



MEMORIA ANUAL 2011

SECTOR COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo



NUESTRA CARATULA

1. PERÚ Day 2011

Fuente: www.mincetur.gob.pe y www.perudeganadores.com

La Comisión de Promoción del Perú, PROMPERU presentó la nueva identidad de la marca Perú. Luego de varios años presentando al Perú como un país de historia y naturaleza con el colibrí, las líneas de Nazca, una piedra Inca y letras en oro, ahora se ha optado por presentar una imagen moderna, sencilla y dinámica que apoyará no solamente a promocionar al Perú a nivel turístico si no también a nivel de exportaciones y comercio.

La Bolsa de Valores de Nueva York, celebró el 11 de Marzo de 2011 el "Peru Day", fecha en la que demostró al mundo el potencial de inversión de nuestro país y durante esta campaña, todo el frontis de la bolsa llevó un inmenso cartel con esta nueva imagen del país.

"Este evento ubico en vitrina al Perú, es un reconocimiento al buen manejo de la economía peruana, a su crecimiento sostenido en los últimos años, así como a la estabilidad que es muy atractiva para los inversionistas del mundo"

2. Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC)

Fuente: www.mincetur.gob.pe y www.incdiario.com

La participación de Perú en APEC permite no sólo lograr avances en la liberalización y la facilitación del comercio, sino que constituye un espacio importante para la coordinación de posiciones conjuntas para ser llevadas a la OMC; así como para entablar negociaciones bilaterales con otros países miembros.

El Perú fue presentado como una de las tres economías emergentes, de la cuenca Asia Pacífico, ante un grupo de importantes empresarios que participan de la Cumbre Empresarial del APEC 2011, invitados al CEO Summit, durante un almuerzo que ofreció el Comité Organizador de la XIX Cumbre de Líderes de APEC. Asimismo, durante esta actividad el presidente Ollanta Humala, junto a su homólogo de la República Socialista de Vietnam, Truong Tan Sang; fueron reconocidos como nuevos Líderes de las Economías de APEC.

3. EXHIBE PERÚ 2011

Fuente: www.mincetur.gob.pe

EXHIBE PERÚ 2011 es un evento marco organizado por la Dirección Nacional de Artesanía del MINCETUR, dirigido a promover y desarrollar las capacidades del sector artesanal en el Perú desde una perspectiva innovadora y que año a año ha ido consolidándose en el ámbito nacional y ampliando su campo de acción para involucrar otros sectores relevantes en desarrollo de la actividad artesanal.

4. AMAZONÍA: Maravilla Natural del Mundo

Fuente: www.mincetur.gob.pe

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) lanzó la campaña "Vota por la Amazonía" con el objetivo de que sea elegida una de las Siete Maravillas Naturales del Mundo. El titular del Mincetur dijo que esto impactaría fuertemente en el turismo de la amazonia peruana. "El impacto en el turismo sería enorme, pues las visitas a la región amazónica podría duplicarse o triplicarse".





CONTENIDO

	Pág.
1. PRESENTACIÓN.....	2
2. RESUMEN EJECUTIVO.....	3
2.1 Comportamiento del Sector Comercio Exterior	4
2.2 Comportamiento del Sector Turismo.....	14
3. INFORMACIÓN GENERAL DEL SECTOR.....	19
3.1 Reseña histórica del Sector	20
3.2 Base legal de creación	22
3.3 Funciones atribuidas al MINCETUR	23
4. MARCO ESTRATEGICO DEL SECTOR.....	27
4.1 Visión	27
4.2 Misión.....	27
4.3 Objetivos Estratégico	28
4.4 Organigrama del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR.....	29
5. PRINCIPALES ACTIVIDADES DEL SECTOR.....	30
5.1 Comercio Exterior	31
5.2 Turismo	31
6. LOGROS OBTENIDOS POR EL SECTOR.....	33
6.1 Comercio Exterior	34
6.2 Turismo	52
7. PROBLEMAS PRESENTADOS Y MEDIDAS CORRECTIVAS	77
7.1 Comercio Exterior	78
7.2 Turismo	80
8. PRINCIPALES NORMAS QUE INCIDIERON EN EL DESEMPEÑO DEL SECTOR.....	86
8.1 Comercio Exterior y Turismo.....	87

Presentación





1. PRESENTACIÓN

El Sector Comercio Exterior y Turismo está conformado actualmente por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR y los Organismos Técnicos Especializados, Centro de Formación en Turismo - CENFOTUR y la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERU.

De acuerdo al artículo 34 de la Ley N° 27779, “Ley Orgánica que modifica la Organización y Funciones de los Ministerios”: El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo define, dirige, ejecuta, coordina y supervisa la política de comercio exterior y la de turismo. Tiene la responsabilidad en materia de 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, desarrolla sus actividades, en cumplimiento a su mandato legal, tomando como marco estratégico el Plan Estratégico Nacional Exportador – PENX 2003-2013 y el Plan Estratégico Nacional del Turismo – PENTUR 2008-2018. Esta sólida base contribuye con el desarrollo de la oferta exportable y de mercados internacionales, así como promueve la facilitación del comercio y la cultura exportadora; por el lado del Turismo, favorece el desarrollo de una oferta turística competitiva y sostenible, promueve la cultura turística y la seguridad al visitante, fortalece las capacidades de las instituciones vinculadas con la actividad turística, logrando con todo ello una demanda sostenida del turismo.

La Memoria Anual 2011 del MINCETUR, contiene el resumen de las acciones efectuadas por el Sector, así como las dificultades presentadas y sus medidas correctivas. El presente documento se desarrolla con el propósito de brindar información al público en general sobre la labor que viene realizando el MINCETUR para desarrollar y promover el comercio exterior y el turismo, entendido como factores de desarrollo económico y social y de reivindicación de la identidad nacional; y de esta manera atendemos al principio de Transparencia y Rendición de Cuentas, en línea con lo establecido en la Ley de Transparencia N° 27806 de fecha 2 de agosto de 2002.

Junio 2011



Resumen Ejecutivo





2. RESUMEN EJECUTIVO

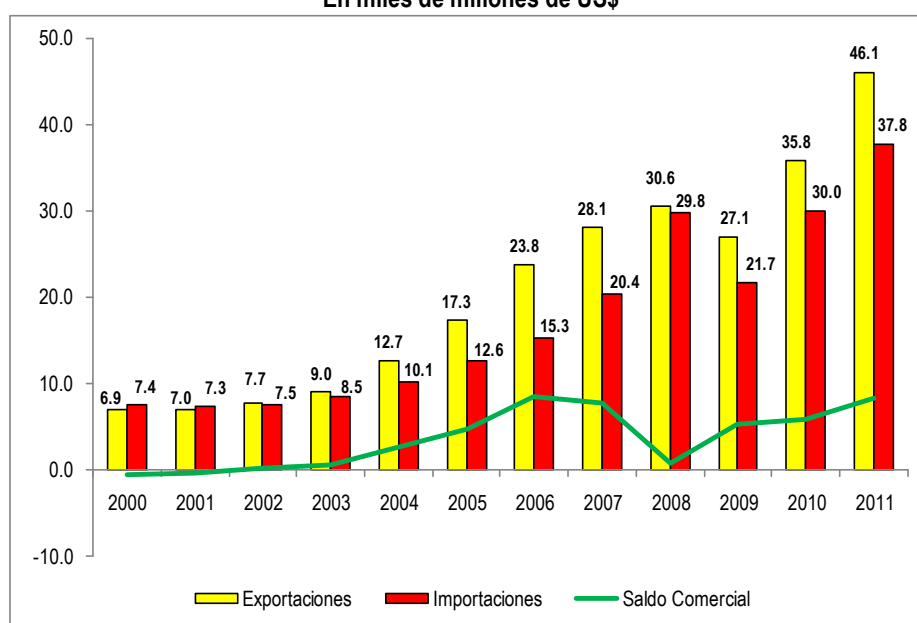
2.1 Comportamiento del Sector Comercio Exterior

Gracias a la política de liberalización del comercio aplicada en los últimos años, el Perú experimentó un crecimiento económico sostenido desde 1999. En el año 2009, a pesar de la crisis internacional que generó un crecimiento negativo en la mayoría de países de la región; la economía peruana, logró mantenerse en positivo, con un crecimiento de 0.9% y en el 2010 la economía peruana registró un crecimiento de 8.8%, mejorando las perspectivas de recuperación respecto a los rezagos de la crisis.

Para el año 2011, a pesar de la crisis económica que afecta a varios países de la Eurozona, la economía peruana creció 6.9%, al cierre del mismo año el intercambio comercial registrado totalizó en US\$ 83,965 millones, ello significó un crecimiento de 28% respecto al año 2010, mientras que su participación respecto al PBI fue de 47.1%¹ mientras que el saldo comercial fue superavitario llegando a los US\$ 8,307 millones.

Las exportaciones e importaciones también tuvieron crecimientos considerables en relación al año precedente, 32.3% y 37.9% respectivamente respecto de 2010. En el siguiente gráfico se muestra la evolución del intercambio comercial desde el año 2000 al 2011.

Gráfico N° 1: SALDOS COMERCIALES (2000-2011)
En miles de millones de US\$



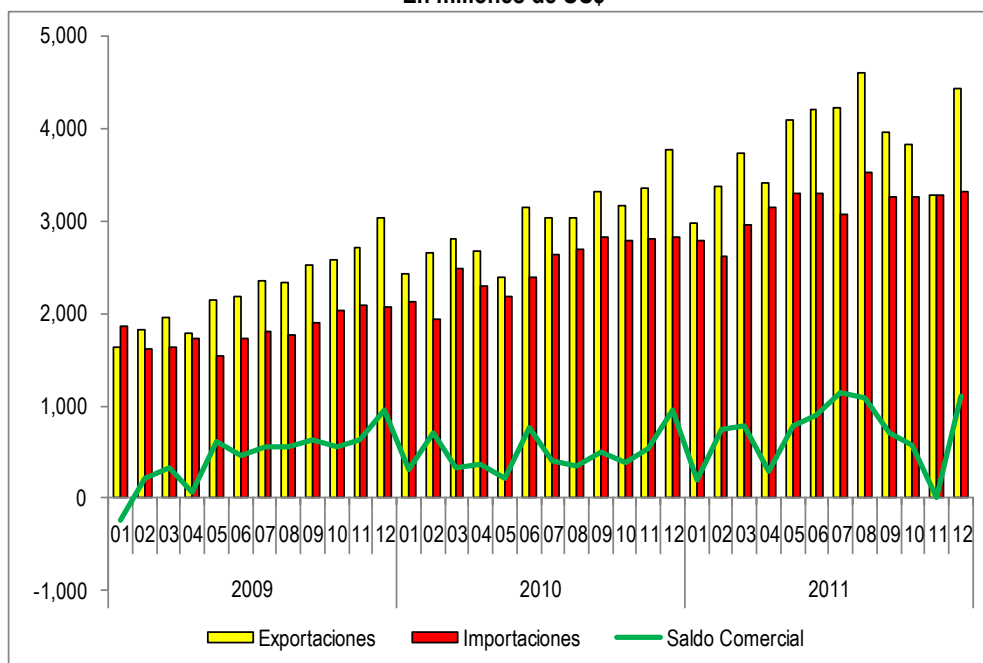
Fuente: SUNAT
Elaboración: VMCE/MINCETUR

En el gráfico N° 2 se observa la evolución del saldo comercial mensualizado del periodo 2009 - 2011. Es importante señalar que durante el 2011, los flujos comerciales del Perú se mantuvieron crecientes; presentándose en el mes de mayo su mayor crecimiento (71.0%) respecto de mayo de 2010, asimismo, en el mes de agosto, tanto las exportaciones como importaciones alcanzaron su valor máximo: US\$ 4,614 millones y US\$ 3,532 millones, respectivamente.

¹ Fuente Banco Central de Reserva del Perú – BCRP.



Gráfico N° 2: SALDOS COMERCIALES MENSUALIZADO (2009-2011)
En millones de US\$



Fuente: SUNAT
Elaboración: VMCE/MINCETUR

2.1.1 Exportaciones

El significativo dinamismo exportador experimentado en la última década, convirtió a este sector en una fuente de generación de empleo y desarrollo para el país, lo que colocó al Perú entre los países más exitosos de la región en materia exportadora.

Las exportaciones totales muestran una marcada tendencia creciente durante los últimos años. Igualmente, se expresa una balanza comercial positiva desde el 2002 gracias a la política de apertura comercial adoptada por el Perú que ha llevado a la negociación de acuerdos comerciales con los principales socios comerciales.

Para el 2011 las exportaciones alcanzaron un valor FOB² de US\$ 46,132 millones, logrando un crecimiento de 28.8% respecto de 2010.

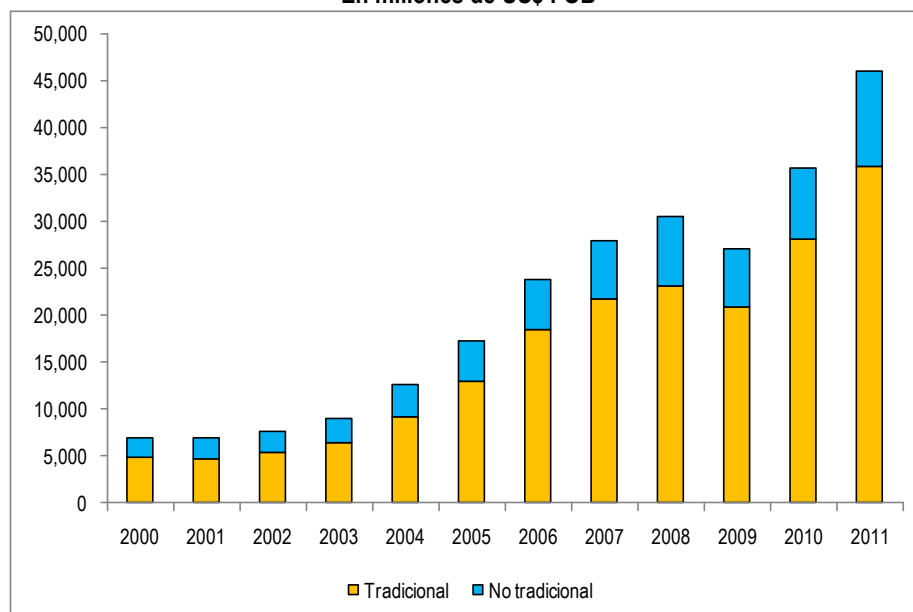
Las exportaciones no tradicionales, registraron un incremento de 32.3% respecto al año anterior, alcanzando un valor FOB de US\$ 10,206 millones, representando el 22.1% del total exportado. Asimismo, las exportaciones de productos tradicionales tuvieron un incremento de 27.9% respecto al año 2010 alcanzando un nivel de US\$ 35,926 millones, logrando una participación del 77.9% del total de las exportaciones.

El gráfico N° 3 se muestra la evolución de las exportaciones no tradicionales y tradicionales desde el año 2000 hasta el 2011:

² Del inglés *Free on Board*, puesto a bordo. Fórmula de pago o clave utilizada en el comercio internacional para indicar que el precio de venta de un determinado artículo incluye el valor de la mercancía y los gastos de transporte y maniobra.



Gráfico N° 3: EXPORTACIONES TRADICIONALES Y NO TRADICIONALES (2000-2011)
En millones de US\$ FOB



Fuente: SUNAT
Elaboración: VMCE/MINCETUR

Exportaciones por Destino

Los principales destinos de las exportaciones peruanas durante el año 2011 fueron:

Cuadro N° 1: EXPORTACIONES POR PAÍSES (2010 – 2011)
En millones de US\$

Países	2010	2011	Variación 2011/2010	Participación 2011
China	5,436	6,965	28.1%	15.1%
Estados Unidos	6,087	5,960	-2.1%	12.9%
Suiza	3,845	5,938	54.4%	12.9%
Canadá	3,329	4,232	27.1%	9.2%
Japón	1,792	2,175	21.4%	4.7%
Chile	1,373	1,980	44.2%	4.3%
Alemania	1,521	1,908	25.5%	4.1%
Corea del Sur	896	1,696	89.3%	3.7%
España	1,195	1,687	41.2%	3.7%
Italia	939	1,294	37.8%	2.8%
Demás países	9,392	12,297	30.9%	26.7%
Total	35,806	46,132	28.8%	100.0%

Fuente: SUNAT
Elaboración: VMCE/MINCETUR

Exportaciones por Sector Económico y Producto

En cuanto a las exportaciones por sectores, los que mayor participación tuvieron sobre las exportaciones no tradicionales fueron el agropecuario (27.9%), alcanzando la cifra de US\$ 2,846 millones y el sector textil (19.5%), alcanzando la cifra de US\$ 1,993 millones. Por su parte, los sectores de mayor participación sobre las exportaciones tradicionales fueron el sector minero (75.6%), alcanzando la cifra



de US\$ 27,145 millones y el sector petróleo y gas natural (13.9%), alcanzando la cifra de US\$ 4,997 millones. La participación de cada sector sobre el total exportado se puede apreciar en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 2: EXPORTACIONES POR SECTORES ECONÓMICOS (2010 – 2011)
En millones de US\$

Sectores	2010	2011	Variación 2011/2010	Participación 2011
Tradicional	28,091	35,926	27.9%	77.9%
Agropecuario	975	1,685	72.8%	3.7%
Algodón	1	8	571.7%	0.0%
Azúcar	65	48	-26.5%	0.1%
Café	889	1,593	79.3%	3.5%
Otros	21	37	79.0%	0.1%
Minero	21,902	27,145	23.9%	58.8%
Cobre	8,878	10,705	20.6%	23.2%
Estaño	842	495	-41.2%	1.1%
Hierro	523	1,024	95.7%	2.2%
Metales menores	521	600	15.2%	1.3%
Oro	7,745	10,152	31.1%	22.0%
Plata	405	851	110.0%	1.8%
Plomo	1,292	1,795	39.0%	3.9%
Zinc	1,696	1,523	-10.2%	3.3%
Pesquero	1,884	2,099	11.4%	4.6%
Aceite de pescado	274	333	21.4%	0.7%
Harina de pescado	1,610	1,767	9.7%	3.8%
Petróleo y gas natural	3,330	4,997	50.1%	10.8%
Gas natural, derivados	284	1,284	352.7%	2.8%
Petróleo crudo	505	574	13.7%	1.2%
Petróleo, derivados	2,541	3,139	23.5%	6.8%
No tradicional	7,715	10,206	32.3%	22.1%
Agropecuario	2,203	2,846	29.2%	6.2%
Artesanías	1	5	673.4%	0.0%
Maderas y papeles	359	400	11.6%	0.9%
Metal-mecánico	400	485	21.1%	1.1%
Minería no metálica	251	491	95.6%	1.1%
Pesquero	650	1,051	61.6%	2.3%
Pieles y cueros	29	38	31.0%	0.1%
Químico	1,223	1,651	35.0%	3.6%
Sidero - metalúrgico	877	1,052	19.9%	2.3%
Textil	1,561	1,993	27.7%	4.3%
Varios (inc. Joyería)	160	192	20.2%	0.4%
Total	35,806	46,132	28.8%	100.0%

Fuente: SUNAT
Elaboración: VMCE/MINCETUR



Los productos tradicionales más exportados fueron:

Cuadro N° 3: EXPORTACIONES POR PRODUCTOS NO TRADICIONALES (2010 – 2011)
En millones de US\$

Productos	2010	2011	Variación 2011/2010	Participación 2011
Uvas frescas	186	301	61.9%	3.0%
Alambre de cobre refinado, en la que la mayor dimensión de la sección transversal sea superior a 6 mm	276	298	8.1%	2.9%
Espárragos, frescos o refrigerados	291	292	0.6%	2.9%
Fosfatos de calcio naturales, fosfatos aluminocálcicos naturales y cretas fosfatadas, sin moler	53	236	344.9%	2.3%
Jibias (sepia officinalis, rossia macrosoma) y globitos (sepiola spp.); calamares y potas (ommatrephes spp., loligo spp., nototodarus spp., sepioteuthis spp.), congelados, secos, salados o en salmuera	159	231	45.0%	2.3%
Demás t-shirt de algodón para hombres o mujeres	136	201	48.1%	2.0%
Zinc en bruto, sin alear, con un contenido de zinc inferior al 99.99% en peso	104	200	92.1%	2.0%
Demás preparaciones y conservas de moluscos e invertebrados acuáticos	81	199	145.0%	1.9%
T-shirt de algodón para hombres o mujeres, de tejido de un solo color uniforme, incluidos los blanqueados	158	175	10.4%	1.7%
Aguacates (paltas), frescas o secas	85	161	89.4%	1.6%
Demás productos	6,186	7,912	27.9%	77.5%
Total	7,715	10,206	32.3%	100.0%

Fuente: SUNAT
Elaboración: VMCE/MINCETUR

Por otro lado, los productos no tradicionales más exportados fueron:

Cuadro N° 4: EXPORTACIONES POR PRODUCTOS TRADICIONALES (2010 – 2011)
En millones de US\$

Productos	2010	2011	Variación 2011/2010	Participación 2011
Oro en demás formas, en bruto, incluido el oro platinado, excepto para uso monetario	7,725	10,052	30.1%	28.0%
Minerales de cobre y sus concentrados	6,159	7,797	26.6%	21.7%
Cátodos y secciones de cátodos, de cobre refinado	2,526	2,737	8.4%	7.6%
Minerales de plomo y sus concentrados	1,277	1,783	39.6%	5.0%
Harina, polvo y pellets de pescado, con un contenido de grasa superior a 2% en peso, impropios para la alimentación humana	1,610	1,767	9.7%	4.9%
Café sin tostar, sin descafeinar, excepto para siembra	887	1,593	79.6%	4.4%
Gas natural, licuado	284	1,284	352.7%	3.6%
Minerales de cinc y sus concentrados	1,478	1,183	-20.0%	3.3%
Demás gasolinas sin tetraetilo de plomo, para motores de vehículos automóviles	893	1,080	20.9%	3.0%
Minerales de hierro y sus concentrados, excepto las pirritas de hierro tostadas (cenizas de pirritas), sin aglomerar	447	1,024	128.9%	2.9%
Demás productos	4,804	5,627	17.1%	15.7%
Total	28,091	35,926	27.9%	100.0%

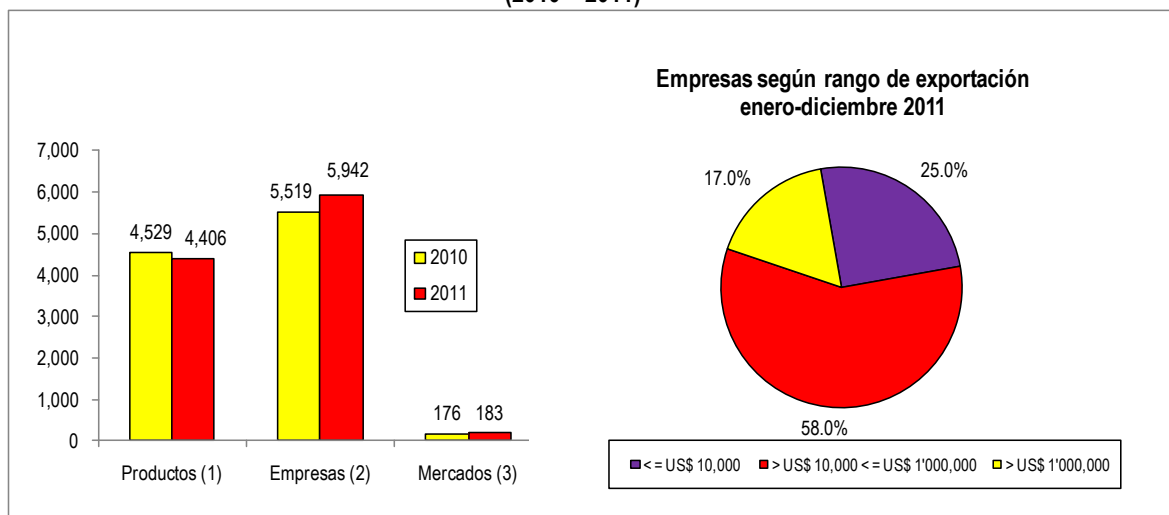
Fuente: SUNAT
Elaboración: VMCE/MINCETUR



El número de empresas exportadoras ascendió a 5,942³, lo que representó un crecimiento del 7.7% respecto al año 2010. Asimismo, el número de productos exportados ascendió a 4,406⁴; lo cual representa una disminución del 2.7% respecto del año anterior. En el gráfico N° 4 se observa que el 17.0% de empresas exportó por un monto igual o superior a US\$ 1'000,000, el 58.0% de empresas exportó entre un rango de US\$ 10,000 y US\$ 1'000,000, y el 25.0% de empresas exportó montos iguales o menores a US\$ 10,000.

En cuanto al número de mercados de exportación se alcanzaron 183 destinos.

Gráfico N° 4: INDICADORES RELACIONADOS A LAS EXPORTACIONES (2010 – 2011)



Nota:

(1) Número de líneas arancelarias basadas en la nomenclatura del Sistema Armonizado 2007.

(2) Se consideran a empresas que exportaron montos superiores a US\$ 10,000.

(3) No se consideraron "Sin Descripción según SUNAT", Aguas Internacionales y Zonas Francas del Perú.

Fuente: SUNAT

Elaboración: VMCE/MINCETUR

2.1.2 Importaciones

En el 2011 las importaciones llegaron a un valor CIF⁵ de US\$ 37,819 millones representando un crecimiento del 26.2% respecto al año anterior.

El gráfico N° 5 se muestra la evolución de las importaciones según sector desde el año 2000 hasta el 2011:

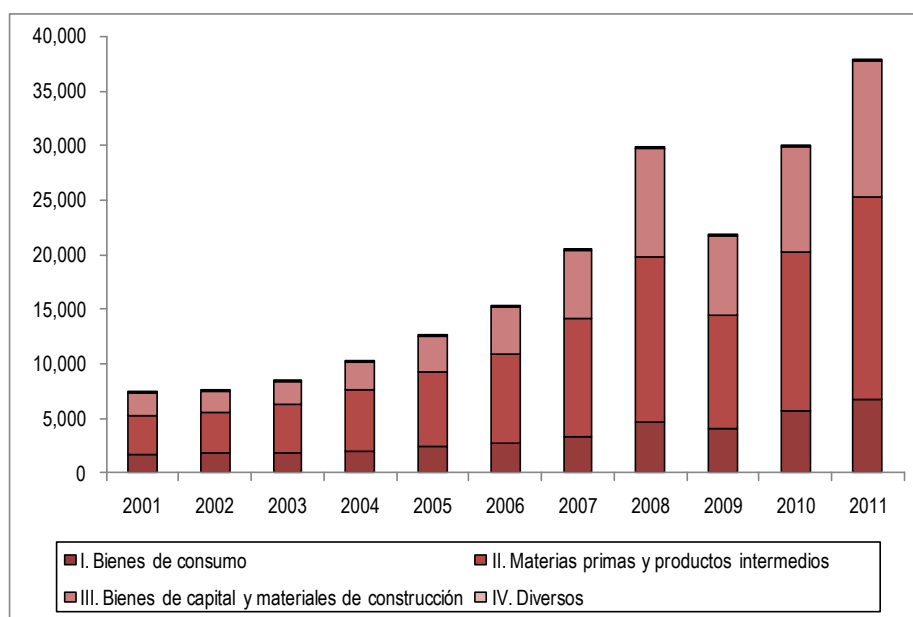
³ Empresas que exportaron montos superiores a US\$ 10,000.

