



**MINISTERIO DE COMERCIO  
EXTERIOR Y TURISMO**

**PEI 2007 – 2011**



**PLAN ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL DEL MINISTERIO  
DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO  
2007 –2011**

Oficina General de Planificación  
Presupuesto y Desarrollo

DICIEMBRE 2006

# INDICE

## **1 ROL ESTRATÉGICO DEL MINCETUR**

- 1.1 Antecedentes Normativos
- 1.2 Rol Estratégico Institucional

## **2 DIAGNÓSTICO GENERAL**

- 2.1 Análisis del Area de influencia de la Actividad Institucional
- 2.2 Identificación y Análisis de Problemas

## **3 PRIORIDADES**

## **4 DIAGNÓSTICO DE LOS PROGRAMAS PRINCIPALES**

- 4.1 Promoción y Regulación del Comercio Exterior
- 4.2 Promoción y Regulación del Turismo y la Artesanía

## **5 VISIÓN Y MISIÓN DEL MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO**

- 5.1 Visión
- 5.2 Misión

## **6 OBJETIVO GENERAL A NIVEL DE PROGRAMAS PRINCIPALES**

- 7.1 Programa 040 Comercio: Promoción y Regulación del Comercio Exterior
- 7.2 Programa 042 Turismo: Promoción y Regulación del Turismo y la Artesanía

## **7 OBJETIVOS ESTRATEGICOS ESPECIFICOS POR SUB PROGRAMAS**

- 8.1 Sub Programa 0110: Promoción Externa del Comercio
- 8.2 Sub programa 0113: Promoción del Turismo

## **8 ACTIVIDADES Y PROYECTOS PRIORITARIOS DE LOS PROGRAMAS PRINCIPALES**

- 9.1 Acciones Permanentes - Actividades
- 9.2 Acciones Temporales - Proyectos

## **9 RECURSOS PROYECTADOS PARA CADA AÑO DEL PLAN**

## **10 INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN**

**11.1** Sub Programa 0110: Promoción Externa del Comercio

**11.2** Sub Programa 0113: Promoción del Turismo

## **11 RESPONSABLES POR ACTIVIDADES Y PROYECTOS DE LOS PROGRAMAS PRINCIPALES**

**12.1** Acciones Permanentes: Responsables/Actividades

**12.2** Acciones Temporales: Responsables/Proyectos

## **ANEXOS**

## **FORMATOS DEL PEI**

## **PRESENTACION**

El Plan Estratégico Institucional – PEI del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo correspondiente al periodo 2007 - 2011, constituye una herramienta para orientar la asignación y ejecución de los recursos al cumplimiento de los objetivos institucionales, contribuyendo de esa forma al desarrollo económico del país en el mediano plazo, en concordancia con los lineamientos del Plan Estratégico Sectorial Multianual.

Cabe señalar que debido al rol estratégico que tiene el Pliego dentro del Sector, existe una gran identificación del PEI con el PESEM, salvo en el tema de la promoción de las exportaciones, donde PROMPEX asume un rol preponderante.

El presente documento actualiza y replantea el Plan Estratégico Institucional 2004–2006, aprobado mediante Resolución Ministerial No. 250-2003-MINCETUR/DM del 27 de junio del 2003, buscando adecuarse a la necesidad de reorientar las estrategias contempladas, tomando en cuenta los cambios en el entorno externo e interno del país.

El Plan Estratégico Institucional tiene su correlato inmediato en el Plan Operativo Institucional y en el Presupuesto Institucional.

Lima, 28 de diciembre del 2006.

# **PLAN ESTRATEGICO INSTITUCIONAL DEL MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO**

**2007 –2011**

## ***1 ROL ESTRATÉGICO DEL MINCETUR***

### **1.1 Antecedentes Normativos**

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR creado por Ley N° 27779 publicado en el diario Oficial El Peruano el 11 de julio del 2002, es un Organismo conformante del Poder Ejecutivo, rector de los Sectores Comercio Exterior y Turismo y constituye un pliego presupuestal con autonomía administrativa y económica de acuerdo a Ley.

Mediante Ley N° 27790, del 23 de Julio de 2002, se aprueba la Organización y Funciones del MINCETUR, y mediante Decreto Supremo N° 005-2002-MINCETUR se aprueba su Reglamento de Organización y Funciones.

En ese sentido, el Plan Estratégico Institucional del MINCETUR se desarrolla en concordancia a su marco legal y en correspondencia a las siguientes normas:

Ley N° 28411 – Ley General del Sistema Nacional de Presupuesto

Ley N° 28927 – Ley de Presupuesto del Sector Público para el Año Fiscal 2007

### **1.2 Rol Estratégico Institucional**

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo define, dirige, ejecuta, coordina y supervisa la política de comercio exterior y de turismo. Tiene la responsabilidad en materia de la promoción de las exportaciones y de las negociaciones comerciales internacionales, en coordinación con los Ministerios de Relaciones Exteriores y de Economía y Finanzas y los demás sectores del Gobierno en el ámbito de sus respectivas competencias. Asimismo, está encargado de la regulación del Comercio Exterior. El titular del sector dirige las negociaciones comerciales internacionales del Estado y está facultado para suscribir convenios en el marco de su competencia. En materia de Turismo promueve, orienta y regula la actividad turística, con el fin de impulsar su desarrollo sostenible, incluyendo la promoción, orientación y regulación de la artesanía.

El MINCETUR comprende al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, a los Organismos Públicos Descentralizados, Proyectos y Comisiones bajo su jurisdicción. Su competencia se extiende a las personas naturales y jurídicas que realizan actividades vinculadas a los sectores Comercio Exterior y Turismo.

Son objetivos asignados por Ley al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo los siguientes:

**En materia de Comercio Exterior:**

- Establecer la política de comercio exterior orientada a lograr un desarrollo creciente y sostenido del país;
- Obtener las mejores condiciones de acceso y competencia para una adecuada inserción del país en los mercados internacionales;
- Alcanzar el óptimo aprovechamiento de los acuerdos o convenios comerciales suscritos por el país, así como de los diferentes esquemas de preferencias;
- Desarrollar las acciones que permitan la óptima participación del país en los diferentes foros de comercio internacional, esquemas de integración, cooperación económica y social y en las negociaciones comerciales internacionales;
- Promover el desarrollo de las actividades en las Zonas Francas, de Tratamiento Especial Comercial y en las Zonas Especiales de Desarrollo, a fin de incrementar las exportaciones.

**En materia de Turismo:**

- Promover el desarrollo de la actividad turística como un medio para contribuir al crecimiento económico y al desarrollo social del país, propiciando las condiciones más favorables para el desarrollo de la iniciativa privada y la generación de empleo;
- Contribuir al proceso de fortalecimiento de la identidad, el respeto a la diversidad cultural, y a la integración nacional y regional, fomentando la conciencia turística;
- Promover el uso racional y sostenible con fines turísticos del Patrimonio Cultural y Natural de la Nación, procurando la conservación de las formas de vida, costumbres e identidad cultural de las comunidades involucradas en el desarrollo de la actividad turística y la mejora de su calidad de vida;
- Contribuir al proceso de descentralización nacional, promoviendo la actividad turística a través de los gobiernos regionales y locales, la comunidad organizada y el sector privado;
- Promover el desarrollo de la actividad artesanal, a través del incremento de la productividad y competitividad de sus agentes, fortaleciendo su identidad y su acceso al mercado nacional y de exportación;
- Preservar a través de la producción artesanal los valores culturales, históricos y la identidad nacional.

**Son funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo:**

1. Formular, dirigir, coordinar, ejecutar y supervisar la política de comercio exterior, con excepción de la regulación arancelaria, así como la política de turismo, en concordancia con la política general del Estado y en coordinación con los sectores e instituciones vinculados a su ámbito. En el caso del turismo se deberá tomar en cuenta su carácter multisectorial e

interdependiente, así como los componentes sociales y culturales de las actividades de su competencia;

2. Dirigir, coordinar, elaborar y ejecutar los planes y programas nacionales sectoriales de desarrollo en materia de comercio exterior, integración, promoción de exportaciones, turismo y artesanía;
3. Establecer el marco normativo para el desarrollo de las actividades de comercio exterior coordinando con los sectores e instituciones que corresponda, así como para el desarrollo de las actividades turística y artesanal a nivel nacional, supervisando el cumplimiento de la normatividad emitida, estableciendo las sanciones e imponiéndolas, de ser el caso, en el ámbito de su competencia;
4. Representar al país en los foros y organismos internacionales de comercio, turismo, cooperación económica y esquemas de integración, debidamente coordinadas con el Ministerio de Economía y Finanzas. Actuar como Órgano de enlace entre el Gobierno Peruano y los organismos internacionales de integración y de comercio internacional, en el ámbito de su competencia;
5. Negociar, suscribir y poner en ejecución los acuerdos o convenios internacionales en materia de comercio exterior, integración, cooperación económica y social, y otros en el ámbito de su competencia. Asimismo, es responsable de velar por el cumplimiento de dichos acuerdos tanto en el ámbito nacional como en el internacional; y difundir los acuerdos comerciales suscritos, así como las negociaciones en proceso;
6. Establecer mecanismos o sistemas de coordinación intersectorial con las entidades involucradas en las actividades de su competencia; y orientar el funcionamiento de los Organismos Públicos Descentralizados correspondientes al Sector y Comisiones Sectoriales;
7. Orientar y promover el desarrollo de las exportaciones, del turismo y la artesanía en términos de eficiencia y competitividad, en coordinación con las oficinas comerciales del Perú en el exterior cuando corresponda;
8. Apoyar al sector privado en la generación e identificación de nuevos productos de exportación y en el desarrollo de nuevos mercados, así como defender los intereses comerciales de los exportadores peruanos en el exterior ante los foros y organismos internacionales de comercio;
9. Proponer la política de Zonas Francas, de Tratamiento Especial Comercial y de Zonas Especiales de Desarrollo. En lo que respecta a la actividad productiva que se realiza dentro de dichas zonas, ésta se regulará por la normativa sectorial correspondiente;
10. Emitir opinión técnica vinculante e intervenir en la formulación de políticas, acciones y propuestas normativas que tengan incidencia determinante respecto a materias o actividades del ámbito de su competencia;

11. Proponer y establecer acciones de coordinación con los órganos competentes tendientes a la protección y conservación del medio ambiente, patrimonio cultural y recursos naturales vinculados con el desarrollo de las actividades turística y artesanal, supervisando su cumplimiento en coordinación con dichos órganos;
12. Proponer la declaración de Zonas de Desarrollo Turístico Prioritario, y de Reservas Turísticas;
13. Promover el incremento del turismo interno y receptivo y orientar la estrategia de promoción de las inversiones en actividades turísticas y afines;
14. Promover e incentivar la capacitación técnica y profesional en el ámbito del turismo;
15. Promover la capacitación, acceso a sistemas de información, asistencia técnica y asesoría del sector artesanal;
16. Promover la constitución de Centros de Innovación Tecnológica - CITE artesanales y de actividades conexas;
17. Gestionar y canalizar la cooperación técnica internacional destinada al desarrollo del comercio exterior, turismo y artesanía;
18. Promover la imagen del Perú con el fin de incrementar el desarrollo del comercio exterior y el turismo incluyendo la artesanía;
19. Las demás funciones contempladas en la Ley N° 26961, Ley para el Desarrollo de la Actividad Turística, así como las que le sean asignadas.

