



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

# MEMORIA SECTORIAL

Decreto Supremo N° 022-2016-PCM

## SECTOR COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO PERIODO 2011 – 2016



Julio 2016

## **CONTENIDO**

<b>I. MEMORIA SECTORIAL</b>	<b>3</b>
<b>II. INFORMES PARA LA TRANSFERENCIA DE GESTIÓN DEL MINISTERIO Y DE SUS ENTIDADES ADSCRITAS</b>	<b>151</b>

## I. MEMORIA SECTORIAL

A.	Resumen Ejecutivo	4
B.	Organigrama del Sector	13
C.	Evolución del Presupuesto entre los años 2011 a 2016	14
D.	Principales obras realizadas por el Sector	20
E.	Políticas de carácter nacional y sectorial propuestas por el sector	26
F.	Principales logros alcanzados durante el periodo de gobierno 2011 – 2016	29
G.	Temas pendientes y recomendaciones	140

## Comercio Exterior

En los últimos años, la política de comercio exterior del Perú ha impulsado intensamente la apertura comercial, con el fin de insertar exitosamente al Perú en la economía global; teniendo como base a la Política Pública de largo plazo expresada en el Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX) 2003–2013 y el recién aprobado PENX al 2025.

El PENX 2003-2013, se enfocó en cuatro objetivos estratégicos: el desarrollo de la oferta exportable, el desarrollo de mercados, el desarrollo de una cultura exportadora, y la facilitación del comercio.

Sus resultados han sido tangibles: las exportaciones no tradicionales<sup>1</sup> han crecido a un promedio anual de 12,7% del 2003 al 2015; alcanzando US\$10 886 millones en el 2015; representando actualmente el 30% de la canasta exportadora.

Por otro lado, el efecto positivo que ha tenido la expansión del comercio exterior en el número de pymes exportadoras, ha motivado su crecimiento, tras pasar de 4 mil en el 2003, a más de 6 mil en el 2015.

Estos importantes avances en la diversificación de productos y mercados han sido posibles gracias a la red de acuerdos comerciales que ha logrado el Perú (como Tratados de Libre Comercio con Estados Unidos, la Unión Europea, China y Japón, entre otros) y las políticas internas de desarrollo del comercio exterior.

En el actual entorno, el 92% de nuestras exportaciones se encuentran cubiertas por acuerdos comerciales internacionales; es así que en ese contexto se aprobó el PENX 2025<sup>2</sup>, con una nueva visión: *la consolidación de la presencia global del Perú mediante la consolidación de las empresas exportadoras peruanas*, sobre la base de cuatro pilares: *la internacionalización de la empresa y la diversificación de mercados; la oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible; la facilitación del comercio exterior y la eficiencia de la cadena logística internacional; la generación de capacidades para la internacionalización; y la consolidación de una cultura exportadora* .

### Apertura Comercial y Desempeño Exportador

En la actualidad, el Perú cuenta con **19 acuerdos comerciales**, incluyendo la OMC. Los acuerdos de libre comercio permiten un acceso preferencial a los productos peruanos, principalmente no tradicionales, a un total de **52 países** en cuatro continentes; mientras que en el 2008, los acuerdos de libre comercio cubrían parcialmente el comercio con 8 países, todos de América Latina.

En el 2016 se suscribió el **Tratado de Asociación Transpacífico (TPP por sus siglas en inglés)**, bloque económico y comercial más importante del mundo, cuyas economías en conjunto conforman el 40% del PBI mundial. El mismo, será la base de una futura Zona de Libre Comercio del Asia-Pacífico (FTAAP por sus siglas en inglés), cuyo objetivo sería lograr una mayor integración con nuestros principales socios comerciales.

Este acuerdo marca un hito en la política comercial de los países miembros, incluyendo un capítulo de Pymes<sup>3</sup>, facilitándoles la exportación de insumos o bienes finales, con preferencias arancelarias a cualquiera de los once mercados del TPP.

---

<sup>1</sup> Que generan mayor empleo y valor agregado en la economía.

<sup>2</sup> Mediante Resolución Ministerial N° 377-2015-MINCETUR.

<sup>3</sup> A propuesta del Perú.

En el 2015, las exportaciones peruanas a países con acuerdos comerciales vigentes representaron el 92% del total exportado, alcanzando los US\$ 30 768 millones; contrastando significativamente con el año 2008, en el que la cobertura solamente representaba el 12% del total, equivalente a US\$ 3 661 millones.

En ese mismo año, el Perú exportó más de 4 500 distintos tipos de productos (partidas arancelarias) al mundo, mientras que en el 2008 se reportaron 4 323.

Con respecto a las exportaciones no tradicionales hacia países con acuerdos comerciales vigentes, en el año 2015, representaron el 31,9% del total exportado, por encima del 24,3% registrado en el 2008.

Asimismo, el número de empresas exportadoras no tradicionales se incrementó de 6 921 en el 2008, a 7 359 en el 2015. Cabe destacar que el 96% de las empresas exportadoras son micro, pequeñas y medianas.

En el siguiente gráfico se muestra la evolución del intercambio comercial desde el año 2005 al 2015:

**Gráfico N° 1: Evolución del Intercambio Comercial (2005-2015)**  
En miles de millones de US\$



Fuente: SUNAT  
Elaboración: MINCETUR/DGIECE/DDPI

En el gráfico N°1, se observa que para el año 2015 las exportaciones totalizaron US\$ 33,4 mil millones, monto inferior en 13,5% al registrado el año anterior; lo cual se debió fundamentalmente a los menores envíos tradicionales, afectados por la significativa contracción de los precios de los principales *commodities* de exportación, (oro, cobre, petróleo crudo y derivados), reflejo de un entorno internacional menos favorable, los mismos que no requieren de acuerdos comerciales para su ingreso preferencial en los mercados.

### Exportaciones por Sectores Económicos y Productos

Las exportaciones no tradicionales de mayor participación fueron: agropecuaria (13,1% del total), con US\$ 4 379 millones, y químico (4,2%), con US\$ 1 400 millones. Los sectores tradicionales de mayor participación fueron el sector minero (53,9%),

alcanzando un valor de US\$ 18 014 millones, y el sector petróleo y gas natural (7,1%), alcanzando la cifra de US\$ 2 377 millones, como se muestra:

**Cuadro N°1: Exportaciones por Sectores Económicos (2011–2015)**  
En millones de US\$

Sectores	2011	2012	2013	2014	2015	Variación 2015/2011	Participación 2015
<b>Tradicional</b>	<b>36 130</b>	<b>35 153</b>	<b>31 490</b>	<b>26 915</b>	<b>22 557</b>	<b>-37,6%</b>	<b>67,4%</b>
Minero	27 476	26 418	23 492	19 597	18 014	-34,4%	53,9%
Petróleo y gas natural	4 860	5 328	5 497	4 721	2 377	-51,1%	7,1%
Pesquero	2 107	2 312	1 712	1 733	1 450	-31,2%	4,3%
Agrícola	1 685	1 095	789	863	715	-57,6%	2,1%
<b>No Tradicional</b>	<b>10 190</b>	<b>11 206</b>	<b>11 076</b>	<b>11 726</b>	<b>10 886</b>	<b>6,8%</b>	<b>32,6%</b>
Agropecuario	2 817	3 058	3 408	4 202	4 379	55,5%	13,1%
Químico	1 650	1 632	1 505	1 520	1 400	-15,1%	4,2%
Textil	1 989	2 177	1 928	1 806	1 330	-33,1%	4,0%
Sidero-metalúrgico	1 051	1 217	1 219	1 060	997	-5,0%	3,0%
Pesquero	1 068	1 041	1 067	1 189	951	-11,0%	2,8%
Minería no metálica	491	722	721	665	697	42,0%	2,1%
Metal mecánico	487	552	550	598	539	10,8%	1,6%
Otros*	236	370	252	268	592	150,6%	1,8%
<b>Total</b>	<b>46 319</b>	<b>46 359</b>	<b>42 567</b>	<b>38 641</b>	<b>33 443</b>	<b>-27,8%</b>	<b>100,0%</b>

\*Maderas y papeles, pieles-cueros, artesanías, varios.

Fuente: SUNAT

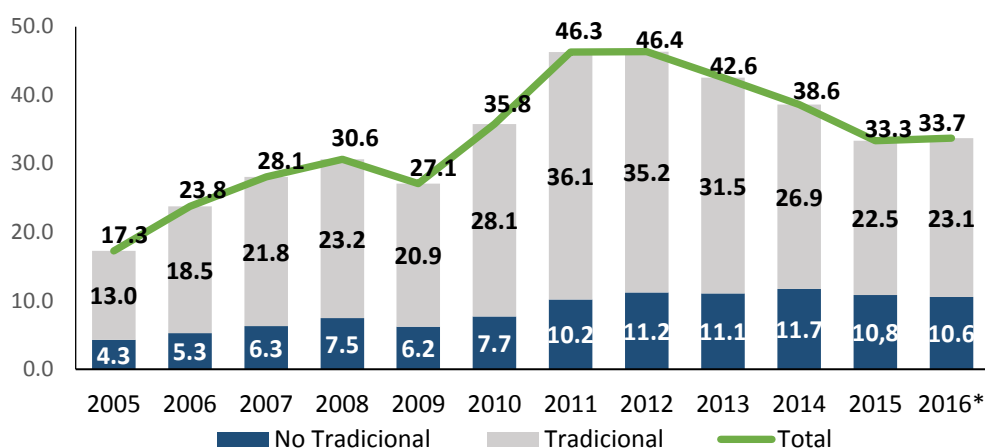
Elaboración: MINCETUR/DGIECE/DDPI

En el periodo analizado, las exportaciones no tradicionales crecieron 6.8%, a diferencia de los envíos tradicionales que disminuyeron en 37.6%, afectados por las menores cotizaciones de los *commodities* (cobre, oro, plata, entre otros).

Con respecto a las exportaciones no tradicionales enviadas a países cubiertos bajo acuerdos comerciales, en el 2015, correspondieron al 90.2% del total exportado, ascendiendo a US\$ 10 886 millones, contrastando con el 2011, en el que solo representaban el 21,9% del total, equivalente a US\$ 10 190 millones.

Al cierre del 2016, se prevé que las exportaciones no tradicionales alcanzarán un valor de US\$10 600 millones. Por su parte, los productos no tradicionales tendrán un incremento de 2.7%, respecto del año 2015; alcanzando un nivel de US\$23 100 millones.

**Gráfico N° 2: Exportaciones Tradicionales y No Tradicionales (2005-2015)**  
En miles de millones de US\$



\*Proyectado

Fuente: SUNAT

Elaboración: MINCETUR/DGIECE/DDPI

Los productos no tradicionales más exportados en el 2015, respecto al 2011 fueron: papa en conserva, con un incremento de 84 919,7%; cacao, con un crecimiento de 190.7%; y uvas frescas, con un crecimiento de 145%, entre otros; productos que se han venido fortaleciendo, como parte de nuestra estrategia de desarrollo y diversificación, potenciando a productores y exportadores, a través del fortalecimiento de capacidades, acompañamiento técnico especializado, y apoyo en la participación de ferias y misiones internacionales.

**Cuadro N° 2: Exportaciones por Productos No Tradicionales 2011–2015**  
(En millones de US\$)

Producto	2011	2012	2013	2014	2015	Variación 2015/2011	Participación 2015
Uvas frescas	287	366	443	643	703	145,0%	6,5%
Espárragos frescos	294	343	414	385	419	42,6%	3,8%
Fosfatos de calcio naturales	236	433	413	314	347	47,0%	3,2%
Paltas frescas	161	136	184	300	305	89,4%	2,8%
Alambre de cobre refinado	298	281	256	275	207	-30,5%	1,9%
Papa congelada	231	238	263	276	197	-14,8%	1,8%
Mangos frescos	115	117	133	139	196	70,6%	1,8%
Zinc en bruto sin alear	200	173	181	207	184	-7,9%	1,7%
Cacao en grano	63	65	84	152	183	190,7%	1,7%
Papa en conserva	0,2	159	133	229	158	84 919,7%	1,4%
Resto	8 305	8 895	8 573	8 807	7 987	-3,8%	73,4%
<b>Total</b>	<b>10 190</b>	<b>11 206</b>	<b>11 076</b>	<b>11 726</b>	<b>10 886</b>	<b>6,8%</b>	<b>100%</b>

Fuente: SUNAT

Elaboración: MINCETUR/DGIECE/DDPI

### Exportaciones por Mercado de Destino

Los principales destinos de las exportaciones peruanas durante el año 2015 fueron: China (US\$ 7 398 millones y 22% de participación), Estados Unidos (US\$ 4 999 millones y 15% de participación), Suiza (US\$ 2 677 millones), Canadá (US\$ 2 344 millones) y Japón (US\$ 1 117).

**Cuadro N°3: Exportaciones por Países (2011–2015)**  
En millones de US\$

Países	2011	2012	2013	2014	2015	Variación 2015/2011	Participación 2015
China	6 956	7 841	7 354	7 043	7 398	6,4%	22,1%
Estados Unidos	6 025	6 329	7 772	6 172	4 999	-17,0%	14,9%
Suiza	5 937	5 074	3 027	2 662	2 677	-54,9%	8,0%
Canadá	4 232	3 448	2 742	2 566	2 344	-44,6%	7,0%
Japón	2 175	2 571	2 226	1 584	1 117	-48,6%	3,3%
España	1 703	1 860	1 593	1 363	1 091	-35,9%	3,3%
Corea del Sur	1 696	1 546	1 561	1 210	1 088	-35,8%	3,3%
Chile	1 947	2 030	1 685	1 544	1 075	-44,8%	3,2%
Brasil	1 263	1 405	1 757	1 595	1 073	-15,1%	3,2%
Alemania	1 916	1 866	1 169	1 229	920	-52,0%	2,8%
Resto	12 468	12 388	11 680	11 673	9 660	-22,5%	28,9%
<b>Total</b>	<b>46 319</b>	<b>46 359</b>	<b>42 567</b>	<b>38 641</b>	<b>33 443</b>	<b>-27,8%</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: SUNAT

Elaboración: MINCETUR/DGIECE/DDPI

### Exportaciones por Mercado de Destino de las Exportaciones No Tradicionales

Los principales destinos de las exportaciones no tradicionales durante el año 2015 fueron: Estados Unidos (US\$ 3 007 millones y 28% de participación), Países Bajos (US\$ 719 millones y 7% de participación), Chile (US\$ 687 millones), Colombia (US\$ 646 millones) y Ecuador (US\$ 604 millones).

**Cuadro Nº 4: Exportaciones por Países XNT (2011–2015)**  
En millones de US\$

Países	2011	2012	2013	2014	2015	Variación 2015/2011	Participación 2015
Estados Unidos	2 342	2 617	2 706	2 880	3 007	28,4%	27,6%
Países Bajos	432	453	555	656	719	66,5%	6,6%
Chile	607	707	755	675	687	13,2%	6,3%
Colombia	826	766	724	803	646	-21,8%	5,9%
Ecuador	619	738	739	751	604	-2,4%	5,5%
Bolivia	433	530	539	571	549	26,8%	5,0%
España	491	432	414	474	438	-10,7%	4,0%
Brasil	354	409	411	490	376	6,3%	3,5%
China	337	331	366	473	344	2,2%	3,2%
Reino Unido	172	178	233	255	290	69,0%	2,7%
Resto	3 576	4 046	3 634	3 699	3 224	-9,8%	29,6%
<b>Total</b>	<b>10 190</b>	<b>11 206</b>	<b>11 076</b>	<b>11 726</b>	<b>10 886</b>	<b>6,8%</b>	<b>100%</b>

Fuente: SUNAT

Elaboración: MINCETUR/DGIECE/DDPI

### Importaciones

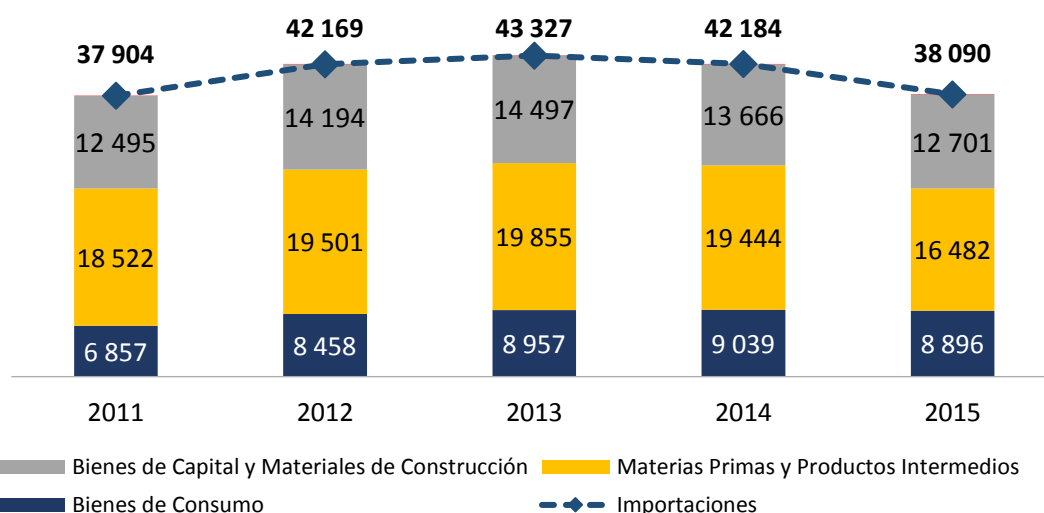
Por el lado de las importaciones, las compras procedentes de países con los que el Perú cuenta con Acuerdos Comerciales vigentes mostraron una evolución positiva. En el 2011, las importaciones cubiertas bajo acuerdos comerciales representaron el 69,8% del total, mientras que en el 2015 se situaron en 88,5%.

Entre el 2009 y 2015 las importaciones peruanas desde países con acuerdos comerciales vigentes crecieron a una tasa promedio anual de 9,6%, destacando la mayor participación de las materias primas y los bienes de capital.

Cabe destacar que en el 2015, el 31% de las importaciones bajo acuerdos comerciales fueron bienes de capital, situación que contrasta con el 5,1% registrado en el 2008, lo que resulta de particular importancia, puesto que estos bienes favorecen el avance tecnológico y las mejoras en la productividad y competitividad del país.

El gráfico N° 3 muestra la evolución de las importaciones según sector durante el período 2011–2015:

**Gráfico N° 3: Importaciones según Sector (2011–2015)**  
En millones de US\$



Fuente: SUNAT

Elaboración: MINCETUR/DGIECE/DDPI

En el Perú, el turismo ha mantenido un crecimiento continuo durante la última década, presentando un crecimiento promedio de 8.2%, convirtiéndose en un motor de desarrollo social y económico capaz de contribuir a la inclusión social y la reducción de la pobreza, con un aporte de 3,9% respecto al PBI nacional, habiendo generado aproximadamente 1,3 millones de empleos directos e indirectos en el 2015<sup>4</sup>, valor que representa el 7,4% de la Población Económicamente Activa (PEA) nacional.

Asimismo, en el reporte del TPCI 2015<sup>5</sup>, el Perú ha escalado hasta la posición 58 en el ranking mundial, subiendo 15 posiciones en relación al reporte del 2013.

Esta mejora en la posición ocupada se ha logrado como resultado de la implementación de políticas públicas de largo plazo establecidas en el Plan Estratégico Nacional del Turismo - PENTUR, que han permitido incrementar el nivel de competitividad en el sector.

En ese marco, el Mincetur, inmerso en un proceso de mejora ha actualizado el PENTUR al 2025, el cual propone una nueva visión para el Sector Turismo, que plantea desafíos en torno al alcance de un posicionamiento del Perú como un destino turístico sostenible y competitivo, para lo cual considera el mejoramiento de las condiciones de los productos y destinos turísticos y la diversificación de la oferta mediante la generación de nuevos productos y destinos turísticos en el ámbito nacional.

En esa visión, se vienen ejecutando proyectos de inversión pública de gran envergadura que permitirán articular el desarrollo integral de una macrorregión a partir de la intervención del sector turismo, como el sistema de Telecabinas de Kuélap, en Amazonas<sup>6</sup>, y el proyecto “Acondicionamiento Turístico de la Laguna de Yarinacocha” en Ucayali.

Pero no solo se vienen realizando inversiones públicas sino también desde el lado de la inversión privada, las principales cadenas hoteleras y marcas internacionales tienen proyectada una inversión de US\$ 1 141 millones en infraestructura hotelera a lo largo del país entre los años 2017 y 2021, que involucrará a 62 nuevos establecimientos de hospedaje con más de 8 200 habitaciones que se sumarán a la oferta existente<sup>7</sup>.

Estas inversiones coadyuvan al desarrollo del segmento de Reuniones, Congresos y Eventos, segmento conocido como RICE. El Perú es uno de los países que ha presentado el mejor rendimiento en la región en los últimos años. Según estadísticas de la Asociación Internacional de Congresos y Eventos (ICCA por sus siglas en inglés), el número de eventos de categoría internacional que tuvieron como sede al Perú, se ha incrementado en un 90% en el periodo 2010 – 2014.

Según estadísticas de la ICCA, durante el 2014, Lima fue la cuarta ciudad con el mayor número de reuniones, después de Buenos Aires, Santiago de Chile y Sao Paulo, superando a ciudades como Río de Janeiro, Bogotá y Cartagena.

Esta tendencia se mantendrá en el corto y mediano plazo, debido a que por un lado, se ha invertido en infraestructura, y por otro lado se siguen atrayendo eventos de categoría internacional a nuestro país. El 2015, se concretó la construcción del Centro de Convenciones de Lima con motivo de las Juntas Anuales de Gobernadores del Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional, que congregó alrededor de trece mil

---

<sup>4</sup> MINCETUR, 2015

<sup>5</sup> WEF (2015) The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015

<sup>6</sup> Mediante la modalidad de Asociación Público Privada (APP)

<sup>7</sup> Sociedad de Hoteles del Perú, Hotel & Tourism Advisors 2016

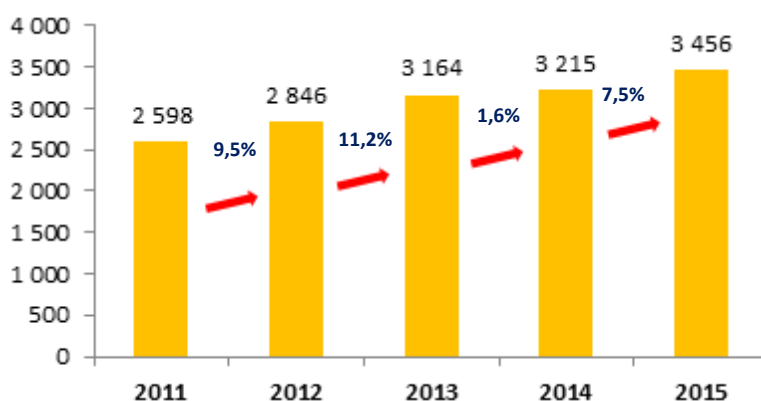
visitantes provenientes de 188 países. Esta nueva sede de cerca de 15 mil m<sup>2</sup> puede albergar en simultáneo hasta 9,950 participantes.

El 2016, el Perú será sede de la Cumbre de Líderes del Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC) y de reuniones sectoriales que se desarrollaron en Lima, Arequipa, Trujillo, Tacna, Piura, Iquitos y Tarapoto.

### Llegada de Turistas Internacionales

En el Gráfico N° 4 se observa que durante el periodo 2011 – 2015, la llegada de turistas internacionales ha mantenido un incremento progresivo. Asimismo, en el año 2015 (3 455 709), hubo un incremento del 7,5%, en comparación al año 2014 (3 214 934); significando un flujo positivo de 240 775 turistas internacionales.

**Gráfico N° 4: Llegada de Turistas Internacionales (2011 – 2015)  
(en miles de llegadas)**



Total Turistas Internacionales = Turistas extranjeros + Turistas peruanos residentes en el exterior  
FUENTE: Superintendencia Nacional de Migraciones  
ELABORACIÓN: MINCETUR/VMT/DGIETA-DEPTA

Este incremento de turistas se explica por las estrategias y acciones implementadas por el Sector, enfocadas a brindar al visitante una oferta turística diversificada y consolidada, para lo cual se implementaron 75 productos turísticos<sup>8</sup>; asimismo, se ha culminado la ejecución de 49 proyectos de infraestructura turística, a través de Plan Copesco Nacional.

Por otro lado, se han desarrollado iniciativas locales con carácter inclusivo, que brindan experiencias vivenciales, como es el caso de Al Turista lo Nuestro, De mi tierra un Producto y Turismo Social; y, se ha fortalecido e internacionalizado la Estrategia de Turismo Rural Comunitario.

Asimismo, se impulsó el turismo a través de las campañas internacionales de promoción, de una estrategia de penetración en la cadena comercial en los principales mercados internacionales, de la participación en ferias y misiones internacionales.

Finalmente se desarrollaron políticas orientadas al fomento de la calidad de productos y servicios turísticos, mediante la implementación del Plan Nacional de Calidad Turística

<sup>8</sup> A nivel nacional y gracias al trabajo conjunto y coordinado con los Gobiernos Regionales, municipios y sector privado.

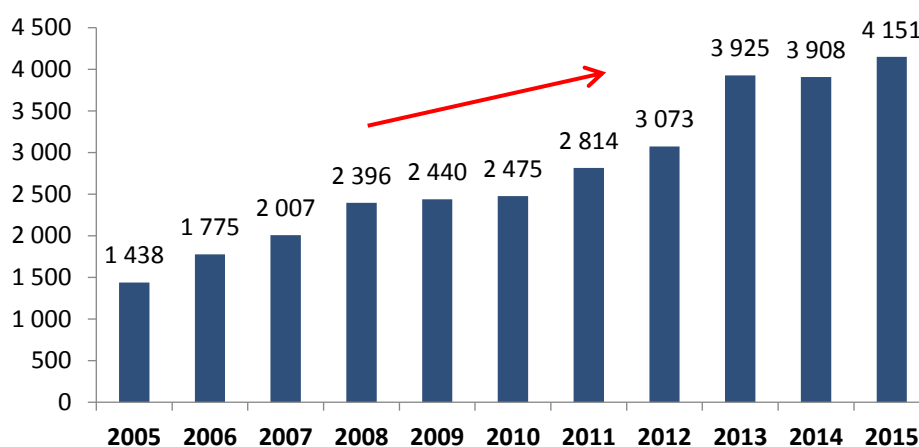
- CALTUR, el Programa de mejora de sistema de gestión de empresas de servicios turístico – MGE y el Sello de Calidad Turística Perú.

### El turismo como generador de divisas

En el Perú, el ingreso de divisas generadas por el turismo receptivo, ha presentado un comportamiento positivo durante los últimos años, con un ingreso total de US\$ 17 871 millones para el periodo (2011-2015).

En el 2015, el ingreso de divisas ascendió a US\$ 4 151 millones, +6,2% respecto al año 2014.

**Gráfico N° 5: Ingreso de Divisas generado por el Turismo Receptivo 2005 – 2015 (millones de US\$)**



FUENTE: BCRP - MINCETUR  
ELABORACIÓN: MINCETUR/SG/OGPPD



## C. EVOLUCIÓN DEL PRESUPUESTO ENTRE LOS AÑOS 2011 A 2016

El Sector 35 Comercio Exterior y Turismo está comprendido por los siguientes Pliegos Presupuestarios: 035 Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR, 008 Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERÚ, 180 Centro de Formación en Turismo – CENFOTUR.

La evolución del Presupuesto Institucional de Apertura (PIA) del Sector 35 Comercio Exterior y Turismo durante el período 2011 – 2016 presenta un variación promedio de 9,9%; asimismo, el porcentaje promedio de su participación respecto al Presupuesto Nacional, en el mismo periodo, es de 0,4%.

De igual forma, la evolución del Presupuesto Institucional Modificado (PIM) del Sector, durante el mismo período, presenta un variación promedio de 15,5%; asimismo, el porcentaje promedio de su participación respecto al Presupuesto Nacional, es de 0,4%.

Detalle de lo expuesto, se observa en el cuadro siguiente:

**Cuadro N° 10: Evolución del Presupuesto del Sector a nivel de Pliego 2011 - 2016  
(En millones de S/)**

PLIEGO	AÑOS											
	2011		2012		2013		2014		2015		2016	
	PIA	PIM	PIA	PIM (*)	PIA	PIM	PIA	PIM	PIA	PIM	PIA	PIM
035: MINCETUR	145,7	138,4	170,2	256,9	196,4	185,8	166,8	237,6	283,2	244,5	283,9	346,9
008: PROMPERÚ	159,0	160,0	146,3	229,9	160,1	324,1	245,0	230,5	196,9	335,3	199,7	201,6
180: CENFOTUR	13,5	13,5	16,0	19,0	21,5	21,5	19,4	19,4	19,3	22,6	21,7	23,3
<b>SECTOR COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO</b>	<b>318,1</b>	<b>311,9</b>	<b>332,5</b>	<b>505,8</b>	<b>378,0</b>	<b>531,4</b>	<b>431,3</b>	<b>487,5</b>	<b>499,4</b>	<b>602,3</b>	<b>505,3</b>	<b>571,8</b>
<b>VARIACIÓN RESPECTO AL AÑO ANTERIOR (%)</b>			4,5	62,1	13,7	5,1	14,1	(8,3)	15,8	23,6	1,2	(5,1)

Presupuesto Nacional (PN)	88 460,6	114 635,2	95 534,6	122 380,2	108 418,9	133 676,7	118 934,3	144 805,7	130 621,3	152 888,9	138 490,5	152 020,8
Participación del Sector respecto al PN (%)	0,4	0,3	0,3	0,4	0,3	0,4	0,4	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4

PIA = Presupuesto Institucional de Apertura

PIM = Presupuesto Institucional Modificado

(\*) En el año 2012, mediante el DS N° 244-2012-EF de fecha 06.12.12, se autorizó una transferencia de partidas en el presupuesto del Pliego MINCETUR y del Pliego PROMPERU por la suma total de S/ 110 700 000 para destinarse a reforzar y complementar los trabajos de implementación y fortalecimiento de las OCEX.

Fuente: Consulta Amigable del MEF / Elaboración: MINCETUR

A nivel de genéricas de gasto, el presupuesto del Sector en el periodo 2011 – 2016, se detalla de acuerdo a lo siguiente:

**Cuadro N° 11: Evolución del Presupuesto del Sector a nivel de Genérica de Gasto 2011 - 2016**  
(En millones de S/)

CATEGORIA / GENERICA DE GASTO	AÑOS											
	2011		2012		2013		2014		2015		2016	
	PIA	PIM	PIA	PIM (*)	PIA	PIM	PIA	PIM	PIA	PIM	PIA	PIM
<b>GASTOS CORRIENTES</b>	<b>250,3</b>	<b>246,9</b>	<b>255,2</b>	<b>445,9</b>	<b>296,3</b>	<b>451,7</b>	<b>381,0</b>	<b>431,1</b>	<b>421,3</b>	<b>479,1</b>	<b>436,1</b>	<b>431,2</b>
Personal y obligaciones sociales	13,3	13,4	13,4	17,6	18,9	21,7	20,1	28,9	28,5	29,1	29,6	34,7
Pensiones y otras prestaciones sociales	12,5	12,6	12,0	12,3	11,8	12,1	11,7	14,2	13,8	14,1	14,0	14,3
Bienes y servicios	222,9	217,3	229,0	414,8	265,1	412,2	343,7	382,5	374,7	428,5	386,6	375,1
Donaciones y transferencias	0,0	2,5	0,0	0,5	0,0	0,1	0,0	0,4	0,0	0,1	0,1	0,7
Otros gastos	1,6	1,0	0,7	0,7	0,4	5,6	5,5	5,1	4,4	7,4	5,8	6,4
<b>GASTOS DE CAPITAL</b>	<b>67,8</b>	<b>65,1</b>	<b>77,3</b>	<b>59,9</b>	<b>81,7</b>	<b>79,7</b>	<b>50,2</b>	<b>56,4</b>	<b>78,1</b>	<b>123,2</b>	<b>69,2</b>	<b>140,6</b>
Adquisición de activos no financieros	65,2	62,4	74,7	57,4	77,7	79,0	50,2	55,6	78,1	123,2	69,2	140,6
Otros gastos	2,6	2,6	2,5	2,5	4,0	0,7	0,0	0,8	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>SECTOR COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO</b>	<b>318,1</b>	<b>311,9</b>	<b>332,5</b>	<b>505,8</b>	<b>378,0</b>	<b>531,4</b>	<b>431,3</b>	<b>487,5</b>	<b>499,4</b>	<b>602,3</b>	<b>505,3</b>	<b>571,8</b>

PIA = Presupuesto Institucional de Apertura

PIM = Presupuesto Institucional Modificado

(\*) En el año 2012, mediante el DS N° 244-2012-EF de fecha 06.12.12, se autorizó una transferencia de partidas en el presupuesto del Pliego MINCETUR y del Pliego PROMPERU por la suma total de S/ 110 700 000 para destinarse a reforzar y complementar los trabajos de implementación y fortalecimiento de las OCEX.

Fuente: Consulta Amigable del MEF / Elaboración: MINCETUR

A nivel de Fuentes de Financiamiento, el presupuesto del Sector se distribuye de acuerdo a lo siguiente:

**Cuadro N° 12: Evolución del Presupuesto del Sector a nivel de Fuente de Financiamiento 2011 - 2016**  
(En millones de S/)

FUENTE DE FINANCIAMIENTO	AÑOS											
	2011		2012		2013		2014		2015		2016	
	PIA	PIM	PIA	PIM (*)	PIA	PIM	PIA	PIM	PIA	PIM	PIA	PIM
Recursos ordinarios	270,8	257,2	277,5	433,8	315,9	459,5	370,3	423,9	432,1	509,8	446,1	506,4
Recursos directamente recaudados	44,9	48,8	50,4	64,3	55,7	59,7	56,0	57,5	60,5	74,9	55,9	58,1
Recursos por operaciones oficiales De crédito	0,1	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Donaciones y transferencias	2,4	5,4	4,6	7,6	6,3	12,1	5,0	6,0	6,8	17,6	3,3	7,3
<b>SECTOR COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO</b>	<b>318,1</b>	<b>311,9</b>	<b>332,5</b>	<b>505,8</b>	<b>378,0</b>	<b>531,4</b>	<b>431,3</b>	<b>487,5</b>	<b>499,4</b>	<b>602,3</b>	<b>505,3</b>	<b>571,8</b>

PIA = Presupuesto Institucional de Apertura

PIM = Presupuesto Institucional Modificado

(\*) En el año 2012, mediante el DS N° 244-2012-EF de fecha 06.12.12, se autorizó una transferencia de partidas en el presupuesto del Pliego MINCETUR y del Pliego PROMPERU por la suma total de S/ 110 700 000 para destinarse a reforzar y complementar los trabajos de implementación y fortalecimiento de las OCEX.

Fuente: Consulta Amigable del MEF / Elaboración: MINCETUR

Como se aprecia en el cuadro precedente la Fuente de Financiamiento Recursos Ordinarios concentra la mayor parte del presupuesto asignado (PIA) durante el período 2011 - 2016, seguido de la Fuente de Financiamiento Recursos Directamente Recaudados, Donaciones y Transferencias, y finalmente Recursos por Operaciones Oficiales de Crédito (2011).

La fuente de financiamiento **Recursos Ordinarios** proviene del Tesoro Público.

La fuente **Recursos Directamente Recaudados**, en MINCETUR, procede en su mayoría de la aplicación de la Ley N° 27153 y sus modificatorias, los mismos que se destinan a las tareas de control y fiscalización de los juegos de casino y máquinas tragamonedas y a la promoción del turismo; así como a los Centros de Innovación Tecnológica CITES; en PROMPERÚ, procede del pago de las empresas (exportadoras y tour operadores) por acceder a los servicios (ferias, talleres, ruedas de negocios, misiones comerciales, etc.) que brinda la entidad, conforme a la Carta de Servicios y en CENFOTUR por la prestación de servicios educativos.

La fuente **Donaciones y Transferencias**, en MINCETUR, proviene de las transferencias de la Cámara de Comercio de Lima, la Sociedad Nacional de Industrias y ADEX, por la emisión de certificados de origen y por el Apoyo Presupuestario del Euro Eco Trade, en PROMPERÚ las donaciones provienen únicamente del Apoyo Presupuestario del Euro Eco Trade.

En cuanto a la fuente de financiamiento **Recursos por Operaciones Oficiales de Crédito**, en el año 2011 se presupuestó gastos para el cierre del Proyecto "Reordenamiento y Rehabilitación del Valle del Vilcanota".

De otro lado, la ejecución devengada del Sector 35 Comercio Exterior y Turismo a nivel de genéricas de gasto se muestra en el cuadro que sigue:

**Cuadro N° 13: Evolución de la Ejecución del Sector a nivel de Genérica de Gasto  
2011 - 2016  
(En millones de S/)**

CATEGORIA / GENERICA DE GASTO	2011			2012			2013			2014			2015			2016		
	PIM	EJEC	(%) EJEC	PIM (*)	EJEC	(%) EJEC	PIM	EJEC	(%) EJEC	PIM	EJEC	(%) EJEC	PIM	EJEC	(%) EJEC	PIM	EJEC	(%) EJEC (**)
<b>GASTOS CORRIENTES</b>	<b>246,9</b>	<b>225,9</b>	<b>91,5</b>	<b>445,9</b>	<b>318,9</b>	<b>71,5</b>	<b>451,7</b>	<b>405,8</b>	<b>89,8</b>	<b>431,1</b>	<b>409,0</b>	<b>94,9</b>	<b>479,0</b>	<b>463,5</b>	<b>96,8</b>	<b>431,9</b>	<b>176,8</b>	<b>40,9</b>
Personal y obligaciones sociales	13,4	10,7	79,8	17,6	12,2	69,3	21,7	17,7	81,6	28,9	25,3	87,6	29,1	27,5	94,5	34,7	14,8	42,7
Pensiones y otras prestaciones sociales	12,6	11,3	89,9	12,3	11,5	93,0	12,1	11,9	98,2	14,2	13,0	91,8	14,1	13,4	95,1	14,3	6,8	47,1
Bienes y servicios	217,3	200,7	92,3	414,8	294,2	70,9	412,2	371,0	90,0	382,5	365,1	95,5	428,5	415,3	96,9	375,8	150,5	40,1
Donaciones y transferencias	2,5	2,5	98,8	0,5	0,5	100,0	0,1	0,0	0,0	0,4	0,4	95,6	0,0	0,0	98	0,7	0,02	2,5
Otros gastos	1,0	0,7	73,0	0,7	0,7	93,0	5,6	5,2	93,5	5,1	5,1	99,1	7,4	7,4	99,7	6,4	4,7	73,3
<b>GASTOS DE CAPITAL</b>	<b>65,1</b>	<b>46,9</b>	<b>72,1</b>	<b>59,9</b>	<b>45,5</b>	<b>76,0</b>	<b>79,7</b>	<b>37,5</b>	<b>47,1</b>	<b>56,4</b>	<b>51,6</b>	<b>91,6</b>	<b>123,2</b>	<b>122,4</b>	<b>99,3</b>	<b>140,7</b>	<b>45,2</b>	<b>32,1</b>
Adquisición de activos no financieros	62,4	44,3	70,9	57,4	43,4	75,6	79,0	36,9	46,7	55,6	50,8	91,4	123,2	122,4	99,3	140,7	45,2	32,1
Otros gastos	2,6	2,6	100,0	2,5	2,1	84,1	0,7	0,7	100,0	0,8	0,8	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>SECTOR COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO</b>	<b>311,9</b>	<b>272,8</b>	<b>87,5</b>	<b>505,8</b>	<b>364,5</b>	<b>72,1</b>	<b>531,4</b>	<b>443,3</b>	<b>83,4</b>	<b>487,5</b>	<b>460,6</b>	<b>94,5</b>	<b>602,2</b>	<b>585,9</b>	<b>97,3</b>	<b>572,6</b>	<b>222,0</b>	<b>38,8</b>

PIM = Presupuesto Institucional Modificado

EJEC = Ejecución devengada

(%) EJEC = (EJEC/PIM)\*100

(\*) Ejecución devengada al 30/06/2016.

(\*\*) En el año 2012, mediante el DS N° 244-2012-EF de fecha 06.12.12, se autorizó una transferencia de partidas en el presupuesto del Pliego MINCETUR y del Pliego PROMPERU por la suma total de S/ 110 700 000 para destinarse a reforzar y complementar los trabajos de implementación y fortalecimiento de las OCEX.

Fuente: Consulta Amigable del MEF / Elaboración: MINCETUR.

Estas variaciones se sustentan en lo siguiente:

- **En Personal y Obligaciones Sociales:** Gastos del personal perteneciente al Decreto Legislativo N° 276 y Decreto Legislativo N° 728, que incluyen a los Consejeros Económicos Comerciales de las OCEX a partir del 2013 y a partir del 2014, el Régimen del Servicio Civil Ley N° 30057.
- **En Pensiones y Otras Prestaciones Sociales:** Pago a los pensionistas pertenecientes al D.L. N° 20530 y seguro médico del personal nombrado que incluye al personal de las OCEX a partir del 2014.
- **En Bienes y Servicios:** A través de esta genérica, las entidades conformantes del Sector Comercio Exterior y Turismo, pagaron en primer lugar los gastos fijos generales para mantener su operatividad (energía eléctrica, agua desagüe, limpieza, telefonía, mensajería, seguros, internet, vigilancia, alquileres, útiles de oficina, mantenimiento de bienes muebles e inmuebles y remodelación de ambientes entre otros), gastos de viaje al exterior e interior del País, planilla CAS; desde el 2013 los pagos se incrementaron, debido a la implementación y mantenimiento de Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior – OCEX, que a su vez generó una mayor demanda de gastos en los órganos de asesoramiento y apoyo, por incremento de actividades tales como, las rendiciones de cuentas de los Consejeros de las OCEX.

En adición a lo expuesto, con el presupuesto asignado en bienes y servicios en el periodo 2011 – 2016, el **Pliego 035 MINCETUR** financió, entre otras, las siguientes actividades:

- **En comercio exterior:** Con la implementación y operación de las OCEX se promovió la apertura y consolidación de los mercados de exportación, turísticos y de inversión; acciones de inteligencia y prospección de mercados; vínculos estratégicos con actores clave; apoyo de iniciativas relacionadas con el desarrollo del comercio, turismo, inversiones e imagen país promovidas por instituciones públicas y privadas. Implementación y operación de la Ventanilla única de comercio exterior VUCE, mediante el que se permite a los usuarios realizar, a través de Internet, los trámites para la obtención de los permisos, certificaciones, licencias y demás autorizaciones para el ingreso, tránsito o salida de mercancías restringidas; permite la emisión y gestión de la calificación y certificación de origen, entre otros. Diversificación de la Oferta Exportable en todas las regiones del país, a través de la implementación de diversos programas de capacitación y asistencia técnica especializada, orientados al comercio sostenible, entre ellos tenemos: Biocomercio, "Un Pueblo, un Producto", Oferta Exportable Regional, Oficinas Comerciales de Exportación Regional – OCER. En el 2015, en Atlanta – EE.UU, el Perú culminó con éxito las negociaciones del Acuerdo de Asociación Transpacífico (TPP) que junto a otras 11 economías del Asia-Pacífico conformarán el primer bloque económico.
- **En Turismo:** Desarrollo y Diversificación de la Oferta Turística, al 2015 se han implementado 50 productos turísticos en cada uno de los departamentos del país. Plan Nacional de Calidad Turística, creado con el objetivo de contribuir al desarrollo de productos turísticos de calidad a través de la difusión de buenas prácticas empresariales de los servicios turísticos y la gestión sostenible de los

sitios y destinos turísticos. Programas Inclusivos: Turismo Rural Comunitario, Al Turista Lo Nuestro, De Mi Tierra Un Producto. Seguridad Turística en convenio con el Ministerio del Interior a través de proyectos turísticos (se entregó 58 camionetas 4x4 Pick Up a la Policía de Turismo y Equipos de comunicación para 2 Corredores Turísticos Preferenciales). En Desarrollo de la Oferta Artesanal, se realizaron asistencias técnicas con la finalidad de fortalecer sus capacidades y de esta manera lograr que participen en ferias y exhibiciones artesanales.

De otro lado el **Pliego 008 PROMPERÚ**, en el tema de promoción de las exportaciones, se efectuaron pagos por la organización de Ferias Internacionales, Expo Perú, Misiones Comerciales, acciones en el marco de la Alianza del Pacífico; desde el 2012 se financió la creación y lanzamiento de la Ruta Exportadora, herramienta que diagnostica a la empresa, y le brinda servicios para el fortalecimiento de su gestión exportadora. Asimismo, en promoción del turismo, se efectuaron pagos por la participación en Ferias Internacionales, Press Tour, Alianzas Estratégicas, Campañas de Promoción del Turismo como: "Perú País de Tesoros Escondidos", "Y tú que planes?" y otras actividades de promoción. Cabe precisar, que a partir del 2011 se lanzó la Marca Perú a nivel internacional y nacional, a través de eventos de promoción de exportaciones, turismo e inversiones, así como campañas publicitarias.

Adicionalmente, a través del **Pliego 180 CENFOTUR**, se efectuaron pagos a consultores y otros profesionales para brindar capacitación y asistencia técnica en temas de turismo, en el marco de convenios suscritos con entidades públicas y privadas (MINTRA, MINCETUR, MINSA, MINEDU, COPESCO, MININTER, CODESPA, entre otros); financiamiento de programas, como el de Fortalecimiento de Competencias y Mejora de la Calidad Turística, Servicios profesionales, Consultorías, Asesorías, Actualización de los Sistemas Informáticos, gastos de imagen y publicidad, entre otros.

- **En Donaciones y Transferencias:** Se efectuaron transferencias a Organismos Internacionales en los casos en que el Ministerio de Relaciones Exteriores no contaba con recursos presupuestarios suficientes, entre otros.
- **En Otros Gastos Corrientes:** Subvenciones otorgadas a CITES Privados (2013 - 2015), pago de impuestos y derechos administrativos a entidades del gobierno nacional y pago de Sentencias Judiciales.
- **En Adquisición de Activos No Financieros:** Pagos efectuados principalmente por la ejecución de Proyectos de Inversión Pública en Turismo a través de Plan COPESCO Nacional y a través de transferencias efectuadas a Gobiernos Regionales y Locales; en menor proporción para la adquisición de bienes duraderos, licencias de software, mobiliario, entre otros. Cabe precisar que el incremento de pagos del 2014 al 2015 se debe a la priorización de la ejecución de los Proyectos: "Acondicionamiento Turístico del Lago Yarinacocha – Región Ucayali" y "Sistema de Telecabinas Kuélap - Región Amazonas".
- **En Otros Gastos de Capital:** Subvenciones otorgadas a CITES Privados (2011 - 2012) y transferencias de capital.

