

Programa presupuestal 0127



Mejora de la competitividad de los
destinos turísticos del Perú

Aspectos generales del diseño del Programa Presupuestal

Problema identificado

Limitada competitividad de los destinos turísticos del Perú.

Población objetivo

18 Destinos turísticos:

Destino Cusco-MachuPicchu, Destino Paracas-Nasca (Ica), Destino Valle del Colca-Arequipa, Destino Lago Titicaca (Puno), Destino Choquequirao (Cusco-Apurímac), Destino Tarapoto-Alto Mayo (San Martín), Destino Ruta Moche (Lambayeque-La Libertad), Destino Kuélap-Gocta (Amazonas), Destino Manu (Madre de Dios y Cusco), Destino Tambopata (Madre de Dios), Destino Lima Metropolitana y Callao (Lima), Destino Playas del Norte (Tumbes-Piura), Destino Tacna, Destino Río Amazonas (Loreto), Destino Selva Central (Pasco y Junín), Destino Cordillera Blanca (Ancash), Destino Cajamarca y Destino Lima Provincias.

Resultado específico

Mejora de la competitividad de los destinos turísticos del Perú.

Sector

Comercio Exterior y Turismo.

Entidad responsable del PP

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

Niveles de gobierno que participan en la ejecución del PP

Gobierno nacional, regional y local.

Responsables del PP:

Responsable Técnico

Nombre: Daniel Maraví Vega Centeno

Cargo: Director General de Investigación y Estudios sobre Turismo y Artesanía

Email: dmaravi@mincetur.gob.pe

Teléfono: 513 6100 Anexo 2165

Coordinador territorial

Nombre: Jorge Alejandro Reyes Hurtado

Cargo: Director General de Estrategia Turística

Email: jreyes@mincetur.gob.pe

Teléfono: 513 6100 Anexo 1601

Coordinador de seguimiento y evaluación Nombre: Jim

Franz Chevarría Montesinos

Cargo: Director General de Políticas de Desarrollo Turístico

Email: fchevarria@mincetur.gob.pe

Teléfono: 513-6100 Anexo 1521

Matriz lógica

Descripción	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
Resultado específico			
Mejora de la competitividad de los destinos turísticos del Perú.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Índice de Competitividad de los Destinos Turísticos del Perú. ▪ Participación del Perú en el Mercado internacional de viajes por turismo. ▪ Tasa neta vacacional¹ en los mercados objetivos para el turismo interno. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reporte del Índice de Competitividad de los Destinos Turísticos del Perú - MINCETUR. ▪ Reporte estadístico de la Organización Mundial de Turismo. ▪ Reporte estadístico de PROMPERÚ. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se mantiene y potencializa la política de competitividad de los destinos turísticos. ▪ Existe un entorno social, político, económico, climático favorable para el sector turismo.
PRODUCTOS			
<p>3000664 Agentes de los destinos turísticos cuentan con servicios para desarrollar una oferta turística competitiva.</p> <p>-</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Porcentaje de prestadores de servicios turísticos que aplican buenas prácticas de gestión del servicio turístico. ▪ Tasa de crecimiento de prestadores de servicios turísticos que se formalizan ante el órgano competente. ▪ Porcentaje de recursos turísticos, registrados en el Inventario Nacional de Recursos Turísticos (INRT), acondicionados para la visita turística. ▪ Porcentaje de la población que evidencia su compromiso con la cultura turística. ▪ 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reporte estadístico del Viceministerio de Turismo – MINCETUR. ▪ Reporte estadístico del Viceministerio de Turismo – MINCETUR. ▪ Reporte estadístico del Viceministerio de Turismo – MINCETUR. ▪ Reporte estadístico del Viceministerio de Turismo – MINCETUR. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Los agentes turísticos potencializan los servicios para ser más competitivos. ▪ Se da una adecuada articulación entre las instituciones públicas y privadas que intervienen en cada destino turístico.