Las funciones y programas que le corresponden al Sector MINCETUR, de acuerdo a su Estructura Funcional Programática, son las que aparecen en el siguiente cuadro:

**CUADRO N° 01  
FUNCIONES Y PROGRAMAS QUE PERTENECEN AL  
MINCETUR**

| <b>FUNCION</b>                     | <b>PROGRAMAS</b>  |
|------------------------------------|---|
| 05 Asistencia y Previsión Social   | 015 Previsión   |
| 11 Industria, Comercio y Servicios | 003 Administración<br>006 Planeamiento Gubernamental<br>040 Comercio<br>042 Turismo |



## **1.1.2 Análisis Funcional de las Unidades Ejecutoras del MINCETUR**

### **1.1.2.1 Comisión de Promoción del Perú - PROMPERU**

La Comisión de Promoción del Perú—PROMPERU fue creada por Decreto Supremo N° 010-93-PCM, del 19 de febrero de 1993, norma que adquirió el rango de Ley en virtud del Decreto Legislativo N° 833, del 17 de julio de 1996, siendo su finalidad la de formular la política informativa y centralizar la toma de decisiones para la difusión de la Imagen y la Realidad del Perú, así como para orientar la estrategia de Promoción de las Inversiones, el Turismo y las Exportaciones.

Mediante Ley N° 27790, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo MINCETUR, de fecha 23 de Julio del 2002, se incorpora a la Comisión de Promoción del Perú—PROMPERU dentro de la Estructura Orgánica Básica del MINCETUR.

Con el Decreto Supremo N° 005-2002-MINCETUR del 28 de Agosto del 2002, que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, la Comisión de Promoción del Perú—PROMPERU, se convierte en una Unidad Ejecutora del Pliego MINCETUR, cuyo objetivo principal es el de ejecutar las políticas y estrategias de Promoción del Turismo Interno y Receptivo, así como desarrollar y ejecutar la difusión de la Imagen del Perú en el Exterior en materia de promoción turística.

El artículo 3° del Decreto de Urgencia N° 083-96, del 1° de noviembre de 1996, autoriza a la Comisión de Promoción del Perú—PROMPERU a negociar y suscribir una carta convenio con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo—PNUD, a fin de administrar los fondos recibidos del Ministerio de Economía y Finanzas, utilizándose para ello la modalidad de aplicación de Transferencias al Exterior, firmándose la Autorización Anticipada para el funcionamiento del Proyecto PER/00/013, “Diseño de Estrategias de Promoción de la Realidad Peruana”.

Posteriormente, mediante Decreto de Urgencia N° 024-99 del 11 de Mayo de 1999, se autoriza a las entidades del Sector Público que hayan celebrado convenios con Organismos Internacionales a continuar operando y asegurar la continuidad de los programas y proyectos.

Asimismo, mediante Ley N° 27889 del 17 de diciembre de 2002, se crea el Fondo y el Impuesto Extraordinario para la Promoción y Desarrollo Turístico Nacional, considerando a la Comisión de Promoción del Perú—PROMPERU como perceptora de parte de los ingresos recaudados producto de la aplicación del impuesto, cuyos fondos están destinados a financiar las actividades y proyectos de promoción y desarrollo del turismo nacional. El reglamento de la Ley N° 27889 es aprobado mediante Decreto Supremo N° 007-2003-MINCETUR del 12 de febrero de 2003 y fue modificado por Decreto Supremo N° 006-2006-MINCETUR del 26 de Mayo del 2006. Cabe indicar que, mediante Resolución Ministerial N° 415-2005-MINCETUR/DM de fecha 19 de Diciembre de 2005, se detalla, en parte considerativa, que los recursos del Fondo serán destinados en

un 30% para financiar proyectos de desarrollo turístico y en un 70% a financiar actividades y promoción del turismo en el exterior.

El Reglamento de Organización y Funciones (ROF) de la Comisión de Promoción del Perú—PROMPERU, fue aprobado mediante Decreto Supremo N° 012-2003-MINCETUR el 14 de junio del 2003.

El Cuadro de Asignación de Personal (CAP) de la Comisión de Promoción del Perú—PROMPERU fue aprobado mediante Resolución Suprema N° 029-2003-MINCETUR de fecha 6 de agosto del 2003.

El Manual de Organización de Funciones (MOF), la Política Remunerativa y la Escala Salarial de PROMPERU, fueron aprobados por el Directorio en la Sesión N° 12-2003/PROMPERU, de fecha 13 de octubre del 2003 mediante los Acuerdos N° 01/12/2003/PP y N° 02/12/2003/PP, respectivamente.

#### **FUNCION:**

La Comisión de Promoción del Perú—PROMPERU constituye una Unidad Ejecutora dependiente del Pliego Ministerio de Comercio Exterior y Turismo cuyas funciones son las siguientes:

- Evaluar, proponer, conducir y ejecutar las políticas y estrategias destinadas a la promoción del turismo interno y del turismo receptivo.
- Proponer y difundir la política nacional sobre la imagen del Perú en relación con la promoción turística, cautelando su ejecución a nivel de Gobierno Central, Regional y Local.
- Coordinar con el Ministerio de Relaciones Exteriores y con las entidades del sector público y privado las acciones necesarias para el desarrollo de sus funciones.
- Coadyuvar a la obtención de recursos de cooperación técnica y financiera para la promoción del turismo y la difusión de la imagen del Perú, en relación con la promoción turística, los mismos que serán coordinados y canalizados de acuerdo a la normatividad vigente.
- Emitir opinión técnica en la formulación de políticas, estrategias, acciones y propuestas normativas que tengan incidencia determinante respecto a las materias o actividades del ámbito de su competencia.
- Brindar servicios de información dentro del ámbito de su competencia.
- Otras funciones que se le otorgue por ley.

#### **PROGRAMA:**

La Unidad Ejecutora 003 Comisión de Promoción del Perú – PROMPERU, depende del Pliego 035 Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, del Sector 35 Comercio Exterior y Turismo.

La Comisión de Promoción del Perú – PROMPERU, dentro del Clasificador Funcional Programático para el año 2007 se encuentra dentro de la Función 11: Industria, Comercio y Servicios, que corresponde a las acciones desarrolladas

para la consecución de los objetivos vinculados a la formulación, dirección y supervisión de políticas referentes a las actividades de turismo.

Del mismo modo, PROMPERU se encuentra incluido dentro del Programa 003, Administración General y del Programa 042: Turismo, que constituye el conjunto de acciones desarrolladas para promocionar los atractivos turísticos; así como para el planeamiento, fortalecimiento y desarrollo del turismo interno y externo. Incluye además los servicios turísticos ofrecidos y cuya gestión y propiedad corresponde al Sector Público.

La Unidad Ejecutora 003 Comisión de Promoción del Perú – PROMPERU, depende del Pliego 035 Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, del Sector 35 Comercio Exterior y Turismo.

### **1.1.2.2 Plan COPESCO Nacional**

Mediante el Decreto Supremo N° 038-2004-PCM, el MINCETUR transfiere al Gobierno Regional del departamento del Cusco el componente departamental correspondiente del Proyecto Especial del PLAN COPESCO; a fin de distinguirlo se modifica su denominación a Plan COPESCO Nacional y desde el 01 de octubre del 2004 se inicia la ejecución de proyectos de desarrollo turísticos en sus fases de identificación, evaluación y ejecución, con una nueva estructura funcional.

La condición del Plan COPESCO Nacional permite definir claramente las “Funciones” presupuestarias en las cuales se enmarca la finalidad de la Unidad Ejecutora. El desarrollo de la actividad Turística está ligado al desarrollo de la infraestructura económica, la misma que el Plan COPESCO Nacional implementa mediante la Función de Industria, Comercio y Servicios.

| <b>Función</b>                     | <b>Programa</b> |
|------------------------------------|-----------------|
| 11 Industria, Comercio y Servicios | 042 Turismo     |

El Plan COPESCO Nacional es un órgano de ejecución del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, dependiente de la Alta Dirección, que tiene por objeto formular, coordinar, dirigir, ejecutar y supervisar proyectos de inversión de interés turístico a escala nacional; y prestar apoyo técnico especializado para la ejecución de proyectos turísticos a los Gobiernos Regionales, Gobiernos Locales y otras entidades públicas que lo requieran, suscribiendo para el efecto los convenios de cooperación inter institucional que corresponda.

## **2 DIAGNÓSTICO GENERAL**

### **2.1 Análisis del Área de Influencia de la Actividad Institucional**

#### **COMERCIO**

Debido al proceso de globalización económica, la participación de las exportaciones en la producción mundial ha crecido significativamente. El crecimiento sostenido del sector exportador contribuye a mejorar la balanza de pagos y los indicadores de vulnerabilidad externa con el consecuente impacto favorable en la disminución del riesgo-país y la atracción de inversiones.