#### D. PRINCIPALES OBRAS REALIZADAS POR EL SECTOR (2011 A 2016)

N°	OBRAS CULMINADAS	NOMBRE ABREVIADO	SNIP	DEPARTAMENTO	AÑO DE INICIO	AÑO DE CULMINACION
1	ACONDICIONAMIENTO TURISTICO DEL LAGO YARINACOCHA – REGION UCAYALI	LAGO YARINACOCHA	107180	UCAYALI	2015	2016
2	MEJORAMIENTO DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS PÚBLICOS ZONA ARQUEOLÓGICA MONUMENTAL KUÉLAP	TELECABINAS KUELAP	268002	AMAZONAS	2015	2016
3	MEJORAMIENTO DE LOS SERVICIOS TURISTICOS DEL CIRCUITO NORTE DE LA RESERVA NACIONAL DE PARACAS, DISTRITO DE PARACAS, PROVINCIA DE PISCO, REGION ICA	CIRCUITO NORTE DE LA RESERVA NACIONAL DE PARACAS	180222	ICA	2016	2016
4	ACONDICIONAMIENTO PARA LA MEJORA Y CREACION DE LOS SERVICIOS TURISTICOS PUBLICOS DE ACCESO Y COMPLEMENTARIOS EN LA RUTA TURISTICA DE LA MESETA DE MARCAHUASI EN EL DISTRITO DE SAN PEDRO DE CASTA, PROVINCIA DE HUAROCHIRI, REGION LIMA	MARCAHUASI	182170	LIMA	2014	2016
5	MEJORAMIENTO DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS PÚBLICOS EN EL MORRO DE CALZADA, DISTRITO DE CALZADA - PROVINCIA DE MOYOBAMBA - DEPARTAMENTO SAN MARTIN	MORRO DE CALZADA	259317	SAN MARTIN	2014	2016
6	ACONDICIONAMIENTO Y PUESTA EN VALOR DE HUACA LARGA, HUACA 1 Y EL TEMPLO DE PIEDRA SAGRADA DEL COMPLEJO ARQUEOLOGICO DE TUCUME - INSTALACION DE COBERTURAS DE TUCUME	COBERTURAS DE TUCUME	110296	LAMBAYEQUE	2015	2016
7	MEJORAMIENTO DE LOS SERVICIOS TURISTICOS PUBLICOS DE LA RUTA TURISTICA DEL VALLE DEL COLCA EN EL CASCO URBANO DE LA LOCALIDAD DE CHIVAY - PROVINCIA DE CAYLLOMA, REGION AREQUIPA	VALLE DEL COLCA - CHIVAY	289798	AREQUIPA	2016	2016
8	INSTALACION Y MEJORAMIENTO DEL SERVICIO DE ORIENTACION TURISTICA EN EL CORREDOR TURISTICO SELVA CENTRAL	SEÑALIZACION SELVA CENTRAL	252948	JUNIN/PASCO	2015	2016

N°	OBRA	NOMBRE ABREVIADO	SNIP	DEPARTAMENTO	AÑO DE INICIO	AÑO DE CULMINACION
9	MEJORAMIENTO DEL SERVICIO DE EXPOSICION PERMANENTE DEL ATRACTIVO TURISTICO MALI	MUSEO DE ARTE DE LIMA	142827	LIMA	2014	2015
10	MEJORAMIENTO DE LOS SERVICIOS DE ORIENTACION TURISTICA EN EL DESTINO TURISTICO LAGO TITICACA,DEPARTAMENTO DE PUNO	SEÑALIZACION LAGO TITICACA	248228	PUNO	2015	2015
11	ACONDICIONAMIENTO DE PASEO Y CONSTRUCCION DE MALECON EN LA ZONA OESTE DE LA PLAYA DE PUERTO ETEN, DISTRITO DE ETEN PUERTO - CHICLAYO – LAMBAYEQUE	PUERTO ETÉN	183376	LAMBAYEQUE	2014	2014
12	MEJORAMIENTO DE LA PLAZA PRINCIPAL Y SU ENTORNO DEL PUEBLO TRADICIONAL DE SIBAYO RUMILLACTA, DISTRITO DE SIBAYO, PROVINCIA DE CAYLLOMA - AREQUIPA	SIBAYO RUMILLACTA	172824	AREQUIPA	2014	2014
13	RESTAURACION, EQUIPAMIENTO Y PUESTA EN VALOR DE LA IGLESIA SANTISIMA TRINIDAD DE CONAYCA – HUANCVELICA	IGLESIA SANTISIMA TRINIDAD DE CONAYCA	146954	HUANCVELICA	2012	2014
14	MEJORAMIENTO E INSTALACION DE LOS SERVICIOS TURISTICOS PUBLICOS DE LA RUTA TURISTICA DESCUBRIENDO BARRANCO, EN EL DISTRITO DE BARRANCO PROVINCIA DE LIMA - COMPONENTE RESTAURACION DE LAS CONDICIONES FISICAS DEL PUENTE DE LOS SUSPIROS	PUENTE DE LOS SUSPIROS	214300	LIMA	2014	2014
15	IMPLEMENTACION DE SEÑALIZACION Y DESCANSOS EN EL CIRCUITO DE CAMINATA TURISTICA DE TINGO VIEJO HACIA EL COMPLEJO ARQUEOLOGICO DE KUELAP	TINGO VIEJO - KUELAP	175091	AMAZONAS	2014	2014
16	MEJORAMIENTO DEL SERVICIO DE ORIENTACIÓN TURÍSTICA EN LAS PROVINCIAS DE MOYOBAMBA, RIOJA, SAN MARTIN Y LAMAS, REGIÓN SAN MARTIN	SEÑALIZACION SAN MARTIN	212466	SAN MARTIN	2014	2014

N°	OBRA	NOMBRE ABREVIADO	SNIP	DEPARTAMENTO	AÑO DE INICIO	AÑO DE CULMINACION
17	MEJORAMIENTO DEL SERVICIO DE ORIENTACION TURISTICA EN EL CORREDOR TURISTICO DE PARACAS NAZCA	SEÑALIZACION PARACAS NAZCA	183961	ICA	2014	2014
18	MEJORAMIENTO DEL SERVICIO DE ORIENTACIÓN TURÍSTICA EN LAS PROVINCIAS DE HUAMANGA, CANGALLO, LUCANAS, PARINACOCCHA, VILCASHUAMAN Y HUANTA EN EL DEPARTAMENTO DE AYACUCHO	SEÑALIZACION AYACUCHO	220765	AYACUCHO	2014	2014
19	MEJORAMIENTO DE LA INFRAESTRUCTURA TURISTICA DE PUCUSANA, DISTRITO DE PUCUSANA - COMPONENTE VIA PEATONAL PASAJE MANCO CAPAC - YACHT CLUB DE PUCUSANA	YACHT CLUB - PUCUSANA	149795	LIMA	2014	2014
20	PUESTA EN VALOR Y ACONDICIONAMIENTO TURISTICO DE LA RUTA DEL AGUA - CUMBEMAYO - OBRA COMPLEMENTARIA	RUTA DEL AGUA CUMBEMAYO - OBRA COMPLEMENTARIA	77222	CAJAMARCA	2014	2014
21	ACONDICIONAMIENTO DE LOS SERVICIOS TURISTICOS PARA LA VISITA A LA HUACA SANTA CATALINA – COMPONENTE ILUMINACION	SANTA CATALINA - ILUMINACION	155209	LIMA	2014	2014
22	ACONDICIONAMIENTO DE LOS SERVICIOS TURISTICOS PARA LA VISITA NOCTURNA A LA HUACA LA LUZ II - COMPONENTE CONSERVACION Y PUESTA EN VALOR	HUACA LA LUZ - CONSERVACION	145046	LIMA	2013	2014
23	CONSTRUCCION DE LA MARINA TURISTICA PARACAS (EMBARCADERO TURISTICO Y SERVICIOS COMPLEMENTARIOS), EN LA LOCALIDAD EL CHACO, DISTRITO DE PARACAS	MARINA TURISTICA PARACAS	96390	ICA	2011	2013
24	MEJORAMIENTO DEL SERVICIO CULTURAL DEL MUSEO DE SITIO DE TUCUME	MUSEO DE TUCUME	110257	LAMBAYEQUE	2011	2013

N°	OBRA	NOMBRE ABREVIADO	SNIP	DEPARTAMENTO	AÑO DE INICIO	AÑO DE CULMINACION
25	CONSTRUCCION DEL PARADOR TURISTICO E IMPLEMENTACIÓN DE SEÑALIZACIÓN TURISTICA DEL CONJUNTO ARQUEOLÓGICO DE KUELAP	PARADOR KUELAP	143185	AMAZONAS	2012	2013
26	ACONDICIONAMIENTO TURISTICO DEL COMPLEJO ARQUEOLOGICO EL BRUJO DE MAGDALENA DE CAO, DISTRITO DE MAGDALENA DE CAO - ASCOPE - LA LIBERTAD	COMPLEJO ARQUEOLOGICO EL BRUJO	172122	LA LIBERTAD	2012	2013
27	PUESTA EN VALOR TURISTICO DEL CONJUNTO ARQUEOLOGICO UYO UYO, DISTRITO DE YANQUE, VALLE DEL COLCA, PROVINCIA DE CAYLLOMA-AREQUIPA	CONJUNTO ARQUEOLOGICO UYO UYO	75568	AREQUIPA	2013	2013
28	PUESTA EN VALOR Y ACONDICIONAMIENTO TURISTICO DE LA RUTA DEL AGUA - CUMBEMAYO	RUTA DEL AGUA CUMBEMAYO	77222	CAJAMARCA	2012	2013
29	MEJORAMIENTO E ILUMINACION ARTISTICA DEL CIRCUITO TURISTICO RELIGIOSO DEL CENTRO HISTORICO DE LA CIUDAD DE AYACUCHO, PROVINCIA DE HUAMANGA - AYACUCHO COMP. DE ILUMINACIÓN SEGUNDA ETAPA	ILUMINACION IGLESIAS DE AYACUCHO - SEGUNDA ETAPA	173942	AYACUCHO	2013	2013
30	ACONDICIONAMIENTO DE LOS SERVICIOS TURISTICOS PARA LA VISITA NOCTURNA A LA HUACA LA MERCED - COMPONENTE ILUMINACION	HUACA LA MERCED - ILUMINACION	145239	LIMA	2013	2013
31	IMPLEMENTACION DE SEÑALIZACION TURISTICA EN LAS PRINCIPALES PLAYAS DE LA REGION DE PIURA	SEÑALIZACION PRINCIPALES PLAYAS PIURA	158806	PIURA	2013	2013
32	ACONDICIONAMIENTO DE LOS SERVICIOS TURISTICOS PARA LA VISITA A LA HUACA SANTA CATALINA - DISTRITO DE LA VICTORIA - COMPONENTE CONSERVACION	HUACA SANTA CATALINA - CONSERVACION	155209	LIMA	2013	2013

N°	OBRA	NOMBRE ABREVIADO	SNIP	DEPARTAMENTO	AÑO DE INICIO	AÑO DE CULMINACION
33	ACONDICIONAMIENTO DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS PARA LA VISITA NOCTURNA A LA HUACA HUANTILLE - COMPONENTE ILUMINACION	HUACA HUANTILLE - ILUMINACION	147490	LIMA	2013	2013
34	ACONDICIONAMIENTO DE LOS SERVICIOS TURISTICOS PARA LA VISITA NOCTURNA A LA HUACA LA LUZ - CERCADO DE LIMA - COMPONENTE ILUMINACION	HUACA LA LUZ - ILUMINACION	145046	LIMA	2013	2013
35	REHABILITACION Y ACONDICIONAMIENTO TURISTICO DEL MUELLE PIMENTEL, DISTRITO DE PIMENTEL - CHICLAYO – LAMBAYEQUE	MUELLE PIMENTEL	59947	LAMBAYEQUE	2010	2012
36	MEJORAMIENTO DEL MALECON SUR Y CONSTRUCCION DEL PASEO DE LOS HEROES NAVALES DE PIMENTEL	PASEO DE LOS HEROES NAVALES	49809	LAMBAYEQUE	2012	2012
37	MEJORAMIENTO E ILUMINACION DEL CIRCUITO TURISTICO RELIGIOSO DEL CENTRO HISTORICO DE LA CIUDAD DE AYACUCHO - COMP. DE ILUMINACIÓN PRIMERA ETAPA 09 IGLESIAS	ILUMINACION IGLESIAS DE AYACUCHO - PRIMERA ETAPA	173942	AYACUCHO	2011	2012
38	ACONDICIONAMIENTO DE LOS SERVICIOS TURISTICOS PARA LA VISITA A LA HUACA SANTA CATALINA- COMP. ACONDICIONAMIENTO	HUACA SANTA CATALINA - ACONDICIONAMIENTO	155209	LIMA	2011	2012
39	ACONDICIONAMIENTO DE LOS SERVICIOS TURISTICOS PARA LA VISITA NOCTURNA A LA HUACA HUALLAMARCA- COMP. CONSERVACIÓN	HUACA HUALLAMARCA - CONSERVACION	147246	LIMA	2011	2012
40	ACONDICIONAMIENTO DE LOS SERVICIOS TURISTICOS PARA LA VISITA NOCTURNA A LA HUACA LA MERCED - SURQUILLO - COMP. CONSERVACIÓN	HUACA LA MERCED – CONSERVACION	145239	LIMA	2011	2012
41	IMPLEMENTACION DE SEÑALIZACION TURISTICA EN LAS PRINCIPALES PLAYAS DE LA REGION TUMBES	SEÑALIZACION PRINCIPALES PLAYAS TUMBES	158585	TUMBES	2012	2012

N°	OBRA	NOMBRE ABREVIADO	SNIP	DEPARTAMENTO	AÑO DE INICIO	AÑO DE CULMINACION
42	PUESTA EN VALOR DE LOS RECURSOS TURISTICOS DEL DISTRITO DE MATARA.PROV,CAJAMARCA-CAJAMARCA	MATARA	110895	CAJAMARCA	2012	2012
43	IMPLEMENTACION DE SEÑALIZACION TURISTICA EN EL DESTINO TURISTICA AREQUIPA - VALLE DEL COLCA	SEÑALIZACION VALLE DEL COLCA	175536	AREQUIPA	2012	2012
44	ACONDICIONAMIENTO DE LOS SERVICIOS TURISTICOS PARA LA VISITA NOCTURNA A LA HUACA HUANTILLE - MAGDALENA DEL MAR- COMP. CONSERVACIÓN	HUACA HUANTILLE - CONSERVACION	147490	LIMA	2011	2012
45	ACONDICIONAMIENTO DE LOS SERVICIOS TURISTICOS PARA LA VISITA NOCTURNA A LA HUACA SANTA CRUZ - SAN ISIDRO- COMP. CONSERVACIÓN	HUACA SANTA CRUZ - CONSERVACION	148286	LIMA	2011	2012
46	ACONDICIONAMIENTO DE LOS SERVICIOS TURISTICOS PARA LA VISITA NOCTURNA A LA HUACA - SAN BORJA - COMP. CONSERVACIÓN	HUACA SAN BORJA - CONSERVACION	145175	LIMA	2011	2012
47	MEJORAMIENTO DE LA INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA DE PUCUSANA	PUCUSANA	149795	LIMA	2010	2011
48	ACONDICIONAMIENTO TURÍSTICO Y PUESTA EN VALOR DE LAS PRINCIPALES CHULLPAS DEL COMPLEJO ARQUEOLÓGICO DE SILLUSTANI, DISTRITO DE ATUNCOLLA, PROVINCIA DE PUNO - COMPONENTE PAVIMENTACIÓN CON TRATAMIENTO SUPERFICIAL BICAPA Y SEÑALIZACIÓN DE LA VÍA ILLPA - SILLUSTANI.	CARRETERA ILLPA - SILLUSTANI	50813	PUNO	2011	2011
49	RECUPERACIÓN Y PUESTA EN VALOR DEL COMPLEJO ARQUEOLÓGICO PUMACocha, EN EL DISTRITO DE VISCHONGO, PROVINCIA DE VILCASHUAMÁN - AYACUCHO- COMPONENTE ACONDICIONAMIENTO DEL ENTORNO TURÍSTICO DEL COMPLEJO ARQUEOLÓGICO DE PUMACocha.	COMPLEJO ARQUEOLOGICO PUMACocha	28575	AYACUCHO	2010	2011

## E. POLÍTICAS DE CARÁCTER NACIONAL Y SECTORIAL PROPUESTAS POR EL SECTOR

### Sector Comercio Exterior

Conforme se ha indicado anteriormente, en el año 2003, el MINCETUR, con la participación de las entidades del sector público y del sector privado vinculadas al comercio exterior, dieron un primer paso adelante e impulsaron la implementación del *Plan Estratégico Nacional Exportador* (PENX) con un horizonte de 10 años al 2013.

El PENX 2003 – 2013 establece cuatro pilares para el desarrollo del comercio exterior:

**Pilar 1: Oferta Exportable:** Lograr una oferta estratégicamente diversificada, con significativo valor agregado, de calidad y volúmenes que permitan tener una presencia competitiva en los mercados internacionales.

**Pilar 2: Desarrollo de Mercados:** Diversificar y consolidar la presencia de las empresas, productos y servicios peruanos en los mercados de destino priorizados.

**Pilar 3: Facilitación del Comercio:** Contar con un marco legal que permita la aplicación de mecanismos eficaces de facilitación del comercio exterior, fomente el desarrollo de la infraestructura y permita el acceso y la prestación de servicios de distribución física y financieros en mejores condiciones de calidad y precio.

**Pilar 4: Cultura Exportadora:** Desarrollar una cultura exportadora con visión global y estratégica que fomente capacidades de emprendimiento y buenas prácticas comerciales basadas en valores.

En ese marco, se desarrollaron planes operativos, los cuales se indican a continuación:

- ✓ Planes Operativos Sectoriales (POS).
- ✓ Planes Estratégicos Regionales de Exportación (PERXs).
- ✓ Plan Maestro de Facilitación.
- ✓ Plan de Cultura Exportadora.
- ✓ Planes Operativos de Mercado (POMs).

Por su parte, el Plan Estratégico Nacional Exportador al 2025 (PENX 2025)<sup>9</sup>, define su estructura sobre la base de tres objetivos estratégicos, cuatro pilares y 94 programas.

Estrategias PENX 2025:

- (i) Profundizar la internacionalización de empresas.
- (ii) Incrementar de manera sostenible y diversificada las exportaciones de bienes y servicios con valor agregado.
- (iii) Mejorar la competitividad del sector exportador.

Pilares PENX 2025:

**Pilar 1: Internacionalización de la empresa y diversificación de mercado:** Tiene por objetivo apoyar los esfuerzos de las empresas peruanas de participar en las economías de otros países para la diversificación de mercados y productos con el fin de tomar mayor ventaja de las mejores condiciones de oferta.

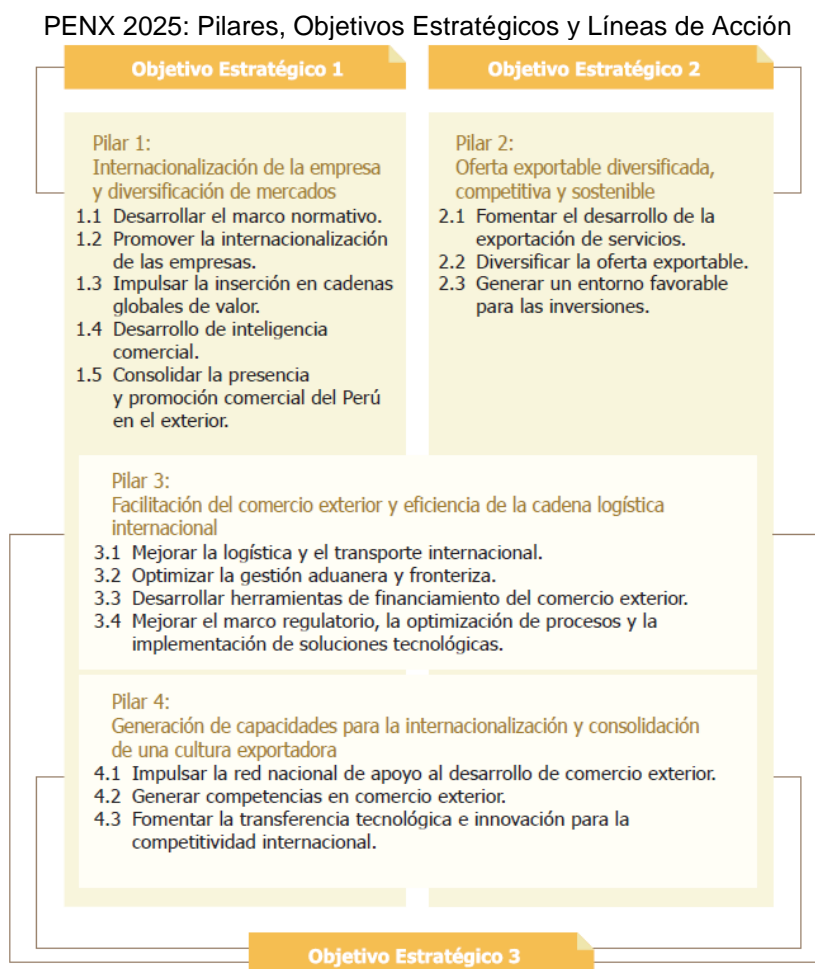
**Pilar 2: Oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible:** Se establece con el fin de consolidar las exportaciones peruanas con énfasis en las exportaciones no tradicionales de bienes y servicios.

---

<sup>9</sup> Cuya elaboración estuvo a cargo de la Comisión Multisectorial Mixta Permanente, creada mediante D.S. N° 002-2003-MINCETUR, e integrada por entidades públicas y privadas relacionadas al comercio exterior.

**Pilar 3: Facilitación del comercio exterior y eficiencia de la cadena logística internacional:** Aspira reducir los costos de transacción asociados a las operaciones de comercio exterior, incluyendo no solo aspectos normativos y procedimentales, sino también logísticos y financieros.

**Pilar 4: Generación de capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora:** Busca fortalecer las capacidades empresariales exportadoras que consoliden nuevos mercados, productos y/o servicios diversificados, reconociendo, tal como el PENX lo hace, que la unidad crítica de intervención es la empresa.



Fuente: Plan Estratégico Nacional Exportador 2025

## Sector Turismo

El PENTUR tiene como 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”; acompañado de cuatro pilares estratégicos<sup>10</sup> según se detalla a continuación:

### Pilar 1: Diversificación y consolidación de mercados

Pilar que establece el camino para conocer, consolidar y ampliar los mercados, evaluar cuán atractivos son, y qué hacer para aprovecharlos de manera eficiente y sostenida. Toma como punto de partida el conocimiento y la evaluación de las características del mercado al cual se dirigirá la oferta turística.

<sup>10</sup> Los Objetivos estratégicos en materia turística han sido actualizados este año.

**Pilar 2: Diversificación y consolidación de la oferta**

Pilar que contribuye a la consolidación y desarrollo de una oferta turística sostenible en base al mejoramiento de las condiciones de los productos y destinos turísticos para hacerlos más atractivos al turista y a la diversificación de la oferta mediante la generación de nuevos productos y destinos turísticos en el ámbito nacional. La oferta turística será sostenible, en la medida que garantice la perdurabilidad e idoneidad de las características del recurso turístico y brinde las condiciones para una experiencia turística de calidad.

**Pilar 3: Facilitación turística**

Pilar que fortalece un entorno competitivo favorable para el desarrollo dinámico del turismo. En particular, relaciona de modo eficiente y eficaz el mercado con la oferta turística, proponiendo acciones que permitan mejorar los indicadores de competitividad del entorno del sector, principalmente, en lo que concierne a la reducción de tiempos, la disminución de gastos y el aumento de la productividad en el uso de la infraestructura y de la información del sector.

**Pilar 4: Institucionalidad del sector**

Pilar que plantea el desarrollo y el impulso de estrategias que faciliten y promuevan la gestión público privada en los destinos, incluyendo en el proceso la participación de todos los actores públicos, de gobierno nacional, regional y local en la coordinación y la gestión turística con miras a lograr un buen desempeño y garantizar el desarrollo de una actividad turística responsable y sostenible.

## F. PRINCIPALES LOGROS ALCANZADOS DURANTE EL PERÍODO DE GOBIERNO 2011 -2016

### I. COMERCIO EXTERIOR

#### MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO – MINCETUR

En la actualidad, el Perú cuenta con **19 acuerdos comerciales**, incluyendo la OMC. Los acuerdos de libre comercio vigentes permiten un acceso preferencial a los productos peruanos, principalmente no tradicionales a un total de **52 países** en cuatro continentes, lo cual ha permitido para el año 2015:

1. *El 90% de las exportaciones no tradicionales ingresen a estos mercados con preferencias arancelarias, incrementándose en 21% respecto al 2011.*
2. *Las exportaciones no tradicionales frente a la exportaciones totales representaron el 29.5%, un incremento de 4,5 puntos respecto al 2011.*

#### 1. Logros obtenidos durante el periodo enero – julio 2016

##### 1.1 Vinculación del Perú con Mercados Internacionales

#### 18 Acuerdos de Libre Comercio en Vigencia:

 CAN 26.05.69	 CUBA 09.03.01	 MERCOSUR 02.01.06	 USA 01.02.09	 CHILE 01.03.09	 CANADA 01.08.09
 SINGAPUR 01.08.09	 CHINA 01.03.10	 KOREA 01.08.11	 TAILANDIA 31.12.11	 MEXICO 01.01.12	 JAPON 01.03.12
 PANAMA 01.05.12	 EFTA 01.07.12	 UE 01.03.13	 COSTA RICA 01.06.13	 VENEZUELA 01.08.13	 ALIANZA DEL PACIFICO 01.05.16

#### Alianza del Pacífico – AP (Vigencia 1 mayo 2016)

La Alianza del Pacífico constituye un área de integración conformada por Colombia, Chile, Ecuador y Panamá, con la finalidad de:

- (i) Construir, de manera participativa y consensuada, un área de integración profunda para avanzar progresivamente hacia la libre circulación de bienes, servicios, capitales, personas y economía;
- (ii) Impulsar un mayor crecimiento, desarrollo económico y competitividad de las economías de sus integrantes, con miras a lograr mayor bienestar, superar la desigualdad socioeconómica e impulsar la inclusión social de sus habitantes y
- (ii) Convertirse en una plataforma de articulación política, integración económica y comercial, y proyección al mundo, con énfasis en la región Asia-Pacífico.

Con la entrada en vigor del Protocolo Adicional al Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico, el 1 de mayo, se liberalizó inmediatamente el 92% del universo arancelario y tenemos nuevas reglas de acumulación de origen y mecanismos de facilitación del comercio que dinamizarán el comercio intrarregional y facilitarán una mayor participación de los países en cadenas regionales y globales de valor.

Se ha consolidado un área de libre circulación de personas para turistas y hombres de negocios y se realizan esfuerzos para construir una plataforma de intercambio de información migratoria que permita avanzar hacia nuevas iniciativas, como la visa de la Alianza del Pacífico o la movilidad laboral.

### **Tratado de Asociación Transpacífico – TPP (Suscrito el 4 febrero 2016)**

El gran mercado que representa el TPP<sup>11</sup>, significa una gran oportunidad para las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipyme) peruanas para insertarse al comercio mundial, ayudando a la consolidación de nuestro sector exportador, principalmente, el no tradicional, contribuyendo así a generar nuevos motores de crecimiento a la economía peruana y a darle sostenibilidad en el largo plazo a través de la incorporación de las Pymes a las cadenas globales de valor.

El mercado potencial representa el 37% del PBI mundial y está conformado por 805 millones de personas, los cuales efectúan el 25% de las exportaciones globales (US\$ 4,3 billones). En el caso del Perú, el 36% de nuestras exportaciones de productos no tradicionales esán dirigas a ese mercado.

Con la suscripción de este acuerdo el Perú inserta en su cartera de mercados comerciales a 5 economías: Australia, Brunéi Darussalam, Malasia, Nueva Zelanda, Vietnam.

#### *Beneficios del TPP:*

- Consolida la presencia del Perú en el Asia – Pacífico
- Promueve la inserción de PYMES peruanas en cadenas globales de valor
- Mejora la competitividad dl país y sus estándares nacionales
- Ayuda a ser percibidos como país amigables para las inversiones
- Beneficia a los productores de servicios
- Favorece la competitividad del exportador peruano
- Acceso a innovación y tecnología de otros países.

### **Acuerdo de Profundización Económico Comercial Perú-Brasil (29 abril 2016)**

Primer acuerdo comercial negociado por Brasil que contiene disposiciones en materia de contratación pública, comercio de servicios e inversión.

La suscripción de este Acuerdo permitirá profundizar las relaciones comerciales con Brasil, complementando los compromisos asumidos en el marco del Acuerdo de Complementación Económica N° 58, suscrito entre el Perú y los Países del MERCOSUR, el cual contiene únicamente disposiciones en materia de comercio de mercancías.

---

<sup>11</sup> Australia, Brunéi Darussalam, Canadá, Chile, Estados Unidos, Japón, Malasia, México, Nueva Zelanda, Singapur, Perú y Vietnam.

### **Acuerdo Comercial (AC) Perú-Unión Europea (UE)<sup>12</sup>:**

En el marco de los compromisos asumidos por el Perú y la UE en el Acuerdo Comercial Multipartes (MPTA por sus siglas en inglés), destaca el **Programa Euro Ecotrader** con un apoyo presupuestal de S/ 9 millones para ser ejecutados entre el 2013 y 2016. Este programa tiene por objetivo dar soporte financiero y técnico para la adecuada implementación de la Política Peruana de Promoción de las Exportaciones de Productos Ecológicos obteniendo los siguientes avances:

- *Fortalecimiento de la oferta exportable de las cadenas de quinua, kiwicha, banano, cacao, café, maca, tara, aguaymanto, camu camu y maca.*

Mediante la asistencia técnica en estandarización de productos, gestión empresarial y gestión de la calidad, asociatividad, manejos cosecha y post-cosecha, certificaciones orgánicas y de comercio justo, estudios de línea base, entre otros.

- *Fortalecimiento de la plataforma de la Ventanilla Única al Exportador – VUCE* Mediante la adquisición de bienes para la mejora de la infraestructura tecnológica y la implementación de operaciones que facilitan los procesos administrativos como en el caso de SENASA.

### **Acuerdos comerciales por entrar en Vigencia (2016):**



GUATEMALA



HONDURAS



BRASIL

### **Acuerdos comerciales en negociación**

#### **Acuerdo de Comercio de Servicios (TISA)<sup>13</sup>**

Este acuerdo comercial facilitaría el comercio de servicios entre los 23 países miembros que representan el 70% del comercio mundial de servicios, incorporando a 8 economías con las que no se habían suscrito acuerdos comerciales anteriormente (Hong Kong, Pakistán, Taipéi, Israel, Islandia, Liechtenstein, Noruega y Suiza).

#### **Negociaciones Perú – India**

El Perú tiene potencial para la exportación hacia la India de productos de la agroindustria (cereales, frutas y hortalizas) y del sector pesquero, los cuales se espera que ingresen con arancel cero, una vez entre en vigencia el acuerdo. Además, la India es un mercado líder en el sector servicios, existiendo la posibilidad de que el Perú atraiga inversión tecnológica: Software, soporte técnico, administración, animación digital, entre otros, a través de Joint-ventures, como parte de las acciones para diversificar la oferta exportable no tradicional.

Se espera concluir el Estudio Conjunto de Factibilidad Perú – India en los próximos meses del presente año, luego de lo cual se podrá dar inicio a las negociaciones del Acuerdo de Libre Comercio.

<sup>12</sup> Entró en vigencia el 01.03.2013.

<sup>13</sup> Son 23 los miembros participantes: Australia, Canadá, Chile, Corea del Sur, Colombia, Costa Rica, Estados Unidos, Hong Kong, Islandia, Israel, Japón, Liechtenstein, México, Mauricio, Noruega, Nueva Zelanda, Pakistán, Panamá, Perú, Suiza, Taipéi, Turquía y la Unión Europea

### **Negociaciones Perú – Turquía**

El TLC con Turquía constituye un acuerdo bilateral, cuya negociación comprende los capítulos de trato nacional y acceso de mercancías, reglas de origen, medidas sanitarias y fitosanitarias, comercio de servicios (entre ellos, servicios financieros y entrada temporal de personas de negocios), inversiones, competencia, propiedad intelectual, entre otros.

### **Negociaciones Perú – Indonesia**

El acuerdo comercial con Indonesia abrirá grandes oportunidades en el sector agrícola, especialmente en productos como habas y uvas de mesa, y en el sector minero. Se espera concluir el Estudio Conjunto de Factibilidad Perú – Indonesia en los próximos meses a fin de dar inicio a las negociaciones en 2016.

### **Negociaciones Perú – El Salvador**

En enero se retomaron las negociaciones de un Tratado de Libre Comercio con El Salvador, para que ambas partes puedan intercambiar de manera competitiva sus mercancías, a la vez que cuenten con reglas claras y estables para los servicios e inversiones, de forma tal que se puedan hacer las proyecciones pertinentes para generar un crecimiento de la relación comercial bilateral.

### **Negociaciones Perú – Cuba**

El 16 y 17 de febrero de 2016, en La Habana, los Gobiernos del Perú y de Cuba aprobaron el Marco General de Negociación con el fin de iniciar un proceso de negociación para celebrar un acuerdo comercial que permita profundizar las preferencias otorgadas en el marco del Acuerdo de Complementación Económica N° 50 suscrito entre Perú y Cuba.

### **Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC)**

Este año 2016, el Perú es sede de las reuniones APEC por segunda vez después de ocho (08) años. Cabe mencionar que el Perú es la única economía miembro de Latinoamérica en ser dos veces anfitriona de este importante foro internacional y la única economía en serlo en tan poco tiempo.

El lema de APEC Perú 2016 es “**Crecimiento de Calidad y Desarrollo Humano**” y las prioridades que se propone se trabajan a lo largo del año son:

- Avanzando en la Integración Económica Regional y el Crecimiento de Calidad.
- Fortalecimiento del Mercado Regional de Alimentos.
- Hacia la Modernización de las PYMEs.
- Desarrollo de Capital Humano.

#### *Prioridades de comercio e inversión en APEC-Perú 2016*

Desde 2014, se ha trabajado la introducción en la agenda APEC 2016 temas de interés del Viceministerio de Comercio Exterior y de otras instituciones con las que se coordinan temas de comercio e inversiones para 2016 se ha priorizado:

- a. Avanzar la agenda de Integración Económica Regional.
- b. Promover la internacionalización de las PYMEs y su inserción en las cadenas globales de valor.
- c. Mejorar la eficiencia de la cadena de suministros y conectividad en la región

## 1.2 Oficinas Comerciales – OCEX

36 oficinas comerciales implementadas con más de 1 200 acciones de promoción del Perú, 9 905 servicios a empresas peruanas y 20 542 servicios a empresas extranjeras.

Los tres primeros años de trabajo de las OCEX en el Sector Comercio Exterior y Turismo han permitido alcanzar logros importantes en la generación de negocios, atenciones y apoyos a las empresas peruanas y extranjeras, ingreso de nuevas empresas a los mercados, recuperación de aquellas empresas que habían dejado de exportar, entre otros. Para los próximos años se espera continuar con los niveles de aporte de la red de Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior en beneficio de las empresas peruanas y la generación de empleos de calidad.

### Principales intervenciones

#### **Feria Expo Antad - OCEX México,**

Feria de retail más importante de Latinoamérica

Priorizó la promoción de: páprika, uva fresca, ajo, quinua, maíz morado, maca y cacao.

Delegación conformada por seis empresas exportadoras peruanas

Ventas por US\$2 millones, (+ US\$400 mil respecto 2015)

#### **Internacionalización de Franquicias Peruanas**

Con el objetivo de fortalecer el proceso de consolidación de las franquicias peruanas, mediante la mejora de su competitividad, la profesionalización de las empresas y la promoción internacional, se ha elaborado el **Plan de Promoción de Franquicias**, esperando beneficiar a 500 empresas de diferentes sectores e internacionalizar a 40 franquicias en los próximos tres años.

Con el reciente ingreso de Applauzi al mercado panameño y Segundo Muelle a Portugal, son ya 21 conceptos peruanos con 121<sup>14</sup> locales que se han instalado en el exterior, principalmente en Latinoamérica, así como en Estados Unidos y Europa (España y Portugal).

#### **Peru Moda 2016 y Gift Show**

Feria que desarrolla la oferta exportable peruana de textiles y confecciones con una renovada estrategia comercial basándose en calidad, innovación en propuestas de diseño y logística.

1 200 empresarios beneficiados

Negocios por US\$ 80 millones

Asistieron 8 500 empresarios, productores y profesionales de la cadena textil confecciones, moda, artesanías y artículos de decoración.

#### **Lanzamiento Marca Perú Textiles en Perú Moda y Perú Gift Show 2016**

Esta nueva marca es una apuesta de los sectores público y privado que buscan posicionar a nuestro país como un cluster textil con integración vertical: Involucra desde las fibras naturales y mezclas, hasta la prenda terminada. El objetivo es generar valor agregado hacia el consumidor y que las prendas peruanas sean

---

<sup>14</sup> Restaurantes como Astrid & Gastón, China Wok, Hanzo, Heladería 4D, La Mar, Osaka, Pardo's Chicken, Rocky's, Rosa Náutica, Segundo Muelle, Tanta, Disfruta, El Embarcadero 41, Brujas de Cachiche, Escondite del Gordo, Nitos y Sanguchería La Lucha.

reconocidas a nivel mundial como un producto de calidad que cumple con los más altos estándares que los consumidores internacionales exigen.

Se busca visibilizar y posicionar a la marca en los principales espacios comerciales y pasarelas de Europa y Estados Unidos como poseedora de fibras exóticas, ancestrales y naturales. La meta es impulsar la comercialización de los productos textiles peruanos en el segmento medio y medio-alto de los consumidores, para lo cual se tiene previsto realizar una campaña con prensa internacional y líderes de opinión.

#### **Expo Perú Europa (Londres - marzo)**

Logró un record de participación con 38 pequeñas y medianas empresas exportadoras peruanas participantes y 200 compradores internacionales; entre los cuales efectuaron 500 citas de negocios y se concretaron negociaciones por US\$ 20 millones.

#### **Feria de alimentos Gulfood de los Emiratos Árabes Unidos (febrero)**

Gulfood es la feria anual más importante y considerada como la mejor plataforma de negocios del sector alimentos y bebidas en el mundo, a la cual participaron 10 empresas peruanas que lograron negocios por US\$ 15 millones para los próximos doce meses y ventas inmediatas por US\$ 620 mil.

Productos: quinua, maca, cacao, menestras, frutos deshidratados, conservas, lácteos y gelatinas, leche condensada y evaporada.

Empresas participantes: Agro Fergi, Agromix Industrial, Andes Alimentos y Bebidas, Corporación QIB, Gloria, Macarena Punch (Las Margaritas), Productos Universal (Peusac), Tierra Orgánica, Villa Andina y Vínculos Agrícolas.

#### **Feria Pure London**

Promocionó la marca Alpaca del Perú exponiendo prendas y accesorios de moda hechos con fibra de alpaca y vicuña en la feria de textiles y moda más importante de Londres (Inglaterra), concretando ventas por US\$ 100 mil y y contactos comerciales con compradores de Inglaterra, Escocia, Irlanda, Alemania, Jordania, Italia, Estados Unidos, España, Portugal, Suecia y China.

Entre las empresas participantes están Kuna, Raffa, Jenny Duarte y Velavera.

#### **Feria Internacional del Chocolate (Lisboa – febrero)**

El Perú es el primer país latinoamericano en asistir como “País Productor Invitado” mostrando la oferta de cacao y chocolate a miles de potenciales compradores y consumidores, con una delegación nacional que cerró negocios por 250 mil euros, logrando gran impacto mediático.

Más de 80 marcas lusas elaboraron chocolates con insumos peruanos, como el cacao procedente del Valle de los Ríos Apurímac, Ene y Mantaro (VRAEM), Piura y San Martín-, lúcuma, maca, aguaymanto, quinua, pisco, entre otros.

#### **Fruit Logistica de Alemania (febrero)**

En esta edición de la reconocida feria internacional participaron 310 empresarios peruanos, de los cuales el 55% representaban a pequeñas y medianas empresas (pymes) y 30% participaron por primera vez, logrando transacciones comerciales por US\$ 155 millones, 20% más que en el 2015.

Cabe destacar que más de 65 000 visitantes de 140 países apreciaron la calidad de la oferta exportable peruana de espárragos, uvas, paltas, cítricos, mangos y de las nuevas estrellas exportadoras: el baby banano orgánico, arándanos, berrys, granada y aguaymanto.

### 1.3 Facilitación de Comercio Exterior

- *Análisis integral de Costos Logísticos de 5 productos principales de Perú:* quinua, cacao, café, uva y cebolla; permitiendo identificar cuellos de botella en todo el proceso de la cadena de valor de los productos, que permitirá al Estado implementar las medidas correctivas para reducirlos o eliminarlos y hacerlos competitivos.
- *Ventanilla Unica de Comercio Exterior - VUCE*  
Sistema integrado vía internet, que permite realizar procedimientos administrativos vinculados a operaciones de comercio exterior, facilitando y agilizando los trámites que son exigidos a las empresas.

VUCE	Al 30 de junio de 2016
Número de procedimientos administrativos incorporados	270
Número de usuarios que han utilizado la VUCE	33 800
Acumulado de los ahorros generados (Millones de S/)	168,5
Entidades incorporadas	15
Trámites realizados	842 500
Número de Certificados de Origen emitidos	403 228

- *Proyecto de Interoperabilidad entre las Ventanillas Unicas de la Alianza del Pacífico*  
Garantizar la interoperabilidad entre las VUCE Alianza del Pacífico (Perú, Chile, Colombia y Mexico) para la agilización y facilitación del comercio; verificando la información de las operaciones de comercio exterior realizadas.
- *VUCE 2.0 - “Mejoramiento de los Servicios de Facilitación del Comercio Exterior a través de la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE) 2da Etapa”*  
Este proyecto permitirá incorporar nuevos componentes y servicios en beneficio de los administrados como:
  - i) Interoperabilidad global: Interconexión de sistemas de información de autoridades nacionales e internacionales
  - ii) Port Community System: Vincula operadores, usuarios y autoridades de comercio exterior para brindar servicios portuarios
  - iii) Gestión de riesgos: Permitirá mejorar la seguridad y predictibilidad de las operaciones de las Entidades de Control mediante la implementación de mecanismos de control y gestión de riesgos.
  - iv) Portales especializados logísticos: Facilitar el acceso a información centralizada de comercio y actividad logística peruana
  - v) Marketplace de servicios al comercio exterior: Punto de encuentro on line entre las empresas compradoras y vendedoras de productos o servicios relacionados con el comercio exterior

- vi) Gestión de recursos para las operaciones de las pymes: Se implementará Un Planeador de Recursos Empresariales ERP con los módulos básicos para pymes que permitirá optimizar sus recursos de las pymes.
  - vii) Integración de regulaciones comerciales
  - viii) Zonas de Tratamiento Especial: sistemas enfocados a la recepción y procesamiento de declaraciones, gestión de inventarios, manejo de mecanismo de compensación insumo-producto y servicios como embalaje, envasado y otros.
  - ix) E-learning: Plataforma de educación virtual
  - x) Big Data: Repositorio de información que permitirá el procesamiento de grandes volúmenes de información validada y oportuna que permitirá fortalecer y agilizar la tomar decisiones en las entidades de control
- *Programa de Apoyo a la Internacionalización - PAI*  
 Pone a disposición de las MIPYMES (micro, pequeñas y medianas empresas) herramientas complementarias para apoyar sus esfuerzos de internacionalización, mejorar su competitividad, minimizar sus riesgos y optimizar sus capacidades y habilidades de gestión en proyectos de comercio exterior.
- Cuenta con un fondo de financiamiento de S/ 25 millones proveniente del Fondo MIPYME, destinado a cofinanciar actividades de fortalecimiento, soporte técnico y realización de estudios para evaluar la demanda.

Se espera lograr la internacionalización de 180 empresas, en un periodo de 4 años, desde el inicio de su operación.

#### 1.4 Desarrollo de Oferta Exportable

- *Estrategia Nacional de Biocomercio y Plan de Acción (ENByPA):*  
 Promoción de los productos de la biodiversidad nativa con criterios ambientales, sociales y económicos, bajo los enfoques de cadena de valor, manejo adaptativo y ecosistémico.
- *Proyecto Perú Bioinnova*  
 Desarrollo de las cadenas productivas de sachá inchi y plantas amazónicas medicinales en alianza estratégica con el Gobierno Regional de San Martín, Promperú, MINAM, Cooperación Alemana (GIZ), con financiamiento de la Cooperación Suiza (SECO), por € 1.65 millones (euros).  
 El Mincetur desarrollará actividades que complementarán los objetivos de este Proyecto por un monto de S/ 645 mil hasta el año 2017.
- *Huallaga*  
 Asistencia técnica en cosecha y postcosecha de cacao fino y de aroma, a 50 productores, generando una oferta exportable de 36 toneladas de cacao, por un valor de S/ 252 mil.  
 Asistencia técnica para la estandarización del productos banano moquisho, beneficiando a 185 productres de 7 asociaciones de Huánuco; permitiendo la exportación inicial de 5 toneladas de banano con certificación Orgánica y Comercio Justo en el 2015. Se espera que el 2016 se exporten 60 toneladas.

- *VRAEM*

Asistencia técnica en cosecha y postcosecha de cacao fino y de aroma, a 1 242 productores de Ayacucho, Cusco y Junín, generando una oferta exportable de 243 toneladas de cacao fino, por un valor de S/ 1,5 millones.

## 1.5 Desarrollo de capacidades

El mincetur a través de diversos programas ha venido fortaleciendo capacidades en comercio exterior a funcionarios públicos, empresas y estudiantes de la siguiente manera:

### **III Curso de Negociaciones Comerciales Internacionales**

Curso gratuito con sesiones teórico-prácticas para jóvenes carreras de derecho, economía, administración, negocios internacionales para potenciar sus conocimientos sobre los procesos de negociación, administración e implementación de los acuerdos comerciales, así como las políticas de desarrollo del comercio exterior.

En el 2016 postularon 160 jóvenes ingresando lo 30 primero aprobados, provenientes de 12 universidades.

### **Premio Mincetur**

Programa de incentivos y reconocimiento, para promover la investigación y creación de nuevos negocios entre los jóvenes emprendedores, quienes participan con trabajos de investigación (Tesis de Grado, Proyecto de Negocio y Monografías Escolares).

A la fecha se cuenta con los siguientes resultados:

- 8 ediciones.
- 24 regiones participantes.
- Más de 3 000 participantes.
- Más de 1 460 trabajos presentados.

### **Programa Educativo Exportador**

Fortalecer los conocimientos en materia de comercio exterior de los docentes, que les permita incluir estos contenidos en el Proyecto Curricular Regional y los Proyectos Curriculares de cada Centro Educativo, así como en las programaciones anuales y las sesiones de aprendizaje de los profesores capacitados.

A la fecha se han realizado 5 ediciones de este Programa con una cobertura de casi 2 000 docentes capacitados.

### **Programa de Adiestramiento para la Generación de Capacidades y Competencias en Comercio Exterior**

Fortalecer las capacidades del personal de los gobiernos regionales, Directores Regionales de Comercio Exterior y Turismo, Directores de Comercio Exterior y funcionarios de las oficinas de presupuesto y planificación a nivel nacional para otorgarles herramientas y conocimientos para una mejor gestión del comercio exterior a nivel regional, fortalecer su institucionalidad e implementar el PENX 2025 y los PERX correspondientes.

A la fecha se cuenta más de 360 capacitados en todas las regiones del país.

### **Programa de Promotores Públicos en Comercio Exterior**

Diplomado de Comercio Exterior que incluye la capacitación en herramientas para el desarrollo y facilitación del comercio exterior, así como la elaboración de

planes de negocio/exportación para su posterior implementación en los respectivos gobiernos regionales y locales.

A la fecha, el Programa ha acreditado a 269 funcionarios de 12 gobiernos regionales y locales, elaborando 106 planes de negocio, de los cuales 19 se implementaron con fondos de Procompite y Agroideas.

### **Oficina Comercial de Exportación Regional (OCER)**

Desarrollo de una oferta de servicios y asistencia técnica en comercio exterior para las PYME, facilitando su articulación con el mercado internacional.

A la fecha se han implementado 3 OCER, en Gamarra, Villa el Salvador y Tacna; por otra parte, se espera implementar la OCER Huánuco; Lima Norte, Ucayali, San Martín y Madre de Dios.

## **1.6 Diversificación de Mercados**

Elaboración de planes de Desarrollo de Mercados de Alemania, Japón, Mexico, Panamá.

En el 2016 se ha planificado publicar los siguientes 6 PDMs adicionales: Colombia, España, Canadá, Reino Unido, Portugal y Brasil. Adicionalmente, Mincetur se encuentra elaborando 8 PDMs: Estados Unidos, China, Corea del Sur, Sudáfrica, Turquía, Chile, Ecuador y Bolivia.

## **2. Logros obtenidos durante el periodo 2015**

### **2.1 Vinculación del Perú con Mercados Internacionales**

#### **2.1.1 Acuerdos Comerciales**

##### **Acuerdos Comerciales suscritos**

##### **Tratado de Libre Comercio (TLC) Perú – Canadá<sup>15</sup>**

Acceso a mercados y levantamiento de barreras fitosanitarias: en agosto del 2015, se concluyeron las gestiones para el acceso del arándano fresco a Canadá.

##### **Alianza del Pacífico**

##### **III Macro Rueda Alianza del Pacífico (junio 2015)**

- Participación de China y asistencia de 800 empresas exportadoras e importadoras y expositores de los países que integran la Alianza del Pacífico.
- Se negociaron productos alimenticios, prendas de vestir, joyería, manufacturas y servicios, sectores que tienen mayores posibilidades de comercio.
- **I Encuentro Comercial de Cadenas de Valor para el Fortalecimiento Industrial:** participaron más de 100 empresas de los cuatro países, con el fin de generar un espacio comercial en donde se identifiquen posibles redes de provisión que permitan reforzar los vínculos comerciales.

##### **Tratado de Libre Comercio Perú – Honduras**

El Tratado de Libre Comercio Perú – Honduras se suscribió en la ciudad de Lima el 29 de mayo de 2015. A la fecha se vienen llevando a cabo los trámites

<sup>15</sup> El cual entró en vigencia el 1 de agosto de 2009.

necesarios para incorporarlo al ordenamiento legal de cada país, con el fin de ponerlo en vigencia en forma simultánea.

Este Tratado se enmarca dentro de la estrategia de mejora de las condiciones de acceso a mercados. Regula temas relativos al acceso a mercados, reglas de origen, procedimientos aduaneros y facilitación del comercio, cooperación aduanera, obstáculos técnicos al comercio, medidas sanitarias y fitosanitarias, defensa comercial, políticas de competencia, servicios, inversiones, propiedad intelectual, compras públicas, entrada temporal de personas de negocios, solución de diferencias y asuntos institucionales.

