Universidad nacional "José Faustino Sánchez Carrión"

Facultad de Ciencias Empresariales

Escuela Profesional de Gestión en Turismo y Hotelería

SÍLABO POR COMPETENCIAS

CURSO: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DEL TURISMO

DOCENTE: DRA. VILLAFUERTE CASTRO SANDRA LUISA

SÍLABO DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DEL TURISMO

I. DATOS GENERALES

Línea de carrera	**Gestión**
Curso	**Planificación Estratégica del Turismo**
Código	**405**
Horas	**HT.03 HP. 02**
Créditos	**04**
Ciclo académico	**VII A – 2026 - II**
Apellido y nombres del docente	**Dra. Villafuerte Castro Sandra**
Correo institucional	**svillafuerte@unjfsc.edu.pe**

II. SUMILLA Y DESCRIPCIÓN DEL CURSO

Sumilla:

La asignatura es de naturaleza teórica y práctica, ofrece al alumno las bases conceptuales teóricas y metodológicas de la planificación estratégica turística. Está enfocada hacia la organización del destino turístico y hacia el aprovechamiento de las fortalezas internas y oportunidades externas del entorno (análisis FODA) inventario turístico, la visión, la misión y los valores organizacionales, así como los objetivos, políticas empresariales y estrategias de las organizaciones en el campo del turismo.

Competencias:

Elabora diagnósticos y propone objetivos estratégicos para la creación de proyectos, programas o emprendimientos turísticos innovadores, empleando las herramientas técnicas de la planificación turística, en base a principios de desarrollo sostenible y responsabilidad social. Realiza inventarios turísticos y los evalúa como parte del diagnóstico de los destinos turísticos. Diagnostica la realidad turística del país y del mundo, desde la retrospección, el análisis de la situación actual y la prospección del turismo prioritariamente nacional.

III. CAPACIDADES LA UNIDAD DIDÁCTICA

	Capacidad de la unidad didáctica	Nombre de la unidad didáctica	SEMANAS
UNIDAD – I	"Analiza y compara modelos de planificación turística a nivel nacional e internacional, aplicando criterios estratégicos para proponer mejoras en la gestión del turismo."	**PLANIFICACIÓN TURÍSTICA EN EL PERÚ Y EL MUNDO** **ENTREGA DE ESQUEMA DE PLAN DE NEGOCIO** **Investigación**	**4**
UNIDAD – II	"Diseña y aplica estrategias de planificación en empresas turísticas, considerando objetivos organizacionales y sostenibilidad del negocio."	**PLANIFICACIÓN EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS** **Investigación**	**4**
UNIDAD – III	"Aplica procesos de planificación en situaciones y casos del ámbito turístico, proponiendo soluciones viables y sostenibles."	**APLICACIÓN DE LA PLANIFICACIÓN** **INVESTIGACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS** **Investigación**	**4**
UNIDAD – IV	"Elabora y sustenta un plan de negocio con enfoque emprendedor, presentándolo de manera clara y persuasiva ante potenciales inversionistas."	**DESARROLLO DE PLAN DE NEGOCIO** **Investigación**	**4**

IV. INDICADORES DE CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO

Número	INDICADORES DE CAPACIDAD AL FINALIZAR EL CURSO
1	Reconoce los antecedentes y evolución de la planificación turística a nivel nacional e internacional.
2	Explica la importancia de la planificación turística para el desarrollo sostenible.
3	Diferencia entre recurso turístico y atractivo turístico en el marco de la planificación.
4	Identifica los elementos y procesos de planificación aplicados a empresas turísticas.
5	Analiza casos de empresas turísticas exitosas y sus estrategias de planificación.
6	Relaciona la planificación con la competitividad y sostenibilidad de las empresas turísticas.
7	Describe los pasos y metodologías para la elaboración de planes turísticos en distintos niveles.
8	Explica la importancia del PDTL y del Plan Regional de Turismo en la gestión territorial.
9	Reconoce el rol de los actores y gestores involucrados en la planificación turística.
10	Diseña un plan de negocio turístico integrando los conocimientos de planificación adquiridos.
11	Presenta avances semanales del plan de negocio con coherencia y pertinencia.
12	Expone el plan de negocio con enfoque emprendedor, argumentando ante potenciales inversionistas.