Siendo más competitivos en mercados cada vez más globalizados se logrará generar empleo a niveles de calidad y cantidad necesarios para elevar de manera permanente el bienestar de la población, así como también permitirá que los diferentes sectores productivos sean más competitivos y estén integrados en la economía regional y mundial.

Entre el 2001 y el 2005, las exportaciones peruanas han mostrado una marcada tendencia creciente, siendo los US\$ 17,100 millones del 2005 equivalentes a 2.5 veces las exportaciones del 2001. Según cifras registradas para el 2005, las exportaciones peruanas mostraron un crecimiento de 34.5%, respecto del año anterior.

Durante el primer semestre del 2006 el nivel de exportaciones totales alcanzó los US\$ 10,127.4 millones, registrando un alza de 30.9%, lo que representó US\$ 2,387.9 millones adicionales con respecto a similar período de 2005. Las mayores ventas del semestre se explican por los incrementos de los despachos al exterior de productos tradicionales que registraron un crecimiento de 35.9%, mientras que las exportaciones no tradicionales lograron avances de 16.6% y 5.1% en valor y volumen, respectivamente.

En consecuencia, siendo más competitivos en mercados cada vez más globalizados se logrará generar empleo a niveles de calidad y cantidad necesarios para elevar de manera permanente el bienestar de la población, así como también permitirá que los diferentes sectores productivos sean más competitivos y estén integrados en la economía regional y mundial.

A pesar de este importante crecimiento de las exportaciones, existe una agenda pendiente en negociaciones comerciales, con el objetivo de mejorar las condiciones de acceso a los mercados, y en competitividad del sector comercio exterior que permita aprovechar las oportunidades que se generan.

En materia de negociaciones comerciales internacionales, la estrategia peruana se ejecutó en los frentes multilateral, regional y bilateral. Así, el Perú ha participado activamente en el sistema multilateral de la Organización Mundial de Comercio (OMC) en el marco de la ronda Doha, así como en foros regionales como la Comunidad Andina (CAN), la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), el Foro de Cooperación Económica de Asia y el Pacífico

(APEC). Adicionalmente, durante el periodo Perú participó activamente en las negociaciones del Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA) que se encuentran suspendidas.

En el ámbito bilateral, en 2002 se logró la renovación del ATPA bajo la denominación de ATPDEA. Este mecanismo unilateral ampara la exportación libre de aranceles al mercado de EE.UU. El nuevo esquema incorporó 700 nuevas partidas, que se sumaron a las más de 5,600 originalmente consideradas bajo la versión primigenia del programa. Entre los nuevos productos que empezaron a gozar de preferencias con el ATPDEA se encuentran las confecciones, petróleo y sus derivados, relojes y sus partes, calzado y manufacturas de cuero, y atún empacado al vacío en bolsas de aluminio.

Para hacer permanentes los beneficios del ATPDEA como también para establecer mejores reglas y disciplinas que normen el comercio bilateral con nuestro principal socio, el 12 de abril de 2006 se ha suscrito la conformidad de las negociaciones del TLC con Estados Unidos, efectuadas desde hace más de dos años (en el 2004 se llevaron a cabo seis rondas de negociación y en el 2005 otras siete). Se debe notar que la suscripción de este acuerdo es un objetivo del Estado Peruano, incluido en el Acuerdo Nacional.

Entre los años 2001-2005, el Perú ha suscrito dos acuerdos comerciales. En el 2003 se negoció con MERCOSUR una ampliación de los acuerdos de preferencias arancelarias fijas que se suscribieron en años anteriores (con cada país miembro de este bloque comercial). Esta ampliación considera la desgravación en plazos definidos para todo el universo arancelario con algunas excepciones<sup>1</sup>.

En noviembre del 2005, Perú, suscribió un acuerdo de cosecha temprana con Tailandia a través del cual ambos países establecieron programas de desgravación para un número acotado de sub-partidas. De esta manera se espera obtener beneficios de la liberalización comercial de bienes antes de la culminación de la negociación del Tratado de Libre Comercio que aún se encuentra pendiente.

Asimismo, se dio inicio a las negociaciones de un Acuerdo de Libre Comercio con Singapur y la ampliación del ACE-8 con México. Por otro lado, se ha suscrito el ACE-38 con Chile.

Además se debe resaltar que en enero de 2006 se logró perfeccionar la zona andina de libre comercio de bienes. Todos los productos del universo arancelario están libres de arancel en el comercio con los socios de la subregión.

Aparte de los acuerdos suscritos, el Perú gozó de las preferencias arancelarias unilaterales otorgadas por Estados Unidos ya mencionadas (ATPDEA), la Unión Europea (SGP) y Japón. Estos sistemas de preferencias unilaterales permiten que Perú exporte algunos productos libres de arancel, por ejemplo: productos agroindustriales, textiles, calzado, entre otros.

---

<sup>1</sup> Se exceptuaron de la negociación bienes usados y algunas partidas correspondientes al comercio de azúcar.

En materia de desarrollo del comercio exterior, la estrategia se centró en la elaboración e implementación del Plan Estratégico Nacional Exportador – PENX y sus componentes.

Al respecto se han elaborado:

- a) El Plan Estratégico Nacional Exportador – PENX,
- b) 10 Planes Operativos Sectoriales (POS): para los sectores de Agricultura, Textil confecciones, Forestal maderable, Artesanías, Joyería y orfebrería, Pesca – acuicultura, Servicios intensivos en capital humano, Metal mecánica y sidermetalurgia, Cuero y calzado y Químicos,
- c) Un Plan de Maestro de Facilitación de Comercio Exterior,
- d) 16 Planes Estratégicos Regionales de Exportación (PERX), para las regiones de Ancash, Arequipa, Cajamarca, Ica, La Libertad, Lambayeque, Loreto, Piura, Tacna, Cusco, San Martín, Ucayali, Ayacucho, Huanuco, Junín y Pasco y,
- e) 10 Planes Operativos por Mercado (POM) están siendo elaborados para países como EEUU, China, Alemania, Francia, España, México, Brasil, Tailandia, Malasia y Singapur.

El beneficio principal de la existencia del PENX, es la participación coordinada con el sector privado, que es el actor principal del comercio exterior. Como consecuencia de estos importantes resultados se ha obtenido la donación de la Unión Europea por 10 millones de euros para contribuir a la implementación del Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX).

Por su parte, PROMPEX viene desarrollando programas y actividades de promoción en los sectores de Agro y Agroindustria, Pesca y Acuicultura, Textil, Confecciones y Accesorios, Manufacturas Diversas y Artesanías, Servicios. Asimismo, se está trabajando por la descentralización de actividades y programas a través de la Gerencia de Regiones y Desarrollo y sus Oficinas de Promoción Empresarial.

## **TURISMO**

El Perú posee abundancia de recursos turísticos que constituyen el insumo fundamental para desarrollar la actividad turística. Sus numerosos restos arqueológicos, vestigios de Culturas Pre-Inca e Inca, herencia colonial, mega biodiversidad, la existencia de culturas vivas y riqueza gastronómica, evidencian que es posible desarrollar numerosos productos turísticos, que se traducen en una amplia oferta turística.

El turismo es un sector primordial generador de empleo en forma descentralizada, además de ser un mecanismo importante para la adecuada distribución de la riqueza económica. El turista genera un movimiento económico importante pues no sólo requiere de hoteles y agencias de viaje, sino también de transporte, alimentación, artesanía, diversos productos y servicios. Por ello, es importante mejorar la accesibilidad, infraestructura y planta turística convirtiéndolos en verdaderos productos turísticos.

Actualmente la demanda mundial, de los mercados emisores, prefiere los viajes de vacaciones, recreación, cultura y naturaleza, recursos todos ellos que el Perú posee sustancialmente. Esta ventaja comparativa nos permite identificar reales opciones, en la hora actual, cuando el mercado internacional de viajes y turismo se torna cada vez más expectante. Basta precisar solamente que hacia el horizonte del año 2020 se estima, según estudios de la OMT, que las llegadas internacionales alcanzaran el 1.56 millones de turistas para el año 2020; de las cuales se registraron 1.2 millones serán intrarregionales y 400 millones serán de largas distancias.

En el año 2006 se estima que arribaron al país aproximadamente 1 673 686 turistas internacionales por todas las fronteras (cifra estimada a diciembre 2006). En cuanto a los ingresos se estima que al cierre del año 2006 el país percibió la suma de US\$.1 561 millones por concepto de divisas generadas por el turismo receptivo, lo que representa un crecimiento del 13% respecto del año 2005.

En cuanto al número de pernoctaciones hoteleras de los nacionales se estima que en el año 2005 la cifra alcanzó los 15 958 432 pernoctaciones.

El turismo es una actividad generadora de empleo en forma descentralizada y mecanismo importante para una adecuada distribución de la riqueza, estimando que en el año 2005 emplearon 411 934 personas directamente y en total ocupó 741 481 personas (empleo directo e indirecto).

Siendo la contribución del turismo en la economía nacional de 3.3% respecto del Producto Bruto Interno del país. Su efecto multiplicador es del 1.81, es decir por cada US\$ 1,00 que ingresa en la economía Peruana, el turismo lo convierte en US\$ 1,81.

Desde el punto de vista de desarrollo del producto turístico, en el 2006 se ha autorizado la ejecución de obras bajo la modalidad de encargo y transferencia a los gobiernos regionales, locales y/o instituciones descentralizadas en las regiones de Amazonas, Apurímac, Ancash, Arequipa, Ayacucho, Cajamarca, Cusco, Ica, La Libertad, Lambayeque, Lima, Loreto, Pasco, Piura, Puno, Tacna Tumbes.

Se inició el Proyecto de Rehabilitación y Reordenamiento del Valle del Vilcanota por 5 millones de dólares financiado por el Banco Mundial.

Se ha establecido de manera coordinada y conjunta, las bases del Plan Estratégico Nacional Turismo – PENTUR, el cual define objetivos, actividades y designará responsabilidades validando 9 Zonas Turísticas, el mismo que constituye un marco de trabajo de largo plazo hasta el año 2015, con reglas de juego definidas y acordadas por consenso entre el sector público y privado, por lo que será una guía para los sucesivos gobiernos y para el sector empresarial.