Beneficios: aproximadamente el 81% de las exportaciones peruanas ingresarán con arancel cero, inmediatamente o máximo en un plazo de 5 años. Las exportaciones peruanas de productos como espárragos, mandarinas, alcachofas, uvas, piñas, mangos, paltas, quinua, kiwicha, cañihua, páprika, café, maíz gigante del Cusco, maíz morado, limón, gozarán de un acceso inmediato con arancel cero.

Por otro lado, los principales productos importados por Perú, como pilares y columnas para la construcción, cartón kraft, prendas de vestir de fieltro punzonado, café sin tostar, hilados retorcidos o cableados, cementos sin pulverizar, artículos de cepillado, podrán ingresar al Perú libres del pago de arancel en un plazo no mayor a 10 años.

### **2.1.2 Organización Mundial de Comercio - OMC**

- Se aprobó la Declaración Ministerial de Nairobi, la cual incluye la adopción del Paquete de Nairobi:
  - Cuatro Decisiones sobre Agricultura: i) eliminación de los subsidios a las exportaciones agrícolas; ii) Constitución de existencias públicas con fines de seguridad alimentaria; iii) Mecanismo de Salvaguardia Especial; iv) Algodón y,
  - Dos Decisiones sobre Desarrollo: Normas de Origen Preferenciales para los PMAs; Aplicación del Trato Preferencial para los servicios y proveedores de servicios de los PMAs.

### **2.1.3 Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC)**

#### Servicios

Durante 2015, se propuso el Marco de Cooperación en Servicios APEC (ASCF), con el objetivo de que la agenda en servicios siga siendo dinámica y flexible en función a los intereses económicos, tecnológicos y de mercado de cada economía miembro.

#### Aduanas

Durante el periodo 2011-2015, se ha venido trabajando en la implementación de Ventanillas Únicas en cada economía. Además APEC ha promovido el desarrollo en temas aduaneros, como la resolución anticipada, la entrega inmediata de envíos, estudios sobre tiempos de desaduanaje e implementación del Convenio de Kyoto.

#### Internacionalización de las PYMEs

En 2015, los Ministros de Comercio de APEC aprobaron la Agenda de Acción para Globalizar a las PYMEs a través de facilitación de comercio, comercio electrónico, acceso a financiamiento y fortalecimiento institucional. La Agenda propone ocho acciones generales a ser priorizadas por APEC:

- Facilitar acceso a los beneficios de los Acuerdos Internacionales de Comercio, a través de la simplificación de los procesos y documentación requerida sobre reglas de origen.
- Agilizar reglas y regulaciones aduaneras y apoyar a las PYMES en el cumplimiento de las reglas y regulaciones aduaneras.
- Proveer de información precisa y oportuna sobre requisitos y procedimientos para exportar e importar.
- Ampliar la base del Operador Económico Autorizado.
- Ampliar las opciones de financiamiento para facilitar los préstamos.
- Expandir las oportunidades de internacionalización a través de las tecnologías de información y comunicación (TIC) y el comercio electrónico.
- Fortalecer el apoyo institucional a las PYMES.

#### **2.1.4 Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)**

##### **Programa País:**

Inclusión del Perú en la Base de Datos sobre el Comercio en Valor Agregado (TiVA): El Perú conseguirá tener una adecuada medición del “comercio en valor agregado” para estimar las fuentes de mayor valor (por país e industria) en los bienes y servicios exportados e importados.

##### **Participación activa en la Iniciativa sobre las Cadenas Globales de Valor (CGV):**

Cuarta Reunión Plenaria de la Iniciativa CGV (París, 12 y 13 de mayo de 2015): El Sector compartió la experiencia peruana sobre las políticas implementadas para el desarrollo y fuerte integración dentro de la CGV de la Industria Textil y de Confecciones. Del mismo modo, se expuso sobre el uso de la Marca País para la promoción del turismo, las exportaciones, y la atracción de las inversiones extranjeras.

Quinta Reunión Plenaria de la Iniciativa CGV (Santiago, Chile, 5 y 6 de noviembre de 2015): El Sector compartió la experiencia peruana en cuanto a su participación en las cadenas de valor de la región América Latina, así como las políticas de desarrollo de comercio exterior que permiten la integración del Perú en las cadenas regionales de valor.

## **2.1 Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior – OCEX y Promoción**

### **Principales logros por Región Geográfica – Europa (al 2015)<sup>16</sup>**

Europa fue la región que presentó los mejores resultados en las actividades de promoción del Perú en el Exterior.

Se observó un incremento acumulado en las exportaciones no tradicionales de US\$ 988 millones (años 2013-2015); concentrándose principalmente en la agroindustria, con una participación del 62%; seguido por los productos pesqueros (30%); y la industria de la vestimenta (7%).

---

<sup>16</sup> En esta región se cuenta con Oficinas Comerciales en Bruselas (Bélgica), Estambul (Turquía), Ginebra (Suiza), Hamburgo (Alemania), Lisboa (Portugal), Londres (Reino Unido), Madrid (España), Milán (Italia), Moscú (Rusia), París (Francia), Rotterdam (Países Bajos).

### Principales Logros (al 2015)

- Posicionamiento de la quinua peruana (Hamburgo)
- Exportación de maderas certificadas (Hamburgo)
- Campañas de promoción de productos y destinos peruanos (Lisboa)
- Ingreso de British Airways al mercado peruano (Londres)
- Acción de promoción integral 360° del Perú de la mano del mayor retailer de España, El Corte Inglés (Madrid)
- Start-up peruana Tupuy se convierte en audioguía oficial de Sacre Coeur de París
- Promoción exitosa de las exportaciones agropecuarias del Perú logra US\$ 648 millones en 2015 (Rotterdam)
- Max Mara lanza colección con marca Alpaca (Milán)
- Exportación de cacao peruano a Italia en 2015 crece en 51,5% respecto de 2013 (Milán)
- Crecimiento de 154% de las exportaciones de cacao en el periodo 2013-2015 (Bruselas)
- Restaurante Peruano ingresa a Moscú – “Lounge 02” (Moscú)
- Promoción de la gastronomía y granos andinos (Estambul)

Turismo: la llegada de turistas internacionales desde el continente europeo al Perú, alcanzó 496 mil personas en 2015, mostrando un incremento de 17% en la afluencia de turistas, en comparación con 2012<sup>17</sup>.

### **Principales logros por Región Geográfica – Asia (al 2015)<sup>18</sup>**

Las empresas que participaron en actividades de promoción de exportaciones no tradicionales, presentaron los mayores aumentos en sus ventas: sector Pesquero (55% del total), Agroindustria (38%), Vestimenta (6%). La participación en estas acciones, habría propiciado un incremento en el valor exportado de US\$ 258 millones, según información de la SUNAT.

### Principales Logros (al 2015)

- Ingreso de palta Hass peruana al mercado chino (Shanghái)
- Ingreso de pasta de tomate peruana a Indonesia (Jakarta)
- Ingreso de Uvas Peruanas en India (Nueva Delhi)
- Ingreso de Mango Fresco (Seúl)
- Exitoso ingreso de la quinua en el mercado taiwanés (Taipei)
- Super alimentos peruanos en el mercado japonés (Tokio)
- Incremento y diversificación de las exportaciones a Emiratos Árabes Unidos (Dubái)

---

<sup>17</sup> El incremento estuvo explicado principalmente por un mayor arribo de turistas provenientes de Turquía (+69,3%), Portugal (+36,9%), Italia (+28,9%), España (+25,1%), Alemania (+20%), Suiza (+17,1%), Países Bajos (+15,2%), Reino Unido (+12,1%) y Francia (+8,6%).

<sup>18</sup> En esta región se cuenta con Oficinas Comerciales en Beijing y Shanghai (China), Dubái (Emiratos Árabes Unidos), Jakarta (Indonesia), Nueva Delhi (India), Seul (Corea del Sur), Taipéi (Taiwán), Tel Aviv (Israel) y Tokio (Japón).

- Ingreso a Supermercados (Tel Aviv)
- Nichos de Mercado para Turismo (Tel Aviv)

Turismo: el arribo de turistas asiáticos alcanzó los 123 mil visitantes en 2015. En comparación con el 2012, la afluencia de turistas se incrementó en 19%<sup>19</sup>.

### **Principales logros por Región Geográfica – Sudamérica (al 2015)<sup>20</sup>**

Sudamérica es la región que adquiere la mayor proporción de productos con alto valor agregado del país, como las manufacturas diversas y prendas de vestir que en conjunto representan el 82%; seguido de los productos pesqueros y de agroindustria, representando el 9% cada uno; sumando en total un valor acumulado de US\$ 404 millones.

#### Principales logros (al 2015)

- Importante cobertura mediática de destinos turísticos peruanos (Bogotá)
- Se posiciona en mercado boliviano la oferta peruana en sector construcción y proveedores a la minería (La Paz)
- Franquicias gastronómicas peruanas en Ecuador (Quito)
- Internacionalización de empresas peruanas en mercado ecuatoriano (Quito)
- Se incrementa demanda de pulpas y frutos congelados peruanos (Santiago)
- Internacionalización de empresas peruanas e inversiones chilenas en el Perú (Santiago)
- Algodón peruano símbolo de calidad en mercado brasilero (Sao Paulo)

Turismo: el arribo de visitantes sudamericanos superó los 1,7 millones de personas durante 2015. En comparación con el 2012, la afluencia de turistas se incrementó en 22%, que constituye un aumento en flujo de 315 mil personas<sup>21</sup>.

### **Principales logros por Región Geográfica – África (al 2015)<sup>22</sup>**

Las empresas que participaron en acciones de promoción comercial, registraron un aumento en las exportaciones no tradicionales de US\$ 1,9 millones, correspondiente al acumulado entre 2013-2015. A nivel sectorial, este aumento se dirigió mayormente a la agroindustria, con una participación de (71%), seguido por los productos pesqueros (23%) e industria de la vestimenta (5%).

#### Principales logros (al 2015)

- Ingreso de Productos a Supermercados de Sudáfrica (Pretoria)
- Ingreso de Productos de Prendas de Vestir (Pretoria)
- Misión de Prospección (Accra)
- Agenda de trabajo de Importante Exportadora Peruana (Accra)
- Misión de empresarios ghaneses al Perú (Accra)
- Oficina Comercial Conjunta de la Alianza del Pacífico (Casablanca)
- Feria SIAM – Salon International de L'Agriculture au Maroc (Casablanca)

---

<sup>19</sup> Durante los últimos cuatro años, el incremento estuvo explicado principalmente por un mayor arribo de turistas provenientes de los países de Taiwán (+77,9%), Corea del Sur (+73,4%), China (+58%), India (+36,5%) e Israel (+5,2%).

<sup>20</sup> En esta región el Perú cuenta con Oficinas Comerciales en Bogotá (Colombia), Caracas (Venezuela), La Paz (Bolivia), Quito (Ecuador), Santiago (Chile) y Sao Paulo (Brasil).

<sup>21</sup> Durante los últimos cuatro años, el incremento estuvo explicado principalmente por un mayor arribo de turistas provenientes de los países de Ecuador (+45,5%), Bolivia (+27%), Colombia (+23,4%), Chile (+22%) y Brasil (+17,6%).

<sup>22</sup> En esta región se cuenta con Oficinas Comerciales en Accra (Ghana), Casablanca (Marruecos) y Pretoria (Sudáfrica).

Turismo: la llegada de turistas internacionales fue de 3 286 personas en 2015. En comparación con el 2012, la afluencia de turistas se incrementó en 4%<sup>23</sup>.

### **Principales logros por Región Geográfica – Norte y Centroamérica (al 2015)<sup>24</sup>**

Segunda región del mundo donde las empresas peruanas, debido a su participación en actividades de promoción comercial, obtuvieron mejores resultados entre 2013 y 2015. Las empresas que participaron en estos eventos comerciales, registraron un incremento acumulado en las exportaciones no tradicionales de US\$ 980 millones. Este aumento se dirigió mayormente a la agroindustria (52%), vestimenta (35%) y productos pesqueros (9%).

Turismo: la llegada de turistas internacionales desde Norte América más Panamá alcanzó aproximadamente las 710 mil personas durante el 2015. En comparación con el 2012, la afluencia de turistas se incrementó en 24%, que representa un aumento en flujo de 137 mil personas<sup>25</sup>.

#### Principales logros (al 2015)

- Ingreso de aerolínea JetBlue al Perú (Los Ángeles)
- Eliminación de barreras comerciales y nuevos puntos de entrada a Estados Unidos (Miami)
- Nueve empresas exportadoras peruanas son proveedoras de Psycho Bunny (Nueva York)
- Alianza estratégica con gran importador de alimentos (Nueva York)
- Arándanos peruanos ingresan a Canadá (Toronto)
- Perú y Canadá acuerdan promover la exportación de artesanía peruana (Toronto)
- Encadenamientos productivos e internacionalización (México DF)
- Programa Piloto Internacionalización de Empresas Peruanas de Software - Consorcio Perutech (Panamá)
- Instalación Franquicia textil peruana Applauzi – AguaClara (Panamá)

### **Creación del Programa Nacional de Franquicias**

El Mincetur coordina esta iniciativa conjuntamente con la Cámara de Comercio de Lima y la Cámara Peruana de Franquicias. Se inauguró la II Expo y Rueda de Negocios de Franquicias, a la que asistieron inversionistas europeos y de Latinoamérica.

La expansión de las franquicias peruanas en el exterior ha logrado gran crecimiento. A noviembre 2015 es de 150, destacando las del sector gastronómico con un 61% del total; generando un efecto arrastre para el ingreso de otros productos, como la estética, indumentarias, artesanías, joyería, entre otros.

### **Perú Moda y Perú Gift Show 2015**

Gracias al trabajo conjunto realizado entre PROMPERÚ y las diferentes Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior (OCEX), se ha logrado que un significativo

---

<sup>23</sup> Durante los últimos cuatro años, el incremento estuvo explicado principalmente por un arribo constante de turistas provenientes de Marruecos (+27,6%).

<sup>24</sup> En esta región se cuenta con Oficinas Comerciales en Los Ángeles, Miami, Nueva York y Washington (Estados Unidos), Ciudad de México (México) y Ciudad de Panamá (Panamá).

<sup>25</sup> Durante los últimos cuatro años, el incremento estuvo explicado principalmente por un arribo constante de turistas provenientes de México (+49,1%), Panamá (+35,9%), Estados Unidos (+21,9%) y Canadá (+15%).

número de compradores internacionales participe del evento; como compradores de Italia, Brasil, Estados Unidos, Bolivia, México y Canadá.

## 2.2 Facilitación del Comercio Exterior

### A. Logística y Transporte Internacional

#### **Programa Consolida Brasil**

Se realizaron 6 seminarios en la Macro Región Sur y Norte del país, capacitándose a un total de 429 participantes<sup>26</sup>. Temas: oportunidades comerciales que ofrece el mercado de Brasil, requisitos sanitarios y aduaneros.

En noviembre se realizó la quinta misión logística a Manaus – Brasil, en el marco de la Feria Internacional de la Amazonía (FIAM) 2015. Se firmó un convenio de cooperación entre la SUFRAMA y CETICOS Paita con el objetivo de promover la inversión de empresarios brasileños en el norte del país.

En julio se realizó la cuarta Misión logística al estado de Acre – Brasil en el marco de la EXPOACRE: participaron 49 empresas del sector comercio, turismo y servicios logísticos<sup>27</sup>. Esta Misión logró cerrar negocios por cerca de US\$ 5.8 millones para los siguientes 12 meses.

#### **Plan de acción de la Seguridad de la Cadena Logística de Comercio Exterior**

Con el fin de preservar la seguridad en la cadena logística de exportación, y evitar la infiltración de droga u otras actividades ilícitas, el MINCETUR desarrolló el Plan de Acción para Seguridad en la Cadena Logística de Comercio Exterior, con la participación de 16 instituciones públicas, 8 gremios empresariales y 4 terminales portuarios y aeroportuarios a nivel nacional.

Al mes de diciembre se logró implementar reformas normativas y operativas para salvaguardar la seguridad de la mercancía, el control del personal y salvaguardar la información relacionada a comercio exterior, tales como:

- Se modificó la Ley General de Aduanas que establece obligaciones vinculadas a la seguridad para los operadores de comercio exterior (puertos, aeropuertos).
- Se publicó la Norma Técnica para establecer requisitos mínimos de seguridad de los precintos para contenedores.
- Se publicó el Decreto Legislativo que otorga un incentivo para el retiro de las embarcaciones artesanales del Desembarcadero Pesquero Artesanal del Callao.
- Se elaboró una propuesta de Nueva Ley del Trabajador Portuario.
- Se conformaron grupos de coordinación y comités de inteligencia para impulsar la implementación de medidas enfocadas a mejorar la seguridad portuaria y aeroportuaria.

### B. Gestión Aduanera y Fronteriza

#### **Operador Económico Autorizado – OEA**

En el marco de la política de facilitación del comercio legítimo e incremento del nivel de exportaciones, el MINCETUR promovió en cooperación con SUNAT, el desarrollo del *Proyecto del Operador Económico Autorizado*, como instrumento para ejercer un eficiente control aduanero de toda la cadena logística, mediante

<sup>26</sup> En las regiones de Madre de Dios, Arequipa, Tacna, La Libertad, Piura y Loreto.

<sup>27</sup> Procedentes de Tacna, Arequipa, Cusco, Madre de Dios, Moquegua, Ica, Ancash y Lima.

un mecanismo de calificación de la mercancía que represente un grado de riesgo mínimo; lo cual contribuirá a aumentar y agilizar el flujo de las operaciones comerciales.

### **Facilitación del Comercio y Cooperación Aduanera en el Foro APEC**

En el Foro APEC, el Comité de Comercio e Inversión (CTI) aprobó el Proyecto “*Best Practices on Critical Issues in the Asia-Pacific Region for the Implementation of the WTO Trade Facilitation*”, propuesto por MINCETUR y respaldado por Estados Unidos, Singapur, Filipinas, Malasia y México; cuyo objetivo fue identificar los estándares, reglamentos, y las mejores prácticas en facilitación del comercio.

## **C. Financiamiento del Comercio Exterior**

### **Programa de Seguro de Crédito para la exportación para la Pequeña y Mediana empresa - SEPYMEX<sup>28</sup>**

Se logró un acuerdo entre el MINCETUR y el Ministerio de Economía y Finanzas, respecto al nuevo reglamento operativo del SEPYMEX; mediante el cual, se podrá financiar todo el ciclo del negocio de la empresa exportadora, ampliándose la cobertura al 75% del crédito, para aquellas empresas que ingresen al programa por primera vez. Asimismo, se amplió el horizonte de vida del SEPYMEX hasta el 2025.

El Fondo fue dotado inicialmente con US\$ 50 millones; sin embargo, a diciembre de 2015, se valorizó en US\$ 80,2 millones, alcanzando un rendimiento acumulado de 81%.

## **D. Mejora del marco regulatorio, optimización de procesos y soluciones tecnológicas.**

### **Ventanilla Única de Comercio Exterior – VUCE**

#### **- Resultados Componente de Mercancías Restringidas**

- 13 procedimientos administrativos incorporados.
- 7 404 usuarios.
- S/ 51,7 Millones en ahorros.
- 258 548 trámites realizados.
- 35,3% reducción de tiempo promedio en trámites.

#### **- Resultados Componente Origen**

- 191 449 certificados de origen emitidos.
- 42 265 Declaraciones Juradas emitidas.
- 21 852 usuarios.

#### **- Resultados Componente Portuario**

- 28 220 trámites realizados (arribo y zarpe).
- 3 entidades incorporadas (APN, DICAPI, DIRESA).
- 2 procedimientos APN.
- 2 procedimientos DICAPI.
- 1 procedimiento DIRESA-Callao.
- 18 puertos marítimos, fluviales y lacustres operando.

---

<sup>28</sup> SEPYMEX permite a las empresas exportadoras mejorar su acceso al crédito, al reducir su nivel de riesgo mediante la contratación de una cobertura de 50% para el crédito pre embarque en caso de impago.

- **Certificación ISO 9001:2008 de su Sistema de Gestión de la Calidad**

Durante el 2015, la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE) realizó un arduo trabajo de preparación para obtener la Certificación ISO 9001:2008 de su Sistema de Gestión de la Calidad, para sus diez procesos operativos: análisis funcional, análisis técnico, la codificación, pruebas, la certificación, el despliegue, capacitación, la mesa de ayuda, las operaciones y la infraestructura. Dicha certificación, se obtuvo en febrero de 2016.

**Proyecto de Cooperación Internacional con la Agencia de Cooperación Internacional de Corea (Koica)**

El 08 de setiembre, el MINCETUR suscribió con la Agencia de Cooperación Internacional de Corea – KOICA, el Acuerdo Interinstitucional para el desarrollo del Proyecto “*Facilitación de Comercio Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) para pequeñas y medianas empresas peruanas exportadoras e importadoras: E-PYMEX y VUCE B2B*”<sup>29</sup>. El cual tiene una duración prevista hasta el 2018.

**Zonas Económicas Especiales**

**Propuesta de Proyecto de “Ley de Zonas Económicas Especiales (ZEE) para el desarrollo de la oferta productiva exportable regional”:**

MINCETUR elaboró el referido Proyecto de Ley que tiene por finalidad unificar los regímenes especiales de ZOFRATACNA, CETICOS (Paita, Ilo, Matarani, Tumbes, Loreto) y ZEEDEPUNO, en una sola norma, que regule de manera uniforme e integral las ZEE creadas<sup>30</sup>.

**Nuevo Reglamento de Infracciones y Sanciones (RIS) de ZOFRATACNA:**

El MINCETUR en coordinación con la ZOFRATACNA, elaboró un nuevo proyecto de RIS, a fin de modificar el Decreto Supremo N° 005-2005-MINCETUR, de tal modo que se actualicen las infracciones tipificadas en dicho reglamento, en función a las operaciones comerciales que se realizan en la actualidad, y las posibles contingencias que éstas generen<sup>31</sup>.

**2.3 Desarrollo de la Oferta Exportable**

**Biocomercio:**

En el marco de la Comisión Nacional de Biocomercio se aprobó la *Estrategia Nacional de Biocomercio y su Plan de Acción*, que tiene como objetivo consolidar la institucionalidad, el marco legal, y los mecanismos necesarios, para promover y desarrollar el Biocomercio en el Perú.

Tendrá una vigencia de 10 años, con énfasis al Plan Bicentenario 2021, y realiza una proyección hasta el 2025 convergiendo con el PENX 2025.

**CODEVRAEM**

Se brindó asistencia técnicas y capacitaciones en las etapas de cosecha, beneficio, acopio y secado de cacao; lográndose una oferta exportable de 243 toneladas de cacao fino y de aroma, por un valor aproximado de S/ 1 458 000, beneficiando a 1 242 productores de Ayacucho, Cusco y Junín.

---

<sup>29</sup> E-pymex es una solución tecnológica que brindará a las pequeñas y medianas empresas una plataforma informática para que puedan realizar la gestión de sus negocios con orientación a sus operaciones de comercio exterior.

<sup>30</sup> Dicha propuesta fue remitida al Ministerio de la Producción y al Ministerio de Economía y Finanzas con la finalidad de que dichos ministerios remitan sus opiniones técnicas.

<sup>31</sup> El referido proyecto fue remitido a la Gerencia General de la ZOFRATACNA para su análisis y opinión técnica.

Se desarrolló la marca de la piña fresca “Tibana”, beneficiando a 80 productores de la “Asociación Piñeros del VRAEM Pangoa”, de la provincia de Satipo, departamento de Junín; generándose una oferta de 480 toneladas, por un valor aproximado de S/ 768 mil.

### **CODEHUALLAGA**

Se realizaron estudios para la elaboración de la línea base del café y cacao y sus derivados en Huánuco, Ucayali y San Martín.

Se realizaron asistencias técnicas en gestión empresarial y asociatividad para la exportación y en manejo de cosecha, postcosecha y estandarización de productos de cacao finos y de aroma, y banano moquisho, en Huánuco y San Martín, beneficiando a 235 productores, generando una oferta exportable por un valor de S/ 287 mil.

### **Oficinas Comerciales de Exportación Regional – OCER**

Proveen información, brindan orientación y asistencia técnica en materia de comercio exterior, principalmente a la Micro y Pequeña Empresa (MYPE), e identifican y promueven oportunidades de inversión. Se ha capacitado a más de 3 200 emprendedores.

### **Elementos diferenciadores de la oferta exportable**

Durante el 2015, el MINCETUR desarrolló dos signos distintivos: el primero para la quinua orgánica, denominado “**AYNOK´A**” **Quinua Ancestral del Altiplano Puno – Perú**; y el segundo para la piña, denominado “**TIBANA**” **El sabor del Sol**.

### **Proyecto KAMAQ<sup>32</sup>**

Beneficiarios: más de 270 mujeres artesanas de las 05 redes de Cusco (Chinchero, Písaq, Ccatcca, Lares e Incakunaq).

Se desarrolló una colección de 25 piezas textiles, entrega de paletas de colores y combinaciones de patrones internacionales, talleres de fortalecimiento empresarial, panel fotográfico, catálogos, evento de lanzamiento de la colección, y participación de líderes en la feria Perú Gift Show 2016<sup>33</sup>, en el que se establecieron contactos comerciales con clientes nacionales e internacionales de Estados Unidos, Alemania, Francia, Chile, entre otros.

## **2.4 Generación de Capacidades para la Internacionalización**

### **Premio MINCETUR**

La VIII Edición del Premio reconoció a 23 jóvenes estudiantes como ganadores. Participaron 236 trabajos en las categorías de tesis de grado, planes de negocio y monografías escolares; 9 de los cuales fueron ganadores, otorgándose premios por más de S/ 2 millones.

### **II Edición del Curso Negociaciones Comerciales Internacionales**

La segunda edición del curso recibió la inscripción de 380 jóvenes, es decir, 173 inscritos más que los registrados para el primer curso.

A la fecha se han realizado 2 ediciones, con 60 egresados beneficiarios.

---

<sup>32</sup> KAMAQ es un proyecto que fue financiado por Fondo de Ayuda para el Comercio, bajo la gestión administrativa del BID y la gestión técnica del MINCETUR.

<sup>33</sup> 20 al 22 de abril del 2016.

### **Programa Educativo Exportador**

Durante el año 2015 se capacitaron a 217 profesores de Huánuco, Ica, Junín, Lima, Loreto y Puno.

### **Programa de Clínicas de asesoría especializada para el aprovechamiento de Acuerdos Comerciales**

Se capacitaron a 115 alumnos de escuelas de negocio e institutos superiores; asimismo se capacitaron a emprendedores de 100 empresas, 60 de las cuales fueron directamente asesoradas.

Se realizaron 20 planes de acción de negocio en los departamentos de Tumbes, Ayacucho, Huancavelica, Cajamarca, contando con una inversión de S/ 140 000.

### **Programa Promotores Públicos de Comercio Exterior**

Se capacitaron 156 funcionarios públicos de los gobiernos regionales y municipalidades provinciales de las regiones de Ayacucho, Huánuco, Junín, Loreto, Tacna y Ucayali.

### **Programa Adiestramiento para la Generación de Capacidades y Competencias en Comercio Exterior (Jornada de Comercio Exterior)**

Se benefició a 51 funcionarios públicos de las Direcciones Regionales de Comercio Exterior, en temas como el PENX 2025, VUCE, herramientas de gestión del comercio exterior, gestión por resultados, facilitación del comercio exterior, identificación y desarrollo de cadenas de valor, innovación y planes de negocio.

## **2.5 Diversificación de mercados**

### **Planes de Desarrollo de Mercado (PDM) – Comisión Multisectorial de Mercados Internacionales (CMMI)**

- Propuesta de Planes de Desarrollo de Mercados (PDMs) 2015-2017 al CMMI.
- Presentación de la versión preliminar del PDM Colombia al CMMI.
- Presentación de la versión preliminar del PDM Portugal al CMMI.
- Presentación de la versión preliminar del PDM Canadá al CMMI.
- Presentación de la versión preliminar del PDM España al CMMI.
- Avances y Cronograma de los PDMs incluyendo nuevo modelo de plan de acción.

## **3. Logros obtenidos durante el periodo 2014**

### **3.1 Vinculación del Perú con Mercados Internacionales**

#### **3.1.1 Acuerdos Comerciales**

##### **Alianza del Pacífico (Suscripción 10 de febrero de 2014)**

- 92% liberalizado a la entrada en vigor del Protocolo.
- Productos agro exportación Perú excluidos o con limitaciones (temporalidad, cupos, desgravaciones parciales) en TLC, tendrán liberalización arancelaria total en determinado período de tiempo.
- Operador comercial podrá elegir entre AP y acuerdos existentes (CAN, TLC Chile, AIC México).

- Mecanismo de acumulación de origen que permite encadenamientos productivos.
- Simplificación de procedimientos aduaneros, cooperación y asistencia mutua para intercambio de información entre administraciones aduaneras

### **Acuerdo Comercial (AC) Perú-Unión Europea (UE)**

Suscripción del “Protocolo Adicional del Acuerdo Comercial entre la Unión Europea y sus Estados miembros, por una parte, y Colombia y el Perú, por otra para tener en cuenta la adhesión de la República de Croacia a la Unión Europea”<sup>34</sup>.

### **Tratado de Libre Comercio Perú-Corea**

De igual modo, el 2 y 3 de junio de 2014, se llevó a cabo en Seúl la Segunda Reunión de la Comisión Conjunta del ALC. Durante la reunión ambas partes intercambiaron información y perspectivas con respecto a negociaciones de TLC existentes e iniciativas de integración comerciales regionales. Asimismo, se llevaron a cabo reuniones del Comité de Aduanas, Origen y Facilitación del Comercio, del Comité de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias, y del Comité de cooperación.

#### **3.1.2 Comisión Económica Euroasiática**

Memorándum de Entendimiento (MoU) entre la República del Perú y la Comisión Económica Euroasiática<sup>35</sup>, el cual tiene como objetivo principal estrechar la cooperación entre las Partes. Las áreas abarcadas son: desarrollo de la integración económica regional; política comercial, incluyendo la facilitación del comercio; análisis macroeconómico; cooperación económica; reglamentos y evaluación de la conformidad; aplicación de medidas sanitarias y fitosanitarias; mercados financieros; transporte; energía; agricultura; política de competencia y regulación antimonopolio; compras públicas; industria; innovación; regulación aduanera; propiedad intelectual; servicios, inversiones y desarrollo de negocios; y otras áreas económicas de mutuo interés.

#### **3.1.3 Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC)**

##### Área de Libre Comercio de Asia Pacífico (FTAAP, por sus siglas en inglés)

En noviembre de 2014, durante la Cumbre de Líderes de APEC (AELM), se aprobó la Hoja de Ruta hacia la Realización del FTAAP, que define acciones concretas para que APEC continúe cumpliendo su rol de incubadora del FTAAP:

- Realizar un Estudio Estratégico Integral Conjunto del Área de Libre Comercio del Asia Pacífico (FTAAP).
- Incrementar la transparencia sobre los acuerdos comerciales mediante el Mecanismo de Intercambio de Información APEC.
- Apoyar las actividades de fortalecimiento de capacidades de negociadores.

##### Inversiones

En 2014, se elaboró la Agenda de Acciones para la Promoción de la Inversión en Infraestructura a través de Asociaciones Público-Privadas a fin de fomentar la participación del sector privado en los proyectos de desarrollo de infraestructura.

<sup>34</sup> Suscrito en junio 2015, actualmente MINCETUR viene coordinando la emisión del expediente técnico de sustento con las opiniones técnico-jurídica de los sectores competentes, como parte del perfeccionamiento interno de dicho Protocolo para su posterior entrada en vigor y puesta en ejecución.

<sup>35</sup> La Comisión Económica Euroasiática-CEE (está conformada por la Federación Rusa, Kazajstán, Belarús y Armenia).

En base a esta Agenda, durante los últimos 5 años, se ha logrado:

- Mejores prácticas para el financiamiento de la inversión en infraestructura,
- Mecanismos de facilitación de inversión en infraestructura por medio de la promoción de actividades para el fortalecimiento de capacidades,
- Guía sobre el marco de las APP en la región APEC,
- Involucramiento del sector privado por medio del ABAC (Consejo Consultivo Empresarial de APEC por sus siglas en inglés).

### 3.1.4 Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE):

#### Participación activa en la Iniciativa sobre las Cadenas Globales de Valor (CGV)

Mejorar la medición y la evidencia de las nuevas tendencias en la Organización Mundial del Comercio y la producción; así como identificar recomendaciones concretas de políticas, con el fin de implementar políticas efectivas que promuevan el desarrollo a través de una mejor integración en las CGV.

- *Segunda Reunión Plenaria de la Iniciativa CGV (París, 5 y 6 de junio de 2014):* Se presentaron las cadenas de valor identificadas dentro del territorio nacional: sector hortícola; bienes y servicios agroalimentarios; sector gastronómico y sector turismo.
- *Tercera Reunión Plenaria de la Iniciativa CGV (Kuala Lumpur, Malasia, 28 y 29 de octubre de 2014):* Se dieron a conocer dos casos concretos de la experiencia peruana y de su evolución en las CGV. En primer lugar, se hizo mención de la quinua y de la evolución de su exportación como grano (insumo), para ser procesado y exportar productos alimenticios; en segundo lugar se expuso el caso de los productos textiles de lana de alpaca, su reconocimiento y posicionamiento a nivel internacional.

### 3.2 Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior – OCEX y Promoción Comercial

Al finalizar el año 2014, el MINCETUR cuenta con 36 OCEX operando.

- **2012:** 13 OCEX implementadas.
- **2013:** 5 OCEX implementadas.
- **2014:** 18 OCEX implementadas.

**Gráfico N° 12: Implementación de las OCEX 2012 - 2014**



## **Principales eventos organizados:**

### **Fruit Logistica 2014** (Berlin – febrero)

Negociaciones de US\$ 90 millones y más de 10 mil citas comerciales.

Participación exitosa, 2,500 expositores y 58 mil visitantes especializados de 130 países.

Productos peruanos: espárragos, uvas, paltas, mangos y cítricos.

### **GULFOOD** (Dubai - febrero)

Evento anual de alimentos y bebidas más grandes del mundo.

Se generaron 1 000 citas comerciales y negocios por más de US\$ 12 millones para los siguientes doce meses. A su vez, las ventas inmediatas ascendieron a US\$ 1,5 millones.

La delegación peruana estuvo compuesta por las empresas Agrofergi, Algarrobos Orgánicos del Perú, Camposol, Gloria, Fundo Sacramento, Kinwa, Machu Picchu Foods, Quechua Foods y Villa Andina.

Durante la feria participaron los chefs Christian Bravo y Roberto Segura Gonzales (chef residente en Dubái y seleccionado por la revista BBC Good Food Middle East como uno de los mejores 4 chefs del Medio Este).

### **Perú en Expocomer** (Panamá – marzo)

Transacciones por US\$ 20 millones (superaron casi cinco veces las transacciones realizadas el año anterior por US\$ de 4 millones, en la cual participaron 12 pymes peruanas y el Servicio Industrial de la Marina de Guerra del Perú – SIMA).

50 empresas peruanas participantes, entre ellas Nenas Collection (textiles algodón), ISO Perú, Servicio Industrial de la Marina de Guerra del Perú – SIMA, Agrobanco, Aceros Arequipa, Fucci Collection y la empresa Agro World.

Productos: harina de lúcuma, aceitunas, gelatinas, dulces de King Kong y alfajores de Lambayeque, sardinas, truchas y pota;

### **PERÚ MODA y PERÚ GIFT SHOW 2014** (abril)

Confecciones, artesanía, joyería, calzado, artículos de regalo y decoración.

Negocios US\$ 131 millones, 7,2% más en comparación a la edición 2013, de los cuales US\$ 121,1 corresponden a Perú MODA y US\$ 9,7 millones a Perú GIFT SHOW.

Asistencia de 10 mil visitantes nacionales y extranjeros.

Productos: t-shirts de algodón, confecciones de alpaca, textilera, prendas para bebés y joyería.

### **III Encuentro Empresarial Andino – EEA** (mayo)

Contribuir a incrementar el comercio intrarregional

Negocios por US\$ 108 millones.

Participación de alrededor de 100 microempresarios de los cuatro países de la Comunidad Andina, quienes recibieron un proceso de inducción para enfrentar exitosamente sus citas de negocios.

Se introdujo un sistema de agenda de citas electrónico que permitió un encuentro eficiente entre los compradores y los exportadores.

### **EXPOPERÚ China** (julio)

Más de US\$ 140 millones en negociaciones concretadas por 33 empresas peruanas participantes.

Esta EXPO PERÚ convocó a la mayor delegación empresarial vinculada al comercio y turismo, y será el punto de partida para las futuras misiones comerciales peruanas organizadas, especialmente, para los sectores con potencial en el país asiático, tales como, alimentos (agro – granos andinos y pesca), y confecciones de alta gama en alpaca y algodón.

#### **Perú Service Summit 2014 (julio)**

Negocios por US\$ 71 millones, en exportaciones de servicio. Participaron en la rueda 100 exportadores nacionales, 1 543 citas de negocios. Los sectores más demandados fueron software, imprenta y franquicias. Además, realizaron excelentes contactos las empresas peruanas dedicadas a BPO (call center), editoriales, videojuegos, publicidad, comunicación y marketing.

#### **Salón Internacional de Alimentos - SIAL 2014 (Francia – octubre)**

31 exportadores peruanos y más de 2 000 contactos comerciales que representaron más de US\$ 60 millones en negocios entre los contratos cerrados y proyectados para los doce meses subsiguientes.

Productos: palta, mango, maracuyá, chirimoya, lúcuma, carambola, espárragos, palmitos, pimientos, alcachofas, chía, cacao, café, menestras y productos marinos.

#### **Misión comercial en Sao Paulo**

Integrada por 26 empresas peruanas de confecciones, logró colocar pedidos de exportación por más de US\$ 30 millones.

Se logró convocar a más de 400 compradores brasileños, quienes sostuvieron en promedio más de 25 citas de negocios con los empresarios peruanos, destacando la oferta exportable de t-shirts para dama y caballero, pijamas, camisas y blusas, pantalones, telas y prendas en alpaca, entre otros productos. **Alpaca Fiesta** (noviembre). Se concretaron negociaciones por US\$ 17,6 millones y congregó a más de 5 000 asistentes.

En la rueda de negocios participaron 70 compradores de 16 países quienes cerraron negocios con 84 exportadores peruanos, de los cuales el 98% son pequeñas y medianas empresas (pymes) de las regiones de Arequipa, Cusco, Huancavelica, Junín, Lima y Puno, que ofertaron principalmente sweaters, abrigos, así como accesorios y textiles para el hogar.

Algunas de las reconocidas marcas internacionales que estuvieron presentes fueron Valentino (Italia), Muji (Japón), LF Corporation (Corea del Sur), Club Mónaco (Estados Unidos) y Palacio de Hierro (México).

Se presentó la marca '**Alpaca del Perú**', creada con la finalidad de posicionar la fibra de lujo en el mercado internacional.

#### **EXPOPERÚ USA (Nueva York)**

US\$ 78 millones en negociaciones concretó la delegación nacional de exportadores peruanos que participaron, resultado de la significativa participación de compradores extranjeros, que bordeó la cifra de 500 empresarios; de ellos, 300 especializados en textiles y 200 en el rubro de alimentos.

La delegación peruana estuvo integrada por 27 empresas del mundo de las confecciones, que en esta oportunidad ofrecieron prendas de algodón y de

alpaca en tejido de punto y plano. Por el lado de alimentos, asistieron 26 compañías que vienen negociando productos procesados a base de frutas como el mango y el camu camu, así como jugos orgánicos y exóticos. Además, se ofertó frijoles, café, pimientos, quinua, maca, kiwicha, pota, calamar y conchas de abanico, entre otros.

### 3.3 Facilitación el Comercio Exterior

#### 3.3.1 Logística y Transporte Internacional

##### **Programa Consolida Brasil**

En agosto del 2014, en el marco del Programa Consolida Brasil se realizó en Arequipa, una misión inversa denominada “II Encuentro Binacional Perú – Brasil”, en el cual se desarrollaron actividades logísticas y comerciales, para empresas exportadoras y transportistas de transporte terrestre internacional con compradores brasileños de los Estados de Acre y Rondonia. Asimismo, se desarrollaron ruedas de negocios, seminarios especializados, además de una visita a la zona logística de Matarani y a Céticos Matarani.

#### 3.3.2 Gestión Aduanera y Fronteriza

##### **Facilitación del Comercio y Cooperación Aduanera en la Alianza del Pacífico**

En el marco de la Alianza del Pacífico, se concluyó en 2014 el Protocolo Adicional del Acuerdo Marco que incluye el Capítulo de Facilitación del Comercio y Cooperación Aduanera; un año más tarde, se puso en funcionamiento el Grupo de Trabajo para iniciar las acciones que conlleven a un Acuerdo de Reconocimiento Mutuo y la búsqueda de compatibilidad con los Programa Operador Económico Autorizado.

#### 3.3.3 Mejora del marco regulatorio, optimización de procesos y soluciones tecnológicas

##### **Ventanilla única de Comercio Exterior**

- *Resultados Componente de Mercancías Restringidas*
  - 73 procedimientos administrativos incorporados
  - 6 907 usuarios
  - S/ 33,5 millones en ahorros
  - 8 entidades incorporadas
  - 167 235 trámites realizados
  
- *Resultados Componente Origen*
  - 120 427 certificados de origen emitidos (a partir de julio de 2014, la emisión de Certificados de Origen se realiza únicamente a través del Componente Origen de la VUCE).
  - 63 864 Declaraciones Juradas emitidas
  - 13 798 usuarios
  - 1 Acuerdo comercial nuevo incorporado.

### 3.4 Desarrollo de la Oferta Exportable

#### **Biocomercio**

- Se fortaleció la oferta exportable de la castaña, quinua, mango orgánico deshidratado, banano, kiwicha y cacao.
- 625 beneficiarios de las regiones de Madre de Dios, Puno, Arequipa, Cusco, Ayacucho, Junín, Huancavelica, Piura y Amazonas.
- S/ 2,1 millones en ventas.

#### **OVOP**

- Se fortaleció la oferta exportable del algarrobo, derivados lácteos, mango orgánico deshidratado, textiles, orégano y kiwicha.
- 1 933 beneficiarios de las regiones de Piura, La Libertad, Cusco, Tacna, Amazonas, Puno y Huánuco
- S/ 2,4 millones en ventas.

#### **CODEVRAEM**

Se brindó asistencia técnica y capacitaciones en las etapas de cosecha, beneficio, acopio y secado, según la demanda del mercado externo y fortalecimiento de los actores de las cadenas de valor de cacao, ajonjolí, maní, café, stevia y piña de las provincias de Satipo (Junín), La Mar y Huanta (Ayacucho) y La Convención (Cusco), beneficiándose a 2261 productores, los que fueron articulados al mercado internacional.

#### **CODEHUALLAGA**

Con el apoyo de la cooperación Suiza se realizó el “Estudio de viabilidad para determinar el potencial de implementar un proyecto de captura de Carbono en el Comité Central con desarrollo al futuro de Curimaná Región Ucayali”; asimismo, el MINCETUR organizó la oferta exportable de banano moquisho en la provincia de Leoncio Prado (Huánuco), mediante la conformación de un consorcio para la exportación de este producto con certificación orgánica y de comercio justo, permitiendo beneficiar a 184 productores. La inversión por parte de MINCETUR en el 2014, alcanzó un monto de S/ 34 500 y de la Cooperación Suiza por S/ 82 800, totalizando S/ 117 300.

#### **Programa Región Exportadora**

- Se realizaron 60 talleres de capacitación
- 180 eventos de difusión a nivel nacional
- Más de 12 000 personas beneficiadas
- 30 000 unidades de materiales difundidos

### 3.5 Generación de Capacidades para la Internacionalización

Lanzamiento de la **VIII Edición del Premio MINCETUR**, el cual promueve la cultura exportadora y turística a nivel nacional entre los jóvenes universitarios, de institutos superiores, centros técnicos productivos y escolares.

- 60 talleres de capacitación, 130 eventos de difusión, 10 200 personas beneficiadas.
- Más de 1 000 PYMES y emprendedores capacitados a través de las Oficinas Comerciales de Exportación Regional de Gamarra, Villa El Salvador y Tacna.

### **Curso de Negociaciones Comerciales Internacionales**

Lanzamiento del Primer Curso de Negociaciones Comerciales Internacionales dirigido a 30 alumnos seleccionados a través de un Examen de Admisión orientado a brindar conocimientos y compartir experiencias sobre los procesos de negociaciones comerciales internacionales.

Los temas tratados durante el Curso fueron: Teoría del comercio internacional, integración económica y política económica comercial peruana, derecho económico internacional, negociaciones comerciales internacionales, facilitación del comercio y distribución física internacional, gestión y términos de comercio internacional, estudios de casos, inteligencia de mercado y charla sobre ética laboral.

### **Inauguración OCER Tacna**

Se inauguró la primera Oficina Comercial de Exportación Regional (OCER) en Tacna, beneficiando a 2 500 productores, pequeños y micro empresarios a través de la promoción de los productos estrella de Tacna de los sectores agro (olivos, orégano, páprika, cebolla, alcachofa, maíz morado), pesca (abalones y mariscos en general), servicios (salud y software), textil y confecciones (prendas deportivas, ropa interior de algodón, mantas) y manufactura (muebles de madera y artesanías).

### **Programa Adiestramiento para la Generación de Capacidades y Competencias en Comercio Exterior (Jornada de Comercio Exterior):**

Se benefició a 61 funcionarios públicos de las Direcciones Regionales de Comercio Exterior a nivel nacional. La temática se basó en la formulación, evaluación y seguimiento de proyectos de inversión público; así como herramientas de inteligencia comercial.

### **Programa Educativo Exportador**

- 344 Profesores capacitados
- 04 Regiones beneficiadas (Áncash, Cajamarca, Lima y Madre de Dios)

### **Programa de clínicas de asesoría especializada para el aprovechamiento de Acuerdos Comerciales**

Desarrollo de clínicas de asesoría especializadas para el adecuado aprovechamiento de los Acuerdos de Promoción Comercial (2013-2014).

Regiones beneficiadas: Tacna, Ucayali, Lambayeque, Moquegua, Áncash, Pasco y Junín

Universo de empresas beneficiadas: 175

Empresas directamente asesoradas: 105

Planes de acción de negocio elaborados: 35

Alumnos de las escuelas de negocio e institutos superiores capacitados: 533

## **3.6 Diversificación de mercados**

### **Talleres de difusión de Planes de Desarrollo de Mercado a PYMES de las regiones**

En coordinación con Perú Cámaras, las DIRCETUR y las OCER, se realizaron los talleres difusión de PDM dirigidos a potenciales exportadores, empresas exportadoras, estudiantes universitarios y funcionarios regionales vinculados al comercio exterior, los cuales contaron con una participación de alrededor 320 asistentes.

### **Cartillas de exportación a Brasil de 10 productos con potencial de exportación**

Los productos priorizados fueron: uva, orégano, quinua, frijol, aceituna, fideos, cebolla, conserva de pescado, ajo y t-shirts. Las cartillas contienen información sobre normas sanitarias, etiquetado, licencias de importación, procedimiento de importación y desaduanaje en Brasil, tratamiento arancelario y tributario a las importaciones provenientes del Perú, logística y transporte, agentes de aduanas y empresas transportistas autorizadas al transporte internacional de mercancías por carretera entre Perú y Brasil. Estas publicaciones han sido distribuidas entre las instituciones públicas y privadas a nivel nacional y en Brasil.

### **Publicación de las Guías Prácticas del mercado de Centro América**

Las Guías Prácticas de Centro América son CDs multimedia que contienen información comercial de los países centroamericanos que cuentan con Acuerdos Comerciales con el Perú como son Costa Rica, Panamá, Honduras, El Salvador y Guatemala. Estas guías incluyen información para cada mercado sobre sus características, indicadores económicos, infraestructura, logística y operadores logísticos, estudios, herramientas de investigaciones y principales instituciones así como nuestras exportaciones de productos no tradicionales y productos con mayor potencial exportador para cada mercado.

### **Planes de Desarrollo de Mercado (PDM)**

Incluye secciones de la Cultura de Negocios, Acuerdos Comerciales y Regulaciones para las Importaciones, Distribución y Transporte de Mercaderías, Canales de Comercialización, Tendencias del Consumidor, Oportunidades Comerciales y el Plan de Acción, entre otras

México (actualización 2006): 10 Perfiles de Producto: conchas de abanico, anchovetas, pota, pisco, ajo fresco, uva, perforadoras autopropulsadas, botas y botines para damas, harina de maca y maquinaria para la industria de la minería.

Alemania (actualización 2007): 5 Perfiles de Productos: Granos Andinos, Granos de Cacao, Pota, Aguaymanto y Jengibre.