V: DESARROLLO DE LAS UNIDADES DIDÁCTICAS

CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA I: "Analiza y compara modelos de planificación turística a nivel nacional e internacional, aplicando criterios estratégicos para proponer mejoras en la gestión del turismo."					
SEMANA	**CONTENIDOS**			**Estrategia de enseñanza**	**Indicadores de logro de la capacidad**
	Conceptual	**Actitudinal**	**Procedimental**		
1	Fundamentos de la planificación turística Concepto y objetivos de la planificación en turismo. Importancia de la sostenibilidad en la planificación turística.	Identificación de actores clave en un destino turístico. Análisis comparativo de diferentes enfoques de planificación.	Valora la importancia de la planificación como herramienta para un turismo ordenado y sostenible. Muestra disposición para trabajar en equipo y compartir ideas.	Uso de presentaciones interactivas con ejemplos reales. Mapa mental colectivo sobre "¿qué entendemos por planificación turística?". Pizarra, diapositivas, videos cortos.	Define conceptos y objetivos de la planificación turística. Identifica actores de la planificación. Participa con respeto en clase.
2	Planificación turística en el contexto internacional Tendencias globales en la planificación turística. Casos de éxito en planificación turística (ejemplos: España, México, Costa Rica). Planificación del turismo en organismos internacionales (OMT, UNESCO).	Reconoce el valor de aprender de experiencias internacionales. Desarrolla apertura a la innovación y buenas prácticas en turismo.	Análisis de casos internacionales de planificación. Elaboración de cuadros comparativos sobre políticas de planificación mundial. Entrega avances de plan de negocios de acuerdo al esquema entregado	Lecturas de organismos internacionales, videos documentales, artículos. Propósito: Comparar y extraer aprendizajes de experiencias globales. Análisis grupal, debates	Compara casos internacionales de planificación. Analiza factores de éxito en experiencias globales. Valora buenas prácticas internacionales.
3	Planificación turística en el Perú Evolución de la planificación turística en el Perú. Políticas nacionales y planes estratégicos(MINCETUR, PENTUR).	Valora la importancia de la identidad cultural y el patrimonio en la planificación. Desarrolla compromiso con la sostenibilidad y la inclusión social en el turismo.	Revisión de documentos oficiales de planificación turística en el Perú. Identificación de problemas y potencialidades en destinos nacionales.	Lectura comentada del PENTUR y planes regionales de turismo. Taller grupal: análisis FODA de un destino turístico peruano. Reconocer la importancia de la planificación nacional y vincular teoría con realidad.	Reconoce políticas y planes turísticos del Perú. Aplica FODA a un destino nacional. Muestra compromiso con la sostenibilidad
4	Estrategias y proyectos de planificación turística Diseño de proyectos turísticos con enfoque estratégico.	Fomenta creatividad y responsabilidad en el diseño de propuestas turísticas. Refuerza la ética profesional en la planificación turística. **Entrega de avance de plan de negocio**	Diseño de una propuesta de planificación turística a nivel local/regional. Aplicación práctica de herramientas de planificación.	Elaboración en grupos de una propuesta de planificación turística local/regional. Exposición de proyectos con retroalimentación entre pares.	Diseña una propuesta de planificación turística. Expone con claridad un proyecto. Asume actitud responsable y ética.

	EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA		
	EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS	**EVIDENCIA DE PRODUCTO**	**EVIDENCIA DE DESEMPEÑO**
	Examen escrito preguntas de acuerdo a los temas tratados en clases y/o exposiciones	Primera entrega de plan de negocio y trabajos de exposición de módulo	Participación activa en clases, resuelve casos prácticos.

CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA II

"Diseña y aplica estrategias de planificación en empresas turísticas, considerando objetivos organizacionales y sostenibilidad del negocio."