El Diseño y Desarrollo de Producto, se orienta a la determinación de circuitos y corredores turísticos; el mismo que permitirá orientar la ejecución de proyectos

de inversión, que se desarrollarán a través del órgano ejecutor PLAN COPESCO NACIONAL.

La metodología de intervención del proyecto FIT-Perú será desarrollada por el MINCETUR en el ámbito nacional conjuntamente con las Direcciones Regionales de Educación y Comercio Exterior y Turismo.

Por otro lado, cada una de las piezas de Artesanía que se llevan como recuerdo los turistas es un pedazo del Perú, que representa un mecanismo de promoción turística del país y a su vez un instrumento de generación de empleo, por ello la producción debe ser más competitiva en términos de precio y calidad, es por ello que los Centros de Innovación Tecnológica - CITEs dinamizan esta producción, posibilitando que los Artesanos desarrollen productos competitivos y de óptima comercialización.

El turismo es una de las alternativas de realizar eco negocios con el medio ambiente, contribuyendo a su reconocimiento y valoración. Sin embargo, la experiencia y diversos estudios nos permiten conocer que esta actividad no deja de tener impactos negativos sobre el ambiente y la sociedad; lo que ha promovido diferentes iniciativas al desarrollo de un turismo sostenible, amigable con el ambiente. En este sentido el Viceministerio de Turismo promueve esta propuesta de política ambiental para el sector turístico nacional, siendo un esfuerzo para lograr la concertación de todos los intereses y el logro de la visión común de desarrollo sostenible del Perú.

En cuanto al tema de Juegos de Casino y Máquinas Tragamonedas, se busca implementar los mecanismos normativos e interinstitucionales necesarios para la formalización de la actividad, optimizar las actividades de fiscalización reduciendo los niveles de informalidad, desarrollar acciones conjuntas con instituciones competentes en la prevención de la adicción al juego de azar (Ludopatía) y establecer mecanismos interinstitucionales con la finalidad de optimizar el funcionamiento lícito y transparente de la actividad.

En cuanto al aspecto relacionado a la educación en turismo, podemos enfocarlo desde dos puntos de vista: la educación formal, de los Institutos de Educación Superior y Centros de Formación y la no formal, es decir la formación de recursos humanos en la empresa.

En cuanto a la educación formal, existen a nivel nacional casi un centenar de instituciones que brindan formación en hotelería y turismo. Si bien la mayoría se concentran en Lima y zonas urbanas, podemos afirmar que hay cobertura nacional en la formación. En el caso de CENFOTUR, cuenta con una serie de sedes descentralizadas en las cuales se imparte formación profesional y extensión educativa, las cuales se encuentran en proceso de implementación de una nueva propuesta basada en la demanda local y nacional de recursos humanos para el sector.

En total, a nivel nacional, se imparten once (11) carreras que guardan similitud entre algunas de ellas. Los diagnósticos realizados desde el Ministerio de Educación señalan que es necesario ordenar la oferta de formación profesional y



darle mayor vinculación con las demandas del sector productivo. Del mismo modo, proponen el desarrollo de un sistema de certificación de la calidad de las instituciones de formación, para que a través de una evaluación rigurosa demuestren capacidad técnica, de infraestructura, equipamiento y de recursos humanos para llevar a cabo la formación profesional acorde a las demandas actuales y reales del mundo empresarial de cada sector.

Se debe tener mucho cuidado con instituciones que se aperturan sin contar con la debida aprobación de su estructura curricular por parte del Sector Educación propiciando que la formación o capacitación profesional sea deficiente y vaya en contra de los objetivos formativos.

En cuanto a la educación no formal, existen empresas que capacitan a su propio personal, a través de programas formalizados o informales en la misma organización. Los programas formalizados tienen como fuente principal las empresas nacionales tradicionales que cuentan con programas de capacitación del personal, o empresas internacionales que introducen una nueva lógica de formación del personal a través de la gestión de sus recursos humanos. Sin embargo, a nivel nacional y de acuerdo a encuestas a empresas realizadas por el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, sectorialmente el turismo es el que menos invierte en capacitación de sus trabajadores.

## **2.2 Identificación y Análisis de Problemas**

### **Comercio Exterior**

#### **Problema General**

Bajo desarrollo de las exportaciones en especial de las no tradicionales con escaso valor agregado.

#### **Problemas Específicos**

##### ***Desarrollo del Comercio Exterior***

- Escasas políticas consensuadas, mecanismos, instrumentos, incentivos, alianzas estratégicas entre el sector público y privado.
- Oferta exportable poco diversificada, con bajo valor agregado, lo que dificulta satisfacer a una mayor demanda global.
- Escasa diversificación y consolidación de la presencia de las empresas, cadenas productivas, productos y servicios peruanos en los mercados de destino priorizados.
- Inadecuado marco legal que permite una eficiente aplicación de mecanismos de facilitación del comercio exterior, los cuales fomenten el desarrollo de la infraestructura y permita el acceso y la prestación de servicios de distribución física y financieros.

- Falta de adaptación de nuestras cadenas productivas a la oferta y demanda mundial.

### ***Negociaciones Comerciales Internacionales***

- Inadecuadas condiciones de acceso y competencia de bienes, servicios e inversiones en los mercados internacionales.
- Escasa profundización y consolidación para el acceso de bienes, servicios e inversiones en los mercados internacionales.
- Falta de integración del sector empresarial en la definición e identificación de las negociaciones comerciales con mayor beneficio potencial para el país.
- Escaso desarrollo de disciplinas comerciales que regulan el comercio internacional que contribuyan a lograr un mejor acceso efectivo por medio de la OMC.

### ***Promoción y Cultura del Comercio Exterior***

- Deficiente implementación de la estrategia de promoción del comercio y de una cultura exportadora de manera descentralizada.
- Limitada cultura exportadora, cortoplacista, incipiente capacidad de generar estrategias que conlleven a forjar las bases de una sociedad exportadora que vea en el comercio exterior el principal motor de las economías exitosas.
- Insuficiente acceso a información especializada en promoción comercial.
- Insuficientes canales de información y comunicación del sector comercio exterior.
- Limitado desarrollo de promoción, difusión y marketing del comercio exterior.

## **Turismo**

A pesar que el turismo peruano se ha venido recuperando en los últimos años, en términos de llegadas de visitantes, ingreso de divisas y generación de empleo, existen múltiples problemas.

El problema principal del Turismo es el no posicionamiento del destino Perú en los principales mercados, cuyas causas inmediatas son el escaso crecimiento de la oferta turística, la baja competitividad y la falta de trayectoria de una política estable de mediano y largo plazo.

### **Problema General**

Escaso desarrollo y fomento del Turismo en el Perú.

### **Problema Específico 1**

- Inadecuada oferta turística y artesanal y escasa promoción y desarrollo de productos turísticos y artesanales.
- Escaso desarrollo de una oferta turística y de la artesanía de manera competitiva y sostenible.
- Bajo nivel de calidad de productos turísticos y servicios turísticos.

### **Problema Específico 2**

- Deficiente desarrollo de una Política Turística estable en el mediano plazo que pueda garantizar la competitividad y sostenibilidad de la actividad turística y artesanal.
- Escaso fortalecimiento de las instituciones vinculadas con la actividad turística.
- Deficiente desarrollo de una conciencia y cultura turística y artesanal que garantice la seguridad y satisfacción del visitante, una visión y valores compartidos.

### **Problema Específico 3**

- Deterioro de la imagen del destino Perú, por efecto de la inseguridad
- Lento crecimiento de la demanda del turismo receptivo, así como del turismo interno.
- Escasa promoción de la artesanía peruana en los mercados nacionales e internacionales.
- Insuficientes estrategias de marketing para la promoción integral del país tanto a nivel nacional e internacional que contribuyan a incrementar el turismo.

### **3 PRIORIDADES**

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo priorizará la ejecución de las Actividades y Proyectos de Inversión comprendidos en los siguientes temas:

- Provisión de Servicios: Información, Investigación de Mercados, Capacitación (apoyo a la generación de valor) y Difusión dirigida a empresas, inversionistas y usuarios finales.
- Negociación Comercial Externa en foros, acuerdos comerciales y representación de los intereses nacionales ante prácticas restrictivas al comercio exterior.
- Regulación de las actividades turísticas y exportadoras para promoverlas y evitar distorsiones al mercado.
- Acciones promotoras del acceso a mercados externos y a capitales.
- Determinación de rutas corredores turísticos y circuitos, realización de programas turísticos, puesta en valor, estudios y ejecución de proyectos de habilitación e infraestructura turística.
- Coordinación con otros sectores para un fluido y económico traslado de los productos exportables.
- Contribuir la lucha contra la pobreza extrema a través del mejoramiento de capacidades humanas vinculadas al turismo y el incremento del empleo.
- Regulación del uso y sostenibilidad de los bienes públicos turísticos.
- Promover la participación privada en los ámbitos mencionados.
- Promoción de la Inversión Privada y Co financiamiento de infraestructura mayor (colectiva) que brinde competitividad internacional al comercio exterior, turismo y la artesanía.
- Coordinación ínter institucional e ínter sectorial para lograr una normatividad y promoción de las actividades conexas, como transporte, aduanas, puertos, tributos, etc., que eliminen el encarecimiento de los costos conexos de transacción al Comercio Exterior, el Turismo y la Artesanía; así como el financiamiento y Co financiamiento de proyectos tendientes a este fin.
- Innovación tecnológica en artesanía y turismo: para incrementar la competitividad de los productos y servicios a fin de incrementar y diversificar la oferta exportable nacional.