Japón (actualización 2007): 8 perfiles de productos: Anchoveta, Espárrago, Mango, Palta, Pota, Prendas de Alpaca y Productos Andinos.

Panamá (primer PDM): 9 perfiles de productos: conservas de salsas especiales, pisco, frijol de palo, ropa para bebés y niños, T-shirt y polo t-shirt, conservas de anchoveta, pota en anillas, granos andinos y alimentos funcionales y franquicias gastronómicas.

### **Estudio de viabilidad para crear un Centro Multiservicios (CEMUS) en la UE**

- Aumentar las exportaciones, fomentando la presencia internacional de las empresas peruanas, en particular de las PYME.
- Lograr la entrada y el posicionamiento de las exportaciones peruanas en el mercado europeo, en particular las exportaciones no tradicionales.
- Apoyar los esfuerzos de las empresas peruanas para establecerse en el mercado europeo, facilitándoles oficinas e instalaciones de almacenaje, incluidos los beneficios que mejoren su competitividad y, por consiguiente, su inserción en la región.
- Facilitar un centro logístico en el que se puedan gestionar.

### **Fortalecimiento de capacidades en Ecoeficiencia empresarial**

- Se desarrolló en las regiones de Cajamarca, San Martín, La Libertad, Tacna, Puno, Junín, Pasco, Ica, Madre de Dios, Amazonas, Lima, Ancash, beneficiando a 426 Pymes y servidores públicos del sector comercio exterior (SECO-BID).
- Estudio para el diseño del componente internacional de plan de logística de carga del Perú (SECO-BID).
- Analista fiduciario del proyecto Kamaq (AFT-BID).
- Proyecto piloto de clínicas especializadas en buenas prácticas de gestión sostenible para la exportación, beneficiando a 15 empresas de Arequipa y el parque industrial de Villa El Salvador, proyectando ahorros netos de US\$ 420 mil (SECO-BID).
- Proyecto piloto para la medición de la huella de carbono en 5 empresas del sector de cítricos y 5 empresas del sector espárragos para mejorar su competitividad internacional (SECO-BID).
- Programa de desarrollo de mecanismos de exportación de servicios en zonas francas de Perú, Colombia y Brasil (FFPG).

## 4. Logros obtenidos durante el periodo 2013

### 4.1 Vinculación del Perú con Mercados Internacionales

#### 4.1.1 Acuerdos Comerciales

##### **Alianza del Pacífico**

Suscripción y entrada en vigencia del Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico (Paranal, Chile, 06 de junio de 2013).

##### **Unión Europea (01.03.13)**

El Acuerdo Comercial entre Perú y la Unión Europea (UE) entró en vigencia el 1 de marzo de 2013. La UE es uno de los principales destinos de nuestras exportaciones, con una participación del 16,5% en el 2013. Asimismo, representa un mercado de grandes oportunidades, con más de 500 millones de habitantes con niveles de ingreso per cápita entre los más altos del mundo.

Con este Acuerdo Comercial se ha obtenido un acceso preferencial para el 98,1% de nuestros productos agrícolas y para el 100% de nuestros productos industriales.

Los productos de interés del Perú como espárragos, paltas, café, frutos del género capsicum, alcachofas, entre otros, ingresaron al mercado europeo libre de aranceles a la entrada en vigencia del Acuerdo.

En septiembre se realizaron misiones de prospección comercial a Dinamarca, Suecia y Polonia, para promover la exportación de productos peruanos a la UE.

##### **Costa Rica (01.06.13)**

El Tratado de Libre Comercio Perú – Costa Rica entró en vigencia el 1 de junio de 2013.

Beneficios: aproximadamente el 81% de nuestros productos ingresan a Costa Rica con desgravación arancelaria inmediata, o en un máximo de 5 años. Productos como carne de pavo, sardinas, leche evaporada, alcachofas, ajos, mangos, mandarinas, limones, uvas, páprika, entre otros, gozan de un acceso inmediato al mercado costarricense.

Los principales productos de exportación de Costa Rica como medicamentos, tapas corona, interruptores, aparatos de empalme, conductores eléctricos, entre otros, podrán ingresar al Perú libres del pago de arancel en un plazo no mayor a 10 años.

#### **Venezuela (01.08.13)**

El Acuerdo de Alcance Parcial de Naturaleza Comercial entre la República del Perú y la República Bolivariana de Venezuela entró en vigencia el 1 de agosto de 2013. Tiene por objeto el otorgamiento de preferencias arancelarias recíprocas, aplicables a las importaciones de productos originarios de las Partes, con el fin de promover el desarrollo económico y productivo, a través del fortalecimiento de un intercambio comercial bilateral justo, equilibrado y transparente.

#### **4.1.2 Organización Mundial de Comercio - OMC**

*Participación en la Novena Conferencia Ministerial de la OMC, realizada en Bali, Indonesia, del 3 al 7 de diciembre, y otros encuentros ministeriales y bilaterales en paralelo:*

- Se aprobó la Declaración Ministerial de Bali, la cual incluye la adopción del Paquete de Bali:
  - Acuerdo sobre Facilitación del Comercio (AFC): Representa un gran logro al ser el primer acuerdo multilateral alcanzado por la OMC.
  - Decisiones Ministeriales en materia de Agricultura (4), Algodón (1) y Desarrollo (4)
  - Se acordaron 5 Decisiones Ministeriales: i) prórroga de la moratoria sobre reclamaciones no basadas en una infracción en el ámbito de los ADPIC; ii) programa de trabajo sobre el comercio electrónico; iii) programa de trabajo sobre las pequeñas economías; iv) ayuda para el comercio y v) moratoria sobre aranceles a las transacciones electrónicas.

*Participación activa en el Mecanismo de Examen de las Políticas Comerciales de la OMC:*

- Elaboración y sustento del IV Examen de las Políticas Comerciales del Perú ante la OMC. Intenso proceso que duró un año y que culminó el 15 de noviembre con la reunión en Ginebra. Los miembros de la OMC resaltaron que el Perú es una economía abierta, que ha incorporado con éxito el comercio como parte integral de sus políticas y estrategias de desarrollo.

#### **4.1.3 Foro Económico Mundial (WEF)**

Participación como Miembro del Consejo de la Agenda Global sobre el Futuro de los Viajes y Turismo (TTC) del WEF.

Perú, Ecuador y Colombia firmaron una carta de intención para poner en práctica un nuevo sistema de visados inteligentes.

#### **4.1.4 Road Show de la Alianza del Pacífico (Chile, Bogotá y México DF)**

Se realizó con el fin de promover el incremento de los flujos de comercio e inversión en la región y posicionar al Perú como un país atractivo para los negocios internacionales con las empresas de los países integrantes de la Alianza del Pacífico.

#### **4.1.5 Inicio de las negociaciones del TLC Perú – Turquía**

Se establecieron los lineamientos y el alcance del TLC que se negociará entre Perú y Turquía. Asimismo, cada país realizó presentaciones sobre sus indicadores económicos, sus sectores productivos y la política nacional comercial.

#### **4.1.7 V Encuentro Binacional Perú-Ecuador (Piura)**

Se realizó a fin de fortalecer el comercio internacional transfronterizo, impulsando el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas de ambos países.

Como resultado 163 pequeñas y medianas, concretaron negocios por US\$ 10 millones.

Los empresarios que participaron correspondieron a los sectores de agro, agroindustria, textil y confecciones, calzado, joyería y manufacturas diversas, ubicados en Tumbes, Piura, Junín, Lambayeque, La Libertad, Lima y Cajamarca. Asimismo, participaron representantes de las localidades ecuatorianas de El Oro, Loja, Zamora, Azuay, Guayas y Quito.

## **4.2 Facilitación del Comercio Exterior**

### **Programa Consolida Brasil**

Se conceptualizó y lanzó el Programa Consolida Brasil, con el apoyo de PROMPERU. En este marco, se realizaron una serie de eventos de difusión y elaboración de la Guía de Rutas de las Carretera Interoceánica Sur.

### **Financiamiento del Comercio Exterior**

#### **Beneficio de los fondos concursables para mejorar la competitividad e innovación**

En cumplimiento de la Meta 21 de la Agenda de Competitividad 2012- 2013 del CNC<sup>36</sup>, “Duplicar el número de grupos de empresas vinculadas al comercio exterior que se benefician de los fondos concursables para mejorar la competitividad e innovación”, se logró incrementar en más de 185% el número de empresas vinculadas al comercio exterior que acceden a los fondos: FINCyT y FIDECOM.

### **Mejora del marco regulatorio, optimización de procesos y soluciones tecnológicas.**

#### **Ventanilla única de Comercio Exterior**

- *Resultados Componente de Mercancías Restringidas*
  - 99 procedimientos administrativos incorporados
  - 6 869 usuarios
  - S/ 25,4 millones en ahorros
  - 1 entidad nueva incorporada
  - 126 736 trámites realizados
  
- *Resultados Componente Origen*
  - 3 786 certificados de origen emitidos.
  - 13 043 Declaraciones Juradas emitidas
  - 830 usuarios

<sup>36</sup> Consejo Nacional de la Competitividad.

- 22 Acuerdos comerciales incorporados
- Decreto Supremo N° 006-2013-MINCETUR que incorporó el Componente Origen a la Ventanilla Única de Comercio Exterior, como resultado de un trabajo conjunto entre la Unidad de Origen y la Ventanilla Única de Comercio Exterior.

### 4.3 Desarrollo de la Oferta Exportable

#### **CITEXPOR**

- 1 CITEXPOR desarrollando la cadena productiva exportadora de Cacao en San Martín – PROCADESAM, para brindar mayores niveles de competitividad y sostenibilidad en la oferta productiva exportable para insertarse en los mercados internacionales del cacao. Intervención en las asociaciones de Pajarillo, Cayena, Ahuihua. Beneficiarios: 1 000 productores aprox. Ventas de 203 TN de cacao.
- CITEXPOR acreditado en Piura. Impulso de la elaboración de puré de banano orgánico para el mercado internacional (Europa).

#### **OVOP**

El MINCETUR desarrolló con apoyo de la Embajada de Japón, el Movimiento OVOP (Un Pueblo, Un Producto), promocionando productos no tradicionales con valor agregado.

Resultados: Desarrollo de 3 proyectos de apoyo comunitario: algarrobo – Piura, derivados lácteos – Amazonas, textiles – Cusco.

#### **CODEVRAEM**

Se implementaron actividades de capacitación y asistencia técnica, pasantías y articulación al mercado, orientadas a productores de los Valles de los Ríos Apurímac, Ene y Mantaro, para el fortalecimiento de la oferta exportable de las cadenas de valor de cacao, café, piña, ajonjolí, maní. Se logró beneficiar a 1 798 productores.

#### **CODEHUALLAGA**

Con apoyo de la cooperación Suiza se fortalecieron capacidades a 367 productores de cacao de la provincia de Padre Abad (Ucayali) en certificación, tendencias de mercado del cacao, planes de negocio, control de calidad de cacao, catación y control de calidad.

#### **Programa Región Exportadora**

- Se realizaron 50 talleres de capacitación
- 160 eventos de difusión a nivel nacional
- Más de 10 000 personas beneficiadas
- 28 000 unidades de materiales difundidos

#### **Desarrollo de la Oferta Exportable de la Quinua**

El Mincetur y Promperú desarrollaron acciones para identificar y difundir las oportunidades comerciales de la quinua en el “I Congreso Internacional de Granos Andinos” (Huaraz) y el “Encuentro Nacional de Granos Andinos” (Cusco).

Se dio inicio al trabajo de la internacionalización del grano y de las empresas exportadoras, con la participación en ferias internacionales como: Biofach (Alemania), Sial (Canadá), Natural Products Expo West (EE.UU.) y Summer Fancy Food Show (EE.UU.).

La Asamblea General de las Naciones Unidas declaró el 2013 como el Año Internacional de la Quinoa (AIQ), con el objetivo de destacar a nivel internacional la importancia de este grano andino por su alto valor nutricional, rica diversidad y aporte a la seguridad alimentaria.

#### 4.4 Generación de Capacidades para la Internacionalización

##### **VII Concurso Nacional de Incentivo al Comercio Exterior y Turismo-Premio MINCETUR**

- Se beneficiaron 22 jóvenes con premios valorizados en S/ 1,2 millones.

##### **Programa Educativo Exportador**

- 493 Profesores capacitados
- 10 Regiones beneficiadas (Callao, Cusco, La Libertad, Lambayeque, Lima, Lima Regiones, Loreto, San Martín, Tacna y Ucayali)

##### **Programa Adiestramiento para la Generación de Capacidades y Competencias en Comercio Exterior (Jornada de Comercio Exterior):**

Se benefició a 68 funcionarios públicos de las Direcciones Regionales de Comercio Exterior a nivel nacional. La temática se basó en elaboración de planes de negocios.

##### **Promotores de Comercio Exterior**

Se capacitaron a 113 funcionarios públicos de los gobiernos regionales y municipalidades provinciales de Cusco, Arequipa, Lambayeque, Lima, Loreto, San Martín, Tacna y Ucayali, en temas como la correcta difusión del comercio exterior y uso de las herramientas de promoción de exportaciones desarrolladas por el Mincetur y Promperu.

##### **Seminario: “El Cacao en América Latina – Cultura y Comercio para un Liderazgo Global”**

Evento que reunió a 100 participantes entre empresarios, representantes de la Cooperación Técnica Internacional, de organismos internacionales, funcionarios públicos, de entidades ligadas al desarrollo del cultivo del cacao y de la industria del chocolate de Venezuela, Colombia, Ecuador, Brasil, México y Perú.

Durante la rueda de negocios, en la que participaron 37 empresarios chocolateros, inversionistas e invitados internacionales, se lograron 110 citas de negocios por US\$ 2,5 millones.

#### 4.5 Diversificación de mercados

Se participó en 6 Expo Perú: Alemania (febrero), Chile (marzo), Costa Rica y Panamá (agosto), Brasil (octubre) y México (noviembre).

##### **Inicio de Implementación del Centro Multiservicios CEMUS en Brasil (Acre)<sup>37</sup>.**

Se instaló el Centro Multiservicios para el Comercio Exterior del Perú en Brasil, en la zona de influencia del eje IIRSA Sur, en la ciudad de Rio Branco, Estado de Acre.

---

<sup>37</sup> La creación del CEMUS Brasil tuvo como objetivo suministrar infraestructura que permita el acceso y la prestación de servicios para la distribución física de la carga, al exportador y al importador durante las etapas de pre-transacción, post-transacción.

El CEMUS Brasil brinda desde el año 2013, servicios de asesoría empresarial a exportadores peruanos y brasileños, supervisa el ingreso de la carga peruana a Brasil, apoya y facilita a los exportadores en el tránsito de mercancías en el caso de ocurrir alguna eventualidad en el proceso, organiza eventos y seminarios, brinda soporte a la OCEX Sao Paulo, y canaliza las necesidades de los exportadores con las autoridades peruanas a fin de mejorar los procesos de exportación.

#### **Avance en la ejecución del KCP2 BID-SECO (Knowledge and Capacity Building Products)**

a. **Apoyo para la Implementación y Administración de Acuerdos Comerciales KCP/PE-T1220 (Nov11-Mar13)**

Desarrollo de una herramienta piloto para la administración de Acuerdos, tomando como referencia los TLC firmados con Estados Unidos, China y Unión Europea.

b. **Apoyo para la Implementación y Administración de Acuerdos Comerciales KCP/PE-T1241.**

c. **Comisión Multisectorial Permanente de Inocuidad Alimentaria - COMPIAL (CATRTA).** Fortalecimiento del sistema nacional de inocuidad alimentaria del Perú a través de DIGESA, SENASA e ITP-SANIPES.

## **5 Logros obtenidos durante el periodo 2012**

### **5.1 Vinculación del Perú con Mercados Internacionales**

#### **5.1.1 Acuerdos Comerciales**

##### **Acuerdo de Integración Comercial Perú-México (Vigencia: 01.02.12)**

El 87% de las exportaciones peruanas a México ingresan libre de aranceles, mientras que el 79% de las importaciones provenientes desde México tienen un ingreso con cero aranceles. Los productos de interés exportador de Perú tales como confecciones, insumos químicos, calzado, madera, manufacturas de hierro y acero, entre otros ingresan de manera inmediata, en 5 o 10 años libres de pago de aranceles al mercado mexicano. Así mismo, productos de agro exportación como espárragos, cítricos, uva, mangos, páprika, paltas, etanol, entre otros, cuentan con un tratamiento preferencial en este mercado bajo diferentes esquemas como cuotas, estacionalidades y desgravaciones parciales.

##### **Tratado de Libre Comercio Perú-Panamá (vigencia: 1 de mayo de 2012)**

Alrededor del 85% de las exportaciones peruanas a Panamá ingresan a este mercado sin pagar aranceles en un plazo máximo de 5 años. Por otro lado, en ese mismo período, el 99% de las importaciones provenientes de Panamá gozan de un libre acceso al mercado peruano. Productos peruanos de agro exportación como espárragos, mandarinas, alcachofas, uvas, mangos, paltas, páprika, maíz Gigante del Cusco, maíz morado, limón, entre otros; cuentan con un acceso inmediato desde el 1 de mayo de 2012 al mercado panameño.

##### **Tratado de Libre Comercio Perú – China**

Se desarrolló la primera reunión de la Comisión de Libre Comercio el 25 y 26 de junio de 2012 en Lima, durante la cual se abordaron temas de interés para ambos países, tales como los resultados de los primeros dos años de entrada en vigencia del Acuerdo, problemas respecto del cumplimiento e implementación del mismo (puntos de contacto, promoción de relaciones comerciales entre las

agencias de promoción de ambos países, entre otros), e información y perspectivas con respecto a negociaciones de TLC existentes con terceros países. Asimismo, se llevaron a cabo reuniones de los siguientes comités: Comercio de Mercancías, Reglas de Origen, Facilitación de Comercio, Medidas Sanitarias y Fitosanitarias, Obstáculos técnicos al comercio, Inversiones, Cooperación (incluyendo Propiedad Intelectual).

#### **Tratado de Libre Comercio Perú-Corea**

El 27 de noviembre de 2012, se llevó a cabo en Lima, la Primera Reunión de la Comisión Conjunta del ALC. Durante la misma, se abordaron temas de interés para ambos países, tales como reducciones arancelarias, conectividad aérea y cooperación pesquera. Asimismo, se llevaron a cabo reuniones del Comité de Cooperación y del Comité de Aduanas, Origen y Facilitación del Comercio.

#### **Acuerdo de Asociación Económica Perú-Japón (AAE)**

Por otro lado, el 01 de marzo de 2012, fecha en que entró en vigencia el AAE, se realizó la Primera Reunión de la Comisión en el marco de dicho Acuerdo.

El 26 de noviembre de 2012 se realizó la I Reunión del Subcomité de Mejora del Ambiente de Negocios. Dicha reunión contó con la participación de los anteriores Ministro de Comercio Exterior y Turismo y Viceministro de Comercio Exterior, así como del entonces Embajador del Japón, Sr. Masahiro Fukukawa. A dicha reunión también asistieron funcionarios de otros sectores de ambos gobiernos, así como representantes del sector empresarial del Perú y Japón.

Entre los temas abordados por las dos Partes se encuentran asuntos relacionados a la facilitación del comercio, el buen clima para promoción de inversiones, especialmente en infraestructura, el marco legal aplicado a la actividad minera, control migratorio, entre otros.

#### **Suscripción de 2 nuevos Acuerdos Comerciales**

- Acuerdo de Libre Comercio con la Unión Europea (2012).
- Acuerdo de Alcance Parcial de Naturaleza Comercial con Venezuela (2012)

### **5.1.2 Organización Mundial de Comercio - OMC**

Asistencia técnica de la OMC:

Desarrollo de Talleres Nacionales con la participación de expertos de la Secretaría de la OMC, que contaron con un promedio de 40 participantes del sector público y privado:

- Facilitación del Comercio y Valoración Aduanera, 2012.
- Participación en las negociaciones del Acuerdo de Comercio de Servicios (TiSA): se espera lograr un acuerdo comercial que facilite y promueva las exportaciones peruanas de servicios a los demás países miembros. Actualmente se han llevado a cabo 15 rondas de negociación logrando avances sustanciales. Se espera concluir la negociación a fines de este año

Asistencia de leyes, reglamentos, medidas y programas en el marco de los Acuerdos y Decisiones de la OMC: Subvenciones (2012), Subvenciones a la exportaciones agrícolas (2012), cuestionario sobre procedimientos para el trámite de licencias de importación (2012).

### 5.1.3 Foro Económico Mundial (WEF)

- Reunión Anual del WEF 2012 (del 25 al 29 enero): el entonces Ministro de Comercio y Turismo José Luis Silva acompañó al Presidente de la República a la reunión anual en Davos. En dicha ocasión, el Perú presentó la candidatura para ser sede de la reunión regional de América Latina (WEFLA) para el 2013.
- WEFLA 2012 (Puerto Vallarta, México, del 16 al 18 de abril): el tema principal de la reunión fue la “Transformación Regional en un nuevo contexto global. El Ministro participó en diversas reuniones, entre las que destacan las sesiones “El futuro de las relaciones entre América Latina y Asia” y “La próxima generación de líderes de América Latina”. En esta reunión la Vicepresidenta de la República anunció oficialmente que el Perú sería la sede del WEFLA en 2013.

### 5.1.4 Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD)

Presentación y seguimiento de candidatura del Perú para ser Sede de la Conferencia Ministerial UNCTAD 14:

El 11 de setiembre de 2012 el entonces Ministro de Comercio Exterior y Turismo José Luis Silva envió una carta al Secretario General de la UNCTAD, Sr. Supachai Panitchpakdi, presentando la candidatura del Perú para ser la sede de UNCTAD 14.

## 5.2 Facilitación del Comercio Exterior

### 5.2.1 Logística y Transporte Internacional

#### Misiones Logísticas

En el 2012 se realizó la segunda misión logística, en el marco de la Expo Perú – Brasil. Exportadores, empresas de transporte Internacional y operadores logísticos participaron en foros empresariales y ruedas de negocios en el estado de Porto Velho – Rondonia. Esta misión contó con la participación de 21 entidades peruanas entre públicas y privadas. Por parte de Brasil participaron 30 operadores logísticos brasileños. En esta misión se elaboró la Carta de Rondonia, documento que resumía las recomendaciones de los operadores de comercio exterior para dinamizar el comercio entre Perú y Brasil a través de la carretera Interoceánica Sur. Dicho documento fue entregado a los Ministros y a su vez remitida a las instituciones peruanas responsables del control fronterizo.

### 5.2.2 Mejora del marco regulatorio, optimización de procesos y soluciones tecnológicas.

#### Ventanilla Unica de Comercio Exterior

- *Resultados Componente de Mercancías Restringidas*
  - 6 procedimientos administrativos incorporados.
  - 6 002 usuarios
  - S/ 20,2 millones en ahorros
  - 1 entidad nueva incorporada
  - 100 814 trámites realizados
  - 32,5% reducción de tiempo promedio.

## 5.3 Desarrollo de la Oferta Exportable

- Apoyo y asistencia técnica a productores de olivo, quinua, cacao, kiwicha, algarrobo, chirimoya, mango, palmito, palta, tara, stevia, aguaymanto,

paprika, granadilla, camucamu, uva (Amazonas, Ayacucho, Cajamarca, Cusco, Huánuco, Lima, Pasco, Piura, Puno, San Martín y Tacna); para obtener productos que cumplan con los estándares internacionales solicitados ya sea como producto primario o transformado.

- Fortalecimiento de las instituciones que brindan apoyo servicios para el desarrollo del comercio exterior (Amazonas, Tumbes, Piura, Cajamarca, La Libertad, Lambayeque, Loreto, San Martín).

*Importancia y cifras relacionadas:*

Más de 1,500 productores beneficiados de manera directa, 827 empresas atendidas y más de US\$ 9 millones invertidos en las regiones del país para fortalecer los productos de exportación aprovechando los Acuerdos Comerciales con inclusión social.

### **CODEVRAEM**

Fortalecimiento de la oferta exportable del VRAEM (Provincia de La Convención, Cusco) en los productos de cacao y café. Articulación y desarrollo de la stevia en esa zona. Aproximadamente 268 180 kilos de café (Kimbiri y Pichari, La Convención, Cusco) comercializados y 7 000 Kilos de cacao en proceso de comercialización a través del programa de Fortalecimiento de la oferta exportable del VRAEM con empresas nacionales.

## **5.4 Generación de Capacidades para la Internacionalización**

A través de los programas Región Exporta, Educativo Exportador, Premio MINCETUR 2012, Promotores de Comercio Exterior y Oficinas de Información y Servicios en Comercio Exterior en Gamarra Exporta y Villa El Salvador Exporta, se llevaron a cabo actividades de información, capacitación y asistencia técnica a PYME, docentes y estudiantes escolares, funcionarios de Gobiernos Regionales y Locales, así como público en general.

**Importancia y cifras relacionadas:**

Más de 140 actividades de difusión, capacitación y/o asistencia técnica. Más de 9 900 Pymes y personas relacionadas al comercio exterior capacitadas y 25 000 materiales difundidos. 1 200 docentes y más de 7 000 alumnos de Educación Básica Regular y Educación Técnica Productiva capacitados en 12 regiones de país. Más de 3 600 atenciones y cerca de 900 PYMES capacitadas a través de las Oficinas de Gamarra Exporta y Villa El Salvador Exporta. Cerca de 2 millones de soles en premios y más de 240 trabajos presentados en la VI Edición del Premio MINCETUR.

**Programa Adiestramiento para la Generación de Capacidades y Competencias en Comercio Exterior (Jornada de Comercio Exterior):**

Se benefició a 67 funcionarios públicos de las Direcciones Regionales de Comercio Exterior a nivel nacional. La temática se basó en la sensibilización de herramientas de comercio exterior.

**Programa Educativo Exportador**

En el marco del Programa se obtuvo los resultados siguientes:

- 320 Profesores capacitados.
- 08 Regiones beneficiadas (Ancash, Ayacucho, Callao, Cusco, Junín, Lima Provincias, Piura y Tacna).

### **Programa de clínicas de asesoría especializada para el aprovechamiento de Acuerdos Comerciales**

A fin de fomentar la participación de la Pyme en el mercado internacional a través de exportaciones, mediante la utilización de los beneficios y oportunidades derivadas de los Acuerdos Comerciales. (Año de implementación 2012)

Regiones beneficiadas: Arequipa, Puno, Junín

Universo de empresas beneficiadas: 105

Empresas directamente asesoradas: 22

Alumnos de las escuelas de negocio e institutos superiores capacitados: 497

#### **5.5 Diversificación de mercados**

- Coordinación y participación en 4 Expo Perú: Ecuador, Venezuela, Brasil y México.
- Se realizó el Programa de Desarrollo de Políticas de Clusters.

## **6 Logros obtenidos durante el periodo julio – diciembre 2011**

### **6.1 Vinculación del Perú con Mercados Internacionales**

#### **6.1.2 Acuerdos que entraron en vigencia**

##### **Tailandia (31 de diciembre de 2011)**

Para Acelerar la Liberalización del Comercio de Mercancías y la Facilitación del Comercio y sus Protocolos Adicionales.

##### **EFTA (Suiza y Liechtenstein el 1 de julio de 2011, Islandia el 1 de octubre de 2011, Noruega el 1 de julio de 2012)**

Los países miembros del EFTA, se ubican dentro del grupo de los países con los mayores PBI per cápita del mundo. En el 2011, Noruega presentó un PBI per cápita ascendente a US\$ 97,255 y Suiza de US\$ 81 161. Ambos países presentaron crecimientos de sus importaciones en 17.6%, llegando a US\$ 90,819 millones y US\$ 207,263 millones, respectivamente.

##### **Corea del Sur (1 de agosto de 2011):**

Corea del Sur en el 2011, se encontraba entre los 10 países de mayor comercio internacional en el mundo; convirtiéndolo un muy interesante destino para las exportaciones, y en un estratégico proveedor de maquinaria y tecnología.

#### **6.1.3 Acuerdos que se suscribieron**

##### **Guatemala (06 de diciembre de 2011)**

El Tratado de Libre Comercio Perú – Guatemala se suscribió en la ciudad de Guatemala el 6 de diciembre de 2011.

### **6.2 Facilitación del Comercio Exterior**

#### **Ventanilla Única de Comercio Exterior - VUCE**

- *Resultados Componente de Mercancías Restringidas*
  - 21 procedimientos administrativos
  - 4 465 usuarios
  - S/ 9,5 millones en ahorros
  - 47 366 trámites realizados
  -

### **Competitividad Financiera y Pymes**

- Más de 24 000 operaciones de crédito a las PYMES exportadoras gracias al Programa SEPYMEX, lo que permitió más de US\$ 1 400 millones en financiamientos de pre embarque.
- Más de de US\$ 330 millones en créditos orientados a la micro y pequeña empresa a través del Fondo de Garantía Empresarial – FOGEM.

### **Competitividad Aduanera**

- 23 709 ventas al exterior de las PYMES a través del sistema Exporta Fácil por un monto de US\$ 8,3 millones.
- Reducción del sobrecosto tributario a la exportación de servicios (aplicación incorrecta del IGV), mediante promulgación de la Ley de Fomento al Comercio Exterior de Servicios.
- Reducción de tiempos de desaduanamiento, mediante la implementación del despacho anticipado de aduanas. El 18% del total de despachos de aduana se realiza en un máximo de 48 horas, como parte del aprovechamiento de los acuerdos comerciales.

### **Zonas Económicas Especiales**

Mejoramiento normativo del régimen de Zonas Francas y CETICOS (nuevas actividades, mejores procesos, normas más claras y descentralización de la gestión a los gobiernos regionales).

## **6.3 Desarrollo de la Oferta Exportable**

### **Plan Estratégico Nacional Exportador – PENX 2003 – 2013**

- Se finalizó la sistematización del PENX, asistiendo a 8 regiones (San Martín, Ayacucho, Ica, Loreto, Lambayeque, Cajamarca, Lima, Ancash).
- Se realizaron 10 asesorías en Ica y Ancash para instituciones representativas del sector privado, público y académico para la actualización del PENX.

### **Plan Estratégico Regional Exportador – PERX**

- Implementación de los Planes Estratégicos Regionales de Exportación – PERXs de Arequipa, Ica, Cusco, Puno y Lima.
- Fortalecimiento y conformación del Comité Ejecutivo Regional Exportador – CERX de 17 departamentos (La Libertad, Ayacucho, Piura, Moquegua, Puno, Ica, Lima, Madre de Dios, Pasco, Ucayali, Arequipa, Huánuco, Huancavelica, Ancash, Cusco, Lambayeque, Tacna)

### **Regiones**

- Asistencia técnica sobre asociatividad, fortalecimiento institucional, competitividad, competencias comerciales y/o gestión comercial en pro del desarrollo de la oferta exportable regional (Palta – Ica y Lima, Palmito, Cacao – San Martín, Cacao – Amazonas, Quinoa – Puno, Mango – Piura, Banano orgánico – Tumbes y Piura; y Olivo - Tacna).
- Intervención en 14 departamentos del país (Amazonas, Apurímac, Cajamarca, La Libertad, Lambayeque, Piura, Puno, Cusco, Huánuco, Moquegua, San Martín, Tacna, Ucayali y Lima) para la implementación del movimiento OVOP – Un Pueblo un producto, a través de acciones para el fortalecimiento de las capacidades de los beneficiarios.

- Implementación del Programa de Adiestramiento para el Fortalecimiento de Capacidades en Comercio Exterior dirigido a Directores Regionales de Comercio Exterior y Turismo y Directores de Línea de Comercio Exterior.
- Se realizaron 4 talleres sobre el Programa Integral en Comercio Exterior dirigido a Direcciones de Comercio Exterior.
- Se participó en 4 capacitaciones en el marco del Plan de desarrollo de Capacidades y sesiones de la Comisión Intergubernamental.

#### 6.4 Generación de Capacidades para la Internacionalización

##### VI Edición del Premio MINCETUR

- Se beneficiaron 39 jóvenes con premios valorizados en S/ 1 750 00.

##### Programa Educativo Exportador

- Inclusión de horas lectivas de Comercio Exterior en la Educación Secundaria por Ordenanzas Regionales en Ayacucho, Huánuco, Ica, Tacna y Callao.
- 16 talleres, capacitando a 575 docentes en materia de comercio exterior en Ayacucho, Cusco, Huánuco, Ica, La Libertad, Lima Regiones, Madre de Dios, Moquegua, Tacna y Ucayali. Más de 350 colegios trasladaron estos conocimientos a los alumnos de 3ero, 4to y 5to de secundaria.
- Se realizaron 6 visitas para supervisar y/o monitorear el Programa Educativo Exportador entre los meses de noviembre y diciembre.

##### Región exporta

- Implementación del Programa de Región Exporta para el fortalecimiento de las PYMES a nivel nacional, para el aprovechamiento de las oportunidades generadas por los Acuerdos Comerciales Internacionales.
- 33 talleres de capacitación a nivel nacional beneficiando a 3 000 personas

##### Programa Adiestramiento para la Generación de Capacidades y Competencias en Comercio Exterior (Jornada de Comercio Exterior):

Se benefició a 69 funcionarios públicos de las Direcciones Regionales de Comercio Exterior a nivel nacional. La temática se basó en formulación de programas presupuestales, entre otros.

##### Programa de clínicas de asesoría especializada para el aprovechamiento de Acuerdos Comerciales

- Capacitación a través de talleres y clínicas especializadas al sector académico y Pymes del entorno exportador, sobre los acuerdos comerciales firmados con Estados Unidos y China.
- Beneficiadas: Loreto, Piura, La Libertad, Madre de Dios, San Martín, Cusco.
- Universo de empresas beneficiadas: 341.
- Empresas directamente asesoradas: 44.
- Alumnos de escuelas de negocio e institutos superiores capacitados: 920.

##### Programa Gamarra Exporta

- Programa Gamarra Exporta – Mincetur, fue considerado como “*Buenas Prácticas en Gestión Pública 2011*”.
- Más de 1 000 consultas atendidas en el Módulo de Información y Servicios en Comercio Exterior.

- Se realizaron 43 charlas de capacitación en los “*Miércoles Exportador*” – Módulo de Información y Servicios en Comercio Exterior para las PYMES de Gamarra con 483 empresarios beneficiados
- Más de 70 Pymes fueron atendidas con Asesoría y Asistencia Técnica.
- Se realizaron diversos eventos con el fin de organizar la participación de las PYMES de Gamarra en Actividades Comerciales Internacionales como Ecuadromoda 2011, Colobiamoda 2011, Expotextil 2011, entre otros.

#### **Programa Villa El Salvador Exporta**

- Ejecución y puesta en marcha del Proyecto de Inversión Pública, “*Creación de un módulo de Oferta de Servicios en Comercio Exterior para las PYMES del Parque Industrial de Villa El Salvador*”
- Más de 900 consultas atendidas en el Módulo de Información y Servicios en Comercio Exterior.
- Se realizaron 34 charlas de capacitación en los “*Jueves Exportador*”, como parte del programa “*Villa el Salvador Exporta*”, beneficiando a más de 500 Pymes.
- 210 Visitas a Pymes de Asesoría y Asistencia Técnica.
- Se realizaron 9 despachos al exterior, por un monto aproximado de US\$350 000. Los países de destino de las exportaciones en el 2011 fueron: Brasil, Bolivia, Chile, Ecuador y México.

#### **OCER Tacna**

Generación de un Proyecto de Inversión Pública N° 174016 denominado “*Creación de un Centro de Información y Servicios en Comercio Exterior para el Desarrollo de la Oferta Exportable y la Promoción de la Cultura Exportadora de Tacna*”, en el marco del Convenio de Cooperación Interinstitucional con la Municipalidad Provincial de Tacna, el mismo que fue declarado viable.

### **6.5 Diversificación de mercados**

#### **Comité Multisectorial de Mercados**

- Presentación del Portal del Comprador Extranjero y del Boletín de Inteligencia de Mercados Internacionales.
- Presentación del Informe Final Consolidado relativo al Plan de Acciones Inmediatas (PAI) para el Aprovechamiento Comercial de la Carretera Interoceánica Sur.

Durante el 2011, se difundieron los Planes Operativos de Mercado (POMs) y oportunidades comerciales para los mercados de Canadá, Chile, Corea del Sur Italia, Países Bajos y Reino Unido.

## COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERÚ

### Logros obtenidos durante el periodo enero – julio 2016 en exportaciones

A mayo del 2016 se organizaron actividades emblemáticas de promoción de la oferta exportable peruana como las Ruedas de Negocios con los principales socios comerciales de la región: Encuentro Empresarial Andino y Macrorueda Empresarial Alianza del Pacífico; asimismo, se desarrollan ruedas de negocios macroregionales al interior del país para facilitar el acceso de PYMES a compradores internacionales. Las principales ferias internacionales en las que participamos son: Fruit Logistica, Seafood Expo Global, Biofach, SCAA, FIL Guadalajara, Expomin, Cosmoprof, entre otras.

Durante el primer semestre de 2016 se llevaron a cabo tres macroruedas regionales en Ica, Piura y Trujillo, este año contaron con un formato de especialización por sector, siendo así que la rueda en Trujillo e Ica estuvieron especializadas en Agronegocios, la rueda en Piura en Productos Pesqueros.

Los resultados obtenidos en oportunidades comerciales en las tres macroruedas ascienden a US\$ 70,6 millones, a través de 1 082 citas comerciales con la participación de 193 empresas exportadoras y 71 compradores internacionales especializados.

En conjunto se estima que estas actividades de promoción comercial, permitan la participación de más de 3 mil empresas exportadoras o con potencial exportador para obtener oportunidades de negocios ascendentes a US\$ 2 000 millones.

DESCRIPCIÓN	2011	2012	2013	2014	2015	2016*
Empresas en Actividades de Promoción Comercial	1 127	1 859	2 083	2 541	2 405	2 600
Compradores en Actividades de Promoción Comercial	1 320	1 683	1 757	1,936	2 880	3 200
Transacciones generadas en USD en Actividades de Promoción Comercial	555	859	1 201	1 631	1 981	1 841
Empresas en Ruta Exportadora	0	700	1 313	2 007	2 728	3,600
Empresas Capacitadas o Asistidas	6 028	6 864	9,625	10 178	11 359	9,068
Asistentes al Miércoles del Exportador	29 986	30 000	30 554	30 554	17 462	15,474
Atenciones en Plataforma (Incluye CENDOC)	4 295	2 946	8 795	8 795	5 034	4,711

Fuente PROMPERÚ

(\*) Proyectado al cierre 2016.

### Logros obtenidos en 2015

Se llevaron a cabo 80 actividades de promoción de la oferta exportable peruana en el mundo (participación en 41 ferias internacionales, 23 misiones y 13 ruedas de negocios). Asimismo, participaron 2405 empresas exportadoras, generando 35 mil citas de negocios logrando expectativas de compromisos a futuro por aproximadamente US\$ 1 981 millones.

Entre las principales actividades tenemos la Macrorueda Empresarial Alianza del Pacífico (Perú fue sede de la actividad multisectorial que convocó a más de 173 empresarios de la región, con los que se programaron 4,127 citas de negocios. Perú registró la cifra de US\$ 89 millones en oportunidades de negocios), Perú Moda y Perú Gift Show, (este año tuvieron 2 ediciones exitosas, una rueda de negocios y una feria, las cuales registraron negocios pactados por más de US\$ 80 millones), Fruit Logistic, Seafood Expo North America en Boston (Productos pesqueros, compromisos pactados por US\$ 40 millones), Expocomer. Asimismo, se inauguró la instalación del Consorcio Perú Tech Panamá en la Ciudad del Saber de Panamá, iniciativa de internacionalización de las empresas peruanas busca establecer y transferir conocimientos insertando la oferta de soluciones informáticas en el Cluster de Ciencia y Tecnología presente en Panamá.

Cabe mencionar que en el marco de la internacionalización de la cartera de clientes, se ha desarrollado el Programa de Grandes Compradores del sector Manufacturas Diversas. Este programa permite a los empresarios peruanos, proveedores de empresas multinacionales instaladas en el Perú o empresas peruanas con estándares internacionales, que participen en misiones comerciales especializadas en mercados en los cuales su oferta tenga llegada a actores importantes del entorno internacional dentro del sector que son reconocidos.

**Ruta Exportadora:** el programa desarrolló las Rutas Exportadoras Especializadas, de acuerdo a las necesidades de las empresas sectoriales interesadas en incrementar su competitividad para ingresar al mercado internacional enfocándose en café especiales, harina de maca orgánica, aceitunas de mesa, piña orgánica, quinua, fabricación de maquinarias y equipo; y servicios.

Al cierre del año 2015, fueron 2 728 empresas que participan en la Ruta Exportadora (835 empresas de Lima y 1,893 empresas en las regiones), se estimada que para fines de Junio del 2016 la Ruta Exportadora contara con la participación de más de 3 300 empresas a nivel nacional.

#### **Logros obtenidos en 2014**

Se llevaron a cabo 97 actividades de promoción internacional de la oferta exportable peruana para los cinco sectores priorizados: Agro negocios, Productos Pesqueros, Exportación de Servicios, Manufacturas Diversas, Industria de la Vestimenta y Decoración. Estas actividades representan 8% más que el 2013.

Entre las principales herramientas de promoción comercial, contamos con un calendario de actividades que incluyen 60 ferias internacionales, 11 ruedas de negocios, 21 misiones comerciales, entre otros, que nos permiten posicionar la oferta peruana de productos y servicios en los ojos del mundo.

En estas actividades participaron 2541 empresas del sector comercio exterior, 27% más empresas que en el 2013. Asimismo, se llevaron a cabo 39 mil citas comerciales, 21% más que el 2013, que generaron 1631 millones de dólares en montos negociados, 35% más que el año pasado.

Los eventos más representativos fueron: Para el sector Agronegocios las ferias: Fruit Logística (US\$ 80,6 Millones) y SIAL París (US\$ 60 millones). Para el sector Productos

pesqueros: Seafood Expo Global (USD 73 millones), el sector Industria de la vestimenta y decoración: Perú Moda (US\$ 121 millones), Exportación de Servicios: Perú Service Summit (US\$ 71 millones) y Manufacturas Diversas: Rueda Industria Perú (US\$ 48,2 millones). Asimismo se llevaron a cabo actividades multisectoriales como la Expo Perú China (US\$ 140 millones), Expo Perú EE.UU (US\$ 78 millones).

Con estas actividades se atendieron 25 mercados: 8 Europa, 6 Asia, 6 América del Sur, 3 Norteamérica, 1 Centroamérica, 1 Oceanía, lo que representa 9% más que el 2013. Entre ellos, los nuevos mercados atendidos fueron: Italia, Portugal, Uruguay, India, Japón y Taiwán.

Entre las principales actividades desarrolladas, se estimaron nuevos formatos de promoción como el Lanzamiento de la Marca Alpaca, como marca sectorial para promocionar las cualidades de esta fibra y sus ventajas competitivas; se impulsó la promoción de franquicias vestimenta y gastronomía; centros de distribución en mercados estratégicos y con empresas con productos complementarios = Solución Integral.

### **Logros obtenidos en 2013**

Se generaron US\$ 1 202 millones en transacciones generadas por las actividades de promoción comercial, 42% más que en el 2012; a través de la realización de 49 Ferias internacionales, con la participación de 896 empresas y transacciones por US\$ 714 millones; y 41 Misiones, Ruedas de Negocios, Encuentros Empresariales y Expo Perú, donde participaron 1 297 empresas y se lograron transacciones por US\$ 455 millones a través de 32 mil citas comerciales, 59 % más que el 2012.

Las Ruedas Regionales realizadas en Chiclayo, Trujillo y Loreto, permitieron la puesta en contacto directo de 323 exportadores regionales con 91 compradores internacionales.

### **Logros obtenidos en 2012**

Se generaron US\$ 845 millones en transacciones, 52% más de lo negociado en el año 2011 en actividades de promoción comercial. Asimismo se llevaron a cabo 20 279 citas de negocios con compradores internacionales en actividades de promoción comercial.

A través de las Ruedas Regionales realizadas en Chiclayo, Arequipa, Pucallpa y Huancayo, se registraron negocios por US\$ 35 millones, se puso en contacto directo a 522 exportadores regionales con 121 compradores internacionales.

**Ruta Exportadora:** se creó con la finalidad de mejorar la competitividad de las empresas, dotándolas de capacidades de gestión empresarial, así como de herramientas y elementos de diferenciación para su incursión, desarrollo y proceso de internacionalización.

El programa está conformado por 24 servicios, agrupados en cuatro fases:

- Orientación e Información, dirigido a los usuarios en general;
- Capacitación para los interesados en exportar y los que están en proceso;
- Asistencia Empresarial, dictado a los exportadores en proceso y a los exportadores;
- Promoción, para empresas exportadoras

## Logros obtenidos durante el periodo julio – diciembre 2011

Se generaron US\$ 190,7 millones en transacciones comerciales derivadas de 27 actividades de promoción comercial (Ferias Internacionales, Misiones Comerciales y Ruedas de Negocio).

Con estas actividades de promoción se lograron relaciones comerciales con 528 compradores internacionales en actividades de promoción comercial.

### Fortalecimiento de las Cadenas exportadoras en las regiones

El principal objetivo estuvo orientado a formular estrategias para el mejoramiento de la eficiencia de las cadenas de valor regional. Para ello se realizaron diagnósticos, se identificaron empresas, se fortaleció la asociatividad, se implementó el programa de la Ruta Exportadora, Básica, intermedia y avanzada de acuerdo a la evaluación de las empresas y se apoyó las actividades de promoción comercial. Así mismo, se coordinaron estas actividades con la institucionalidad pública y privada de cada región, aliados estratégicos para apoyar la sostenibilidad exportadora de las empresas.

**Macro Región Norte**, se priorizaron las cadenas exportadoras de mango y plátano orgánico, cacao nativo y langostinos.

- Piura: cadenas de banano orgánico (7 empresas) y mango orgánico (20 empresas). Destacaron las asociaciones de CEPIBO, ASPROSOL y SADITEC, tres exportadores de banano orgánico. En el Programa de la Ruta Exportadora participaron 71 empresas del sector Agronegocios, Productos Pesqueros e Industria de la Vestimenta y Decoración (Artículos de Regalo y Decoración).
- Tumbes: cadena de cacao nativo, apoyando a la Asociación de Productores de Cacao – APROCAT, asociación de productores de cacao del caserío de Uña de Gato en el distrito de Zarumilla. (Expoalimentaria 2012 logró negociar USD 150 mil).

En el 2013 recibió el Premio Cocoa International Award en el Salon Du Chocolat (Paris), en el 2014 el segundo lugar del VIII Concurso Nacional de Cacao Peruano (MINAGRI) y en el 2015 el tercer puesto en el VI Salón del Cacao y Chocolate en Lima. Esta trayectoria les ha permitido ingresar al exigente mercado de Alemania a través de la Cooperativa Norandino.

**Macro Región Nor Oriente**, se priorizaron las cadenas de frutas y vegetales frescos y calzado de cuero.

- Lambayeque: se priorizaron 25 empresas que cuentan con productos con demanda internacional, como las menestras, mangos, limón, palta y uva. Empresas como Alpes Chiclayo, Food Export, FRUTOSA, Tropical Farm y SOM Frutas, tuvieron exitosas participaciones en el Norte Exporta, llegando a negociar en su conjunto más de US\$ 20 millones.
- La Libertad: participaron 114 empresas del sector Agronegocios e Industria de la Vestimenta y Decoración (confecciones de algodón, calzado y artesanía). En el caso de productos nuevos como los arándanos y la Chía, la intervención de Promperú permitió generar contactos comerciales por medio de eventos de promoción. Se priorizaron los mercados de EEUU, Alemania y Francia.

- Cajamarca: 25 empresas de las cadenas de cafés especiales, cacao fino y aguaymanto. Se buscó alcanzar el grado de cafés especiales fair trade, para ingresar a nichos de mercados, los cuales generan alto impacto en la economía de los productores.

**Macro Región Sur Oeste**, se priorizaron las cadenas exportadoras del olivo, orégano, quinua, kiwicha y palta, así mismo las cadenas de confecciones de alpaca y el sector de servicios de salud electiva, software y franquicias.

- Arequipa: fortalecimiento de 16 empresas productoras/exportadoras de quinua y adicionalmente a 45 empresas exportadoras/productoras de Palta, uva, aceitunas, aceite de oliva, hierbas aromáticas deshidratadas, pisco, kiwicha y maíz morado. De la misma manera se desarrolló la Ruta Exportadora para 33 empresas del sector Industria de la Vestimenta y Decoración (confecciones de Alpaca).
- Tacna, capacitación y asistencia técnica especializada para el fortalecimiento de la oferta exportable de 22 empresas procesadoras y exportadoras de olivo; asimismo, el trabajo con las asociaciones de orégano se inició desde el 2011 y continúa hasta la actualidad, con la implementación de la Ruta Exportadora Básica. En el sector de servicios, se seleccionaron 20 empresas de los sub sectores de Salud Electiva, Software y Franquicias.
- Moquegua: se identificaron 16 empresas con potencial exportador en el sector Agronegocios, principalmente, productores de pisco, palta, macerados de damascos y aceitunas. Este año, estas empresas recibirán los servicios del Programa de la Ruta Exportadora Básica, preparándolas para participar en el Encuentro Binacional con Chile y la Macro Rueda Sur Exporta 2016, eventos que se desarrollaran en Tacna y Arequipa respectivamente.

