptará la Hipótesis Nula (Ho)

Si el valor p < 0.05, se aceptará la Hipótesis Alternativa (Hi)

Tabla 58

Correlación X3 - Y

Correlaciones

		Análisis Estratégico	Turismo Gastronómico
Análisis Estratégico	Correlación de Pearson	1	.524**
	Sig. (bilateral)		.003
	N	30	30
Turismo Gastronómico	Correlación de Pearson	.524**	1
	Sig. (bilateral)	.003	
	N	30	30

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia por medio del programa SPSS.

Como se observa en la Tabla Nº 57 el valor p (Sig.) = 0.003 < 0.05 y el coeficiente de correlación de Pearson (0.524) > 0. Por lo que, se acepta la Hipótesis Alternativa (Hi). Es decir, el Análisis Estratégico se relaciona significativamente con el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023. De esta manera, y de acuerdo con Hernández et al. (2014), existe una correlación positiva media y se acepta la hipótesis específica.

5.3 Discusión de los resultados

El objetivo general de la presente investigación es determinar la relación entre la planificación turística y el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023. De acuerdo con el MINCETUR (2023) la planificación turística es un proceso primordial que promueve el desarrollo del turismo y su incorporación en el sector económico, social, ambiental y cultural de la localidad. Así como, garantiza el mejor brindado de servicios turísticos que permiten una mayor satisfacción de la demanda, el fomento y generación de recursos para la formulación y ejecución de proyectos turísticos. Asimismo, Moreno (2017) señala que los turistas en su gran mayoría buscan visitar destinos bien planificados, y considera a la planificación como el instrumento más importante para lograr un desarrollo del turismo sostenible. Blanco (2019) menciona que la planificación turística es un proceso complejo al tener que comprender una variedad de conceptos, relaciones, intereses públicos y privados y el comportamiento del mercado para un desarrollo turístico óptimo y eficiente que considere las necesidades de la población local. Sin embargo, en la práctica muchas veces no se cuenta con una planificación turística debidamente atendida causado por la falta de profesionales y la carencia de recursos para el cumplimiento de sus funciones asignadas.

Al respecto, en la Tabla 54 se presenta el valor p = 0.001< 0.05, y como coeficiente de Pearson > 0 (0.742). En consecuencia, se acepta la hipótesis alternativa (Hi) lo que comprueba que

existe una correlación positiva media entre la planificación turística y el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao. Es decir, la planificación turística se relaciona significativamente con el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023. Esto se puede comprobar en los avances que ha realizado el gobierno local y los actores involucrados en materia de planificación turística en el Callao. Sin embargo, conforme a lo señalado en investigaciones anteriores, aún se carece de una planificación turística correctamente formulada y aplicada con un mayor enfoque en el turismo gastronómico necesario para llegar a un nivel alto de significancia entre las variables, considerando que el turismo gastronómico se ha desarrollo de manera dinámica en los últimos años.

El objetivo específico N°1 de la presente investigación es analizar la relación entre el entorno institucional y el desarrollo del turismo gastronómico. Según la Guía PDTL (2021), durante la fase de diseño del entorno institucional se establecen las bases organizativas y la estructura necesaria para dar inicio al proceso de elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local (PDTL), entendiéndose por entorno institucional al conjunto de condiciones y miembros presentes (actores públicos, privados, la sociedad civil organizada y la academia) que participan de forma directa o indirecta de la actividad turística en el destino. De acuerdo con Silke (2003, p. 57), la planificación turística es una de las tareas primordiales de la institucionalidad estatal turística, sin embargo, existen una serie de actores del sector privado que deben participar en esta labor fundamental. De igual manera, Teysseire (2019) señala como prioridad la participación activa y articulación intersectorial de todos los actores involucrados en el proceso de planificación que tome en cuenta los intereses conjuntos y genere aceptación social. Por consecuencia, de no contar con el soporte de los actores claves será inalcanzable la concretación de lo planificado ya que estos cuentan con las capacidades para su logro.

Al respecto, en la Tabla 55 se presenta el valor p = 0.001< 0.05, y como coeficiente de Pearson > 0 (0.585). En consecuencia, se acepta la hipótesis alternativa (Hi) lo que comprueba que existe una correlación positiva media entre el entorno institucional y el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao. Es decir, el entorno institucional se relaciona significativamente con el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023. Esto se ve reflejado en la conformación del equipo técnico de turismo para el PDTL del distrito del Callao, y la conformación de nuevas asociaciones turísticas y gastronómicas del Callao. Sin embargo, conforme lo señalado previamente por los autores, hace falta una mejor articulación y coordinación entre actores para el desarrollo de acciones conjuntas que permitan la ejecución del PDTL, lo que podría contribuir a mejorar la correlación de positiva media a considerable.

El objetivo específico N°2 de la presente investigación es analizar la relación entre el diagnóstico turístico y el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023. Según la Guía PDTL (2021), la fase de diagnóstico turístico se enfoca en analizar y comprender el entorno (político, económico, social, tecnológico y ecológico), asimismo, recoge, sistematiza y analiza la situación actual de los componentes clave del sector turismo (demanda, producto, facilidades para el turismo, promoción y comercialización; y gestión del turismo), para luego identificar y caracterizar las áreas de desarrollo turístico local, lo cual constituye la base para la toma de decisiones estratégicas adecuadas. De acuerdo con Medina y Rosado (2014), el turismo desde un enfoque sistémico puede medirse por medio de indicadores de los actores involucrados en turismo, desarrollo urbano, entorno socioeconómico, medio ambiente y turismo obteniéndose un diagnóstico cuya calidad dependerá de la calidad de información recolectada de los indicadores. Por otro lado, Fasabi (2014) realiza un diagnóstico mediante un análisis situacional del destino y

su demanda turística que le permitió determinar el ámbito de influencia de desarrollo turístico que sirvió para elaborar su propuesta de Plan Estratégico Turístico para el destino estudiado.

Al respecto, en la Tabla 56 se presenta el valor p = 0.001< 0.05, y como coeficiente de Pearson > 0 (0.766). En consecuencia, se acepta la hipótesis alternativa (Hi) lo que comprueba que existe una correlación positiva considerable entre el diagnóstico turístico y el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao. Es decir, el diagnóstico turístico se relaciona significativamente con el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023. Esto se puede comprobar en la identificación de recursos, productos y servicios gastronómicos que posee el distrito del Callao señalado en el PDTL (2023) en su fase de diagnóstico, así como lo realizaron los autores mencionados en sus investigaciones. No obstante, si bien existe un reconocimiento aún falta su puesta en valor y un diagnóstico específico del turismo gastronómico que permita su adecuada gestión por parte de las autoridades gubernamentales, que de desarrollarse permitirá establecer una correlación positiva muy fuerte entre el diagnostico turístico y el turismo gastronómico en el distrito del Callao.

El objetivo específico N°3 de la presente investigación es analizar la relación entre el análisis estratégico y el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023. Según la Guía PDTL (2021), la fase de análisis estratégico constituye un proceso de decisión en la cual se establece la misión, la visión, los objetivos estratégicos y estrategias vinculadas al PENTUR y PERTUR de la región que permitan el logro de las metas planteadas para el desarrollo turístico del destino. De acuerdo con Blanco (2019), el enfoque estratégico de la planificación turística contribuye a establecer una filosofía del destino con metas a mediano y largo plazo articulando el turismo con otros sectores para generar mayores beneficios mediante la diversificación de estrategias. Por otro lado, Granados (2000) señala que las municipalidades de no contar con los

lineamientos como la misión, visión, alianzas estratégicas y articulación entre actores perjudicaría el desarrollo y diversificación de la actividad turística. Adicionalmente, Fasabi (2014) en su propuesta de Plan Estratégico Turístico define la misión, visión, objetivos estratégicos, ejes estratégicos para el destino estudiado y los articula con los planes y políticas a nivel regional y nacional.

Al respecto, en la Tabla 57 se presenta el valor $p = 0.003 < 0.05$, y como coeficiente de Pearson > 0 (0.524). En consecuencia, se acepta la hipótesis alternativa (Hi) lo que comprueba que existe una correlación positiva media entre el análisis estratégico y el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao. Es decir, el análisis estratégico se relaciona significativamente con el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023. Esto se ve reflejado en la misión y visión del PDTL al considerarse el Callao, una ciudad turística gastronómica que se proyecta a ser un destino turístico con un enfoque integral que incluya a la gastronomía como uno de sus componentes principales para promover el desarrollo de una actividad turística sostenible. En consideración, de acuerdo con los autores mencionados, será necesario contar con un esfuerzo conjunto y continuo por parte de los actores involucrados para establecer al turismo gastronómico como un pilar fundamental del turismo en el Callao que permita plantear estrategias enfocadas a su desarrollo, estos esfuerzos contribuirán a mejorar la correlación de positiva media a considerable entre el análisis estratégico y turismo gastronómico.

CONCLUSIONES

Con la finalidad de ampliar la información existente de planificación turística en el ámbito del turismo gastronómico con base en los resultados obtenidos mediante la aplicación del instrumento de recolección de datos, se presentan las siguientes conclusiones:

1. Se determinó que la planificación turística se relaciona significativamente con el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao, comprobándose la hipótesis general, con una asociación de variables de 74.2% que establece una correlación positiva media. Esto se demostró en la percepción de la mayoría de los encuestados quienes reconocen el valor y la importancia del desarrollo del turismo gastronómico para el distrito del Callao, siendo necesaria su consideración en materia de planificación; sin embargo, se reconoce también una posición neutral por parte de la mayoría de los encuestados en cuanto a los resultados y aplicación de la planificación turística en el Callao. Ello se puede sustentar en el lento avance de ejecución de iniciativas de acuerdo con los tiempos de corte programado en el PDTL Callao 2023 – 2030, y la falta de trabajo articulado entre los actores involucrados en la actividad turística. Lo cual, es consistente con lo señalado por Silke (2003) quien menciona la importancia de que el gobierno otorgue un mayor énfasis a la planificación turística para aprovechar las oportunidades que el turismo ofrece. Siendo el turismo gastronómico una de ellas, que de acuerdo con la World Tourism Organization (2017) se está expandiendo rápidamente en el Perú en donde las empresas públicas como las privadas han identificado oportunidades únicas para distinguir a Perú de otros países. Lo que promueve la adopción del enfoque sostenible, propuesto por Blanco (2019), en la planificación turística futura de los

territorios que aproveche su vocación turística gastronómica para el distrito del Callao a través del desarrollo del turismo gastronómico.

2. Se analizó y comprobó que el entorno institucional se relaciona significativamente con el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao, comprobándose la primera hipótesis especifica, con una asociación de variables de 58.5% que establece una correlación positiva media. Esto se demostró en la percepción de la mayoría de los encuestados al identificarse como actores involucrados en la actividad turística con una posición neutral respecto a la gestión actual del turismo por parte de los organismos públicos. Sin embargo, es importante considerar la existencia de una minoría que no se considera involucrada con la actividad turística, lo cual se puede atribuir al desconocimiento de la cadena de valor del turismo y la falta de oferta académica relacionada con el sector turístico y gastronómico. Lo cual apoya lo señalado por Silke (2003) con respecto a la falta de mecanismos de comunicación y de intercambio como una de las mayores problemáticas que enfrentan los diferentes actores involucrados con el turismo, haciendo necesario profundizar las investigaciones que analicen la gestión de la actividad turística y promover actividades vinculantes entre el sector público, privado y la academia.
3. Se analizó y comprobó que el diagnóstico turístico se relaciona significativamente con el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao, comprobándose la segunda hipótesis especifica, con una asociación de variables de 76.6% que establece una correlación positiva considerable. Esto se confirma con el consenso de la mayoría de los encuestados al reconocer los impactos positivos del turismo a nivel económico y social; así como el potencial turístico con el que cuenta el distrito

del Callao, siendo el turismo gastronómico parte de ello y que se refleja en la apertura de la mayoría de los encuestados para incentivar el turismo gastronómico y la valoración de su cocina local. Sin embargo, se aprecia una posición neutral respecto al empleo de políticas y destinación de recursos en materia de infraestructura, promoción e información para el desarrollo del turismo. Lo que es coherente con los estudios de Rivera y Carpio (2018) en donde recomiendan no realizar el proceso de planificación turística enfocada únicamente en el componente territorial, siendo necesaria su vinculación con otros sectores económicos, instituciones, agentes políticos y comunidad local con la finalidad de ampliar los esfuerzos conjuntos para el logro de una correcta aplicación de la planificación y el desarrollo de planes de gestión en el sector turismo.