⁴ Número de líneas arancelarias basadas en la nomenclatura del Sistema Armonizado 2007.

⁵ *Cost Insurance and Freight* es un término incoterms que se utiliza en las operaciones de comercio internacional, sobre todo cuando se utilizan medios de transporte marítimos. Cuando un artículo se tasa CIF, significa que el precio de venta incluye el coste de la mercancía, el del transporte así como el seguro marítimo. CIF es un término mercantil internacional.



Gráfico N° 5: IMPORTACIONES SEGÚN SECTOR (2000-2011)
En millones de US\$ CIF



Fuente: SUNAT
Elaboración: VMCE/MINCETUR

Importaciones por país de procedencia

Los principales países de procedencia de las importaciones durante el año 2011 fueron:

Cuadro N° 5: IMPORTACIONES POR PAÍS DE PROCEDENCIA (2010 – 2011)
En millones de US\$

Productos	2010	2011	Variación 2011/2010	Participación 2011
Estados Unidos	5,819	7,373	26.7%	19.5%
China	5,141	6,342	23.4%	16.8%
Brasil	2,183	2,435	11.5%	6.4%
Ecuador	1,423	1,877	31.8%	5.0%
Argentina	1,110	1,838	65.5%	4.9%
Corea del Sur	1,042	1,494	43.3%	3.9%
Colombia	1,327	1,463	10.2%	3.9%
México	1,127	1,383	22.7%	3.7%
Chile	1,050	1,340	27.6%	3.5%
Japón	1,371	1,312	-4.3%	3.5%
Demás países	8,386	10,973	30.9%	29.0%
Total	29,980	37,829	26.2%	100.0%

Fuente: SUNAT
Elaboración: VMCE/MINCETUR

El cuadro N° 5 muestra los sectores de importaciones, entre los más importantes en cuanto a su participación en las importaciones totales se tiene al sector Materias primas y productos intermedios (48.9%) y el de Bienes de capital y materiales de construcción (33.0%), llegando a la cifra CIF de US\$ 18,490 millones y US\$ 12,469 millones respectivamente.



Cuadro N° 5: IMPORTACIONES POR SECTORES ECONÓMICOS (2010 – 2011)
En millones de US\$

Sectores	2010	2011	Variación 2011/2010	Participación 2011
I. Bienes de consumo	5,716	6,829	19.5%	18.1%
II. Materias primas y productos intermedios	14,486	18,490	27.6%	48.9%
III. Bienes de capital y materiales de construcción	9,765	12,469	27.7%	33.0%
IV. Diversos	4	31	622.2%	0.1%
Total	29,972	37,819	26.2%	100.0%

Fuente: SUNAT

Elaboración: VMCE/MINCETUR

Los productos del sector de Bienes de consumo que más se importaron fueron:

Cuadro N° 6: IMPORTACIONES POR PRODUCTOS DE BIENES DE CONSUMO (2010 – 2011)
En millones de US\$

Productos	2010	2011	Variación 2011/2010	Participación 2011
Demás vehículos ensamblados con motor de émbolo o pistón alternativo, de encendido por chispa, para el transporte de personas, de cilindrada superior a 1,500 cm ³ pero inferior o igual a 3,000 cm ³	503	618	22.9%	9.1%
Demás aparatos receptores de televisión, incluso con aparato receptor de radiodifusión o grabación o reproducción de sonido o imagen incorporado, en colores	288	383	32.7%	5.6%
Demás vehículos ensamblados con motor de émbolo o pistón alternativo, de encendido por chispa, para el transporte de personas, de cilindrada superior a 1,000 cm ³ pero inferior o igual a 1,500 cm ³	309	317	2.4%	4.6%
Demás medicamentos, excepto anestésicos, para uso humano, preparados para usos terapéuticos o profilácticos, dosificados o acondicionados para la venta al por menor	193	233	20.8%	3.4%
Motocicletas y ciclos con motor auxiliar, con o sin sidecar, con motor de émbolo o pistón alternativo de cilindrada superior a 50 cm ³ , pero inferior o igual a 250 cm ³	179	210	17.8%	3.1%
Demás azúcares de caña o de remolacha, en estado sólido.	125	143	14.5%	2.1%
Arroz semiblanqueado o blanqueado, incluso pulido o glaseado	62	131	112.1%	1.9%
Camperos (4 x 4), con motor de émbolo o pistón alternativo, de encendido por chispa, para el transporte de personas, de cilindrada superior a 1,500 cm ³ pero inferior o igual a 3,000 cm ³	118	121	2.4%	1.8%
Calzado con suela y parte superior (corte) de caucho o plástico, excepto que cubran el tobillo	78	100	27.4%	1.5%
Demás aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido (vídeos), incluso con receptor de señales de imagen y sonido incorporado	59	66	11.3%	1.0%
Demás productos	3,802	4,507	18.5%	66.0%
Total	5,716	6,829	19.5%	100.0%

Fuente: SUNAT

Elaboración: VMCE/MINCETUR



Los productos del sector de Materias primas y productos intermedios que más se importaron fueron:

Cuadro N° 7: IMPORTACIONES POR PRODUCTOS DE MATERIAS PRIMAS Y PRODUCTOS INTERMEDIOS (2010 – 2011)
En millones de US\$

Productos	2010	2011	Variación 2011/2010	Participación 2011
Aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso	2,690	3,665	36.3%	19.8%
Diesel 2, con un contenido de azufre menor o igual a 50 ppm	701	972	38.6%	5.3%
Maíz amarillo, excepto para siembra	434	608	40.2%	3.3%
Demás diesel 2	211	567	169.1%	3.1%
Demás trigos	352	503	42.9%	2.7%
Tortas y demás residuos sólidos de la extracción del aceite de soja (soya), incluso molidos o en pellets	377	413	9.5%	2.2%
Aceite de soja (soya) en bruto, incluso desgomado	315	388	23.3%	2.1%
Demás productos químicos y preparaciones de la industria química o de las industrias conexas, no expresados ni comprendidos en otra parte.	131	384	194.5%	2.1%
Polipropileno	206	271	31.3%	1.5%
Polietileno de densidad inferior a 0,94	191	195	2.1%	1.1%
Demás productos	8,879	10,523	18.5%	56.9%
Total	14,486	18,490	27.6%	100.0%

Fuente: SUNAT
Elaboración: VMCE/MINCETUR

Los productos del sector de Bienes de capital y materiales de construcción que más se importaron fueron:

Cuadro N° 8: IMPORTACIONES POR PRODUCTOS DE BIENES DE CAPITAL Y MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN (2010 – 2011)
En millones de US\$

Productos	2010	2011	Variación 2011/2010	Participación 2011
Teléfonos móviles (celulares) y los de otras redes inalámbricas	395	551	39.3%	4.4%
Máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos, portátiles, de peso inferior o igual a 10 kg, que estén constituidas, al menos, por una unidad central de proceso, un teclado y un visualizador	259	421	62.2%	3.4%
Demás vehículos para el transporte de mercancías, con motor de émbolo o pistón, de encendido por compresión (diesel o semidiesel), de peso total con carga máxima superior a 20 t	257	366	42.2%	2.9%
Camionetas pick-up ensamblados, para el transporte de mercancías, con motor de émbolo o pistón, de encendido por compresión (diesel o semidiesel), de peso total con carga máxima inferior o igual a 4,537 t.	270	272	0.6%	2.2%
Tractores de carretera para semiremolques	169	251	49.2%	2.0%
Barras de hierro o acero sin alear, con muescas, cordones, surcos o relieves, producidos en el laminado o sometidas a torsión después del laminado, en caliente	181	244	34.4%	2.0%
Cargadoras y palas cargadoras de carga frontal	210	227	8.0%	1.8%
Palas mecánicas, excavadoras, cargadoras y palas cargadoras, cuya superestructura pueda girar 360o	126	223	77.2%	1.8%
Vehículos automóviles para el transporte de un máximo de 16 personas, incluido el conductor, con motor de émbolo o pistón, de encendido por compresión (diesel o semidiesel)	110	181	65.5%	1.5%
Partes de máquinas y aparatos de la partida 84.74	101	173	70.8%	1.4%
Demás productos	7,687	9,561	24.4%	76.7%
Total	9,765	12,469	27.7%	100.0%

Fuente: SUNAT
Elaboración: VMCE/MINCETUR



Los productos del sector Diversos que más se importaron fueron:

Cuadro N° 8: IMPORTACIONES POR PRODUCTOS DIVERSOS (2010 – 2011)
En millones de US\$

Productos	2010	2011	Variación 2011/2010	Participación 2011
Billetes de banco		26	-	82.8%
Caballos para carrera, vivos	2	2	-1.3%	7.6%
Colecciones y especímenes para colecciones de zoología, botánica, mineralogía o anatomía, o que tengan interés histórico, arqueológico, paleontológico, etnográfico o numismático	0	1	8650.5%	2.2%
Películas cinematográficas (filmes), impresionadas y reveladas, con registro de sonido o sin él, o con registro de sonido solamente, de anchura superior o igual a 35 mm	0	1	29.5%	1.9%
Tanques y recipientes plegables (contenedores), inflables, de caucho vulcanizado sin endurecer	0	1	12.7%	1.8%
Bovinos para lidia, vivos	0	0	13.4%	1.1%
Cuadros, pinturas y dibujos, hechos totalmente a mano	0	0	40.7%	1.0%
Demás cheques; títulos de acciones u obligaciones y títulos similares	0	0	22.7%	0.8%
Peces ornamentales, vivos	0	0	-8.1%	0.3%
Obras originales de estatuaria o de escultura, de cualquier materia	0	0	-30.8%	0.2%
Demás productos	0	0	416.9%	0.2%
Total	4	31	622.2%	100.0%

Fuente: SUNAT

Elaboración: VMCE/MINCETUR

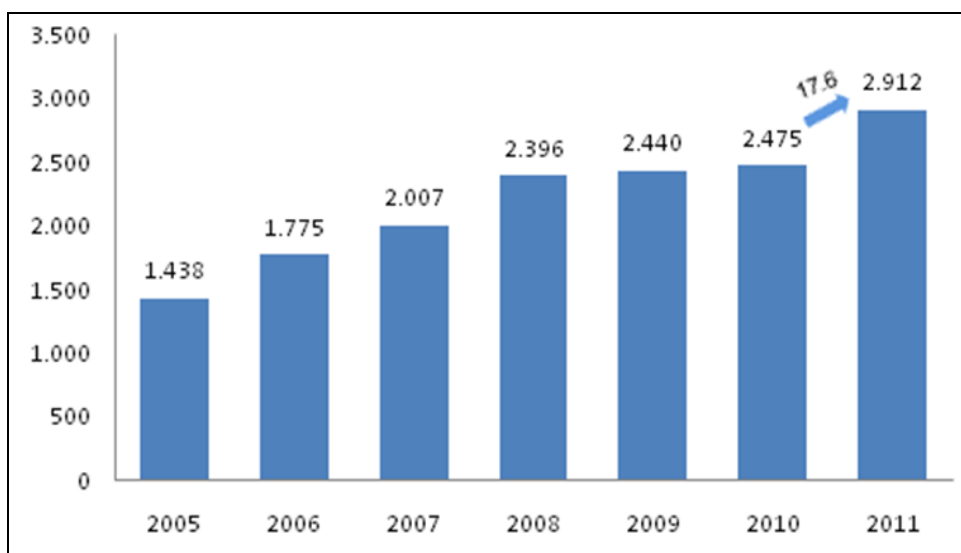


2.2 Comportamiento del Sector Turismo

La actual administración del Sector Turismo, en su afán de contribuir con la política de Estado que busca mitigar la pobreza; orienta sus acciones a hacer del Turismo una actividad con un desarrollo sostenible, competitivo y participativo, debido a la importancia del sector al ser fuente de generación de empleo, crecimiento económico y desarrollo regional.

Dichas acciones han permitido logros consensuados con el sector público y privado, presentando un comportamiento positivo manifestado en sus 2 principales indicadores en el año 2011; así el ingreso de divisas generado por el turismo receptivo fue de US\$ 2,912 millones, cifra superior en 17.6% respecto a 2010, tal como se observa en el gráfico siguiente:

INGRESO DE DIVISAS POR EL TURISMO RECEPTIVO, 2005-2011
En millones de US\$

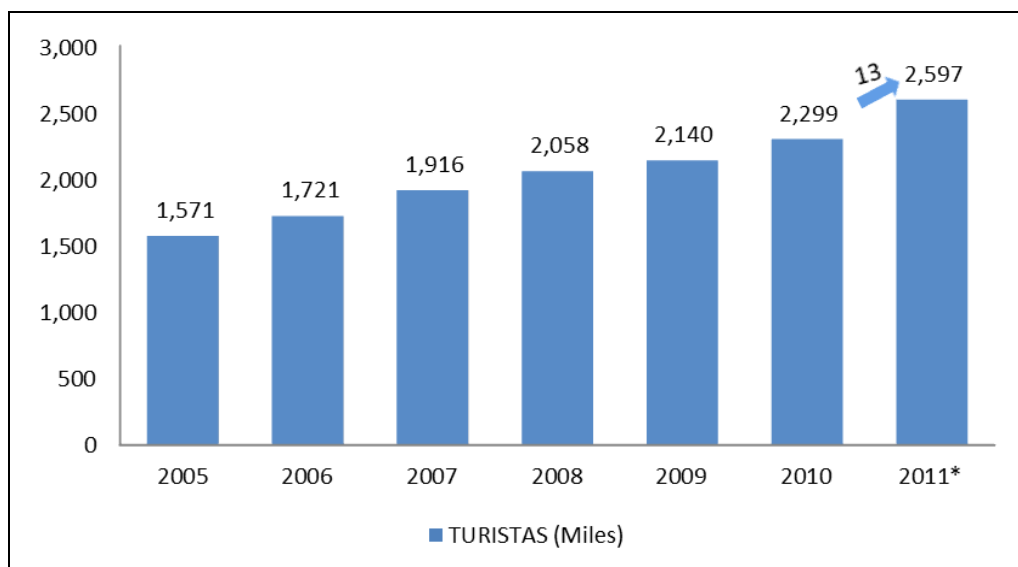


P/ Los años 2010 y 2011 fueron actualizados con información publicada por el BCRP – Nota Semanal N° 07, 17 de febrero 2012.
Fuente: Banco Central de Reserva del Perú, BCRP
Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-Oficina de Estudios Turísticos y Artesanales



Mientras que al cierre del año 2011 llegaron al Perú 2'597,803 turistas internacionales, cifra que representa un incremento de 13% respecto al período 2010, tal como se observa en el siguiente gráfico:

LLEGADA DE TURISTAS INTERNACIONALES DEL 2005-2011
En miles



*Cifra Proyectada a diciembre 2011
Fuente: MININTER-Dirección General de Migraciones y Naturalización (DIGEMIN)
Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-Oficina de Estudios Turísticos y Artesanales

A continuación se muestra la evolución mensual de la llegada de turistas Internacionales desde el mes de Enero de 2002 a Diciembre 2011.

LLEGADA MENSUAL DE TURISTAS INTERNACIONALES, 2002-2011

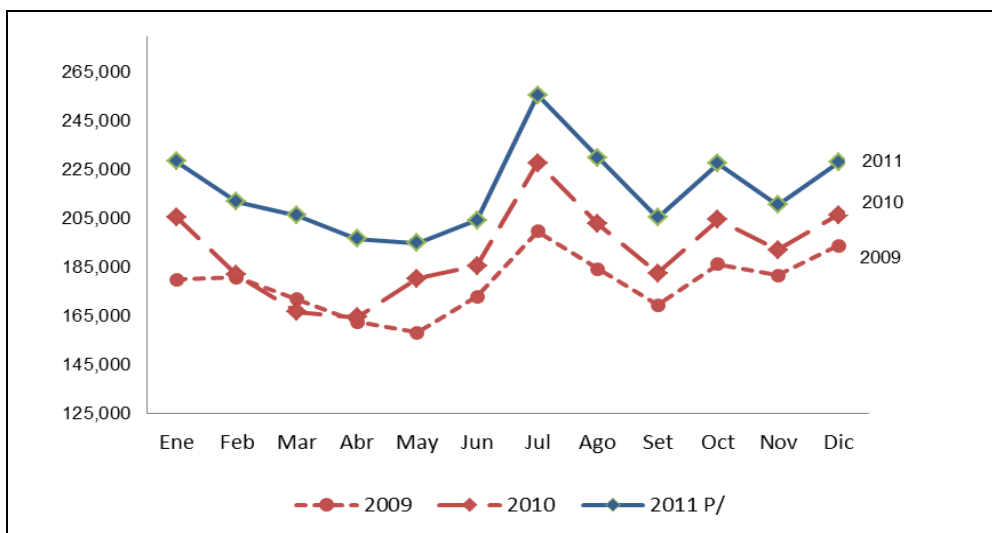
Mes	Año									
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010 P/	2011 P/
Enero	86,441	89,379	105,419	123,935	141,238	154,371	178,584	179,817	205,578	228,313
Febrero	85,907	89,773	109,191	125,936	147,813	158,895	184,045	180,674	181,769	211,765
Marzo	86,803	85,706	103,728	125,245	141,457	159,010	168,463	171,702	166,503	206,020
Abril	73,576	79,777	97,877	112,924	134,210	140,036	155,412	162,388	164,353	196,464
Mayo	83,310	83,387	98,223	117,976	131,540	141,483	164,605	158,088	180,127	194,701
Junio	86,192	90,937	109,098	121,831	135,782	154,958	173,881	172,915	185,399	204,188
Julio	106,612	117,780	143,283	157,451	167,021	188,929	207,437	199,608	227,724	255,468
Agosto	99,273	110,037	121,227	146,818	150,563	168,584	187,349	184,093	202,606	229,943
Septiembre	84,999	91,972	105,660	130,731	138,794	154,766	164,052	169,396	182,353	205,185
Octubre	88,473	92,497	115,850	134,351	141,549	159,341	162,033	186,144	204,456	227,418
Noviembre	86,209	95,996	111,574	126,851	137,495	161,266	143,569	181,462	191,979	210,450
Diciembre	95,811	108,528	128,829	146,517	153,284	174,761	168,190	193,674	206,340	227,888
TOTAL	1,063,606	1,135,769	1,349,959	1,570,566	1,720,746	1,916,400	2,057,620	2,139,961	2,299,187	2,597,803

P/Cifra Preliminar
Fuente: MININTER-Dirección General de Migraciones y Naturalización (DIGEMIN).
Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-Oficina de Estudios Turísticos y Artesanales.
Datos obtenidos a Septiembre.



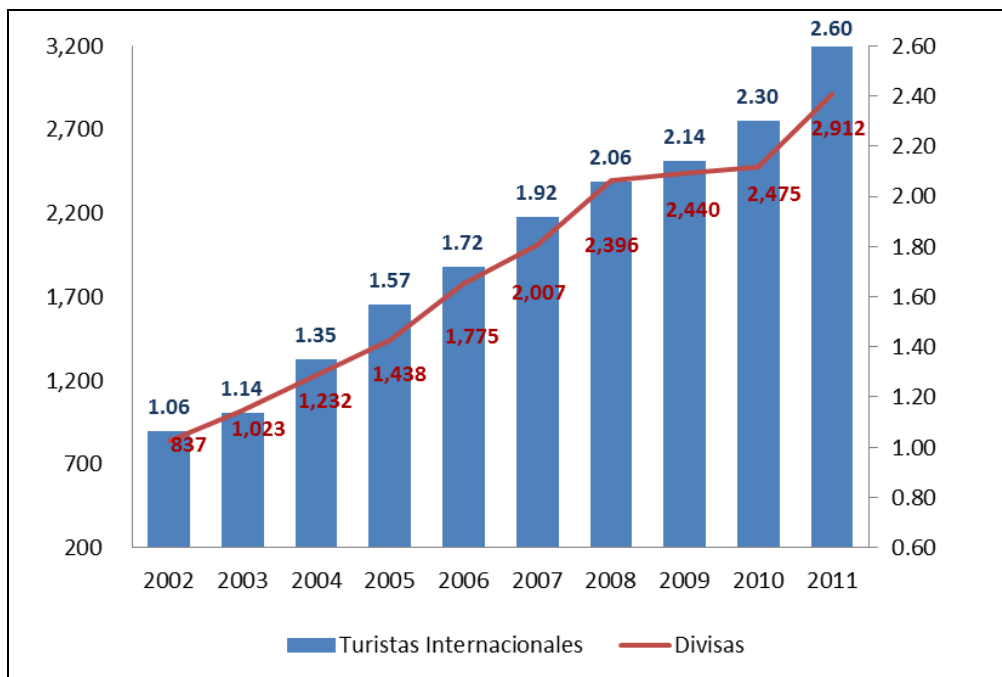
En el siguiente gráfico se muestra el comportamiento mensual de la llegada de turistas durante el período 2009 a Diciembre 2011.

LLEGADA MENSUAL DE TURISTAS INTERNACIONALES, 2009-2011
En miles



A continuación se muestra cómo interactúan durante el 2002 y 2011 la llegada de turistas internacionales, el cual registró un crecimiento promedio anual del 10%, mientras que las divisas generadas por el turismo receptivo registraron un crecimiento promedio anual del 14.9%, lo que se muestra en el gráfico siguiente:

Gráfico N° 4: LLEGADA DE TURISTAS EXTRANJEROS (en Millones) E INGRESO DE DIVISAS GENERADO POR EL TURISMO RECEPTIVO (US\$ Millones), PERIODO 2002-2011



Elaboración: MINCETUR/SG/OGPPD/Oficina de Estudios Turísticos y Artesanales



Este comportamiento mostrado por el Sector Turismo se sustenta fundamentalmente por un mayor flujo de turistas internacionales, lo que evidencia la recuperación de la economía mundial, luego de varios meses de crisis financiera internacional que afectó tanto al turismo como a otros sectores económicos en la mayoría de los países.

INGRESO DE DIVISAS GENERADO POR EL TURISMO RECEPTIVO, 2002-2011
En millones de US\$

AÑO	DIVISAS	VARIACION PORCENTUAL (%)
2002	837	
2003	1,023	22.2
2004	1,232	20.4
2005	1,438	16.7
2006	1,775	23.4
2007	2,007	13.1
2008	2,396	19.4
2009	2,440	1.8
2010	2,475	1.5
2011	2,912	17.6

P/ Los años 2010 y 2011 fueron actualizados con información publicada por el BCRP – Nota Semanal N° 07, 17 de febrero 2012.
Fuente: Banco Central de Reserva del Perú, BCRP.
Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE-Oficina de Estudios Turísticos y Artesanales.

Según país de residencia, al cierre del año 2011, se puede apreciar que por el lado de América del Sur el país que lideró la llegadas de turistas internacionales hacia el Perú, fue Chile mostrando una participación de 556,831 turistas; seguido de Ecuador con 119,090 turistas; mientras que por América del Norte EE.UU. destaca con 313,838 turistas; seguido de Canadá con 42,058 turistas; en tanto que por Europa tenemos a España con una participación de 78,196 turistas que llegaron al Perú.



Cuadro N° 4: LLEGADA DE TURISTAS EXTRANJEROS AL PERÚ SEGÚN PAÍS DE RESIDENCIA, 2010 – 2011

PAÍS DE RESIDENCIA	AÑO		Variación Porcentual (%) 2011/2010
	2010	2011	
AMÉRICA DEL SUR			
CHILE	595,944	556,831	-6.56
ECUADOR	152,445	119,090	-21.88
ARGENTINA	127,062	111,195	-12.49
COLOMBIA	98,642	81,872	-17.00
BRASIL	87,674	87,866	0.22
VENEZUELA	38,469	34,952	-9.14
BOLIVIA	86,181	62,168	-27.86
AMÉRICA DEL NORTE			
EE.UU.	417,232	313,838	-24.78
CANADÁ	52,955	42,058	-20.58
MÉXICO	38,097	33,244	-12.74
EUROPA			
ESPAÑA	96,666	78,196	-19.11
FRANCIA	66,985	54,456	-18.70
REINO UNIDO	54,182	42,144	-22.22
ALEMANIA	53,201	41,422	-22.14
ITALIA	41,831	34,092	-18.50
HOLANDA	24,795	17,725	-28.51
RESTO DEL MUNDO			
JAPÓN	30,604	33,024	7.91
AUSTRALIA	29,659	21,430	-27.75
OTROS PAÍSES	206,563	752,253	264.18
TOTAL	2,299,187	2,517,856	9.51

Fuente: MININTER –Dirección General de Migraciones y Naturalización (DIGEMIN).
Elaboración: MINCETUR/SG/OGEE/Oficina de Estudios Turísticos y Artesanales.

Las mayores tasas de crecimiento la registraron los turistas provenientes de Japón; al cierre del 2011, llegaron a sumar 33,024, cifra que superó en 7.91% respecto al año anterior.



Descripción del Sector





3. INFORMACIÓN GENERAL DEL SECTOR

3.1 Reseña histórica del Sector

A inicio de los años noventa, el Perú comenzó a adoptar una política comercial orientada a la apertura y a la liberalización del comercio internacional. Dicho proceso marcó un importante cambio con respecto a la orientación de la política comercial que prevalecía anteriormente y que se caracterizaba por importantes niveles de protección y políticas que creaban distorsiones en la producción y en los intercambios comerciales.

Sin embargo, estos avances no lograron los resultados esperados, dado que el nivel de las exportaciones del Perú se mantuvo en niveles bajos; concentrándose en productos primarios y enfrentando dificultades para ampliar y diversificar sus mercados de exportación.

Dichas dificultades tuvieron origen en múltiples causas que fueron acumuladas durante las tres últimas décadas. Entre otras, se puede señalar la Reforma Agraria de los años setenta, que actuó negativamente sobre el sector y el desarrollo de la competitividad internacional; la falta de una infraestructura adecuada y la presencia de intereses económicos sectoriales contrarios a la apertura. Asimismo, la sucesiva crisis económica de los años ochenta y los actos de terrorismo favorecieron a la generación de un ambiente contrario a la inversión y a la expansión de los negocios internacionales.

Otros acontecimientos negativos para el país e incontrolables para el Gobierno fueron: la crisis financiera internacional iniciada en México, el Fenómeno del Niño, la caída de los precios internacionales de los commodities y los conflictos bélicos con los países limítrofes.

La debilidad de la política de Estado en materia de Comercio Exterior y Turismo agravó esta situación. Esto se debió, en buena medida, a las limitaciones institucionales del sector público, lo que dificultó aún más el logro de posiciones consensuadas sobre prioridades estratégicas con un sector empresarial a su vez dividido entre instancias proteccionistas y de libre mercado.