## **4 DIAGNÓSTICO DE LOS PROGRAMAS PRINCIPALES**

### **4.1 Promoción y Regulación del Comercio Exterior**

En lo referente a las Negociaciones Comerciales la situación actual es la siguiente:

- Se ha negociado y suscrito un acuerdo con MERCOSUR.
- Se ha suscrito un Acuerdo de Promoción Comercial con Estados Unidos.
- Se ha suscrito el Protocolo de Cosecha Temprana (PCT) con Tailandia.
- Se ha suscrito un Acuerdo de Complementación Económica (ACE) N° 38 con Chile.
- Conclusión del proceso de Valoración Conjunta y Mixtas de la Unión Europea y la Comunidad Andina.
- Participación activa en las negociaciones en la OMC de la Ronda Doha.
- VI Ronda de Negociaciones para la ampliación del Acuerdo de Complementación Económica (ACE) N° 8 con México.
- II Ronda de Negociaciones del Acuerdo de Libre Comercio con Singapur.

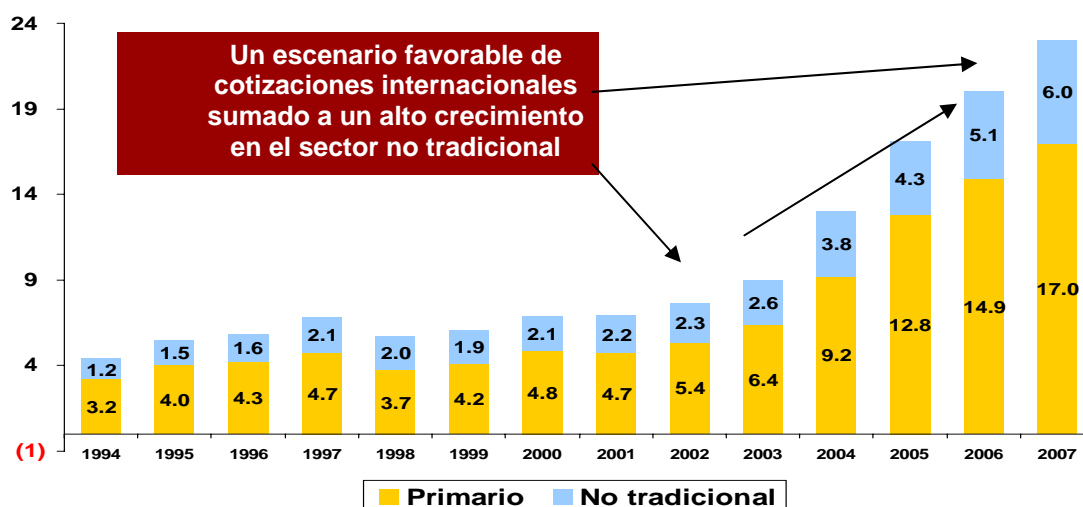
En lo referente al Desarrollo de Comercio la situación actual es la siguiente:

- El Plan Estratégico Nacional Exportador - PENX cuenta ya con 10 Planes Operativos Sectoriales, 16 Planes Estratégicos Regionales de Exportación (4 en proceso de validación) y 1 Plan Maestro de Facilitación del Comercio.
- Se ha coordinado con los sectores involucrados la implementación de diversas medidas del PENX.
- El 70% de las regiones cuenta con su PERX y una institucionalidad público privada en formación para asegurar su implementación.
- El Sector Comercio Exterior ha crecido en importancia en el Perú. La participación de las exportaciones en el PBI ha pasado de 12.6% en el 2001 a 21.8% en 2005. Más aún, se espera que estas alcancen una participación de 23% en 2006. Este crecimiento del Sector Comercio Exterior es el resultado de una estrategia mixta de negociaciones comerciales internacionales para mejorar las condiciones de acceso a los mercados y de las políticas de promoción de competitividad del sector.

El gráfico siguiente nos indica que a partir del año 2000 las exportaciones anuales han seguido una tendencia creciente. Esto se debió al impulso del empresariado exportador y a factores de influencia como: las preferencias arancelarias del ATPDEA, las negociaciones comerciales y perfeccionamiento de mecanismos de integración con otros grupos comerciales, la coyuntura internacional de precios de los *comodities*, la elaboración del Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX) y el Plan Estratégico Regional de Exportación (PERX), las labores de promoción comercial, y la promoción de una cultura pro-exportadora, entre las principales.

## Perú: Exportaciones Totales al Mundo

Miles de millones de US\$ FOB



### 4.2 Promoción y Regulación del Turismo y la Artesanía

Las actividades del sector turismo se dividen en: desarrollo del turismo, desarrollo del producto turístico, desarrollo de la actividad artesanal y la promoción turística.

#### En lo referente al desarrollo del turismo:

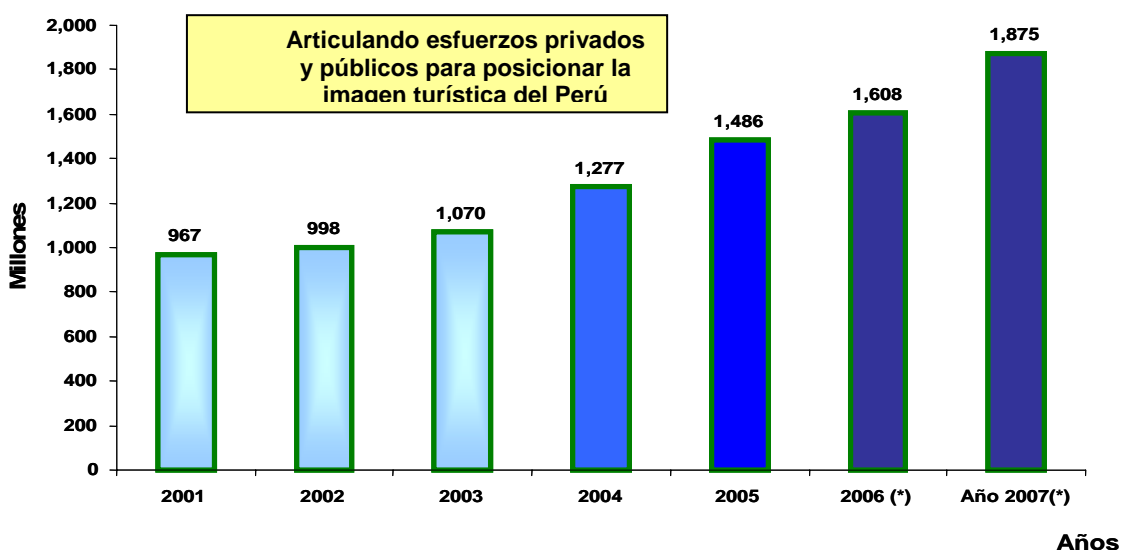
- En el año 2006 se estima que arribaron al país aproximadamente 1 673 686 turistas internacionales por todas las fronteras (cifra estimada a diciembre 2006). En cuanto a los ingresos se estima que al cierre del año 2006 el país percibió la suma de US\$.1 561 millones por concepto de divisas generadas por el turismo receptivo, lo que representa un crecimiento del 13% respecto del año 2005.
- El turismo es una actividad generadora de empleo en forma descentralizada, además de ser un mecanismo importante para una adecuada distribución de la riqueza; estimando que en el año 2005 empleo 411 934 personas directamente y en total ocupó 741 481 personas (empleo directo e indirecto).
- El turismo genera un movimiento económico que directa e indirectamente impacta en diversas actividades económicas del país; es un especial mecanismo de generación de empleo en forma descentralizada y un medio para mejorar la redistribución de la riqueza generada en el país; siendo su efecto multiplicador de 1.81.
- Con relación al Plan Estratégico Nacional Turismo – PENTUR se está por concluir los Planes Estratégicos de Turismo para las zonas Turísticas.
- Respecto del Proyecto Fortalecimiento Integral del Turismo - FIT PERU ha beneficiado durante el período 2003 - 2006: 5 475 docentes capacitados; 3 720 personas entre taxistas, artesanos y otros y 1 543 representantes ediles capacitados.

- Aceptación de la Propuesta de Contenidos Turísticos a nivel nacional validado por el Ministerio de Educación.
- Publicación de Guías de Contenidos turísticos para las regiones de Amazonas, Cajamarca, La Libertad y Lambayeque.
- Primer destino turístico de aventura del mundo (IEXPLORE) y Machu Picchu mejor destino turístico (NY Daily News).
- Desde la demanda, la contribución del turismo en la economía nacional es de 5.9% respecto del Producto Interno Bruto del país.
- Desde el punto de vista de desarrollo del producto turístico, en el 2006 se ha autorizado la ejecución de obras bajo la modalidad de encargo y transferencia a gobiernos regionales, locales y/o instituciones descentralizadas en las regiones de Amazonas, Ancash, Apurímac, Arequipa, Ayacucho, Cajamarca, Cusco, Huanuco, Ica, La Libertad, Lambayeque, Lima, Loreto, Puno, San Martín, Tumbes, Tacna y el Programa Nacional de Señalización Turística – I Etapa.

Por otro lado, se tiene como tarea pendiente:

- Respecto del arribo de turistas se prevé un aumento a 1 875 miles de turistas para el 2007.
- Implementar los programas de desarrollo del producto turístico y la política de sostenibilidad turística,
- Con relación al PENTUR: Implementar de los planes estratégicos en las zonas turísticas a nivel regional.
- Implementación de la II Experiencia de la Cuenta Satélite de Turismo del Perú y de los indicadores de soporte a la toma de decisiones en turismo.
- Implementar el Programa de Calidad Turística para mejorar la prestación de los servicios turísticos.
- Impulsar la implementación del Sistema de Información Adelantada de pasajeros por transporte aéreo – SIAPTA.

## EVOLUCIÓN DE ARRIBOS DE VISITANTES INTERNACIONALES AL PERU Años 2001 – 2006 (\*) (En millones)



Elaboración: MINCETUR\VMT\OGIFT\CST

(\*) Estimación

### En lo referente al desarrollo del producto turístico:

- Los proyectos turísticos más importantes ejecutados se detallan a continuación:
  - Reordenamiento Urbano y Desarrollo Cultural en Centros Urbanos - Machupicchu Pueblo.
  - Proyecto Turístico Cultural Chavín
  - Empedrado de la Vía de Acceso al Complejo Arqueológico Chavín de Huantar
  - Investigación, Conservación y Acondicionamiento Turístico de la Fortaleza de Kuélap Amazonas para evitar su colapso
  - Acondicionamiento Turístico: Rivera del Lago Titicaca.
  - Programa de Desarrollo Turístico Valle del Colca – Arequipa: señalización y mirador.
  - Mejoramiento de la Carretera Quebrada de Huarangane - Quebrada de Japo, Provincia de Caylloma – Arequipa.
- Innovación y desarrollo de nuevos productos turísticos:
  - Cuencas cercanas a Lima: Ruta de Tutayquiri - Cuenca Alta del Río Lurín.
  - Valle del Utcubamba – Ruta de los Sachapuyos.