4. Se analizó y se comprobó que el análisis estratégico se relaciona significativamente con el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao, comprobándose la tercera hipótesis especifica, con una asociación de variables de 52.4% que establece una correlación positiva media. Lo cual se demostró mediante una posición neutra de la mayoría de los encuestados respecto a la articulación de políticas, planes, planteamiento de objetivos y estrategias para el desarrollo del turismo en el distrito del Callao, esto se debe en parte al desconocimiento y falta de difusión de los avances de ejecución de los instrumentos de gestión a cargo de la Municipalidad Provincial del Callao. Esto se apoya en lo señalado por Velasco (2011) con respecto a la necesidad de visibilizar las acciones y estrategias en planes de gestión para el logro de metas y objetivos. De esta manera se vuelve relevante

la difusión con transparencia de las iniciativas a desarrollar en favor de la actividad turística por parte de los organismos competentes.

Por otro lado, se reconoce que el distrito del Callao posee recursos naturales y culturales de valor, así como la existencia de recursos gastronómicos propios que pueden contribuir a la diversificación de la oferta turística actual. Lo cual es consistente con lo señalado por la UNWTO (2017), al afirmar que el turismo gastronómico representa una oportunidad para revitalizar y diversificar constantemente el turismo, promover el desarrollo económico local, involucrar a diversos sectores profesionales y aportar nuevos usos al sector primario. En ese sentido, la presente investigación deja por sentado la necesidad de ampliar el conocimiento en materia de turismo gastronómico mediante la investigación científica con el fin de un mejor entendimiento y aprovechamiento de la oportunidad que significa para nuestro país.

RECOMENDACIONES

1. Es necesario considerar una planificación turística real, integral y sostenible, que haga visible las problemáticas encontradas en un determinado tiempo y territorio, como lo viene a ser el distrito del Callao para la presente investigación. De esta manera, se podrá definir acciones estratégicas realizables en plazos fijos visibles en un Plan de Acción, considerando los recursos disponibles y las capacidades del ente gestor para el logro de objetivos establecidos de manera eficiente, contando con una evaluación y monitoreo constante del avance y ejecución de las acciones estratégicas.

   Así mismo, se requiere considerar a la diversificación de la oferta turística como parte de las estrategias de planificación turística en los destinos turísticos, esta diversificación se debe visualizar en planes de gestión en base a los diferentes tipos de turismo que se realizan y a la vocación turística del destino. En el caso del distrito del Callao, se cuenta con un gran potencial de recursos y servicios gastronómicos, lo que hace visible la oportunidad de desarrollo del turismo gastronómico. Para ello es necesario una gestión adecuada y articulación entre los miembros de la cadena de valor del turismo gastronómico con un enfoque integral para el brindado de un servicio de calidad que logre la satisfacción del visitante y permita la consolidación del distrito del Callao como destino gastronómico. Como contribución, se recomienda actualizar el inventario de recursos turísticos con los platos típicos del distrito del Callao pertenecientes al tipo Gastronomía en la categoría de Folclore como los señalados en el Anexo 5.

2. Se recomienda una mejor organización entre los miembros del equipo técnico de turismo del Callao, manteniendo canales de comunicación activos y estableciendo reuniones periódicas de trabajo que considere el beneficio común de la población, desarrollo de la actividad turística y turismo gastronómico. Así mismo, se requiere contar con más profesionales de turismo en el equipo técnico del PDTL del distrito del Callao y en las instituciones gubernamentales que cuenten con áreas gestoras de la actividad turística. De igual manera, es necesario fomentar la participación de la academia y su oferta educativa en materia turística y gastronómica. En ese mismo sentido, es fundamental involucrar a los actores del sector privado a través de los gremios turísticos que forman parte del dinamismo turístico y gastronómico del Callao, promoviendo una gestión articulada, inclusiva y sostenible.
3. Se recomienda poner en valor los recursos gastronómicos con el fin de ofertarlos al visitante mediante la creación de productos turísticos gastronómicos, rutas, corredores y circuitos culinarios, apoyados en plataformas digitales de promoción y comercialización. De igual manera, resulta necesario gestionar procedimientos de mejora tanto en la infraestructura como en la estructura turística, que permitan optimizar la calidad del servicio y cumplir con las expectativas de los visitantes al distrito del Callao. En complemento a ello, es fundamental analizar la demanda de turismo gastronómico del Callao para identificar sus preferencias, motivaciones y percepciones, a fin de diseñar productos y servicios turísticos en base a sus necesidades específicas.
4. Se recomienda enfocar la toma de decisiones a nivel de planificación y posterior ejecución teniendo en cuenta la misión, la visión y la vocación del destino

establecida en el PDTL del distrito del Callao. De igual manera, las acciones estratégicas planteadas deben estar alineadas a las políticas y planes institucionales a nivel local, regional y nacional. Por último, es necesario fomentar acciones estratégicas específicas que promuevan el desarrollo del turismo gastronómico sostenible debido al alto potencial y cantidad de recursos gastronómicos que posee el distrito del Callao. Estas acciones deben contar con un enfoque integral, en el que la gastronomía se articule de manera coherente con otras bondades turísticas del Callao, tales como su patrimonio histórico, riqueza cultural, identidad portuaria y atractivos naturales, a fin de consolidar una oferta turística más diversa y competitiva.

REFERENCIAS

Agencia Peruana de Noticias. (2016, Julio 22). *Callao tendrá su "Ruta del Sabor" para promover turismo gastronómico*. Andina.pe: https://andina.pe/agencia/noticia-callao-tendra-su-ruta-del-sabor-para-promover-turismo-gastronomico-622277.aspx

Agencia Peruana de Noticias. (2023, abril 22). *Callao celebra 166 aniversario con feria de turismo, artesania y gatronomía*. Andina.pe: https://andina.pe/agencia/noticia-callao-celebra-166-aniversario-feria-turismo-artesania-y-gastronomia-937506.aspx

Albuquerque Meneguel, C. R., & Rivera Mateos, M. (2021). Perspectivas atuais do turismo gastronômico de acordo com as contribuições do Congreso Científico-Profissional Internacional do Turismo Cultural. *PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review, 10*(3), 114-139. https://doi.org/https://doi.org/10.5585/podium.v10i3.17717

Álvarez Meneses, T. (2013). La planificación turística: un aspecto clave para el desarrollo sostenible y regional de Boyacá. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación, 3*(2), 101-110. https://doi.org/https://doi.org/10.19053/20278306.2169

Ander-Egg, E. (2007). *Introducción a la planificación estratégica.* Buenos Aires, Argentina: Grupo Editorial Lumen.

Andina. (2021). Puerto del Callao ocupó segundo lugar en conectividad marítima en el Pacífico. *Andina*, 1.

Antitupa Yarihuaman, A., & Vargas Granilla, L. (2017). *Cultura turística y su contribución al desarrollo turístico en la ciudad de Puerto Maldonado 2015.* Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, Facultad de Ecoturismo. http://repositorio.unamad.edu.pe/handle/UNAMAD/226

Apega. (2009). *El boom de la gastronomía peruana: Su impacto económico y social.* Lima, Perú: Arellano Marketing. https://www.gastronomiaycia.com/wp-content/uploads/2013/09/boom_gastronomia_peruana.pdf

Arias, F. G. (2012). *El Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica* (Sexta ed.). Caracas, Venezuela: Editorial Episteme. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://abacoenred.org/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf-1.pdf

Armijo, M. (2011). *Planificación estratégica e indicadores de desempeño en el sector público.* Santiago de Chile, Chile: CEPAL. https://hdl.handle.net/11362/5509

Ballesteros Mejía, M. A. (2021). El rescate de los ingredientes patrimoniales colombianos por medio del turismo gastronómico. *Sosquua, 2*(2), 23-32. https://doi.org/https://doi.org/10.52948/sosquua.v2i2.145

Barreto Noriega, S., Collantes Odar, I., Garland Ponce, M., & Rodríguez Guzmán, E. (2017). *Planeamiento Estratégico para el Sector Turismo en el Perú.* Santiago de Surco: Pontificia Universidad Católica del Perú. http://hdl.handle.net/20.500.12404/8256

Bejerano González, F. (2011, Agosto). Proceso de planificación: Niveles de concreción (plan, programa, proyecto), fases. *Publicaciones Didácticas*(16), 134-145. https://core.ac.uk/download/pdf/235865895.pdf

Blanco López, P. (2019, Julio 15). Planificación del desarrollo turístico. Una propuesta metodológica. *Administración y Organizaciones, 22*(42), 39-52. https://doi.org/https://doi.org/10.24275//uam/xoc/dcsh/rayo/2019v22n42/Blanco

Calderón Torres, A., Calderón Tumi, J. A., Saavedra Pinazo, M. A., & Cutipa Añamuro, G. (2022). Gestión de políticas públicas de la comunicación para el desarrollo del turismo en Puno. *Comuni@cción: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo, 13*(4), 253–261. https://doi.org/https://doi.org/10.33595/2226-1478.13.4.733

Campos-Quezada, A. R., & Castillo-Ortiz, I. (2024). La sostenibilidad en los estudios del turismo gastronómico: una revisión sistemática de literatura. *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 22*(3), 595-614. https://doi.org/https://doi.org/10.25145/j.pasos.2024.22.039

Carreño Farfán, D. (2015). EL TURISMO GASTRONÓMICO EN LIMA METROPOLITANA: DIAGNÓSTICO DE LA OFERTA Y LA DEMANDA. *Gestión en el Tercer Milenio, Rev. de Investigación de la Fac. de Ciencias Administrativas, UNMSM*. https://doi.org/https://doi.org/10.15381/gtm.v18i35.11716

Castillo Carbajal, J. J. (2015). *Nivel de cultura turística de los residentes de la ciudad de Puno en la percepción del turista extranjero.* Universidad Nacional del Altiplano, Puno. http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/7623

Castro Rivera, T., León-Gambetta Martín-Arranz, Á., Saavedra Castillo, C., & Tregear Targarona, L. (2017). *Plan de Marketing de Turismo Gastronómico en Lima para Chile y Ecuador.* Santiago de Surco: Pontificia Universidad Católica del Perú. http://hdl.handle.net/20.500.12404/8279

Castro Yaipén, C. W. (2019). *La gestión municipal y su impacto en el turismo gastronómico y artesanal del distrito de Monsefú.* Chiclayo: Universidad César Vallejo. https://hdl.handle.net/20.500.12692/39999

Cayotopa Ylatoma, C. (2018). Modelo de gestión turística municipal integrada y participativa para el fortalecimiento de la oferta turística cultural. *UCV-HACER. Revista de Investigación y Cultura*, 77-87. https://doi.org/https://doi.org/10.18050/RevUCVHACER.v7n3a8

CEPAL. (2006). *Revalorización de la planificación del desarrollo.* (L. Lira, Ed.) Santiago de Chile, Chile: Naciones Unidas. https://hdl.handle.net/11362/7316

CEPLAN. (2021). *Informe de análisis prospectivo 2021 - 2050.* Lima, Perú: Centro Nacional de Planeamiento Estratégico. https://observatorio.ceplan.gob.pe/publicacion/detalle/6

CEPLAN. (2023). *Plan Estratégico de Desarrollo Nacional (PEDN).* Lima: Centro Nacional de Planeamiento Estratégico. https://www.gob.pe/institucion/ceplan/informes-publicaciones/4637571-peru-plan-estrategico-de-desarrollo-nacional-al-2050

CEPLAN. (2024). *Memoria Institucional Ceplan 2023.* Lima: Centro Nacional de Planeamiento Estratégico-Ceplan. https://www.gob.pe/institucion/ceplan/informes-publicaciones/5403124-memoria-institucional-ceplan-2023

Cerezo Medina, A. (2020). *Introducción al turismo y la gastronomía.* Málaga, España: Universidad de Málaga. https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/19643

Chiavenato, I., & Sapiro, A. (2017). *Planeación Estratégica: Fundamentos y aplicaciones* (Tercera ed.). Mexico D.F., México: Mc Graw-Hill Interamericana Editores. https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/911563/127-Planeacion-estrategica-fundametos-chiavenato-idalberto.pdf