En cuanto al Turismo, durante la década de los ochenta el desarrollo de este sector fue prácticamente nulo, esto se explica principalmente por el clima de inestabilidad económica y de violencia terrorista que vivió el país en dicha década; así como, la falta de políticas claras que orientaran su desarrollo.

A partir de 1990, se aplican un conjunto de medidas orientadas a estabilizar el país y reformar el patrón de crecimiento de la economía. Así, en 1992, se empieza a conseguir claros logros sobre la violencia terrorista, capturándose a los líderes de las principales agrupaciones subversivas existentes con lo cual se redujeron notablemente los atentados terroristas y se mejoró sustancialmente la imagen del Perú en el exterior.

En suma, en la década de los noventa se logra estabilizar al país tanto social como económicamente, lo cual generó un clima de confianza frente a la comunidad internacional.

Estos cambios influyeron decisivamente en la evolución del turismo en el país. El Gobierno empezó a prestar mayor atención a este sector. Por dicho efecto, el año 1998 fue declarado oficialmente el "Año de los 600 mil turistas" y 1999 "Año del turismo interno". Se creó un Viceministerio de Turismo específico, el cual diseñó un "Plan Maestro" para el sector, se emitieron leyes promocionales específicas. Nunca antes se evidenció tanta voluntad política para el desarrollo de este sector.

En julio del 2002, se creó el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR para hacer del comercio exterior y del turismo una política de Estado, ante la ausencia de la misma en décadas anteriores.



Las funciones conferidas al MINCETUR por mandato legal se ejecutan en el marco de Políticas de Estado. Así, el establecimiento de una política dinámica e integral de promoción comercial y la promoción de nuevos y mejores acuerdos orientados a incrementar y diversificar mercados para productos y servicios nacionales con valor agregado, se enmarcan en la Vigésima Segunda Política de Estado del Acuerdo Nacional y se encuentran contenidas en el Plan Estratégico Nacional Exportador PENX 2003-2013.

De igual modo, en cuanto al Turismo, a fin de atender y desarrollar la demanda de nuestros destinos turísticos, se aprueba el Plan Estratégico Nacional de Turismo – PENTUR 2005- 2015, concebido como parte de las Políticas de Estado establecidas en el Acuerdo Nacional y posteriormente en el Plan Bicentenario. Cabe señalar que a la fecha el periodo de dicho Plan es de 2008 – 2018, asimismo para el sector Artesanía se elaboró el Plan Estratégico Nacional de Artesanía PENdAR 2011 – 2021, en el cual se establecen objetivos y estrategias, brindando las herramientas que permitan el ordenamiento y estructuración del sector.

El MINCETUR⁶, al momento de su creación tuvo como Organismos Públicos Descentralizados al Centro de Formación en Turismo – CENFOTUR, a la Comisión para la Promoción de Exportaciones – PROMPEX, a la Comisión Nacional de Zonas Francas, Zonas de Tratamiento Especial Comercial y Zonas Especiales de Desarrollo – CONAFRAN; así como a los Centros de Exportación, Transformación, Industria, Comercialización y Servicios – CETICOS de Ilo, Matarani y Paita. Como Unidades Ejecutoras; al Proyecto Especial Plan COPESCO y la Comisión de Promoción del Perú – PROMPERU.



El MINCETUR define, dirige, ejecuta, coordina y supervisa la política de comercio exterior y de turismo.

⁶ El precedente inmediato del MINCETUR fue el Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales (MITINCI), que tenía como Instituciones Públicas Descentralizadas al Centro de Formación en Turismo (CENFOTUR), al Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOP), a la Comisión Nacional de Zonas Francas, de Tratamiento Especial Comercial y Zonas Especiales de Desarrollo (CONAFRAN).



Con esta creación se lograba desvincular los intereses y las influencias de una industria con visión de mercado interno, cambiándose a una industria que mira al mundo como su mercado, y la competitividad global como su reto; se cimentaron las bases de una visión de la economía generadora de valor, y del empleo, sobre la base de las exportaciones, aunque tardíamente el Perú se sumaba a todos los países que habían utilizado las exportaciones como factor generador de desarrollo.

Cabe destacar que a partir del año 2003, el sector turismo empieza a contar con el “Fondo de Promoción y Desarrollo Turístico Nacional”, cuyos recursos provienen del Impuesto Extraordinario de 15 dólares por el ingreso al territorio nacional vía aérea (Ley 27889). El horizonte de la Ley 27889, que provee de recursos a proyectos de desarrollo turístico como para la promoción del Perú en el exterior, es de diez años, posibilitando la inversión en estos aspectos hasta el año 2013.

En el marco de las políticas de descentralización y reducción del Estado, anunciada por el Gobierno en el año 2007 mediante Ley N° 29014, se transfiere competencias del Poder Ejecutivo a los gobiernos regionales y locales. De este modo, adscriben los CETICOS de Ilo, Matarani y Paita a los gobiernos regionales de Moquegua, Arequipa y Piura, respectivamente; se transfiere la Zona Franca y Zona Comercial de Tacna – ZOFRATACNA al gobierno regional de Tacna. Encargándose la supervisión, administración, promoción y desarrollo de dichos centros a los Gobiernos Regionales.

Asimismo, dentro del proceso de modernización del Estado, el MINCETUR evaluó y consideró conveniente la fusión de la Comisión para la Promoción de Exportaciones—PROMPEX con la Comisión de Promoción del Perú: PROMPERÚ. En ese sentido, mediante Decreto Supremo N° 003-2007-MINCETUR del 28 de febrero de 2007, se aprobó la fusión de PROMPERÚ con PROMPEX, bajo la modalidad de fusión por absorción, correspondiéndole a PROMPEX la calidad de entidad incorporante.

Luego de los procesos de transferencia y fusión, el MINCETUR actualmente comprende el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y los Organismos Públicos Ejecutores CENFOTUR y PROMPERU.

Los logros sobresalientes alcanzados por el sector en los últimos años demuestran el compromiso del país a través de su Órgano Rector, el MINCETUR, en aumentar la eficacia y eficiencia de las políticas comerciales y de turismo.

De otro lado, cabe señalar que mediante Resolución Suprema N° 194-2011-PCM de fecha 29 de julio de 2011, se dio término a la Gestión del Ministro Sr. Eduardo Ferreyros Koppers como titular del MINCETUR; y mediante Resolución Suprema N° 213-2011-PCM de fecha 29 de julio de 2011, se designó al Sr. José Luis Silva Martinot como nuevo Ministro de la Institución.

3.2 Base legal de creación

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR creado mediante Ley N° 27779 publicado el 11 de julio del 2002 en el diario Oficial El Peruano, 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.

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

El MINCETUR 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 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. Realiza sus acciones en coordinación con los Ministerios de Economía y Finanzas, Relaciones



Exteriores, Ministerio de Transportes y Comunicaciones, Ministerio del Interior y los demás sectores del Gobierno.

El Titular del Sector dirige las negociaciones comerciales internacionales del Estado; como también las correspondientes al desarrollo sostenible del Turismo y está facultado para suscribir convenios como también para regulación el Comercio Exterior y el Turismo.

El MINCETUR, comprende al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, a los Organismos Públicos Ejecutores, 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.

3.3 Funciones atribuidas al MINCETUR

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 independiente, 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 del la Actividad turística, así como las que le sean asignadas, Ley derogada por la Ley General de Turismo N° 29408. De acuerdo a dicha Ley, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, cumple en materia de turismo, las siguientes funciones:
 - a. Aprobar y actualizar el Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR) como instrumento de planeamiento y gestión del sector turismo en el ámbito nacional.
 - b. Desarrollar el producto turístico nacional a través del órgano regional competente, particularizando en cada caso las necesidades que demanden los destinos turísticos del país.
 - c. Coordinar, orientar y asesorar a los gobiernos regionales y locales en el desarrollo de las funciones asignadas en materia de turismo, según corresponda.
 - d. Expedir los lineamientos para la elaboración y actualización del Inventario Nacional de Recursos Turísticos, así como organizarlo y mantenerlo actualizado.

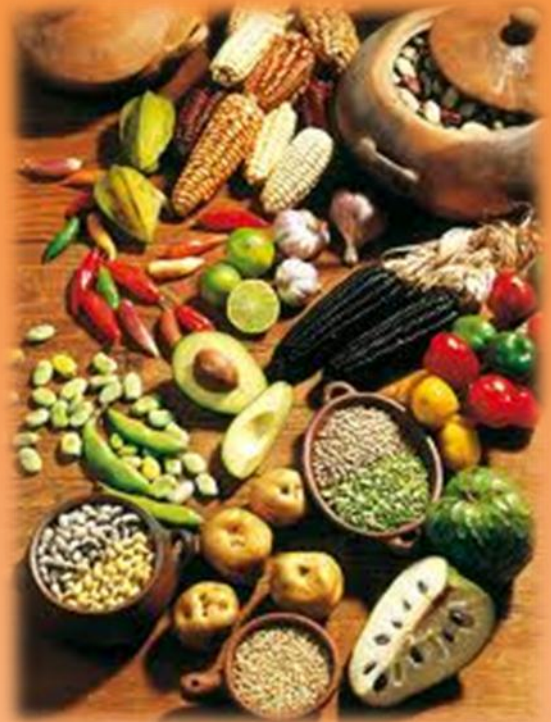


- e. Diseñar y ejecutar planes, proyectos y programas destinados a la promoción del turismo social, en cuanto a lo que no fuera de competencia de los gobiernos regionales o locales.
- f. Coordinar, dirigir, ejecutar y supervisar los proyectos de inversión pública de interés turístico de nivel nacional y prestar apoyo para la ejecución de proyectos turísticos a los gobiernos regionales, locales y otras entidades públicas que lo requieran.
- g. Coordinar con las autoridades competentes el desarrollo de mecanismos y la aprobación de procedimientos de facilitación turística.
- h. Emitir opinión técnica vinculante en materia turística respecto a los planes y reglamentos de uso turístico y recreativo de las áreas naturales protegidas, previa a su aprobación por parte del Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (SERNANP).
- i. Fomentar el desarrollo de planes, programas, proyectos u otros similares referidos al uso turístico del patrimonio arqueológico, cultural, histórico y artístico a cargo del Instituto Nacional de Cultura (INC), en cuanto a lo que no fuera de competencia de los gobiernos regionales o locales.
- j. Aprobar la regulación ambiental de la actividad turística en el marco de lo dispuesto en la legislación ambiental nacional vigente.
- k. Promover el fortalecimiento institucional en el sector turismo, fomentando los espacios de coordinación públicos y privados para la gestión y desarrollo de la gestión turística y la protección y seguridad al turista en cuanto a lo que no fuera de competencia de los gobiernos regionales o locales.
- l. Formular los planes y estrategias nacionales de promoción al turismo interno y receptivo.
- m. Coordinar con las autoridades competentes las acciones vinculadas a la elaboración de los instrumentos de gestión del patrimonio cultural inmueble de la Nación, en lo que respecta a su uso turístico, según lo previsto en el artículo 18° de la presente Ley.
- n. Promover la formulación de normas de seguridad integral de los turistas y de acceso eficiente al sistema de administración de justicia.
- o. Emitir opinión técnica respecto de los instrumentos de gestión del patrimonio cultural inmueble de la Nación en lo relativo a su uso turístico, como requisito previo para su aprobación.

De acuerdo a lo dispuesto por la Ley N° 29014, que adscribe los CETICOS y ZOFRATACNA a las regiones, y la fusión de PROMPERU – PROMPEX; la Estructura Orgánica Básica del Ministerio ahora contempla a dos OPEs, como son la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERÚ y el Centro de Formación en Turismo – CENFOTUR. Además contiene un Órgano de Ejecución denominado Plan COPESCO Nacional.



Marco Estratégico del Sector





4. MARCO ESTRATEGICO DEL SECTOR

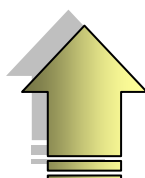
En el marco de su mandato legal, el MINCETUR elaboró el Plan Estratégico Sectorial Multianual - PESEM 2007-2011; el cual, dado los cambios normativos y estructurales suscitados, fue reformulado por un nuevo Plan Sectorial que sirva de guía para los siguientes años, hasta el fin del periodo Presidencial.

El PESEM 2009-2011, aprobado con Resolución Ministerial N° 022-2009-MINCETUR/DM, vincula los lineamientos específicos de la política nacional a seguir, expresados en los diversos planes existentes tanto en el interior del Sector, como aquellos interinstitucionales, además de los planes locales como internacionales. Entre ellos destacan el Plan Estratégico Nacional del Exportador – PENX 2003-2013, el Plan Estratégico Nacional de Turismo – PENTUR 2008-2018, el Acuerdo Nacional (2002-2021), el Plan Nacional de Competitividad (2006-2011) y las 12 Políticas Nacionales de obligatorio cumplimiento (2007-2011).

En tal sentido, a continuación se exponen los lineamientos estratégicos del Sector Comercio Exterior y Turismo:

4.1 Visión

Perú, país exportador de una oferta de bienes y servicios con valor agregado, competitiva, diversificada y consolidada en los mercados internacionales; reconocido internacionalmente como destino turístico sostenible; donde el Comercio Exterior y el Turismo contribuyen a la inclusión social y a mejorar los niveles de vida de la población.

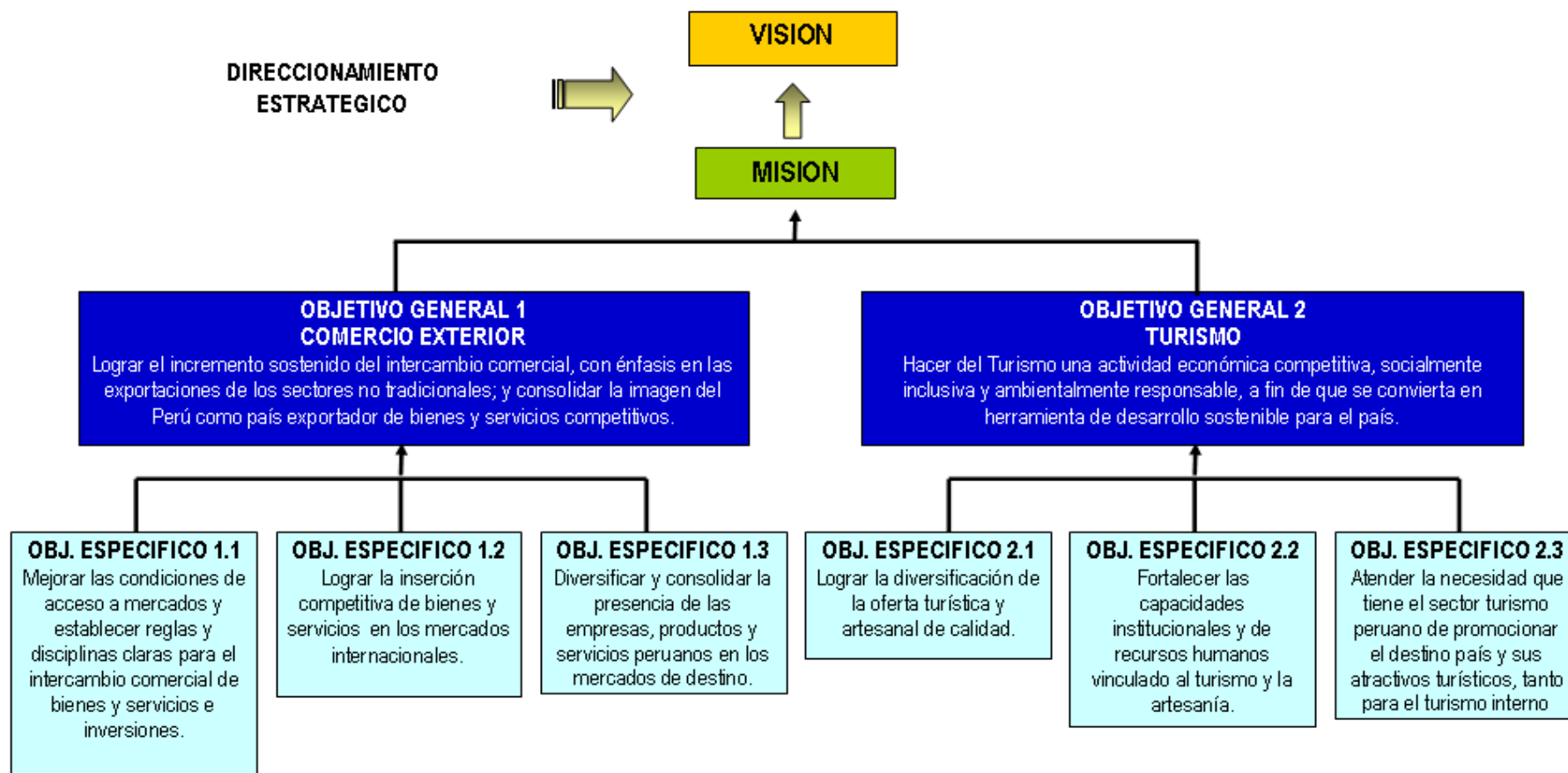


4.2 Misión

Somos el Órgano Rector del Sector Comercio Exterior y Turismo que define, dirige, ejecuta, coordina y supervisa la política del Sector. Tenemos la responsabilidad en materia de las negociaciones comerciales internacionales, así como de la promoción, orientación y regulación del comercio exterior, el turismo y la artesanía, para lograr el desarrollo sostenible del Sector.

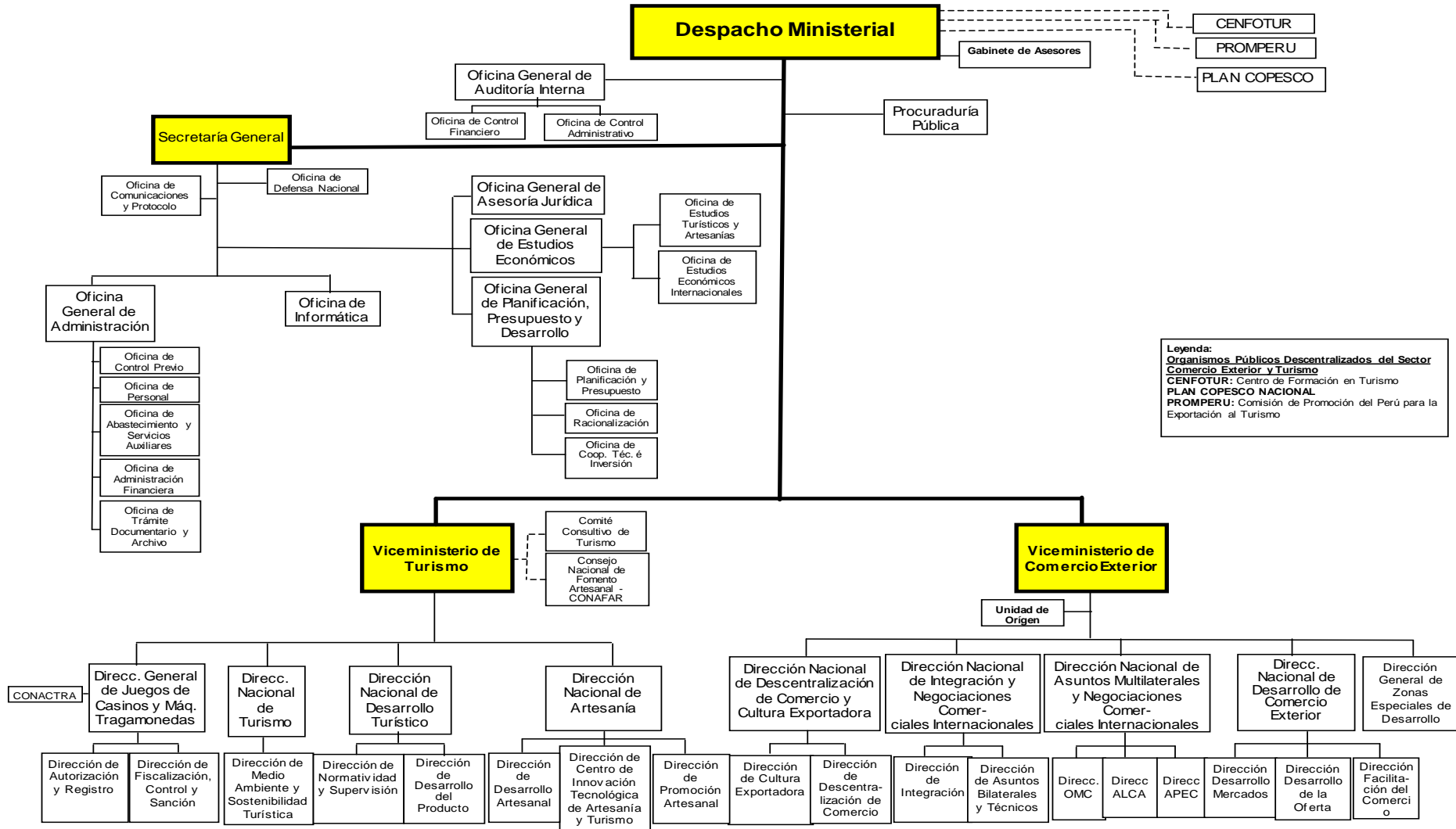


4.3 Objetivos Estratégico





4.4 Organigrama del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR

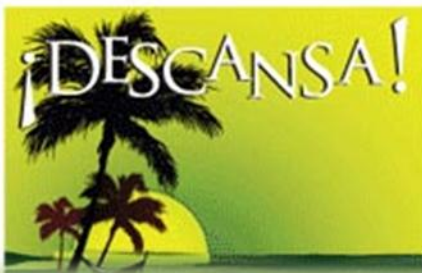
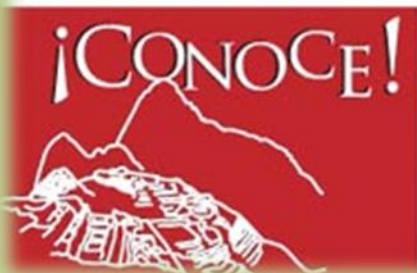


Leyenda:
Organismos Públicos Descentralizados del Sector Comercio Exterior y Turismo
 CENFOTUR: Centro de Formación en Turismo
 PLAN COPESCO NACIONAL
 PROMPERU: Comisión de Promoción del Perú para la Exportación al Turismo

NOTA: Organigrama actualizado según ROF de acuerdo al D.S. Nº001-2010-MINCETUR



Principales Actividades del Sector





5. PRINCIPALES ACTIVIDADES DEL SECTOR

Las actividades que desarrolla el Sector se enmarca en sus lineamientos estratégicos; en ese sentido dichas actividades se desarrollan de acuerdo a lo siguiente:

5.1 Comercio Exterior

Con el objetivo de lograr el incremento sostenido del intercambio comercial, con énfasis en las exportaciones de los sectores no tradicionales; y consolidar la imagen del Perú como país exportador de bienes y servicios competitivos, se vienen realizando actividades en las siguientes áreas:

5.1.1 Vinculación del Perú con los mercados internacionales.

Desarrollo de procesos de apertura comercial, buscando la suscripción de nuevos acuerdos comerciales y profundización de los ya existentes. Asimismo, se viene administrando la implementación de los acuerdos vigentes. La importancia de contar con diferentes mercados de destino para las exportaciones evita mantener un alto nivel de dependencia hacia las condiciones económicas propias de un único mercado, particularmente en épocas de crisis.

5.1.2 Mecanismos para el desarrollo de la oferta exportable y facilitación del comercio exterior.

Los actuales y potenciales consumidores de productos peruanos en el exterior son cada vez más exigentes y conocedores, buscan obtener un mayor valor por los productos que adquieren. Se observa una marcada demanda por productos naturales, orgánicos o aquellos que en su proceso no afecten el medio ambiente. Considerando la diversidad de la riqueza natural en el Perú, y a fin de aprovechar la oportunidad que representa la apertura de los mercados, el MINCETUR apoya principalmente a las regiones y PYMES para que desarrollen una oferta exportable que atienda estos nichos de mercado, e impulse la facilitación y simplificación de procedimientos y logística para exportar.

5.1.3 Promoción de la oferta exportable y la investigación de mercados.

Desarrollo de prospectiva, inteligencia de mercado y promoción comercial para posicionar la oferta exportadora peruana en aquellos nichos de mercados más importantes. Se tiene que conocer las características de los mercados de nicho para nuestras exportaciones. Estos mercados se segmentan de acuerdo a la participación de las exportaciones totales por producto.

5.2 Turismo

Con el objetivo de hacer del Turismo una actividad competitiva, socialmente inclusiva y ambientalmente responsable, a fin de que se convierta en herramienta de desarrollo sostenible para el país, se viene trabajando en las siguientes áreas:

5.2.1 Desarrollo de una Oferta Turística Sostenible

El Plan Estratégico Nacional de Turismo – PENTUR, ha definido los criterios para la priorización de los recursos turísticos con los que cuenta el país y sus regiones. Esta herramienta será aplicada por el gobierno central y los gobiernos regionales para el desarrollo ordenado de los atractivos turísticos en los próximos años.



5.2.2 Desarrollo de una Política Turística Estable en el Tiempo

Se va a enfatizar la aplicación de Manuales de Buenas Prácticas (MBPs) para mejorar la calidad de la oferta turística actual, las estrategias de difusión de conciencia turística y gestión ambiental, y la capacitación en servicios turísticos.

5.2.3 Mejora de la Imagen del Destino Turístico Perú

Posicionar el Perú como destino no masivo en los nichos identificados, logrando que el turista actual repita y recomiende el destino, y que el turista potencial concrete la visita.



Logros Obtenidos por el Sector





6. LOGROS OBTENIDOS POR EL SECTOR

6.1 Comercio Exterior

El MINCETUR tiene como meta convertir al Perú en un país exportador, con una oferta de bienes y servicios con valor agregado, competitiva, diversificada y consolidada en los mercados internacionales. En ese sentido, en el 2011 las exportaciones alcanzaron un valor FOB de US\$ 46,136 millones, mientras que las importaciones llegaron a un valor CIF de US\$ 37,829 millones, con lo cual el intercambio comercial ascendió a US\$ 83,965 millones. Con estas cifras obtenidas la participación del intercambio comercial en el PBI llegó al 47.1%⁷.

Los logros alcanzados en Comercio Exterior son producto de la contribución que efectúa el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo al ejecutar sus actividades programadas en el marco de sus objetivos específicos. Dichas actividades se detallan a continuación:

6.1.1 Para la mejora de las condiciones de acceso a los mercados y establecimiento de reglas y disciplinas claras para el intercambio comercial de bienes y servicios e inversiones.

Continuamos participando activa y simultáneamente en los diferentes frentes de negociación: el frente multilateral, regional y bilateral; dado que los beneficios generados por cada uno de estos frentes se complementan entre sí.

Dichas participaciones, incluyendo Tailandia, dieron como resultado que el 69.2% de las exportaciones no tradicionales se encuentran relacionadas con acuerdos comerciales en vigencia. Este resultado es explicado principalmente por las exportaciones hacia Estados Unidos, que representan el 23.0% del total de exportaciones de productos no tradicionales. Asimismo, los países de la región como Venezuela, Colombia, Ecuador y Chile tuvieron participaciones de 8.8%, 8.1%, 6.1% y 6.0% respectivamente, sobre el total exportado de productos no tradicionales.