**Macro Región Sur Este**, se priorizó el fortalecimiento de las cadenas de quinua orgánica, los cafés gourmet de altura, castaña y las confecciones de lana de alpaca.

- Cusco: Café Gourmet de Altura, identificación de zonas y productores, con reuniones con municipalidades, cooperativas, asociaciones y productores de café, con la finalidad de sociabilizar el Plan de Acción, definir participación, compromisos y cronograma de trabajo. Se contó con la participación de representantes de 24 cooperativas y 2 empresas y asociaciones del Cusco.

Se implementó la Ruta Exportadora Especializada de Confecciones de Alpaca, con 14 empresas de Cusco.

- Puno: Quinua orgánica. Se apoyó a 26 empresas en la implementación de Buenas Prácticas de Comercio Justo, para impulsar la promoción de la oferta exportable en concordancia con los estándares del Fairtrade, dirigido a nichos de mercado especializados de Estados Unidos y Europa.

Se trabajó con 26 empresas, en la implementación de Buenas Prácticas de Comercio Justo, para impulsar la promoción de la oferta exportable de confecciones de alpaca en concordancia con los estándares del Fairtrade, para los nichos de mercado de Estados Unidos y Europa.

- Apurímac se apoyó la cadena de quinua orgánica, durante el mes de septiembre del 2015, PROMPERÚ en coordinación con la Oficina Comercial del Perú en Italia, materializó la visita a Apurímac de 2 compradores italianos de la empresa

ALTROMERCATO, logrando la promesa de compra de 40 toneladas de quinua para el mes de mayo del 2016.

Desde el 2013 se promueve la Ruta Exportadora Especializada de cafés gourmet de altura, se identificaron potenciales productores, se realizaron talleres de manejo post cosecha y post cosecha, se realizó una selección de cafés gourmet y catas de cafés.

**Macro Región Centro**, se priorizaron los cafés especiales, el cacao fino de aroma, la maca, el banano moquisho, quinua, las confecciones y accesorios de alpaca y los artículos y regalo de decoración.

- Junín: capacitación y asistencia técnica especializada a los productores de Maca, cafés especiales y cacao fino y el diagnóstico productivo comercial de la piña, kion, granadilla y ajonjolí.

En el sector Industria de la Vestimenta y Decoración (textiles y confecciones de alpaca), se desarrolló la Ruta Exportadora Intermedia, donde intervinieron 20 empresas. A la fecha son dos las empresas exportadoras de confecciones de alpaca, Kjantu Collection y Mantari Sweaters, las que han logrado certificar con el sello de comercio justo.

- Huánuco: 34 empresas de los sectores Agronegocios, Industria de la Vestimenta y Decoración (líneas de textil, artesanía y joyería).
- Ayacucho: se inició la Ruta Exportadora Básica multisectorial en el 2012, benefició a 36 MYPE de los sectores de agroindustria, artesanías y textiles. El 2014 se inicia una segunda Ruta Exportadora Básica denominada Ecotrade que benefició a 47 empresas de los sectores de Agronegocios (quinua, tara y palta) y a 13 empresas de artesanía (Artículos de regalos y decoración).
- Cerro de Pasco: mejorar la cadena de valor de la maca. Se brindaron asistencias técnicas en la provincia de Ninacaca, específicamente a la Asociación de Productores y Transformadores de Maca Ecológica. Se estima para la campaña 2015– 2016, que APROMACA cuente con una oferta de 2 332 Tn. de Harina de Maca de la cual el 70% estaría comprometido para empresas y articuladores comerciales locales como exportadores. Esta producción se valoriza hoy en día en promedio en US\$ 23,3 millones en FOB Callao.

Adicionalmente, se está evaluando el potencial productivo de la granadilla y el café en la región. En el Programa de la Ruta Exportadora participan 8 empresas de Oxapampa y Villa Rica, que son atendidas conjuntamente con las empresas de La Merced en Junín.

**Macro Región Oriente**, se priorizaron, los cafés especiales, el cacao fino de aroma, los alimentos y bebidas exóticas de la selva (palmitos, ajíes amazónicos, licores, camu camu, sachá inchi y paiche), las maderas y sus manufacturas y la artesanías. Los programas de la Ruta Exportadora se comenzaron a implementar a partir del 2013.

- Loreto: 79 empresas de los sectores de agroindustria, maderas y sus manufacturas, artesanía y pesca. Destacaron las empresas VASFLO SAC con palmitos en conserva, Productos La Charapita con ajíes, Cortezas Maceradas Selva Virgen con licores y Harvest SAC con paiche, empresas que exportan actualmente a Estados Unidos, México, Panamá y China. Las maderas y sus manufacturas destacaron las

- empresas Inversiones WCA SAC, Inversiones La Oroza SAC y Corporación Industrial Forestal SAC, entre las más importantes, que exportan a los mercados de Estados Unidos, México y China, productos como las tablillas y frisos para parquet y molduras.
- Ucayali: 8 asociaciones de Alimentos, como la Asociación de Cacaoteros Tecnificados de Padre Abad – ACATPA (cacao), la Asociación Agropecuaria de Productores de Cacao de Nuevo Ucayali – ASAPCNU (cacao); Agroindustrias de la Amazonia (camu camu); Peruvian Tropical Fruit (camu camu), la empresa Nativo (ajíes) y la Asociación de Productores Ecológicos El Pimental (ají charapita).
  - San Martín: 37 empresas del sector Agroindustria, Artesanía y Pesca. Entre las empresas más destacadas podemos mencionar: La Cooperativa Agraria Cacaotera ACOPAGRO Ltda. de Juanjuí, principal empresa exportadora de cacao en grano. La Cooperativa de Servicios Múltiples APROECO de Moyobamba, que exporta café en grano y las empresas chocolateras Agroindustria Makao y Agroindustrias Mayo S.A. fabricante de los chocolates orquídea.
  - Amazonas: 41 empresas del sector Agronegocios y del sector Industria de la Vestimenta y Decoración (Línea de Artesanía). En el sector Agronegocios se priorizó el trabajo con las empresas exportadoras de café especiales, y cacao fino de aroma, iniciándose las actividades en el mes de febrero del 2015. Entre las empresas más destacadas de la región podemos mencionar a APROCAMP, empresas que exporta cacao a Italia y la Asociación La Flor de Café y la CAC Bagua Grande que exportan café a Estados Unidos.

## II. TURISMO

### MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO – MINCETUR

#### 1. Logros obtenidos durante el periodo enero – julio 2016

##### 1.1 Diversificación del Mercado Turístico

###### **FITUR 2016**

Se asistió a importantes citas con tour operadores, agencias de viajes, líneas aéreas, con el objetivo de incentivar la promoción del destino.

Se presentó el II Foro Mundial de Turismo Gastronómico, junto con la Organización Mundial de Turismo (OMT) y el Basque Culinary Center.

Los empresarios peruanos obtuvieron compromisos de negocios por un monto superior a los US\$ 3,5 millones, registrando un crecimiento de 8% en el volumen de negocios y número de citas realizadas, superando la meta trazada casi en un 50%.

###### **En Washington DC declaran el primer domingo de junio como el “Día de la Gastronomía Peruana**

La capital de los Estados Unidos, Washington D.C., celebrará cada primer domingo de junio el “Día de la Gastronomía Peruana”<sup>38</sup>.

###### **World Travel Awards**

En la edición sudamericana, el Perú ha recibido 37 nominaciones que contribuyen a posicionar a nuestro país como punto de referencia de la industria del turismo.

###### **II Foro Mundial de Turismo Gastronómico (abril)**

Entre el 27 al 29 de abril, el Perú recibió a líderes mundiales (España, Francia, Japón, México) en gastronomía y periodistas internacionales especializados<sup>39</sup>.

###### **Reunión de la Comisión Interamericana de Turismo de la Organización de los Estados Americanos**

En el XXIII Congreso Interamericano de Ministros y Altas Autoridades de Turismo de la OEA, se eligió al Perú como el Presidente de la Comisión Interamericana de Turismo (CITUR) 2016-2017. Por otro lado, la Troika se encuentra compuesta por el último, por el actual y por el próximo organizador anual del Congreso Interamericano de Ministros y Altas Autoridades de Turismo de la OEA (Barbados, Perú y Guyana) y tiene como objetivo elaborar y aprobar el Plan de Trabajo de CITUR 2016-2017.

La reunión de la CITUR y TROIKA se realizó el 25 y 26 de abril en la ciudad de Lima. En esa oportunidad, se tuvo la oportunidad de implementar alianzas de cooperación interamericana en materia de turismo, que permitirán seguir

---

<sup>38</sup> La fecha fue instituida por la alcaldesa de esa ciudad, Muriel Bowser. La revista Washingtonian, ubicó a dos restaurantes de comida peruana en su lista de los cien mejores restaurantes de la capital estadounidense. Coloca en los puestos 71 y 87 a los restaurantes “China Chilcano” y “La Limeña”, respectivamente.

<sup>39</sup> Se busca que el Perú se convierta en un referente mundial del turismo gastronómico para lo cual se convocó a expertos que han colaborado en impulsar el sector como Pierre Sanner, Director de la Mission Française du Patrimoine et des Cultures Alimentaires, quien consiguió el reconocimiento de la gastronomía francesa como Patrimonio Cultural e Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO.

posicionando al Perú como líder en el desarrollo sostenible del turismo rural comunitario, así como brindar la oportunidad de hacer contactos con países cooperantes para el fortalecimiento del Fondo Hemisférico de Turismo y generar alianzas público-privadas dirigidas a fortalecer el turismo.

## 1.2 Diversificación y consolidación de la oferta

### Obras culminadas por Plan Copesco Nacional

#### 1. Acondicionamiento para la mejora y creación de los servicios turísticos públicos de acceso y complementarios en la Ruta Turística de la Meseta de Marcahuasi

- Monto ejecutado: S/ 12 531 209.
- Beneficiarios: 15 237 turistas nacionales y extranjeros.
- Acciones: accesos peatonales empedrados hacia el recurso turístico, centro de interpretación, áreas de camping, señalización turística, otros.



#### 2. Instalación y mejoramiento del servicio de orientación turística en el corredor turístico Selva Central, provincias de Chanchamayo y Satipo en la región Junín y Oxapampa en la región Pasco

- Monto ejecutado: S/ 1 070 998.
- Monto del proyecto: S/ 1 197 014.
- Beneficiarios: 737,898 turistas nacionales y extranjeros.
- Acciones: instalación de 256 señales turísticas en las provincias de Satipo, Chanchamayo en la región Junín y Oxapampa en la región Pasco.



#### 3. Acondicionamiento y Puesta en Valor de Huaca Larga, Huaca 1 y el Templo de Piedra Sagrada del Complejo Arqueológico de Túcume – Componente Instalación de Coberturas en los Sectores Huaca 1 y Templo de la Piedra Sagrada del Complejo Arqueológico de Túcume

- Inversión ejecutada: S/ 4 679 521.
- 71,837 beneficiarios

- Acciones: Instalación de plataformas y coberturas para proteger las zonas expuestas y para la puesta en valor de la Huaca 1 y Templo de la Piedra Sagrada, permitiendo el acceso de visitantes sin generar un deterioro en el monumento. Instalación de pasarelas internas de la Huaca y Templo de la Piedra Sagrada para el recorrido perimetral del monumento sin tener contacto directo en él.



### **Obras en ejecución de Infraestructura Turística - Plan Copesco Nacional**

Al finalizar julio del 2016, Plan COPESCO Nacional tendrá en ejecución proyectos de infraestructura turística, con una programación presupuestal al cierre del año 2016 de hasta S/ 125.5 millones de soles, que corresponden a obras y expedientes técnicos, según detalle:

#### **1. Mejoramiento de los Servicios Turísticos Públicos zona arqueológica monumental Kuélap<sup>40</sup>**

- Monto del proyecto: S/ 81 370 455
- Monto ejecutado: S/ 53 430 315.
- Acciones: construcción estación de embarque, andén de salida, sistema de transporte por telecabinas y el andén de llegada.
- Sus principales beneficios son mayor afluencia de turistas (83 mil visitantes al décimo año de ejecución), creando un nuevo polo de desarrollo turístico y, reducción tiempo de llegada al recurso, de 90 a 20 minutos.

#### **2. Acondicionamiento Turístico de Lago Yarinacocha**

- Monto del proyecto: S/ 92 900 782.
- Monto ejecutado: S/ 50 927 629.
- Acciones: construcción de malecón, que comprende entre otros, la construcción de un muelle artesanal para pescadores, un muelle turístico para los visitantes, el edificio del mirador, áreas de servicios, plataformas de restaurantes y un edificio para la Dirección General de Capitanías y Guardacostas (Dicapi), y dos embarcaderos en las comunidades de San Francisco y 11 de Agosto, del distrito de Yarinacocha.
- Beneficiarios: más de 245 mil turistas nacionales y extranjeros.

---

<sup>40</sup> A este atractivo turístico se suma la implementación de señalización y descansos en el circuito de caminata turística de Tingo Viejo hacia el Complejo Arqueológico de Kuélap, la construcción del Parador Kuélap y el mejoramiento de los recursos turísticos Complejo Arqueológico de Kuélap y Sarcófagos de Karajía.

### **3. Mejoramiento de los Servicios Turísticos del Circuito Norte de la Reserva Nacional de Paracas**

- Monto del proyecto: S/ 17 915 776.
- Monto ejecutado: S/ 10 389 759.
- Acciones: ejecución de infraestructura para brindar los servicios turísticos públicos de observación, estacionamiento, descanso, señalización e información turística y científica, puestos de control y vías vehiculares y peatonales.
- Beneficiarios: más de 400 mil turistas nacionales y extranjeros.

### **4. Mejoramiento de los servicios turísticos públicos en el Morro de Calzada**

- Monto del proyecto: S/ 10 222 616.
- Monto ejecutado: S/ 7 997 266.
- Acciones: construcción de centro de interpretación turístico, posadero de aves, mirador, zona de descanso, mejoramiento de accesos hacia la cima del Morro, hacia el Ídolo, mejoramiento del camino peatonal "El Atajo" y señalización turística de todo el circuito.
- Beneficiarios: 194 018 turistas nacionales y extranjeros con una ejecución.

### **5. Valle del Colca – Chivay**

- Monto del proyecto: S/ 5 196 436.
- Monto ejecutado: S/ 2 265 946.
- Acciones: señalización en el destino turístico Arequipa - Valle del Colca, mejoramiento de la Plaza Principal Sibayo y de los servicios turísticos públicos de la ruta turística del Valle del Colca, y del circuito turístico del Centro Histórico.
- Beneficiarios: cerca de 6,6 millones de turistas nacionales y extranjeros.

### **Expedientes Técnicos - Plan Copesco Nacional:**

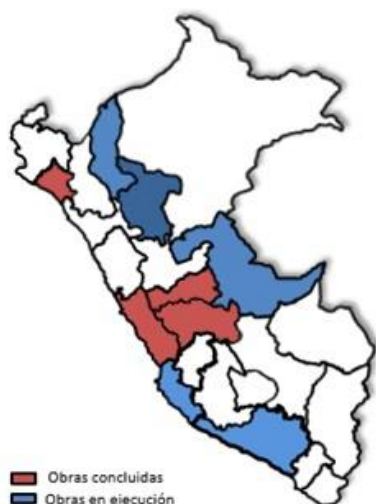
1. Ruta del Café – Villa Rica, expediente técnico aprobado y convocado el proceso de selección de obra. El Proyecto de inversión a ejecutarse es de S/. 13,8 millones.
2. Malecón Malabrigo, estudio definitivo en elaboración el proyecto de inversión se encuentra aprobado por S/ 5,9 millones.
3. Fundo Fierro, Plaza de Armas y Recoleta – Arequipa, estudio definitivo en elaboración, el proyecto de inversión es de S/ 9,7 millones.
4. Estación Ferrocarril Tacna, estudio definitivo en elaboración, el proyecto de inversión es de S/ 9,0 millones.
5. Lamas – Barrio Kechwa, estudio definitivo en elaboración, el proyecto de inversión es de S/ 9,9 millones.
6. Laguna Sauce, estudio definitivo en elaboración, el proyecto de inversión es de S/ 7,1 millones.
7. Pueblo de Quinua, estudio definitivo en elaboración, el proyecto de inversión es de S/ 18,2 millones.

- 8 Parque Turístico Nacional Quistococha, estudio definitivo en elaboración, el proyecto de inversión es de S/ 81,7 millones.
- 9 Parque las Leyendas, estudio definitivo en elaboración, el proyecto de inversión es de S/ 17,6 millones.
- 10 Campo Santo Yungay, estudio definitivo en elaboración, el proyecto de inversión es de S/ 8,6 millones.

En el presente año, se tiene previsto la culminación de 8 obras, en 9 regiones, las que permitirán impulsar la actividad turística, y contribuir con su desarrollo económico:

	2016
<b>Inversión Proyectada</b> (en millones de S/) *	125.5
<b>Beneficiarios</b> (en millones)	3.4
<b>Número de regiones involucradas</b>	9
<b>Número de obras concluidas</b>	8

(\*) Referido sólo a los gastos en proyectos de inversión



Nº	REGION	Nº OBRAS	
		Culminadas a Julio	En Ejecución
1	AMAZONAS		1
2	AREQUIPA		1
3	ICA		1
4	JUNIN/PASCO	1	
5	LAMBAYEQUE	1	
6	LIMA	1	
7	SAN MARTIN		1
8	UCAYALI		1
<b>TOTAL</b>		<b>3</b>	<b>5</b>

### Primer Prototipo de Turismo Gastronómico de la Organización Mundial del Turismo (OMT) en Perú

Durante el II Foro Mundial de Turismo Gastronómico se suscribió el Acuerdo entre la OMT y el MINCETUR para el desarrollo del primer prototipo de Turismo Gastronómico de la OMT.

Consistirá en la articulación de los productores, emprendimientos rurales, servicios turísticos, y turistas alrededor de la cadena de valor gastronómica de la Quinoa, con el co-financiamiento y el acompañamiento técnico de la OMT, durante tres de las cinco fases de la Metodología de Prototipos de la OMT.

## Agenda para el Desarrollo e Innovación de Productos Turísticos en Regiones

En coordinación con los Gobiernos Regionales, Gobiernos Municipales y el sector privado, se viene desarrollando desde el 2014, un mecanismo de trabajo conjunto enfocado en identificar nuevos productos turísticos en los 25 departamentos del país<sup>41</sup>; teniendo como resultado el siguiente:

### Macro Región Norte

N°	Región	Nombre de los Productos Turísticos
1	Amazonas	Gocta: naturalmente bella
2	San Martín	Aventura y relax en las cascadas de Carpishuyacu
3	Loreto	La ruta de la biodiversidad: aventura en el Allpahuayo Mishana
4	Cajamarca	Cumbemayo: la ruta del agua
5	Lambayeque	Misticismo y cultura viva en los bosques y pirámides de Lambayeque
6	La Libertad	Los dioses y el mar: disfrutando como dioses
7	Piura	El Angolo: del mar al bosque
8	Tumbes	Turismo en los manglares de Tumbes

### Macro Región Centro

N°	Región	Nombre de los Productos Turísticos
1	Ancash	Costa de Ancash: sol, aventura y arqueología
2	Callao	Rutas marítimas del Callao
3	Huancavelica	Aguas termales: salud y descanso
4	Huánuco	Huánuco: clima, historia y tradición
5	Junín	Ven a Concepción y vive su tradición
6	Lima	Aventura y belleza paisajística en los andes de Lima
7	Pasco	Ruta del Café: Villa Rica
8	Ucayali	Pucallpa, naturaleza y cultura milenaria

### Macro Región Sur

N°	Región	Nombre de los Productos Turísticos
1	Apurímac	Pampachiri, bosque de piedras
2	Arequipa	Arequipa, una experiencia gastronómica
3	Ayacucho	Ayacucho, síntesis de la historia peruana
4	Cusco	Machupicchu, más de lo que ya conoces: acceso oeste
5	Ica	Ruta de los lagares: la vendimia está en la campiña
6	Madre de Dios	Disfruta la biodiversidad en familia en los Lagos Sandoval y Valencia
7	Moquegua	Ruta del Tixani: cultura y naturaleza
8	Puno	Amantani, reencuentro con la cultura andina
9	Tacna	Naturaleza, cultura y aventura en Ite

<sup>41</sup> En este contexto, a nivel Macroregional, se ha realizado estructuración de productos turísticos, desarrollo y validación de las propuestas conceptuales, elaboración de guiones de visita, desarrollo de jornadas de capacitación en buenas prácticas en atención al cliente y manipulación básica de alimentos a los prestadores de servicios turísticos.

### **Promoción de Inversión Pública**

- Se tienen 11 PIPs a nivel de perfil menor viables con respecto a señalización turística, en las regiones de Puno, Ancash, Ucayali, Piura, Huánuco, Pasco, Apurímac, Loreto, San Martín, Amazonas y Madre de Dios
- Se encuentran en proceso de formulación doce (12) estudios de pre inversión a nivel de Perfil Menor de señalización turística para los departamentos de Lambayeque, La Libertad, Lima, Junín, Tacna, Arequipa, Cajamarca, Ayacucho, Cuzco, Ica, Moquegua y Tumbes.
- Se formuló un Proyecto de Inversión Pública denominado “Mejoramiento de los Servicios Turísticos Públicos de la Ruta del Café: Chanchamayo - Villa Rica, sector Villa Rica, provincia de Oxapampa, departamento de Pasco”, cuyo monto de inversión es de S/ 13,8 millones.

### **Promoción de Inversión Privada**

- Cuatro (4) proyectos (Hotel Aloft Malecón, Hotel Aloft Reducto, Hotel Platino y Hotel Ibis) se encuentran en evaluación para acogerse al Régimen Especial de Recuperación Anticipada del IGV – Decreto Legislativo N°973. El monto de inversión de los mencionados proyectos asciende a US\$ 85 millones aproximadamente.
- Tres (3) proyectos de infraestructura hotelera (Hotel Talbot, Hotel Mirage y Hotel La Paz) se encuentran acogidos al Régimen Especial de Recuperación Anticipada del IGV – Decreto Legislativo N° 973 y se encuentran en fase de ejecución de la infraestructura hotelera. Estos proyectos representan una inversión de US\$ 55 millones aproximadamente.
- Se ha presentado y difundido la Guía Metodológica sobre los mecanismos de financiamiento Público-Privado, para la elaboración de proyectos de inversión pública bajo la modalidad de obras por impuestos; asimismo se han realizado tres (3) Foros de Promoción de Inversiones en Turismo en Cusco (febrero), Tacna (marzo) y Lima (mayo), encontrándose pendientes de realización dos foros, uno en Huaraz (junio) y otro en Huánuco (julio).
- Dos proyectos de inversión pública se encuentran en el proceso para la aplicación de la modalidad de financiamiento de Obras por Impuestos: (i) el proyecto piloto de ejecución conjunta con el Gobierno Regional de Huánuco bajo la modalidad de Obras por Impuestos por el monto de S/ 7,1 millones con un límite CIPRL de S/ 1 millón; y, (ii) el primer proyecto piloto de ejecución al 100% por el MINCETUR con la Municipalidad Provincial de Huaraz por la suma de S/ 9,9 millones, el cual está aprobado a nivel de perfil.

### **Calidad Turística y Normatividad**

- 1 275 personas capacitadas en temas de buenas prácticas para hospedajes, restaurantes y agencias de viajes, atención de clientes y servicio en restaurantes.
- A la fecha se viene actualizando el Plan Nacional de Calidad Turística - CALTUR 2016 – 2025, el cual recoge los aportes y comentarios de los interesados en el Sector, con el objetivo de repotenciar las actuales

estrategias dirigidas a la mejora de la calidad de los servicios turísticos y se desarrollen herramientas para la intervención de los sitios y destinos turísticos.

- Se han aprobado los nuevos Reglamentos de Canotaje Turístico, de Agencias de Viajes y Turismo, y de Seguridad para la Prestación del Servicio de Turismo de Aventura.

#### **Turismo Rural Comunitario – TRC<sup>42</sup>**

Se editó el Libro “Memorial de Turismo Rural Comunitario en el Perú” con testimonios de 33 emprendedores. Estos emprendimientos son fruto del liderazgo y el trabajo de organizaciones de base comunitaria que identificaron y desarrollaron el potencial turístico de su comunidad, aprovechando su geografía, poniendo en valor sus costumbres y tradiciones ancestrales.

#### **Al Turista, lo Nuestro<sup>43</sup>**

- Se han intervenido cuatro (4) departamentos: Cusco, Ica, Arequipa y Puno; logrando un monto aproximado de S/ 400 mil en ventas en el primer trimestre del año.
- Asimismo, se han entregado reconocimientos de participación en la Iniciativa a 52 establecimientos de hospedaje y restaurantes de las regiones de Cusco, Ica y Arequipa.

#### **De Mi Tierra Un Producto - DMTUP<sup>44</sup>**

- Realización de los eventos oficiales en los pueblos de Magdalena de Cao y Pacasmayo (región La Libertad), Raqchi (región Cusco) y Catacaos (región Piura).
- 95 mil personas beneficiarias en las localidades de Magdalena de Cao, Raqchi y Pacasmayo, las mismas que contarán con oportunidades de negocio y un mejor entorno urbano.
- Al 2016, incremento del 10% del flujo de visitantes en las localidades lanzadas en el año anterior (Pucará y Cascas).

#### **Turismo Social**

- Se realizó el Primer Foro Nacional de Turismo Social, el cual tuvo como objetivo dar a conocer el modelo de intervención del Perú en materia de turismo social, además de generar un espacio que permita el intercambio de experiencias latinoamericanas, así como la generación de redes que potencien la gestión de esta actividad en nuestro país.
- El Mincetur recibió la Certificación de Adhesión del Perú como miembro de la Organización Internacional de Turismo Social – OITS, ubicando a nuestro país dentro de las naciones e instituciones que trabajan con políticas asociadas al desarrollo del Turismo Social.

---

<sup>42</sup> El Turismo Rural Comunitario genera un aporte del 12% del incremento de la empleabilidad en zonas rurales que desarrollan esta actividad y es uno de los segmentos turísticos que más está creciendo en el Perú.

<sup>43</sup> Iniciativa creada con la finalidad de incluir a los pequeños productores regionales en los beneficios del desarrollo del turismo y de ofrecer a los turistas productos de calidad.

<sup>44</sup> Enfoque de desarrollo sostenible, que estimula la incorporación de la producción local a la cadena de valor del turismo, poniendo énfasis en el desarrollo de territorios con vocación para el mercado interno.

- A partir del mes de junio de 2016, se iniciará la ejecución de productos de Turismo Social dirigidos a público escolar y al público adulto mayor, así como el escalonamiento a nivel regional, esperando beneficiar a más de 8 560 personas entre ambos públicos.
- Se inicia el proceso de sensibilización y diseño de planes de trabajo referente a Turismo Social para su implementación a nivel regional.

### **Gestión Ambiental Turística**

- Se han otorgado tres (3) certificaciones ambientales de proyectos de inversión pública/privada con fines turísticos, en los departamentos de Lima, La Libertad y Pasco, cuyo monto de inversión aproximado supera los S/ 70 millones.
- Asimismo, se realizó nueve (09) pronunciamientos sobre la clasificación y categorización ambiental de los proyectos de inversión pública a nivel de perfil en las regiones de Junín, La Libertad, Loreto Cajamarca, Cusco, Madre de Dios, Lima Metropolitana y Arequipa.
- Se ha capacitado a 142 funcionarios de los gobiernos regionales y locales de las regiones de Ica, San Martín, Puno, Moquegua, Ayacucho y Loreto en el marco de las funciones transferidas, sobre los procesos de supervisión y fiscalización ambiental de las obras, proyectos y actividades turísticas.
- Se actualizó el Manual de Residuos Sólidos para establecimientos de hospedajes y se elaboró un brochure por el Día Internacional de Diversidad Biológica, cuya denominación para este año es la temática “*Transversalización de la Diversidad Biológica. Sustento como medio de vida para las personas*”.

### **Desarrollo de la Oferta Artesanal**

#### Actividades de Promoción y Articulación Comercial

- La Feria “De Nuestras Manos 2016” contó con la participación de 123 artesanos, provenientes de 18 regiones del país, quienes lograron ventas por S/ 875 mil.
- Durante el presente año, 55 artesanos han logrado ventas por un monto de S/ 92 559 en el Seminario Iberoamericano de Artesanía, Perú Moda & Perú Gift Show y el II Foro Mundial de Turismo Gastronómico.
- Colección Peruana “Encuentro Bajo el Sol de los Dioses” fue visitada por más de 10 mil personas durante el mes de abril; en el marco de la semana del Diseño de Milán en Italia, en un espacio de Ventura Lambrate (VL 2016) Milán. Para lograr esta actividad, Mincetur brindó asistencia técnica especializada a 23 artesanos en los Centros de Innovación Tecnológica (CITEs) de Artesanía de Ayacucho y Lambayeque.

#### Fortalecimiento de capacidades

- En el marco del Jueves del Diseño Artesanal se ha capacitado a 490 artesanos de Lima, Loreto y Ayacucho.
- Se entregaron certificaciones por competencias laborales a 97 artesanos joyeros de Piura.

- Proyecto “Perú Canadá Trade And Branding Initiative – PCTBI”: beneficia a 250 artesanos de cuatro departamentos del país. Busca colocar artesanía peruana en el mercado canadiense, con diseños acorde a la demanda. A la fecha, se han desarrollado cuatro colecciones bajo las marcas: Coya Inca del Cusco, Qoñi de Puno, Toquilla de Piura, y Shipibo de Ucayali, cuyas piezas vienen siendo promovidas comercialmente en Canadá, así como en importantes plataformas comerciales.
- 20 artesanos de Cajamarca lograron una fina colección de 30 joyas con diseños innovadores gracias al apoyo de Mincetur, Instituto Toulouse Lautrec y CITE Koriwasi.

#### Desarrollo del Sector Artesanal a través de la calidad

- Se aprobaron 4 Normas Técnicas Peruanas (NTP), relacionadas a las líneas artesanales Madera y Textiles en fibra animal. Su implementación beneficiará en promedio a más de 10 mil artesanos, sobre todo de Puno, Cusco, Arequipa, Ayacucho, Junín, Huancavelica y Lima.
- Se aprobaron 3 Normas Técnicas basadas en el modelo de Buenas Prácticas de Manufactura y Gestión (BPMG) en las líneas artesanales de Joyería, Cerámica y Textiles. Su implementación permitirá mejorar la gestión y organización de los talleres o empresas artesanales que lograron certificar sus productos con NTP. Beneficiarán a más de 300 artesanos, principalmente de Lima, Cusco, Arequipa, Ayacucho, Junín, Puno y Piura.

#### **Juegos de Casino y Máquinas Tragamonedas**

- Charlas para prevención de la ludopatía: Se dictaron 45 charlas para la prevención de la ludopatía infantil a nivel nacional, lográndose una asistencia de 4 235 personas, principalmente estudiantes en edad escolar y padres de familia.
- Recaudación: Se recaudaron S/ 168,35 millones por concepto del Impuesto a los Juegos de Casino y máquinas tragamonedas.
- Destrucción de máquinas tragamonedas: Se destruyeron un total de 449 máquinas tragamonedas, de las cuales 249 se encontraban destinadas a menores de edad

### **1.3 Facilitación Turística**

#### **APEC: Reuniones Ministeriales de Turismo**

La agenda de trabajo que el Perú desarrolló en las reuniones programadas el 28 y 29 de mayo en materia de Turismo, tuvo como objetivo promover la conectividad aérea en la región APEC, implementar programas de facilitación turística y generar vínculos entre el turismo y el crecimiento sostenido e inclusivo del sector, fortalecimiento de las habilidades laborales, desarrollo de las Mypimes para el desarrollo inclusivo y cooperación con el sector académico y privado. Como resultado del consenso de la 9ª Reunión Ministerial de Turismo de APEC, los Ministros adoptaron la Declaración de Lima “Conectando el Turismo del Asia – Pacífico a través de la Facilitación de Viajes” con miras a lograr que 800 millones de turistas visiten la región APEC al 2025.

Se organizó un Encuentro Ministerial de Turismo de la Organización Mundial de Turismo (OMT) sobre los factores que explican la competitividad a nivel de destino y su relación con el desarrollo sostenible e inclusivo del turismo,

realizando la labor que viene realizando el Perú en la presidencia del Comité de Turismo y Competitividad de la OMT.

### **Ventanilla Única de Turismo (VUT)**

Sistema integrado que permite a los interesados en prestar servicios turísticos, y a los prestadores de servicios turísticos, gestionar a través del uso de medios electrónicos (plataforma tecnológica), los trámites para la obtención de permisos, certificaciones, licencias, y demás autorizaciones que exigen las entidades competentes del Estado, para el desarrollo de sus actividades.

Entre los trámites que atenderá la VUT, se han identificado a la fecha, 271 procedimientos administrativos de 16 Entidades competentes, los cuales corresponden, entre otros, a: la declaración jurada de inicio de actividades de Agencias de Viajes y Turismo, Establecimientos de Hospedaje y Restaurantes; otorgamiento de carnet de guía de turismo; categorización de Agencias de Viajes y Turismo, la expedición, renovación y modificación del Certificado de Calificación a hospedajes y restaurantes; la autorización para realizar actividades turísticas en predios de propiedad privada, comunal y en áreas naturales protegidas del SINANPE; la expedición, modificación, ampliación y revalidación de licencias de edificación y licencias de funcionamiento.

<b>METAS</b>	<b>2016</b>
Procedimientos administrativos operando en la plataforma	40
Entidades que se integran a la plataforma	6
Reducción porcentual de tiempos de atención de procedimientos atendidos por la VUT *	20%
Usuarios Capacitados	1000

\* En referencia a la línea base del proyecto

Al 05 de mayo de 2016 se incorporaron al piloto de la VUT el Gobierno Regional de Lima, el Gobierno Regional de Arequipa, la Municipalidad Distrital de Cayma y el MINCETUR.

### **Fortalecimiento de la Facilitación Turística**

Venimos trabajando en la:

- Elaboración y distribución de la Guía Esencial para el Turista que visita el Perú, traducido a 10 idiomas (Español, Inglés, Alemán, Francés, Portugués, Chino Mandarín, Chino Cantonés, Japonés, Ruso e Italiano), para brindar información acerca de requisitos y trámites aduaneros, migratorios y turísticos; facilitando el ingreso, permanencia y salida de nuestros visitantes y sus bienes por vía aérea, terrestre y marítima.
- Elaboración, publicación y distribución de la Cartilla Turística Binacional Perú – Ecuador, en el CEBAF Tumbes y Puestos de Control Fronterizo de La Tina y El Alamor de Piura, con información migratoria, aduanera y turística de ambos países.

### **Avianca comenzará a operar el vuelo directo Cusco – Bogotá**

Con el objetivo de fortalecer su red de rutas y una mayor conectividad en Latinoamérica, Avianca anunció su nuevo vuelo directo y sin escalas entre Cusco y Bogotá, a partir del 18 de julio de este año, con tres vuelos semanales.

### **Aerolínea Saeta inauguró la ruta Tarapoto – Chachapoyas**

Sumándose a las intervenciones que está realizando el Mincetur en Amazonas, como la instalación de las 26 telecabinas del teleférico de Kuélap, la aerolínea Saeta iniciará los vuelos de Tarapoto a Chachapoyas, que será cubierto en 25 minutos; dinamizando la industria turística de la macroregión norte y de Amazonas en particular.

### **Interjet de México inició operaciones con Perú**

La aerolínea Interjet inició operaciones aerocomerciales con Perú en su ruta México – Lima, durante la primera semana de mayo. La aerolínea ofrecerá vuelos hacia la capital de México, todos los días.

### **British Airways inicia operaciones aerocomerciales con Perú en la Ruta Londres Gatwick (LGW) – Lima (LIM)**

British Airways, desde mayo del 2016 cubre esta ruta, con una frecuencia inicial de 3 días a la semana durante la temporada de verano en Reino Unido y por dos días a la semana en invierno y con una duración de 12 horas y 30 minutos.

Esta frecuencia permitirá a los pasajeros viajar del Reino Unido al Perú a un bajo costo y con un estándar de calidad alto, mejorándose la conectividad aérea con el continente europeo, uno de los principales mercados de turismo receptivo hacia nuestro país.

## **1.4 Institucionalidad del Sector**

### **Cultura Turística**

- Se han realizado capacitaciones y charlas en materia de Cultura Turística y Prevención de la Explotación Sexual de Niñas, Niños y Adolescentes – ESNNA en el ámbito del turismo, en la ciudad de Lima y Huanchaco, con un total de 235 participantes.
- Se firmó el Convenio Marco con la Asociación Civil Capital Humano y Social Alternativo (CHS Alternativo) con la finalidad de aunar esfuerzos orientados a crear mejores condiciones para el desarrollo de un turismo responsable, en defensa y protección de los niños, niñas y adolescentes frente a la explotación sexual.

### **Seguridad Turística**

#### *Acciones de seguridad en el ámbito del turismo fluvial en Loreto*

- Se implementará una campaña de información al turista y se reforzará la fiscalización a los albergues que ofrecen programas fluviales.
- A través de la Red de Protección al Turista se convocó a las autoridades de la región Loreto y al sector privado, para implementar en el corto plazo medidas de seguridad en el ámbito del turismo fluvial, que permita combatir la informalidad en el servicio.
- Se reforzarán los operativos de fiscalización por parte de la Dircetura y de la Capitanía de Puerto de Iquitos<sup>45</sup>.

---

<sup>45</sup> Esta última dependencia ha relanzado el número gratuito 118 de la Central de Emergencias Fluviales de Loreto para atender comunicaciones que contribuyan a la Seguridad Turística.



Se entregaron cinco (5) equipos de radio móviles instalados en las camionetas de PNP Turismo, seis (6) equipos de radio base colocados en las Comisarías PNP Chivay, Camaná y Mollendo, Puesto de Control y Comunicaciones de Turismo Arequipa y la Jefatura de Policía de Carreteras. De la misma forma, cuenta con veinticinco (25) equipos de radio portátiles para patrullajes en motocicletas y a pie.



Ruta Moche en las ciudades de Chiclayo y Trujillo

- Estos Centros de Control fueron entregados en junio de 2016 y forman parte del Corredor Turístico Preferencial Ruta Moche. Cuentan con un Sistema de Comunicaciones Digitales Tetra troncalizado que permiten una atención rápida ante situaciones de emergencia.
- Para el funcionamiento del Centro de Control en la Libertad se han destinado cuatro (4) equipos de radio móviles instalados en las camionetas de la PNP Turismo, donadas por Mincetur, seis (6) equipos de radio base instalados en las Comisarías PNP de Huanchaco, Moche y Magdalena de Cao, en la Policía de Carreteras y en el Centro de Control y Comunicaciones; así como once (11) equipos de radio portátiles para patrullajes en motocicletas y a pie.



- Para el Centro de Control y Comunicaciones de Lambayeque se han destinado seis (6) equipos de radio móviles instalados en las camionetas de la PNP Turismo, donadas por Mincetur, siete (7) equipos de radio base instalados en las Comisarías PNP de Pimentel y Ferreñafe, destacamento de seguridad PNP del Museo de Sitio Huaca Rajada, destacamento de seguridad

PNP del Museo de Túcume y en el Centro de Control y Comunicaciones; así como diecisiete (17) equipos de radio portátiles para patrullajes en motocicletas y a pie.

### Ica

- Este centro de control y comunicaciones forma parte del Corredor Turístico Preferencial Paracas-Ica-Nasca y cuenta con un Sistema de Comunicaciones Digitales Tetra troncalizado que permitirá una atención rápida a los turistas nacionales y extranjeros ante situaciones de emergencia. En esta zona del país se ha entregado cinco (5) equipos de radio móviles instalados en las camionetas de PNP Turismo, cinco (5) equipos de radio base colocados en las comisarías PNP Paracas y Nasca, Jefatura de Policía de Carreteras y Puesto de Control y Comunicaciones de Ica, así como veinte (20) equipos de radio portátiles para patrullajes en cuatrimotos, motocicletas y a pie.



### **Oficina de Atención al Turista de la Policía de Turismo en el Aeropuerto del Cusco**

- Se ha puesto a disposición de la Policía de Turismo una oficina de atención al turista en el Aeropuerto Internacional Alejandro Velasco Astete totalmente equipada por el Mincetur, para reforzar la seguridad de los turistas en el Corredor Turístico Preferencial. Esta dependencia funcionará en un área facilitada por CORPAC en la zona de salidas nacionales e internacionales y cumplirá funciones similares a las que brinda la oficina de la Policía de Turismo del Aeropuerto Internacional Jorge Chávez, también implementada por el sector.



## 2. Logros obtenidos durante el periodo 2015

### 2.1. Diversificación del mercado turístico

#### **Perú destaca en avance del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo**

Perú sube 15 posiciones y se ubica en el puesto 58 entre 141 países a nivel mundial. El pilar recursos naturales, incluye diversidad de especies de flora y fauna donde Perú ocupa el puesto 3 a nivel mundial; así también el número de sitios naturales patrimonio mundial de la humanidad, en el cual ostentamos el puesto 18 y finalmente los esfuerzos para su aprovechamiento turístico sostenible.

Entre las estrategias de MINCETUR que han impulsado el avance en el índice de competitividad de viajes y turismo, destacan el desarrollo de productos turísticos innovadores orientados al mercado; la promoción de la inversión pública y privada y las asociaciones público-privadas; la facilitación turística y la regulación orientada al mercado del turismo.

#### **Perú Miembro del Consejo Ejecutivo de la Organización Mundial del Turismo (OMT)**

El Consejo Ejecutivo está conformado por treinta y tres (33) miembros, quienes tienen como misión adoptar en consulta con el Secretario General de la OMT, todas las medidas necesarias para el cumplimiento de los objetivos de la organización orientados a desarrollar el turismo que contribuya al crecimiento económico, al desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental.

El Perú forma parte del Consejo Ejecutivo de la OMT por el periodo 2015-2017 e inició su mandato en la Reunión del Consejo el 17 de diciembre de 2015 en Colombia.

#### **Perú asume Presidencia del Comité de Turismo y Competitividad (CTC) de la Organización Mundial del Turismo (OMT)**

Por primera vez en la historia del país, el Perú fue elegido como presidente del Comité del CTC durante la Vigésima Primera Reunión de la Asamblea General de la OMT en Medellín, Colombia. Su mandato comprenderá del 2015 al 2019.

El Comité de Turismo y Competitividad de la OMT tiene como prioridades de trabajo el apoyo a la Organización en el cumplimiento de su función normativa, proporcionar un mecanismo de diálogo entre los agentes del sector turístico público, privado y académico en un marco coherente en el fortalecimiento de las políticas y estrategias en materia de competitividad del turismo.

Como parte de su trabajo en el CTC, el Perú presentó un documento denominado "Competitividad de Turismo a Nivel de Destino", con el cual se pretende identificar los factores que explican la competitividad en los destinos turísticos.

#### **Perú: mejor destino culinario del mundo en los World Travel Awards 2015**

Nuestro país obtiene galardón a nivel mundial por cuarto año consecutivo. La categoría de mejor destino culinario del mundo se creó en 2012 y, desde entonces, el Perú ha sido el único ganador de este premio.

Los prestigiosos World Travel Awards 2015, están denominados por la prensa extranjera como los 'Oscar del turismo' y fueron entregados en el mes de diciembre en el Mazagan Beach & Golf Resort en El-Jadida, ciudad portuaria de Marruecos, a la ceremonia acudió Bernardo Muñoz, consejero económico

comercial del Perú en Madrid –que tiene encargada, además, la Oficina Comercial del Perú en el Extranjero (OCEX) de Marruecos–, quien recibió el galardón.

### **Gastronomía Peruana se consolida en el mundo**

El embajador de la Marca Perú, Virgilio Martínez, y su restaurante Central ocupa el puesto 4 en el mundo, según lista de los 50 mejores restaurantes del mundo.

La premiación de la revista Restaurant sintetiza la amplia gama de propuestas que nuestra cocina le ofrece al planeta. Virgilio Martínez en Central elabora su carta sobre la base de los productos que nos entrega un país tan rico en biodiversidad; Astrid y Gastón, cuya cocina dirige Diego Muñoz, reelabora en cada platillo nuestras antiguas herencias; y Maido, de Mitsuharu Tsumura, eleva la comida nikkei a la altura de las mejores.

## **2.2. Diversificación y consolidación de la oferta**

### **PLAN COPESCO NACIONAL: Proyectos de Inversión Pública**

Durante el 2015, se han ejecutado proyectos de inversión pública por el importe de S/ 109.4 millones para el desarrollo de infraestructura turística en 17 departamentos.

	2015
<b>Inversión Ejecutada</b> (en millones de S/)*	109,4
<b>Beneficiarios</b> (en millones)	8,0
<b>Número de regiones involucradas</b>	17
<b>Número de obras concluidas</b>	2

(\*) Referido sólo a los gastos en proyectos de inversión

### **Obras Culminadas en el 2015:**

#### **1. Mejoramiento del Servicio de Exposición permanente del Atractivo turístico del Museo de Arte de Lima - MALI**

- Monto del proyecto: S/ 6 354 441
- Monto ejecutado: S/ 6 006 217
- Beneficiarios: 212 283 turistas nacionales y extranjeros.

#### **Características:**

- Rehabilitación del piso superior del museo, donde se ubica la sala de exposición permanente del Museo de Arte de Lima.
- Trabajos en dos salas del piso inferior, donde se ubican exposiciones temporales y en toda la cubierta del edificio.



#### **2. Mejoramiento de los servicios de Orientación Turística en el destino turístico Lago Titicaca**

- Monto del proyecto: S/ 659 620
- Monto ejecutado: S/ 477 675

- Beneficiarios: 18 069 turistas nacionales y extranjeros
- Características:

Señalización turística para un adecuado y eficiente servicio de orientación turística al visitante que llega a los circuitos turísticos de Puno, Lago Titicaca, Sillustani y el corredor turístico los Aymaras de la región Puno.



## Obras en ejecución en el 2015

### Mejoramiento de los Servicios Turísticos Públicos zona arqueológica monumental Kuélap

La ejecución de este proyecto de gran trascendencia para el desarrollo del turismo en el Perú, particularmente en Amazonas, comenzó en agosto de 2015 en medio de gran expectativa de la población y de las autoridades regionales y locales. Mincetur viene invirtiendo, a través de su entidad ejecutora Plan COPESCO Nacional, un total de S/ 81,4 millones, bajo la modalidad de Asociación Público Privada (APP).

#### Obra no priorizada por más de 10 años:

- *Estación de Embarque:* Ubicado en el distrito de Tingo Nuevo, provincia de Luya donde los usuarios comprarán los boletos para trasladarse, por medio de buses, hacia el Andén de Salida.
- *Andén de Salida:* Lugar desde donde el turista, a una altura de 2,000 msnm aprox., iniciará su viaje vía el Sistema de Telecabinas.
- *Sistema de Transporte por Telecabinas:* Por medio del cual el turista recorrerá 4 kilómetros en un tiempo aproximado de 20 minutos, hacia el Parador de La Malca (punto más próximo a la Fortaleza de Kuélap).
- *Andén de Llegada:* Lugar donde finaliza el recorrido a través del Sistema de Telecabinas, ubicado en el Parador de La Malca a una altura de 3,000 msnm aproximadamente

#### Beneficios:

- Mayor afluencia de turistas (83 mil visitantes al décimo año de ejecución).
- Reducción tiempo de llegada. De 90 a 20 minutos.
- Mejoramiento de infraestructura de servicios turísticos.

Se instalarán 26 telecabinas en el teleférico de Kuélap, Primer Sistema de Telecabinas del Perú, para facilitar el acceso de los turistas a esta fortaleza ubicada en la región Amazonas.

## Situación Proyectada



### Acondicionamiento turístico Lago Yarinacocha

El acondicionamiento turístico del lago Yarinacocha tiene el objetivo de fortalecer el turismo en la región Ucayali, está ubicado en el distrito de Yarinacocha, provincia de Coronel Portillo, a 20 minutos de la ciudad de Pucallpa. El costo de esta obra supera los S/ 92,9 millones.

La obra consta de un muelle artesanal para pescadores, un muelle turístico para los visitantes, el edificio del Mirador, áreas de servicios, juegos para niños, plataformas de restaurantes y un edificio para la **Dirección General de Capitanías y Guardacostas (DICAPI)**, entre otras, así como la construcción de embarcaderos en las comunidades de San Francisco y 11 de Agosto, para posteriormente atraer la inversión en restaurantes y hoteles.