### En lo referente al desarrollo de la actividad artesanal:

- Los Centros de Innovación Tecnológica de la Artesanía - CITEs, transfieren y ejecutan acciones de innovación tecnológica y promueven el desarrollo de la actividad artesanal y turística. Su labor es descentralizada en 7 departamentos.



- Con respecto de las metas alcanzadas por Los CITEs se señala: 3,985 acciones en el periodo 2003-I Semestre 2006:  
353: Desarrollo de Oferta Exportable.  
202: Participación en ferias y rueda de negocios.  
640: Curso de capacitación, talleres y seminarios.  
2790: Articulación de la Comercialización y otros.
- Respecto de los beneficiarios se a alcanzado a 65,650 artesanos en promedio anual en el periodo 2004-2005.

**En lo referente a promoción turística:**

- Participación en ferias, workshops, fam trips, press tours y festivales gastronómicos.
- Bolsa de Turismo: Perú Travel Mart, coorganizado con la Cámara Nacional de Turismo – CANATUR - Iquitos.
- Campañas Promocionales: Norteamérica (principales diarios), Berlín y Milán (estaciones del metro).
- Ferias Regionales.
- Capacitación Gerencial y Operativa a las Regiones y Gobiernos Locales en Turismo Interno.
- Tours de prensa de medios de comunicación nacionales.

## ***5 VISIÓN Y MISIÓN DEL MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO***

### **5.1 Visión**

El Perú está posicionado como país exportador y turístico, con imagen ganada en los mercados internacionales a través de una oferta de bienes y servicios de calidad, con valor agregado, diversificada, sostenible y sustentable en el tiempo.

El Comercio Exterior y Turismo contribuyen a forjar una sociedad con cultura exportadora y conciencia turística orientado a mejorar los niveles de empleo, distribución de ingresos, condiciones para exportar y un mayor acceso a mercados internacionales, gracias a la facilitación del comercio exterior, el desarrollo del turismo y artesanal, la inteligencia comercial, el liderazgo y la articulación eficiente con los sectores económicos y gubernamentales.

### **5.2 Misión**

Es el agente articulador, organizado, eficiente y generador de confianza en el sector privado, que lidera la acción del Estado en Comercio Exterior, Turismo y Artesanía orientada a:

- Optimizar y aprovechar las condiciones de acceso a los mercados internacionales de los bienes y servicios nacionales.
- Promover la competitividad, descentralización, sostenibilidad, sustentabilidad y diversificación de la oferta exportadora, turística y artesanal.
- Posicionar internacionalmente la imagen comercial del Perú y de sus productos.
- Promover los valores culturales nacionales, así como la cultura exportadora y turística.

## **6 OBJETIVO GENERAL POR PROGRAMA PRINCIPAL**

### **6.1 Programa 040 Comercio: Promoción y Regulación del Comercio Exterior**

#### **OBJETIVO GENERAL 1**

##### ***Promover el Comercio Exterior:***

Lograr el desarrollo e incremento de las exportaciones totales y del intercambio comercial, en particular las de los sectores no tradicionales, a través de la mejora de las condiciones de acceso de bienes, servicios e inversiones a los mercados externos y del afianzamiento de una efectiva estrategia integrada de desarrollo y promoción del comercio exterior.

### **6.2 Programa 042 Turismo: Promoción y Regulación del Turismo y la Artesanía**

#### **OBJETIVO GENERAL 2**

##### ***Promover el Desarrollo del Turismo Nacional:***

Alcanzar el Desarrollo Sostenible del Turismo en el Perú, promoviendo y fomentando el desarrollo competitivo y sostenible de la actividad turística y artesanal mediante procesos concertados y descentralizados, generando empleo, mejor calidad de vida de la población y la valoración adecuada del patrimonio nacional.

## **7 OBJETIVOS ESTRATEGICOS ESPECIFICOS POR SUB PROGRAMAS**

### **7.1 Sub Programa 0110: Promoción Externa del Comercio**

#### **Objetivo Específico 1.1**

Generar políticas consensuales, mecanismos, instrumentos e incentivos, establecer mecanismos de su difusión y alianzas estratégicas entre el sector público y privado, para el incremento de las Exportaciones.

#### **Objetivo Específico 1.2**

Optimizar las condiciones de acceso y competencia de bienes, servicios e inversiones en los mercados internacionales.

#### **Objetivo Específico 1.3**

Implementar la estrategia de promoción del comercio exterior y de cultura exportadora de manera descentralizada.

### **7.2 Sub programa 0113: Promoción del Turismo**

#### **Objetivo Específico 2.1**

Incrementar, diversificar y mejorar la oferta turística y artesanal a través de la promoción y desarrollo de productos turísticos y artesanales de calidad sobre un planeamiento concertado.

#### **Objetivo Específico 2.2**

Desarrollar una Política Turística estable en el mediano plazo que pueda garantizar la competitividad y sostenibilidad de la actividad, propendiendo su articulación con el sector artesanal.

#### **Objetivo Específico 2.3**

Mejorar la imagen del destino Perú, a través de la Promoción del Turismo y la artesanía.

## **8 ACTIVIDADES Y PROYECTOS PRIORITARIOS DE LOS PROGRAMAS PRINCIPALES**

### **8.1 Acciones Permanentes - Actividades**

#### **COMERCIO EXTERIOR**

##### **Negociaciones Comerciales Internacionales.**

Principales servicios que brinda la actividad:

- Diseño y planeamiento de la política de integración y negociaciones comerciales internacionales.
- Coordinación general de la participación de Perú en OMC, APEC, CAN, ALCA, entre otros.
- Seguimiento y evaluación de los compromisos comerciales asumidos por el Perú, en los distintos organismos, foros y países relacionados con el comercio internacional.
- Celebración de negociaciones comerciales con diversos países y esquemas de integración regional y subregional.
- Coordinación y Negociación de Acuerdos Bilaterales de Libre Comercio.
- Normar las condiciones de acceso de las mercancías en el marco de las negociaciones comerciales internacionales.
- Preparar y Organizar la realización de la cumbre de APEC 2008, año en el que el Perú será anfitrión del Foro.
- Proseguir la participación activa de Perú en las negociaciones de OMC
- Proseguir la participación activa de Perú en las reuniones de la CAN, ALADI y ALCA.
- Iniciar nuevas negociaciones con socios estratégicos previamente identificados en la Agenda Comercial Referencial de Negociaciones Comerciales, tales como China, Japón, Canadá, Centro América, India, Corea del Sur, EFTA, Malasia, Rusia y Marruecos, entre otros.

##### **Conducción de la Política de Comercio Exterior.**

Principales servicios que brinda la actividad:

- Coadyuvar a la implementación del Plan Estratégico Nacional Exportador – PENX.
- Elaboración e implementación de los Planes Operativos Sectoriales de Exportación (POS), Plan Maestro de Facilitación de Comercio.
- Plan de Desarrollo de Cultura exportadora, Planes Operativos de Desarrollo de Mercados de Destino (POM) y Planes Estratégicos Regionales de Exportación (PERX).
- Impulsar el desarrollo de la oferta exportable, la facilitación del comercio exterior, la promoción comercial y la cultura exportadora.
- Proponer y establecer enlace con entidades nacionales y extranjeras, públicas o privadas con el propósito para tomar acciones para el incremento

y diversificación de la oferta exportable, mediante el desarrollo de proyectos, principalmente público – privado.

- Velar por la aplicación de un sistema eficiente de normalización y certificación de calidad.
- Continuar con la elaboración de Planes Operativos de Desarrollo de Mercados, entre otros.

### **Administración y Monitoreo del Convenio de Financiamiento Comunidad Europea – Perú.**

Los resultados serán:

- Una oferta de exportación mayor y más diversificada estratégicamente, con valor agregado, con calidad y volúmenes que permitan tener mayor presencia competitiva en los mercados internacionales.
- Consolidación de presencia de empresas, productos y servicios en mercados de exportación diversificados y priorizados.
- Un marco legal y operativo que permita la aplicación de mecanismos eficaces de facilitación de comercio exterior, fomento del desarrollo de la infraestructura y acceso a la prestación de servicios aduaneros, financieros y de la distribución física de mercancías.
- Una cultura exportadora ampliada con visión global y estratégica de emprendimiento y buenas prácticas.
- Funcionarios gubernamentales peruanos capacitados en materia de negociaciones comerciales, en función a los compromisos asumidos por el Perú en el marco de las negociaciones comerciales regionales e internacionales, especialmente para el acuerdo UE-CAN, entre otros.

## **TURISMO**

### **Normatividad y Desarrollo Turístico.**

Principales Servicios que brinda la actividad

- Revisión y actualización de reglamentos.
- Inspección a establecimientos turísticos, incluidos los casinos de juego y máquinas tragamonedas.
- Acreditación de agencias de viaje y turismo.
- Supervisión de fuentes de agua minero – medicinales.
- Estudio de potencial turístico y definición de los lugares que constituyan actualmente productos de interés turístico.
- Definición de circuitos turísticos a explotar en el corto plazo.
- Inspección de establecimientos de hospedaje y restaurantes.
- Opiniones previas para el desarrollo de proyectos y eventos en zonas de reserva turística
- Opiniones sectoriales sobre proyectos en el marco del sistema nacional de inversión pública, entre otros

### **Desarrollo y Fortalecimiento del Producto Turístico.**

- Programa Nacional de Turismo Rural Comunitario.
- Programa de Calidad y Competitividad Turística.
- Programa Nacional de Conciencia e Institucionalidad Turísticas.
- Programa Nacional de Fomento a la Inversión en Turismo.
- Programa de Asistencia Técnica, Capacitación y Apoyo a la Regionalización.
- Programa de Turismo Interno “Turismo para Todos”.
- Programa Nacional de rutas, corredores y circuitos turísticos.
- Programa de Termalismo.
- Articulación con la actividad privada para la creación de paquetes turísticos de bajo precio.
- Acceso al financiamiento de los Paquetes Turísticos.