Las actividades que se desarrollaron para la consecución de estos resultados fueron diversas y se ejecutaron de acuerdo a lo siguiente:

- **Seguimiento a foros multilaterales**
- Organización mundial del Comercio (OMC)

La OMC se estableció en 1995 tras la culminación de prolongadas e intensas negociaciones celebradas bajo los auspicios del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) de 1947, que llevaron a la firma de los Acuerdos de la OMC en una Reunión Ministerial en Marrakech en abril de 1994.

El Perú fue parte contratante del GATT de 1947 desde el 7 de octubre de 1951 y es miembro fundador de la OMC desde el 1° de enero de 1995. Los Acuerdos de la OMC fueron incorporados a la legislación nacional mediante Resolución Legislativa N° 26407 “Aprueban Acuerdo por el que se establece la Organización Mundial del Comercio y los Acuerdos Comerciales Multilaterales contenidos en el Acta Final de la Ronda Uruguay” de fecha 16 de diciembre de 1994.

⁷ Fuente: Banco Central de Reserva del Perú – BCRP. En el 2011 el PBI fue de US\$ 176,761 millones.



En el 2011, el Perú participó activamente en las reuniones sobre Comercio de Servicios, Comité de Agricultura / NAMA⁸ / OTC⁹ / MSF¹⁰, Consejo ADPIC¹¹, Comités Defensa Comercial / Negociaciones sobre las Normas (AD¹², SVG¹³, SMC¹⁴), Consejo General / CNC¹⁵, Examen TLC China - CACR¹⁶, Grupo Cairns, III Revisión Regional de AFT¹⁷ para LAC¹⁸. Asimismo, se participó en la VIII Conferencia Ministerial en Ginebra, Suiza donde asistió el Ministro de Comercio Exterior y Turismo, acompañado por la Directora Nacional de Asuntos Multilaterales y Negociaciones Comerciales Internacionales y un funcionario del VMCE.

- Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC¹⁹)

La participación de Perú desde el año 1998 en el foro APEC permite, no sólo lograr avances en la liberalización y facilitación del comercio, sino que constituye un espacio importante para la coordinación de posiciones conjuntas para ser llevadas a la OMC; así como para entablar negociaciones bilaterales con otros países miembros.



Fuente: incdiario.com

Acompañaron al presidente Ollanta Humala el ministro de Economía, Luis Miguel Castilla y el ministro de Comercio Exterior y Turismo, José Luis Silva Martinot.

Durante el año 2011 se llevaron a cabo las siguientes reuniones vinculadas a temas de comercio:

⁸ Productos No Agrícolas. Por sus siglas en inglés: *Non-Agricultural Market Access*.

⁹ Obstáculos Técnicos al Comercio.

¹⁰ Medidas Sanitarias y Fitosanitarias.

¹¹ Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionado con el Comercio.

¹² Antidumping.

¹³ Salvaguardia.

¹⁴ Subvenciones y medidas compensatorias.

¹⁵ Consejo de Negociaciones Comerciales.

¹⁶ Comité de Acuerdos Comerciales Regionales.

¹⁷ Tratado de Libre Comercio. Por sus siglas en inglés: *Agreement of Free Trade*.

¹⁸ América Latina y El Caribe. Por sus siglas en inglés: *Latin American and Caribbean*.

¹⁹ Por sus siglas en inglés: *Asia – Pacific Economic Cooperation*



Se participó en las Reuniones de Altos Funcionarios (*Senior Officials Meeting*) SOM 1, SOM 2 y SOM 3; en la Reunión de Ministros de Comercio y en la Reunión de Clausura de Altos Funcionarios CSOM. Asimismo, el Presidente de la República junto con el Ministro de Comercio Exterior y Turismo, participaron en la Reunión Ministerial y de Líderes realizado en Honolulu, Hawái, Estado Unidos. Por otro lado, se participó en reunión Informal SOM en Moscú, Rusia

En este ámbito, el Perú tiene el compromiso de cumplir con las “Metas de Bogor” las cuales están referidas a la liberalización y facilitación del comercio y la inversión en los años 2010 (economías industrializadas) y 2020 (economías en desarrollo).

- **Seguimiento a foros de integración regional**

Durante el 2011, se mantuvo una participación activa en los procesos de integración en el marco de la Comunidad Andina (CAN), la Asociación Latino Americana de Integración (ALADI), Alianza del Pacífico (iniciativa conformada por Chile, Colombia, México y Perú), y el Foro del Arco del Pacífico Latinoamericano (Arco). En dicho procesos, el Perú realiza el seguimiento directo a los foros con el fin de profundizar y fortalecer la integración regional.



Fuente: <http://www.elheraldo.co/noticias/internacional/la-alianza-del-pacifico>

La Alianza del Pacífico es una iniciativa del Perú, con el objetivo de conformar un área de integración profunda en el área del Pacífico, en la que se asegure la libre circulación de bienes, servicios, capitales y personas.

- **Negociación de acuerdos bilaterales**

Dentro de la política comercial del Perú, las negociaciones bilaterales constituyen un complemento a los foros multilaterales y a los foros de integración regional, con el objetivo de beneficiarse de la liberalización del comercio y la facilitación. Por tal motivo, se mantuvo una agresiva agenda de negociaciones bilaterales con sus principales socios la cual tiene por objeto contribuir al mejoramiento de las condiciones de acceso al mercado y de la oferta potencial de exportación de bienes y servicios, para diversificar nuestros mercados de comercio y promover reglas y disciplinas claras para el comercio exterior. Por tal motivo, al 2011 se logró:



Acuerdos en vigencia²⁰

- Protocolo entre la República del Perú y el Reino de Tailandia para Acelerar la Liberalización del Comercio de Mercancías y la Facilitación del Comercio y sus Protocolos Adicionales (puesta en vigencia: 31 de diciembre de 2011).

En los últimos años, el Perú ha iniciado un proceso de acercamiento con el Asia, el cual incluye acuerdos con sus principales socios comerciales en dicho continente. En este contexto, surge el interés de negociar con Tailandia, país cuyo mercado se ha convertido en uno de los más importantes y dinámicos del continente asiático.

Las negociaciones comerciales con Tailandia representan una importante reconfirmación del posicionamiento del Perú en el mercado asiático, sobre todo por los avances en materia de intercambio comercial que durante los últimos años ha experimentado Latinoamérica y el Asia.

Actualmente se viene negociando un Tratado de Libre Comercio con el Reino de Tailandia. Este acuerdo permitirá que temas como servicios e inversión, los cuales no estaban contemplados en el acuerdo parcial con Tailandia, puedan ser incorporados, asegurándose con ello mayor transparencia y estabilidad jurídica entre ambos países.

- Tratado de Libre Comercio entre los Países del EFTA y la República del Perú (entró en vigencia con Suiza y Liechtenstein el 1° de julio de 2011 y con Islandia el 1° de octubre de 2011):

Los países miembros del EFTA están dentro 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 a US\$ 81,161²¹. Asimismo, tanto Noruega como Suiza presentaron crecimientos de sus importaciones al mundo en 17.6% llegando a US\$ 90,819 millones y US\$ 207,263 millones, respectivamente²².



Fuente: actualidaddelperu.blogspot.com

²⁰ Además de los señalados, el Perú cuenta con el Acuerdo de Complementación Económica N° 50 entre la República de Cuba y la República del Perú, en vigencia desde el 2001. La participación de este acuerdo en las exportaciones en el 2010 fue 0.02% y en el 2011: 0.03%. Dado el bajo porcentaje de participación no suele figurar en los documentos de gestión del Sector Comercio Exterior y Turismo.

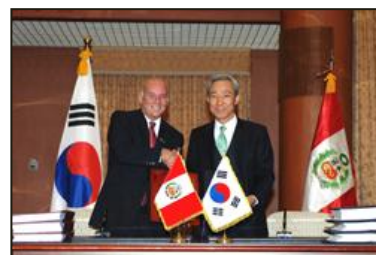
²¹ Fondo Monetario Internacional (FMI).

²² Cálculos del Centro de Comercio Internacional (CCI) basados en estadísticas de Noruega desde enero de 2011 y UN COMTRADE hasta enero de 2011.



- Tratado de Libre Comercio entre el Gobierno de la República del Perú y el Gobierno de la República de Corea del Sur (puesta en vigencia: 01 de agosto de 2011):

El TLC Perú-Corea del Sur permitirá estrechar las relaciones comerciales con un país que se encuentra entre los 10 países de mayor importación y exportación en el mundo, convirtiéndolo un muy interesante destino para nuestras exportaciones, así como en un estratégico proveedor de maquinaria para mejorar nuestra producción y tecnología para mejorar nuestros niveles de vida.



Fuente: Mincetur.

- Tratado de Libre Comercio entre el Gobierno de la República del Perú y el Gobierno de la República Popular China (puesta en vigencia: 01 de marzo de 2010):

El TLC Perú-China permitirá estrechar las relaciones comerciales con un país que posee el mercado más grande del mundo (1,348 millones de consumidores²³) y cuyo crecimiento económico ha sido el más elevado a nivel global en las dos últimas décadas. De este modo, el TLC permitirá al Perú obtener un mayor y mejor acceso a un mercado cuyas características principales son una creciente demanda de bienes de consumo, materias primas, bienes intermedios y bienes de capital.

- Tratado de Libre Comercio entre Canadá y la República Perú (puesta en vigencia: 1° de agosto de 2009):

Suscrito el 29 de mayo de 2008, tiene como objetivo alcanzar una plena Zona de Libre Comercio mediante la inclusión de los reglamentos de la inversión, servicios transfronterizos, las administraciones de aduanas y facilitación del comercio, política de competencia, acceso a mercados, medidas de defensa comercial, medidas sanitarias y fitosanitarias, mecanismo de solución de controversias, reglas de origen, agricultura, servicios financieros, cuestiones ambientales y cuestiones laborales, comercio electrónico, propiedad intelectual, telecomunicaciones, compras gubernamentales, entre otros.

- Tratado de Libre Comercio entre el Gobierno de la República de Perú y el Gobierno de la República de Singapur (puesta en vigencia: 1° de agosto de 2009):

Suscrito el 29 de mayo de 2008, dicho acuerdo tiene por objeto fortalecer la presencia comercial del Perú en la región de Asia. Se busca aumentar la competitividad a través de la promoción de la transferencia tecnológica desde Singapur a Perú por medio de la inversión, la movilidad de personas de negocios y las importaciones de bienes de capital.

- Acuerdo de Libre Comercio entre el Gobierno de la República del Perú y el Gobierno de la República de Chile, que modifica y sustituye el ACE N° 38, sus Anexos, Apéndices, protocolos y demás Instrumentos que hayan sido suscritos a su amparo (puesta en vigencia: 1° de marzo de 2009):

Suscrito el 22 de agosto de 2006, es un Acuerdo de Complementación Económica de carácter integral, al incluir disciplinas en materia de servicios, e inversiones,

²³ Fondo Monetario Internacional (FMI).



defensa comercial, reglas de origen, procedimientos aduaneros, medidas sanitarias y fitosanitarias, obstáculos técnicos al comercio, cooperación, entre otros.

- Acuerdo de Promoción Comercial Perú - EEUU y sus protocolos de enmienda (puesta en vigencia: 1° de febrero de 2009):

Suscrito el 12 de abril de 2006, permite consolidar preferencias del ATPDEA. Provee estabilidad jurídica necesaria para incrementar el comercio de bienes y servicios y las inversiones. El objetivo del acuerdo es alcanzar una plena Zona de Libre Comercio, incluyendo la regulación de la inversión, el comercio transfronterizo de servicios, administraciones de aduanas y facilitación del comercio, política de competencia, acceso al mercado y la eliminación de aranceles, medidas de defensa comercial, medidas sanitarias y fitosanitarias, mecanismo de solución de controversias, reglas de origen, agricultura, servicios financieros, cuestiones ambientales y cuestiones laborales, comercio electrónico, propiedad intelectual, telecomunicaciones, compras gubernamentales, entre otros.

- Acuerdo de Complementación Económica suscrito entre los Gobiernos de la República Argentina, de la República Federativa de Brasil, de la República del Paraguay, y de la República Oriental del Uruguay, Estados Partes del MERCOSUR y el Gobierno de la República del Perú (ACE 58) (puesta en vigencia: 2006):

El presente acuerdo tiene como objetivo formar un área de libre comercio entre los miembros, establecer un marco jurídico e institucional de cooperación e integración económica y física, alcanzar el desarrollo armónico de la región, promover el desarrollo y la utilización de la infraestructura física, promover e impulsar las inversiones entre los agentes económicos de los miembros, promover la complementación y cooperación económica, energética, científica y tecnológica.

- Acuerdo de Complementación Económica suscrito entre el Gobierno de la República del Perú y el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos (ACE 8) (puesta en vigencia: 1987):

El objetivo de este acuerdo es fortalecer las relaciones comerciales bilaterales mediante el intercambio de preferencias comerciales parciales entre Perú y México. Actualmente, se tiene en vigencia el Acuerdo de Integración Comercial desde el 1 de febrero de 2012.

- Acuerdo de Cartagena. Convenio de Integración Subregional suscrito entre los Gobiernos de las Repúblicas de Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú (Comunidad Andina) (puesta en vigencia: 1969):

Los objetivos fundamentales de la Comunidad Andina son: Promover el desarrollo equilibrado y armónico de los países miembros en condiciones de equidad mediante la integración y la cooperación económica y social, reforzar el crecimiento y creación de empleo, facilitar su participación en el proceso de integración regional, con miras a la formación gradual de un mercado común latinoamericano, reducir la vulnerabilidad externa de los países miembros y mejorar su posición en la economía internacional, reforzar la solidaridad subregional y reducir las diferencias de desarrollo entre los países miembros, y procurar la mejora continua de la calidad de vida de los habitantes de la subregión.



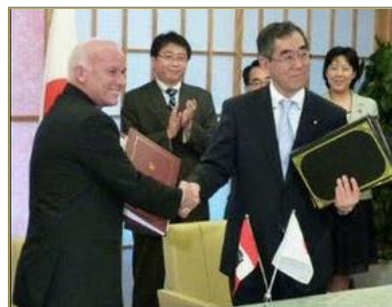
Acuerdos por entrar en vigencia:

- Acuerdo de Libre Comercio entre la República de Guatemala y la República de Perú (suscripción: 6 de diciembre de 2011):

Este Tratado se enmarca dentro de la estrategia comercial de mejorar las condiciones de acceso a mercados; y al mismo tiempo, establecer reglas y disciplinas claras que promuevan el intercambio comercial de bienes y servicios e inversiones. En este acuerdo se negociaron los siguientes capítulos: 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. Solución de Diferencias y Asuntos Institucionales.

- Acuerdo de Asociación Económica entre la República de Perú y Japón (suscripción: 31° de mayo de 2011):

Japón es nuestro segundo principal socio comercial en el Asia y quinto a nivel mundial, representando alrededor del 4.7% de nuestras exportaciones totales y el 3.5% de nuestras importaciones totales del mundo, por lo que contar con un acuerdo de la naturaleza del Acuerdo de Asociación Económica – AAE, brinda oportunidades de gran relevancia para los empresarios peruanos al tener mejor acceso para sus productos y mejorar su capacidad productiva.



Fuente: El Comercio

- Acuerdo de Libre Comercio entre la República de Costa Rica y la República de Perú (suscripción: 26 de mayo de 2011):

El objetivo de este Acuerdo es conseguir un Acceso de las exportaciones peruanas a Costa Rica en un máximo de 5 años. Los productos peruanos tales como carne de pavo, sardinas, leche evaporada, alcachofas, ajos, mangos, mandarinas, limones, uvas, pprika, entre otros, gozarán de un acceso inmediato al mercado costarricense.

- Acuerdo de Libre Comercio entre la República de Panamá y la República de Perú (suscripción: 25 de mayo de 2011):

Este Acuerdo se enmarca dentro de la estrategia comercial de mejorar las condiciones de acceso a mercados; y al mismo tiempo, establecer reglas y disciplinas claras que promuevan el intercambio comercial de bienes y servicios e inversiones.



- Acuerdo de Integración Comercial (AIC) entre la República de Perú y la República de México (suscripción: 6 de abril de 2011):



Fuente: Mincetur.

Este Acuerdo amplía y profundiza el Acuerdo de Complementación Económica N° 8 suscrito en 1987 en el marco de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), el cual sólo cubría 20% de los intercambios comerciales bilaterales entre ambos países.

- Acuerdo Comercial entre la Unión Europea y Países Andinos, el 19 mayo de 2010 el Perú cerró las negociaciones para el TLC con la Unión Europea.

Las negociaciones para un Acuerdo Comercial entre Perú y la Unión Europea culminaron el 28 de febrero de 2010 en la ciudad de Bruselas, luego de Nueve Rondas de Negociación. El 18 de mayo de 2010, durante la VI Cumbre Unión Europea, América Latina y el Caribe (ALC-UE) celebrada en Madrid se anunció formalmente la conclusión de esta negociación. Asimismo, el 23 de marzo de 2011, luego de concluido el proceso de revisión legal del Acuerdo, este fue rubricado con el objeto de iniciar el proceso interno en cada una de las Partes para la aprobación y entrada en vigencia del Acuerdo, lo cual se prevé en el 2012.

Acuerdos en negociación:

- Se participó en las negociaciones en el marco del Acuerdo de Asociación Transpacífico (TPP). Se participó en la VI Ronda de Negociaciones (del 14 al 18 de febrero de 2011, Santiago de Chile); y VII Ronda de Negociaciones (del 16 al 24 de junio de 2011 – Ho Chi Minh, Vietnam). El Perú fue sede de la VIII Ronda de Negociaciones (del 19 al 28 de octubre de 2011). Asimismo, se participó en la X Ronda de Negociaciones realizado en Kuala Lumpur, Malasia (del 5 al 9 de diciembre de 2011).
- Se participó en las negociaciones comerciales con Guatemala, El Salvador y Honduras en la II Ronda de Negociaciones (17 al 21 de enero de 2011, Panamá); III Ronda de Negociaciones (28 de febrero al 4 de marzo de 2011, San José de Costa Rica), Mini Ronda de Negociaciones (4 al 8 de abril de 2011, Panamá); IV Ronda de Negociaciones (2 al 6 de mayo de 2011, Lima); Reunión Bilateral El Salvador y Perú (10 al 13 de mayo de 2011, Lima); y la Reunión Bilateral Honduras y Perú (31 de mayo al 2 de junio de 2011, Lima).
- Se participó en las negociaciones comerciales con Venezuela. La I Ronda de Negociaciones para suscribir un Acuerdo de Complementariedad Productiva y Comercial entre Perú y Venezuela se llevó a cabo en la ciudad de Caracas – Venezuela, del 18 al 20 de mayo de 2011.



- En el marco para el inicio de un Tratado de Libre Comercio con la India, el 17 de enero de 2011 el Ministro de Comercio Exterior y Turismo realizó una visita a la India, en donde se reunió con altas autoridades de dicho país, iniciando el camino a una mayor presencia y acercamiento entre ambos países.

6.1.2 Para lograr la inserción competitiva de bienes y servicios en los mercados internacionales.

Los actuales y potenciales consumidores de productos en el exterior son cada vez más exigentes y conocedores, buscan obtener un mayor valor por los productos que adquieren. En ese sentido, trabajamos para posicionar al Perú como un país exportador de bienes y servicios de calidad, para lo cual apoyamos a los sectores, regiones y PYMEs a mejorar la cadena de valor y sofisticar sus productos de exportación.

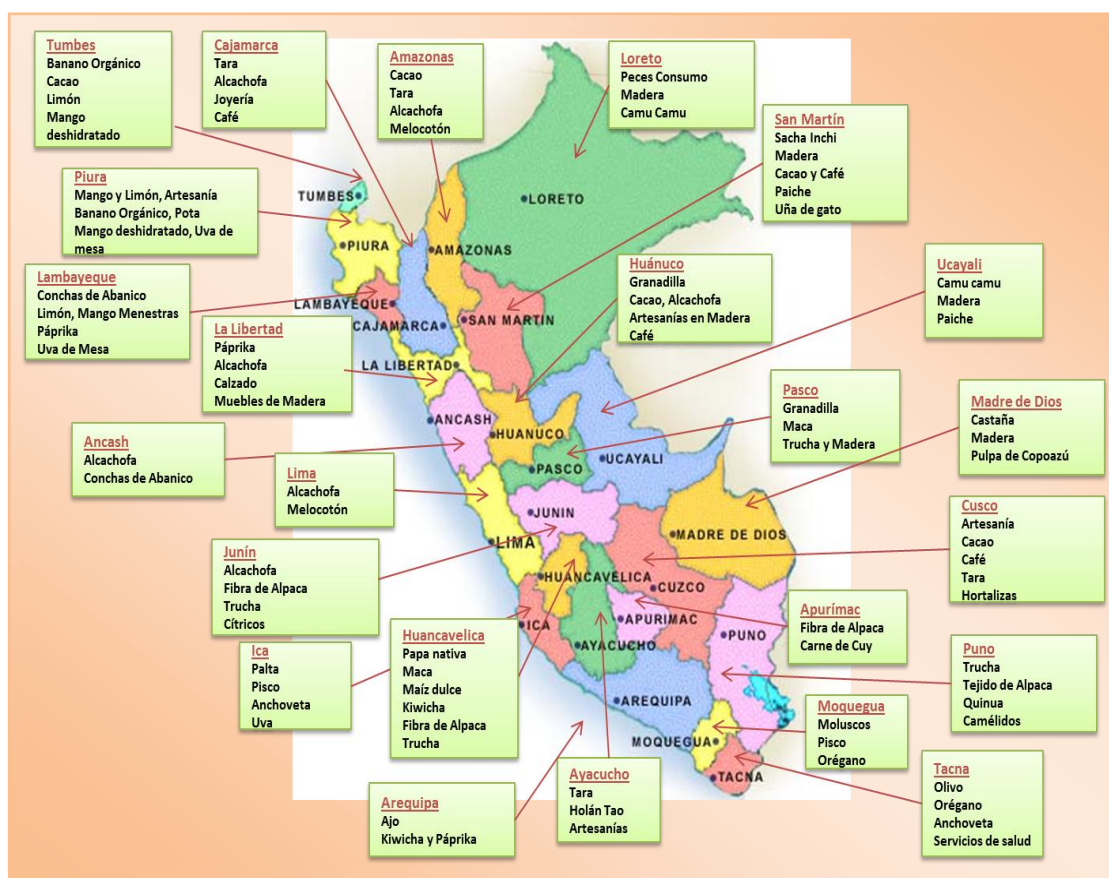
- **Desarrollo de la oferta exportable**

- Programa Nacional de Promoción de BIOCOCOMERCIO
 - ✓ Se llevó a cabo la Reunión de la Comisión Nacional de Promoción del Biocomercio con el fin de organizar el apoyo para la implementación de las actividades que se llevaran a cabo en el Programa Nacional de Biocomercio.
 - ✓ Se organizó un taller de sensibilización sobre conceptos de Biocomercio.
- Plan Estratégico Nacional Exportador – PENX
 - ✓ Finalizar la sistematización del PENX con un 64 % de avance a través del monitoreo realizado, asistiendo a 8 regiones (San Martín, Ayacucho, Ica, Loreto, Lambayeque, Cajamarca, Lima, Ancash).
 - ✓ Se realizaron 10 asesorías a instituciones representativas del sector privado, público y académico para la actualización del PENX, estas asesorías se realizaron en Ica y Ancash.
 - ✓ Se desarrollaron 16 talleres dirigidos a representantes de las instituciones más importantes del sector privado, público y académico, en los cuales se difundió el Software del PENX Sistematizado así como la asistencia en la implementación del mismo, en las regiones de Moquegua, Lambayeque, Loreto, Ancash e Ica. Dichos talleres se llevaron a cabo en el marco del Programa de Adiestramiento para el Fortalecimiento de Capacidades.
 - ✓ Con el fin de monitorear el manejo del Software del PENX Sistematizado, se realizaron 12 visitas de verificación a las instituciones representativas del sector público y privado, y en regiones que cuentan con dicho Software.
- 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 regiones (La Libertad, Ayacucho, Piura, Moquegua, Puno, Ica, Lima, Madre de Dios, Pasco, Ucayali, Arequipa, Huánuco, Huancavelica, Ancash, Cusco, Lambayeque, Tacna), constituyendo un espacio de concertación público, privado y académico regional para el desarrollo del sector.



• Regiones

- ✓ Se coordinaron 2 asesorías con el fin de brindar asistencia técnica sobre asociatividad, fortalecimiento institucional, competitividad, competencias comerciales y/o gestión comercial para apoyo en Asociaciones / Consorcios en pro del desarrollo de la oferta exportable regional (Palta – Ica y Lima, Palmito, Cacao – San Martín, Cacao – Amazonas, Quinua – Puno, Mango – Piura, banano orgánico – Tumbes y Piura; y Olivo - Tacna).
- ✓ Intervención en 14 regiones del país (Amazonas, Abancay, Cajamarca, La Libertad, Lambayeque, Piura, Puno, Cusco, Huánuco, Moquegua, San Martín, Tacna, Ucayali y Lima) en 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 – Capacitando a un total de 60 funcionarios en 4 jornadas al año de 29 horas lectivas de duración cada una.
- ✓ 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.



Fuente: Mincetur.

“Principales Productos Exportables por Departamento”



- **Facilitación de Comercio Exterior**

- Ventanilla Única de Comercio Exterior - VUCE:

- ✓ Con la implementación de la I etapa del componente de mercancías restringidas de la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE), se ha logrado:
 - ◆ Ahorro de \$50 en cada trámite para el usuario.
 - ◆ Reducción del 15% del tiempo de resolución de los expedientes.
 - ◆ Más de 5000 empresas ya han realizado trámites exitosamente. En el segundo semestre en promedio se realizaron 242 trámites. (lunes a viernes).
 - ◆ Modelo conceptual del componente de origen de la Ventanilla Única de Comercio Exterior - VUCE.
 - ◆ Inicio de la reingeniería en los procesos de DIGESA.

- Competitividad Financiera y Pymes:

- ✓ Más de 24,000 operaciones de crédito a las PYMES exportadoras gracias al Programa SEPYMEX, lo que ha permitido más de USD 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 8.31 millones de dólares.
- ✓ 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).
- ✓ Se ejecutaron al 100% las visitas de supervisión, a las Zonas Económicas especiales y a los Céticos.
- ✓ Se realizó el primer encuentro operativo, para el fortalecimiento de las áreas operativas de los CETICOS y Zonas Francas.

- **Cultura exportadora**

A través de los diferentes programas de promoción de la Cultura Exportadora,

- a. Se informó y sensibilizó a 16,000 personas en temas de de Comercio Exterior
- b. Se distribuyó más de 5,000 materiales impresos y en versión digital en 25 regiones del país sobre comercio exterior.