Semana	CONTENIDOS			Estrategia de enseñanza	Indicadores de logro de la capacidad
	Conceptual	Procedimental	Actitudinal		
5	Fundamentos de la planificación empresarial en turismo Definición y características de la planificación empresarial. Tipos de planificación: estratégica, táctica y operativa. Importancia de la planificación en el sector turístico.	Identifica diferencias entre empresas turísticas y otros tipos de empresas. Analiza ejemplos reales de empresas turísticas.	Valora la planificación como herramienta clave para el éxito empresarial. Muestra interés en comprender las bases del tema.	Dinámica de preguntas para recuperar saberes previos. Debate corto: "¿Por qué es importante planificar en turismo?". Presentación del esquema de negocio que servirá como base del módulo.	Explica la importancia de la planificación en empresas turísticas. Diferencia tipos de planificación (estratégica, táctica, operativa). Participa con interés en las discusiones de clase.
6	Herramientas y técnicas de planificación en turismo Herramientas de análisis del entorno: PESTEL. Definición de visión, misión y objetivos empresariales. Estrategias competitivas en turismo.	Realiza un PESTEL básico de una empresa turística. Formula misión y visión para una empresa ficticia	Promueve la creatividad al elaborar propuestas. Valora la importancia de planificar con datos reales.	Taller grupal: aplicación de FODA y PESTEL al esquema de negocio entregado. Redacción de misión, visión y objetivos preliminares. Socialización de avances en plenario.	Aplica herramientas de análisis al esquema de negocio. Formula misión, visión y objetivos de una empresa turística. Valora la planificación como medio de mejora empresarial.
7	Planificación estratégica en empresas turísticas Etapas de la planificación estratégica. Innovación y sostenibilidad como ejes de la planificación. Casos de éxito en el sector turístico.	Perfecciona el esquema de negocio entregado incorporando estrategias de gestión turística. Analiza casos de empresas turísticas exitosas.	Asume actitud crítica y reflexiva frente a casos reales. Fomenta la cooperación en el trabajo en equipo.	Integrar estrategias al esquema de negocio para transformarlo en plan estratégico. Discusión en grupos: "¿Qué elementos de los casos analizados pueden aplicarse a nuestro plan?".	Integra estrategias al esquema de negocio inicial. Analiza casos de empresas turísticas exitosas. Colabora activamente en el trabajo grupal.
8	Aplicación práctica de la planificación en empresas turísticas Proyección financiera básica en planes turísticos. Evaluación y control de la planificación empresarial.	Presenta un plan estratégico de una empresa turística. Aplica indicadores de gestión en su propuesta. **Entrega de avance de plan de negocio**	Demuestra responsabilidad y ética en la presentación de proyectos. Acepta la retroalimentación como parte del aprendizaje.	Exposición grupal de planes con retroalimentación docente y entre pares. Rúbrica de coevaluación para valorar propuestas de compañeros.	Elabora un plan estratégico a partir del esquema de negocio. Expone con claridad su propuesta empresarial. Demuestra responsabilidad y apertura a la retroalimentación.

	EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA		
	EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS	EVIDENCIA DE PRODUCTO	EVIDENCIA DE DESEMPEÑO
	Evaluación escrita de acuerdo a los temas tratados en clases- y/o exposición	Segunda entrega de plan de negocio, trabajos de exposición.	Debate en clases, resuelve casos prácticos, participación activa en clases

CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA III. "Aplica procesos de planificación en situaciones y casos del ámbito turístico, proponiendo soluciones viables y sostenibles."