Estas obras incentivarán el turismo con una mayor afluencia de turistas, generando así un gran impacto social y económico en esta zona del país, asimismo cristaliza un anhelo que persigue la población desde hace varias décadas. El estudio se empezó a gestar hace 9 años, iniciándose los estudios pertinentes en el 2007.

#### **Obra a ejecutar:**

- Construcción del Malecón de Yarinacocha.
- 01 Embarcadero en la Comunidad de San Francisco.
- 01 Embarcadero en la Comunidad 11 de agosto.
- Adecuadas facilidades turísticas alrededor de la Laguna de Yarinacocha.

#### **Beneficios:**

- Más de 245 mil turistas nacionales y extranjeros.
- Inversión privada en restaurantes, estacionamientos y ventas de recuerdos.

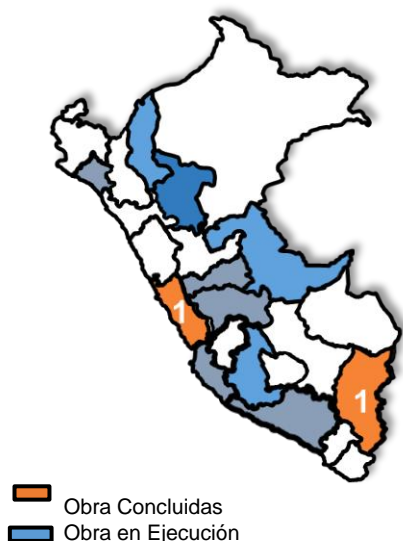
### Situación Actual



### Situación Proyectada



### Ubicación de Obras de Infraestructura Turística al 2015.



N°	Region	N° Obras	
		Culminadas	En Ejecución
1	Amazonas		3
2	Arequipa		3
3	Ayacucho		1
4	Ica		1
5	Junín / Pasco		1
6	Lambayeque		1
7	Lima	1	1
8	San Martín		1
9	Puno	1	
10	Ucayali		1
<b>Total</b>		<b>2</b>	<b>13</b>

### Agenda para el Desarrollo e Innovación de Productos Turísticos en Regiones

El desarrollo de dichos productos turísticos involucra a actores públicos y privados de todas las regiones del país, para concordar acciones conjuntas tales como: diseño del producto turístico, acondicionamiento de infraestructura, mejora de los servicios turísticos, señalización y orientación al turista.

### Macro Región Norte

Región	Nombre de los Productos Turísticos
Amazonas	<i>Kuélap: experiencia que supera tu imaginación</i>
San Martín	<i>Naturaleza y espeleísmo en el Alto Mayo</i>
Loreto	<i>La ruta de la biodiversidad: arte y conservación</i>
Cajamarca	<i>Cajamarca: arte y religión</i>
Lambayeque	<i>Bosques y Pirámides de Lambayeque (segunda etapa)</i>
La Libertad	<i>Los dioses y el mar: la casa de los dioses</i>
Piura	<i>Canchaque natural</i>
Tumbes	<i>Deportes náuticos: Zorritos - Punta Sal</i>

## Macro Región Centro

Región	Nombre de los Productos Turísticos
<i>Ancash</i>	<i>Pastoruri, la ruta del cambio climático</i>
<i>Callao</i>	<i>Callao histórico y gastronómico</i>
<i>Huancavelica</i>	<i>Tren macho: aventura sobre rieles</i>
<i>Huánuco</i>	<i>Tingo Maria, aventura al natural (segunda etapa)</i>
<i>Junín</i>	<i>Mazamari y Río Tambo, mucho más por descubrir</i>
<i>Lima</i>	<i>Naturaleza, gastronomía y arqueología milenaria cerca de Lima</i>
<i>Pasco</i>	<i>Oxapampa, reserva de la biosfera</i>
<i>Ucayali</i>	<i>Padre Abad y su impresionante Cordillera Azul</i>

## Macro Región Sur

Región	Nombre de los Productos Turísticos
<i>Apurímac</i>	<i>Tierra de los Chancas: Andahuaylas Cultural</i>
<i>Arequipa</i>	<i>En busca del origen del Pisco</i>
<i>Ayacucho</i>	<i>Renovación de la fe e identidad cultural</i>
<i>Cusco</i>	<i>Cusco Mágico</i>
<i>Ica</i>	<i>Aventura del mar al desierto</i>
<i>Madre de Dios</i>	<i>Naturaleza privilegiada para la observación de aves en Tambopata</i>
<i>Moquegua</i>	<i>Ilo, puerto de encanto</i>
<i>Puno</i>	<i>Cultura, arte y devoción en la capital del Folclore Peruano</i>
<i>Tacna</i>	<i>Camino Inca y termalismo en Tarata y Ticaco</i>

### Promoción de la inversión privada

- Entre los meses de mayo y agosto del año 2015, el MINCETUR realizó una convocatoria a nivel nacional de proyectos de inversión hotelera, a fin que participen en el South American Hotel & Tourism Investment Conference – SAHIC 2015, recibiendo treinta y tres (33) proyectos. En ese sentido, luego que el Comité Consultivo del SAHIC evaluara los proyectos, éste eligió los tres (03) que tendrían la oportunidad de ser expuestos ante el público asistente al evento, realizando contactos con potenciales inversionistas y fondos de capital que asistieron al evento.

Entre los escogidos por el Comité Consultivo figuró el proyecto: “Hotel Aylli Sumac” hoy denominado “The Sacred Sanctuary Hotel”, a desarrollarse en la provincia de Urubamba, en la región Cusco, con una inversión total superior a US\$ 30 millones, el cual ha obtenido el financiamiento para su ejecución.

### Calidad Turística y Normatividad

En materia de calidad turística, el Mincetur trabajó durante los últimos años en la implementación del Plan Nacional de Calidad Turística – CALTUR. El año 2015 se inició la actualización del plan, para afinar sus estrategias de intervención en el territorio nacional.

Al respecto, se consideran los siguientes logros:

- Levantamiento de la línea base del Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas – SABP, para las empresas insertadas por primera vez en el año 2015.

- Intervención en las 25 regiones del país, con el Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas – SABP, Programa de Mejora de la Gestión Empresarial – MGE y Cursos Cortos.
- Capacitación a más de 2300 personas y otorgamiento del reconocimiento de buenas prácticas a 685 empresas a nivel nacional.

### **Gestión Ambiental Turística**

- Se otorgaron once (11) certificaciones ambientales de proyectos de inversión pública/privada con fines turísticos, en los departamentos de Lima, Ica, Madre de Dios y Ucayali, cuyo monto de inversión aproximado es mayor a S/ 239 millones.
- Se elaboró y aprobó el Plan Anual de Evaluación y Fiscalización Ambiental del Sector Turismo – PLANEFA 2016 para el ámbito de Lima Metropolitana, mediante Resolución Ministerial N° 392-2015-MINCETUR.
- Se desarrolló el Programa de Aplicación de Buenas Prácticas Ambientales dirigido a los restaurantes y hoteles de las regiones de La Libertad, Lima, Ica, Cusco Ancash y Arequipa, con el fin de contribuir en el desarrollo sostenible de los Destinos Turísticos, a través de la mejora de la calidad ambiental de los servicios turísticos, teniendo como resultado lo siguiente:
  - 866 prestadores de servicios turísticos capacitados.
  - 365 asistencias técnicas a prestadores de servicios turísticos.
  - 299 prestadores de servicios turísticos evaluados y monitoreados.
  - 107 prestadores de servicios turísticos reconocidos por la aplicación de buenas prácticas ambientales.

### **Al Turista Lo Nuestro – ATLN**

La Iniciativa intervino en las Regiones de Cusco, Ica, Arequipa y Puno, obteniendo los siguientes resultados:

- En la Región Cusco se realizó la entrega de 27 reconocimientos<sup>46</sup> a establecimientos de hospedaje, alimentación y transporte ferroviario (febrero). En la Región Ica se reconoció a 5 establecimientos (noviembre).
- Se llevaron a cabo Talleres Multiactores en las regiones de Lambayeque, La Libertad, Tumbes y Piura. Estos contaron con la participación de 29 actores públicos y privados (establecimientos de hospedaje y alimentación y productores).
- Se participó en las Ferias: Feria Expoalimentaria 2015 y Feria ITB Berlín – Alemania.
- Al cierre del 2015:
  - Se realizaron 3 encuentros entre productores y prestadores de servicios turísticos, tales como ruedas de negocios, entrega de muestras y Chef Tour, con un total de 33 productores y 55 representantes de diferentes

---

<sup>46</sup> Estos reconocimientos consisten en diplomas de reconocimiento a todos los que realizaron compras de manera sostenida durante el año anterior y trofeos a aquellos con mayor monto de compras por cada región.

establecimientos de servicios turísticos de las Regiones de Cusco, Ica y Arequipa.

- Se registró la participación según beneficiarios:
  - Productores identificados y promocionados: 18
  - Número de transacciones comerciales realizadas: Cusco (1 651) Ica (452) Arequipa (375)
  - Se realizaron ventas por un monto aproximado de S/ 2,8 millones.

#### **De Mi Tierra Un Producto - DMTUP**

- Evento oficial para la presentación de la nueva imagen de las localidades de Pucará (región Puno) y Cascas (región La Libertad) con el objetivo de fomentar el turismo.
- 6,500 beneficiarios en las localidades lanzadas (Pucará y Cascas) que cuentan con oportunidades de negocio y un mejor entorno urbano.
- Al 2015, incremento del 10% del flujo de visitantes en las localidades lanzadas en el año anterior (Sibayo y Villa Rica).
- Doce gobiernos locales recibieron acompañamiento y asistencia técnica permanente para el desarrollo del turismo.

#### **Turismo Rural Comunitario – TRC**

- Durante el año 2015, se contó con 76 Emprendimientos en 16 regiones, lo que equivale a 18 800 beneficiarios directos e indirectos.
- 9% de crecimiento anual en flujo de visitantes y 7% crecimiento económico anual durante el año 2015 versus el año 2014.
- Para el año 2015, cerca de 135 mil visitantes extranjeros realizaron turismo en zonas rurales manejadas por organizaciones de base Comunitaria.
- S/ 8 millones como aporte del Turismo a la economía rural, durante el 2015.
- El Perú fue sede del XXIII Congreso Interamericano de Ministros y Altas Autoridades de Turismo de la OEA (el 3 y 4 de setiembre), en la cual se resaltó la importancia del tema propuesto por Perú “Turismo Rural Comunitario: agenda para un desarrollo más competitivo y sostenible” y la relevancia de intercambiar conocimientos y experiencias sobre el Turismo Rural Comunitario y encontrar puntos en común para el desarrollo competitivo y sostenible del turismo en las Américas.

#### **Turismo Social**

En noviembre de 2015 se realizó el lanzamiento de la Iniciativa y se ejecutó el primer recorrido turístico con la participación de 04 grupos de escolares (160 estudiantes beneficiados).

#### **Desarrollo de la Oferta Artesanal**

- En el año 2015, se incorporaron artesanos en el Registro Nacional del Artesano – RNA y se realizaron asistencias técnicas con la finalidad de fortalecer sus capacidades a fin de lograr que participen en ferias y exhibiciones artesanales.

Principales logros	Al 2015
Número de artesanos formalizados en el Registro Nacional del Artesano	54 367
Número de artesanos que mejoran sus competencias para el desarrollo de una oferta competitiva	58 945
Número de artesanos que participan en ferias y exhibiciones artesanales	630
Ventas generadas (S/)	2,1 millones
Regiones intervenidas	18

- Se benefició a 1 661 artesanos de Lima y la Macro Región Sur (Arequipa, Cusco y Puno) en las conferencias brindadas durante los Jueves del Diseño Artesanal, que buscan desarrollar y mejorar las capacidades de diseño de los artesanos.
- A través del Convenio Perú Canadá Trade and Branding Initiative y de la Inclusión Financiera en la Artesanía, se ha logrado que 360 artesanos de Cusco, Piura, Puno, Ucayali, Arequipa y Lambayeque se articulen a nuevos mercados.
- Se participó en 05 ferias y exhibiciones “Perú Gift Show 2015”, “El Rastrillo 2015”, “Smithsonian Folklife Festival 2015 “Perú Pacahamama”, “Peru Market Place” de la Junta de Gobernadores 2015 y CASACOR 2015; y se organizó la Feria “De Nuestras Manos 2015”, beneficiando a más de 600 artesanos.
- En la Feria “De Nuestras Manos 2015” se generaron ventas por un valor de S/ 730 mil.
- El diseñador italiano Giulio Vinaccia capacitó a más de 200 artesanos peruanos en técnicas para generar competitividad en el mercado nacional e internacional y mejorar su rentabilidad mediante el valor agregado en su producción de artesanías.
- Se aprobaron 4 Normas Técnicas Peruanas (NTP), trabajadas por el MINCETUR, que establecen los instructivos técnicos, definición de requisitos, métodos de evaluación y control de procesos productivos para las líneas artesanales: Tejido Plano y Bordado Artesanal.
- A través de los diez (10) Centros de Innovación Tecnológica en Artesanía y Turismo – CITES, se ha beneficiado, de manera directa e indirecta a 55 628 artesanos.
- Se creó el CITE Huamanga – Ayacucho: Se ha dotado de infraestructura y equipamiento al CITE para desarrollar las siguientes líneas artesanales: Orfebrería, Textil, Tallado de piedra, Talabartería–Peletería, Retablo y Hojalatería.

### **Juegos de Casino y Máquinas Tragamonedas**

- Charlas para prevención de la ludopatía: Se dictaron 54 charlas para la prevención de la ludopatía infantil a nivel nacional, lográndose una asistencia de 5 966 personas, principalmente estudiantes en edad escolar y padres de familia.
- Recaudación: Se recaudaron S/ 279 millones por concepto del Impuesto a los juegos de casino y máquinas tragamonedas.
- Destrucción de máquinas tragamonedas: Se destruyeron un total de 716 máquinas tragamonedas, de las cuales 362 se encontraban destinadas a menores de edad y se llevaron a cabo 4 755 acciones de fiscalización a salas de juego autorizadas a nivel nacional

## **2.3. Facilitación Turística**

### **British Airways anuncia inicio de vuelos Londres-Lima**

British Airways es la aerolínea bandera del Reino Unido y una de las aerolíneas Premium más importantes a nivel internacional, vuela a más de 170 destinos en 70 países, teniendo como aeropuerto principal London Heathrow. Anualmente, British Airways moviliza a más de 40 millones de pasajeros. Su flota está conformada por más de 280 aeronaves incluyendo los A380 y 787.

En mayo de 2015, representantes de British Airways se comunicaron con el Viceministerio de Turismo, a fin de expresar su interés de ingresar al mercado

peruano con una ruta directa desde el aeropuerto de Gatwick en Londres hasta Lima, Perú y en agosto de 2015 informó su decisión final de escoger al Perú como destino de Sudamérica, presentando a los medios la nueva ruta aérea Lima-Londres que empezará a operar a partir de mayo de 2016.

#### **Ventanilla Única de Turismo – VUT**

- En septiembre de 2015 se aprobó la Ley que crea la Ventanilla Única de Turismo como estrategia del sector para la facilitación de inversiones, cuyo objetivo es simplificar, virtualizar e integrar los trámites que se exigen para el desarrollo de las actividades de los prestadores de servicios turísticos.
- El 03 de diciembre de 2015 se inició la operación del piloto de la VUT en el Gobierno Regional de Lima.
- Se capacitó a 250 funcionarios y prestadores de servicios turísticos en 10 regiones: Piura, Tacna, Cusco, Lambayeque, La Libertad, Lima, Huánuco, Pasco, Apurímac, Arequipa e Ica.

#### **Fortalecimiento de la Facilitación Turística**

- Se capacitó a 70 funcionarios de la DIRCETUR/GERCETUR de Piura, Lambayeque, Cajamarca, Arequipa, Tacna, Cusco, Loreto y La Libertad, en el marco de las acciones de fortalecimiento de capacidades en materia de facilitación turística.
- Se ejecutó el Programa Específico de Cooperación en materia de turismo entre Perú y México suscrito el año 2014, mediante el cual SECTUR México y MINCETUR desarrollaron actividades de intercambio de experiencias para el impulso de la gastronomía desde el sector público y se sentaron las bases de posibles acuerdos de cooperación bilateral 2016 - 2017.

### **2.4. Institucionalidad del Sector**

#### **Cultura Turística**

- En el marco de la transferencia de funciones en temas de conciencia turística, se realizaron ocho (08) asistencias técnicas dirigidas a funcionarios de los Gobiernos Regionales de San Martín, Ica, Junín, Huancavelica, Amazonas, Tacna, Lima y Apurímac, beneficiando a un total de 361 funcionarios.
- Se realizó el Taller Nacional para la Planificación y Gestión de actividades de Cultura Turística y Prevención de la ESNNA, contando con la participación de 39 funcionarios de 20 gobiernos regionales, donde se brindaron alcances de planificación y gestión de proyectos, lineamientos de Cultura Turística y Prevención de la ESNNA. Dicho espacio de trabajo permitió realizar el diagnóstico situacional de algunas regiones e intercambiar las experiencias exitosas que pueden ser replicadas en otras regiones.
- Se realizó el Tercer Encuentro de Cultura Turística en el mes de noviembre, contando con un aproximado de 200 participantes.
- Se realizó la Campaña de Cultura Turística “Todos somos partes del Turismo”, en medios de comunicación del 30 de marzo al 24 de abril.

Respecto a Prevención de la Explotación Sexual de Niñas, Niños y Adolescentes – ESNNA en el ámbito del turismo:

- Se realizaron quince (15) charlas y talleres de Prevención de la ESNNA en las ciudades de: Huacho, Iquitos, Piura, Trujillo, Chiclayo, Ayacucho, Cusco, Cajamarca, Puno, Tacna, Arequipa, Tarapoto, Perené (Junín) y Pichanaki

(Junín); logrando sensibilizar a un total de 834 personas, incentivando el compromiso ético de parte de toda persona vinculada directa o indirectamente a la actividad turística, respecto a la prevención y el combate de la explotación sexual de menores en el ámbito del turismo.

- Se llevó a cabo la Exposición Fotográfica denominada “La Infancia NO se vende” en las Regiones de Cusco (Plaza de Armas del Cusco, del 15 al 19 de octubre), Loreto (Boulevard de Iquitos, del 17 al 21 de setiembre) y Lima en los distritos de Barranco (Paseo Chabuca Granda, del 03 al 07 de setiembre), Pueblo Libre (Plaza Bolívar, del 12 al 16 de noviembre) y Cercado de Lima (Pasaje Santa Rosa, del 26 al 30 de noviembre).
- Cabe mencionar que desde el 2009 al 2015 los proveedores de servicios turísticos han suscrito en total 1 305 Códigos de Conducta a nivel nacional (instrumento de adhesión voluntaria que contiene lineamientos, para que las empresas del sector turismo puedan proteger a las niñas, niños y adolescentes contra la explotación sexual en los viajes y el turismo).

### Seguridad Turística

- El Mincetur y la Asociación Liga Peruana de Lucha Contra el Crimen, firmaron un Convenio Marco de Cooperación Interinstitucional, para emprender acciones conjuntas contra la delincuencia común, la corrupción y el crimen organizado, a fin de fortalecer la seguridad de los turistas nacionales y extranjeros que se desplazan por el Corredor Turístico Aeropuerto-Hospedajes-Aeropuerto (Callao-Lima).

Se pone a disposición la Línea gratuita \*2580 y su aplicativo para teléfonos celulares smartphones y tablet, a través de los cuales podrá reportar un hecho delictivo a la Central de Alto al Crimen y esta, a su vez, comunicar a la Policía Nacional y al Serenazgo.

- Se implementó el Corredor Turístico Preferencial - CTP: Cusco – Boca Manu (230 Km de cobertura: Machu Picchu – Ollantaytambo – Urubamba – Chinchero – Cusco), y se entregó el nuevo centro de control y comunicaciones equipado con tecnología de última generación, a través del cual la Policía de Turismo de Cusco conducirá las operaciones de seguridad y patrullaje a favor de los turistas.

Se entregó cuarenta y dos (42) equipos de radio portátiles, doce (12) equipos de radio móviles y seis (6) equipos de radio base, los mismos que se instalaron en las Comisarías PNP de Chinchero, Urubamba, Ollantaytambo y Santuario de Machu Picchu.

### Corredor Turístico Preferencial Cusco – Machu Picchu



- Adicionalmente, en el marco de una alianza estratégica con el Ministerio del Interior (MININTER) por la seguridad de los turistas, el MINCETUR entregó modernos equipos e implementos, además de tres (3) camionetas pick up (tracción 4 x 4 y doble cabina), al Departamento de Salvamento de Alta Montaña de la Policía Nacional del Perú Sede Cusco.

### 3. Logros obtenidos durante el periodo 2014

#### 3.1. Diversificación del mercado turístico

##### **Presencia en Dubái**

En el marco de **GULFOOD**, la OCEX del Perú en Dubái organizó el evento “Taste of Peru”, en alianza con el Grupo Jumeirah, la cadena de hoteles más representativa e importante del Medio Oriente. El evento fue seleccionado por el Gobierno de Dubái para formar parte del Dubai Food Festival. Cabe destacar que el Perú fue el único país invitado a formar parte de este evento.

##### **Festival Culinario Latinoamericano en la India**

A través de su Oficina Comercial del Perú en Nueva Delhi, el Perú participó desde el 3 hasta el 19 de abril en el Primer Festival Culinario Latinoamericano denominado “India Fiesta Latina 2014”, en Guargaon (India).

##### **FIEXPO**

En el mes de junio se desarrolló la FIEXPO (Feria Internacional del Mercado de Reuniones e Incentivos para la promoción de la infraestructura y servicios en América del Sur, América Central, el Caribe y México), reuniendo representantes del sector, y compradores invitados generadores de negocios en Latinoamérica.

Gracias al esfuerzo público-privado, el Perú y Lima han escalado posiciones en el ranking mundial de la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA 2013), cuatro y nueve posiciones respecto al 2012; y Arequipa aparece por primera vez en el puesto 74 a nivel mundial.

##### **WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL–WTTC (AMERICAS SUMMIT 2014)**

En el año 2014, se llevó a cabo el evento Americas Summit 2014, obteniéndose los siguientes resultados:

- Posicionamiento de Lima - Perú como sede de Convenciones y Eventos.
- Se pronosticó una inversión de US\$ 46 mil millones para los viajes y el turismo en Latinoamérica en la próxima década.

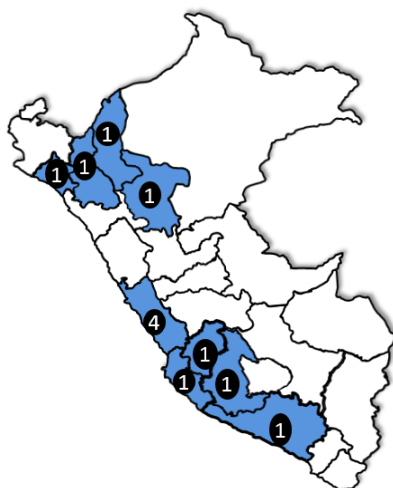
#### 3.2. Desarrollo y Diversificación de Destinos Turísticos

##### **PLAN COPESCO NACIONAL: Proyectos de Inversión Pública**

Durante el 2014, Plan COPESCO Nacional, ejecutó proyectos de inversión pública de infraestructura turística por el importe de S/ 33.2 millones.

	2014
<b>Inversión Ejecutada</b> (en millones de S/)*	33,2
<b>Beneficiarios</b> (en millones)	7,5
<b>Número de regiones involucradas</b>	9
<b>Número de obras concluidas</b>	12

(\*) Referido sólo a los gastos en proyectos de inversión



• 12 Obras concluidas

Nº	REGION	Nº OBRAS
1	AMAZONAS	1
2	AREQUIPA	1
3	AYACUCHO	1
4	CAJAMARCA	1
5	ICA	1
6	HUANCAVELICA	1
7	SAN MARTIN	1
8	LAMBAYEQUE	1
9	LIMA	4
	<b>TOTAL</b>	<b>12</b>

## Obras Culminadas en el 2014

### 1. Señalización y Descansos en el circuito de Caminata Turística de Tingo Viejo hacia Kuélap - Amazonas

- Monto del proyecto: S/ 540 807
- Monto ejecutado: S/ 478 958
- Acciones: colocación de estares de descanso en la ruta trekking Tingo Viejo al Complejo Arqueológico Kuelap, señalización turística desde la ciudad de Chachapoyas - Pedro Ruíz y a lo largo del camino de trekking de Tingo Viejo hacia el C.A Kuelap. Talleres de capacitación y sensibilización.
- 3 mil beneficiarios.

### 2. Mejoramiento de la plaza principal y su entorno del Pueblo Tradicional de Sibayo Rumillacta - Arequipa

- Monto del proyecto: S/ 1 289 041
- Monto ejecutado: S/ 1 368 828
- Acciones: remodelación de la plaza principal, construcción de arcos de ingreso y salida de la zona monumental, mejoramiento de fachadas y coberturas de las edificaciones del entorno de la plaza con cobertura de paja. Programa de capacitación y sensibilización de la actividad turística.

### 3. Construcción del Malecón en la Zona Oeste de la playa de Puerto Etén - Lambayeque

- Monto del proyecto: S/ 10 413 328
- Monto ejecutado: S/ 10 177 697

- Acciones: construcción de módulos y patio para consumo de alimentos, pavimentación de calle adyacente al malecón, construcción de veredas y senderos, construcción de 2 muelles peatonales con accesos y miradores, construcción de 2 plazoletas principales y 2 plazoletas secundarias, instalación de mobiliario urbano : bancas, tachos, faroles.
- 177 mil beneficiarios

#### **4. Iluminación Huaca Santa Catalina – La Victoria - Lima**

- Monto del proyecto: S/ 1 073 953
- Monto ejecutado: S/ 959 412
- Acciones: implementación de sistema de iluminación, señalización área arqueológica, construcción de cerco perimétrico, servicios higiénicos, módulo de atención y boletería, mejoramiento del área de interpretación, y de elementos de protección del recorrido. Implementación de trabajos de conservación
- 12 mil beneficiarios.

#### **5. Conservación Huaca La Luz – Cercado de Lima**

- Monto del proyecto: S/ 6513 137
- Monto ejecutado: S/ 389 166
- Acciones: construcción de cerco perimétrico, señalización de acceso a la zona arqueológica, limpieza y conservación en la Huaca la Luz.
- 10 mil beneficiarios

#### **6. Mejoramiento e instalación de los servicios turísticos públicos de la ruta turística descubriendo Barranco, distrito de barranco, provincia de Lima**

- Monto del proyecto: S/ 9 089 144
- Monto ejecutado: S/ 1 067 473
- Acciones: restauración de las condiciones físicas del Puente de los Suspiros, implementación de iluminación del puente.
- 333 mil beneficiarios.

#### **7. Mejoramiento de la infraestructura turística de Pucusana: Vía peatonal Pasaje Manco Cápac**

- Monto del proyecto: S/ 4 665 051
- Monto ejecutado: S/ 4 428 085
- Acciones: reparación de oquedades y fisuras existentes, construcción de enrocados, pavimentación, colocación de barandas de protección entre el malecón y el mar, iluminación del pasaje Manco Cápac hasta el Yacht Club de Pucusana.
- 18 mil beneficiarios.

#### **8. Restauración, equipamiento y puesta en valor de la Iglesia Santísima Trinidad de Conayca – Huancavelica**

- Monto del proyecto: S/ 2 120 897
- Monto ejecutado: S/ 1 823 813
- Acciones: restauración de muros, estructura de madera y cobertura de los techos, puertas y ventanas. Instalaciones eléctricas, instalaciones pluviales, piso interior y exterior. Limpieza de fachada principal y laterales.
- 897 beneficiarios.

- 9. Mejoramiento del servicio de orientación turística en las provincias de Huamanga, cangallo, lucanas, Parinacochas, Vilcashuamán y Huanta en el departamento de Ayacucho**
- Monto del proyecto: S/ 378 094
  - Monto ejecutado: S/ 332 987
  - Acciones: implementación de señalización turística en los principales atractivos de Ayacucho.
  - 3 892 727 Beneficiarios
- 10. Mejoramiento del servicio de orientación turística en el corredor turístico de Paracas Nazca**
- Monto del proyecto: S/ 465 977
  - Monto ejecutado: S/ 380 561
  - Acciones: implementación de la señalización turística y fortalecimiento de capacidades respecto a la señalización turística a las instituciones competentes.
  - 2 153 171 beneficiarios
- 11. Mejoramiento de orientación turística en las provincias de Moyobamba, Rioja, San Martín y Lamas, región San Martín**
- Monto del proyecto: S/ 488 306
  - Monto ejecutado: S/ 412 592
  - Acciones: implementación de señalización turística de los circuitos turísticos de la región San Martín
  - 789 246 beneficiarios.
- 12. Puesta en Valor y Acondicionamiento Turístico de la Ruta del Agua Cumbemayo – Obra Complementaria**
- Monto del proyecto: S/ 2 684 108
  - Monto ejecutado: S/ 2 005 317
  - Acciones: construcción de muro de mampostería de piedra para protección del recurso.
  - 177 422 beneficiarios

### **Agenda para el Desarrollo e Innovación de Productos Turísticos en Regiones**

En diciembre de 2014, se desarrolló la presentación de los 25 productos turísticos regionales, en el marco del “Workshop de Productos Turísticos Regionales 2014”; con la finalidad de presentar oficialmente los productos implementados y promover su incorporación en la oferta turística nacional.

### **Promoción de Inversión Pública**

Formulación del Programa de Inversiones "Mejoramiento y ampliación de servicios turísticos públicos en el ámbito del Corredor Turístico: Parque Arqueológico Choquequirao - Reserva Nacional de Tambopata en las regiones Apurímac, Cusco y Madre de Dios" (Código PROG-020-2014-SNIP)  
Se formularon cuatro (4) Proyectos de Inversión Pública para Puno, Arequipa, Chachapoyas y Trujillo.

### **Calidad Turística y Normatividad**

Implementación de las herramientas para la mejora de la calidad de los servicios turísticos del Plan Nacional de Calidad Turística – CALTUR.

Logros:

- Aplicación de las herramientas en todos los departamentos del Perú, con programación de actividades acordes con las necesidades de cada una.
- Fueron capacitadas 2452 personas, otorgando el Reconocimiento a la Aplicación de Buenas Prácticas, a 599 empresas a nivel nacional.

En materia de normatividad turística, se obtuvieron los siguientes resultados:

- Se organizaron 7 capacitaciones y asistencia técnicas a los supervisores de las GERCETUR y DIRCETUR en materia de supervisión, en el marco de la transferencia de funciones.
- Se conformaron 25 Mesas de Coordinación Regional a fin de combatir la informalidad en la prestación de servicios turísticos.

### **Turismo Rural Comunitario –TRC**

- Se intervino en 76 emprendimientos de 15 departamentos del país, lo que equivale a 17 500 beneficiarios directos e indirectos, lográndose los siguientes resultados:
  - Alrededor de 125 mil visitantes extranjeros realizaron turismo en zonas rurales manejadas por organizaciones de base comunitaria, lo que corresponde a un incremento de 18% respecto al año anterior.
  - Se generó S/ 7.5 millones como aporte del turismo a la economía rural, lo que representa un incremento de 8% respecto al año 2013.
- Desarrollo del Proceso de Mejora Continua hacia la Calidad en Turismo Rural Comunitario: 158 unidades productivas capacitadas de Arequipa, Cusco, Puno y Apurímac.
- Ejecución del Proceso de Mejora Empresarial en Turismo Rural Comunitario: 460 emprendedores capacitados en Amazonas, Ancash, Apurímac, Arequipa, Ayacucho, Cajamarca, Cusco, Junín, Lambayeque, Lima, Loreto, Madre de Dios, Pasco, Puno y San Martín.
- Realización de la II Jornada de Comercialización de Turismo Rural Comunitario: 30 emprendimientos expositores provenientes de 10 departamentos del país establecieron 564 citas de negocios.
- Desarrollo de la página web comercial de Turismo Rural Comunitario, en la cual se incluyó 28 emprendimientos a través de 26 experiencias.
- Publicación del Catálogo de Productos de Turismo Rural Comunitario que comprendió 40 emprendimientos a través de 36 experiencias.
- Realización del VIII Encuentro Nacional de TRC al cual asistieron 603 personas, entre emprendedores, gestores, investigadores, docentes, estudiantes y universitarios.

### **Al turista, Lo nuestro**

- Chef tours en Arequipa y Cusco: participaron 117 representantes de los principales hoteles y restaurantes de la Región, quienes visitaron 11 y 7 lugares de producción, respectivamente.
- Se realizaron Talleres de Especialización en la Generación de Capacidades de proveeduría a Empresas del Sector Turismo en Arequipa, Ica y Cusco.

- Se participó en las ferias nacionales: Expoalimentaria 2014 y Voces por el Clima – COP20
- Se participó en las ferias internacionales ANATO (Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo) e ITB-Berlín.
- Al cierre del 2014, se había registrado la participación de 54 prestadores de servicio turístico adscritos a la Iniciativa, 845 transacciones comerciales y ventas por un monto aproximado de S/ 684 mil.

### **De Mi Tierra, Un Producto**

- Se suscribieron 12 convenios marco y específicos con doce localidades en 09 regiones: Andahuaylillas, Callahuanca, Cascas, Catacaos, Lamas, Magdalena de Cao, Pacasmayo, Pucará, Quinua, San Pedro, Sibayo y Villa Rica, lo que beneficiará a 148 mil pobladores.
- Evento oficial para la presentación de la nueva imagen de las localidades de Sibayo (Arequipa) y Villa Rica (Pasco) con el objetivo de fomentar el turismo.
- 19 mil beneficiarios en las localidades lanzadas (Sibayo y Villa Rica) que cuentan con oportunidades de negocio y un mejor entorno urbano.
- Se intervino en las localidades de Torata y El Algarrobal (Moquegua).

### **Turismo Social**

Se identificó al público objetivo de la Iniciativa Turismo Social y se realizaron 08 pilotos de recorridos turísticos, con público escolar y adulto mayor, beneficiando a 430 personas.

### **Gestión Ambiental Turística**

- Se otorgaron doce (12) certificaciones ambientales a proyectos de inversión pública/privada y actividades en curso con fines turísticos.
- Se elaboró y aprobó el Plan Anual de Evaluación y Fiscalización Ambiental del Sector Turismo – PLANEFA 2015, para el ámbito de Lima Metropolitana.
- Se dio inicio al Programa de Aplicación de Buenas Prácticas Ambientales dirigido a los restaurantes y hoteles de las regiones de Lima e Ica; lográndose reconocer a 12 establecimientos de Lima Metropolitana, por la aplicación de buenas prácticas ambientales.
- Se actualizaron los Manuales de Buenas Prácticas Ambientales para establecimientos de Hospedajes, Manuales de Buenas Prácticas Ambientales para Restaurantes, Guía Introductoria de Buenas Prácticas de Gestión del Riesgo de Desastre en el Sector Turismo, Introducción a la Arquitectura Bioclimática en hospedajes en zonas rurales.
- Se realizaron cuatro (04) eventos, en el marco de la “Vigésima Conferencia de las Partes de la Convención marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático – COP 20” y la “Décima Reunión de las Partes del Protocolo de Kioto – CMP 10”.

### **Desarrollo de la Oferta Artesanal**

- Se aprobaron 9 normas técnicas peruanas (NTP), referidas al sector artesanal en Filigrana, Cerámica decorativa y Telar de Cintura, las cuales fueron trabajadas por el MINCETUR con el único objetivo de impulsar la competitividad y calidad de los productos elaborados por los artesanos del país.
- 900 artesanos capacitados en Sistema de Gestión de Calidad, 5S y Mejora de Procesos en 8 regiones.

- Se desarrollaron tres (3) ferias: De Nuestras Manos, Arte Nativa, Kaypi Perú\*), que beneficiaron a 1680 artesanos, obteniendo la suma de S/ 1 188 253 en ventas de artesanía.
- Se otorgó el “Premio Nacional Amautas de la Artesanía Peruana 2013” a fin distinguir y reconocer a los artesanos peruanos por sus dotes en el trabajo hecho a mano y sus aportes a la conservación de la tradición artesanal.
- Se realizó la Feria Arte Nativa, donde se contó con la participación de artesanos de las 29 comunidades amazónicas, quienes provienen de diversas etnias como Yines, Shipibo, Yanesha, Ashaninka, Awajún, Boras, Witoto y Cocama.
- A través de los diez (10) Centros de Innovación Tecnológica en Artesanía y Turismo – CITES, se ha beneficiado, de manera directa e indirecta a 59 220 artesanos.
- Se inauguró el nuevo local del Centro de Innovación Tecnológica-CITE Joyería de Catacaos en Piura, con la finalidad de dotar de infraestructura necesaria y adecuada para el desarrollo de las actividades artesanales.

### **Juegos de Casino y Máquinas Tragamonedas**

- Charlas para prevención de la ludopatía: Se dictaron 103 charlas para la prevención de la ludopatía infantil a nivel nacional, lográndose una asistencia de 11 034 personas, principalmente estudiantes en edad escolar y padres de familia.
- Recaudación: Se recaudaron S/ 278 millones por concepto del Impuesto a los juegos de casino y máquinas tragamonedas.
- Destrucción de máquinas tragamonedas: Se destruyeron un total de 710 máquinas tragamonedas, de las cuales 492 eran destinadas a menores de edad.
- Interconexión: Se mantiene la interconexión del 100% de 79,086 máquinas tragamonedas en tiempo real.
- Sistema de Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo – SPLAFT: Se logra el 100% de las empresas operadoras de juegos de casino y máquinas tragamonedas, insertadas en el Sistema de Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo – SPLAFT.
- Regulación: Se emite la Regulación para los sistemas cliente servidor para máquinas tragamonedas, lo cual permite estar a la vanguardia tecnológica para sistemas que operan en salas de juegos.

### **3.3. Facilitación Turística**

#### **Proyecto Ventanilla Única de Turismo – VUT**

El 31 de octubre de 2014 se creó la Comisión Multisectorial de Naturaleza Temporal para la propuesta de creación e implementación de la Ventanilla Única de Turismo.

#### **Fortalecimiento de la Facilitación Turística**

- Se capacitó a 18 funcionarios de la DIRCETUR Tumbes y DIRCETUR Tacna, en el marco de las acciones de fortalecimiento de capacidades en materia de facilitación turística.
- Se suscribió el “Programa Específico de Cooperación en materia de turismo entre Perú y México”, fortaleciendo las capacidades de los funcionarios de SECTUR México y MINCETUR.

- Se suscribieron los siguientes instrumentos internacionales en materia de turismo:
  - ✓ Julio 2014: Programa Específico de Cooperación 2014-2015 en seguimiento del Memorándum de Entendimiento entre el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de la República del Perú y la Secretaría de Turismo de los Estados Unidos Mexicanos sobre cooperación turística.
  - ✓ Noviembre 2014: Acuerdo de Cooperación Interinstitucional entre el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de la República del Perú y el Ministerio de Cultura de la Federación de Rusia en materia de turismo.

### 3.4. Institucionalidad del Sector

#### **Cultura Turística**

- Se llevó a cabo la Campaña de Cultura Turística 2014, la cual tuvo intervenciones en las ciudades de Piura, Huanchaco, Chiclayo, Cajamarca y Lima Metropolitana (en los distritos de Miraflores, Barranco y Centro de Lima); lográndose realizar un total de 2,216 participaciones del público.
- Se llevaron a cabo tres (03) campañas estacionales de Cultura Turística en coordinación con entidades públicas y privadas, las cuales fueron:
  - Campaña de Verano, dirigida a vacacionistas y prestadores de servicios turísticos, sobre la importancia de conservar limpias las playas, logrando un impacto en 222 prestadores de servicios turísticos y servicios conexos, y 32 244 vacacionistas en playas de Lima Metropolitana.
  - Campaña de Fiestas Patrias, para sensibilizar a los prestadores de servicios turísticos sobre la importancia de conservar la limpieza en los destinos que visitarían en feriado largo. Esta campaña comprendió a 132 prestadores de servicios turísticos.
  - La Campaña de Navidad, tuvo como objetivo capacitar a prestadores de servicios turísticos, ambulantes y personal de seguridad sobre el cuidado del entorno.

Respecto a la Prevención de la Explotación Sexual de Niñas, Niños y Adolescentes – ESNNA en el ámbito del turismo:

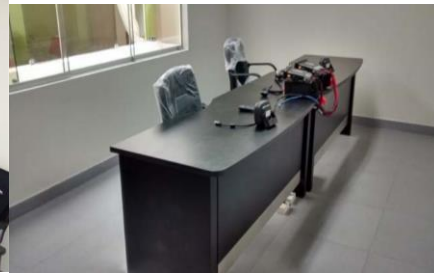
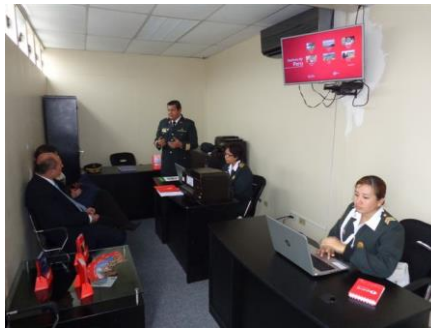
- Se realizaron once (11) charlas y talleres de Prevención de la ESNNA en las ciudades de: Arequipa, Lima, Piura, Nueva Cajamarca (San Martín), Chanchamayo (Junín), Huánuco, Tingo María (Huánuco) y Coronel Portillo (Ucayali), sensibilizando a un total de 636 personas.
- Asimismo, se auspició la puesta en escena de la obra teatral “Voces en el Silencio” en Lima y Pucallpa, llegando a registrar un total de 1 004 asistentes.
- El 27 de junio del 2014 fue suscrito el Convenio Marco de Cooperación Interinstitucional entre el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR y la Asociación de Ejecutivas de Empresas Turísticas – AFEET.

## Seguridad Turística

- En el marco de la alianza estratégica entre el MINCETUR y el Ministerio del Interior, se entregó a la Policía de Turismo, para los diferentes Corredores Turísticos Preferenciales, 58 camionetas, 34 Motocicletas, 10 Cuatrimotos, 19 equipos de cómputo, mobiliario de oficina y una plataforma de Comunicaciones Digitales de Estándar Tetra Troncalizado para cada uno de los Corredores Turísticos.



- El 21 de noviembre se inauguró el Primer Corredor Turístico Preferencial (Aeropuerto – Hospedajes – Aeropuerto), con una extensión de 32 kilómetros y se implementó una Oficina de Atención al Turista en el Aeropuerto Internacional "Jorge Chávez" a cargo de la Policía de Turismo. Asimismo, se entregó el Centro de Control y Comunicaciones, implementado con un Sistema de Comunicaciones Digitales de Estándar Tetra Troncalizado.



- Se implementó el uso de la aplicación de seguridad turística “Tourism Police Peru”, que permite al turista nacional o extranjero que arriba al aeropuerto Jorge Chávez, descargarlo en su Smartphone o Tablet en forma gratuita, en los sistemas operativos ANDROID o IOS, y utilizarlo durante su desplazamiento por el Corredor Turístico, ante una situación que vea afectada su seguridad, como es un requerimiento médico urgente, un accidente de tránsito o ante un hecho delictivo.

- Se implementó la Línea telefónica gratuita 0800-22221 para reporte de incidentes en el Corredor Turístico Aeropuerto – Hospedajes – Aeropuerto, por turistas nacionales o extranjeros que cuenten únicamente con teléfono celular básico.
- Dentro de la Alianza Estratégica entre el MINCETUR y el Ministerio de Defensa (Marina de Guerra del Perú – Dirección General de Capitanías y Guardacostas), se ha entregado a la Jefatura del Distrito de Capitanías N°5 de la Amazonía, un (01) Puesto de Vigilancia Móvil totalmente equipado, con sistema de propulsión de DOS (02) motores fuera de borda de 150 HP. Asimismo, se entregó ocho (08) lanchas fluviales tipo Bora con sistema de propulsión.

#### 4. Logros obtenidos durante el periodo 2013

##### 4.1. Diversificación del mercado turístico

###### **Ruta Turística del Cacao - Sexta Edición de Mistura**

Se presentó la Ruta Turística del Cacao<sup>47</sup>, a fin de diversificar la oferta turística de la región San Martín. La primera etapa de desarrollo de la ruta se centra en las localidades de Lamas, Juanjuí (Alto El Sol) y Tarapoto.

###### **Foro Dieta Peruana “Coma rico, coma sano, coma peruano”**

El objetivo fue promover un estilo de alimentación sana, sabrosa y nutritiva basada en los productos agrarios emblemáticos y las tradiciones culinarias de las diversas regiones del Perú.

##### 4.2. Desarrollo y Diversificación de Destinos Turísticos

###### **PLAN COPESCO NACIONAL: Proyectos de Inversión Pública**

Durante el 2013, se ejecutaron proyectos de inversión pública en 9 regiones con una inversión de S/ 20,07 millones.

	2013
<b>Inversión Ejecutada</b> (en millones de S/) *	20.07
<b>Beneficiarios</b> (en millones)	2,2
<b>Número de regiones involucradas</b>	9
<b>Número de obras concluidas</b>	12

<sup>47</sup> El cacao ha obtenido premios como “El mejor chocolate del mundo del Salon du Chocolat de París 2009”; y, “Mejor grano y licor de cacao” en la tercera edición del Chocoandino en Colombia en el año 2011.



12 Obras concluidas

Nº	DEPARTAMENTO	Nº OBRAS CONCLUIDAS
1	AMAZONAS	1
2	AREQUIPA	1
3	AYACUCHO	1
4	CAJAMARCA	1
5	ICA	1
6	LA LIBERTAD	1
7	LAMBAYEQUE	1
8	LIMA	4
9	PIURA	1
TOTAL		12

### Obras Culminadas en el 2013:

#### 1. Acondicionamiento Turístico del Complejo Arqueológico El Brujo de Magdalena de Cao, Distrito de Magdalena de Cao - Ascope - La Libertad

- Monto del proyecto: S/ 6 018 776
- Monto ejecutado: S/ 2 240 304
- Acciones: construcción de infraestructura turística, conservación y puesta en valor.
- 13 000 beneficiarios.

#### 2. Mejoramiento e Iluminación artística del circuito turístico religioso del centro histórico de la ciudad de Ayacucho, provincia de Huamanga – Etapa II Ayacucho

- Monto del proyecto: S/ 2 521 879
- Monto ejecutado: S/ 1 936 726
- 69 617 beneficiarios.
- Acciones: Iluminación de las 5 Iglesias del ámbito de estudio del proyecto.

#### 3. Construcción del parador turístico e implementación de señalización turística del Conjunto Arqueológico de Kuélap.

- Monto del proyecto: S/ 2 410 222
- Monto ejecutado: S/ 2 399 636
- Acciones: construcción de servicios turísticos, plaza principal, área de artesanos, sala exposiciones museográficas, servicios higiénicos, estacionamiento, áreas administrativas.
- 54 775 Beneficiarios

#### 4. Implementación de Señalización Turística en las principales playas de la Región Piura.

- Monto del proyecto: S/ 307 525
- Monto ejecutado: S/ 239 923
- Acciones: instalación de señalización turística.

- 93 332 beneficiarios.

**5. Construcción de la Marina Turística Paracas (embarcadero turístico y servicios complementarios), en la localidad El Chaco, Distrito de Paracas**

- Monto del proyecto: S/ 9 510 904
- Monto ejecutado: S/ 9 204 370
- Acciones: construcción de embarcadero turístico, construcción de infraestructura complementaria (estacionamiento, sala de espera, snack, ss.hh. sala de usos múltiples, stands de ventas, depósitos e infraestructura para lancheros), señalización turística, sensibilización y capacitación.
- Beneficiarios: 1 319 435 turistas nacionales y extranjeros.

**6. Mejoramiento del Servicio Cultural del Museo de Sitio de Túcume.**

- Monto del proyecto: S/ 7 150 814
- Monto ejecutado: S/ 8 535 726
- Beneficiarios: 85 286 turistas nacionales y extranjeros.
- Acciones: instalación de servicios turísticos, conservación y restauración.

**7. Puesta en valor turístico del Conjunto Arqueológico Uyo Uyo, Distrito de Yanque, Valle del Colca, Provincia de Caylloma**

- Monto del proyecto: S/ 4 356 428
- Monto ejecutado: S/ 1 754 145
- Acciones: señalización, construcción de servicios higiénicos, estacionamiento vehicular y centro de interpretación.
- Beneficiarios: 156 948 turistas nacionales y extranjeros.

**8. Puesta en Valor y Acondicionamiento Turístico de la Ruta del Agua – Cumbemayo**

- Monto del proyecto: S/ 2 684 108
- Monto ejecutado: S/ 2 005 317
- Acciones: consolidación de estructuras en peligro, limpieza de canal, señalización, mejoramiento de camino de recorrido interno, construcción de boletería, estacionamiento, centro de interpretación, servicios higiénicos y áreas para exposición de muestras artesanales.
- 177 mil beneficiarios.