- Región exporta
 - ✓ Implementación del Programa de Región Exporta para el fortalecimiento de las PYMES a nivel nacional, a través de la coordinación y monitoreo de las actividades de difusión, capacitación y asistencia técnica a nivel regional y local de MINCETUR / PROMPERU para el aprovechamiento de las oportunidades generadas por los Acuerdos Comerciales Internacionales.
 - ✓ 33 talleres de capacitación a nivel nacional beneficiando a más de 3,000 personas

- Programa Educativo Exportador
 - ✓ Inclusión de horas lectivas de Comercio Exterior en la Educación Secundaria por medio de Ordenanzas Regionales en Ayacucho, Huánuco, Ica, Tacna y Callao.
 - ✓ Se desarrollaron 16 talleres a través de los cuales se capacitaron a 1,400 docentes de 700 colegios públicos y privados a nivel nacional en materia de comercio exterior.
 - ✓ 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.
 - ✓ Se elaboró un CD multimedia conteniendo los materiales, cabe indicar texto escolar y manual del docente, el mismo que se distribuyó durante las capacitaciones.
 - ✓ Se desarrolló un Sistema Interno de Monitoreo del Programa Educativo Exportador

- Gamarra Exporta
 - ✓ Programa Gamarra Exporta – Mincetur, consideradas 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 empresario 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.

- 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.
 - ✓ Participación en 06 eventos internacionales como: Ferias (03), Ruedas de Negocios(1) y Misión de Prospección de Mercado (2) beneficiando a 61 Pymes
 - ✓ 360 documentos de comercio exterior entregados en forma impresa y/o electrónica.



- ✓ Para este año 2011, se han realizado 9 despachos al exterior, por un monto aproximado de US \$ 350,000 Dólares Americanos. Los países de destino de las exportaciones en el 2011 fueron: Brasil, Bolivia, Chile, Ecuador y México.
- 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.
- **Difusión de Planes Operativos de Mercados**
 - ✓ Difusión del Estudio de la Cadena Logística para la Exportación de Alimentos a Polonia, República Checa y Hungría a 105 entidades públicas y privadas y empresas peruanas interesadas en dichos mercados.
 - ✓ Difusión focalizada de perfiles de importadores de China y Rusia.
 - ✓ Se gestionó la antena comercial agroindustrial en Canadá, la cual contó con el financiamiento de la Agencia Canadiense para el Desarrollo Internacional (CIDA) y fue ejecutada por el BID-WDC.
 - ✓ Realización de 5 misiones “Expo Perú” en: Argentina, Canadá, Costa Rica, España y Guatemala, en las que participaron 123 PYMES peruanas de comercio exterior, turismo y artesanía, logrando en conjunto compromisos de ventas ascendentes a US\$ 27.2 millones.



Fuente: Mincetur.

Conferencia de prensa EXPO PERU en Guatemala

- ✓ Culminó el financiamiento efectuado por la Corporación Andina de Fomento (CAF), para el proyecto Optimización de la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE).
- ✓ Participación en las Rondas de Negociación V, VII, VIII y IX del Acuerdo de Asociación Transpacífico (TPPA) en el Grupo de Cooperación y Fortalecimiento de Capacidades lográndose el apoyo de los países participantes para realizar el seminario de “Como Hacer Negocios” durante la IX Ronda a realizarse en Lima en el mes de octubre, así como actividades de Fortalecimiento de Capacidades en Facilitación del Comercio como seminarios, intercambio de experiencias y capacitaciones entre otros. Como parte del seminario “Como Hacer Negocios” se desarrollaron y distribuyeron “Guías Prácticas de Mercado” correspondientes a los mercados TPP.



- ✓ En el marco de los Proyectos Comunitarios de Seguridad Humana (APC), que vienen siendo realizados con el apoyo de la Cooperación Japonesa, se llevaron a cabo tres proyectos: (1) construcción y equipamiento de la planta de producción de mango orgánico deshidratado en Chulucanas (Región Piura), beneficiando a 207 familias; (2) como parte del proyecto Un Pueblo, Un Producto (OVOP), remodelación y equipamiento del Centro de Producción de Textiles Artesanales en la Comunidad de Paracsha (Región Huánuco) beneficiando a 60 familias; y (3), ejecución de la planta procesadora de lácteos para los productores agropecuarios de San Juan de Collquejahuá (Región Puno) beneficiando a 82 familias.
- ✓ Aprobación por parte de la Unión Europea (UE) de la Ficha de Acción del Programa de Fortalecimiento de Capacidades Comerciales y de Facilitación de la Gestión Ambiental para la Implementación y Aprovechamiento del Acuerdo Comercial Perú-UE (Euro Eco Trade).
- ✓ En el marco de la I Etapa del programa Apoyo para la Implementación y Administración de Acuerdos Comerciales, financiado por el Fondo de Ayuda para el Comercio de la Secretaría de Estado para Asuntos Económicos de Suiza (SECO) y ejecutado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), se desarrollaron 10 actividades (Implementación de la certificación de origen, Defensa Comercial, solución de Controversias, Protección de las Obtenciones Vegetales, Excepciones Derechos de Autor, Reglamentación GAMYPEX, Certificación PERUGAP, Coordinador VUCE y Pasantía Logística a Colombia y Costa Rica). También se dio inicio a las actividades de difusión de Acuerdos Comerciales con los EE.UU. y China, realizándose capacitaciones en las regiones de Cusco, Puerto Maldonado, San Martín y Cusco, así como el sistema de monitoreo y seguimiento de Acuerdos Comerciales-SMS.
- ✓ En el marco de la alianza estratégica PUC-WTI-SECO, se realizaron cursos sobre Servicios, Reglas de Origen, Obstáculos Técnicos al Comercio, Agricultura y Medidas Sanitarias y Fitosanitarias, los cuales fueron ejecutados por la PUCP con el apoyo de SECO.
- ✓ Elaboración del Estudio para la Implementación del Centro Multiservicios (CEMUS) en Brasil, que tiene como fin el constituir una plataforma de servicios al servicio del usuario de comercio exterior (peruano y extranjero) con oficinas administrativas que brindarán servicios de orientación para el acceso de productos e información del mercado local, de almacén para el tratamiento de la carga llámese consolidación y desconsolidación, etiquetado y embalaje, además de servir como centro de concentración de mercancías para su distribución final en destino.
- ✓ En el marco de la Iniciativa de Ayuda para el Comercio, se invitó al Perú a participar en la 3ra Revisión Global de Ayuda para el Comercio presentándose tres casos de estudio a la Organización Mundial de Comercio (OMC) y Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) para su publicación obteniendo el Perú una mención especial por los logros alcanzados en política comercial y crecimiento económico.
- ✓ Se trabajó con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en la definición de la propuesta y el cronograma general para la implementación del proyecto Desarrollo Exportador de la Región Cusco: KAMAQ II, Mujeres Artesanas, elaborándose los términos de referencia preliminares del proyecto que beneficiará a las asociaciones textiles de Lares, Ccatca, Pisac, Inkakunaq y Ruwaynin.
- ✓ Difusión de “Guías Prácticas de Mercado” para 24 mercados priorizados en las regiones de América, Asia-Pacífico y Europa. Así mismo, se logró la publicación y presentación de la Guía “Brasil: Guía Práctica para Exportar”.
- ✓ Concluyó el proyecto Apoyo a la Asociación de Pequeños Productores de Quinua de la Región de Puno y Mango en Piura para el Aprovechamiento de los Mercados de Exportación, realizado con el apoyo de la Oficina para la Facilitación del



- Comercio (TFO) de Canadá y ejecutado a través de la Organización de Estados Americanos (OEA).
- ✓ Con el apoyo de la Corporación Andina de Fomento (CAF), se realizó el III Encuentro Regional Latinoamericano de Ventanillas Únicas de Comercio Exterior, con el objetivo de propiciar el diálogo regional para el intercambio de experiencias y prácticas exitosas en el desarrollo de Ventanillas Únicas.
 - ✓ Se inició el proyecto Promoción del Sector Agroindustrial en el Mercado de Canadá, apoyado por el BID y la Cooperación Canadiense, que tiene como objetivo incrementar las exportaciones peruanas de palta, granada, alcachofa, aceituna, cacao en chocolate, mango, uva y palmito. Se realizaron visitas a Arequipa, Lima-Región, San Martín y Expo Alimentaria 2011, seleccionándose 25 empresas que participarán a nivel nacional.
 - ✓ Elaboración de la Guía de Rutas de la Carretera Interoceánica Sur y difusión en las nueve regiones del sur del país vinculadas a esta carretera.
 - ✓ Gestión para la estructuración de un proyecto de cooperación, en coordinación con la Comisión Multisectorial Permanente de Inocuidad Alimentaria (COMPIAL), para el fortalecimiento del Sistema Nacional de Inocuidad Alimentaria que será presentado a la Agencia de Cooperación Canadiense (CIDA).
 - ✓ En el marco del Comité Multisectorial de Mercados Internacionales (CMMI), se aprobó el Plan de Acciones Inmediatas en temas comerciales, logísticos y operativos, con el objetivo de maximizar los beneficios del intercambio comercial con el Brasil y especialmente en la zona de influencia de la Carretera Interoceánica Sur.
 - ✓ Elaboración de encarte sobre “Oportunidades Comerciales y de Inversión en Sectores No Tradicionales que Ofrece el Perú a Empresarios Chinos”, en idioma chino, para su difusión entre los participantes de La V Cumbre Empresarial China – América Latina realizada en Lima en noviembre 2011.
 - ✓ En el año 2011, se logró informar a 4,954 personas, en particular agentes vinculados al sector, sobre mercados internacionales priorizados a través de la difusión de los Planes Operativos de Mercados y publicaciones elaboradas por el Área de Mercados durante el año.

6.1.3 Diversificar y consolidar la presencia de las empresas, productos y servicios peruanos en los mercados de destino.

Se realizaron trabajos de inteligencia de mercados y promoción de la oferta exportable apta a través de la participación en ferias internacionales y misiones comerciales que permitieron identificar necesidades específicas de nuestros principales socios comerciales.

A fin de dar soporte al impulso exportador, PROMPERU ha realizado las siguientes actividades:

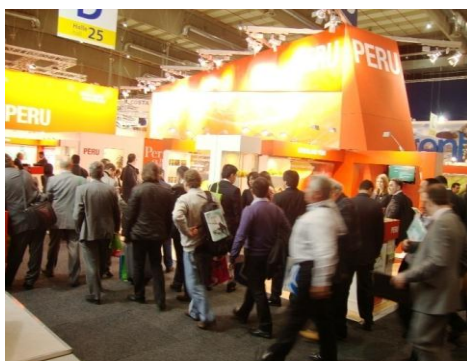
Ferías

En cuanto a la promoción la oferta exportable y el fortalecimiento de la imagen de los bienes y servicios en los mercados internacionales, en el 2011, PromPerú promovió la participación y asistencia de 1,127 empresas y asociaciones en 31 ferias internacionales (7 Ferias Indirectas) y 14 misiones comerciales, 2 Misiones de Tecnológicas y 4 ruedas de Negocios, generando transacciones por más de US\$ 555.2 millones en ventas al exterior, lo que implica que, por cada dólar invertido por PromPerú, se generaron en promedio más de US\$ 123.8, en lo que respecta a ferias internacionales, y US\$ 99.9 en misiones comerciales, ruedas de negocios y expoperu.



Además, PromPerú invirtió para contar con la presencia de 808 compradores internacionales (Unión Europea, USA, Asia y América Latina) para los sectores Agro y Agroindustria, Pesca y Acuicultura, Exportación de Servicios, Materiales y Acabados para la Construcción, Plásticos, Artículos de Regalo y Decoración, Industria de la Vestimenta, Joyería y Accesorios, logrando importantes contactos con las principales empresas exportadoras de nuestro país.

- Sector Agroindustria:
 - ✓ Feria Fancy Food (EE.UU).
 - ✓ Feria Fruit Logística (Alemania y Hong kong)).
 - ✓ Feria Fruit Logística (Hong Kong).



Fuente: PROMPERU

El stand de Perú en la feria Fruit Logística realizada en Alemania



Fuente: PROMPERU

El stand de Perú en la feria Fruit Logística en Hong Kong

- ✓ Feria Salón Du Chocolat (Francia).
- ✓ Feria AMUGA
- ✓ Feria Expo Alimentaria (Perú)
- ✓ Feria FHC China



Fuente: PROMPERU

Stand de empresas peruanas en la Feria FHC China



Fuente: PROMPERU

Feria Expo alimentaria

- Sector Pesca y Acuicultura:
 - ✓ Feria Internacional Boston Seafood Show (EE.UU).
 - ✓ Feria European Seafood Exposition (Bélgica).
 - ✓ Feria China Fisheries.



Fuente: PROMPERU

Feria China Fisheries, una de las Ferias más importantes a nivel mundial llevada a cabo en la ciudad de Qingdao

- Sector Industria de la Moda
 - ✓ Perú Moda
 - ✓ Feria Pret a Porter
 - ✓ Feria Playtime Paris
 - ✓ Feria Colombia Moda
 - ✓ Feria Ethical Fashion Show

Perú Moda es el mayor evento de la industria de la moda peruana y es considerado como uno de los principales en América Latina



Fuente: PROMPERU

- Sector Manufacturas Diversas y Artesanías
 - ✓ Feria Andina Pack
 - ✓ Feria Internaciona EXPONOR
 - ✓ Feria Expodiseño y Expoconstrucción
 - ✓ Feria de Joyería Jewelers Circular – JCK en Las Vegas, Estados Unidos.
 - ✓ Feria Peru Gift Show



Fuente: PROMPERU

Perú Gift Show se realiza desde 1998, en el cual se exhibe la mejor selección de artesanías y accesorios para el hogar hechos a mano en el Perú.



- Sector Biocomercio
 - ✓ Feria Biofach
 - ✓ Perú Natura

Misiones y ruedas de negocios

Se realizaron Misiones Comerciales y Ruedas de Negocio, logrando la participación de 91 empresas exportadoras y 26 compradores Internacionales, lo que ha de propiciar la apertura de nuevos nichos de mercado y posicionamiento de la oferta exportable peruana en el mercado internacional.

- Misión Comercial
 - ✓ Misión Comercial en Vigo España / Feria Conxemar.
 - ✓ Misión Comercial de Tianjin, República Popular China.
 - ✓ Misión Comercial Los Ángeles USA – Natural Expo West.
 - ✓ Misión Comercial EXPOALIMENTOS – Madrid FUSIÓN
 - ✓ Misión Comercial de Textiles a Nueva York.
 - ✓ Misión Comercial de Textiles a Dinamarca.
 - ✓ Misión Comercial de Textiles a Holanda
 - ✓ Misión Comercial de Textiles al Brasil.
 - ✓ Misión Comercial a feria Brasil Plast.
 - ✓ Misión Comercial Especializada en Colombia.
- Misión Tecnológica
 - ✓ Misión Tecnológica - Cafés Especiales.
 - ✓ Misión Tecnológica – España y Alemania (Pro Olivo) “Procesos y estrategias de valor agregado para el desarrollo de la aceituna y aceite de oliva”.
- Misión de Compradores
 - ✓ Misión de Compradores Canadá
 - ✓ Misión de Compradores Rusia / Europa del este.
 - ✓ Misión de Compradores de artículos de regalo, decoración y muebles de madera.
- Ruedas de Negocio
 - ✓ VI Rueda Internacional Mac Perú 2011.
 - ✓ II Rueda de Negocios Plast Perú 2011.
 - ✓ II Rueda Internacional de Negocios Industrias Perú 2011.
 - ✓ Perú Servoce Summit.
- ExpoPerú
 - ✓ ExpoPerú Canadá
 - ✓ ExpoPerú Centroamérica
 - ✓ ExpoPerú Argentina



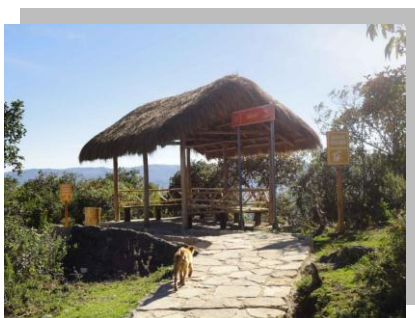
6.2 Turismo

Al finalizar el año 2011, el ingreso de divisas generado por el turismo receptivo fue de US\$ 2,912 millones, cifra superior en 17.6% respecto a 2010, mientras que la llegada de turistas internacionales fue de 2 millones 597 mil 803 visitantes, cifra que superó en 13% respecto al año anterior.

Los resultados mostrados en el subsector Turismo, son producto de los logros alcanzados a nivel de objetivos específicos, los cuales se exponen a continuación:

6.2.1 Para lograr la diversificación de la oferta turística y artesanal de calidad.

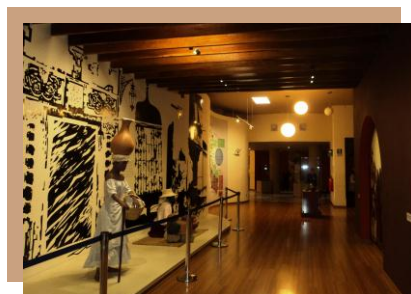
- Entre las principales obras ejecutadas y concluidas por Plan COPESCO Nacional durante el periodo 2011, podemos mencionar las siguientes:
 - ✓ Infraestructura turística en los distritos de Huancaya y Vitis.
 - ✓ Mejoramiento de las vías turísticas del pueblo de Sibayo Rumillacta.
 - ✓ Acondicionamiento 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.
 - ✓ Consolidación y acondicionamiento turístico de las áreas de emergencia en la fortaleza de Kuelap Muralla Sur.



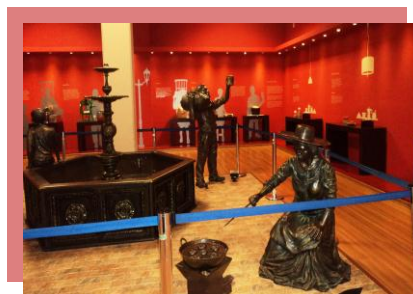
Fuente: MINCETUR

Áreas de Emergencia en la Fortaleza de Kuelap Muralla Sur.

- ✓ Adecuación e implementación de la Casa de la Gastronomía Peruana en la ciudad de Lima.



Fuente: MINCETUR



Fuente: MINCETUR

Casa de la Gastronomía Peruana



- ✓ Acondicionamiento de los servicios turísticos para la visita nocturna a la Huaca – Santa Cruz, Huallamarca, San Borja, Mateo Salado en la componente acondicionamiento e iluminación.



Fuente: MINCETUR

Huaca Huallamarca



Fuente: MINCETUR

Huaca San Borja

- ✓ Acondicionamiento de los servicios turísticos para la visita nocturna a la Huaca La Luz-Huantille - La Merced, en la componente iluminación
- ✓ Acondicionamiento y puesta en valor en el complejo arqueológico de Tucume.
- ✓ Mejoramiento del entorno urbano turístico, plaza y vías principales, de Magdalena de Cao.



Fuente: MINCETUR

Plaza de Magdalena de Cao

- ✓ Implementación de la visita turística nocturna a los principales monumentos del complejo arqueológico de Pachacamac.
- ✓ Recuperación y puesta en valor del complejo arqueológico de Pumacocha, distrito de Vischongo, provincia de Vilcashuaman-Ayacucho.
- ✓ Mejoramiento de la infraestructura turística de Pucusana, Lima.



Fuente: MINCETUR

Infraestructura Turística de Pucusana



- Entre las obras ejecutadas por Plan COPESCO Nacional, que presentan nivel de avance físico y financiero durante el periodo 2011, podemos mencionar las siguientes:
 - ✓ Mejoramiento del malecon sur de la playa Pimentel.
 - ✓ Rehabilitacion y acondicionamiento turistico del muelle de Pimentel.
 - ✓ Construccion de la marina turistica Paracas (embarcadero turistico y servicios complementarios en la localidad El Chaco distrito de Paracas).
 - ✓ Mejoramiento del servicio cultural del museo de sitio de Túcume.
 - ✓ Construccion del sistema de drenaje en Huaca Las Ventanas Pomac.
 - ✓ Mejoramiento del circuito turístico Manglar Puerto Pizarro.
 - ✓ Acondicionamiento turístico de zona centro de la playa de Máncora-componente acondicionamiento y proteccion del malecon turistico.
 - ✓ Acondicionamiento turístico de la cuenca media y baja del valle del Río Lurín, distrito de Antoquia, Cieneguilla, Pachacamac Y Lurín.
 - ✓ Acondicionamiento turistico de la cuenca alta del Río Cañete en la reserva paisajistica Nor Yauyos Cochas (Laraos y Nor Yauyos).
 - ✓ Acondicionamiento de los servicios turisticos para la visita nocturna a la Huaca Huallamarca, San Borja, Huantille, Santa Cruz,La Merced -componente conservacion.
 - ✓ Acondicionamiento de los servicios turisticos para la visita nocturna a la Huaca Santa Catalina-componente acondicionamiento.
 - ✓ Mejoramiento del servicio de exposición permanente del atractivo turístico Museo De Arte de Lima.
 - ✓ Ampliacion y acondicionamiento turistico del Museo de Arte de Lima (primer nivel y sotano).



Museo de Arte de Lima

Fuente: www.rppnoticias.com

- ✓ Puesta en valor de la Capilla San Francisco Lambayeque.
 - ✓ Desarrollo de turismo vivencial y rural en la península lacustre de Capachica Llachón.
 - ✓ Mejoramiento e iluminacion artistica del circuito turistico religioso del centro historico de la ciudad de ayacucho, provincia de huamanga-ayacucho.
 - ✓ Mejoramiento e implementacion del circuito temático turístico cultural, distrito de Magdalena Vieja-Lima-Lima.
 - ✓ Puesta en valor de Casa Monumental Montjoy Lambayeque provincia de Lambayeque, Lambayeque.
- En relación a los Estudios Definitivos, es preciso indicar que se financió con el presupuesto AF-2011, 22 Estudios Definitivos, por el concepto de gastos generados en la aprobación y la contratación de servicios de especialistas en proyectos para las revisiones y el otorgamiento de conformidades de los expedientes remitidos por los Gobiernos Sub Nacionales, a fin de que los expedientes sean aprobados y se proceda a la ejecución correspondiente. Adicionalmente, es necesario mencionar que, 18 Estudios Definitivos fueron aprobados mediante documento resolutivo.



- En la fase de preinversión, durante el Ejercicio Presupuestario AF-2011, se financiaron 31 Estudios de Preinversión, de los cuales 14 se declararon viable (10 de las cuales fueron a través de la OPI MINCETUR y 4 a través de otras entidades) y 17 fueron ejecutados con la finalidad de:
 - Brindar Asistencia Técnica para que los Gobiernos Subnacionales aprueben el Perfil.
 - Se dieron inicio al desarrollo de perfiles, los cuales continuarán en el Año 2012
 - Inicio de ejecución de Estudios que por recomendación de la OPI, requieren otro nivel de estudio, el cual se encuentra prevista en el AF-2012.

- En el marco de la ejecución del Proyecto de Reordenamiento y Rehabilitación del Valle del Vilcanota:
 - ✓ Entrega a la Dirección Regional de Educación del Cusco, de material educativo dirigido a docentes de la Región con contenido y lecturas de turismo diversificados para el currículo de educación primaria y secundaria.
 - ✓ Culminación del Estudio de Límite de Cambio Aceptable (Capacidad de Carga), que está orientado a evaluar situaciones ideales de cambios posibles para el desarrollo del turismo en la zona de influencia y permitirá contar con un Plan de Monitoreo de Impactos; de otro lado, se establecerá el número máximo de personas que pueden ingresar a los circuitos turísticos, de la red de Caminos Inca y la Ciudadela Inca de Machu Picchu.
 - ✓ Se logró formalizar la transferencia definitiva, bajo la modalidad de donación, de los bienes muebles adquiridos por el Proyecto Vilcanota (PRRVV), para la implementación de los Telecentros Comunitarios construidos en la jurisdicción de las Municipalidades Provinciales de Urubamba y Calca y Municipalidades Distritales de Pisac, Chinchero, y Ollantaytambo; mediante Resolución Directoral N° 408-2011-MINCETUR/SG/OGA de fecha 29.12.2011 y Resolución Directoral N°044-2012-MINCETUR/SG/OGA de fecha 17.02.2012.

- En producto y Desarrollo de destinos turísticos:
 - ✓ Se desarrollaron 98 asistencias técnicas en los siguientes 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.
 - ✓ Se dieron 7 implementaciones de los Planes de Acción en Coordinación con los Entes Gestores de Desarrollo.
 - ✓ 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.
 - ✓ Fortalecimiento del Destino Ruta Moche mediante la obtención del Premio Ullyses a la Gobernanza Turística, otorgado por la Organización Mundial del Turismo.
 - ✓ Conformación del Comité Evaluador para la Jerarquización de los dos principales atractivos turísticos del país: Machu Picchu y Líneas de Nazca.
 - ✓ Convenio con la Cooperación Suiza para el Desarrollo para el fortalecimiento de las capacidades en Destinos Turísticos: Realización del Diplomado Presencial para la Identificación, Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión Pública.
 - ✓ Creación de una alianza estratégica con la Organización de Estados Americanos (OEA) para el apoyo en el tema de Fortalecimiento de Capacidades a los Gestores Municipales.



- ✓ Diseño de la Ruta Literaria Mario Vargas Llosa con circuitos que involucran a Cercado de Lima, Miraflores, Chorrillos, Barranco, La Victoria, San Isidro.
- ✓ Puesta en marcha de la Ruta Mario Vargas Llosa en Miraflores, en el marco del convenio suscrito entre MINCETUR y la Municipalidad Distrital de Miraflores.



Fuente: MINCETUR

Premio Ruta Moche



Fuente: MINCETUR

Fortalecimiento de Capacidades

En Inversión Pública

- ✓ Elaboración de 3 perfiles de proyectos para el desarrollo turístico: Huaca Rajada (Lambayeque, Zaña), Acondicionamiento Turístico de la Ciudad de Zaña y Acondicionamiento Turístico de la Ruta del Pisco.
- ✓ Elaboración de la Guía Metodológica para la Elaboración de Proyectos de Inversión Pública.
- ✓ Elaboración del Manual de Señalización.
- ✓ Elaboración de los Combos de Inversión en Turismo (que incluye la identificación de necesidades de proyectos en turismo y otros sectores).

En 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
- ✓ Firma del Convenio de Cooperación Interinstitucional con Proinversión para el desarrollo de la inversión privada en turismo.

En Fortalecimiento de Capacidades

- ✓ 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.