Semana	CONTENIDOS			Estrategia de enseñanza	Indicadores de logro de la capacidad
	Conceptual	**Procedimental**	**Actitudinal**		
9	Fundamentos de la aplicación de la planificación Definición y etapas de la planificación. Diferencia entre planificar y ejecutar. Importancia de aplicar la planificación en distintos contextos.	Identifica etapas de la planificación en ejemplos reales. Analiza casos básicos de aplicación en organizaciones.	Valora la planificación como herramienta de orden y eficiencia. Muestra disposición al aprendizaje colaborativo.	Exposición dialogada y aprendizaje colaborativo. Presentación de conceptos clave y ejemplos prácticos. Dinámica grupal: diferencias entre planificar y ejecutar.	Explica etapas de la planificación. Diferencia planificar y ejecutar.
10	Herramientas para la aplicación de la planificación Herramientas de diagnóstico: FODA, PESTEL. Objetivos SMART y metas operativas. Estrategias para implementar planes.	Aplica FODA y objetivos SMART en un caso práctico. Diseña estrategias simples a partir de un diagnóstico.	Desarrolla creatividad en la formulación de estrategias. Reconoce la importancia de la planificación basada en datos.	Taller de aplicación de FODA, PESTEL y objetivos SMART. Trabajo en equipos con asesoría del docente.	Aplica FODA y PESTEL en un caso. Formula objetivos SMART.
11	Implementación de la planificación en las organizaciones Pasos para implementar un plan en la práctica. Roles y responsabilidades en la ejecución. Control y seguimiento de la planificación.	Simula la aplicación de un plan en un escenario práctico. Analiza casos de éxito y fracaso en la implementación.	Asume compromiso en el trabajo en equipo. Desarrolla pensamiento crítico frente a experiencias reales.	Estudio de casos y trabajo colaborativo. Análisis de casos reales de éxito y fracaso en planificación. Simulación de la puesta en marcha de un plan.	Propone estrategias de aplicación. Analiza casos reales de planificación.
12	Evaluación y mejora continua en la planificación Indicadores para evaluar planes. Retroalimentación y ajustes. Mejora continua como parte de la planificación.	Diseña una propuesta de evaluación para un plan sencillo. Propone mejoras a partir de resultados simulados. **Entrega de avance de plan de negocio**	Demuestra responsabilidad en la evaluación de resultados. Acepta la retroalimentación como parte del aprendizaje.	Aprendizaje basado en proyectos (ABP). Diseño de indicadores para evaluar la planificación. Exposición grupal del plan de negocio.	Diseña indicadores de evaluación. Expone un plan de negocio completo.

	EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA		
	EVIDENCIA DE CONOCIMIENTO	**EVIDENCIA DE PRODUCTO**	**EVIDENCIA DE DESEMPEÑO**
	Examen escrito, preguntas relacionadas a los temas tratados en clases durante los meses	Entrega plan de negocio culminado, trabajos de exposición	Debate en clases, resuelve casos prácticos, participación activa en clases

CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA IV. "Elabora y sustenta un plan de negocio con enfoque emprendedor, presentándolo de manera clara y persuasiva ante potenciales inversionistas."

Semana	CONTENIDOS			Estrategia de enseñanza	Indicadores de logro de la capacidad
	Conceptual	**Procedimental**	**Actitudinal**		
13	Presentación inicial del plan de negocio introducción, descripción de la idea de negocio y justificación.	Los grupos exponen la presentación general y objetivos del negocio.	Muestran iniciativa, claridad y compromiso en la exposición.	Cada grupo desarrolla y expone progresivamente su plan de negocio como proyecto central del módulo.	Presenta el plan de negocio con claridad y seguridad ante un público.
14	Análisis del entorno y mercado Estudio del mercado, análisis de clientes, competencia y FODA.	Los grupos exponen el análisis de entorno y diagnóstico.	Valoran la investigación y la crítica constructiva al comparar propuestas.	Los estudiantes presentan cada parte del plan y reciben retroalimentación del docente y compañeros.	Argumenta la viabilidad del proyecto con datos y análisis. Demuestra habilidades de persuasión en la exposición.
15	Estrategias y estructura organizacional Estrategias de marketing, operaciones, propuesta de valor y organización.	Los grupos exponen la parte estratégica y organizacional de su plan.	Trabajan de manera colaborativa y muestran apertura al feedback.	Análisis de planes de negocio reales para inspirar y mejorar.	Responde con solvencia a las preguntas de los "inversionistas".
16	Cronograma de actividades y presentación final Proyecciones financieras básicas, costos por actividad ingresos y viabilidad.	Los grupos exponen la versión final de su plan de negocio completo.	Demuestran responsabilidad, compromiso y seguridad en la defensa del trabajo.	Los estudiantes exponen como si fueran emprendedores frente a inversionistas.	Evidencia trabajo en equipo y coherencia en la propuesta. Responde preguntas de sus compañeros Responde preguntas del docente

	EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA		
	EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS	**EVIDENCIA DE PRODUCTO**	**EVIDENCIA DE DESEMPEÑO**
	Examen escrito, preguntas relacionadas a los temas tratados en clases y /o exposición	Entrega y exposición del trabajo final de plan de negocio de rubro turístico.	Participación y debate en la exposición de plan de negocio, participación activa en todas las exposiciones con preguntas o aportes.

VI. MATERIALES EDUCATIVOS Y OTROS RECURSOS DIDCATICOS

1. MEDIO Y PLATAFORMAS VIRTUALES

- Separatas digitales
- Foros
- Chats
- Libros digitales
- Videos, etc.
- Debate

2. MEDIOS INFORMATICOS

- Computadoras
- Tablet
- Celulares
- Internet
- Cámara
- Libros digitales PDF
- Datas
- Aula de clases

VII. EVALUACIÓN

1. EVIDENCIA DE CONOCIMIENTO

a. Responde a una evaluación digital expuesto en plataforma virtual de la Universidad, por el cual cada uno de ellos responderá de acuerdo a su criterio las preguntas en la clase.
b. Debate en los foros los diferentes temas expuestos en clases para conocer que tanto aprendió durante la clase y cuanto investigó en horarios fuera de clases de los temas expuestos en la plataforma virtual de la Universidad.

2. EVIDENCIA DE DESEMPEÑO

a. Al finalizar cada sesión de Clases los alumnos y docente debatirán lo aprendido de los diferentes autores expuesto en clases, para que el educando tenga un pensamiento crítico y analiza los diferentes conceptos que son de suma importancia en su formación profesional.
b. Al culminar el módulo cada alumno expondrá los temas que se le brindo para una exposición virtual.

3. EVIDENCIA DE PRODUCTO

a. Al finalizar el curso el estudiante será capaz de debatir en foros que expongan los temas del curso de Planificación estratégica del turismo.
b. Cada estudiante conocerá la importancia de la planificación turística en las empresas privadas y públicas.
c. Conocerá los diferentes autores que se hablan de la planificación estratégica en el turismo y su importancia en el sector.

VARIABLES	PONDERACIONES	UNIDADES DIDÁCTICAS DENOMINADAS MÓDULOS
Evaluación de Conocimiento	**20 %**	El ciclo académico comprende 4
Evaluación de Producto	**40%**	
Evaluación de Desempeño	**40 %**	

Siendo el promedio final (PF), el promedio simple de los promedios ponderados de cada módulo (PM1, PM2, PM3, PM4)

$$PF = \frac{PM1 + PM2 + PM3 + PM4}{4}$$

VIII. BIBLIOGRAFÍA

UNIDAD DIDACTICA I

- Acerenza, Miguel Política Turística y Planificación del Turismo 2010.
- Castellanos Hernández, Eulogio Planeación del espacio turístico.
- Bouillon Roberto, Planificación de espacios Turísticos. Mexico 2006
- MITINCI. Plan maestro de desarrollo turístico nacional de la república del Perú.
- Mc Intosh, H/ Goleldner, Ritchie TURISMO, Planeación, Administración y Perspectivas. 1999.
- MINCETUR Plan Estratégico Nacional de Turismo. PENTUR. 2004.
- Leonard J. Lickonsh/Carson L. Jenkins Una Introducción al Turismo 2000.
- Proyecto CTN-PERÚ. Cartera de macroproductos turísticos para el CTN. 2006.
- OMT Sustainable Tourism Development: Guide for local planners. 1999

UNIDAD DICACTICA II

- *Planificación estratégica en la industria turística*.