### **Sostenibilidad Turística**

- Elaborar, implementar y difundir las buenas prácticas ambientales en el desempeño de la actividad turística.
- Sistema de Calificación de Calidad Turística Ambiental.
- Implementar y difundir instrumentos de gestión ambiental en el sector turístico.
- Plan de conciencia y sostenibilidad turística en el marco del Código Ético Mundial para el turismo.
- Plan de prevención y acciones de control de la contaminación ambiental de la actividad turística.
- Legislación que facilite las concesiones turísticas en áreas naturales y ecosistemas protegidos.
- Sensibilización sobre la conservación y protección del medio ambiente en los agentes vinculados a la actividad turística.
- Proyectos eco turísticos y de turismo rural como mecanismos de lucha contra la pobreza.
- Acciones directas para la Prevención de la Trata, Trabajo Infantil y Explotación Sexual Infantil y Adolescente en el ámbito del turismo.

### **Desarrollo de la oferta artesanal**

- Promover la competitividad a través del acceso a los servicios de capacitación y asistencia técnica, fomentando la asociatividad, la articulación de la producción y comercialización de la artesanía peruana.
- Promover la innovación de productos y el desarrollo de oferta, en función a las preferencias y tendencias del mercado, mediante el fortalecimiento de los 8 CITEs Artesanales y Turísticos y la creación de 5 nuevos CITEs.
- Consolidar la vinculación de la artesanía al Turismo.
- Concertación entre el sector público y privado para el diseño de políticas, normas e instrumentos para promover el sector artesanal.
- Fomentar el uso de las normas técnicas y manuales de buenas prácticas en el sector artesanal.
- Promover el uso del sello de calidad “Artesanías del Perú”

### **Soporte a la Toma de Decisiones**

- La Cuenta Satélite de Turismo - CST

- SIAPTA (Sistema de Información Adelantada de Pasajeros por transporte Aéreo)
- SIGTUR (Sistema de Información de Gestión Turística)
- Estudios especiales sobre turismo.

### **Juegos de Casinos y Máquinas Tragamonedas**

- Elaboración de normas y procesos que favorezcan la formalización del sector.
- Elaboración de directivas que regulen aspectos específicos de la Ley.
- Implementar mecanismos de cooperación interinstitucional con instituciones competentes (INDECI, Ministerio de Trabajo, Ministerio Público, SUNAT).
- Implementación de programas de capacitación en fiscalización.
- Proponer políticas de prevención con los operadores del sector.
- Convenios de colaboración interinstitucional con la SUNAT y la UIF.

## **8.2 Acciones Temporales - Proyectos**

### **COMERCIO EXTERIOR**

#### **Programa para el Desarrollo de Políticas de Comercio Exterior.**

Los Objetivos específicos incluyen: (i) el fortalecimiento de la capacidad de negociación del Perú en los foros comerciales internacionales, así como para administrar aprovechar los acuerdos existentes; (ii) la mejora del desempeño de las políticas de promoción comercial, fomentando su integración con la política de negociaciones; (iii) el mejoramiento de la capacidad técnica de los recursos humanos de las instituciones de comercio exterior; (iv) el establecimiento en las instituciones competentes de una base técnico – analítica y de un sistema de información y comunicación adecuado a las necesidades de comercio exterior; y (v) el fortalecimiento de los mecanismos de consulta entre el gobierno y el poder legislativo, sector privado y sociedad civil.

### **TURISMO**

#### **Proyecto de Reordenamiento y Rehabilitación del Valle del Vilcanota.**

El Proyecto de Reordenamiento y Rehabilitación del Valle del Vilcanota se firmó el 09 de Febrero de 2005 entre el Estado Peruano y el Banco Mundial por un monto de 4.98 millones de dólares, el cual tiene un período de ejecución de 4 años con un costo total de 8.2 millones de dólares.

El Proyecto fomentará iniciativas de desarrollo sostenible en el Valle del Vilcanota, implementado acciones conjuntas con las municipalidades del Valle sagrado e Instituciones locales.

Un propósito particular del proyecto, es mejorar las actividades económicas que se desarrollan en el Santuario Histórico de Machu Picchu (SHMP), a fin de no perder su calidad de patrimonio mundial.



Un componente clave del proyecto será la reubicación de 60 familias del distrito de Machu Picchu, cuyos hogares están altamente expuestos a deslizamientos de tierra, constituyendo un peligro para las familias y las actividades que allí se desarrollan.

### **Red de CITEs Artesanales y de Turismo**

Los CITEs son entidades públicas o privadas que tienen por objeto promover la innovación, la calidad y la productividad, así como suministrar información para el desarrollo competitivo de las diferentes etapas de producción y comercialización.

Mejoran la calidad de vida de la población objetivo que atiende, lo cual es destacable ya que ésta pertenece a los estratos socioeconómicos más pobres del país, constituyéndose así en un mecanismo efectivo de redistribución del ingreso nacional.

Contribuyen a ampliar la oferta exportable del país a través de la incorporación de nuevos productos de calidad y nuevos diseños que respondan a la demanda del mercado.

Permiten utilizar intensivamente los recursos propios de cada región y posibilita que los participantes se organicen empresarialmente en forma eficiente, haciendo que empleen técnicas modernas de administración y mercadeo.

En el caso de los CITEs de Turismo, coadyuvan al mejoramiento del nivel de bienestar de las poblaciones artesanales asentadas en las proximidades de los centros de atracción turística. Esa proximidad en conjunción con una oferta de productos de artesanía competitivos en calidad y precio, robustecen los respectivos procesos de comercialización.

Los CITEs artesanales y turísticos, por su organización, equipamiento y la cooperación técnica internacional que reciben, hacen posible que los perceptores de sus servicios tengan acceso en tiempo real a la más moderna información tecnológica que se genera en el mundo.

En este marco existen los siguientes proyectos de Innovación tecnológica en Artesanía y Turismo:

### **Creación, Desarrollo y Gestión del Centro de Innovación Tecnológica de Artesanía de la Región Ucayali.**

#### **Objetivo del Proyecto.**

Incrementar la capacidad y calidad de producción y comercialización de artesanía en la Región Ucayali, buscando generar impacto sostenido a nivel de eficiencia y eficacia en la prestación de los servicios tecnológicos a los artesanos, por ello, se orienta al propósito de garantizar una prestación de servicios de suministro de información actualizada, e intervenir adecuadamente

para el logro del Proyecto que apunta a “Calidad de vida mejorada para la población”

### **Centro de Innovación Tecnológica (CITE) Turístico Artesanal Pucará**

#### **Objetivo del Proyecto**

El objetivo central que se plantea está dirigido a lograr el “Desarrollo de la actividad artesanal y servicios turísticos vinculados en el Distrito de Pucará”

### **Centros de Innovación Tecnológica de la Artesanía - CITE Artesanía**

#### **Objetivo del Proyecto.**

Coadyuvar a la transferencia e innovación tecnológica en artesanía y turismo; Mejoramiento de la competitividad de la producción de los artesanos, empresas artesanales que trabajen con los CITEs, aplicando procesos de transferencia e innovación tecnológica en la capacitación; Articular la producción, comercialización artesanal mejorada y competitiva con los mercados, Mejoramiento del nivel de vida de la población artesanal; Incremento y diversificación de la oferta exportable artesanal.

### **Proyecto de “Desarrollo y Fortalecimiento del Turismo Rural Comunitario en el Perú (2007-2011)”.**

El objetivo del proyecto es contribuir, a través del turismo, a la lucha contra la pobreza mediante el mejoramiento de capacidades humanas vinculadas al turismo, es financiado con apoyo de la Agencia Española de Cooperación Internacional – AECl.

Consta de 2 componentes:

#### **Componente 01: Capacitación y Asistencia Técnica en Turismo Rural**

- Diseño e implementación de modelos de Desarrollo Comunal participativo.
- Conformación de asociaciones comunales turísticas.
- Asistencia técnica y desarrollo de Micro y Pequeñas empresas rurales.
- Generación de actividades conexas al Turismo Rural para fortalecer sus productos.
- Fortalecimiento institucional de gobiernos locales e instituciones de base, que apoyen el desarrollo del turismo rural comunitario.
- Elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Rural participativo entre la Comunidad y el Gobierno Local.
- Desarrollo de sistemas integrales de comunicación e intercambio en turismo rural dirigido a los principales actores y líderes de las localidades del ámbito.

## Componente 02: Sensibilización e Identidad con el Medio Turístico Rural

- Diseño e implementación de estrategias de trabajo con las Asociaciones comunales, Direcciones Regionales de Turismo, Gobiernos Locales y Regionales orientados a la comunidad rural.
- Diseño e implementación de estrategias de trabajo con las Instituciones Educativas.
- Intervención en las zonas respetando sus características y singularidades de acuerdo al medio y entorno rural.
- Diseño de programas de capacitación de acuerdo a sus características, capacidades, habilidades innatas y manifestaciones culturales, propias de cada comunidad rural.
- Capacitación y Asistencia Técnica y ; Sensibilización e Identidad con el Medio Turístico Rural.

Las zonas de intervención del proyecto son: Piura, Cajamarca, San Martín, Loreto, Huancavelica, Ayacucho, Apurímac y Puno.