- En el marco del Programa Nacional de Turismo Rural Comunitario – TRC:
 - ✓ Realización del V Encuentro Nacional Anual de TRC en la Región de Lambayeque con más de 750 participantes de 24 regiones del país
 - ✓ Implementación del Proceso de Mejora continua hacia la CALIDAD turística para emprendedores del destino Lago Titicaca.
 - ✓ Dotación de termas solares a 25 familias del emprendimiento de Sibayo en el destino Valle de Colca.
 - ✓ Realización del Concurso Nacional de Innovación y Buenas Prácticas en Turismo Rural Comunitario denominado INNOVATRC. Contó con la participación de 139 iniciativas de 18 regiones del Perú, como resultado 20 finalistas que fueron premiados con pasantías nacionales, becas de capacitación, asistencia técnica, equipos multimedia, entre otros por un monto de US\$ 50,000.00.
 - ✓ Realización de pasantías a nivel nacional entre emprendedores de los diferentes emprendimientos de turismo rural comunitario priorizado por el programa.
 - ✓ Se realizaron 35 talleres en temas de sensibilización, concepto, enfoque y metodología en Turismo Rural Comunitario.
 - ✓ Se desarrollaron 6 talleres, con el fin de capacitar y dar asistencia para la implementación de Buenas Prácticas en Alojamiento.
 - ✓ Se organizaron 6 talleres con el fin de capacitar y otorgar asistencia técnica para articular productos de TRC a la propuesta principal de venta de los Destinos Turísticos



Fuente: MINCETUR



- En desarrollo y promoción artesanal:
 - ✓ Se ha reducido la brecha de 200 artesanos inscritos en el Registro Nacional del Artesano en cuanto a acceso a información y comunicación en 8 regiones del país (Lambayeque, La Libertad, Piura, Huancavelica, Cusco, Callao, Lima y Arequipa) permitiendo sostenibilidad en el uso y manejo de tecnologías de información y comunicación, asimismo se gestionó la certificación para este grupo por la Universidad Nacional Tecnológica del Cono Sur.
 - ✓ Se impulsó el binomio Turismo – Artesanía mediante la ejecución e implementación de proyecto para la Promoción y desarrollo de la actividad artesanal en el destino turístico Rio Amazonas, realizado en 7 comunidades ribereñas de la Reserva Nacional Pacaya Samiria, beneficiando a 150 artesanos locales.
 - ✓ 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 marzo con motivo de la celebración del “Mes de la Artesanía Peruana 2011”, se propició la participación de 1,000 artesanos. Asimismo 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. En el marco de las celebraciones del Mes de la Artesanía Peruana, se organizó una misa el día 20 de marzo de 2011 en la Catedral de Lima siendo oficiada por el Cardenal Juan Luis Cipriani Thorne, En la Misa participaron más 200 artesanos. Finalmente en el Encuentro de Confraternidad e Integración participaron 800 artesanos de diferentes organizaciones artesanales de Lima y el Callao.



Fuente: MINCETUR

Medalla Joaquín López Antay

- ✓ Durante el periodo 2011 se logró la inscripción de 4,481 artesanos en el Registro Nacional del Artesano – RNA logrando una suma total de 23,996 identificados mediante este registro y con constancia de inscripción en el RNA.
- ✓ Organización de la FERIA ARTE NATIVA 2011, en el Parque de la Amistad de Surco. Con el fin de preservar la artesanías de origen indígena y nativo, respetando las diferencias de las etnias. 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/. 50,208.00
- ✓ Se organizó el EXHIBE PERÚ 2011, en el Parque Kennedy de Miraflores con el objetivo difundir y reconocer los avances en innovación, tecnología y diseño aplicados al desarrollo, producción y comercialización de los productos artesanales, 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/. 1'000,102.00.



Fuente: MINCETUR



Fuente: MINCETUR

Medalla Joaquín López Antay

- ✓ Se organizó la FERIA NACIONAL CUSCO 2011 en el Palacio Municipal de la Provincia del Cusco con el objetivo de promover la participación de artesanos y organizaciones artesanales a nivel nacional que tengan la oportunidad de presentar y comercializar sus productos en una plaza turística en el marco de las celebraciones de los 100 años de MACHUPICCHU, se instalaron 91 stands los cuales fueron distribuidos 60 stands para artesanos del Cusco y 31 stands para artesanos de las diferentes regiones del país. Las ventas estimadas alcanzaron los S/. 450,000.00
- ✓ Se llevó a cabo la feria Especializada de Hecho a Mano para Hoteles 2011, la cual permitió dar a conocer el valioso trabajo de 30 expositores entre artesanos y empresas del sector artesanía, más destacados de las diferentes regiones del país. La feria congregó a más de 500 potenciales clientes nacionales e internacionales quienes representan a importantes cadenas hoteleras, tiendas por departamento, restaurantes, arquitectos, decoradores y afines. Dentro de los principales resultados alcanzados tenemos que: El 90% de los compradores importaran productos peruanos por primera vez; US\$ 296mil en ventas; US\$ 180mil como proyección de negocios en el lapso de un año y US\$ 116mil en negociaciones cerradas en la feria.
- En relación a los Centros de Innovación Tecnológica de Artesanía y Turismo CITEs:
 - ✓ 76,828 artesanos atendidos dentro de la RED de CITEs.
 - ✓ El objetivo final de los CITEs Artesanales y Turísticos y del Proyecto CITE Diseño - Perú es elevar el nivel del bienestar de sus beneficiarios a través del incremento de sus ingresos. 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 llegó a S/. 685.0; este valor representa S/. 326.8 más con relación al del Año Base 2003 que fue de S/. 358.2.
 - ✓ Se gestionó, tramitó e hizo seguimiento correspondiente de la entrega de subvención económica a favor de los CITEs privados.
 - ✓ Se realizó el seguimiento correspondiente del proceso de la transferencia económica a los CITEs públicos.
 - ✓ Se promovió la sensibilización a la población artesanal respecto a los beneficios de la Innovación Tecnológica en Artesanía y Turismo: incremento de la competitividad a través de la mejora en la calidad y productividad y de la diferenciación y generación de nuevos productos y diseño, llevada a cabo en el distrito de Hualhuas, departamento de Junín.



- ✓ Se coordinó y organizó la publicación del libro "En Nuestras Manos", Reseña del Fórum Internacional Exhibe Perú "Artesanía, Innovación y Desarrollo Sostenible" y; fue presentado, el 30 de setiembre 2011, por el señor José Silva Martinot, Ministro de Comercio Exterior y Turismo.
- ✓ La Dirección de CITEs de Artesanía y Turismo financió los requerimientos para la fase promocional del Premio Nacional de Diseño de la Artesanía Peruana, el cual lleva el nombre de "V Concurso Nacional de Diseño de Artesanía Peruana 2011-2012", cuyo objetivo fue presentar y promover proyectos innovadores que permitan desarrollar y consolidar el rol de la artesanía en el país como herramienta de desarrollo sostenible. Este evento es liderado por la Dirección Nacional de Artesanía.
- ✓ Se inició la Consultoría que brindará el "Servicio de Elaboración de un módulo de promoción en video y registro fotográfico de la Red de Centros de Innovación tecnológico - CITEs en Artesanía y Turismo".
- ✓ Se inició el "Servicio de Consultoría para la revisión de diversos documentos de rendiciones de cuenta y declaración de saldos de los CITEs ubicados en Piura, Cusco, Puno y Huancavelica, subvenciones por MINCETUR, años 2003 - 2010".
- ✓ Presentación y promoción de innovaciones tecnológicas en el marco de la Feria Perú Mucho Gusto - Macro Región Nor Amazónica.
- ✓ Nueve Centros de Innovación Tecnológica en funcionamiento en el interior del país, financiados y promovidos por el MINCETUR: Cerámica, Chulucanas; Joyería, Catacaos; Peletería, Sicuani – Cusco; Textil Camélidos, Huancavelica; Camélidos Sudamericanos, Puno; Turístico – Artesanal Sipán, Lambayeque; Artesanía Ucayali, Pucallpa; Joyería Koriwasi – Cajamarca; y Utcubamba – Amazonas.
- ✓ Los CITEs aplicaron diversos recursos y herramientas de innovación tecnológica (agrupados en cinco componentes), que contribuyeron a desarrollar la artesanía y el turismo, a través del incremento de la competitividad de estos productos y servicios, habiendo logrado ejecutar con ese objetivo, las siguientes acciones durante el año 2011:
 - ◆ Se brindó 902 cursos de capacitación para incrementar la competitividad y calidad de los productos (109% de efectividad).
 - ◆ Se facilitó el acceso a los mercados, haciendo que los artesanos participen en forma presencial en 112 ferias nacionales e internacionales llevando a aquellos, su producción mejorada (118% de efectividad).
 - ◆ 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 (163% de efectividad).
 - ◆ Se realizó 836.56 acciones que articularon la producción artesanal con su comercialización, haciendo que el artesano vea reflejado en su mayor bienestar económico, el esfuerzo que desplegó en mejorar (145% de efectividad).
 - ◆ Se elaboró 248 documentos que permitieron el desarrollo, gestión y monitoreo de la Red de Centros de Innovación Tecnológica de Artesanía y Turismo (93% de efectividad).
- ✓ Los resultados de la última encuesta anual²⁴ de evaluación y seguimiento, muestran que la interacción de los servicios brindados por estos CITEs y aplicados por los artesanos, les permitió obtener los siguientes indicadores de competitividad:

Los artesanos usuarios de los CITEs, en un porcentaje de:

 - ◆ 95.8%, mejoró la calidad de sus productos.
 - ◆ 92.7%, disminuyó o mantuvo sus costos de producción.
 - ◆ 87.8%, mejoró la calidad de sus insumos.

²⁴ Informe al Congreso Año 2011.



- ◆ 88.3%, mejoró su proceso de producción.
- ◆ 81.2%, aumentó la creación de nuevos productos.
- ◆ 82.4%, mejoró sus posibilidades de venta.

6.2.2 Para fortalecer las capacidades institucionales y de recursos humanos vinculado al turismo y a la artesanía.

- En aspectos de gestión ambiental se ha desarrollado acciones que han permitido lograr lo siguiente:
 - ✓ En el marco de la implementación del Plan Nacional de Calidad Turística, específicamente a lo referido en la estrategia N° 2.2. “Sistematización y difusión de buenas prácticas de gestión ambiental”, se han desarrollado las siguientes capacitaciones y asistencias técnicas:
 - ◆ Capacitaciones en Buenas Prácticas Ambientales (BPA) para establecimientos de hospedaje de la Ruta Moche, siendo beneficiados 60 prestadores de servicios turísticos.
 - ◆ Asistencia técnica en Buenas Prácticas Ambientales para establecimientos de hospedaje de la Ruta Moche, siendo beneficiados 4 prestadores de servicios turísticos.
 - ◆ Capacitaciones en Buenas Prácticas Ambientales (BPA) para establecimientos de hospedaje en la región Tacna, siendo beneficiados 22 prestadores de servicios turísticos.
 - ◆ Asistencia técnica en Buenas Prácticas Ambientales para establecimientos de hospedaje en la región Tacna, siendo beneficiados 5 establecimientos de hospedaje.
 - ◆ Asistencia técnica en Buenas Prácticas Ambientales para establecimientos de hospedaje, en la región Arequipa, siendo beneficiados 3 establecimientos de hospedaje.

Capacitación realizada en Chiclayo, sobre Gestión de Riesgos y Desastres, dirigido a prestadores de servicios turísticos.



Fuente: MINCETUR

Prestador de servicio turístico de transporte acuático



Fuente: MINCETUR

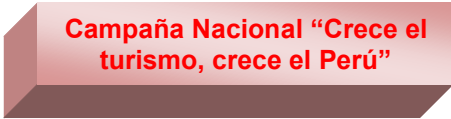
- ✓ Se han aprobado los siguientes Instrumentos de Gestión Ambiental: Estudio de Impacto Ambiental Semi Detallado (EIA-sd) del Proyecto SNIP N° 107180 “Acondicionamiento Turístico del Lago Yarinacocha”. RD N° 01-2011- MINCETUR/VMT/DNT. Asimismo,



- mediante Oficio N° 72-2011-MINCETUR/VMT/DNT (Exp. 574483), se remitió a Proinversión el Informe N° 11-2011/RJCP-MEM, con opinión favorable de la Dirección de Medio Ambiente y Sostenibilidad Turística respecto al estudio denominado Evaluación Ambiental Preliminar para el Proyecto “Zonificación de la Playa Lobitos, Piura”, el día 28.03.11.
- ✓ Para la mejora de la calidad ambiental de los destinos turísticos, se han desarrollado las siguientes consultorías:
 - ◆ Consultoría para la formulación de lineamientos arquitectónicos para la conservación del paisaje edificado en el Valle del Alto Utcubamba.
 - ◆ Consultoría para la formulación de un modelo de gestión sostenible del paisaje edificado en el Valle del Alto Utcubamba.
 - ◆ Consultoría para la elaboración de una propuesta de metodología para la determinación de la retribución económica a pagar por parte de los titulares de concesiones, contratos y permisos con fines turísticos en las Áreas Naturales Protegidas a fin de propiciar la sostenibilidad de las mismas como destino turístico.
 - ◆ Consultoría para la elaboración del perfil de Proyecto de Inversión Pública Reducción de la vulnerabilidad ante fenómenos climatológicos que afectan el desarrollo turístico en el Área Nacional Protegida Parque Nacional Huascarán.
 - ◆ Servicio de consultoría para la evaluación del componente social y monitoreo del proceso de participación ciudadana del estudio de impacto ambiental del proyecto SNIP N° 107180 "acondicionamiento turístico del lago Yarinacocha.
 - ◆ “Servicio de Consultoría para el Desarrollo del Plan de Uso Turístico de la Reserva Nacional de Paracas” – AMC N° 068-2010-MINCETUR/SE.
 - ◆ Servicio de capacitación en buenas prácticas ambientales para establecimientos de hospedaje en el departamento de Tacna.
 - ◆ Servicio de consultoría para diseñar y aplicar un proceso de difusión y capacitación en buenas prácticas ambientales para establecimientos de hospedaje en pequeñas y medianas empresas de las ciudades de la Ruta Moche - La Libertad.
 - ◆ Consultoría análisis situacional de la gestión de riesgos y prevención de desastres en la Ruta Moche - La Libertad.
 - ◆ Servicio de organización para evento de capacitación en gestión de riesgos y prevención de desastres en la Ruta Moche - La Libertad.
 - ◆ servicio de consultoría para el 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 Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), y el Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (SERNANP), cuyo objeto es la realización de acciones conjuntas orientadas específicamente a ofrecer una mejora en la seguridad y protección a los turistas y visitantes de cuatro Áreas Naturales Protegidas, se formularon 4 Proyectos de Inversión Públicas - PIP, las cuales se detallan a continuación:
 - ◆ Proyecto de Mejoramiento del Servicio de seguridad Turística en la Reserva Nacional Pacaya – Samiria.
 - ◆ Proyecto de Mejoramiento del Servicio de seguridad Turística en la Reserva Nacional Huascarán.
 - ◆ Proyecto de Mejoramiento del Servicio de seguridad Turística en el Santuario Histórico Bosque de Pomac.
 - ◆ Proyecto de Mejoramiento del Servicio de seguridad Turística en la Reserva Nacional de Paracas.
 - ✓ En el marco de este convenio de cooperación, se ha logrado un avance de alrededor del 84% de las metas programadas, las mismas que incluyen adquisición y transferencia de equipos de seguridad y rescate, material de transporte terrestre y acuático, equipos de comunicación, habilitación de casetas de seguridad, etc.



- ✓ En coordinación con el Ministerio de Agricultura, la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos, Gobierno Regional de Ica, Ministerio de Cultura, Municipalidad de Ica, Dirección Regional de Cultura de Ica, Ministerio del Ambiente y la Autoridad Nacional de Agua, se continua realizando el estudio técnico integral para la recuperación, conservación, protección y promoción de la Laguna de la Huacachina, conforme con la Ley N° 29732.
- En el marco del Programa de Conciencia y Cultura Turística:
 - ✓ Se realizó el II Taller Nacional de Evaluación y Planificación en Cultura Turística, en la ciudad de Arequipa del 23 a 25 de febrero, en donde se llegó a conclusiones nacionales pertinentes para diseñar y elaborar por regiones el Plan Anual de Trabajo de Cultura Turística para el período 2011. Al evento asistieron alrededor de 75 representantes de las direcciones Regionales de Comercio Exterior y Turismo y de las Direcciones Regionales de Educación de 21 Regiones del país.
 - ✓ Se realizó el II Encuentro Nacional de Experiencias educativas en turismo, en la ciudad de Cusco del 27 al 29 de abril del 2011 y se benefició a 334 participantes de 18 regiones del país, presentaron diferentes experiencias y buenas prácticas que se desarrollan desde las instituciones educativas en bien del turismo y que contribuyeron a reafirmar la identidad cultural y nacional, los beneficiarios fueron formadores de turismo educativo, autoridades de turismo y de educación, empresa privada, investigadores, docentes, estudiantes, prestadores de servicios turísticos.
 - ✓ Se han realizado diversas acciones de sensibilización, charlas, capacitaciones, talleres, asistencias técnicas, beneficiando a un total de 2,160 participantes (autoridades, funcionarios públicos de turismo y educación, prestadores de servicios turísticos, docentes, universitarios, entre otros) de 12 regiones del país.
 - ✓ 400 personas informadas en temas de conciencia y cultura turística.
 - ✓ 3,733 personas capacitadas en temas de dotación de materiales para el desarrollo de conciencia y cultura turística.
 - ✓ En 32 instituciones educativas se logró incluir temas de turismo en la currícula educativa.
 - ✓ Se coordinó la elaboración del Plan de Trabajo – Celebraciones Centenario Machu Pichu.
 - ✓ En el mes de noviembre se llevó a cabo la campaña publicitaria de cultura turística a nivel nacional.
 - ✓ Se desarrollaron 34 talleres de capacitación en temas de conciencia turística, sensibilización y turismo educativo.
 - ✓ Se realizaron 14 charlas de Cultura Turística en los meses de abril, agosto, setiembre, octubre y noviembre.
 - ✓ En el transcurso del I semestre se organizaron 22 asesorías con el objetivo de brindar asistencia técnica en la implementación de actividades en Conciencia – Cultura Turística.
 - ✓ Para la campaña de Cultura Turística 2011, se incorporó un nuevo logo y eslogan focalizando el mensaje “Crece el turismo, crece el Perú”.
 - ✓ De octubre a diciembre se desarrolló la primera etapa de la campaña de cultura turística con motivo Andino.
 - ✓ En el mes de noviembre se llevó a cabo el I Encuentro Internacional de Cultura Turística con participación de ponentes de Argentina, México y Estados Unidos.

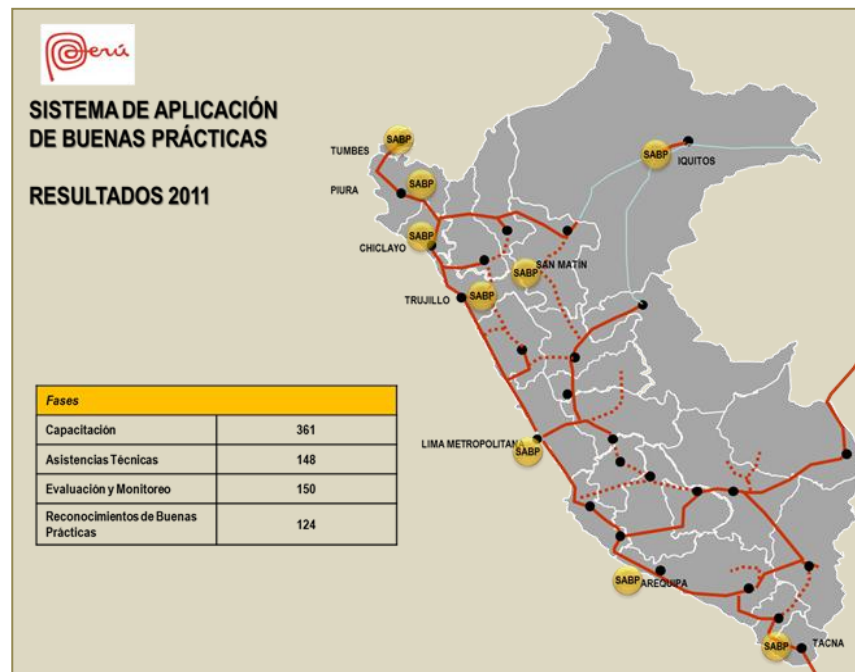


Fuente: MINCETUR

- En el marco del **PLAN NACIONAL DE CALIDAD TURÍSTICA**, el Viceministerio de Turismo con el objetivo de contribuir en la mejora de los servicios turísticos, durante el año 2011 ha venido promoviendo el Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas (SABP), diseñado con la finalidad de sensibilizar a los prestadores de servicios turísticos, principalmente organizados como MYPES, sobre la importancia de aplicar buenas prácticas para mejorar la gestión de sus negocios, teniendo presente que estas mejoras les permitirían prestar servicios de calidad que respondan a las expectativas de los turistas.

En ese sentido, a diciembre del 2011 se han logrado los siguientes resultados:

- ✓ En el marco del SISTEMA DE APLICACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS – SABP, se ha capacitado a 361 prestadores de servicios turísticos, 148 empresas turísticas (hoteles y restaurantes) recibieron asistencias técnicas y de este proceso, han sido 124 empresas a nivel nacional que han obtenido el Reconocimiento de Buenas Prácticas.
- ✓ Las regiones atendidas han sido: La Libertad, Lambayeque, Tumbes, Piura, Loreto, Tacna, Arequipa, Lima, San Martín. Esta ejecución se realizó en el marco del convenio suscrito con CENFOTUR en el presente año.

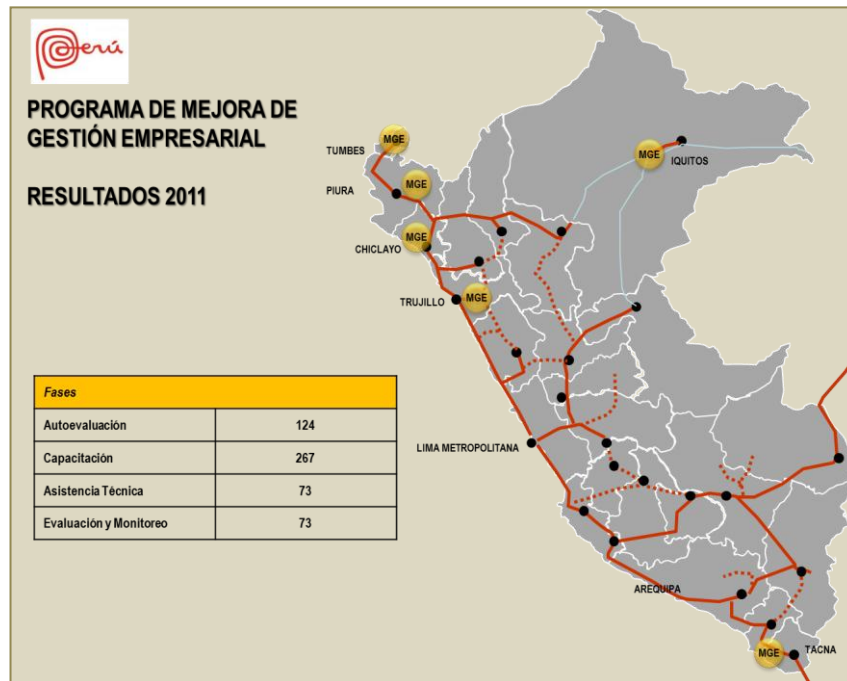


Fuente: MINCETUR

- ✓ En el marco del desarrollo del PROGRAMA MEJORA DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL – MGE, se actuó en los siguientes destinos: Ruta Moche (La Libertad - Lambayeque),



Playas del Norte (Tumbes - Piura), Río Amazonas (Loreto), y Tacna. Otorgándose: 267 capacitaciones, 73 asistencias Técnicas y 73 evaluaciones y monitoreo.



Fuente: MINCETUR

- ✓ 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.



Fuente: MINCETUR



- ✓ Reglamento para el Uso del Sello de Calidad Turística, Decreto Supremo N° 013-2011-MINCETUR, con la finalidad de distinguir a los prestadores de servicios turísticos que aplican los estándares establecidos en las Normas Técnicas Peruanas aprobadas por el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI.
- ✓ Se modificó el 31 de diciembre del 2011 el Reglamento para el uso del Sello de Calidad Turística a través del Decreto Supremo N°023-2011-MINCETUR.
- ✓ Así mismo, se actualizaron y elaboraron las siguientes Normas Técnicas para el Sector Turismo:
 - ◆ NTP 500.001:2006 Establecimientos de Hospedaje. Terminología.
 - ◆ NTP 500.002:2006 Agencias de Viajes de Turismo. Terminología
 - ◆ NTP 500.003:2008 Guías de Turismo. Terminología General y Especializada
 - ◆ NTP 500.004:2009 Alimentos y Bebidas. Terminología
 - ◆ NTP 500.005:2010 TURISMO. Servicios de Alojamiento en la clase de Hotel
 - ◆ NTP 500.006:2010 TURISMO. Turismo de Aventura en la Especialidad de Canotaje
 - ◆ NTP 500.007:2010 TURISMO. Turismo de Aventura en la Especialidad de Escalada en Roca.
 - ◆ NTP 500.008:2011 TURISMO. Hotel Boutique. Requisitos
 - ◆ NTP 500.009:2011 TURISMO. Seguridad en turismo de aventura
 - ◆ NTP 500.010:2011 TURISMO. Categorización de restaurantes. Requisitos
 - ◆ NTP 500.005/AD 1 2011 TURISMO. Servicios de alojamiento en la clase hotel
 - ◆ NTP 500.011:2012 - TURISMO. Servicio de alojamiento en la clase hostel



Fuente: MINCETUR

En el Día Mundial de la Normalización del año 2011, el Comité Técnico de Normalización en Turismo fue reconocido por INDECOPI por su excelente desempeño.

- En el marco del Programa de Prevención de la Explotación Sexual de Niños, Niñas y Adolescentes en el ámbito del Turismo – ESNNA, se ha venido efectuando campañas de sensibilización a los prestadores de servicios turísticos sobre la gravedad de este problema que atenta contra los derechos humanos de nuestras niñas, niños y adolescentes. En ese sentido, al cierre del año 2011 se han realizado las siguientes acciones:
 - ✓ Entre Enero y diciembre del 2011 se realizó viajes de capacitación dirigidos a prestadores de servicios turísticos y autoridades a las regiones de San Martín, Arequipa, Madre de Dios, Loreto, Tacna, Huánuco, Tingo María, Cusco, Chiclayo y Ayacucho. (se capacitó a 1,080 personas)
 - ✓ En el mes de septiembre se realizó el Foro Macro Regional del Sur en la Ciudad del Cusco, (participación de 170 personas)
 - ✓ Durante el 2011 la realizo tres presentaciones en las ciudades de Cusco, Lima e Ica, (se sensibilizó a 1,600 personas)



- ✓ Al año 2011 se suscribieron 476 Códigos de Conducta sobre prevención de la explotación sexual de niñas, niños y adolescentes, en el ámbito del turismo.



Fuente: MINCETUR

Capacitación a prestadores de servicios turísticos y autoridades a las regiones.