Chuecas Gatty, L. C. (2020). *La oferta turística y el turismo gastronómico como herramienta de diferenciación del destino turístico de Iquitos, Loreto, Perú - 2020.* Lima: Universidad de San Martín de Porres. https://hdl.handle.net/20.500.12727/7764

Congreso de la República. (2025). LEY Nº 32392, Nueva Ley General de Turismo. *Nueva Ley General de Turismo* (p. 20). Lima: Diario Oficial El Peruano. https://busquedas.elperuano.pe/dispositivo/NL/2413694-1

Congreso de la República. (2025). Nueva Ley General de Turismo. *Ley 32392: Nueva Ley General de Turismo.* Lima: El Peruano. https://www.gob.pe/institucion/uicet/informes-publicaciones/6972419-ley-32392-nueva-ley-general-de-turismo

Destinos del Perú, Cooperación Suiza - SECO. (2014). *Conceptos básicos para la gestión de destinos turísticos.* Lima, Perú: Fundación Suiza de Cooperación para el Desarrollo Técnico. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://cooperacionsuiza.pe/wp-content/uploads/2019/06/conceptos_basicos.pdf

Diario Oficial El Peruano. (2022, enero 27). Ordenanza Regional N°12. *Diario oficial El Peruano*, pp. 68-69. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2788859/Ordenanza%20Regional%20que%20declara%20al%20turismo%20como%20estrategia%20de%20ordenanza.pdf?v=1643293300

Díaz Chaparro, A., & Machado, R. (2016). La formación en cultura turística en instituciones educativas: Un aporte del Programa "Colegios Amigos del Turismo" en Colombia. *Turismo y Sociedad*, 49-71. https://doi.org/https://doi.org/10.18601/01207555.n19.04

DO, T. (2021). *Gastronomy Tourism in the Central Region of Viet Nam: Case Study from the Three Biggest Tourist Hubs of the Region - Thua Thien Hue, Da Nang and Khanh Hoa.* Beppu: Ritsumeikan Asia Pacific University. https://doi.org/https://doi.org/10.34382/00015227

El Peruano. (2023, Agosto 27). El Perú recibe 4 premios World Travel Awards y reafirma su excelencia turística en Sudamérica. *El Peruano*. https://www.elperuano.pe/noticia/221635-el-peru-recibe-4-premios-world-travel-awards-y-reafirma-su-excelencia-turistica-en-sudamerica#:~:text=Premios%20y%20m%C3%A1s&text=Esto%20ha%20dado%20como%20resultado,Mejor%20Destino%20Culinario%20de%20Sudam%C3%A9ric

El Peruano. (16 de febrerro de 2023). INEI: Actividad económica del Perú creció 2.7% durante el 2022. https://www.elperuano.pe/noticia/204681-inei-actividad-economica-del-peru-crecio-27-durante-el-2022

Ellis, A., Park, E., Kim, S., & Yeoman, I. (2018, Octubre). What is food tourism? *Tourism Management*, 250-263. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.03.025

Enciclopedia Significados. (n.d.). *Gastronomía*. Retrieved enero 26, 2025, from Enciclopedia Significados: https://www.significados.com/gastronomia/

Fasabi Huamán, K. I. (2014). *Formulación de un Plan Estratégico Turístico para el distrito de San Jerónimo de Surco que fomente su Desarrollo Turístico Sostenible.* Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos. https://hdl.handle.net/20.500.12672/3486

Gajié, M. (2015, Abril). Gastronomic Tourism - A way of tourism in growth. *Quaestus*(6), 155-166. https://www.proquest.com/openview/827b72781ec2aac10ad27a50a8532847/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2040113

Gestión. (21 de junio de 2023). Central es reconocido como el mejor restaurante del mundo: The World's 50 Best. *Gestión*. https://gestion.pe/economia/empresas/central-en-lo-mas-alto-restaurante-es-reconocido-como-el-mejor-del-mundo-50-worlds-best-cocina-peruana-gastronomia-noticia/?ref=gesr

Gheorghe, G., Tudorache, P., & Nistoreanu, P. (2014). Gastronomic Tourism, a new trend for contemporary tourism?? *Cactus Tourism Journal, 9*, 12-21. http://www.cactus-journal-of-tourism.ase.ro/Pdf/vol9/nistorescu.pdf

Gliem, J. A., & Gliem, R. R. (2003, Octubre). Calculating, interpreting, and reporting Cronbach's alpha reliability coefficient for Likert-type scales. *Midwest research-to-practice conference in adult, continuing, and community education, 1*, 82-87. https://scholarworks.indianapolis.iu.edu/items/63734e75-1604-45b6-aed8-40dddd7036ee

GlobalData. (2018, Setiembre). *Key trends in culinary tourism: Insight into the key trends in culinary tourism, the profile of culinary travelers and what the future holds for the industry.* (K. Boutsioukou, Ed.) Global Data Web Site: https://www.globaldata.com/store/report/key-trends-in-culinary-tourism-insight-into-the-key-trends-in-culinary-tourism-the-profile-of-culinary-travelers-and-what-the-future-holds-for-the-industry/

Gobierno Regional del Callao. (2021). *Enciclopedia General del Callao.* Callao: Gobierno Regional del Callao.

Gobierno Regional del Callao. (2021). *Enciclopedia General del Callao.* Callao, Perú: Gobierno Regional del Callao. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2606572/Enciclopedia%20General%20del%20Callao%20-%20Digital.pdf

Gobierno Regional del Callao. (2021, noviembre 26). *Gobierno Regional del Callao.* Gob.pe: https://www.gob.pe/institucion/regioncallao/informes-publicaciones/2575469-plan-estrategico-regional-de-turismo-del-callao-al-2030

Gobierno Regional del Callao. (2021). *Plan Estratégico Regional de Turismo del Callao (2021-2030).* Callao, Perú: Gobierno Regional del Callao. https://www.gob.pe/institucion/regioncallao/informes-publicaciones/2575469-plan-estrategico-regional-de-turismo-del-callao-al-2030

Gobierno Regional del Callao. (2023, junio 06). *"Callao aspira a convertirse en la capital del ceviche del Perú"*. Gob.pe: https://www.gob.pe/institucion/regioncallao/noticias/774082-callao-aspira-a-convertirse-en-la-capital-del-ceviche-del-peru

Gobierno Regional del Callao. (2023, junio 06). *Callao aspira a convertirse en la capital del ceviche del Perú*. Gob.pe: https://www.gob.pe/institucion/regioncallao/noticias/774082-callao-aspira-a-convertirse-en-la-capital-del-ceviche-del-peru

Gobierno Regional del Callao. (2023, junio 28). *Gobierno Regional del Callao rinde tributo al Día Nacional del Cebiche en la Fortaleza Real Felipe*. Gob.pe: https://www.gob.pe/institucion/regioncallao/noticias/789783-gobierno-regional-del-callao-rinde-tributo-al-dia-nacional-del-cebiche-en-la-fortaleza-real-felipe

Gobierno Regional del Callao. (2024, Enero 14). *Turismo en el Callao*. Gastronomía en el Callao: https://www.gob.pe/15313-turismo-en-el-callao-gastronomia-en-el-callao

González Herrera, M. R. (2014). Cultura turística de la población anfitriona residente en destinos urbanos. Análisis y reflexión teórica. *Temas Latinoamericanos en turismo: planificación, ciudades, economía y cultura*, 14-50. https://www.researchgate.net/publication/270905000_Cultura_turistica_de_la_poblacion_anfitriona_residente_en_destinos_urbanos

Granados Maguiño, M. (2000). ROL DE LOS MUNICIPIOS EN EL DESARROLLO DEL TURISMO. *Gestión en el Tercer Milenio, 3*(6), 51-72. https://doi.org/https://doi.org/10.15381/gtm.v3i6.10472

Guardia, S. B. (2020). *Gastronomía Peruana. Patrimonio Cultural de la Humanidad.* Lima, Perú: Universidad de San Martin de Porres. https://catedraunesco.usmp.edu.pe/wp-content/uploads/2020/11/gp-patrimonio-cultural-humanidad-294.pdf

Guardiola Wiscovitch, H. J. (2018). *La sostenibilidad del turismo gastronómico y la implementación de un plan acertado para los pueblos de Cabo Rojo y Lajas, Puerto Rico.* Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología. Lima: Universidad de San Martín de Porres. https://hdl.handle.net/20.500.12727/3938

Hall, M., & Jenkins, J. M. (2010). *Politics and tourism - Interdependency and implications in understanding change. Tourism and Political Change.* (W. Suntikul, & R. Butler, Eds.) Oxford, Reino Unido: Goodfellow Publishers. https://perpus.univpancasila.ac.id/repository/EBUPT180275.pdf#page=18

Hayes, B. E. (2002). *Cómo medir la satisfacción del cliente: desarrollo y utilización de cuestionarios.* Barcelona: Grupo Planeta (GBS).

Hernández Morales, Á. (2019). *Esquema para evaluación de la satisfacción del turismo gastronómico. Caso: Turismo Interno en México.* San Nicolás de los Garza: Universidad Autónoma de Nuevo León. http://eprints.uanl.mx/19660/1/1080314251.pdf

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). México D.F, México: Mc Graw Hill. https://www.esup.edu.pe/wp-

content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf

Hwang, J., Kim, S. S., Choe, J. J., & Chung, C.-H. (2018). Exploration of the successful glocalization of ethnic food: a case of Korean food. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 30*(12), 3656-3676. https://doi.org/https://doi.org/10.1108/IJCHM-07-2017-0452

Ilustración Peruana Caretas. (2025, marzo 03). *Caretas Gastronomía*. Sabores del mar: choritos a la chalaca: https://caretas.pe/ellosellas/gastronomia/sabores-del-mar-choritos-a-la-chalaca/

INEI. (2017). *Resultados Definitivos de los Censos Nacionales 2017.* (I. N. Informática, Ed.) Provincia Constitucional del Callao Resultados Definitivos: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1580/

INEI. (2022). *Perú: Evolución de los Indicadores de Empleo e Ingreso por departamento, 2007-2021.* Lima: Instituto Nacional de Estadística e Informática. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1870/libro.pdf

INEI. (2024). *Demografía empresarial en el Perú: I Trimestre de 2024.* Lima: Instituto Nacional de Estadística e Informática. https://www.gob.pe/institucion/inei/informes-publicaciones/5647064-demografia-empresarial-en-el-peru-i-trimestre-2024

INEI. (2024, Agosto). *Encuesta Mensual del Sector Servicios Junio 2024.* (I. N. Informática, Ed.) Gob.pe: https://www.gob.pe/institucion/inei/informes-publicaciones/5899493-boletin-del-sector-servicios-n-8-agosto-2024

Infobae. (2025, Mayo 21). *Capacitarán a emprendedores chalacos para que brinden mejor servicio a turistas que visiten el primer puerto*. Infobae.com: https://www.infobae.com/peru/2025/05/21/capacitaran-a-emprendedores-chalacos-para-que-brinden-mejor-servicio-a-turistas-que-visiten-el-primer-puerto/

Inga-Aguagallo, C. F., Avilés-Peñafiel, C. E., & Garrido-Patrel, A. M. (2021). Saberes ancestrales alimentarios y desarrollo del turismo gastronómico en el Cantón Cañar. *Polo del Conocimiento, 6*(9), 1679-1691. https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/3133

Instituto Nacional de Cultura. (2007, Octubre 26). Resolucion Directoral Nacional N° 1362/INC. *Resolucion Directoral Nacional N° 1362/INC* (p. 2). Lima: Instituto Nacional de Cultura. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://administrativos.cultura.gob.pe/intranet/dpcn/anexos/34_1.pdf?537999

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2025). *Perú: Indicadores de Gestión Municipal 2024.* Lima, Perú: Instituto Nacional de Estadística e Informática. https://www.gob.pe/institucion/inei/informes-publicaciones/6419443-peru-indicadores-de-gestion-municipal-2024

Instituto Nacional de Planificación. (1991). *Apuntes para un plan de desarrollo a mediano plazo.* Lima, Peru: Instituto Nacional de Planificación.