## 9 RECURSOS PROYECTADOS PARA CADA AÑO DEL PLAN

Los recursos proyectados para cada año del Plan así como los indicadores de desempeño a nivel de los Programas principales del Sector se exponen en el cuadro siguiente:

| Programa/Objetivo General   | Tipo de Indicador | Unidad de medida | Cuantificación Anual |             |             |             |             |
|---|-------------------|------------------|----------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
|   |                   |                  | 2007                 | 2008        | 2009        | 2010        | 2011        |
| <b>Nombre del Programa Prioritario 1</b><br><b>PROGRAMA 040 COMERCIO : PROMOCIÓN Y REGULACIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR</b>   | Recursos          | Nuevos Soles     | 15,795,036           | 16,584,851  | 17,414,033  | 18,284,798  | 19,199,038  |
| <b>Objetivo General 1.0</b><br><b>PROMOVER EL COMERCIO EXTERIOR:</b><br>Lograr el desarrollo e incremento de las exportaciones totales y del intercambio comercial, en particular las de los sectores no tradicionales, a través de la mejora de las condiciones de acceso de bienes, servicios e inversiones a los mercados externos y del afianzamiento de una efectiva estrategia integrada de desarrollo y promoción del comercio exterior. |                   |                  |                      |             |             |             |             |
| Indicador:<br>Nivel de exportaciones totales.   | Resultado         | Millones de US\$ | 25,100               | 26,750      | 29,450      | 32,450      | 35,800      |
| Indicador:<br>Participación de las Exportaciones en el PBI anual.   | Resultado         | Porcentaje       | 28.0%                | 28%         | 28%         | 29%         | 30%         |
| Indicador:<br>Nivel de exportaciones no tradicionales anual del Perú en el exterior.  | Resultado         | Millones de US\$ | 6150                 | 7250        | 8550        | 10100       | 11900       |
| <b>Nombre del Programa Prioritario 2</b><br><b>PROGRAMA 042 TURISMO : PROMOCIÓN Y REGULACIÓN DEL TURISMO Y LA ARTESANÍA</b>   | Recursos          | Nuevos Soles     | 110,502,678          | 116,027,812 | 121,829,202 | 127,920,663 | 134,316,696 |
| <b>Objetivo General 2.0</b><br><b>PROMOVER EL DESARROLLO DEL TURISMO NACIONAL:</b><br>Alcanzar el Desarrollo Sostenible del Turismo en el Perú, promoviendo y fomentando el desarrollo competitivo y sostenible de la actividad turística y artesanal mediante procesos concertados y descentralizados, generando empleo, mejor calidad de vida de la población y la valoración adecuada del patrimonio nacional.                               |                   |                  |                      |             |             |             |             |
| Indicador:<br>Arribo de turistas extranjeros al año   | Resultado         | Turistas         | 1,875,137            | 2,100,894   | 2,353,898   | 2,637,446   | 2,955,231   |
| Indicador:<br>Ingreso de divisas generadas por turismo receptivo  | Resultado         | Millones de US\$ | 1,696                | 1,842       | 2,002       | 2,174       | 2,362       |
| <b>Otros programas</b>  |                   |                  |                      |             |             |             |             |
| <b>Programa 006: PLANEAMIENTO GUBERNAMENTAL</b>   | Recursos          | Nuevos Soles     | 6,605,036            | 6,935,288   | 7,282,052   | 7,646,155   | 8,028,463   |
| <b>Programa 003: ADMINISTRACION</b>   | Recursos          | Nuevos Soles     | 21,181,451           | 22,240,524  | 23,352,550  | 24,520,177  | 25,746,186  |
| <b>Programa 015: PREVISION</b>  | Recursos          | Nuevos Soles     | 12,085,814           | 12,690,105  | 13,324,610  | 13,990,840  | 14,690,382  |

## ***10 INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN***

### **11.1 Sub Programa 0110: Promoción Externa del Comercio**

#### **Objetivo General**

Lograr el desarrollo e incremento de las exportaciones totales y del intercambio comercial, en particular las de los sectores no tradicionales, a través de la mejora de las condiciones de acceso de bienes, servicios e inversiones a los mercados externos y del afianzamiento de una efectiva estrategia integrada de desarrollo y promoción del comercio exterior.

#### **Indicador:**

- Nivel de exportaciones no tradicionales.
- Participación de las Exportaciones en el PBI anual.
- Nivel de exportaciones no tradicionales anual del Perú al exterior.

#### **11.1.1 Actividades principales del Sub programa y sus Indicadores**

##### **Acción Permanente**

Conducción de la Política de Comercio Exterior.

##### **Objetivo Específico**

- Generar y propiciar el aprovechamiento de oportunidades comerciales internacionales.
- Difusión de acuerdos y negociaciones comerciales internacionales

##### **Indicadores:**

- Número de Planes Operativos Sectoriales (POS), Plan Maestro de Facilitación de Comercio Exterior, Planes Estratégicos Regionales de Exportación, Planes Operativos por Mercado y Planes de Cultura exportadora elaborados.
- Número de medidas implementadas de los Planes Elaborados.

##### **Acción Permanente**

Negociaciones Comerciales Internacionales

##### **Objetivo Específico**

Proponer, dirigir y evaluar la política nacional de negociaciones comerciales en el ámbito internacional, así como programar y ejecutar acciones concernientes a los diversos organismos internacionales relacionados al comercio internacional

**Indicadores:**

- Número de rondas y reuniones con grupos de países.
- Número de acuerdos concluidos.

**10.1 Sub Programa 0113: Promoción del Turismo****Objetivo General**

Alcanzar el Desarrollo Sostenible del Turismo en el Perú, promoviendo y fomentando el desarrollo competitivo y sostenible de la actividad turística y artesanal mediante procesos concertados y descentralizados, generando empleo, mejor calidad de vida de la población y la valoración adecuada del patrimonio nacional.

**Indicador:**

- Arribos de turistas extranjeros al año.
- Ingreso de divisas generadas por turismo receptivo.

**10.1.2 Actividades principales del Programa y sus Indicadores****Acción Permanente**

Normatividad y Desarrollo Turístico

**Objetivo Específico**

- Ubicar el sector turismo y artesanía en el marco del nuevo papel que le toca cumplir al Estado, con el fin de garantizar el cumplimiento de las funciones del Despacho Vice Ministerial, de Desarrollo Turístico y de Casinos de Juego y máquinas tragamonedas y Artesanía.
- La labor encomendada se encuentra orientada al desarrollo de la actividad turística nacional a partir del diseño y planeamiento del desarrollo del turismo de la mejor normatividad para el funcionamiento de las actividades del sector, de la identificación de nuevos productos turísticos a lo largo del país y de la supervisión y desarrollo sostenible del turismo en el Perú, una mas eficiente conducción y aplicación de la política turística y una capacitación y elevación de la calidad de los servicios turísticos, en especial de micro y pequeña empresa.

**Indicadores:**

- Ingreso de divisas por artesanía.
- Variación porcentual de las pernoctaciones de Nacionales en los Establecimientos de Hospedaje.
- Participación porcentual de los Establecimientos Turísticos Calificados respecto al total de Establecimientos Turísticos existentes.

## **Acción Permanente**

Promoción Turística del Perú en el exterior.

### **Objetivo Específico**

Desarrollar acciones que permitan continuar con el incremento en el arribo de visitantes al país, las mismas que se desarrollaran a través de la participación de PROMPERU en los más importantes eventos internacionales tales como: ferias turísticas internacionales, Workshops, press tours, fam trips, exhibiciones turísticas - culturales, etc.

### **Indicadores:**

- Crecimiento de divisas de mercados prioritarios.

## ***11 RESPONSABLES POR ACTIVIDADES Y PROYECTOS DE LOS PROGRAMAS PRINCIPALES***

### **11.1 Acciones Permanentes: Responsables/Actividades**

#### **COMERCIO EXTERIOR**

Viceministerio de Comercio Exterior

- Gestión y Supervisión de la Política Nacional y Normas del Comercio Exterior.

Dirección Nacional de Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales

- Ejecutar y Supervisar la Política de Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales.

Dirección Nacional de Asuntos Multilaterales y Negociaciones Comerciales Internacionales

- Ejecutar y Supervisar la Política Nacional y Normas de Comercio Exterior.

Dirección Nacional de Desarrollo del Comercio Exterior

- Diseño, Ejecución, Difusión de Políticas de Desarrollo de Comercio Exterior.

Dirección Nacional de Descentralización del Comercio y Cultura Exportadora

- Descentralización del Comercio y Cultura Exportadora.

Comisión para la Promoción de las Exportaciones

- Promoción comercial para el crecimiento y diversificación de las exportaciones.

## **TURISMO**

Viceministerio de Turismo / PENTUR

- Diseño y Planeamiento del Desarrollo Turístico.

Dirección Nacional de Turismo / Casinos

- Supervisión de Juegos de Casino y Máquinas Tragamonedas y Turismo Sostenible

Dirección Nacional de Desarrollo Turístico / DDPT

- Diseño, Innovación y Desarrollo de Producto Turístico

Dirección Nacional de Desarrollo Turístico / DNS

- Normatividad y Desarrollo del Turismo.

Oficina General de Investigación y Facilitación Turística

- Medición Económica del Turismo.

Dirección Nacional de Turismo

- Ejecución y Protección del Medio Ambiente.

Dirección Nacional de Artesanía

- Desarrollo y Promoción Artesanal.

### **11.2 Acciones Temporales: Responsables/Proyectos**

Proyecto Programa para el desarrollo de políticas de Comercio Exterior

- Programa para el desarrollo de políticas de Comercio Exterior.
- Fortalecimiento de la Política de Comercio Exterior del Perú – Proyecto BID PE 0219.

Proyecto Red de Cites Artesanales y de Turismo

Centros de Innovación Tecnológica. Dirección Nacional de Artesanía / Centros de Innovación Tecnológica.



- Creación, Desarrollo y Gestión del Centro de Innovación Tecnológica de Artesanía de la Región Ucayali.
- Centro de Innovación Tecnológica (CITE) Turístico Artesanal Pucará
- Centros de Innovación Tecnológica de la Artesanía - CITE Artesanía

Equipo de Implementación del Proyecto de Reordenamiento y Rehabilitación del Valle Vilcanota

- Construcción de infraestructura y puesta en valor de monumentos.
- Administración, implementación, mantenimiento, evaluación y auditoria.
- Personas capacitadas.

Programa Nacional De Turismo Rural Comunitario / DDPT

- Componentes 1. Capacitación y Asistencia Técnica;
- Componente 2. Sensibilización e Identidad con el Medio Turístico Rural