Fuente: MINCETUR

Obra Teatral "Voces en el Silencio"

- En desarrollo y promoción artesanal:
 - ✓ Se ha generado espacios de dialogo público – privados con la organización de talleres y asistencia técnica para para la conformación de los Consejos Regionales y Locales (COREFAR y COLOFAR) de 4 regiones (Amazonas, Cusco, Lima Provincias y Municipalidad Metropolitana de Lima), también se realizó talleres y asistencia técnica para la conformación de los COLOFAR de 3 localidades (Andahuaylas – Apurímac, Puquio – Ayacucho y Ate – Lima).
 - ✓ El Plan Estratégico Nacional de Artesanía - PENDAR, ha sido presentado en el mes de noviembre a la comunidad artesanal por el Ministro del sector comercio exterior y turismo por lo que cuenta con el aval sectorial para su implementación. Asimismo ha sido presentado a nivel nacional en talleres macro regionales donde participaron 700 personas representantes del sector público y privado responsables y vinculados con el sector artesanía de 19 regiones: Callao, Lambayeque, Tumbes, Piura, La Libertad, Ancash, Cajamarca, Cusco, Puno, Apurímac, Moquegua, Arequipa, Madre de Dios, Ucayali, Junín, Huancavelica, Ayacucho, Pasco y Lima metropolitana.
- Regulación y control de la actividad de juegos de casinos y máquinas tragamonedas. En el marco de la Ley 27153 - Ley que Regula la Explotación de los Juegos de Casino y Máquinas Tragamonedas y su reglamento se ha logrado las siguientes acciones:

Autorización, Supervisión y Control de Juegos de Casinos y Máquinas Tragamonedas:

- ✓ Al cierre del 2011, se tiene 269 empresas autorizadas con 695 salas para explotar la actividad de juegos de casino (12) y máquinas tragamonedas (683). Cero salas informales.
- ✓ La recaudación del impuesto cerró en el año 2011 con S/. 195 millones, superando lo recaudado en el 2010 en un 4.3%.
- ✓ 6,207 personas informadas en temas de sensibilización contra los efectos de la ludopatía, generada por los juegos de casino y máquinas tragamonedas, a través del desarrolló de 81 charlas sobre prevención y entrega de material informativo.
- ✓ Se evaluó y resolvió 6,231 expedientes de procedimientos administrativos, de los cuales 4,300 expedientes corresponden a solicitudes de modificación de la autorización concedida, 932 solicitudes para la autorización de importación de bienes relacionados a



juegos de casino y máquinas tragamonedas, 501 solicitudes para la inscripción en los registros administrativos, 155 solicitudes de autorización y homologación de modelos de máquinas tragamonedas y programas de juego y 41 solicitudes para la autorización, renovación y transferencia de salas de juegos de casino y máquinas tragamonedas.

- ✓ Se realizaron 4,744 inspecciones a salas de juego autorizadas, 1,241 veedurías de importación de bienes, 19 operativos de clausura de salas ilegales, se comisaron 1,027 máquinas tragamonedas dirigidas a menores, 4 operativos de destrucción de máquinas ilegales, destruyéndose 1,001 máquinas tragamonedas y 634 máquinas dirigidas a menores.
- ✓ Se realizaron 3 conferencias a nivel nacional, sobre el funcionamiento ilegal de máquinas tragamonedas y juegos de casinos, como parte de la defensa y representación del Estado en procesos relacionados con este rubro. Se capacitó un promedio de 100 personas por cada lugar, la conferencia estuvo dirigido a la PNP, magistrados, profesionales del Ministerio Público y personal jurisdiccional.
- ✓ Se logró la inserción de la actividad de juegos de casino y máquinas tragamonedas al sistema de prevención del lavado de activos.
- ✓ Se realizaron actividades previas a la implementación del Sistema Único de Control en Tiempo Real – SUCTR de las máquinas tragamonedas, entre ellas la autorización para su comercialización y explotación de 16 modelos SUCTR (homologación), la certificación de 19 modelos SUCTR (verificar cumplimiento de requisitos técnicos) y se autorizó a 3 laboratorios como entidades calificadoras.



Fuente: MINCETUR



Fuente: MINCETUR

Destrucción de máquinas tragamonedas

- En el marco del fortalecimiento de los recursos humanos, formación y capacitación profesional y técnica vinculados al turismo.
 - ✓ Un logro constituye la Renovación de la Certificación de Calidad Tourist Education Quality -TedQual -Ted Qual (con algunas consideraciones pendientes de ser atendidas). CENFOTUR cuenta con esta Certificación que otorga la Organización Mundial del Turismo –OMT de las Naciones Unidas, siendo desde el 2001 la primera institución educativa de Turismo y Hotelería del Perú y América en obtener este reconocimiento que además le permite integrar el selecto grupo del Consejo de Educación de ese organismo internacional
 - ✓ Durante el año 2011 se ejecutaron importantes convenios por transferencia de recursos suscritos por el CENFOTUR, como es el caso de APROLAB II que se terminó de ejecutar durante el primer trimestre del año, habiendo logrado una total satisfacción a la evaluación de lo ejecutado de parte de la Comunidad Europea, como organismo que financió estas becas a jóvenes que no estudian ni trabajan beneficiarios de estas becas de estudio.



- ✓ El Convenio con el programa REVALORA (denominado posteriormente VAMOS PERU) del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo permitió desarrollar acciones de capacitación e intermediación laboral a los beneficiarios de estos programas en todo el país. El Programa PRO JOVEN (denominado posteriormente JOVENES A LA OBRA) permitió brindar los servicios de capacitación y certificación de competencias a jóvenes beneficiarios de este programa y designados por el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.
- ✓ El año 2011 el número de alumnos matriculados fue 700 personas en Estudios Generales, 298 en Administración Turística, 63 como Guías Oficiales de Turismo, 679 en Administración Hotelera y 114 en Carrera Técnica de Cocina Peruana -CTCP.



Fuente: Memoria Anual CENFOTUR

6.2.3 Para atender la necesidad que tiene el sector turismo peruano de promocionar el destino país y sus atractivos turísticos, tanto para el turismo interno como para el receptivo.

• **En Promoción del Turismo Receptivo**

En el año 2011, el Perú se posicionó como destino turístico en la mente del consumidor final, a través de 23 ferias turísticas internacionales en países como Alemania, España, Holanda, Italia, Francia y Reino Unido en el continente europeo; Estados Unidos y México en el continente norteamericano; Colombia, Brasil y Argentina en Sudamérica y Japón en el continente asiático. Cabe mencionar que en las Ferias turísticas internacionales permiten conocer las nuevas tendencias del mercado turístico.

Ferias Internacionales

- ✓ En Europa: se participó en 14 ferias internacionales de turismo

Ferias Turísticas en Europa:

Nº	FERIA	CIUDAD	PAÍS	FECHA EVENTO	EMPRESAS PERUANAS	PROFESIONALES	PÚBLICO
1	Vakantiebeurs 2011	Utrecht	Holanda	11-16 ene	3	122,100	-
1	CMT 2011	Stuttgart	Alemania	15-23 ene	-	-	220,000
1	FITUR 2011	Madrid	España	19-23 ene	26	119,661	89,599
1	ReisenHamburg	Hamburgo	Alemania	09-13 feb	-	-	70,000
1	MAHANA TOULOUSE	Toulouse	Francia	11-13 feb	-	-	30,000
1	Free Muenchen	Munich	Alemania	23-27 feb	-	-	95,000
1	ITB 2011	Berlín	Alemania	09-13 mar	35	10,800	62,000
1	BMT 2011	Nápoli	Italia	01-03 abr	1	22,700	-
1	SITC 2011	Barcelona	España	07-10 abr	2	3,927	190,000
1	TOP RESA	París	Francia	20-23 set	10	27,100	-
1	TTG Incontri 2011	Rimini	Italia	06-08 oct	6	48,735	-
1	WorldTravelMarket	Londres	Reino Unido	07-10 nov	39	-	47,776
1	Fernweh Festival	Erlangen	Alemania	16-20 nov	-	-	600
1	EIBTM	Barcelona	España	29 nov-01 dic	7	15,000	-
14	SUB TOTAL EUROPA				129	370,023	804,975



- ✓ En Norteamérica: se participó en 2 ferias Internacionales, las que se detallan a continuación:

Ferias Turísticas en Norteamérica:

Nº	FERIA	CIUDAD	PAÍS	FECHA EVENTO	EMPRESAS PERUANAS	PROFESIONALES	PÚBLICO
1	ASTA - TheTrade Show	Las Vegas	EE.UU	11-13 set	2	1,300	-
1	LuxuryTravel Expo	Las Vegas	EE.UU	06-08 dic	4	4,500	-
2	SUB TOTAL NORTEAMÉRICA				6	5,800	-

- ✓ En Asia / Oceanía: se participó en 1 feria.

Ferias Turísticas en Asia/Oceanía:

Nº	FERIA	CIUDAD	PAÍS	FECHA EVENTO	EMPRESAS PERUANAS	PROFESIONALES	PÚBLICO
1	JATA	Tokio	Japón	29 set-02 oct	1	117,236	117,236
1	SUB TOTAL ASIA Y OCEANÍA				1	117,236	117,236

- ✓ En Latinoamérica: se participó en 6 ferias internacionales:

Ferias Turísticas en América Latina:

Nº	FERIA	CIUDAD	PAÍS	FECHA EVENTO	EMPRESAS PERUANAS	PROFESIONALES	PÚBLICO
1	ANATO 2011	Bogotá	Colombia	23-25 febrero	8	25,494	-
1	Expomayorista	México	México	16-Mar	-	300	350
1	Travelweek	Sao Paulo	Brasil	06-10 abr	14	-	6,300
1	ATTA	Chiapas	México	17-20 oct	-	-	1,000
1	ABAV	Río de Janeiro	Brasil	19-21 oct	14	822	23,712
1	FIT	Buenos Aires	Argentina	29 oct-01 nov	18	33,000	58,239
6	SUB TOTAL LATINOAMÉRICA				54	59,616	89,601

23	TOTAL FERIAS INTERNACIONALES	190	552,675	1,011,812
-----------	-------------------------------------	------------	----------------	------------------

En las ferias en las que aparecen “cero empresas peruanas”, es porque PROMPERU participó directamente a través de la Dirección de Promoción de Exportaciones/ Sub dirección de promoción del turismo receptivo.

Ferias Nacionales

Durante el año 2011 se realizó una feria turística nacional, el Perú Travel Mart (PTM), el evento anual más importante para la promoción turística del Perú, dirigida exclusivamente al trade (operadores turísticos).



Nº	FERIA	CIUDAD	PAÍS	FECHA EVENTO	EMPRESAS PERUANAS	PROFESIONALES	PÚBLICO
1	Perú TravelMart (PTM)	Lima	Perú	15-18 may	127	88	-
1	TOTAL FERIAS NACIONALES				127	88	-

WORKSHOP

Durante el año 2011 se han realizado 23 Workshops alrededor del mundo, contando con la participación de 22,677 personas entre profesionales del rubro y público interesado en conocer el destino Perú y han participado 107 empresas peruanas comercializadoras del turismo (Operadores y Agentes Turísticos).

Nº	LUGAR DE REALIZACIÓN	EMPRESAS PERUANAS	PROFESIONALES EXTRANJEROS	PÚBLICO
4	EUROPA	9	575	440
6	NORTEAMÉRICA	9	150	3,270
10	LATINOAMÉRICA	79	969	16,288
2	ASIA/OCEANÍA	2	16	622
1	ÁFRICA	8	24	323
23	TOTAL WORKSHOPS	107	1,734	20,943

La organización y apoyo a Workshops permitieron brindar información actualizada y realizar negociaciones directas entre operadores peruanos y extranjeros a fin de promocionar al Perú como un destino turístico y atractivo. A continuación las actividades desarrolladas por continentes y países:

Workshops en Europa:

Nº	WORKSHOP	CIUDAD	PAIS	FECHA	EMPRESAS PERUANAS	PROFESIONALES EXTRANJEROS	ASISTENTES
1	Roadshow : Presentación Destino Perú	Niza, París	Francia	28 mar-06 abr	4	85	110
1	Seminario de capacitación de ARGE AGVS Munich, Stuttgart	Hamburgo, Munich, Stuttgart	Alemania	12-14 abr	-	180	180
1	Roadshow Reino Unido e Irlanda	Edimburgo, Manchester y Londres	Reino Unido e Irlanda	09-13 may	-	10	150
1	Roadshow presentación del Destino Perú en Alemania	Berlín, Bremen, Colonia, Dresde, Hamburgo, Hannover, Kassel, Leipzig	Alemania	14-20 nov	5	300	-
4	SUB TOTAL EUROPA				9	575	440



Workshops en Norteamérica:

Nº	WORKSHOP	CIUDAD	PAÍS	FECHA	EMPRESAS PERUANAS	PROFESIONALES EXTRANJEROS	ASISTENTES
1	ETC	Rhode Island- Providence	EE.UU	16-19 feb	-	-	400
1	Workshop ASTA	San Juan	Puerto Rico	14-17 abr	-	-	720
1	Virtuoso TravelMart	Las Vegas	EE.UU	13-18 ago	-	-	1,000
1	TravelMartLatin America	Florianópolis	Brasil	11-13 set	-	-	600
1	Roadshow Canadá Montreal, Toronto	Montreal, Toronto	Canadá	22-24 nov	9	150	-
1	USTOA	Florida	EE.UU	11-13 dic	-	-	550
6	SUB TOTAL NORTEAMÉRICA				9	150	3,270

Workshops en Latinoamérica:

Nº	WORKSHOP	CIUDAD	PAÍS	FECHA	EMPRESAS PERUANAS	PROFESIONALES EXTRANJEROS	ASISTENTES
1	Workshop CVC en Brasil	Sao Paulo	Brasil	23-24 feb	9	-	12,000
1	Encuentro comercial Braztoa	Sao Paulo	Brasil	24-25 mar	2	-	3,460
1	Workshop Descubre Perú en Argentina	Buenos Aires, Rosario, Mendoza	Argentina	09-16 jun	11	400	-
1	Road show (Brasilia, Rio de Janeiro y Porto Alegre)*	Curitiba, Porto Alegre, Sao Paulo	Brasil	16-23 ago	14	25	100
1	Workshop ICCA 2011	Lima	Perú	18-19 ago	-	15	-
1	Workshop Santiago	Santiago de Chile	Chile	06 set	14	-	39
1	Workshop/Seminario Cartagena, Cali, Medellín	Bogotá, Cali, Medellín	Colombia	27 set-04 oct	11	367	498
1	Workshop México DF	Ciudad de México	México	15-17 nov	12	-	191
1	Bolsa de Naturaleza	Cajamarca	Perú	30 nov-09 dic	6	12	-
1	Workshop/Seminario FEA AV - España	Lima	Perú	01-02 dic	-	150	-
10	SUB TOTAL LATINOAMÉRICA				79	969	16,288

*En su lugar se llevó a cabo el Workshop "Descubre Perú" en Sao Paulo.

Workshops en Asia/Oceanía:

Nº	WORKSHOP	CIUDAD	PAÍS	FECHA	EMPRESAS PERUANAS	PROFESIONALES EXTRANJEROS	ASISTENTES
1	Promocion en China con Mercosur	Pekin y Shanghai	China	24-28 oct	2	-	450
1	Workshop Imagen Perú Sydney, Melbourne, Brisbane	Brisbane, Melbourne, Sydney	Australia	21-25 nov	-	16	172
2	SUB TOTAL ASIA Y OCEANÍA				2	16	622



Workshops en África:

Nº	WORKSHOP	CIUDAD	PAÍS	FECHA	EMPRESAS PERUANAS	PROFESIONALES EXTRANJEROS	ASISTENTES
1	Workshop Sudáfrica / Mercosur	Johannesburgo, Durban y Ciudad del Cabo	Sudáfrica	30 may-03 jun	8	24	323
1	SUB TOTAL ÁFRICA				8	24	323

Alianzas Estratégicas:

Son actividades que buscan establecer alianzas de largo plazo con operadores extranjeros de los principales mercados emisores, mediante campañas de co promoción del destino turístico peruano.

Se realizan dos tipos de acciones:

Capacitación Conjunta: son programas educativos del destino Perú dirigido principalmente a agentes de viajes, tales como seminarios, viajes de familiarización, viajes de prensa, jornadas gastronómicas, sales blitz, educativos on-line, entre otras.

Publicidad Conjunta: Son programas de publicidad dirigidos al consumidor final, a fin de lograr la mayor difusión del destino Perú e impulsar la comercialización del destino a través de una oferta concreta de programas con precio. Las herramientas mayormente utilizadas son: periódicos, revistas, internet, vía pública (paneles, vallas, buses), radio, televisión, medios propios, vitrinas, flyers, taxis, edificios corporativos, entre otros.

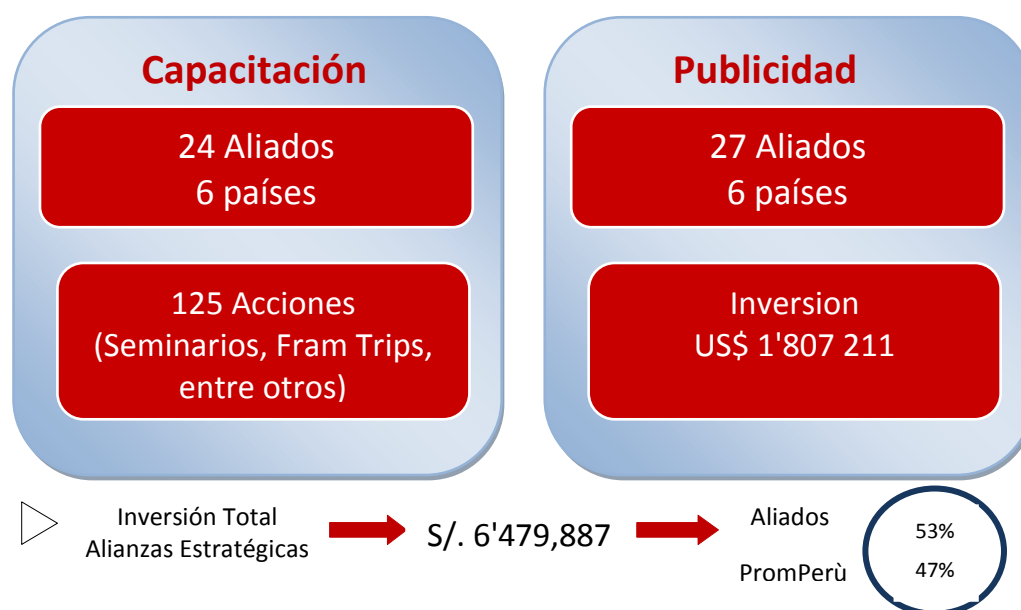
En el año 2011 la estrategia consistió en realizar programas educativos del destino Perú con la fuerza de ventas de los operadores extranjeros, a fin de lograr una distribución de calidad de nuestro destino en el punto de venta y realizar una campaña de promoción dirigida al público final, buscando con ello:

- ✓ Incrementar el ingreso de divisas a través de mayor cantidad de llegadas, mayor permanencia en el país y mayor gasto del turista extranjero.
- ✓ Lograr la diversificación en la oferta turística.
- ✓ Promocionar la imagen del destino Perú reforzando el círculo comercial.

En el año 2011 se convocó y otorgó la buena pro a operadores turísticos de diez países: Alemania, España, Francia, Italia, Estados Unidos, Canadá, Argentina, Brasil, Colombia y Japón.



Resultados 2011 – Alianzas Estratégicas



Resumen Acciones Capacitación Conjunta

PAÍS	NÚM. DE ALIADOS	ACCIONES DE CAPACITACIÓN						NÚM. DE CAPACITADOS
		PRESS TRIPS	FAM TRIPS	SEMINARIOS	CAPAC. ONLINE	OTROS	TOTAL	
Argentina	6	-	6	19	-	-	25	805
Brasil	7	-	7	32	-	6	45	2,961
Chile	4	1	5	9	1	-	16	741
Colombia	2	1	2	5	-	-	8	455
México	2	1	1	6	-	4	12	1,895
Australia	3	-	5	14	-	-	19	907
TOTAL	24	3	26	85	1	10	125	7,764

Resumen Acciones de Publicidad Conjunta

PAÍS	NÚMERO DE ALIADOS	INVERSIÓN US\$		
		ALIADO	PROMPERÚ	TOTAL
Argentina	7	226,313	214,733	441,046
Brasil	7	431,718	383,116	814,833
Chile	4	78,949	75,509	154,458
Colombia	4	60,272	60,272	120,544
Japón	2	95,000	61,000	156,000
México	3	60,330	60,000	120,330
TOTAL	27	952,582	854,630	1,807,211



• En Promoción del Turismo Interno

Con el fin de impulsar los viajes en temporadas de baja ocupabilidad se llevaron a cabo 5 campañas de promoción de turismo interno. Estas campañas ofrecen destinos con precios de ofertas, las cuales fueron gestionadas en alianza con el sector privado regional y promueven el uso de servicios formales.

Campañas de Promoción de Turismo Interno

- ✓ Campaña De Promoción Sur Pone 1– Febrero Y Marzo
- ✓ Campaña De Promoción Sur Pone 2 – Mayo A Julio (18 De Mayo Al 31 De Julio)
- ✓ Campaña Centro Pone (15 Agosto- 30 Setiembre)
- ✓ Campaña De Promoción De Viajes “Descubre Un Puno Mágico” (18 Octubre – 30 Noviembre)
- ✓ Campaña Norte Pone (25 Octubre – Diciembre)
- ✓ Publicidad Feria Perú Mucho Gusto – Tarapoto: 8,9 Y 10 De Diciembre

Promoción De Viaje En Feriados Largos Tradicionales

- ✓ Fiestas Patrias (Julio 2011)
- ✓ Feriado Largo Del 29 De Octubre Al 01 De Noviembre

Promoción De Destinos - Festividades Y Eventos Regionales

- ✓ Fiesta De San Juan (Toda La Amazonía) - Junio 2011
- ✓ Promoción De La Feria Gastronómica De Tacna - Julio 2011
- ✓ Santa Fortunata (Moquegua) – Octubre 2011

Publicidad BTL

Actividades de comunicación no tradicionales dirigidas a los segmentos: escolares, adulto mayor y empresas.

- ✓ Turismo Escolar:
 - Se realizaron 6 activaciones en colegios públicos y privados.
 - Se generó base de datos: 1200 personas (padres de familia y profesores).
 - Fortalecimiento de relaciones con las entidades educativas, reconociendo a PROMPERÚ como el principal ente promotor de turismo.
- ✓ Adulto Mayor
Se realizaron 34 activaciones en Centros del Adulto Mayor de ESSALUD de Lima y regiones (Puno, Ayacucho, Arequipa, Áncash), llegando a un aproximado de 1600 asociados.
- ✓ Empresas
 - Se realizaron activaciones en 13 empresas del sector público y privado.
 - Se logró generar base de datos de 2000 trabajadores.
 - Se logró la participación de 4,500 trabajadores en las activaciones, sorteos, juegos, entre otros.
 - Se posicionó la web de turismo interno.



Material Promocional

El material promocional consiste en la elaboración de videos y material impreso que es utilizado en las diferentes campañas de promoción a lo largo del año para la promoción de destinos. Se realizaron 5 videos promocionales de la zona norte y sur del país (Arequipa, Tumbes, Piura, Lambayeque y La Libertad), los mismos que fueron distribuidos en empresas público y privado para su difusión en el circuito cerrado, empresas de transporte aéreo, terrestre, terminales terrestres y aeropuertos.

Asimismo, se trabajaron folletos de las regiones del norte y sur del país para su distribución en actividades con masiva concurrencia de potenciales viajeros.

Campaña Conciencia Turística – Noviembre y Diciembre 2011

El objetivo de esta campaña es:

- ✓ Reforzar la campaña de cultura turística en los destinos en los que se previó el desarrollo de la promoción de destinos, así como en aquellos que se vieron afectados por problemas de conflicto social.
- ✓ Mantener el nivel de satisfacción del turista.
- ✓ Mejorar la percepción del turista

El periodo de la campaña se realizó entre los meses de noviembre y diciembre y lo que se quiso lograr con esta comunicación era que reciban bien al turista, que son fuente de trabajo y divisas para el destino al que llegan, así como para el país.

Problemas Presentados y Medidas Correctivas





7. PROBLEMAS PRESENTADOS Y MEDIDAS CORRECTIVAS

No obstante los logros alcanzados por el Sector, durante el 2011 se presentaron problemas en el desarrollo de algunas actividades, los más resaltantes se señalan a continuación:

7.1 Comercio Exterior

Problemas presentados

- **Suscripción del Acuerdo de Libre Comercio (ALC) con Centroamérica (CA5):**
 - ✓ En el marco de las Rondas de Negociación para un ALC entre Perú y los países centroamericanos (Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Panamá – CA5) se tuvo programado el cierre de negociaciones y sus respectivas suscripciones durante el 2011, de las cuales sólo se obtuvieron tres acuerdos comerciales suscritos (Panamá, Costa Rica y Guatemala).
- **Inicio de Negociaciones con nuevos socios comerciales:**
 - ✓ Desde la primera ronda de conversaciones para suscribir un Acuerdo de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones con la India (realizada en julio), no se ha podido programar una segunda ronda.
- **Realización de talleres de capacitación a los agentes económicos sobre las diferentes disciplinas de los Acuerdos en vigencia en temas de negociaciones comerciales internacionales:**
 - ✓ En el marco del Plan Operativo Institucional del año 2011, no se alcanzó la meta correspondiente porque conjuntamente con la Dirección Nacional de Desarrollo del Comercio Exterior (DNCE) se programan los talleres de capacitación para los agentes económicos sobre las diferentes disciplinas de los Acuerdos Comerciales Internacionales. Adicionalmente, se les capacita en temas de Oferta Exportable, Desarrollo de Mercados, Facilitación de Comercio Exterior y Cultura Exportadora, además de los temas de apertura y oportunidades que brindan los Acuerdos en vigencia.
- **En el Desarrollo de la Oferta Exportable:**
 - ✓ No se llegaron a realizar actividades como la elaboración del material de difusión sobre temas de Biocomercio, elaboración del estudio de identificación de los productos e insumos alimenticios de la gastronomía peruana con posibilidades de desarrollo internacional y propuesta de Plan de Acción, elaboración del estudio de modelos asociativos y oferta exportable y la organización del apoyo para la implementación de actividades para el evento Perú Exporta, debido a que en el presupuesto otorgado para implementar actividades en el área, dichas actividades no se consideraron.
- **En Promoción de la Cultura Exportadora:**
 - ✓ No se realizaron las actividades necesarias para la difusión del Concurso Nacional de Incentivo al Comercio Exterior y Turismo, asimismo no se concluyó la revisión pedagógica de estilo, diagramación e impresión del Texto Escolar y Manual Docente, por no contar con el convenio suscrito con el Ministerio de Educación. De otro lado, no se realizó la apertura del Módulo de Oferta de Servicios en Comercio para las PYMES de Tacna – Tacna Exporta, por trámites de la Municipalidad.
- **En Facilitación de Comercio Exterior:**
 - ✓ Las restricciones presupuestales dispuestos por el DU N° 012-2011, ocasionaron problemas en la ejecución de sus actividades.