¹ Indicador que permite medir el número de vacacionistas (también llamado turista que viaja por vacaciones o entendido como la población viajera por vacaciones o población vacacionista) en función de la población total que se encuentra en condiciones de viajar (mercado total de viaje).

<p>3000665 Destinos turísticos con servicios de promoción de la oferta turística.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tasa de crecimiento de destinos no convencionales en los mercados objetivos para el turismo interno. ▪ Tasa de crecimiento de llegadas de turistas extranjeros en destinos no convencionales. ▪ Nivel de recordación de las campañas de promoción de destinos de turismo receptivo. ▪ Nivel de recordación de las campañas de promoción de destinos de turismo interno. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reporte estadístico de PROMPERÚ. ▪ Reporte Estadístico de PROMPERÚ. ▪ Reporte Estadístico de PROMPERÚ. ▪ Reporte Estadístico de PROMPERÚ. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Los agentes turísticos potencializan los servicios para ser más competitivos.
<p>▪ Actividades</p>			
<p>5005043 Capacitación y asistencia técnica para la aplicación de buenas prácticas en los prestadores de servicios turísticos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Persona. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reporte estadístico de MINCETUR y CENFOTUR² y gobiernos subnacionales. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Predisposición de los agentes turísticos para capacitarse y recibir asistencia técnica.
<p>5005044 Capacitación y asistencia técnica orientada al desarrollo y gestión de los destinos turísticos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Persona. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reporte estadístico de MINCETUR, CENFOTUR y gobiernos subnacionales. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Predisposición de los agentes turísticos para capacitarse y recibir asistencia técnica. ▪ Los agentes turísticos utilizan la información en la toma de decisiones.
<p>5005045 Formación profesional turística.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Persona. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Registros académicos de la Dirección de Gestión Académica – CENFOTUR. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se cuenta con capacidades en el mercado para contratación de docentes.
<p>5005046 Regulación y supervisión de los prestadores de servicios turísticos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Intervención. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reporte estadístico de MINCETUR. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se dan las condiciones técnicas y políticas para realizar la supervisión y regulación.

² Centro de Formación en Turismo

<p>5005047 Conservación y puesta en valor de los recursos turísticos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Recurso turístico. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reporte estadístico de MINCETUR y gobiernos subnacionales. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Predisposición de los agentes turísticos para coparticipar de las actividades de conservación de los recursos turísticos.
<p>5005048 Generación y difusión de información orientada a promover la inversión pública y privada en el sector turístico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estudio. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reporte estadístico de MINCETUR y gobiernos subnacionales. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Se dan las condiciones técnicas y políticas para promover la inversión pública y privada en turismo.
<p>5005049 Campañas orientadas al desarrollo de una cultura turística.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Campaña. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reporte estadístico de MINCETUR y gobiernos subnacionales. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Predisposición de los agentes turísticos y de la población para promover la cultura turística.
<p>5005050 Promoción interna de los destinos turísticos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Campaña. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reporte estadístico de ▪ PROMPERÚ y gobiernos subnacionales. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La tendencia de ▪ Crecimiento en viajes por turismo se mantiene. ▪ Existe estabilidad económica, favorable para la actividad turística
<p>5005051 Promoción externa de los destinos turísticos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Campaña. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reporte estadístico de ▪ PROMPERÚ. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La tendencia de crecimiento en viajes por turismo se mantiene. ▪ Existe un entorno económico, favorable en los mercados prioritarios a los cuales nos dirigimos.