**9. Iluminación Huaca La Luz – Cercado de Lima**

- Monto del proyecto: S/ 513 137
- Monto ejecutado: S/ 389 166
- Acciones: implementación del sistema de iluminación en el Monumento arqueológico Huaca la Luz I
- 10 31 beneficiarios.

**10. Acondicionamiento de los servicios turísticos para la visita nocturna a la huaca Huantille - Magdalena del Mar – componente iluminación**

- Monto del proyecto: S/ 670 782
- Monto ejecutado: S/ 571 807
- Acciones: iluminación, construcción de sala de interpretación, boletería, servicios higiénicos, guardianía y depósito, letreros de ingreso.
- 12 068 beneficiarios.

#### **11. Acondicionamiento de los servicios turísticos para la visita a la huaca Santa Catalina- distrito de la victoria – Componente Conservación**

- Monto del proyecto: S/ 1 073 957
- Monto ejecutado: S/ 959 412
- Acciones: conservación para la investigación, estabilización y conservación del monumento.
- 12 484 beneficiarios.

#### **12. Acondicionamiento de los servicios turísticos para la visita nocturna a la Huaca La Merced - Surquillo – componente de iluminación**

- Monto del proyecto: S/ 1 111 544
- Monto ejecutado: S/ 852 245
- 223,428 beneficiarios.
- Acciones: Mejoramiento de Implementación de la Iluminación, en la Huaca

#### **Promoción de Inversión Pública**

- Se formularon dos (2) proyectos de inversión pública para el departamento de San Martín.

#### **Promoción de la inversión privada**

- Estudios para el desarrollo de la actividad turística:
  - Estrategia de Turismo de Reuniones, Eventos y Congresos.
  - Estrategia de atracción de líneas aéreas internacionales para incrementar la conectividad aérea internacional del turismo con el Perú.
  - Estudio “Brechas hoteleras en 7 ciudades de Perú”.
  - Estrategia de desarrollo del Turismo de Golf en Perú.
- En octubre del 2013 se llevó a cabo el Foro de Inversión, que tuvo por finalidad mostrar a las empresas relacionadas a hoteles de 3, 4 y 5 estrellas las posibilidades de inversión y la demanda insatisfecha que podrían cubrir.

#### **Calidad Turística y Normatividad**

##### **Logros:**

- Intervención en 16 regiones del Perú.
- Capacitación a 1631 personas en materia de buenas prácticas de gestión de servicios y en gestión de negocios.
- Otorgamiento del Reconocimiento a la Aplicación de Buenas Prácticas a 414 empresas a nivel nacional.
- En cuanto al Sello de Calidad Turística Perú, 158 prestadores de servicios turísticos fueron capacitados en Normas Técnicas Peruanas para hoteles y restaurantes.
- Se llevó a cabo intervenciones en 3 Rutas Turísticas (Pisco, Café y Cacao), facilitando asistencia técnica y capacitación.

En materia de normatividad turística, se obtuvieron los siguientes resultados:

- 12 Talleres de capacitaciones y asistencia técnica en materia de supervisión en el marco de la transferencia de funciones.

- 17 talleres de capacitación para la mejora de la fiscalización y supervisión de servicios turísticos.

### **Turismo Rural Comunitario –TRC**

Se intervino en 73 emprendimientos de 15 regiones del país, lográndose los siguientes resultados:

- Más de 100 mil visitantes extranjeros realizaron turismo en zonas rurales manejadas por organizaciones de base comunitaria, lo que corresponde a un incremento de 8% respecto al año anterior.
- Se generó alrededor de S/ 7 millones como aporte del Turismo a la economía rural, lo que representa un incremento de 17% respecto al año 2012.

### **Al Turista, Lo Nuestro**

- Se participó en tres (03) ferias internacionales: ITB-Berlín (marzo 2013), Madrid Fusión (enero 2013), FITUR (enero - febrero 2013).
- Se participó en dos (02) ferias nacionales: Feria Gastronómica Perú Mucho Gusto – Tacna (mayo – junio 2013), Feria Expoalimentaria 2013 (octubre 2013).
- Se suscribió un convenio de colaboración interinstitucional con la Fundación Clinton, para brindar asistencia técnica a micro y pequeñas empresas de Cusco, con la finalidad que puedan cumplir con los altos estándares de calidad requeridos por los principales ofertantes de servicios turísticos de la región con una inversión total de US\$ 911 232.
- En diciembre se culminó el desarrollo del Estudio de Línea Base en la Región Cusco, el mismo que se realizó en el marco del Convenio de Cooperación Interinstitucional MINCETUR – Fundación Clinton.
- Se realizó en Ica el Chef tour, al cual asistieron 34 representantes de los principales hoteles y restaurantes de la Región, quienes visitaron 08 lugares de producción: tejas, chocolates, piscos, productos orgánicos, mermeladas, artesanía, cárnicos, productos hidrobiológicos.

### **De Mi Tierra Un Producto**

- Evento oficial para la presentación de la nueva imagen de la localidad de Lamas (región San Martín)
- 13,324 beneficiados de la localidad lanzada (Lamas) que cuentan con oportunidades de negocio y un mejor entorno urbano.
- Doce localidades cuentan con una imagen marca relacionada a su producto emblemático.

### **Gestión Ambiental Turística**

- Se otorgó diecinueve (19) certificaciones ambientales a proyectos inversión pública/privada y actividades en curso con fines turísticos, cuyo monto de inversión supera los S/ 163 millones.
- En el marco de las funciones transferidas, se realizaron cinco (05) talleres macrorregionales de capacitación a los funcionarios de los Gobiernos Regionales y Locales sobre los procesos de supervisión y fiscalización ambiental de las obras, proyectos y actividades turísticas.
- Se realizaron dos (02) reportes de los compromisos sectoriales en el marco del Plan Nacional de Acción Ambiental - PLANAA 2011-2021, desarrollando las acciones correspondientes a la Meta 4: Bosques y Cambio Climático, la Meta 5: Diversidad Biológica y la Meta 7: Gobernanza Ambiental.

### **Desarrollo de la Oferta Artesanal**

- Instalación de 25 Consejos Regionales de Fomento Artesanal - COREFAR.
- Organización de las siguientes Ferias 2013: Feria Nativa y Feria De Nuestras Manos.
- 145 Talleres artesanales implementaron la gestión de la calidad en sus procesos productivos.
- 90 Artesanos fueron intervenidos por el Programa de Desarrollo y Fortalecimiento de Competencias en TICS y Calidad para Artesanos (CONNECTAR).
- Desarrollo del Sistema de Información para la Promoción y Desarrollo del Artesano - SIPDAR (incorporó el Sistema de Registro Nacional del Artesano - RNA).
- Publicación del Libro “Maestros de la Artesanía en el Perú”, reconociendo la labor de 18 Amautas.

### **Centro de Innovación Tecnológica de Artesanía y Turismo – CITE**

- Se puso en funcionamiento el CITE Ccatcca.
- Se promovió, financió y mantuvo operativos a nueve (09) CITEs de Artesanía y Turismo, ubicados en ocho (08) regiones del país: (Cerámica Chulucanas y Joyería, Catacaos en Piura; Textil Camélidos en Huancavelica; Camélidos Sudamericanos en Puno; Turístico - Artesanal Sipán en Lambayeque; Artesanía Ucayali en Pucallpa; Joyería Koriwasi en Cajamarca; Utcubamba en Amazonas y Artesanías en Arequipa).
- Los CITEs obtuvieron los siguientes indicadores de competitividad, según la encuesta impartida en el año 2013 a sus usuarios:
  - 94,5% de los usuarios mejoró la calidad de sus productos;
  - 59,1% disminuyó o mantuvo constante sus costos de producción;
  - 92% mejoró la calidad de sus insumos;
  - 89,6% mejoró sus posibilidades de venta;
  - 90,9% mejoró su proceso de producción; y,
  - 86,6% aumentó la creación de nuevos productos
- Los CITEs desarrollaron 436 cursos de capacitación, talleres y seminarios en diversas especialidades para incrementar la competitividad y calidad de los productos.
- Los CITEs participaron en 108 ferias y ruedas de negocios en los que presentaron su producción mejorada, entre las que destacan: Feria Nacional Arte Nativa 2013, Perú Moda 2013, Perú Gift Show 2013, Feria ColombiaModa 2013, Expo Perú México 2013, Feria Art Mundi - Sao Paulo, Brasil y Feria Expoartesanías 2013.
- Se inauguró la infraestructura correspondiente al PIP “Mejoramiento de la Actividad Artesanal en el distrito de Ayacucho – CITE Ayacucho”, lugar en el que funcionará el futuro CITE del mismo nombre.
- Se desarrolló la Campaña de Innovación Artesanal, la cual fue reforzada por la Campaña de Innovación Artesanal navideña.

### **Juegos de Casino y Máquinas Tragamonedas**

- Charlas para prevención de la ludopatía: Se dictaron 72 charlas para la prevención de la ludopatía infantil a nivel nacional, lográndose una asistencia de 10,417 personas, principalmente estudiantes en edad escolar y padres de familia.

- Recaudación: Se recaudaron S/ 269 millones por concepto del Impuesto a los juegos de casino y máquinas tragamonedas.
- Destrucción de máquinas tragamonedas: Se destruyeron un total de 725 máquinas tragamonedas, de las cuales 482 eran destinadas a menores de edad.
- Interconexión: Se logró la interconexión en tiempo real del 100% de las máquinas tragamonedas a través del sistema on line – SUCTR.
- Regulación: Se aprobó el Reglamento de la Ley 29907 - Ley para la prevención y el tratamiento de la Ludopatía en las salas de juego de casino y máquinas tragamonedas (Decreto Supremo 007-2013-MINCETUR).
- En coordinación con la UIF – Perú se aprobó el “Reglamento de Infracciones y Sanciones en materia de prevención del lavado de activos y del financiamiento del terrorismo aplicable a las empresas que explotan juegos de casino y/o máquinas tragamonedas”.

#### 4.3. Facilitación Turística

- Se organizó la Reunión Técnica sobre los Circuitos Turísticos Integrados para el Desarrollo del Turismo Sostenible/Sustentable en la Amazonía (Iquitos, Perú)
- Se logró que Perú sea elegido como sede del "XXIII Congreso Interamericano de Ministros y Altas Autoridades de Turismo de la OEA "a realizarse el 2015.
- Se capacitó a 20 funcionarios de la Superintendencia Nacional de Migraciones y Policía de Turismo del Aeropuerto Internacional Jorge Chávez.
- Se suscribió el Memorándum de Entendimiento entre el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de la República del Perú y la Secretaría de Turismo de los Estados Unidos Mexicanos sobre Cooperación Turística.
- Se desarrolló el evento SMART VISAS: Facilitación + Eficiencia, en el cual se presentó el proceso de implementación del sistema inteligente de visas para los funcionarios de entidades públicas.
- Se suscribió el Memorándum de Entendimiento entre el Mincetur y la Secretaría de Turismo de los Estados Unidos Mexicanos sobre Cooperación Turística

#### 4.4. Institucionalidad del Sector

##### **Cultura Turística**

- Se realizaron talleres regionales y macro regionales y charlas de sensibilización dirigida a funcionarios de las DIRCETUR, escolar, estudiantes universitarios, prestadores de servicios turísticos y población en general, transfiriendo herramientas claves para el desarrollo de una cultura turística nacional, llegando a beneficiar a un total de 5 377 personas.
- Se desarrolló la Campaña – Concurso de Cultura Turística “El Peruano más amable”.
- Se llevó a cabo la Campaña de Mantenimiento de Cultura Turística denominada “La Radio Amable”.
- Se realizó una campaña de fortalecimiento de Cultura Turística denominada “Esta navidad regala amabilidad”, dirigida a personal que labora en aeropuertos, terrapuestos y policías.

Respecto a la Prevención de la Explotación Sexual de Niñas, Niños y Adolescentes – ESNNA en el ámbito del turismo:

- Se sensibilizó a un total de 798 personas en las ciudades de Cusco, Lima, Ayacucho, Yurimaguas, Huaraz, Puerto Maldonado y Cajamarca a través de charlas y talleres, respecto a la prevención y el combate de la explotación sexual infantil en el ámbito del turismo.
- Con el apoyo de Save the Children se realizó el lanzamiento y ejecución de las Campañas “Cusco protégeme”, “Madre de Dios protégeme” y “Lima protégeme”, sensibilizando a 6 440 personas.

### Seguridad Turística

Mincetur adquirió 43 camionetas para el Mejoramiento de la Seguridad en 07 Corredores Turísticos priorizados en el Plan Estratégico Nacional de Turismo – PENTUR, por un monto de S/ 3,8 millones, en base al Convenio Específico de Cooperación Interinstitucional entre el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y el Ministerio del Interior.

#### Relación de Camionetas Adquiridas

CORREDOR TURISTICO PRIORIZADO	CAMIONETAS ADQUIRIDAS	CAMIONETAS ADICIONALES
Lima Callao	9	3
Cusco, Boca Manu	8	2
Playas del Norte	4	1
Ruta Moche	6	2
Nazca Paracas	2	-
Arequipa Colca.	3	-
Juliaca, Puno Islas del Lago Titicaca	3	-
<b>TOTAL</b>	<b>35</b>	<b>8</b>

Fuente: MINCETUR

Elaboración: MINCETUR/VMT

- Implementación de la Oficina de la Policía de Turismo al interior del Aeropuerto Internacional Jorge Chávez, la cual permitirá desplegar personal policial para realizar labores de seguridad e inteligencia predictiva.

#### Relación de bienes donados para implementar la Comisaría de la Policía de Turismo en el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez

EQUIPOS VARIOS	EQUIPOS DE COMPUTACION Y AUDIOVISUAL	AMOBLAGOS
1 Equipo de aire acondicionado. 2 Aparatos telefónicos. 1 Caja fuerte de metal. 4 Lockers de metal de 30x60x30.	2 Computadoras LED. 2 Impresoras multifuncionales. 1 Televisión de 32". 1 Reproductor de DVD. 1 Rack de DVD. 1 Rack de TV	4 Escritorios de melamine. 8 Sillas giratorias de escritorio. 1 Mesa de centro. 1 Sillón de atención. 1 Aparador de melamine.

Fuente: MINCETUR

Elaboración: MINCETUR/VMT

## 5. Logros obtenidos durante el periodo 2012

### 5.1. Diversificación del mercado turístico

#### World Travel Awards 2012:

Reconocimiento de Machu Picchu como Mejor Destino Verde del Mundo y al Perú como Mejor Destino Gastronómico del Mundo.

### 5.2. Desarrollo y Diversificación de Destinos Turísticos

Plan COPESCO Nacional invirtió S/ 34.3 millones en la culminación de 12 proyectos de inversión pública en turismo, que son los siguientes:

	2012
<b>Inversión Ejecutada</b> (en millones de S/) *	34,3
<b>Beneficiarios</b> (en millones)	1,03
<b>Número de regiones involucradas</b>	6
<b>Número de obras concluidas</b>	12

#### Ubicación de Obras de Infraestructura Turística al 2012



Nº	REGION	Nº OBRAS
		Culminadas
1	AREQUIPA	1
2	AYACUCHO	1
3	CAJAMARCA	1
4	LAMBAYEQUE	2
5	LIMA	6
6	TUMBES	1
<b>TOTAL</b>		<b>12</b>

#### Obras Culminadas en el 2012:

##### 1. Mejoramiento del Malecón Sur y Construcción del Paseo De Los Héroes Navales de Pimentel

- Monto del proyecto: S/ 1 298 089
- Monto ejecutado: S/ 2 080 525
- Acciones: mejoramiento malecón sur, construcción paseo los Héroes Navales de Pimentel. Acondicionamiento turístico de espacios públicos.
- 65 000 beneficiarios.

2. **Implementación de Señalización Turística en el Destino Turístico Arequipa – Valle del Colca**
  - Monto del proyecto: S/ 230 910
  - Monto ejecutado: S/ 151 293
  - Acciones: señalización turística
  - 241 mil beneficiarios
3. **Implementación de Señalización Turística en las principales playas de Tumbes**
  - Monto del proyecto: S/ 243 985
  - Monto ejecutado: S/ 221 487
  - Acciones: señalización turística
  - 241 mil beneficiarios
4. **Rehabilitación y acondicionamiento del muelle Pimentel**
  - Monto del proyecto: S/ 12 607 511
  - Monto ejecutado: S/ 14 616 850
  - Acciones: construcción plazoleta, rehabilitación vía férrea, construcción de embarcadero turístico, instalación de señalización turística, promoción y difusión, capacitación en gestión turística.
  - 125 747 beneficiarios
5. **Acondicionamiento de los servicios turísticos para la visita a la Huaca Santa Catalina- distrito de La victoria – Componente Acondicionamiento**
  - Monto del proyecto: S/ 1 073 953
  - Monto ejecutado: S/ 959 412
  - Acciones: iluminación e implementación de estructuras. Acondicionamiento para la visita turística.
  - 145 239 beneficiarios
6. **Acondicionamiento de los Servicios Turísticos para la visita nocturna a la huaca Santa Cruz - San Isidro – componente conservación**
  - Monto del proyecto: S/ 236 595
  - Monto ejecutado: S/ 230 844
  - Acciones: instalación de infografía, señalización, iluminación, construcción de mirador y conservación de la huaca.
  - 8 233 beneficiarios
7. **Acondicionamiento de los servicios turísticos para la visita nocturna a la Huaca San Borja - San Borja – componente conservación**
  - Monto del proyecto: S/ 726 907
  - Monto ejecutado: S/ 669 559
  - Acciones: señalización, iluminación, mejoramiento de infraestructura turística, equipamiento turístico y conservación de la huaca.
  - 244 374 beneficiarios
8. **Mejoramiento e iluminación artística del circuito turístico religioso del centro histórico de la ciudad de Ayacucho, provincia de Huamanga – Ayacucho – Componente Iluminación Primera Etapa 09 Iglesias**
  - Monto del proyecto: S/ 2 521 879
  - Monto ejecutado: S/ 1 936 726

- Acciones: iluminación de 09 iglesias.
  - 69 617 beneficiarios
- 9. Acondicionamiento de los servicios turísticos para la visita nocturna a la huaca Huantille - Magdalena del Mar – componente conservación**
- Monto del proyecto: S/ 670 782
  - Monto ejecutado: S/ 571 807
  - Acciones: instalación de infografía, sistema de iluminación, construcción de sala de interpretación cultural, boletería, servicios higiénicos, guardianía y depósito. Conservación de la huaca.
  - 12 068 beneficiarios
- 10. Acondicionamiento de los servicios turísticos para la visita nocturna a la Huaca La Merced - Surquillo – componente conservación**
- Monto del proyecto: S/ 1 111 544
  - Monto ejecutado: S/ 852 245
  - Acciones: señalización, iluminación, equipamiento turístico y conservación arqueológica.
  - 145 239 beneficiarios
- 11. Acondicionamiento de los servicios turísticos para la visita nocturna a la Huaca Huallamarca – componente conservación**
- Monto del proyecto: S/ 534 999
  - Monto ejecutado: S/ 508 773
  - Acciones: Señalética, trabajos de investigación y conservación arqueológica.
  - 19 485 beneficiarios.
- 12. Puesta en valor de los recursos turísticos del distrito de Matará, provincia de Cajamarca– Cajamarca**
- Monto del proyecto: S/ 236 687
  - Monto ejecutado: S/ 184 837
  - Acciones: construcción de accesos turísticos, señalización. Construcción de 04 paradores turísticos y mejoramiento de 02 paradores.
  - Beneficiarios: S/ 12 206 turistas nacionales y extranjeros.

#### **Producto y Desarrollo de Destinos Turísticos**

- Lanzamiento de la Ruta del Pisco
- Elaboración del Manual de Buenas Prácticas para Bodegas de Pisco y Aves.

#### **Calidad Turística y Normatividad**

- Intervención en 13 regiones del Perú, capacitación a 750 personas en materia de gestión de servicios turísticos y gestión de negocios.
- Entrega del Reconocimiento a la Aplicación de Buenas Prácticas a 414 empresas a nivel nacional.
- Se otorgó por primera vez el Sello de Calidad Turística Perú.
- Se aprobó la Norma Técnica Peruana Servicio de Alojamiento en la Clase de Hostal, estableciendo los estándares de calidad de servicio para las Hostales de una a tres estrellas.

En materia de normatividad turística, se obtuvieron los siguientes resultados:

- 15 asistencias técnicas dirigidas a supervisores de las DIRCETUR y GERSETUR, para la mejora de la fiscalización y supervisión de servicios turísticos.

### **Turismo Rural Comunitario**

- Se intervino en 65 emprendimientos en 12 regiones del país, obteniendo los siguientes resultados: 97 mil visitantes extranjeros realizaron turismo en zonas rurales manejadas por organizaciones de base comunitaria, lo que corresponde a un incremento de 8% respecto al año anterior, se generó cerca de S/ 6 millones como aporte del Turismo a la economía rural, lo que representó un incremento de 18% respecto al año 2011.

Asimismo, se desarrollaron las siguientes acciones:

- Implementación del Proceso de Mejora Continua hacia la Calidad en Turismo Rural Comunitario – PMCC en servicios de alimentación y alojamiento en Arequipa, Cusco, Lambayeque y Puno.
- Se organizó el VII Encuentro Nacional de Turismo Rural Comunitario - “Turismo Rural Comunitario Experiencias Únicas del Perú” en la región Amazonas.
- Se llevó a cabo el I Workshop de Turismo Rural Comunitario para la promoción de la comercialización de productos turísticos de 25 emprendimientos de Turismo Rural Comunitario de 10 regiones del país.

### **De mi Tierra un Producto – DMTP**

- Se inicia el proceso de selección denominado “De Mi Tierra, Un Producto” en 12 localidades de 09 departamentos: el cual se enmarca dentro del concepto de desarrollo de emprendimientos inclusivos.
- Se llevó a cabo el evento oficial para la presentación de la nueva imagen de las localidades de: Callahuanca (región Lima), con el producto emblemático la Chirimoya; Quinua (región Ayacucho), con el producto emblemático la Iglesia de Cerámica; Andahuaylillas (región Cusco), con el producto emblemático el Templo de San Pedro.
- En las localidades lanzadas se benefició a un total de 13 mil personas (Callahuanca, Quinua, Andahuaylillas) que a partir del lanzamiento contarán con oportunidades de negocio y un mejor entorno urbano.

### **Al Turista lo Nuestro – ATLN**

- El 26 de Julio de 2012, se presentó oficialmente la Iniciativa “Al Turista, Lo Nuestro” en el distrito de Yucay, Urubamba.
- Feria Expoalimentaria 2012: participaron cuatro (04) productores y 94 personas mostraron interés por los productos exhibidos (mermeladas de aguaymanto y sauco, yogurt griego, batido, paltas HASS y fuerte y hortalizas).
- Feria “Hecho a Mano para hoteles”: participaron cuatro (04) productores y 42 personas mostraron interés por los productos exhibidos (café, cacao, stevia, mermeladas de aguaymanto y sauco, artesanía de Pacaya Samiria).

### **Gestión Ambiental Turística**

- Se otorgaron nueve (09) certificaciones ambientales de proyectos inversión pública/privada y actividades en curso con fines turísticos.
- Se desarrolló del Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas Ambientales – SABP Ambiental, reconociéndose a 51 prestadores de servicios de transporte

acuático, restaurantes y hoteles de Tumbes, La Libertad, Lambayeque, Loreto, Madre de Dios y Puno.

- Se realizó un (01) Taller de Capacitación en Gestión de Riesgo a operadores turísticos, en el ámbito de la Ruta Moche.
- Se elaboró el “Estudio Técnico Integral para la Recuperación, Conservación, Protección y Promoción de la Laguna de la Huacachina” y el “Plan de Desarrollo Sostenible del Turismo en Huacachina 2013-2017”.

#### **Desarrollo de la Oferta Artesanal**

- Se desarrolló la Campaña de Innovación Artesanal MINCETUR 2012.
- Se realizaron 23 talleres relacionados a la Tecnificación del Artesano, Desarrollo de Oferta y Promoción de la Oferta Exportable.
- Se procedió al fortalecimiento institucional del sector a nivel descentralizado, bajo la conformación de 24 Consejos Regionales de Fomento Artesanal.
- Se organizaron 02 eventos: Feria De Nuestras Manos, Feria Arte Nativa.
- Se facilitó la participación de artesanos en 01 evento internacional: Kaypi Perú, organizada por el MUSEO SMITH SONIAN en Washington DC - EEUU, beneficiando a 16 artesanos quienes expusieron sus productos.
- El MINCETUR facilitó la participación de 218 artesanos en ferias tales como Feria De Nuestras Manos, Feria Arte Nativa y Kaypi Perú, logrando que estos artesanos generen S/ 1 760 853 en ventas.

#### **Centros de Innovación Tecnológica de Artesanía y Turismo – CITE**

Se realizó la Feria Artesanal “De Nuestras Manos” y “Hecho a Mano para Hoteles”; contando con la participación de 153 artesanos y asociaciones de todo el país en las principales líneas artesanales: joyería, diseño, textil, cerámica, madera, trabajos de cuero, entre otros.

#### **Juegos de Casino y Máquinas Tragamonedas**

- Charlas para prevención de la ludopatía: Se dictaron 77 charlas para la prevención de la ludopatía infantil a nivel nacional; lográndose una asistencia de 10,724 personas (estudiantes en edad escolar y padres de familia).
- Recaudación: Se recaudaron S/ 219 millones por concepto del Impuesto a los juegos de casino y máquinas tragamonedas.
- Destrucción de máquinas tragamonedas: Se destruyeron 1,520 máquinas tragamonedas, de las cuales 1,040 eran destinadas a menores de edad.
- Regulación: Se aprobó la Ley 29907 – Ley para la prevención y el tratamiento de la ludopatía en las salas de juego de casino y máquinas tragamonedas.
- Se inicia el desarrollo del proyecto “Solución Informática Integral para el control de la actividad de juegos de casino y máquinas tragamonedas”.

### **5.3. Facilitación Turística**

- Se distribuyó a 13 Consulados del Perú en el extranjero la "Guía esencial para el turista que visita el Perú“, traducido a 05 idiomas (Español, Inglés, Alemán, Francés y Portugués), con el objetivo de brindar información acerca de requisitos y trámites, facilitando el ingreso, permanencia y salida de nuestros visitantes y sus bienes por vía aérea, terrestre y marítima, procurando establecer mecanismos más sencillos para los Turistas.
- Se logró que la Superintendencia Nacional de Migraciones, implemente la Ventanillas de la Comunidad Andina, en el Aeropuerto Internacional Jorge

Chávez (Decisión 503 –CAN); con el fin de agilizar los controles migratorios y promover la identidad comunitaria en la Subregión.

- Se suscribieron los siguientes instrumentos internacionales en materia de turismo:
  - Junio 2012: Acuerdo de Cooperación en el ámbito del Turismo entre la República del Perú y la República Portuguesa.
  - Agosto 2012: Acuerdo de Cooperación en materia de turismo, en el marco del Memorando de Entendimiento entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos, el Gobierno de la República de Colombia, el Gobierno de la República de Chile y el Gobierno de la República del Perú, sobre la plataforma de Cooperación del Pacífico.
  - Agosto 2012: Programa de Cooperación Específica sobre Turismo de la Alianza del Pacífico.

#### **5.4. Institucionalidad del Sector**

##### **Cultura Turística**

La intervención de Cultura Turística y Prevención de la Explotación Sexual de Niñas, Niños y Adolescentes – ESNNA tuvo los siguientes logros y resultados:

- Se realizaron talleres regionales y macro regionales y charlas dirigidas a funcionarios de las DIRCETUR, escolares, estudiantes universitarios, prestadores de servicios turísticos y población en general; beneficiando a un total de 3 075 personas.
- Difusión masiva de la Campaña Nacional de Cultura Turística bajo el lema de “Crece el turismo, crece el Perú” con los motivos “Innovación Artesanal” y “Familia Amazónica”.
- Asimismo, se participó en la Campaña de sensibilización en materia de prevención de la explotación sexual de niñas, niños y adolescentes en el ámbito del sector turismo desarrollada en el marco del Convenio entre Aeropuertos del Perú y MINCETUR.

#### **6. Logros obtenidos durante el periodo julio – diciembre 2011**

##### **6.1. Diversificación del mercado turístico**

- Fortalecimiento del Destino Ruta Moche mediante la obtención del Premio Ullyses a la Gobernanza Turística, otorgado por la Organización Mundial del Turismo.
- Creación de una alianza estratégica con la Organización de Estados Americanos (OEA) para el apoyo en el Fortalecimiento de Capacidades a los Gestores Municipales.
- Diseño y Puesta en marcha de la Ruta Literaria Mario Vargas Llosa en Miraflores (convenio entre MINCETUR y la Municipalidad Distrital de Miraflores).

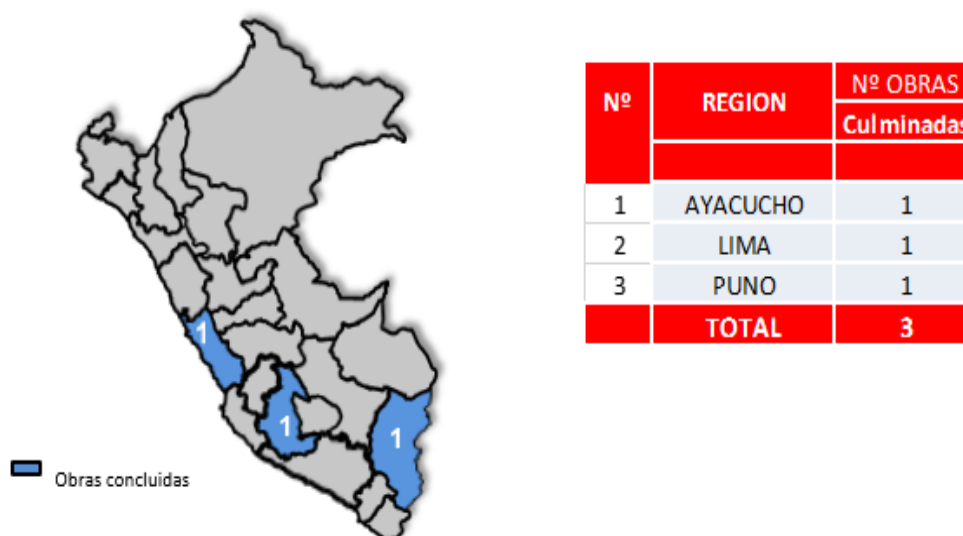
##### **6.2. Desarrollo y Diversificación de Destinos Turísticos**

###### **Principales obras ejecutadas y concluidas por Plan COPESCO Nacional**

Plan COPESCO Nacional, ejecutó obras por un monto de S/ 17.8 millones, tal como se indica a continuación:

	2011
<b>Inversión Ejecutada</b> (en millones de S/) *	17.8
<b>Beneficiarios</b> (en millones)	0.3
<b>Número de regiones involucradas</b>	3
<b>Número de obras concluidas</b>	3

### Ubicación de Obras de Infraestructura Turística al 2011.



### Principales obras concluidas por Plan COPESCO Nacional

- Recuperación y Puesta en Valor del Complejo Arqueológico Pumacocha, en el distrito de Vischongo, provincia de Vilcashuamán - Ayacucho- componente Acondicionamiento del entorno turístico del Complejo Arqueológico de Pumacocha.**
  - Monto del proyecto: S/ 684 887
  - Monto ejecutado: S/ 859 393
  - Acciones: mejoramiento accesos peatonales, construcción de centro de información, servicios higiénicos, instalación de señalización turística, conservación arqueológica.
- Acondicionamiento turístico y puesta en valor de las principales Chullpas del Complejo Arqueológico de Sillustani en sus componentes de pavimentación con tratamiento superficial bicapa y señalización de la vía ILLPA y Acondicionamiento**
  - Monto del proyecto: S/ 10 134 934
  - Monto ejecutado: S/ 6 375 536
  - Acciones: conservación del recurso, investigación y restauración. Acondicionamiento turístico.
  - 221 221 beneficiarios

### **3. Mejoramiento de la infraestructura turística de Pucusana, Lima.**

- Monto del proyecto: S/ 4 665 051
- Monto ejecutado: S/ 4 428 084
- Acciones: instalación e infraestructura turística.
- 18 421 beneficiarios

#### **Producto y Desarrollo de Destinos Turísticos**

- Se desarrollaron 98 asistencias técnicas en los destinos: Ruta Moche, Playas del Norte, Río Amazonas, Colca Arequipa, Paracas – Nazca, Lago Tititcaca, Cordillera Blanca, Conchucos, Yarinacocha – Pucallpa, Tambopata, Kuelap, Cañete, Yauyos y Moquegua.
- Se elaboraron 14 asistencias técnicas en temas de Inventario Turístico para 16 DIRCETUR, y en formulación de Proyectos de Inversión Pública en 5 regiones: Ucayali, La Libertad, Lambayeque, Madre de Dios y Puno.
- Realización de tres talleres macro regionales, en el marco del Programa de Fortalecimiento de Capacidades a los Gobiernos Regionales y Locales en Gestión Turística Municipal, Inversión Pública e Inversión Privada.

#### **Inversión Pública**

- Elaboración de la Guía Metodológica para la Elaboración de Proyectos de Inversión Pública.
- Elaboración del Manual de Señalización.

#### **Inversión Privada**

- Realización del I Foro de Inversiones en Turismo, con la presentación de 30 oportunidades de negocio en los siguientes rubros: transporte turístico, infraestructura hotelera, esparcimiento y relajación, etc.
- Elaboración del Catálogo de Oportunidades de Inversión Privada y del Estudio para la Identificación de Nuevas Líneas Aéreas Interregionales.

#### **Calidad Turística y Normatividad**

- Capacitación a más de 364 personas en materia de buenas prácticas de gestión de servicios y en gestión de negocios, para los rubros de hospedaje, restaurante y agencia de viajes.
- Otorgamiento del Reconocimiento a la Aplicación de Buenas Prácticas a 124 empresas del sector a nivel nacional.
- Intervención en 9 regiones del Perú con las herramientas para la mejora de la calidad del CULTUR.
- En el marco del desarrollo del Sello de Calidad Turística Perú, se capacitó a 116 empresarios de hoteles de tres, cuatro y cinco estrellas en las ciudades de Lima, Trujillo y Arequipa para conocimiento de la Norma Técnica Peruana 500.005.2010: Servicios de alojamiento en la clase hotel, el proceso de certificación turística e implementación de un Sistema de Calidad.

En materia de normatividad turística, se obtuvieron los siguientes resultados:

- 15 asistencias técnicas dirigidas a supervisores de las DIRCETUR y GERCETUR, para la mejora de la fiscalización y supervisión de servicios turísticos.

#### **Turismo Rural Comunitario – TRC**

En el año 2011 se intervino en 42 emprendimientos en 11 regiones del país y se obtuvieron los siguientes resultados:

- Alrededor de 90 mil visitantes extranjeros realizaron turismo en zonas rurales manejadas por organizaciones de base comunitaria.
- Se generó S/ 5 millones como aporte del Turismo a la economía rural.

Las acciones que se desarrollaron durante el año 2011 fueron:

- Realización del V Encuentro Nacional Anual de TRC en la Región de Lambayeque.
- Realización del Concurso Nacional de Innovación y Buenas Prácticas en Turismo Rural Comunitario denominado INNOVATRC, el cual contó con la participación de 139 propuestas inscritas de las cuales 20 iniciativas de 11 regiones del país fueron ganadoras y premiadas con pasantías nacionales, becas de capacitación, equipos de telecomunicación y videos promocionales.
- Asistencia técnica específica en Turismo Rural Comunitario en los destinos priorizados: Destino Choquequirao (Región Cusco - Apurímac), Destino Cordillera Blanca (Región Ancash), Destino Kuelap – Gocta (Región Amazonas), Destino Lago Titicaca (Región Puno), Destino Nr Yauyos, Antioquia y Lomas de Lúcumo (Región Lima), Destino Río Amazonas (Región Loreto). Destino Ruta Moche (Regiones Lambayeque y La Libertad), Destino Valle del Colca (Región Arequipa) y Destino Valle Sagrado de los Incas (Región Cusco).

#### **Gestión Ambiental Turística**

- Se otorgaron cinco (05) certificaciones ambientales de proyectos inversión pública/privada y actividades en curso con fines turísticos.
- Se elaboró el Plan Anual de Evaluación y Fiscalización Ambiental – PLANEFA para el sector turismo, correspondiente al periodo 2012.
- Respecto a la aplicación de buenas prácticas ambientales en el sector turismo, se realizó tres (03) capacitaciones, cuatro (04) asistencias técnicas y dos (02) evaluaciones a los prestadores de servicios turísticos de establecimientos de hospedaje y transporte turístico acuático.
- Para la contribuir con la mejora de la calidad ambiental de los destinos turísticos, se ha desarrollado:
  - Lineamientos arquitectónicos para la conservación del paisaje edificado en el Valle del Alto Utcubamba, y Modelo de Gestión Sostenible del paisaje edificado en el Valle del Alto Utcubamba.
  - Análisis situacional de la gestión de riesgos y prevención de desastres en la Ruta Moche - La Libertad.
  - Fortalecimiento de la gestión ambiental realizada por los gobiernos regionales para la mejora del destino turístico playas del norte.
- En virtud al Convenio Específico de Colaboración Interinstitucional entre el MINCETUR, y el Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (SERNANP), se formularon 4 Proyectos de Inversión Públicas - PIP: Mejoramiento del Servicio de seguridad Turística en: (1) Reserva Nacional Pacaya – Samiria; (2) Reserva Nacional Huascarán; (3) Santuario Histórico Bosque de Pomac; y, (4) Reserva Nacional de Paracas.

#### **Desarrollo de la Oferta Artesanal**

- Se impulsó el binomio Turismo – Artesanía mediante un manual para adaptación de talleres artesanales para uso turístico.
- Se elaboró la Norma y Guía del Plan de Normalización Técnica de Artesanía.

- En coordinación con el Congreso de la República se impuso la medalla Joaquín López Antay a 10 artesanos en reconocimiento a su trayectoria artística artesanal.
- Durante el periodo 2011 se logró la inscripción de 4 481 artesanos en el Registro Nacional del Artesano – RNA.
- Se organizó la Feria Arte Nativa 2011, en la cual participaron 56 artesanos nativos distribuidos en 50 stands de 06 regiones amazónicas como Junín, Huánuco, Cusco, Ucayali, Pasco y Loreto. Las ventas estimadas fueron de S/ 50 208.
- Se organizó el Exhibe Perú 2011. Se estima que participaron 1,696 personas entre beneficiarios directos e indirectos con 99 stands de 19 regiones del país. Las ventas estimadas fueron de S/ 1 millón.
- Se organizó la Feria Nacional Cusco 2011, en el marco de las celebraciones de los 100 años de Machupicchu. Las ventas estimadas alcanzaron los S/ 450 mil.
- Se llevó a cabo la feria Especializada de Hecho a Mano para Hoteles 2011. El 90% de los compradores importaron productos peruanos por primera vez; US\$ 296 mil en ventas; US\$ 180 mil como proyección de negocios en el lapso de un año y US\$ 116 mil en negociaciones cerradas en la feria.

#### **Centros de Innovación Tecnológica de Artesanía y Turismo CITEs**

- 76 828 artesanos atendidos dentro de la RED de CITEs.
- En el año 2011, el nivel de ingreso mensual per-cápita de los artesanos que han participado en las actividades de los CITEs artesanales y del proyecto CITE Diseño – Perú alcanzó la suma de S/ 685; este valor representa S/ 326,8 más con relación al del Año Base 2003 que fue de S/ 358,2.
- Presentación y promoción de innovaciones tecnológicas en el marco de la Feria Perú Mucho Gusto - Macro Región Nor Amazónica.
- Nueve (9) Centros de Innovación Tecnológica en funcionamiento en el interior del país, financiados y promovidos por el MINCETUR: Cerámica Chulucanas y Joyería Catacaos en Piura; Peletería Sicuani en Cusco; Textil Camélidos en Huancavelica; Camélidos Sudamericanos en Puno; Turístico - Artesanal Sipán en Lambayeque; Artesanía Ucayali en Pucallpa; Joyería Koriwasi en Cajamarca; y Utcubamba en Amazonas.
- Los CITEs brindaron 902 cursos de capacitación para incrementar la competitividad y calidad de los productos y realizaron 836 acciones que articularon la producción artesanal con su comercialización.
- Asimismo, facilitaron el acceso a los mercados, haciendo que los artesanos participen en forma presencial en 112 ferias nacionales e internacionales.
- Se desarrolló la oferta exportable nacional, creando 248 colecciones de productos artesanales de primera calidad, utilizando textiles de fibras de camélidos, madera, cerámica, joyería, peletería y bisutería.

#### **Juegos de Casino y Máquinas Tragamonedas**

- Charlas para prevención de la ludopatía: Se dictaron 39 charlas para la prevención de la ludopatía infantil a nivel nacional, lográndose una asistencia de 3,720 personas, principalmente estudiantes en edad escolar y padres de familia.
- Recaudación: Se recaudaron S/ 98 millones por concepto del Impuesto a los juegos de casino y máquinas tragamonedas.

- Destrucción de máquinas tragamonedas: Se destruyeron un total de 1 001 máquinas tragamonedas; 634 estaban destinadas a menores de edad.
- Regulación: Se aprobó la Ley 29829 - Ley del Sistema Unificado de Control en Tiempo Real (SUCTR), a fin de monitorear e interconectar con el MINCETUR y la SUNAT cada una de las 70 mil máquinas tragamonedas que operaban en el país.

### 6.3. Facilitación Turística

- Se desarrolló la "Guía esencial para el turista que visita el Perú", traducido a 02 idiomas (Español e Inglés).
- Se capacitó a 24 funcionarios de la DIRCETUR-Tacna, DIRCETUR Tumbes y DIRCETUR Madre de Dios, en el marco de la acciones de fortalecimiento de capacidades en materia de facilitación turística.
- Se desarrolló un diagnóstico y propuesta de 21 nuevas rutas aéreas para fomentar el desarrollo aéreo doméstico, con incidencia en los principales destinos turísticos del Perú.

### 6.4. Institucionalidad del Sector

#### Cultura Turística

En el año 2011, la intervención de Cultura Turística y Prevención de la Explotación Sexual de Niñas, Niños y Adolescentes – ESNNA, obtuvo los siguientes resultados:

- Se realizaron diversas acciones de sensibilización, charlas, capacitaciones, talleres y asistencias técnicas, beneficiando a un total de 2 160 participantes.
- Se realizó el II Encuentro Nacional de Experiencias Educativas en Turismo, beneficiando a 334 participantes de 18 regiones del país.
- Se realizó el II Taller Nacional de Evaluación y Planificación en Cultura Turística, en la ciudad de Arequipa (febrero 2011).
- Se llevó a cabo el I Encuentro Internacional de Cultura Turística con participación de ponentes de Argentina, México y Estados Unidos.
- Se llevó a cabo la Campaña Publicitaria de Cultura Turística a nivel nacional incorporando un nuevo logo y el eslogan "Crece el turismo, crece el Perú".
- Se realizaron trece (13) charlas y talleres de Prevención de la ESNNA en las ciudades de: Lima, Tarapoto, Arequipa, Puerto Maldonado, Nauta, Iquitos (Loreto), Cusco, Tacna, Tingo María (Huánuco), Chiclayo y Ayacucho, llegando a sensibilizar a un total de 920 personas a nivel nacional.
- Se realizó el Foro de prevención de la ESNNA en coordinación con la Oficina de Naciones Unidas contra la Droga y el Delito – UNODC, dirigido a gremios turísticos.

**Turismo Interno**

**2016**

**Campañas de Promoción**

Campaña anual “Y tú qué planes 2016” en la cual se logró generar 915 mil viajes, S/ 465 millones en movimiento económico, aumento de 15% en el flujo de viajeros nacionales y la participación de 600 micro y pequeñas empresas.

**Ferias**

Se realizó la Feria Escolar, con una asistencia de 1 180 padres de familia. Mini ferias con un alcance de 23 500 personas.

**2015**

**Campañas de Promoción:** La campaña “Y tú qué planes?” reportó más de 700 mil viajes motivados por la campaña; 15% de crecimiento anual en las ventas de los operadores turísticos regionales; difusión de destinos poco conocidos para el viajero nacional como Tacna, Moquegua, Apurímac, Huancavelica, quienes en el 2011 tenían una oferta comercial nula o escasa, tuvieron presencia en el portal [www.ytuqueplanes.com](http://www.ytuqueplanes.com), lo que permitió una mayor exposición de dichos destinos.

Campaña de promoción de viajes (A partir del 2013 YTQP)						
Resultados	2011	2012	2013	2014	2015	TOTAL
Movimiento económico (En millones de Soles)	42.5	65	129	276	405	815.5
Viajes generados (En miles de unidades)	--	--	325	528	796	1 649
Empresas participantes (En unidades)	252	300	389	450	580	1 971
Nuevas empresas (En unidades)	--	--	--	100	125	225

**Ferias**

Se realizaron las Ferias, Perú Mucho Gusto – Tacna, Mini ferias y la Feria de Turismo Escolar.

**Workshops Nacionales de Turismo (Ruedas de Negocios)**

Al 2015 se realizaron los Workshop Muchik – La Libertad y Feria AVIT – Arequipa y el Workshop Perú Regiones CANATUR.

**2014**

**Campañas de Promoción**

Se realizó la campaña Anual “Y tú qué planes” movilizand o 528 mil turistas.

## **Ferias**

Perú Mucho Gusto Pisco, Tumbes, Miniferias de Viajes, Ferias de Turismo escolar descentralizadas en Arequipa y Chiclayo, finalmente la Feria de Turismo Escolar Lima.

## **Workshops Nacionales de Turismo (Ruedas de Negocios)**

En el 2014 se realizó: Workshop Destinos del Centro, Muchik y AVIT.

## **2013**

### **Campañas de Promoción**

En el marco de “Y tú qué planes?” se realizaron mini campañas de promoción de destinos macroregionales como: “Promoción Mini Vacas”, “Promoción Atracción del Sur”, “Amazonía”, “Promoción de viajes “Viaja al Centro” y la Promoción Viaja al Norte”.

## **Ferias**

En el 2013 se realizó la Feria Perú Mucho Gusto – Tacna, Ayacucho y la Feria de Turismo escolar descentralizadas en Arequipa, Chiclayo y Huancayo.

## **Workshops Nacionales de Turismo (Ruedas de Negocios)**

En el 2013 se realizó los Worskshops en Muchik, Macro Región Centro, Macro Región Sur y Worskshop escolar.

## **2012**

### **Campañas de Promoción**

- A partir del año 2012 se migró a una campaña integral, que permitiera construir una cultura de viaje. Esta se soporta en una plataforma digital que articula la oferta y demanda para el incremento progresivo de los viajes por turismo interno de manera sostenida y descentralizada, con ofertas accesibles a todo el Perú (todas las regiones) durante todo el año. Entre las principales campañas tenemos las siguientes: “Promoción Febrero Viajero”, “Promoción Ica y Ayacucho”, “Promoción de viajes a los destinos del Centro”, “Promoción de Viajes con Destinos Amazónicos”, “Ytuqueplanes.com”.
- A partir del 2012, el turismo interno cobró especial relevancia, contando a partir de ese año con un incremento significativo del Fondo para la Promoción y Desarrollo Turístico Nacional, pasando de 15% a 25%.
- Lanzamiento de la Campaña Internacional “Recordarás Perú” que tuvo como directora a la reconocida cineasta peruana Claudia Llosa y una realizó inversión de US\$ 1,35 millones. El lanzamiento de esta campaña se realizó en julio 2012 y se difundió hasta finales del 2014.
- En julio de 2012, se lanzó en la ciudad de Iquitos, el documental “Loreto, Italia”; el cual obtuvo en su primer día de lanzamiento 214 000 vistas en YouTube, siendo el video más visto a nivel mundial y superando al de “Perú, Nebraska” que logró 91 291 en el mismo periodo.

## **Ferias**

- Las ferias realizadas en el área de Turismo interno se han efectuado de acuerdo a las necesidades de las regiones y siguiendo las estrategias de promoción, entre las que tenemos la “Feria Perú Mucho Gusto Ica”, “Perú Mucho Gusto Ancash” y la “Feria de Turismo Escolar en Lima”.

## Workshops Nacionales de Turismo (Ruedas de Negocios)

En el 2012 se realizó el Workshop de Turismo Escolar, logrando una asistencia de 261 empresas de turismo.

### 2011

El turismo interno (vacaciones, recreación u ocio), inició el 2011 con 3,9 millones de viajes y se estima para el 2016 con 4,8 millones de viajes.