- ✓ Se tuvo que reasignar recursos del presupuesto destinado a ciertas actividades para atender necesidades más urgentes de la Ventanilla Única de Comercio Exterior – VUCE.
- ✓ No se realizó la Coordinación para la implementación del Software para el desarrollo de estadísticas confiables en el marco de las ZEE y CETICOS debido al D.U. N° 012-2011-MEF, el cual restringió la ejecución presupuestal.
- **En la Difusión de los Planes Operativos de Mercados:**
 - ✓ Pese a que el MINCETUR realizó todas las gestiones para la implementación del Plan Piloto dirigido a reforzar la presencia comercial del Perú en el mercado de los Estados Unidos, en principio con un agregado agrícola, todavía no se encontró el mecanismo presupuestal para la transferencia de fondos a la Cancillería de acuerdo al compromiso asumido.
 - ✓ La renovación de cuadros directivos en regiones impidió la realización de talleres de Difusión de Planes Operativos de Mercado (POMs).
 - ✓ Debido al Decreto de Urgencia N° 012-2011-MEF se tuvo que postergar la elaboración del Estudio para el Desarrollo de Cadenas Logísticas en Europa dado que no era posible convocar el proceso de selección al no contarse ya con los tiempos necesarios para realizar la convocatoria, desarrollar y finalizar esta actividad en el año 2011.

Medidas correctivas

Para contrarrestar los efectos de los problemas mencionados se realizaron las siguientes medidas correctivas:

- **Suscripción del Acuerdo de Libre Comercio (ALC) con Centroamérica (CA5):**
 - ✓ Se suscribieron los ALC con Panamá (25 de mayo), Costa Rica (26 de mayo) y Guatemala (6 de diciembre). Actualmente las delegaciones de los países integrantes de Perú, El Salvador y Honduras siguen trabajando para alcanzar su respectivo ALC. Al respecto, la entrada en vigencia del ALC entre Perú y Panamá fue el 1° de marzo de 2012.
- **Inicio de Negociaciones con nuevos socios comerciales:**
 - ✓ Para dar inicio a las negociaciones para un Tratado de Libre Comercio (TLC) con la India, debe culminarse el Acuerdo de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones.
- **Realización de talleres de capacitación a los agentes económicos sobre las diferentes disciplinas de los Acuerdos en vigencia en temas de negociaciones comerciales internacionales:**
 - ✓ Se coordina con el área de Cultura Exportadora de la DNCE para la programación de dichos talleres. Asimismo, la realización de talleres en las regiones depende de las solicitudes de éstas y los temas a capacitar.
- **En Promoción de la Cultura Exportadora:**
 - ✓ Las actividades programadas relacionadas con la difusión del Concurso Nacional de Incentivo al Comercio Exterior y Turismo, la coordinación de la Corrección de Estilo, Diagramación e Impresión del Texto Escolar y Manual Docente y la apertura del Módulo de Oferta de Servicios en Comercio Exterior para las PYMES de Tacna, se realizaron en el año 2012.
- **En Facilitación de Comercio Exterior:**
 - ✓ Para las restricciones presupuestales, se gestionó recursos de cooperación para poder realizar los estudios que no pudieron ser llevados a cabo.
 - ✓ Se reprogramaron algunas actividades para el año 2012.
 - ✓ Actualmente se viene evaluando la necesidad si aún se requiere contratar la consultoría para la implementación del software mencionado.



- **En la Difusión de los Planes Operativos de Mercados:**

- ✓ Se determinó realizar un realineamiento en la estructura y contenido de los Planes Operativos de Mercado (POM) para Estados Unidos, Japón, México y UE 1 (Alemania, España y Francia) para que estos identifiquen y recojan acciones de aprovechamiento de los beneficios alcanzados a través de los Tratados de Libre Comercio (TLC) y no se tuvo el tiempo necesario para desarrollar y finalizar los textos de los POM en el año 2011. Como consecuencia, los POMs fueron reprogramados para el año 2012.

7.2 Turismo

Problemas presentados

Hoy en día existe la voluntad política de reconocer al turismo como un sector prioritario en la política de estado, esto se debe al importante crecimiento que el sector viene manifestando durante los últimos años; demostrado por el importante aporte que brinda a la economía nacional a través de la generación de divisas y sobre todo empleo en el país.

No obstante, se presentan múltiples problemas, como los siguientes:

- **En prevención de la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes en el ámbito del Turismo - ESNNA:**
 - ✓ El seguimiento realizado a las acciones de prevención de ESNNA se dificultó debido a la falta de información que las Direcciones Regionales deben efectuar y a la ausencia de un mecanismo de monitoreo del Código de Conducta.
- **En Conciencia y Cultura Turística:**
 - ✓ Los talleres programados y las acciones de fortalecimiento en Conciencia y Cultura Turística no se llevaron a cabo en su totalidad ya que se priorizó los recursos en la campaña nacional de cultura turística.
 - ✓ Debido a lo dispuesto en el D.U. N°012-2011-MEF, el cual restringe la ejecución presupuestal, se tuvieron dificultades para la ejecución de algunas actividades programadas en el POI 2011.
 - ✓ Se requirió atender actividades que no estuvieron contemplados en el POI, lo cual impidió modificar el POI y los presupuestos.
- **En producto y desarrollo de destinos turísticos:**
 - ✓ Escasos proyectos de inversión pública en turismo correctamente formulados por falta de capacidad de Gobiernos Regionales y Locales.
 - ✓ Constantes cambios de autoridades regionales y locales que frenan la aplicación o la continuidad de la metodología del PENTUR para el desarrollo de los destinos turísticos que vienen aplicando los actores.
 - ✓ Escasa capacidad para la gestión turística de parte de Gobiernos Regionales y Locales.
 - ✓ Falta de capacidad de Gobiernos Regionales y Locales para la promoción de inversión privada en el sector turismo y escasa cartera de ideas de proyectos.
 - ✓ Ausencia de sistema de seguimiento y monitoreo de avances del PENTUR.
 - ✓ Escaso alcance de los talleres programados para gestores en destinos turísticos (en el marco del PENTUR) sobre Inventario Turístico los cuales no se llegaron a realizarse en su totalidad. Cabe indicar que las regiones aluden que esta situación se debe a la falta de equipamiento logístico y de recursos humanos para la ejecución de dicha función.



- **En Gestion Ambiental:**
 - ✓ Restricciones presupuestales motivadas por la vigencia del D.U. N° 012-2011-MEF, que restringe la ejecución presupuestal; implicó limitaciones en el logro de los objetivos operativos durante el II trimestre.
 - ✓ Restricciones presupuestarias motivadas por la vigencia del DU 012-2011-MEF, que implicó la transferencia del 50% de los saldos de balance, significó el retraso de la adquisición de las motos y la dificultad de convocar aún los procesos de selección para la adquisición o contratación de las prestaciones.
- **En Centros de Innovación Tecnológica de Artesanía y Turismo - Cites:**
 - ✓ El proyecto SNIP CITE Diseño vio limitado el desarrollo de sus actividades por el Decreto de Urgencia N°012-2011, así como el cambio de estrategias de intervención del Proyecto.
 - ✓ Para Dcites, en el número de nuevos CITEs Públicos gestionados, se consideró la culminación de los proyectos de CITEs a fin de implementarse como CITEs públicos o privados, sin embargo, dado que este proceso ha sido delegado a consultores especializados y éstos no han podido finiquitar esta etapa, se ha tenido que posponer las acciones correspondientes a este indicador.
- **En desarrollo y promoción artesanal:**
 - ✓ Falta de compromiso de los municipios locales en la labor del rescate de su patrimonio, como parte del programa Puesta en Valor de la Artesanía.
 - ✓ En la organización del concurso anual "Premio Nacional Amautas de la Artesanía Peruana", en el 2011 se llevaron a cabo actividades relacionadas al trabajo previo al lanzamiento del Concurso, por lo que en este periodo no se recibieron inscripciones. En el presente año la fecha límite de entrega de proyectos fue el mes de abril, y se contó con solo 20 inscritos.
- **En Autorización, Supervisión y Control de Juegos de Casinos y Máquinas Tragamonedas:**
 - ✓ En temas sobre la prevención y lavado de activos y financiamiento del terrorismo, la Dirección General de Juegos de Casino y Máquinas Tragamonedas, no logró consensuar el texto final del proyecto de reglamento de infracciones y sanciones, en el tiempo previsto.
 - ✓ No se realizó oportunamente la convocatoria para la contratación de la "Solución informática integral para el control de la actividad de juegos de casinos y máquinas tragamonedas", por problemas en el estudio del mercado para determinar el valor referencial.
 - ✓ La empresa contratada para elaborar los materiales de lectura destinados a la conferencia sobre el funcionamiento ilegal de juegos de casino y máquinas tragamonedas dirigido a la PNP, no cumplió con la entrega en la fecha prevista.

Medidas correctivas

Para contrarrestar los efectos de los problemas mencionados se realizaron las siguientes medidas correctivas:

- **En prevención de la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes en el ámbito del Turismo - ESNNA:**
 - ✓ Se realizaron las gestiones necesarias para que los directores de turismo de las direcciones regionales enviaran la información correspondiente, a fin de realizar el seguimiento de las acciones de prevención de ESNNA.
- **En Conciencia y Cultura Turística:**
 - ✓ Se solicitó apoyo a algunas regiones para cumplir con las actividades programadas en el I semestre del 2011.
 - ✓ Se reprogramó el POI y el presupuesto 2011 del II y IV trimestre y se incluyeron las nuevas actividades o servicios programados.



- **En producto y Desarrollo de destinos turísticos:**
 - ✓ Motivar la asistencia de los alcaldes y no sólo de su equipo técnico a los Talleres de Gestión Municipal para contribuir con el desempeño de funciones transferidas a la DIRCETUR, principalmente en los Destinos Turísticos.
 - ✓ Continuar con programas extensivos de capacitación durante el 2012 haciendo uso de la Guía Pública en el Sector Turismo (R.D. 002-2011-EF/63.01), considerando el fortalecimiento de las materias impartidas durante el año 2011, considerando para ello la disponibilidad presupuestal.
 - ✓ Continuar con asistencias técnicas para la conformación de entes gestores y planes de trabajo en destinos priorizados y extender la intervención a destinos iniciales como: Kuelap, Sauce y Tarapoto, Río Amazonas, y Selva Central.
 - ✓ Continuar con asistencias técnicas en destinos priorizados para consolidar el trabajo realizando en Ruta Moche, Playas del Norte, Río Amazonas, Lago Titicaca, Arequipa, Paracas-Nazca y Colca-Arequipa) de acuerdo a la metodología del PENTUR.
 - ✓ Continuar asistiendo y capacitando a los Gobiernos Regionales y Locales en estrategias integrales para la gestión turística en alianza con cooperantes internacionales u otras instituciones nacionales.
 - ✓ Se tiene previsto iniciar programa de capacitación y asistencia técnica a Gobiernos Regionales y Locales para la identificación, priorización e implementación de proyectos de inversión privada en el marco del Decreto Legislativo 1012 y en el marco del convenio suscrito entre MINCETUR-PROINVERSION.
 - ✓ Gestionar herramientas que permitan monitorear la aplicación de la metodología PENTUR a través de indicadores.

- **En Gestion Ambiental:**
 - ✓ A pesar de las limitaciones mencionadas se pudo cumplir con las actividades programadas, dadas las capacidades del personal.
 - ✓ Se recomienda que a la OGA, como unidad ejecutora de los PIP's inicie los procesos de contratación para la construcción de las casetas de seguridad, esperando sobre ello que el proceso competitivo de ofertas signifique valores adjudicados equivalentes al 90% de los presupuestos de obra (que ascienden a S/. 259,365.82), ello significará un ahorro de recursos de unos S/. 25,900.00 aproximadamente.
 - ✓ Luego de conocer los resultados de los valores adjudicados para la construcción de las casetas de seguridad, se recomienda independizar la adquisición de las 03 camionetas destinadas al SERNANP, de las 20 destinadas al MININTER, pues han transcurrido más de 08 meses que se intentó adquirirlas de manera conjunta sin resultados a la vista. Adquirir las 03 camionetas bajo un proceso de adjudicación directa tal vez involucre un mes entre que se convoca y se suscribe el contrato, y mes más para las entregas respectivas.

- **En Centros de Innovación Tecnológica de Artesanía y Turismo - Cites:**
 - ✓ Se ha iniciado la contratación de la empresa consultora que ejecutará el proyecto CITE Diseño Perú a fin de culminarlo entre setiembre 2012 y abril 2013.
 - ✓ Se está iniciando la contratación de las consultorías orientadas a elaborar tres expedientes técnicos (Abancay, Huaraz e Iquitos), de tres proyectos SNIP que cuentan con viabilidad y revisión de aquellos enviados por otras unidades formuladoras (Callao, Pucará y Eten), con el fin de poder iniciar la ejecución de estos 6 proyectos SNIP.

- **En desarrollo y promoción artesanal:**
 - ✓ La organización del concurso anual "Premio Nacional Amautas de la Artesanía Peruana" reprogramó la actividad para el año 2012, con el objetivo de tener mayor cobertura e incrementar el número de participantes de todo el país, se amplió la fecha de entrega de proyectos hasta el 28 Junio del presente.



- **En Autorización, Supervisión y Control de Juegos de Casinos y Máquinas Tragamonedas:**
 - ✓ Se recogió los aportes y observaciones del sector público y privado y se culminó con el texto final del proyecto de reglamento de infracciones y sanciones, realizado por la Dirección General de Casinos y Máquinas Tragamonedas.
 - ✓ El 28 de noviembre de 2011 se realizó la convocatoria para el desarrollo de la “Solución informática integral para el control de la actividad de juegos de casinos y máquinas tragamonedas”, el otorgamiento de la buena pro estuvo previsto para el 25 de enero de 2012, sin embargo este recién se otorgó en el mes de abril del 2012.

Durante el periodo materia de análisis, **Plan COPESCO Nacional** ha enfrentado problemas en la ejecución de obras, respecto de los cuales se han adoptado las medidas correctivas respectivas:

- **Obra: Mejoramiento del Malecón Sur y Construcción del Paseo de los Héroes Navales:** Como resultado del proceso de selección ADP N°007-2010-MINCETUR/COPESCO/CEP bajo el ámbito del D.U. N°078-2009, se otorgó la buena pro al postor LOZADA PODESTA, LUIS FELIPE; relación contractual que fue resuelta mediante RD N° 148-2011-MINCETUR/COPESCO-DE por incumplimiento injustificado de las obligaciones contractuales y reglamentarias por parte del contratista. Luego, se aprobó el expediente de saldo de obra por la Municipalidad Distrital de Pimentel, otorgándose la ejecución del mismo al postor que quedó en segundo lugar de acuerdo al orden de prelación del proceso antes referido (LUNA MARALLANO, DAVID JAVIER) por lo que en fecha 15 del mes de diciembre 2011 se firmó un nuevo contrato para la ejecución de dicha obra, encontrándose a la fecha en curso con un avance de 99% al cierre del mes de Mayo 2012.
- **Obra: Rehabilitación y Acondicionamiento del Muelle de Pimentel:** La ejecución de Obra se atrasó por la espera de la aprobación del adicional N° 02, el cual requirió la aprobación de la Contraloría General de la República para continuar con su ejecución. Mediante Resolución de Contraloría N° 370-2011-CG, se aprobó el desembolso del Adicional N° 02 por el monto de 2'485,984.31 (Dos Millones Cuatrocientos Ochenta y Cinco Mil Novecientos Ochenta y Cuatro y 31/100 Nuevos Soles). Cabe resaltar que el Expediente Técnico fue elaborado por la Municipalidad Distrital de Pimentel.
- **Obra: Construcción de la Marina Turística Paracas (Embarcadero Turístico y servicios complementarios), en la localidad El Chaco, distrito de Paracas:** Se firmó el contrato de la obra con Consorcio Paracas, dándose el adelanto directo, por S/. 1,393,664.73 (Un Millón Trescientos Noventa y Tres Mil Seiscientos Sesenta y Cuatro con 73/100 Nuevos Soles), sin embargo, no se iniciaron los trabajos a tiempo respecto al Cronograma de Avance debido a problemas que se originaron con la población de la localidad, la cual no estaba de acuerdo con la ejecución de la misma. A la fecha se retomaron los trabajos y se solucionaron los problemas con la población. La obra cuenta con Licencia para su ejecución.
- **Obra: Implementación de la Visita Turística Nocturna a los Principales Monumentos del Complejo Arqueológico de Pachacamac:** El plazo contractual se extendió debido a la aprobación de adicionales de obra que generaron ampliaciones de plazo. Se encuentra en proceso de transferencia al Ministerio de Cultura y se viene tramitando la liquidación final de la obra. Se viene elaborando el Expediente Técnico de Conservación por la Municipalidad Distrital de Lurín con la Transferencia realizada por Plan COPESCO Nacional en el 2010.
- **Obra: Construcción del Sistema de Drenaje en Huaca Las Ventanas - Santuario Histórico del Bosque de Pómac:** Mediante la Resolución Directoral N° 190-2011-MINCETUR/COPESCO-DE del 02 de setiembre de 2011, se resolvió el contrato de ejecución de obra por lo que no es posible continuar con la misma por haberse encontrado innumerables vestigios Arqueológicos, encontrándose en proceso de arbitraje al cierre del año fiscal 2011.



- **Obra: Mejoramiento del Circuito Turístico Manglar Puerto Pizarro:** El Plan COPESCO Nacional solicitó el Arbitraje, debido al incumplimiento de contrato por parte del contratista, constituyéndose el comité Arbitral el 02 de Febrero de 2011.
Los gastos realizados en el periodo materia de evaluación corresponden al proceso de arbitraje del Proyecto y a viáticos con la finalidad de realizar la inspección del proyecto.
- **Obra: Acondicionamiento turístico de la Zona Centro de la Playa de Máncora:** Se modificó el Expediente Técnico del Proyecto al haber variado las condiciones del terreno debido a fuertes mareas y oleajes anómalos.
Mediante Resolución Directoral N° 159-2011-MINCETUR/COPESCO-DE de fecha 03 de agosto de 2011 se aprobó el Expediente Técnico de Protección del Malecón Turístico.
Mediante Resolución Directoral N° 232-2011-MINCETUR/COPESCO-DE de fecha 21 de octubre de 2011 se aprobó el Expediente Técnico de Reparación de daños.
El componente de obra de Acondicionamiento se encuentra liquidado mediante Resolución Directoral N° 267-2011-MINCETUR/COPESCO-DE de fecha 29 de noviembre de 2011, cancelándose el pago del mismo en el mes de diciembre.
A la fecha el componente Protección del Malecón Turístico se encuentra en ejecución debido a un adicional de obra generado, no siendo posible su culminación de acuerdo a lo programado (enero 2012) debido a las condiciones climáticas antes señaladas (oleajes anómalos), y el incumplimiento del contratista tras la conclusión de la causal de paralización, lo cual ha originado la intervención económica de la obra.
Por otro lado, el inicio de ejecución del componente de obras de Reparación de Daños se programó para el mes de Enero de 2012, siendo retrasado por las condiciones climáticas señaladas y el incumplimiento del contratista respecto de las prestaciones pactadas. A la fecha, se ha tramitado la intervención económica de la obra.
- **Obra: Mejoramiento de la infraestructura turística del Distrito de Pucusana – Lima:** Debido a retrasos provocados por el contratista, la obra se intervino económicamente mediante Resolución Directoral N° 034-2011-MINCETUR/COPESCO-DE de fecha 14 de febrero de 2011. A la fecha la obra se encuentra terminada, recepcionada y en proceso de liquidación
- **Obra: Acondicionamiento y puesta en valor de Huaca Larga, Huaca 1 y el Templo de Piedra Sagrada del Complejo Arqueológico de Túcume:** El componente de obra "Mejoramiento de los Caminos de Acceso y Construcción de Obras Complementarias en el Complejo Arqueológico de Túcume" fue concluido el 20 de abril de 2011 siendo recepcionado y transferido al Gobierno Regional de Lambayeque el 26 de Julio de 2011.
El Expediente Técnico del Componente de Coberturas fue aprobado por Plan COPESCO Nacional mediante Resolución Directoral N° 261-2011-MINCETUR/COPESCO-DE de fecha 28 de noviembre de 2011. Mediante Licitación Pública N°006-2011/MINCETUR/COPESCO/CE se convocó el proceso para la ejecución de la obra (Componente instalación de coberturas en los sectores Huaca 1 y el Templo de la Piedra Sagrada), otorgándose la buena pro al CONSORCIO SANTA MARIA, con quien se suscribió contrato en fecha 26 de Enero de 2012.
En fecha 26 de marzo de 2012, y por causal de fuerza mayor, el contrato fue resuelto mediante R.D N° 078-2012-MINCETUR/COPESCO/DE al requerirse la reubicación de las zapatas de cimentación de las coberturas, previa ejecución de trabajos de investigación arqueológica (excavaciones) por parte del Ministerio de Cultura.
- **Obra: Construcción del Parador Turístico e Implementación de Señalización Turística del Complejo Arqueológico de Kuélap:** La ejecución de gasto corresponde al costo de la reformulación del estudio de preinversión a nivel de perfil y de la elaboración del expediente técnico.



A la culminación de la elaboración del Expediente Técnico, el costo de obra se incrementó, motivando la reformulación del estudio a nivel de perfil, a fin dar cumplimiento a la normativa de la directiva SNIP.

Posteriormente, en Octubre 2011 se convocó el proceso de selección Licitación Pública N°005-2011/MINCETUR/COPESCO/CE para la ejecución de la obra, adjudicándose la buena pro al postor CONSORCIO HNOS PINEDO por el importe de S/. 1'699,000.00. Luego de suscrito el contrato, la obra fue paralizada (plazo de ejecución suspendido) hasta la aprobación del Plan de Monitoreo Arqueológico por parte del Ministerio de Cultura, lo cual aconteció a fines del mes de mayo, por lo que la obra se ha reiniciado los primeros días del mes de Junio.

- **Obra: Restauración, Equipamiento y Puesta en Valor de la Iglesia Santísima Trinidad del distrito de Conayca:** En el 2011 se dió la conformidad al Expediente Técnico del proyecto. El proceso de convocatoria se declaró nulo y desierto hasta en dos oportunidades por lo que la obra no pudo iniciarse durante el año fiscal 2011. Finalmente, en la segunda convocatoria de la Menor Cuantía 021-2011 se otorgó la buena pro al consorcio SANTISIMA TRINIDAD por un importe de S/.1,377,070.62 suscribiéndose contrato en Enero de 2012. A la fecha, el plazo de ejecución se encuentra suspendido debido a algunas coordinaciones y/u observaciones del Ministerio de Cultura, entidad que debe autorizar el reinicio de la obra.



Principales Normas que Incidieron en el Desempeño del Sector





8. PRINCIPALES NORMAS QUE INCIDIERON EN EL DESEMPEÑO DEL SECTOR

Entre las principales normas que influyeron en el desempeño del Sector, podemos citar las siguientes:

8.1 Comercio Exterior y Turismo

- DS N° 1 - 2011 – MINCETUR, modifican texto único ordenado del reglamento de resoluciones anticipadas de origen y marcado de origen para mercancías.
- DS N° 2- 2011 – MINCETUR, ponen en ejecución el quinto protocolo adicional al acuerdo de Complementación Económica N° 58, suscrito entre el gobierno de la República Argentina y el gobierno de la Republica del Perú en el marco del Tratado de Montevideo 1980.
- DS N° 3 - 2011 – MINCETUR, aprueba el reglamento de la Ley N° 28719, Ley del Boleto Turístico.
- DS N° 5 - 2011 – MINCETUR, establecen marco normativo para la declaración y control del origen de las mercancías sujetas a medidas de defensa comercial.
- DS N° 6 - 2011 – MINCETUR, disponen la puesta en ejecución a partir del 1° de julio de 2011 el "Acuerdo de Libre Comercio entre la República del Perú y los Estados AELC" respecto de la República del Perú y la Confederación Suiza y el principado Liechtenstein.
- DS N° 9 - 2011 – MINCETUR, disponen la puesta en ejecución a partir del 01 de julio de 2011 el "acuerdo sobre agricultura entre la República del Perú y la Confederación Suiza".
- DS N° 10 - 2011 – MINCETUR, aprueban el reglamento de los centros de innovación tecnológica de exportación - citexpor bajo la competencia del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo –MINCETUR.
- DS N° 11 - 2011 – MINCETUR, aprueban las disposiciones reglamentarias para la elaboración del " plan de protección, conservación, promoción y desarrollo turístico del Cañón de Catahuasi y de su zona de influencia" a que se refiere la ley n° 28533 ley de promoción de desarrollo turístico del Cañón de Catahuasi.
- DS N° 13 - 2011 – MINCETUR, aprueba el reglamento de uso del sello de Calidad Turística CALTUR.
- DS N° 15 - 2011 – MINCETUR, póngase en ejecución a partir del 01 de agosto de 2011 el "Acuerdo de Libre Comercio entre la República del Perú y la Republica de Corea.
- DS N° 16 - 2011 – MINCETUR, aprueban el reglamento de organización y funciones del Centro de Formación en Turismo – CENFOTUR.
- DS N° 17 - 2011 – MINCETUR, disponen la puesta en ejecución a partir del 1° de octubre de 2011, el "acuerdo de libre comercio entre la republica del Perú y los estados AELC" respecto de la republica del Perú e Islandia.
- DS N° 18 - 2011 – MINCETUR, disponen la puesta en ejecución a partir del 1° de octubre de 2011, el "acuerdo sobre agricultura entre la republica del Perú e Islandia".
- DS N° 20 - 2011 – MINCETUR, modifícase el decreto supremo n° 008-2010-mincetur, reglamento de la ley n° 29073 ley del artesano y del desarrollo de la actividad artesanal.



- DS N° 21-2011 - Decreto Supremo que aprueba el Reglamento de los servicios turísticos que prestan los centros de turismo termal y/o similares
- DS N° 22 - 2011 – MINCETUR, póngase en ejecución a partir del 31 de diciembre de 2011, el protocolo entre la republica del Perú y el reino de Tailandia para acelerar la liberalización del comercio de mercancías y la facilitación del comercio y sus protocolos adicionales.
- DS N° 23 - 2011 – MINCETUR, que modifica el decreto supremo n° 013-2011-mincetur, reglamento para el uso del sello de calidad turística.
- Resolución Ministerial N° 028-2011-MINCETUR/DM, del 03.02.2011, que aprueba el Presupuesto Analítico de Personal – PAP del MINCETUR para el año fiscal 2011.
- Resolución Ministerial N° 073-2011-MINCETUR7DM, que aprueba el Plan Nacional de Calidad Turística – CALTUR.
- Resolución Ministerial N° 076-2011-MINCETUR/DM, del 15.03.2011, que aprueba el reordenamiento de cargos contenidos en el Cuadro para Asignación de Personal – CAP del MINCETUR.
- Resolución Ministerial N° 106-2011-MINCETUR/DM, que aprueba el Plan Anual de Transferencia de Competencias Sectoriales a los Gobiernos Regionales y Locales del año 2011, del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR”.
- Resolución Ministerial N° 157-2011-MINCETUR/DM, modificada por Resolución Ministerial N° 192-2011-MINCETUR/DM, que aprueba el Plan Anual de Promoción y Desarrollo Turístico Nacional para el año 2011.
- Resolución Ministerial N° 194-2011-MINCETUR/DM, que declara como producto Bandera a la Platería Peruana.