Ivars-Baidal, J. A., & Vera Rebollo, J. F. (2019). Planificación turística en España. De los paradigmas tradicionales a los nuevos enfoques. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, 82, 2765*, 1–31. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21138/bage.2765

Leal Londoño, M. (2013). *Turismo gastronómico y desarrollo local en Cataluña: El abastecimiento y comercialización de los productos alimenticios.* Barcelona: Universitat de Barcelona. https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/46606/2/02.MPLL_2de3.pdf

Lee, K.-H., Packer, J., & Noel Scott. (2015). Travel lifestyle preferences and destination activity choices of Slow Food members and nonmembers. *Tourism Managemen, 6*(46), 1-10. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.05.008

Lima Airport Partners. (2018, Enero). *Resumen Ejecutivo Modificación del Estudio de Impacto Ambiental Aeropuerto Internacional Jorge Chávez.* Senace.gob.pe: https://www.idbinvest.org/sites/default/files/2021-06/MEIA%20Aeropuerto%20de%20Lima%20-%20Cap%2001.0%20Resumen%20Ejecutivo.pdf

Lima Airport Partners. (2025, Mayo 30). *Se inaugura el aeropuerto Jorge Chávez que conectará al país con el mundo*. Lima Airport: https://www.lima-airport.com/comunicados/noticias/326

Madrid Flores, F. (2009, Octubre 27-28). Aplicaciones de la gobernanza en las PYMES para una mejor toma de decisiones en la industria turística. El sistema Datatur México. *Primera Conferencia Internacional sobre la Medición y el Análisis Económico del Turismo Regional* , 1-11. https://www.researchgate.net/profile/Francisco-Madrid-4/publication/242373949_Aplicaciones_de_la_gobernanza_en_las_PYMES_para_una_mejor_toma_de_decisiones_en_la_industria_turistica_El_sistema_Datatur_Mexico/links/544fff8d0cf249aa53da8909/Aplicaciones-de-l

Martínez Ortega, R. M., Tuya Pendás, L. C., Martínez Ortega, M., Pérez Abreu, A., & Cánovas, A. M. (2009). El coeficiente de correlación de los rangos de Spearman. *Rev haban cienc méd*. http://www.revhabanera.sld.cu/index.php/rhab/article/view/1531/1326

Mayo Cotino, A. (2017). *Cultura turística como factor de desarrollo sustentable en la colonia Juan N. Álvarez, Municipio de Copala, Guerrero.* Universidad Autónoma de Guerrero. http://ri.uagro.mx/handle/uagro/467

Medina Argueta, G. d., & Rosado Varela, Á. A. (2014). La planificación turística sustentable desde un enfoque sistémico. *Gestión Turística, 21*, 9-32. https://doi.org/https://doi.org/10.4206/gest.tur.2014.n21-02

Mejía López, L. S., Bravo Rodríguez, M., & Mejía Castillo, S. E. (2014). La gastronomía como símbolo en la cultura. *CULINARIA*, 50-64. https://www.academia.edu/download/46400418/La_gastronomia_simbolo_cultura.pdf

Merinero Rodríguez, R., Betanzos Martín, J. M., & Dorado Rubín, M. J. (2013). La Estrategia de Turismo Sostenible de Andalucía: Elementos fundamentales en el marco de la planificación turística subregional andaluza. *Revista de Estudios Regionales*(97), 77-111. http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=75528760003

MINCETUR. (2016). *Plan Estratégico Nacional de Turismo - PENTUR 2025.* Lima, Perú: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/22123-plan-estrategico-nacional-de-turismo-del-peru-pentur

MINCETUR. (2016). Resolución Ministerial N.° 231-2016-MINCETUR/DM. *Actualización del Plan Estratégico Nacional de Turismo - PENTUR 2025* (p. 83). Lima: Ministerio de

Comercio Exterior y Turismo. https://www.gob.pe/institucion/mincetur/normas-legales/24493-231-2016-mincetur-dm

MINCETUR. (2018). *Guía para la elaboración del Plan Estratégico Regional de Turismo – Pertur.* Lima, Perú: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/208877/GUIA_PERTUR.PDF

MINCETUR. (2018). *Manual para la elaboración y actualización del Inventario de recursos turísticos.* Lima, Perú: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/22157-manual-para-la-formulacion-de-inventario-de-recursos-turisticos-a-nivel-nacional

MINCETUR. (2020). *Guia para el diseño de experiencias turísticas.* Lima, Perú: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú. https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/2306105-guia-para-el-diseno-de-experiencias-turisticas

MINCETUR. (2021). *Guía Metodológica para la elabración del Plan de Desarrollo Turístico Local (PDTL).* Lima, Perú: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/4969718/Guia_Metodologica_para_Elaboracion_PDTL_08-2.pdf?v=1691790458

MINCETUR. (2022). *Estrategia Nacional de Reactivación del Sector Turismo 2022-2025.* Lima, Perú: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/3109734/R.%20M.%20N%C2%B0%20138%20-%202022.pdf.pdf

MINCETUR. (2023, Agosto 20). *Planificación Turística.* Gob.pe: https://www.gob.pe/7616-productos-y-destinos-turisticos-planificacion-turistica

MINCETUR. (2024, Noviembre 24). *Perú se consolida como mejor destino cultural y culinario del mundo*. Gob.pe: https://www.gob.pe/institucion/promperu/noticias/1063571-peru-se-consolida-como-mejor-destino-cultural-y-culinario-del-mundo

MINCETUR. (2024). *Plan Estratégico Sectorial Multianual (PESEM) 2024 -2030.* Lima: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. https://www.gob.pe/institucion/cenfotur/informes-publicaciones/5419315-plan-estrategico-sectorial-multianual-pesem-2024-2030-del-sector-comercio-exterior-y-turismo

MINCETUR. (2024, Enero 25). *Proceso de elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local – PDTL.* www.Gob.pe: https://www.gob.pe/43292-proceso-de-elaboracion-del-plan-de-desarrollo-turistico-local-pdtl

MINCETUR. (2024, Mayo 15). *SIG Mincetur - Sistema de Información Georeferencial de Mincetur.* Zona Monumental del Callao: https://consultasenlinea.mincetur.gob.pe/fichaInventario/index.aspx?cod_Ficha=1312

MINCETUR. (2025, Febrero 18). *Mincetur actualiza la Política Nacional de Turismo para impulsar el crecimiento y posicionamiento del sector*. (O. d. Protocolo, Editor, & M. d. Turismo, Producer) Gob.pe: https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/1111931-mincetur-avanza-en-la-actualizacion-de-la-politica-nacional-de-turismo

MINCETUR. (2025, Junio 19). *Mincetur: Elección de Maido como mejor restaurante del mundo reafirma el boom de la gastronomía peruana*. Gob.pe: https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/1190954-mincetur-eleccion-de-maido-como-mejor-restaurante-del-mundo-reafirma-el-boom-de-la-gastronomia-peruana

MINCETUR. (2025, Mayo 15). *Perú: Principales Cifras de Turismo*. mincetur.gob.pe: https://www.mincetur.gob.pe/centro_de_Informacion/mapa_interactivo/cifrasTurismo.html

MINCETUR. (2025, Abril 10). *Reportes de Turismo - Reporte Regional de Turismo 2025.* Gob.pe: https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/6659083-reportes-de-turismo-reporte-regional-de-turismo-2025

MINCETUR. (2025). *Restaurantes categorizados y/o calificados*. Retrieved Junio 22, 2025, from Directorio nacional de prestadores de servicios turísticos calificados : https://consultasenlinea.mincetur.gob.pe/directoriodeserviciosturisticos/DirPrestadores/DirBusquedaPrincipal/Restaurantes?IdGrupo=3

MINCETUR. (2025 de febrero de 2025). *SIGMINCETUR - Sistema de información Georeferencial de MINCETUR*. Mapa de ubicación de recursos turísticos y emprendimientos de turismo rural comuintario: https://sigmincetur.mincetur.gob.pe/turismo/

Ministerio de Economía y Finanzas. (2023, Febrero 20). Se invertirán más de S/ 500 millones en el Plan “Con Punche Perú Turismo” para reactivar el sector. América Economía Web site: https://www.mef.gob.pe/index.php/?option=com_content&view=article&id=7673&Itemid=101108&lang=es#:~:text=El%20turismo%20representa%20actualmente%202.2,lleg%C3%B3%20a%20generar%20casi%205

Ministerio de Transportes y Comunicaciones. (2023, Junio 19). *Construcción de Vía Expresa Santa Rosa mejorará el tráfico en el Callao*. Gob.pe: https://www.gob.pe/institucion/mtc/noticias/779419-construccion-de-via-expresa-santa-rosa-mejorara-el-trafico-en-el-callao?trk=public_post_comment-text

Ministerio de Transportes y Comunicaciones. (2025, abril 26). *MTC: Puerto del Callao recibe 30 cruceros y se consolida como punto clave del turismo en el Pacífico*. Gob.pe: https://www.gob.pe/institucion/mtc/noticias/1156347-mtc-puerto-del-callao-recibe-30-cruceros-y-se-consolida-como-punto-clave-del-turismo-en-el-pacifico

Miralbell Izara, O. (2010). *Gestión pública del turismo.* Barcelona, España: Editorial UOC.

Mohd Razali, N., & Bee Wah, Y. (2011). Power comparisons of Shapiro-Wilk, Kolmogorov-Smirnov, Lilliefors and Anderson-Darling tests. *Journal of Statistical Modeling and Analytics, 2*(1), 21-33. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.nrc.gov/docs/ml1714/ml17143a100.pdf

Monje Álvarez, C. A. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa.* Neiva, Colombia: Universidad Surcolombiana. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf

Morales Loya, M., & Fusté-Forné, F. (2021). Turismo gastronómico sostenible para la preservación del patrimonio culinario: Las rutas del vino en Girona (Catalunya, España) y Querétaro (México). *Turismo y Patrimonio*(17), 45-60. https://doi.org/https://doi.org/10.24265/turpatrim.2021.n17.03

Moreno Melgarejo, A., & Sariego López, I. (2018, Diciembre). La planificación y la gestión como herramientas de desarrollo de los destinos turísticos. *Turydes: Turismo y Desarrollo, 11*(25). https://www.eumed.net/rev/turydes/25/gestion-destinos.html

Moreno Tovar, J. F. (2017). *Lineamientos de planificación turística para el corregimiento Palomino, municipio de Dibulla, departamento de La Guajira, Colombia.* Bogotá DC: Universidad Nacional de Colombia. https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/59392

Municipalida Provincial del Callao. (2023). Resolución de Alcaldía N.° 492-2023-ALC/MPC. *Resolución de Alcaldía N.° 492-2023-ALC/MPC* (p. 4). Callao: Municipalidad Provincial del Callao. https://www.gob.pe/institucion/municallao/normas-legales/4755862-492-2023-alc-mpc

Municipalidad Distrital de La Punta. (2025, Marzo 18). *Expo Vive Callao*. Gob.pe: https://www.gob.pe/institucion/munilapunta/noticias/1129494-expo-vive-callao

Municipalidad Provincial del Callao. (2023). Acuerdo de Concejo N°64-2023 AC/MPC. *Acuerdo de Concejo N°64-2023 AC/MPC.* Callao: Municipalidad del Callao . https://www.gob.pe/institucion/municallao/normas-legales/4779299-064-2023-ac-mpc

Municipalidad Provincial del Callao. (2023, noviembre 10). *Ordenanza Municipal N°030-2023/MPC.* Gob.pe: https://www.gob.pe/institucion/municallao/normas-legales/4860353-030-2023-mpc

Municipalidad Provincial del Callao. (2023). *Plan de Desarrollo Turístico Local 2023-2030.* Callao, Perú: Municipalidad Provincial del Callao. https://www.gob.pe/institucion/municallao/normas-legales/4860353-030-2023-mpc

Municipalidad Provincial del Callao. (2025, junio 22). *Concurso "El Mejor Ceviche Chalaco" ya tiene a sus finalistas*. Gob.pe: https://www.gob.pe/institucion/municallao/noticias/1192743-concurso-el-mejor-ceviche-chalaco-ya-tiene-a-sus-finalistas

Nistoreanu , B., Nicodim, L., & Diaconescu, D. (2018, Junio). Gastronomic tourism-stages and evolution. *Proceedings of the 12th International Conference on Business Excellence, 12*(1), 711-717. https://doi.org/https://doi.org/10.2478/picbe-2018-0063

Ochoa Flores, C. A. (2021). *Turismo Gastronómico. Una alternativa para el desarrollo de Bahía de Kino, Sonora.* Sonora: Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo, A.C. http://ciad.repositorioinstitucional.mx/jspui/handle/1006/1154