  Recuperadode https://www.redalyc.org/journal/1807/180722700006.pdf

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú. (2016). *Plan Estratégico Nacional de Turismo del Perú (PENTUR) 2025*. Recuperado de https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/31487/22123_PENTUR_Final_JULIO2016.pdf20180706-19116-y07vnb.pdf

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú. (s.f.). *Programa Multianual de Inversiones del Sector Turismo 2023-2025*. Recuperado

de https://transparencia.mincetur.gob.pe/documentos/newweb/portals/0/transparencia/pmi/RM_Nro_034_2022-MINCETUR_PMI_2023-2025-anexo.pdf

UNIDAD DIDACTICA III

- Begazo, J. D., & Fernández Baca, W. (2016). Importancia del Modelo Turístico Estratégico Pentur 2016 - 2025 como Base en un Contexto de Desarrollo Local. *Revista de Investigación en Administración*, 1(1), 107-114. Recuperado de https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/download/13794/12227/47702
- Andina. (s.f.). *Turismo: Mincetur aprueba lineamientos para el desarrollo de inversiones*. Recuperado de https://andina.pe/agencia/noticia-turismo-mincetur-aprueba-lineamientos-para-desarrollo-inversiones-993519.aspx
- Inudi. (2024). *Gestión estratégica y turismo sostenible*. Recuperado de https://editorial.inudi.edu.pe/plus/public/main_teaching/main/public/pdfuniversitario/66bf86b143213_LIB.IP.006-Gesti%C3%B3n%20estrat%C3%A9gica%20y%20turismo%20sostenible.pd

UNIDAD DIDACTICA IV

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú. (2016). *Plan Estratégico Nacional de Turismo 2025*. Recuperado de https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/31487/22123_PENTUR_Final_JULIO2016.pdf20180706-19116-y07vnb.pdf
- Sin autor. (2021). El planeamiento estratégico aplicado al desarrollo del turismo. Revista de Investigación en Turismo, 12(1), 45-60. Recuperado de https://www.redalyc.org/pdf/5762/576261187008.pdf

- Pax Genuine Tourism Advisors. (2024). *Planificación estratégica del turismo*. Recuperado de https://www.paxadvising.com/planificacion-estrategica-del-turismo/
- 2020). *Plan Estratégico de Turismo 2020-2024*. Recuperado de https://app-sapumu.sfo2.digitaloceanspaces.com/casimirocastillo/content/2021/08/14823/bGJkclneYX.pdf

IX. PROBLEMAS QUE EL ESTUDIANTE RESOLVERÁ AL FINALIZAR EL CURSO

MAGNITUD CAUSAL OBJETO DEL PROBLEMA	ACCIÓN MÉTRICA DE VINCULACIÓN	CONSECUENCIA MÉTRICA VINCULANTE DE LA ACCIÓN
Desconocimiento de la planificación turística en el Perú y el mundo	Análisis de modelos de planificación turística (≥ 90%)	Comprensión de la planificación turística (≥ 90%)
Deficiente estructuración de planes de negocio turísticos	Elaboración de esquemas de plan de negocio (100%)	Mejora en la formulación de proyectos turísticos (≥ 90%)
Limitada capacidad de investigación en turismo	Desarrollo de investigaciones aplicadas (≥ 95%)	Incremento en la calidad de información obtenida (≥ 90%)
Falta de planificación en empresas turísticas	Aplicación de herramientas de planificación estratégica (≥ 90%)	Mejora en la gestión empresarial turística (≥ 90%)
Inadecuada aplicación de la planificación turística	Ejecución de planes estratégicos (≥ 90%)	Optimización de resultados organizacionales (≥ 90%)
Escasa evaluación de empresas turísticas	Análisis e investigación de empresas turísticas (≥ 95%)	Mejor toma de decisiones estratégicas (≥ 90%)

Huacho, 2026

Universidad Nacional "José Faustino Sánchez Carrión"
Dra. Villafuerte Castro Sandra Luisa
Docente Universitario
DNU 634