Productos del Programa Presupuestal

Detalle del producto	
3000664: Agentes de los destinos turísticos cuentan con servicios para desarrollar una oferta turística competitiva	
Unidad de medida: 086. Persona	
¿Quién recibe el producto o sobre quien se interviene? –Grupo poblacional que recibe el producto.	Gestores regionales y municipales, prestadores de servicios turísticos privados y organizaciones comunales que tienen negocios relacionados con emprendimientos turísticos en los destinos turísticos priorizados.
¿Qué bienes y/o servicios –específicos- recibirá dicho grupo poblacional?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Este producto busca potenciar la participación de los agentes de los destinos turísticos, entendidos como todos los actores que intervienen en su desarrollo, desarrollando las herramientas que les permitan contar con el contexto adecuado para generar una oferta turística competitiva. ▪ Para lograr esto, se enfoca el producto en cinco aspectos: <ul style="list-style-type: none"> i) Acondicionamiento, operación y mantenimiento de instalaciones turísticas públicas, ii) difusión de información orientada a promover la inversión pública y privada en el sector turismo, iii) formación profesional, especializada y laboral en turismo, iv) capacitación y asistencia técnica orientada a los agentes turísticos, iv) regulación y supervisión, y v) desarrollo de una cultura turística.
¿Cuál es la modalidad de entrega del producto a dicho grupo poblacional?	Asesoría y asistencia técnica, capacitación y formación.
¿Quién realiza la entrega del producto?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ MINCETUR. ▪ CENFOTUR. ▪ COPESCO. ▪ Gobiernos regionales. ▪ Gobiernos locales.
¿Dónde se entrega el producto?	En los destinos turísticos de Perú, instituciones educativas, medios de comunicación masivos, establecimientos de servicios turísticos.

3000665: Destinos turísticos con servicios de promoción de la oferta turística	
Unidad de medida: 014. Campaña	
¿Quién recibe el producto o sobre quien se interviene? –Grupo poblacional que recibe el producto.	Destinos turísticos.
¿Qué bienes y/o servicios –específicos- recibirá dicho grupo poblacional?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Publicidad en turismo interno y receptivo. ▪ Publicidad y promoción On Line (Internet). ▪ Alianzas estratégicas. ▪ Ferias nacionales e internacionales. ▪ Press Tour. ▪ Representantes en mercado. ▪ Workshops/Seminarios/Door To Door. ▪ Fam Trips. ▪ Estudios de investigación de mercados turísticos. ▪ Material promocional / Merchandising.
¿Cuál es la modalidad de entrega del producto a dicho grupo poblacional?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Publicidad, capacitaciones, representación, participación en ferias, suscripción de alianzas.
¿Quién realiza la entrega del producto?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ PROMPERÚ.
¿Dónde se entrega el producto?	En los destinos turísticos del Perú y mercados nacionales e internacionales emisores de turistas priorizados, medios de comunicación masivos, instituciones.

Actividades del Programa Presupuestal

Producto 3000644. Agentes de los destinos turísticos cuentan con servicios para desarrollar una oferta turística competitiva				
Actividad	Unidad de medida	Niveles de Gobierno que ejecutan		
		Nacional	Regional	Local
5005043. Capacitación y asistencia técnica para la aplicación de buenas prácticas en los prestadores de servicios turístico	086. Persona	X	X	X
5005044. Capacitación y asistencia técnica orientada al desarrollo y gestión de los destinos turísticos	086. Persona	X	X	X
5005045. Formación profesional turística	086. Persona	X		
5005046. Regulación y supervisión de los prestadores de servicios turísticos	065. Intervención	X	X	
5005047. Conservación y puesta en valor de los recursos turísticos	603. Recurso turístico	X		
5005048. Generación y difusión de información orientada a promover la inversión pública y privada en el sector turístico	046. Estudio	X	X	X
5005049. Campañas orientadas al desarrollo de una cultura turística	014. Campaña	X	X	X

Producto 3000665. Destinos turísticos con servicios de promoción de la oferta turística				
Actividad	Unidad de medida	Niveles de Gobierno que ejecutan		
		Nacional	Regional	Local
Actividad 5005050. Promoción interna de los destinos turísticos	014. Campaña	X		
Actividad 5005051. Promoción externa de los destinos turísticos	014. Campaña	X		