Oliveira, S. (2011). LA GASTRONOMÍA COMO ATRACTIVO TURÍSTICO PRIMARIO DE UN DESTINO: El Turismo Gastronómico en Mealhada - Portugal. *Estudios y Perspectivas en Turismo, 20*, 738-752. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322011000300012&lng=en&tlng=en

OMT. (1998). *Introducción al turismo.* Madrid, España: Organización Mundial del Turismo. https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284402694

ONU Turismo. (2016, Abril 20). *Perú acoge el II Foro Mundial de Turismo Gastronómico de la OMT*. ONU Turimo: https://www.unwto.org/es/archive/press-release/2016-04-19/peru-acoge-el-ii-foro-mundial-de-turismo-gastronomico-de-la-omt

ONU Turismo. (2024, Noviembre 19). *El Foro Mundial de Turismo Gastronómico de ONU Turismo comienza en Oriente Medio, organizado por Bahrein*. (O. Turismo, Editor) unwto.org: https://www.unwto.org/es/news/el-foro-mundial-de-turismo-gastronomico-de-onu-turismo-comienza-en-oriente-medio-organizado-por-bahrein

ONU Turismo. (n.d.). *Políticas y gestión de destinos*. Retrieved Octubre 31, 2024, from ONU Turismo: http://www.unwto.org/es/politicas-y-gestion-de-destinos

Organización Mundial del Turismo. (2016). *Alianza entre turismo y cultura en el Perú – Modelos de colaboración entre turismo, cultura y comunidad.* Madrid, España: UNWTO. https://doi.org/https://doi.org/10.18111/9789284417575

Organización Mundial del Turismo. (2019). *Definiciones de turismo de la OMT.* Madrid, España: UNWTO. https://doi.org/https://doi.org/10.18111/9789284420858

Organización Mundial del Turismo y Basque Culinary Center. (2019). *Guía para el desarrollo del turismo gastronómico.* Madrid, España: ONU Turismo. https://doi.org/https://doi.org/10.18111/9789284420995

Perú 21. (2019, Agosto 23). *'Callao en su punto', el festival gastronómico que pone en valor la comida chalaca*. Perú21.pe: https://peru21.pe/cultura/callao-punto-festival-gastronomico-pone-comida-chalaca-223937-noticia/

Plataforma del Estado Peruano. (2024, Enero 14). *Gastronomía en el Callao*. Gob.pe: https://www.gob.pe/15313-turismo-en-el-callao-gastronomia-en-el-callao

Plumed Lasarte, M., Gómez Bruna, D., & Martín Duque, C. (2018). Planificación turística, promoción y sostenibilidad ambiental: el caso de España. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía, 8*(15), 7-18. https://doi.org/https://doi.org/10.17163/ret.n15.2018.01

PROMPERÚ. (2016). *Evaluación del Turismo Gastronómico en el Perú.* TurismoIN: https://www.promperu.gob.pe/turismoin/archivos/reportespdf/turismo%20gastronomico%20en%20el%20peru.pdf?zoom=100

PROMPERÚ. (2021, Marzo). *Perfil del Vacacionista extranjero motivado por la gastronomía.* Turismo In:

https://www.promperu.gob.pe/turismoin/reportes/detallereporte?reporte=73&redirecciona r=1#turistaextranjero

PROMPERÚ. (2023). *Perfil del vacacionista nacional 2023.* Turismo IN: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.promperu.gob.pe/turismoin/ archivos/reportespdf/2023_perfil%20del%20vacacionista%20nacional.pdf

PROMPERÚ. (2024, Octubre). *El turista gastronómico: características, percepciones y motivaciones.* Turismo IN: https://www.promperu.gob.pe/turismoin/reportes/detallereporte?reporte=313&hash=Rep ortes#turistaextranjero

Ramirez Cabanillas, S. M. (2022). *Evaluación de la planificación turística de la municipalidad provincial de Bellavista, 2022.* Tarapoto: Universidad César Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/98941/Ramirez_CSM-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Ramírez Ruiz, J. (2022). *Innovación y valor del turismo gastronómico en puerto rico: el desarrollo de la agricultura culinaria.* Palma de Mallorca: Universitat de les Illes Balears. http://hdl.handle.net/10803/674670

Rendón Cusi, S. (2022). Evolución de la planificación territorial en Perú 1920 - 2021: Una aproximación histórica. *Perspectiva Geográfica, 27*(1), 32-50. https://doi.org/https://doi.org/10.19053/01233769.13523

Rivas Garcia, J., & Magadán Diaz, M. (2007). *Planificación turística y Desarrollo sostenible.* Oviedo, España: Septem Ediciones.

Rivera García, C., & Carpio Vera, D. (2018). Componentes de la Planificación Turística, para la orientación de destinos. *Revista Pertinencia Académica*, 1-14. https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.3336394

Rivera García, C., Oviedo Rodríguez, M., & Galarza Bravo, F. (2016). *Visión y Planeación turística; Responsabilidad 100% Humana.* Babahoyo, Ecuador: Los autores-Imprenta Don Gonzalo.

Rodríguez Jiménez, G., Martínez Martínez, C. C., & Alfonso Serafín, A. d. (2022). Diagnóstico De La Situación Actual De Los Destinos Turísticos Regionales. *Retos de la Dirección, 16*(2), 56-80. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-91552022000200056

Ruiz Palacios, M., & Pozo Trigoso, L. (2020). Conciencia turística de los pobladores en el distrito del Rímac - Perú. *Estudios y Perspectivas en Turismo, 29*, 312-330.

Saberbein Chevalier, G. (1984). *La Planificación en el Perú: Antecedentes, Desarrollo y Técnicas.* Lima, Perú: Editorial Tiempo Nuevo.

Sabino, C. A. (2011). *El proceso de investigación* (Quinta ed.). Buenos Aires, Argentina: LUMEN/HVMANITAS. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://paginas.ufm.edu/sabino/ingles/book/proceso_investigacion.pdf

Sánchez Casanova, W. M. (2009). El estudio de la cultura turística: El caso de Tulum, Quintana Roo, 2005-2006. *Península, IV*(2), 81-102. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1870-57662009000200004&script=sci_abstract

Santos España, L. (2005). LA UNIVERSIDAD: PROMOTORA DEL TURISMO. *Gestión en el Tercer Milenio, 7*(14), 93-98. https://doi.org/https://doi.org/10.15381/gtm.v7i14.9798

Sarasara Andrea, C. (2012). EL PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO DEL TURISMO ECOLÓGICO EN AMÉRICA LATINA: CASO POSADA AMAZONAS DEL PERÚ Y DEL ECUADOR. *Gestión en el Tercer Milenio, 15*(29), 77-87. https://doi.org/https://doi.org/10.15381/gtm.v15i29.8900

Serpell Bley, A., & Alarcón Cárdenas, L. F. (2015). *Planificación y control de proyectos* (Cuarta ed.). Santiago, Chile: Ediciones Universidad Católica de Chile. https://docdrop.org/download_annotation_doc/Planificacion-y-control-de-proy---Alfredo-SerpellLITE-a1892.pdf

Silke Schulte. (2003). *Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y la planificación del sector turismo.* Santiago de Chile, Chile: Naciones Unidas. https://www.cepal.org/es/publicaciones/5589-guia-conceptual-metodologica-desarrollo-la-planificacion-sector-turismo

Sosa, M. (2022). La planeación del desarrollo turístico como una industria comunitaria. *Revista Científica Visión De Futuro, 27*(1), 40-58. https://visiondefuturo.fce.unam.edu.ar/index.php/visiondefuturo/article/view/752

Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. (2024, Octubre 21). *SUNAT*. Consulta Ruc: https://e-consultaruc.sunat.gob.pe/cl-ti-itmrconsruc/jcrS00Alias

Tello Sierra, J. D., Vallejo Bulnes, R. A., & Muñoz Muñoz, D. (2023). Las industrias culturales como instrumentos de interculturalidad, cohesión identitatia y desarrollo: La gastronomía y el turismo en el Perú. *Revista Gobierno y Gestión Pública, 10*(2), 77- 85. https://doi.org/https://doi.org/10.24265/iggp.2023.v10n2.07

Teran Vigo, A. A. (2019). *Factores condicionantes de la planificación y gestión de la actividad turística en el distrito de Cajamarca - Perú, 2016.* Trujillo: Universidad Nacional de Trujillo. https://dspace.unitru.edu.pe/server/api/core/bitstreams/3f043587-0f27-4dc6-be94-e9146eee432c/content

Teysseire, A. (2019). *Planificación y gestión turístico-recreativa en áreas naturales protegidas: Evaluación de la Efectividad de Manejo (EEM) de la Reserva Provincial Parque Luro, La Pampa.* Bahía Blanca: Universidad Nacional del Sur. https://repositoriodigital.uns.edu.ar/bitstream/handle/123456789/6257/Tesis%20Teysseire.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Toapanta Lema, R. I. (2022). *La planificación turística y el desarrollo sostenible en el Cantón San Pedro de Pelileo.* Ambato: Universidad Técnica de Ambato. https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/35741/1/TOAPANTA%20LEMA%20RONNIE%20ISMAEL.pdf

Ugaz, A. (2020). La Ruta del Callao o la evidencia de que la Cocina Peruana se cocinó un día antes en el Callao…. *Fundación Altiplano*, 1. https://www.fundacionaltiplano.cl/post/la-ruta-del-callao-o-la-evidencia-de-que-la-cocina-peruana-se-cocin%C3%B3-un-d%C3%ADa-antes-en-el-callao

Valderrama, M. (2009). El boom de la cocina peruana. *Perú Hoy*(15), 166-182. https://biblioteca.clacso.edu.ar/Peru/desco/20100312102627/08_Valderrama.pdf

Vargas Vásquez , O. (2018). *La Planificación turística en áreas urbanas: Un aporte al desarrollo de la planeación del turismo en Ciudad Juárez durante el período 2008-2018.* Ciudad Juárez: Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. http://hdl.handle.net/20.500.11961/6579

Velasco González, M. (2011). La política turística. Una arena de acción autónoma. *Cuadernos de Turismo*(27), 953 - 969. https://revistas.um.es/turismo/article/view/140301

World Tourism Organization (UNWTO). (2017). *Second Global Report on Gastronomy Tourism.* Madrid, España: World Tourism Organization. https://www.unwto.org/archive/middle-east/publication/affiliate-members-global-reports-volume-sixteen-second-global-report-gastronomy-tourism

World Tourism Organization. (2017). *Second Global Report on Gastronomy Tourism* (Vol. 16). Madrid, España: UNWTO. https://doi.org/https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284418701

Y tu que planes. (n.d.). *Ciudad del Callao*. https://www.ytuqueplanes.com/destinos/callao/ciudad-del-callao

Zanutelli Rosas, M. (1993). *El Callao, Su historia en imagenes.* Callao: Dirección de Intereses Marítimos. https://archivohistoricodemarina.mil.pe/el-callao-su-historia-en-imagenes/

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de Consistencia

Título: Planificación turística y Turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023.

<table>
<tr><th>PROBLEMA</th><th>OBJETIVO</th><th>HIPOTESIS</th><th>VARIABLES</th><th>DIMENSIONES</th><th>METODOLOGÍA</th></tr>
<tr><td>¿De qué manera la planificación turística se relaciona con el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023?</td><td>Determinar la relación entre la planificación turística y el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023.</td><td>La planificación turística se relaciona significativamente con el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023.</td><td rowspan="3">X
Planificación turística</td><td>Entorno Institucional</td><td rowspan="11">Tipo y Diseño de investigación: Descriptiva, No experimental, transversal.

Nivel: Correlacional

Enfoque: cuantitativa

Técnica: Encuesta

Universo: Todos los actores involucrados en la actividad turística del distrito del Callao.