#### Flujo de Viajes nacionales por vacaciones, recreación u ocio

Flujo de viajes nacionales por vacaciones	2011	2012	2013	2014	2015	2016/p
Cantidad de viajes por vacaciones (En millones)	3,9	4,2	4,5	4,5	4,6	4,8
Variación %	17%	8%	8%	0%	4%	4%

Fuente: Perfil del Vacacionista Nacional - PROMPERÚ

## Campañas de Promoción

Las campañas de promoción tienen como objetivo, impulsar la actividad turística en regiones afectadas por alguna manifestación social, fenómeno natural y estacionalidad; resaltando las diferentes actividades, atractivos, festividades y eventos regionales, apoyándose en la promoción de ofertas turísticas de cada región. Entre las que tenemos las campañas: “Centro Pone”, “Descubre un Puno Mágico”, “Norte Pone” y “La campaña de feriado largo, promoción de todos los destinos del Perú”.

## Ferías

Las ferias son actividades que tienen como objetivo promover la oferta turística de las regiones del país en plataformas de exposición donde confluye el canal de comercialización con el consumidor final. Entre las que tenemos “Feria Perú Mucho Gusto San Martín” y la “Feria de Turismo Escolar”.

## Workshops Nacionales de Turismo (Rueda de Negocios)

En el 2011 se realizaron los Workshops Nor Amazónico logrando 205 asistentes (agentes de viajes regionales) y de Turismo Escolar logrando 377 asistentes representantes de gremios y medios de comunicación.

## Servicio de Información y Asistencia al Turista

En el 2011 el Servicio de Información y Asistencia al Turista – IPERÚ, contaba con 32 puntos de atención en 13 regiones del país como son: Arequipa, Ayacucho, Amazonas (Chachapoyas), Lambayeque (Chiclayo), Cusco, Áncash (Huaraz), Loreto (Iquitos), Lima, Piura, Puno, Tacna, La Libertad (Trujillo) y Tumbes.

## Turismo Receptivo

La promoción del turismo receptivo se trabaja a través de diferentes actividades sostenidas. A julio de 2016, estas actividades se vienen trabajando en Perú en 22 mercados priorizados<sup>48</sup>.

## Campañas internacionales

- En el año 2015 en el marco de la Feria FITUR en Madrid, se lanzó la campaña “Perú: País de Tesoros Escondidos”, la misma que estuvo dirigida a segmentos específicos identificados en los mercados meta (4 piezas publicitarias dirigidas a los

<sup>48</sup> Los mercados priorizados se dividen en: a) Países prioritarios (Chile, Estados Unidos, Argentina, Colombia, Brasil, Alemania); b) Países en mantenimiento (España, Francia, Canadá, Reino Unido, Italia, Japón, Holanda); c) Países estratégicos (Ecuador, México, Australia, Suiza, Corea del Sur, China, Uruguay, Rusia, India).

segmentos de Adulto Senior, parejas, jóvenes y familias). La campaña se encuentra actualmente vigente.

- En el 2013 se lanzó la campaña “Perú, imperio de tesoros escondidos”, la cual se desarrolló en 19 de los mercados priorizados en base a un análisis de tendencias e indicadores económicos. Esta campaña mostró la riqueza cultural y turística de nuestro país, así como la calidad de la oferta de servicios turísticos.

#### **Ferias internacionales de turismo**

- Entre julio 2011 a julio 2016 se realizaron 124 ferias turísticas internacionales a las cuales han asistido más de 3 millones de personas entre profesionales del rubro y público en general, con la participación de 1 094 empresas peruanas co-expositoras, quienes pudieron realizar citas de negocios y 14 108 contactos comerciales, estimándose un potencial de negocios por US\$ 307 millones.
- Esta herramienta ha ido evolucionando y especializándose por segmento o por ámbito geográfico de influencia, es así que se han identificado ferias especializadas en Reuniones, Incentivos, Convenciones y Eventos (RICE).
- Las ferias emblemáticas que han mantenido su presencia y eficiencia para generar oportunidades de negocios son las siguientes: FITUR en Madrid e ITB en Berlín.

#### **Workshops internacionales de turismo**

- Entre julio 2011 a julio 2016 se han realizado 205 workshops alrededor del mundo, contando con la asistencia de más de 72 282 personas entre profesionales del rubro y público interesado en conocer el destino Perú, y han participado 845 empresas peruanas comercializadoras del turismo.
- Esta herramienta es de mucha utilidad para capacitar al canal comercial y conocer sus necesidades.

#### **Viajes de Prensa**

- De julio 2011 a junio 2016 se han realizado 262 viajes de prensa en países como España, Francia, Alemania, Italia, Holanda, Suiza, Reino Unido, Estados Unidos, Canadá, México, Argentina, Brasil, Colombia, Chile, Ecuador, Japón y Australia.
- PROMPERÚ invitó a un total de 789 periodistas de diferentes medios de Europa, Norte América, Latino América y Asia/Oceanía para que participen en viajes de prensa visitando los circuitos turísticos del norte, centro y sur del país.

#### **Actividades realizadas en el marco de la Alianza del Pacífico**

- En junio de 2016 se realizó la III Macro Rueda de Turismo de la Alianza del Pacífico.
- Durante el 2015 se realizó la I Caravana Turística de la Alianza del Pacífico, II Macro Rueda de Turismo, y se participó en el Foro Económico de Turismo en Macao.
- Durante el 2014 se realizó el I Encuentro de Tour Operadores de la Alianza del Pacífico y la I Macro Rueda de Turismo.

#### **Alianzas Estratégicas**

- Mediante esta herramienta PROMPERÚ convoca a operadores turísticos, agencias on line y consorcios a presentar propuestas de campañas de publicidad y capacitación. PROMPERÚ invierte hasta el 50% del total de la campaña, el resto es asumido por la contraparte privada.

Alianzas estratégicas realizadas en el periodo 2001 – 2016						
Año	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Alianzas	35	51	36	18	16	19
Países	6	11	10	8	9	12
Inversión	955 175	3 466 334	2 871 474	1 528 618	1 408 101	1 512 802
Ventas	N/D	111 675 397	227 435 854	161 791 131	116 643 358	150 000 000
ROI	N/D	24,34	79,21	105,84	82,84	99,15
Pasajes x alianzas	N/D	N/D	453 129	583 459	288 872	240 795
TTOO	23	41	24	10	7	9
Línea Aérea	6	6	4	4	4	2
OTA	6	4	8	4	5	8

N/D: No disponible

## IMAGEN PAÍS

### 2015

- Se lanzó la campaña “*Más peruano que*” con el objetivo de que los peruanos se sientan orgullos del Perú y sus atractivos. En el marco de esta campaña se realizaron actividades de comunicación a nivel nacional tales como activaciones por “*28 de julio*”, “*Día de la canción criolla*”, actividades en colegios y universidades, entre otros.
- Los 3 videos de la campaña obtuvieron 6 millones de visualizaciones en el canal de YouTube y un alcance de 7 millones de peruanos.
- Los videos por 28 de julio y el Día de la Canción Criolla obtuvieron el Premio a la Excelencia de YouTube entregado por Google
- La Marca Perú se posicionó como la tercera marca más representativa del Perú según encuesta de Ipsos y El Comercio.
- Según los resultados del Country Brand Index (CBI) de 2015, el Perú se ubica en el top 5 (puesto 5) de 21 países de Latinoamérica; por encima de países como Costa Rica (6), Uruguay (10), Colombia (11) y Ecuador (15). Perú también destaca como país experiencia en la dimensión de Patrimonio y Cultura (4).
- Uno de los aspectos resaltantes es la categoría “Made in”, la cual revela, por primera vez, la relevancia de las percepciones en torno a los productos originarios de cada país. Nuestro país se ubica en el cuarto lugar de la categoría; superando a países como Chile (5), Colombia (7) y Costa Rica (8). Las asociaciones más relevantes son por la maca, quinua, alpaca y lana.
- La campaña **¿Y tú qué planes?** obtuvo el premio Ulises de la Organización Mundial del Turismo (OMT) en la categoría de Innovación en Políticas Públicas y Gobernanza. También ocupó el segundo puesto en los Premios Digi 2015 en dos categorías: Campaña de generación de contactos y respuesta directa y Campaña de *brand awareness* y posicionamiento y obtuvo el premio a la Creatividad Empresarial 2015 en la categoría Marketing, Comercialización y Ventas, distinción que ofrece la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) para reconocer las innovaciones más importantes que realizan las empresas e instituciones.

## 2014

- La Marca Perú conocida y recordada por aproximadamente el 90,8% de los peruanos por lo que se decidió concentrar los esfuerzos de comunicación en difundir las asociaciones positivas contenidas en una sola idea: orgullo por el Perú.
- En 2014 de los 75 países analizados a nivel mundial por el Country Brand Index (CBI), el Perú fue el único en Latinoamérica que apareció en el top ten del atributo Patrimonio y Cultura, donde nos ubicamos en el puesto 5; muy por encima de países como Egipto, Alemania, Austria, España e India. Asimismo nos ubicamos en el puesto 49; por encima de Uruguay, México y Colombia, países que son competencia directa y referente en la región.

Cabe destacar que en ese año la metodología del CBI cambió, incorporando nuevas dimensiones como País Experiencia, País Propósito y Marca país. En ese sentido el Perú se sitúa como País Experiencia, por su riqueza turística y cultural.

## 2013

- El 20 de setiembre de 2013 se lanzó en Lima la campaña digital “Representantes de lo Nuestro”. Esta campaña estuvo constituida por 4 videos, los cuales tuvieron 1 921 337 reproducciones en el canal de YouTube en solo 70 días desde su lanzamiento y obtuvo un alcance de 51% de audiencia en la Internet y 94% en nuestro segmento objetivo (personas de 18 a 25 años).
- Más de 10 000 personas concursaron inscribiendo sus trabajos en la web de la campaña [www.representantesdelonuestro.pe](http://www.representantesdelonuestro.pe) y se compartieron más de 9 238 fotos y 952 videos. Las fotos subidas a la Web fueron compartidas 1 622 858 veces y los videos 24 541 veces. En Facebook los post relacionados a la campaña Representantes de lo Nuestro obtuvieron un alcance de más de 4 millones de personas.
- En 2013 ocupamos el puesto 1 en los atributos de Patrimonio y Cultura, Historia, y Autenticidad del Country Brand Index (CBI) a nivel latinoamericano. Asimismo, ocupamos el puesto 2 en los atributos de Belleza Natural, Gastronomía y Variedad de Atracciones y el puesto 3 en el atributo de Arte y Cultura.

## 2012

- En julio de 2012, se lanzó en la ciudad de Iquitos, el documental “Loreto, Italia”, al ser la Amazonía la región que menos reconocimiento tenía de la Marca Perú (de acuerdo al estudio de Ipsos-Apoyo) y por su próximo nombramiento como Maravilla Natural del Mundo.
- En gastronomía, los World Travel Awards otorgaron al Perú los galardones como South America’s Leading Culinary Destination y World’s Leading Culinary Destination 2012
- En 2012 subimos cuatro posiciones (puesto 44 al 40) en el Country Brand Index (CBI). Además, ocupamos el puesto número 6 en el atributo Herencia y Cultura, el 9 en el atributo Historia y el 8 en el atributo Arte y Cultura a nivel mundial.

## 2011

- En diciembre de 2011 se aprobó el “Reglamento para el Uso de la Marca País”, el cual se publicó en el Diario Oficial El Peruano el 31 de diciembre de 2012.
- El lanzamiento de la Campaña Nacional de Marca Perú “Perú, Nebraska” fue de alto impacto, logrando ser un fenómeno viral en Internet que captó la atención y adhesión de los cibernautas de todo el mundo, así como de los medios de comunicación que lo difundieron masivamente. El documental “Perú, Nebraska” creado para el mercado nacional, salió de los límites establecidos, logrando 42 premios nacionales e internacionales entre los que destacan el “Ojo de Iberoamérica”, “Gran Prix Creatividad Empresarial”, “Effie”, “Webby Awards” y “Cannes Lions”.
- Se lograron a lo largo del año 248 004 visitas a la web Peru.info, 332 172 nuevos fans en Facebook un total acumulado de 668 779 fans. Se sumaron 48 451 nuevos seguidores en Twitter, logrando un total acumulado de 75 750 y 7 743 599 reproducciones generales en el canal de YouTube.
- Se obtuvieron 3 premios en el prestigioso festival Ojo de Iberoamérica: Plata en la categoría El Ojo Relaciones Públicas, Plata en El Ojo Contenido y Bronce en El Ojo Sustentable.
- En 2011 subimos dos posiciones (puesto 47 al 44) en el Country Brand Index (CBI) que mide la percepción de las marcas país a nivel mundial. Asimismo, ocupamos la posición número 4 en el atributo de Herencia y Cultura y el puesto número 5 entre las mejores marcas país de Latinoamérica.

## CENTRO DE FORMACIÓN EN TURISMO – CENFOTUR

El Centro Nacional de Formación en Turismo (CENFOTUR) implementó entre el 2011 y 2016 las siguientes estrategias dirigidas a mejorar su posicionamiento:

- **Implementación de nuevo modelo educativo.** Competencias a partir de perfiles ocupaciones basados en los mapas funcionales del sector, promueve la movilización educativa, brinda mayor accesibilidad a la educación técnica superior.
- **Permanencia de estudiantes en el Proceso Formativo.** Apoyo psicopedagógico (rol proactivo), becas en reconocimiento al alto rendimiento para estudiantes de bajos recursos.
- **Normalización, fortalecimiento, evaluación y certificación por competencias.** Participación activa con el MTPE en la normalización, Programa de Fortalecimiento de Competencias (PFC), evaluación y certificación de competencias.
- **Calidad e innovación.** Sistema de Gestión de la Calidad para la mejora continua de los servicios brindados.

Las estrategias implementadas permitieron alcanzar lo siguiente:

### Enfoque institucional

Gestión y resultados enfocados en inclusión social, educativa con impacto social: inserción laboral, empleabilidad y productividad laboral versus el enfoque privado al inicio de la gestión.

### **Política Pública**

Incidencia en Política Pública Sectorial (educación y trabajo) y nacional a través de la propuesta del modelo educativo y, participación en el desarrollo de las políticas de evaluación y certificación de competencias laborales, para el sector turismo Cabe mencionar, que en el 2011 no se contaba con una propuesta integral orientada a satisfacer las demandas del sector ni con los estudios, métodos y herramientas necesarios para la implementación de competencias laborales.

### **Proceso educativo**

- Modelo Educativo por Competencias que promueve la transitabilidad educativa y la movilización en los niveles de la educación técnico productivo y técnica hacia profesional técnica y profesional superior.
- Carreras profesionales de Administración Hotelera, Administración Turística, Guía Oficial de Turismo y Carrera Técnica de Cocina Peruana, Guía Oficial de Turismo (modalidad virtual, nueva) y Carrera Profesional de Cocina Peruana (nueva).
- Implementación de actividades de investigación y un área psicopedagógica.

### **Normalización de competencias**

- 05 Mapas Funcionales (Alimentos y Bebidas, Alojamiento, Comercialización y Operaciones Turísticas, Casinos y Tragamonedas y Actividades de Transporte Turístico Terrestre).
- 07 Perfiles Ocupacionales actualizados (Housekeeping, Mozo, Cocinero(a), Operario(a) de Limpieza, Promotor de Servicios Turísticos Rurales, Panadería, y Pastelería), y 04 creados (Servicio de Guiado Turístico, Gestión de Salas de Entretenimiento, Gestión de Juegos de Mesa, y Especialidades de Orientador Turístico).
- Durante el 2016 se encuentran en proceso de actualización 03 Perfiles Ocupacionales (Bartender, Joyería artesanas, Recepción de Establecimientos de Hospedaje); asimismo se crearán 03 Perfiles Ocupacionales (Lavandería, Gestión de Operación Turística, Venta de Productos Turísticos).

### **Marketing e Imagen**

- Estrategia de segmentación. Comunicación de los atributos de la marca para su posicionamiento.
- Construcción de la Imagen institucional. Lineamientos del uso de la marca. Gráfica ambiental en toda la institución.
- Desarrollo de contenidos para actualizar la página web. Implementación de formularios web para aumentar interactividad (2013: 9,413 visitas; 2015: 25,483 visitas). Recuperación del Fan Page y participación en redes sociales (Twitter, FB, LinkedIn).
- Producciones fotográficas con visión publicitaria, Producciones audiovisuales (casos de éxito) y desarrollo de material promocional, Plan publicitario y comunicacional.
- Participación en 35 ferias vocacionales y charlas informativas de diferentes colegios en 2015.

### **Sistema de Gestión de Calidad**

- Certificación TED QUAL vigente hasta el año 2017.

- Certificación ISO 9001 (Proceso de Admisión y Matrícula + Certificación de Competencias Laborales), en el 2016 se ampliará el alcance al proceso de selección y evaluación de docentes y diseño de mallas curriculares.

### **Modernización de la Gestión Pública**

- Diseño de Planes Estratégicos y Operativos con enfoque CEPLAN.
- Identificación de procesos estratégicos, misionales y de apoyo, base de la Cadena de Valor.
- Modificación del Diseño Organizacional: marco orgánico y funcional facilita implementación de la política y modelo educativo, así como la integración de “certificación de competencias laborales” con “fortalecimiento de competencias”.
- Diseño de indicadores para el seguimiento y evaluación y Base de Datos para el manejo de la información estadística.

### **Infraestructura Tecnológica y Física**

- Infraestructura tecnológica: renovación del parque de PC's (274 unidades), mejoramiento de soporte tecnológico (proyectoras, impresoras, fotocopiadoras), adquisición de servidor virtual, implementación de laboratorio de cómputo, e integración de las filiales a la red local de Lima (Vía VPN).
- Infraestructura física: Equipamiento a nivel de Lima y Filiales (mobiliario para aulas, talleres de cocina y panadería, utensilios); se realizó la remodelación de talleres, restaurante, auditorio, etc.

La formación, capacitación y certificación de competencias laborales que brinda CENFOTUR, a través de sus sedes de Lima, Cusco y Chiclayo (se contó con Cajamarca hasta el 2013); así como la inserción de alumnos y egresados en puestos de trabajo/prácticas que gestionan, obtuvieron los siguientes resultados:

Principales actividades	Unidad de Medida	Ejecución 2011	Ejecución 2012	Ejecución 2013	Ejecución 2014	Ejecución 2015
Formación profesional	N° estudiantes	1 206	885	915	789	1 108
Carreras y Cursos Ocupacionales	N° alumnos capacitados	366	281	242	389	972
Certificación por competencias laborales	N° de evaluados	289	1 174	3 127	1 495	1 555
Programa de Fortalecimiento de Competencias	N° de beneficiarios		1 044	2 063	2 248	6 090
Inserción laboral (Perú y extranjero)	N° de colocaciones	686	503	470	191	295

Fuente: Direcciones de línea de CENFOTUR

## G. TEMAS PENDIENTES Y RECOMENDACIONES

### COMERCIO EXTERIOR

En lo que corresponde al Viceministerio de Comercio Exterior se han identificado los siguientes asuntos urgentes que requieren prioritaria atención:

#### A. PENX 2025

- Continuar la implementación del Plan Estratégico Nacional Exportador – PENX 2025.
- Actualizar los Planes Regionales de Exportación – PERX, que contribuirán al cumplimiento de los objetivos del PENX 2025.
- Continuar con los diversos Programas para el desarrollo de la competitividad exportadora y la diversificación y sostenibilidad de la oferta exportable, así como la generación de capacidades para la internacionalización.
- Puesta en ejecución de los PIPs de las OCER.
- Incorporar a las OCER bajo un mismo formato de gestión.
- Implementar los Planes de Desarrollo de Mercados – PDMs.
- Implementar un sistema de gestión que permita el desarrollo y articulación a cadenas de valor global.

#### B. Facilitación del Comercio Exterior

- Puesta en ejecución del Proyecto de Inversión Pública de la VUCE 2.0. teniendo como tareas pendientes para su implementación las:

TAREAS	ACCIONES	RESULTADOS
Elaboración y aprobación de los términos de referencia del equipo del proyecto	Elaborar TDR	Términos de referencia del equipo de proyecto
	Revisar TDR	
	Gestionar aprobación de TDR por BID, MEF	
Contratación del Coordinador Administrativo del Proyecto	Reclutamiento, selección y contratación de Coordinador Administrativo	Coordinador Administrativo contratado
Contratación del equipo técnico requerido	Reclutamiento, selección y contratación de equipo técnico	Coordinador Administrativo contratado
Elaboración de Manual de Operaciones del proyecto.	Elaborar y aprobar Manual de Operaciones del proyecto	Manual de Operaciones aprobado.
Implementación de la Unidad Ejecutora	Capacitar al personal del proyecto.	Unidad ejecutora implementada

- Implementación del Plan de Acción para reducir los Costos Logísticos en las 5 cadenas priorizadas. (a desarrollar)
- Reforzamiento de la seguridad de la Cadena Logística de Comercio Exterior. (a desarrollar)
- Puesta en ejecución del Acuerdo de Facilitación del Comercio de la OMC y del Comité Nacional de Facilitación del Comercio. (a desarrollar)
- Implementación y ejecución del Programa de Apoyo la Internacionalización - PAI. (a desarrollar).

## **C. Vinculación del Perú con Mercados Internacionales**

### **Organización Mundial de Comercio - OMC**

- Aprobación del Acuerdo sobre Facilitación del Comercio de la OMC.
- Reuniones del Órgano de Solución de Diferencias OSD-OMC en el caso con Guatemala sobre el Sistema de Franja de Precios.
- Programa de Trabajo Post-Nairobi que concerte los diferentes enfoques de los Miembros.
- Continuar impulsando las negociaciones respecto a la eliminación de los subsidios a la pesca.
- Participación activa en las próximas reuniones del TiSA, a fin de procurar concluir las negociaciones a fines del 2016.

### **APEC**

- El reto inmediato para el 2016 es ejecutar con éxito las actividades planeadas a lo largo del año, tanto temáticas como logísticas, con miras a una exitosa Cumbre de Líderes APEC en noviembre de 2016.
- Seguir liderando proyectos en años posteriores y dar continuidad a las iniciativas propuestas por el Perú durante su Presidencia este año 2016.
- Promover, alcanzar y mantener una activa participación del Perú en APEC para beneficiarnos de su agenda. Debido a que las reuniones y actividades del foro se desarrollan en inglés, el principal obstáculo que se halla es el dominio del idioma inglés por parte de los funcionarios expertos de las diversas instituciones públicas involucradas en los temas de comercio e inversiones.
- Promover la negociación de acuerdos comerciales bilaterales y plurilaterales en la región, en especial el lanzamiento y negociación del FTAAP.
- Continuar fortaleciendo las relaciones comerciales con el Asia Pacifico.

### **OCDE**

- Culminar con éxito el proceso de Integración del Perú al TiVA.
- Participar activamente en las próximas reuniones en el marco de la Iniciativa de la OCDE sobre las Cadenas Globales de Valor.
- Realizar las gestiones necesarias en coordinación con la OCDE para el aprovechamiento de los Indicadores de Facilitación del Comercio.
- Participar en las Reuniones de la Comisión Multisectorial para la actualización sobre el estado de la situación del Programa País.

### **WEF**

- Continuar participando en las Reuniones Anuales WEF de Davos y de América Latina a fin de exponer la posición peruana y contribuir al debate en los temas relacionados al comercio. Se espera que la Ministra de Comercio Exterior y Turismo participe en la reunión del WEF de junio 2016 en Medellín.
- Participar activamente y contribuir con la visión del sector público en el Consejo de la Agenda Global sobre el futuro de los Viajes y Turismo (TTC) del WEF. Propiciar el intercambio de ideas que permita lograr productos concretos al final de este segundo periodo de participación.

## **UNCTAD**

Mantener una participación activa en cuanto a la elaboración de la Declaración Ministerial de UNCTAD 14.

- Participación activa en el Foro Mundial de Inversiones.
- Monitoreo de las actividades relevantes para el Sector en la Junta de Comercio y Desarrollo de la UNCTAD.

## **Alianza del Pacífico**

El Grupo de Asuntos Institucionales viene efectuando la revisión legal de los nuevos instrumentos normativos que en el marco de la Alianza del Pacífico se vienen negociando y debe concluir antes de la entrega de la Presidencia Pro Tempore que culminará el 30 de junio de 2016.

- Plan para la implementación de las disciplinas comerciales del Protocolo Adicional al Acuerdo Marco de la Alianza del Pacífico.
- Plan para definir la estrategia de relacionamiento externo de la Alianza del Pacífico.
- Plan para definir la estrategia de proyección en terceros mercados.

## **Comunidad Andina**

- Demostración técnica y jurídica de la aplicación contraria al ordenamiento comunitario de la medida de salvaguardia por Balanza de Pagos aplicada por el Ecuador en el marco de la Comunidad Andina, respecto al Perú, cuya vigencia será ampliada por el período de un año.
- Aplicación de otras medidas adoptadas por el MINCETUR frente a las restricciones aplicadas por Ecuador.
- Evaluación y aprobación del presupuesto de la SGCAN para el ejercicio 2016.
- Mecanismo de Solución de Controversias

## **Acuerdo de Promoción Comercial (APC) Perú-Estados Unidos**

- Continuar las coordinaciones con EEUU (USTR y APHIS) así como con el Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA) y otras entidades involucradas, respecto al levantamiento del tratamiento cuarentenario con bromuro de metilo para los espárragos y arándanos en los puertos de destino de EEUU. Igualmente, continuar con las coordinaciones con EEUU para lograr el acceso de otros productos agrícolas peruanos al mercado de EEUU, tales como el maracuyá, granadilla, chirimoya, entre otros.
- Continuar con las coordinaciones con el MEF respecto a los arbitrajes presentados contra el Perú en el marco del Capítulo de Inversiones del APC Perú-EEUU, como el arbitraje presentado por la compañía estadounidense Renco Group, Inc. ("Renco"), cuya disputa se refiere a las obligaciones respectivas de las partes, con respecto a las operaciones y medidas de remediación ambiental en las instalaciones de La Oroya.

Así como la notificación presentada por Gramercy Funds Management LLC, Gramercy Peru Holdings LLC, Gramercy Investment Advisors LLC y Gramercy Advisors LLC (Gramercy) contra el Perú de la intención de someter a arbitraje internacional reclamos derivados de su inversión los fondos de reforma agraria del Perú ("Bonos agrarios").

- Comunicación pública 2015-01 (Perú) presentada en el marco del artículo 17.5 del **Capítulo Laboral del APC Perú-EEUU**.

Si bien en el “Informe Público del Examen de la Comunicación Pública ante los EE.UU. 2015-01 (Perú)” de la OTLA del 18 de marzo de 2016 no se ha determinado ningún incumplimiento del Gobierno Peruano de las obligaciones asumidas en virtud al Capítulo Laboral del APC Perú-EE.UU., se han planteado algunas recomendaciones, cuya implementación será objeto de evaluación por parte de la OTLA dentro de un plazo de nueve meses de la emisión del mencionado informe.

En tal sentido, la DGGJCI, en coordinación con el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, efectuará el seguimiento a la implementación de aquellas recomendaciones u otras medidas que resulten pertinentes bajo el marco del Capítulo Laboral del APC. Ello, con el objeto de orientar las acciones del Gobierno de EE.UU. hacia el mecanismo de cooperación laboral y desarrollo de capacidades establecido en el Capítulo Laboral del APC.

#### **Acuerdo Comercial (AC) Perú-Unión Europea (UE)**

Continuar las coordinaciones con la UE para la próxima reunión del Comité de Comercio y Subcomités específicos que se tiene previsto realizar en setiembre de 2016 en Bélgica.

#### **Tratado de Libre Comercio (TLC) Perú – Canadá**

Continuar las coordinaciones con Canadá para la realización de las reuniones virtuales de los Comités y Sub Comités específicos de la Comisión Conjunta Perú.

#### **Acuerdo de Libre Comercio (ALC) entre Perú y los Estados de la Asociación Europea de Libre Comercio (AELC) (EFTA por sus siglas en inglés)**

Continuar las coordinaciones con EFTA para la próxima reunión del Comité de Comercio y Subcomités específicos prevista para setiembre en Perú (Lima).

#### **Comisión Económica Euroasiática**

Efectuar las coordinaciones con la Comisión Económica Euroasiática para la realización de la II Reunión del Grupo Conjunto de Trabajo entre la Comisión Económica Euroasiática y la República del Perú que se tiene previsto realizar en Rusia en el mes de junio de 2017.

#### **Tratado de Asociación Transpacífico-TPP**

El Tratado de Asociación Transpacífico fue suscrito el 4 de febrero de 2016, el mismo que debe ser sometido al procedimiento de perfeccionamiento interno, para lo cual se deben remitir al Ministerio de Relaciones Exteriores, los informes favorables de todos los sectores involucrados, incluidos el Mincetur. Dicho Ministerio evaluará y determinará si el referido Tratado debe ser aprobado por el Congreso de la República para su posterior ratificación por el Presidente de la República.

#### **Respecto a la Promoción de las Exportaciones – PROMPERU**

##### **En Desarrollo Exportador**

- Concluir con la implementación del Aula Virtual: Plataforma de Información y Auto-Aprendizaje Virtual para la Exportación para brindar información y capacitación de la comunidad exportadora y emprendedora a través de una herramienta moderna.
- Continuar con las Rutas Exportadoras Especializadas que brindan Programas de Asistencia Empresarial, para dotar a las empresas de elementos diferenciadores, como programas de calidad y sostenibilidad, programas logísticos y de finanzas, programas de diseño, empaques y asociatividad, que permitan a las empresas ser más competitivos en los mercados internacionales.
- Continuar con las Rutas Exportadoras Mercado - Producto, para desarrollar estrategias de mercadeo internacional y desarrolla un plan de mercadeo.

- Potenciar las Misiones Tecnológicas trabajando más estrecha e intensamente con comités sectoriales de los gremios (sectores metal mecánico, electromecánico, autopartes, manufacturas de madera, equipamiento hospitalario, etc.), para conocer experiencias y oportunidades de desarrollo industrial en otros países

#### **En Promoción Internacional de la Oferta Exportable**

- Revisar la actual Priorización de Productos, dado que tanto la estructura de la oferta exportable así como los requerimientos del mercado internacional son cambiantes.
- Uso de nuevas herramientas de promoción comercial: Como los Centros de Negocios (Perú Bras en Brasil para Confecciones y el Perú Tech en Panamá para Servicios), Ruedas de negocios virtuales en las sedes de las OCEX (invitando a compradores seleccionados para reuniones de negocio virtuales agendados con exportadores reunidos en nuestro local), Promoción en el canal *retail*.
- Liderar Grupos Técnicos con Mirada Internacional que Impliquen articulaciones Sectoriales donde se coordinan los temas estratégicos y transversales. PROMPERU debe tener participación activa en Innovación y Tecnología y ampliar el alcance a otras instituciones como SENASA, DIGESA, INIA, SANIPES, etc.

#### **En Inteligencia y Prospectiva Comercial**

- Creación del Sistema Integral de Alertas de Oportunidades Comerciales no tradicionales a través de las OCEX y la Cancillería para identificar y aprovechar demandas, y propiciar la concreción de negocios.
- Desarrollo de la Plataforma de Exportación Asistida (Proyecto BID\_FOMIN).
- Ampliar el Sistema de Ruedas de Negocios para permitir su interacción con otros sistemas de la institución.

## **TURISMO**

#### **Dirección General de Juegos de Casino y Máquinas Tragamonedas - DGJCMT**

- Culminación de la implementación del Sistema Integral de Casino que permitirá la atención vía internet de todos los procedimientos administrativos TUPA, sancionadores y la automatización del proceso de fiscalización y la gestión interna de la DGJCMT, permitiéndose que los administrados tengan facilidades de la trazabilidad de sus expedientes administrativos, conocimiento del funcionario a cargo de atender sus expedientes y remitir información complementaria para la correcta evaluación de los procedimientos administrativos .
- Presentar un proyecto de ley para regular las apuestas deportivas, juegos por internet y que se determine la autoridad competente para su autorización, control y fiscalización de la misma
- A la fecha existen sistemas que operan las llamadas loterías electrónicas, las cuales por su competencia corresponden al Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables. Sin embargo, estos sistemas por su arquitectura y diseño tecnológico, pueden operar indistintamente como máquinas tragamonedas, convirtiéndose en una gran vulnerabilidad que sean instaladas en bodegas, panaderías sin el debido control. Es necesario continuar las coordinaciones entre el MINCETUR y el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, con la finalidad de definir los estándares técnicos a exigir a los posibles operadores de estas loterías electrónicas.

#### **Dirección General de Políticas de Desarrollo Turístico -DGPDT**

- Incorporar los procedimientos en materia ambiental en el TUPA, para fortalecer las acciones de evaluación y supervisión ambiental en campo, entre otros.

- Gestionar la asignación de una meta presupuestal propia para la Dirección de Asuntos Ambientales Turísticos, que permita contar con indicadores y medir su ejecución financiera.
- Dotar a la Dirección de Asuntos Ambientales Turísticos con equipos de protección personal e instrumentos de medición en campo, para el adecuado desarrollo de las funciones de evaluación y supervisión ambiental.
- Continuar con la implementación del Plan Anual de Evaluación y Fiscalización Ambiental - PLANEFA, a través de las acciones de fiscalización ambiental al cumplimiento de compromisos ambientales asumidos por los titulares del proyectos o actividades en los instrumentos de gestión ambiental aprobados por el Sector Turismo, en el ámbito de Lima Metropolitana.
- Aprobación del Decreto Supremo que Reglamenta la Ley de Creación de la Ventanilla Única de Turismo para asegurar la implementación y operatividad del sistema.
- Asegurar la Ejecución del Proyecto de Inversión Pública “Instalación de la Ventanilla Única de Turismo – Primera Etapa”
- En materia de calidad turística, se prevé la culminación del proceso de actualización del Plan Nacional de Calidad Turística – CALTUR al 2025, el mismo que deberá contener estrategias para repotenciar lo avanzado en sus dos primeros ámbitos, es decir, recursos humanos y prestadores de servicios turísticos, así como estrategias para iniciar una intervención sistemática en los ámbitos de sitios y destinos turísticos.
- En el caso del ámbito de prestadores de servicios turísticos, se encuentra en proceso la revisión de herramientas del CALTUR, con el objetivo de mejorar su metodología y contenido.
- De manera complementaria, se prevé la elaboración de un plan de marketing integral, que permitirá fortalecer la imagen y posicionamiento del CALTUR y sus actuales herramientas.
- Aprobación del Reglamento de Canotaje Turístico, considerando que el Proyecto de Reglamento ha sido remitido a la Secretaría del Consejo de Ministros, para la firma del señor Presidente.
- Aprobación del Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo, considerando que el Proyecto de Reglamento ha sido remitido a la Secretaría del Consejo de Ministros, para la firma del señor Presidente.
- Aprobación del Reglamento de Seguridad para la Prestación del Servicio de Turismo de Aventura, considerando que el Proyecto de Reglamento ha sido remitido a la Secretaría del Consejo de Ministros, para la firma del señor Presidente.
- Actualización del Reglamento de Restaurantes, para cuyos efectos se han desarrollado reuniones de trabajo con los involucrados en la actividad para la elaboración de un primer borrador del Proyecto de Reglamento.
- Pre publicación del Proyecto de Reglamento de Actividades Especializadas de Guiado, para cuyos efectos se han desarrollado reuniones de trabajo con los involucrados en la actividad para la elaboración de un primer borrador del Proyecto de Reglamento.
- Coordinación con SERFOR para contar con un primer borrador del Proyecto de Reglamento de observación de cetáceos marinos desde embarcaciones.
- Coordinación con el Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento para la modificación de la Norma Técnica A.030 Hospedaje del Reglamento Nacional de Edificaciones.
- Coordinación con el Ministerio de Transportes y Comunicaciones para la modificación del Reglamento Nacional de Ferrocarriles, a fin de que se incluya la modalidad de transporte turístico.

- Coordinación con el Ministerio de Transportes y Comunicaciones para la modificación del Reglamento Nacional de Administración de Transporte, a fin de incluir dentro de las unidades autorizadas a prestar el servicio de transporte especial, bajo la modalidad de transporte turístico a unidades modelo VAN para viajes intra e interregional dentro del país.
- Promover la mejora de los servicios, mecanismos de trámites y control de ingreso al país en coordinación con las instituciones que atienden a los turistas en los principales puestos de control fronterizo de Perú.

### **Organismos Internacionales**

- Respecto al Foro de Cooperación de Asia-Pacífico (APEC), se deberá seguir desarrollando los programas para mejoramiento de conectividad, eficiencia de operaciones, infraestructura y servicio al pasajero en aeropuertos, en base al paper “Conectando Asia-Pacífico a través de la Facilitación de Viajes”.
- El Perú como Estado Miembro de la Organización Mundial del Turismo deberá continuar el trabajo con las mesas de trabajo de los Comité de Turismo y Competitividad y el Comité de Estadística y Cuenta Satélite en Turismo. Del mismo modo, deberá continuar con la siguiente fase de Análisis y Diagnóstico para el desarrollo del Prototipo de Turismo Gastronómico en la región Puno.
- Se deberá elaborar y aprobar el Plan de Trabajo de CITUR 2016-2017 que fue desarrollado durante la Reunión de la Comisión Interamericana de Turismo de la Organización de los Estados Americanos. Asimismo, se recomienda continuar con la ejecución de los mandatos de la Estrategia a Mediano Plazo y con la Declaración de Lima.
- De acuerdo al trabajo con el Grupo de Alianza del Pacífico se recomienda continuar con el Plan de Trabajo sobre el tema de Facilitación de Viajes: “recopilar información de los grupos técnicos de la Alianza vinculados al tema “Facilitación de Viaje”.
- Para el World Economic Forum (WEF) se sugiere continuar apoyando al desarrollo de las publicaciones relacionadas a seguridad de los viajes, medición de sostenibilidad en turismo y situación de las líneas aéreas.

### **Dirección General de Estrategia Turística - DGET**

- Realización de los Foros Promoción de Inversiones en Turismo programados a partir de junio de 2016: Huaraz (junio 2016), Huánuco (julio 2016), La Libertad (agosto 2016) y Arequipa (septiembre 2016 - tentativo).
- Presentación y difusión de la Guía Metodológica sobre los mecanismos de financiamiento Público-Privado, para la elaboración de proyectos de inversión pública bajo la modalidad de obras por impuestos y el acogimiento a la Recuperación Anticipada del IGV.
- Aplicación de la modalidad de financiamiento de Obras por Impuestos en coejecución con los gobiernos subnacionales y financiamiento al 100% a cargo del MINCETUR.
- Elaboración de los términos de referencia para la elaboración de “Lineamientos para la formulación e identificación de proyectos de inversión en el sector turismo bajo la modalidad de Asociación Público Privada – APP”.
- Elaboración de los términos de referencia para el diagnóstico, análisis y propuesta turística tipo de centro termal a través de las Asociaciones Público Privadas – APP.
- Corresponde ejecutar 23 proyectos de inversión pública sobre señalización turística para el cumplimiento de los compromisos asumidos en las mesas regionales sobre productos turísticos 2015 – 2016.
- Cabe indicar que once (11) proyectos han sido declarados viables, cinco (5) se encuentran en formulación y siete (7) no han sido formulados por carecer de

autorizaciones y compromisos para asumir su mantenimiento por parte de los gobiernos subnacionales.

#### **Dirección General de Artesanía - DGA**

- Se ha iniciado el proceso de actualización del Plan Estratégico Nacional de Desarrollo Artesanal (PENDAR) y del Clasificador de Líneas Artesanales (CLANAR), instrumentos que se encuentran detallados en la Ley del Artesano y que son importantes para el diseño y desarrollo de los programas así como para el ordenamiento de la actividad artesanal que tiene a cargo la Dirección General de Artesanía.
- Se viene trabajando los lineamientos que reglamentarán la protección de la propiedad intelectual del artesano y de la tradición artesanal, detallada en el Capítulo II de la Ley del Artesano. Ello permitirá generar un gran impacto en la labor de todos los artesanos del país.
- Concluir con la ejecución del Proyecto de Inversión Pública “Creación Del Centro de Innovación Tecnológica de Artesanía y Turismo en el Distrito de San Juan Bautista, Provincia de Maynas - Región Loreto” (código SNIP N° 201118), cuyo monto de inversión asciende a S/ 5 479 351 para beneficiar a 2 000 artesanos en los distritos de San Juan Bautista, Iquitos, Punchana y Belén en la provincia de Maynas; en el distrito de Nauta en la provincia de Loreto; y, en el distrito de Pebas en la provincia de Mariscal Ramón Castilla.  
Se ha previsto concluir el Expediente Técnico en julio e iniciar la licitación pública, para la ejecución del referido proyecto a fines de Agosto de 2016 y concluir la ejecución del mismo en Mayo de 2017, para la creación del CITE en mención.
- Concluir la ejecución de los Proyectos de Inversión Pública “CITE Quinua”, “CITE Pucará” y “CITE Hualhuas”, los mismos que a la fecha constituyen proyectos con obras paralizadas. Ante dicha situación y considerando que se han agotado las acciones conducentes a que los Gobiernos Locales y/o Regionales concluyan dichos proyectos en su calidad de unidades ejecutoras, se ha procedido a resolver los convenios con dichas instituciones y proceder a solicitar el cambio de Unidad Ejecutora para MINCETUR, situación en la cual nos encontramos actualmente.
- Formular el Proyecto de Inversión Pública para mejorar la infraestructura del CITE Ucayali. Actualmente está en proceso ante el Ministerio de Educación, una solicitud de afectación en uso del 50% del terreno ubicado en la Carretera Federico Basadre Km 4200 de la ciudad de Pucallpa, región de Ucayali, donde se ubica actualmente el CITE y cuya propiedad es del referido Ministerio.

#### **En materia de Promoción del Turismo:**

##### **En Promoción del Turismo Interno**

- Continuidad de la campaña de promoción “Y tú que planes?”, para la promoción y comercialización de los destinos a través de las empresas turísticas regionales. Actualmente en vigencia.
- Lanzamiento de Alianzas Estratégicas para campañas de promoción cofinanciadas prevista para el segundo semestre.
- Fortalecer el desarrollo de las capacitaciones en regiones (herramientas de marketing y comercialización).
- Consolidar la presencia del Perú en los destinos de frontera: Ecuador y Chile (Iquique y Arica, y Loja, Cuenca y Machala, respectivamente).

### **En Promoción del Turismo Receptivo**

- Mantener la presencia de Perú como destino turístico en los 22 mercados interés, a través de las estrategias previstas por mercado.
- Continuar con la implementación de la estrategia para el desarrollo del turismo de reuniones, desde la captación de eventos, promoción y consolidación de los buros de convenciones.
- Fortalecer el desarrollo de Alianzas Estratégicas para campañas de promoción cofinanciadas y capacitaciones al canal comercial. Herramienta de alto impacto.
- Continuidad con el desarrollo de las actividades previstas con los países de la Alianza del Pacífico (II Roadshow de Turismo en 4 ciudades en China del 19 al 26 de agosto).

### **En Inteligencia y Prospectiva Turística**

- Fortalecer la plataforma Turismo In, a fin de consolidar a PROMPERÚ como la entidad que ofrece información veraz y actualizada para el conocimiento de la demanda del turista actual y potencial.
- Proyecto Big Data: que permitirá encontrar patrones de comportamiento de viajes en el Perú para el diseño de estrategias tanto de promoción como de producto.
- Continuar con el acompañamiento técnico a las DIRCETURs, en el diseño e implementación de estudios que permitan conocer la demanda turística regional, con el fin de desarrollar estrategias y acciones de promoción efectivas.

### **En materia de Promoción de la Imagen País:**

#### **Plan de difusión de la Imagen País a través de actividades de reconocidas celebridades y embajadores orgullosos de la Marca Perú**

- Continuar con el fortalecimiento de la imagen país diversificando el abanico de voceros en otros sectores como la innovación, la medicina, los deportes, etc. a través de las acciones que estas personalidades realizan tanto a nivel nacional como internacional.
- Fortalecer el posicionamiento del Perú como destino turístico a través de la realización de actividades con celebridades reconocidas a nivel internacional, logrando así exposición del país a través de la cobertura mediática que garantizan estas actividades.
- Mantener el Programa de Embajadores como herramienta de difusión y promoción de la imagen país reconociendo a personas con una destacada trayectoria a nivel nacional e internacional.
- Continuar creando sinergias con los Embajadores para fortalecer el orgullo y la identidad nacional, así como posicionar la imagen positiva del Perú a nivel internacional.

#### **Plan de Protección Internacional de la Marca Perú**

- Seguir con el registro de la marca Perú a nivel internacional a fin de contar con la seguridad jurídica necesaria par su protección. A la fecha se ha logrado registrar la marca Perú en Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Ecuador, México y Australia, así como en la Comunidad Europea. En trámite se encuentra el registro en China y Paraguay.
- Continuar con las coordinaciones a nivel de la Comunidad Andina a fin de generar un mecanismo sui generis que permita el registro y la protección de la marca Perú como marca país.

### **Marca Innovación**

- Impulsar la innovación como herramienta de promoción de la imagen país así a través de la marca PERU +IN como distintivo que identifique a empresas peruanas que realizan un esfuerzo constante en innovación.
- Promover la innovación como factor fundamental del desarrollo, mejora de la competitividad y crecimiento económico.
- Continuar con el compromiso de promover la cultura de la innovación entre el tejido empresarial y los principales agentes nacionales e internacionales.

### **Marketplace Música Perú**

- Exponer la variedad de la oferta musical exportable peruana ante los principales actores de la industria internacional.
- Generar un espacio de vinculación y generación de negocios entre los participantes (compradores y vendedores nacionales) con el objetivo de propiciar la internacionalización de la música peruana.

### **Campañas Tácticas en el ámbito nacional**

- Continuar con la estrategia de difusión de la Marca Perú a nivel nacional, a través de campañas de comunicación 360° evaluando indicadores como el grado conocimiento, afinidad y familiaridad de la marca en los diferentes segmentos de la población.

### **Merchandising y Tiendas Marca Perú (a nivel nacional e Internacional)**

- Fomentar alianzas con el sector privado a fin de promover su participación en la generación de merchandising oficial de marca país.

### **Presencia Mediática Internacional**

- Contar con una agencia de Relaciones Públicas en los mercados estratégicos para poder tener una presencia y posicionamiento constante en los medios de comunicación internacionales a nivel de exportaciones, turismo e imagen país a través de la relación directa con los medios locales mediante notas de prensa y boletines (newsletters).
- Continuar con viajes de prensa nacionales e internacionales dirigidos a periodistas de viaje en medios impresos, audiovisuales y digitales, así como los dirigidos a líderes digitales y los orientados para promocionar diferentes segmentos: gastronomía, música, moda y textiles, innovación y agronegocios, entre otros.

### **En temas relacionados a formación turística – CENFOTUR**

#### **Formación Profesional y Técnica y especialización**

- Concluir con la revisión y actualización de las mallas curriculares de las carreras profesionales y técnicas en concordancia con la última validación del Mapa funcional del sector y subsectores, aprobadas por el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo en el mes de mayo del presente año.
- Concluir el proceso de implementación de la transitabilidad curricular en los diferentes niveles educativos
- Construcción del marco de cualificaciones para las convalidaciones de las certificaciones de competencias laborales con el modelo formativo.

#### **Normalización de Competencias**

- Elaboración o actualización de 06 Perfiles Ocupacionales adicionales (segundo semestre del año 2016)
- Implementación del “Comité de Competencias Laborales del Sector Turismo”, como instancia de concertación, diálogo y análisis.
- Articular el “Comité de Competencias Laborales del Sector Turismo”, con otros Organismos Sectoriales, en otros países.

- Implementar el Marco de Cualificaciones a nivel nacional que permita la movilidad y transitabilidad de los trabajadores hacia el mundo formativo.

#### **Fortalecimiento e Competencias**

- Ampliar la cobertura del Programa a los funcionarios de los Gobiernos Locales y Regionales vinculados al Sector Turístico.
- Seguimiento a los resultados de las intervenciones realizadas para asegurar la sostenibilidad de los logros alcanzados.

#### **Continuidad del Sistema de Gestión de la Calidad**

- Ampliar el alcance del sistema a otros servicios y realizar auditorías de mantenimiento a los ya existentes.

#### **Proyecto de Inversión Público**

- Elaboración del estudio de preinversión a nivel de perfil del PIP “Mejoramiento y ampliación del servicio educativo y administrativo del CENFOTUR, distrito de Barranco, Lima”, el cual tiene como objetivo “ampliar y mejorar los servicios educativos y administrativos”.

## **II. INFORMES PARA LA TRANSFERENCIA DE GESTIÓN DEL MINISTERIO Y DE SUS ENTIDADES ADSCRITAS**

- A. INFORME DE TRANSFERENCIA DE GESTIÓN DEL MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO – MINCETUR**
- B. INFORME DE TRANSFERENCIA DE GESTIÓN DE LA COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO – PROMPERÚ**
- C. INFORME DE TRANSFERENCIA DE GESTIÓN DEL CENTRO DE FORMACIÓN EN TURISMO – CENFOTUR**