Población: Equipo Técnico de Turismo del PDTL CALLAO

Muestra: 30 miembros del Equipo Técnico de Turismo del PDTL CALLAO</td></tr>
<tr><td>Diagnóstico Turístico</td></tr>
<tr><td>Análisis estratégico</td></tr>
<tr><td>PROB ESP1</td><td>OBJ ESP 1</td><td>HIP 1</td><td rowspan="7">Y
Turismo gastronómico</td><td rowspan="2">Oferta del turismo gastronómico</td></tr>
<tr><td>¿De qué manera el entorno institucional se relaciona con el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023?</td><td>Analizar la relación entre el entorno institucional y el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023.</td><td>El entorno institucional se relaciona significativamente con el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023.</td></tr>
<tr><td>PROB ESP2</td><td>OBJ ESP 2</td><td>HIP 2</td><td rowspan="5">Demanda del turismo gastronómico</td></tr>
<tr><td>¿De qué manera el diagnóstico turístico se relaciona con el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023?</td><td>Analizar la relación entre el diagnóstico turístico y el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023.</td><td>El diagnóstico turístico se relaciona significativamente con el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023.</td></tr>
<tr><td>PROB ESP3</td><td>OBJ ESP 3</td><td>HIP 3</td></tr>
<tr><td>¿De qué manera el análisis estratégico se relaciona con el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023?</td><td>Analizar la relación entre el análisis estratégico y el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023.</td><td>El análisis estratégico se relaciona significativamente con el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023.</td></tr>
</table>

Anexo 2: Matriz de operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento de recolección de datos	Escala de medición
Planificación turística	La planificación turística se ve reflejada en planes estratégicos que consideren un óptimo manejo de recursos del propio destino, promueva el trabajo participativo de todos los actores involucrados en la actividad turística, desarrollo de propuestas de promoción y comercialización para generar productos competitivos y la consolidación de destinos que sean sostenibles en el tiempo. (OMT, 1998)	La planificación turística tiene como objetivo maximizar los impactos positivos generados por esta actividad económica (Moreno Melgarejo & Sariego López, 2018). Para ello, se desarrollan instrumentos de planificación, como el Plan de Desarrollo Turístico Local - PDTL (MINCETUR, 2021), que cuenta con las fases de Diseño del entorno institucional, Diagnóstico turístico y Análisis estratégico. Las cuales permiten medir la planificación turística realizada hasta el presente en una localidad, que finaliza en la cuarta fase con la determinación de las acciones futuras plasmadas en el Plan de Acción.	Entorno institucional	Participación de actores	01, 03 ,05	Cuestionario	Ordinal Tipo Likert 5.Totalmente de acuerdo 4. De acuerdo 3.Ni de acuerdo ni en desacuerdo 2. En desacuerdo 1. Totalmente en desacuerdo
				Trabajo articulado entre actores	02, 04		
			Diagnóstico turístico	Percepción de la gestión de gobierno y políticas públicas	06, 07		
				Nivel de empleo	08		
				Calidad de vida de la población	09,10		
				Uso de las TIC´S	11		
				Prácticas medioambientales	12		
				Nivel de competencia	13		
				Infraestructura e información turística	14		
				Promoción turística	15		
				Perfil del turista	16		
			Análisis estratégico	Nivel de familiaridad con el PDTL.	19		
				Coherencia entre planes y políticas	20		
				Grado de vocación turística	21		
				Percepción del FODA	22		
				Planteamiento de objetivos y estrategias	23		

Turismo gastronómico	El turismo gastronómico es un tipo de actividad turística que se caracteriza por el hecho de que la experiencia del visitante cuando viaja está vinculada con la comida y con productos y actividades afines. (Organización Mundial del Turismo, p. 45)	El turismo gastronómico es hoy un producto turístico muy transversal con la capacidad de brindar productos gastronómicos locales de calidad considerando las cualidades propias de la cadena productiva en distintos espacios geográficos (Organización Mundial del Turismo y Basque Culinary Center, 2019). Para el desarrollo de esta actividad se deben considerar las dimensiones correspondientes a la oferta y la demanda del turismo gastronómico en los destinos.	Oferta del turismo gastronómico	Valor del turismo gastronómico	24	Cuestionario	Ordinal Tipo Likert 5.Totalmente de acuerdo 4. De acuerdo 3.Ni de acuerdo ni en desacuerdo 2. En desacuerdo 1. Totalmente en desacuerdo
				Conocimiento de recursos y patrimonio gastronómico	25,26,27		
				Desarrollo de productos gastronómicos	28		
				Nivel de calidad de productos gastronómicos	29		
				Cantidad de establecimientos gastronómicos	30,31		
				Desarrollo de actividades gastronómicas	32		
				Necesidad de espacios gastronómicos.	33,34		
				Cantidad de profesionales calificados.	35		
			Demanda del turismo gastronómico	Perfil del turista gastronómico	36		
				Cantidad de visitantes	37, 38, 39		
				Grado de satisfacción	40		
				Impactos del turismo gastronómico	41		
				Estrategias de comercialización y promoción	42		
				Uso de medios digitales	43		

Anexo 3: Instrumento de recolección de datos

ENCUESTA

Estimado Colaborador(a):

La presente encuesta tiene como objetivo recolectar información sobre la planificación turística y el turismo gastronómico en el distrito del Callao.

5	4	3	2	1
TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO

Marque con un aspa la respuesta que Ud. Considere la adecuada.

	PLANIFICACIÓN TURISTICA ITEMS ENTORNO INSTITUCIONAL	5	4	3	2	1
1.	Se considera Ud. un actor involucrado activamente en el turismo del distrito del Callao.					
2.	Considera Ud. que existe un trabajo conjunto entre los actores públicos y privados para el desarrollo del turismo en el distrito del Callao.					
3.	Considera Ud. que existe una participación de las instituciones académicas en el desarrollo de la actividad turística del distrito del Callao.					
4.	Considera Ud. que existe una adecuada gestión y manejo de la actividad turística por parte de los organismos públicos en el distrito del Callao.					
5.	Considera Ud. que existen gremios y/o asociaciones organizadas que fomenten el turismo en el distrito del Callao.					
	DIAGNÓSTICO TURÍSTICO	5	4	3	2	1
6.	Considera Ud. que la estabilidad de gobierno influye en el desarrollo de la actividad turística del distrito del Callao.					
7.	Considera Ud. que existen políticas públicas que promuevan el desarrollo de la actividad turística en el distrito del Callao.					
8.	Considera Ud. que el turismo es una fuente generadora de empleo relevante para el distrito del Callao.					
9.	Considera Ud. que el turismo contribuye a mejorar la calidad de vida de la población en el distrito del Callao.					
10.	Considera Ud. que los problemas sociales (pobreza, delincuencia, violencia, etc.) influyen de manera significativa en la imagen destino del distrito del Callao.					
11.	Considera Ud. que existe un adecuado empleo de las TIC's para la gestión turística del distrito del Callao.					
12.	Considera Ud. que existe una puesta en práctica de las políticas medioambientales en el distrito del Callao.					
13.	Considera Ud. que el distrito del Callao posee una ubicación estratégica frente a otras zonas turísticas.					
14.	Considera Ud. que existen facilidades en infraestructura e información turística en el distrito del Callao.					
15.	Considera Ud. que existe una adecuada promoción turística que motive la visita al distrito del Callao.					
16.	Considera Ud. que conoce el perfil del turista que visita el distrito del Callao.					

	ANÁLISIS ESTRATÉGICO					
19.	Se identifica Ud. con la misión y visión del Plan de Desarrollo Turístico Local del distrito del Callao.					
20.	Considera Ud. que existe una coherencia entre políticas y planes de gestión en los diferentes niveles de gobierno que involucre al distrito del Callao.					
21.	Considera Ud. que el distrito del Callao cuenta con una vocación turística enfocada en los recursos turísticos naturales y culturales.					
22.	Considera Ud. que las fortalezas y oportunidades respecto a la actividad turística del distrito del Callao son mayores a las debilidades y amenazas que esta podría afrontar.					
23.	Considera Ud. que se cuentan con objetivos y estrategias claras para el desarrollo del turismo en el distrito del Callao.					
	TURISMO GASTRÓNOMICO					
	OFERTA DEL TURISMO GASTRONÓMICO					
24.	Considera Ud. que se debería incentivar el turismo gastronómico en el distrito del Callao.					
25.	Considera Ud. que el distrito del Callao cuenta con recursos gastronómicos propios.					
26.	Considera Ud. que es necesario conocer la historia, técnicas y recetas de la gastronomía del Callao.					
27.	Considera Ud. relevante la preparación de platos típicos con insumos e ingredientes propios del distrito del Callao.					
28.	Considera Ud. importante el desarrollo de rutas gastronómicas en el distrito del Callao.					
29.	Considera Ud. que los productores locales (pescadores, ganaderos, etc.) ofrecen productos gastronómicos de calidad en el distrito del Callao.					
30.	Considera Ud. que los establecimientos de AyB del distrito del Callao brindan un servicio de calidad para el visitante que realiza turismo gastronómico.					
31.	Considera Ud. que existen suficientes y diversos tipos de establecimientos de AyB en el distrito del Callao que promuevan el turismo gastronómico.					
32.	Considera Ud. fundamental la realización de actividades de turismo gastronómico (visitar restaurantes de renombre, recibir clases de cocina, visitar a productores y mercados locales, tours gastronómicos, visitar ferias y eventos gastronómicas, etc.) al visitar el distrito del Callao.					
33.	Considera Ud. necesario la creación de espacios de divulgación gastronómica (museos y centros de interpretación) en el distrito del Callao.					
34.	Considera Ud. que existen suficientes instituciones educativas que promuevan la gastronomía en el distrito del Callao.					
35.	Considera Ud. que los establecimientos de AyB del distrito del Callao cuentan con profesionales calificados en gastronomía y turismo.					
	DEMANDA DEL TURISMO GASTRONÓMICO					
36.	Considera Ud. necesario la realización de estudios de investigación de mercado para conocer el perfil del turista gastronómico.					

37. Considera Ud. que los reconocimientos que ha recibido la gastronomía peruana han incrementado el interés del visitante por realizar actividades de turismo gastronómico en el distrito del Callao.					
38. Considera Ud. que la gastronomía es uno de los motivos principales de visita al distrito del Callao.					
39. Considera Ud. que actualmente existe una cantidad significativa de visitantes motivados por conocer la gastronomía del distrito del Callao.					
40. Considera Ud. relevante conocer el grado de satisfacción de los visitantes motivados por la gastronomía del distrito del Callao.					
41. Considera Ud. que los impactos del turismo gastronómico se reflejarían en la población a nivel económico, social y ambiental.					
42. Considera Ud. necesario desarrollar estrategias de comercialización y promoción para el desarrollo del turismo gastronómico en el distrito del Callao.					
43. Considera Ud. que el uso de medios digitales para la difusión del distrito del Callao puede contribuir a posicionarlo como destino de turismo gastronómico.					

Anexo 4: Validación de instrumento

Validación N°1

VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

A. DATOS GENERALES:

1. Apellidos y Nombres del Informante: Cerna Hernández, Jorge Alberto
2. Institución donde labora: Universidad Nacional Mayor de San Marcos
3. Título de la Investigación: Planificación turística y Turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023.
4. Tipo del Instrumento: Cuestionario
5. Autor del Instrumento: Marshely Maria, Castro Estrada; Danitza Nataly, Choquehuanca Falcon

B. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

INDICADORES	**CRITERIOS**	**Deficiente 00-20%**	**Regular 21-40%**	**Buena 41-60%**	**Muy Buena 61-80%**	**Excelente 81-100%**
1.CLARIDAD	Está formulado con lenguaje claro.					94
2.OBJETIVIDAD	Revela propiedades realmente existentes en los objetos materia de investigación.					94
3.ACTUALIDAD	Adecuado al Estado del arte.					94
4.ORGANIZACIÓN	Existe coherencia en el manejo de la información					94
5.SUFICIENCIA	Relación de cantidad y calidad de la información.					94
6.INTENCIONALIDAD	La intención del investigador es la objetividad propia de la ciencia.					94
7.CONSISTENCIA	La estructura de la investigación es sólida y verificable					94

8.COHERENCIA	Entre el problema, la hipótesis variables e indicadores					94
9.METODOLOGÍA	Es un conjunto formalizado de preguntas.					94
10. PERTINENCIA	Es oportuno, adecuado y conveniente al propósito de la investigación					94

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

(X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

(…) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado, y nuevamente validado.

1. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 94

Lugar y fecha: Lima, 23 de febrero 2024



Firma del Experto Informante.

DNI. Nº 06868042

Validación N°2

VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

A. DATOS GENERALES:

1. Apellidos y Nombres del Informante: Pebe Niebuhr, Helen Yarushka
2. Institución donde labora: Universidad Nacional Mayor de San Marcos
3. Título de la Investigación: Planificación turística y Turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023"
4. Tipo del Instrumento: Cuestionario
5. Autor del Instrumento: Marshely Maria, Castro Estrada; Danitza Nataly, Choquehuanca Falcon

B. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficient e 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1.CLARIDAD	Está formulado con lenguaje claro.				80	
2.OBJETIVIDAD	Revela propiedades realmente existentes en los objetos materia de investigación.				80	
3.ACTUALIDAD	Adecuado al Estado del arte.				80	
4.ORGANIZACIÓN	Existe coherencia en el manejo de la información				80	
5.SUFICIENCIA	Relación de cantidad y calidad de la información.				80	
6.INTENCIONALIDAD	La intención del investigador es la objetividad propia de la ciencia.				80	
7.CONSISTENCIA	La estructura de la investigación es sólida y verificable				80	

8.COHERENCIA	Entre el problema, la hipótesis variables e indicadores				80	
9.METODOLOGÍA	Es un conjunto formalizado de preguntas.				80	
10. PERTINENCIA	Es oportuno, adecuado y conveniente al propósito de la investigación				80	

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

(X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

(…) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado, y nuevamente validado.

1. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 80% - Muy Bueno

Lugar y fecha: 08/02/24



Firma del Experto Informante.

DNI. Nº 07975587

Validación N°3

VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTO DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

A. DATOS GENERALES:

1. Apellidos y Nombres del Informante: Scattolon Huapaya, Luciano Carlos Andrés.
2. Institución donde labora: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
3. Título de la Investigación: Planificación turística y Turismo gastronómico en el distrito del Callao, 2023.
4. Tipo del Instrumento: Cuestionario
5. Autor del Instrumento: Choquehuanca Falcon Danitza / Castro Estrada Marshely María

B. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente 81-100%
1.CLARIDAD	Está formulado con lenguaje claro.				X	
2.OBJETIVIDAD	Revela propiedades realmente existentes en los objetos materia de investigación.					X
3.ACTUALIDAD	Adecuado al Estado del arte.					X
4.ORGANIZACIÓN	Existe coherencia en el manejo de la información					X
5.SUFICIENCIA	Relación de cantidad y calidad de la información.					X
6.INTENCIONALIDAD	La intención del investigador es la objetividad propia de la ciencia.					X
7.CONSISTENCIA	La estructura de la investigación es sólida y verificable					X
8.COHERENCIA	Entre el problema, la hipótesis variables e indicadores					X
9.METODOLOGÍA	Es un conjunto formalizado de preguntas.					X
10. PERTINENCIA	Es oportuno, adecuado y conveniente al propósito de la investigación					X

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

(X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

(…) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado, y nuevamente validado.

1. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 85%

Lugar y fecha: Lima, 18 de Marzo de 2024



Firma del Experto Informante.

Luciano Carlos Andrés Scattolon Huapaya.

DNI. Nº 46070198

Anexo 5: Fichas de Inventario de Recursos Turísticos

FICHA DE REGISTRO DEL RECURSO TURÍSTICO N°1

<table>
<tr><td colspan="6">A. DATOS GENERALES</td></tr>
<tr><td>Nombre del Recurso (*)</td><td colspan="3">Ceviche Chalaco</td><td colspan="2">Ficha N°(*)</td></tr>
<tr><td>Toponimia (*)</td><td colspan="3">Ceviche = Del quechua “siwichi”, pescado fresco
Chalaco = Deriva del gentilicio del Callao</td><td colspan="2">1</td></tr>
<tr><td colspan="2">UBICACIÓN</td><td colspan="4">DATOS DE GEOREFERENCIA (*)</td></tr>
<tr><td>Departamento /Región (*)</td><td>Callao</td><td rowspan="2">Coordenadas Geográficas (WGS 84)</td><td>Latitud</td><td colspan="2">-</td></tr>
<tr><td>Provincia(*)</td><td>Callao</td><td>Longitud</td><td colspan="2">-</td></tr>
<tr><td>Distrito (*)</td><td>Callao</td><td rowspan="2">Coordenadas UTM (WGS 84) (Opcional)</td><td>Este</td><td colspan="2">-</td></tr>
<tr><td>Otro(*)</td><td></td><td>Norte</td><td colspan="2">-</td></tr>
<tr><td>Referencia:</td><td></td><td>Altitud (m.s.n.m.)</td><td colspan="3">-</td></tr>
<tr><td colspan="2">CLASIFICACIÓN DEL RECURSO TURÍSTICO</td><td colspan="4">FOTOGRAFÍA ACTUAL:</td></tr>
<tr><td>Categoría(*)</td><td>3. FOLCLORE</td><td colspan="4" rowspan="4"></td></tr>
<tr><td>Tipo(*)</td><td>Gastronomía</td></tr>
<tr><td>Sub-tipo(*)</td><td>Platos Típicos</td></tr>
<tr><td colspan="2">DESCRIPCIÓN (*)</td></tr>
<tr><td colspan="6">El ceviche chalaco es una reconocida variante del clásico cebiche peruano, originaria del puerto del Callao. Se distingue por su sabor más intenso y picante.

Su origen se remonta a la época prehispánica, cuando los antiguos pescadores peruanos consumían pescado fresco con ají durante sus travesías marítimas. Hoy, el ceviche es preparado con pescado o mariscos crudos, marinados en jugo de limón, cebolla picada, sal, pimienta y culantro. A ello se suman ingredientes como camote y ají, que completan una mezcla que estalla en sabor</td></tr>
</table>

y frescura (Gobierno Regional del Callao, 2024). Lo que hace especial al cebiche chalaco no es solo su sabor, sino la identidad cultural que representa. En el Callao, este plato tiene una fuerte carga simbólica y social, al punto que cada cuarto domingo de junio se celebra el Día del Ceviche Chalaco, donde se realizan concursos, ferias, foros y actividades para promover el turismo y la gastronomía del puerto, como el concurso El Mejor Ceviche Chalaco (Municipalidad Provincial del Callao, 2023). Más que un plato, el cebiche chalaco es un emblema culinario que refleja la historia, el sabor y la tradición del Callao, consolidándose como un orgullo de la gastronomía peruana.	 
Particularidades (*)	**Reconocimientos** (*)
	Según Acuerdo de Concejo N° 064-2023 AC/MPC se reconoce el cuarto domingo de junio como el Día del Ceviche Chalaco, reafirmando el origen peruano del ceviche y promoviendo el consumo responsable del mismo, a fin de difundir la gastronomía chalaca (Municipalidad Provincial del Callao, 2023)

(*) En el caso de categoría folclore y acontecimientos programados, solamente deberá ser llenado los rubros señalados con asterisco.

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS:

Gob.pe. (2024, Enero 14). *Turismo en el Callao*. Gastronomía en el Callao: https://www.gob.pe/15313-turismo-en-el-callao-gastronomia-en-el-callao

Municipalidad Provincial del Callao. (2023). Acuerdo de Concejo N°64-2023 AC/MPC. *Acuerdo de Concejo N°64-2023 AC/MPC.* Callao: Municipalidad del Callao . https://www.gob.pe/institucion/municallao/normas-legales/4779299-064-2023-ac-mpc

Marcar X	MATERIAL AUDIOVISUAL ACTUAL DEL RECURSO TURÍSTICO:
X	FOTOGRAFÍAS
	VIDEOS
	OTROS (ESPECIFICAR):

FICHA DE REGISTRO DEL RECURSO TURÍSTICO N°2

<table>
<tr><td colspan="5">A. DATOS GENERALES</td></tr>
<tr><td>Nombre del Recurso (*)</td><td colspan="3">Parihuela chalaca</td><td>Ficha N°(*)</td></tr>
<tr><td>Toponimia (*)</td><td colspan="3">Chalaca = Deriva del gentilicio del Callao</td><td>2</td></tr>
<tr><td colspan="2">UBICACIÓN</td><td colspan="3">DATOS DE GEOREFERENCIA (*)</td></tr>
<tr><td>Departamento /Región (*)</td><td>Callao</td><td rowspan="2">Coordenadas Geográficas (WGS 84)</td><td>Latitud</td><td></td></tr>
<tr><td>Provincia(*)</td><td>Callao</td><td>Longitud</td><td></td></tr>
<tr><td>Distrito (*)</td><td>Callao</td><td rowspan="2">Coordenadas UTM (WGS 84) (Opcional)</td><td>Este</td><td></td></tr>
<tr><td>Otro(*)</td><td></td><td>Norte</td><td></td></tr>
<tr><td>Referencia:</td><td></td><td>Altitud (m.s.n.m.)</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td colspan="2">CLASIFICACIÓN DEL RECURSO TURÍSTICO</td><td colspan="3">FOTOGRAFÍA ACTUAL:</td></tr>
<tr><td>Categoría(*)</td><td>3. FOLCLORE</td><td colspan="3" rowspan="4">
</td></tr>
<tr><td>Tipo(*)</td><td>Gastronomía</td></tr>
<tr><td>Sub-tipo(*)</td><td>Platos Típicos</td></tr>
<tr><td colspan="2">DESCRIPCIÓN (*)</td></tr>
<tr><td colspan="5">La parihuela, emblemática sopa del litoral peruano, tiene un origen tan sabroso como curioso. Su nombre proviene de las antiguas plataformas de madera llamadas “parihuelas”, utilizadas en el puerto del Callao para cargar mercancía. Cuando estas se rompían, eran arrojadas al mar, y los pescadores las recogían para usarlas como leña al preparar sopas marinas en la playa. Con el tiempo, la expresión “vamos por unas parihuelas” derivó en “vamos a preparar una parihuela”, dando nombre al plato. (Gobierno Regional del Callao, 2024).

Reconocida por su sabor intenso y su consistencia generosa, esta sopa concentra lo mejor del mar: pescados, mariscos, ajíes y hierbas que se cocinan en un caldo espeso</td></tr>
</table>

y reconstituyente. Su reputación la ha hecho famosa como “levanta muerto” por su supuesta capacidad de revitalizar después de una noche de excesos, y también como plato afrodisíaco por su riqueza en fósforo y proteínas. La parihuela es un símbolo del ingenio popular y del aprovechamiento de los recursos del mar. Es especialmente apreciada en ciudades como el Callao, Chimbote y Pisco, donde su preparación sigue siendo un ritual culinario que celebra el sabor y la identidad costeña del Perú.	

(*) En el caso de categoría folclore y acontecimientos programados, solamente deberá ser llenado los rubros señalados con asterisco.

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS:	
Gobierno Regional del Callao. (2024, Enero 14). *Turismo en el Callao*. Gastronomía en el Callao: https://www.gob.pe/15313-turismo-en-el-callao-gastronomia-en-el-callao	
Marcar X	**MATERIAL AUDIOVISUAL ACTUAL DEL RECURSO TURÍSTICO:**
X	FOTOGRAFÍAS
	VIDEOS
	OTROS (ESPECIFICAR):

FICHA DE REGISTRO DEL RECURSO TURÍSTICO N°3

<table>
<tr><td colspan="5">B. DATOS GENERALES</td></tr>
<tr><td>Nombre del Recurso (*)</td><td colspan="3">Choritos a la chalaca</td><td>Ficha N°(*)</td></tr>
<tr><td>Toponimia (*)</td><td colspan="3"></td><td>3</td></tr>
<tr><td colspan="2">UBICACIÓN</td><td colspan="3">DATOS DE GEOREFERENCIA (*)</td></tr>
<tr><td>Departamento /Región (*)</td><td>Callao</td><td rowspan="2">Coordenadas Geográficas (WGS 84)</td><td>Latitud</td><td></td></tr>
<tr><td>Provincia(*)</td><td>Callao</td><td>Longitud</td><td></td></tr>
<tr><td>Distrito (*)</td><td>Callao</td><td rowspan="2">Coordenadas UTM (WGS 84) (Opcional)</td><td>Este</td><td></td></tr>
<tr><td>Otro(*)</td><td></td><td>Norte</td><td></td></tr>
<tr><td>Referencia:</td><td></td><td>Altitud (m.s.n.m.)</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td colspan="2">CLASIFICACIÓN DEL RECURSO TURÍSTICO</td><td colspan="3">FOTOGRAFÍA ACTUAL:</td></tr>
<tr><td>Categoría(*)</td><td>3. FOLCLORE</td><td colspan="3" rowspan="4"></td></tr>
<tr><td>Tipo(*)</td><td>Gastronomía</td></tr>
<tr><td>Sub-tipo(*)</td><td>Platos Típicos</td></tr>
<tr><td colspan="2">DESCRIPCIÓN (*)</td></tr>
<tr><td colspan="2">Los choritos a la chalaca son uno de los bocados marinos más emblemáticos del Callao, principal puerto del Perú. Este colorido y sabroso plato tiene raíces ancestrales, provenientes de los habitantes de la costa o chala se alimentaron de pescados y mariscos, como lo evidencian los basurales prehistóricos con restos de diversas conchas. (Gobierno Regional del Callao, 2024).
El plato combina mejillones cocidos con una fresca y picante salsa criolla conocida como chalaquita, elaborada con cebolla, tomate, ají, maíz cocido, culantro y jugo de limón. Cada concha del mejillón sirve de base para presentar la mezcla, dando lugar a una entrada refrescante, perfecta para climas cálidos y muy popular en ferias, celebraciones y reuniones familiares.</td><td colspan="3"></td></tr>
</table>

Su preparación es sencilla, pero requiere cuidado: primero se limpian y hierven los choros hasta que se abran. Luego se mezclan los ingredientes frescos con limón, ají y sal, y se deja reposar para intensificar los sabores. Finalmente, se sirve una cucharada sobre cada valva del mejillón, acompañando tradicionalmente con cerveza o chicha.	
Particularidades (*)	**Reconocimientos** (*)
Los choritos a la chalaca son una fuente nutritiva de proteínas, omega-3 y minerales, lo que los convierte en una opción saludable y ligera dentro de la rica gastronomía marina del Perú. (Ilustración Peruana Caretas, 2025)	

(*) En el caso de categoría folclore y acontecimientos programados, solamente deberá ser llenado los rubros señalados con asterisco.

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS:	
Gobierno Regional del Callao. (2024, Enero 14). *Turismo en el Callao*. Gastronomía en el Callao: https://www.gob.pe/15313-turismo-en-el-callao-gastronomia-en-el-callao Ilustración Peruana Caretas. (2025, marzo 03). *Caretas Gastronomía*. Sabores del mar: choritos a la chalaca: https://caretas.pe/ellosellas/gastronomia/sabores-del-mar-choritos-a-la-chalaca/	
Marcar X	**MATERIAL AUDIOVISUAL ACTUAL DEL RECURSO TURÍSTICO:**
X	FOTOGRAFÍAS
	VIDEOS
	OTROS (ESPECIFICAR):

Anexo 6: Resolución de alcaldía de conformación del Equipo Técnico de Turismo del Plan de Desarrollo Turístico Local 2023 – 2030

MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DEL CALLAO

RESOLUCIÓN DE ALCALDÍA Nº 492-2023-ALC/MPC

Callao, 02 de octubre de 2023

EL ALCALDE DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DEL CALLAO

VISTO:

El Informe N° 308-2023-MPC/GDH-SGCT de la Subgerencia de Cultura y Turismo, el Informe N° 078-2023-MPC/GDH de la Gerencia de Desarrollo Humano, el Memorándum N° 2517-2023-MPC/GM de la Gerencia Municipal, el Informe N° 307-2023-MPC/OGPMPI-OPM de la Oficina de Planeamiento y Modernización, el Memorando N° 499-2023-MPC/OGPMPI de la Oficina General de Planeamiento y Modernización; Presupuesto e Inversiones, Informe N° 408-2023-MPC/OGAJ de la Oficina General de Asesoría Jurídica y el Memorándum N° 2568-2023-MPC/GM de la Gerencia Municipal, y;

CONSIDERANDO:

Que, conforme lo establece el artículo 194° de la Constitución Política del Perú, modificado por la Ley Nº 30305, Ley de Reforma Constitucional, en concordancia con el artículo II del Título Preliminar de la Ley Nº27972, Ley Orgánica de Municipalidades, las Municipalidades Provinciales y Distritales son órganos de Gobierno Local que tienen autonomía política, económica y administrativa en los asuntos de su competencia;

Que, la Ley N° 29408, Ley General de Turismo, declaró de interés nacional el turismo y su tratamiento como política prioritaria del Estado para el desarrollo del país; asimismo, indica que los ministerios, gobiernos regionales, gobiernos locales, y las entidades públicas vinculadas a las necesidades de infraestructura y servicios para el desarrollo sostenible de la actividad turística deben considerar en sus planes, presupuestos, proyectos y acciones, los requerimientos del sector turismo formulados por el ente rector de esta actividad;

Que, el artículo 4° de la referida Ley, señala que corresponde al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo aprobar y actualizar el Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR) así como, coordinar y orientar a los gobiernos regionales y locales en materia de turismo, fomentando el desarrollo del turismo social y la implementación de estrategias para la facilitación turística, inversión y promoción del turismo interno y receptivo;

Que, mediante Resolución Ministerial N° 231-2016-MINCETUR, se aprobó la actualización del Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR) hacia el 2025, que establece la necesidad de articulación entre las estrategias de los Planes Estratégicos Regionales de Turismo (PERTUR) y en los Planes de Desarrollo Turístico Local de los Gobiernos Locales, así como su coherencia con los planes para la gestión de los destinos turísticos. Asimismo, que los Gobiernos Locales que hayan priorizado en sus agendas el desarrollo del turismo, deberán articular sus objetivos, políticas, estrategias y acciones a los objetivos regionales y nacionales, en el marco de los objetivos y pilares del PENTUR;

Que, mediante Informe N° 308-2032-MPC/GDH-SGCT, la Subgerencia de Cultura y Turismo indica que considerando lo dispuesto en la Estrategia Nacional de Reactivación del Sector Turismo 2022-2025 y en base a las competencias de la Municipalidad Provincial del Callao referidas al sector turismo, recomienda aprobar el inicio del proceso de elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local – PDTL de Callao, solicitando para ello, la conformación del Equipo Técnico responsable de conducir el proceso de elaboración del plan mencionado;

MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DEL CALLAO

RESOLUCIÓN DE ALCALDÍA Nº 492-2023-ALC/MPC

Que, mediante Memorándum N° 499-2023-MPC/OGPMPI, la Oficina General de Planeamiento y Modernización, Presupuesto e Inversiones, pone de conocimiento y hace suyo el Informe N° 307-2023-MPC/OGPMPI-OPM, a través del cual la Oficina de Planeamiento y Modernización señala que la propuesta de inicio del proceso de elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local – PDTL del Callao y de conformación del Equipo Técnico responsable de conducir el proceso de elaboración del PDTL Callao, se alinea al OEI 03 "Promover la competitividad económica de la Provincia Constitucional del Callao" del Plan Estratégico Institucional – PEI de la Municipalidad Provincial del Callao;

Que, mediante Informe N° 408-2023-MPC/OGAJ, la Oficina General de Asesoría Jurídica, en el marco de las facultades conferidas en el artículo 32° del Reglamento de Organización y Funciones (ROF) de la Municipalidad Provincial del Callao, emite opinión legal favorable con respecto a lo siguiente:

- Aprobar el inicio del proceso de elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local – PDTL CALLAO.
- Conformar el Equipo Técnico de Turismo, según lo señalado por la Subgerencia de Cultura y Turismo en su Informe N° 308-2023-MPC/GDH-SGCT.
- Designar como Secretaria Técnica del Equipo Técnico de Turismo a la Subgerencia de Cultura y Turismo.

Que, asimismo, indica que, de conformidad a la Guía Metodológica para la elaboración del Plan de Desarrollo turístico Local (PDTL), aprobada mediante Resolución Ministerial N° 107-2021-MINCETUR, la conformación del Equipo Técnico de Turismo se formaliza con la emisión de una Resolución Municipal distrital o provincial; por lo cual, en el presente caso dicha conformación deberá realizarse mediante Resolución de Alcaldía;

Que, mediante Memorándum N° 2568-2023-MPC/GM, la Gerencia Municipal remite los recaudos administrativos a la Secretaria General del Concejo Municipal a fin que prosiga el trámite legal correspondiente;

Estando a lo expuesto, en ejercicio de la atribución establecida en el artículo 20 inciso 6 de la Ley N° 27972, Ley Orgánica de Municipalidades y con el visado de la Gerencia Municipal, la Oficina General de Asesoría Jurídica, Oficina General de Planeamiento y Modernización, Presupuesto e Inversiones, Gerencia de Desarrollo Humano, Oficina de Planeamiento y Modernización y la Subgerencia de Cultura y Turismo;

RESUELVE:

ARTÍCULO 1.- APROBAR el Inicio del Proceso de elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local del Callao – PDTL CALLAO.

ARTÍCULO 2.- CONFORMAR el Equipo Técnico de Turismo, encargado de conducir, coordinar y validar el desarrollo de las fases del proceso de elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local del Callao – PDTL CALLAO, **así como realizar el seguimiento, monitoreo y actualización**, el cual se encuentra integrado de la siguiente manera:

POR PARTE DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DEL CALLAO

- Un (01) representante de la Gerencia Municipal.
- Un (01) representante de la Oficina de Planeamiento y Modernización; Presupuesto e Inversiones.

MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DEL CALLAO

RESOLUCIÓN DE ALCALDÍA Nº 492-2023-ALC/MPC

- Un (01) representante de la Gerencia de Servicios a la Ciudad y Protección del Medio Ambiente.
- Un (01) representante de la Gerencia de Administración Tributaria.
- Un (01) representante de la Gerencia de Desarrollo Urbano.
- Un (01) representante de la Gerencia de Desarrollo Económico Local y Comercialización.
- Un (01) representante de la Gerencia de Seguridad Ciudadana.
- Un (01) representante de la Gerencia General – OD del Sistema de Servicio de Tránsito, Transportes y Movilidad Urbana.
- Un (01) representante del Programa de Recuperación de Sitios Arqueológicos y Monumentales del Callao – PROGRESAMOS CALLAO.
- Un (01) representante de la Gerencia de Participación Vecinal.
- Un (01) representante de la Oficina General de Comunicaciones e Imagen Institucional.
- Un (01) representante de la Biblioteca Municipal del Callao.

ALIADOS ESTRATEGICOS

POR PARTE DEL SECTOR PUBLICO

- Un (01) representante de Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado – SERNANP – Reserva Nacional Islas, Islotes y Puntas Guanera.
- Un (01) representante de la Comisaria de Turismo del Callao.
- Un (01) representante del Museo del Ejército Real Felipe.
- Un (01) representante de la Marina de Guerra del Perú – Capitanía del Puerto del Callao.
- Un (01) representante del Museo Naval del Perú "Capitán de Navío Julio Elías Murguía".

POR PARTE DEL SECTOR PRIVADO

- Un (01) representante de la Cámara de Turismo del Callao.
- Un (01) representante de la Lima Airport Partners – LAP.
- Un (01) representante de la APM Terminals Callao.
- Un (01) representante de CABOS Restaurante del Puerto.

POR PARTE DE LA ACADEMIA

- Un (01) representante de la Universidad César Vallejo.

POR PARTE DE SOCIEDAD CIVIL ORGANIZADA

- Un (01) representante de la Asociación de Embarcaciones Turísticas del Callao - ASARETUC.
- Un (01) representante de la Asociación de Guías Oficiales de Turismo del Callao – AGOTUR CALLAO.
- Un (01) representante de la Asociación de Oficiales Submarinas del Perú – ASOSUB.
- Un (01) representante de la Asociación de Hoteles, Restaurantes y Afines del Perú – AHORA CALLAO.
- Un (01) representante de la Asociación Peruana de Agencias de Viajes y Turismo del Callao – APAVITUC.
- Un (01) representante de la Iglesia Santa Rosa.
- Un (01) representante de la Iglesia Matriz del Callao.

MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DEL CALLAO

RESOLUCIÓN DE ALCALDÍA Nº 492-2023-ALC/MPC

Un (01) representante de los Artesanos del Callao.

ARTÍCULO 3.- DESIGNAR como Secretaría Técnica del Equipo Técnico de Turismo a la Subgerencia de cultura y Turismo, quien efectuará las coordinaciones respectivas con los representantes de las unidades orgánicas y entidades citadas en el artículo segundo, así como dar cumplimiento de las funciones que le competen como Secretaría Técnica.

ARTÍCULO 4.- ENCARGAR a la Secretaría General del Concejo Municipal la notificación de la presente Resolución a los interesados y a las unidades orgánicas competentes para los fines correspondientes.

ARTÍCULO 5.- ENCARGAR a la Oficina General de Tecnología de la Información y Telecomunicación, la publicación de la presente Resolución en el Portal Web Institucional.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE

MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DEL CALLAO

PEDRO SPADARO PHILIPPS
ALCALDE