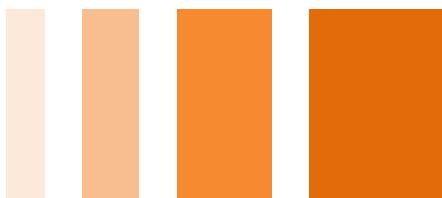


Programa presupuestal 0127

Mejora de la competitividad de los destinos
turísticos del Perú



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

28 Destinos turísticos:

Destino Cusco Ciudad (Cusco), Destino Machupicchu (Cusco), Destino Paracas – Nasca (Ica), Destino Choquequirao (Cusco - Apurimac), Destino Lago Titicaca (Puno), Destino Arequipa Ciudad (Arequipa), Destino Valle del Colca (Arequipa), Destino Tacna (Tacna), Destino Tarapoto - Alto Mayo (San Martín), Destino Ruta Moche (La Libertad), Destino Río Amazonas (Loreto), Destino Callao (Callao), Destino Manu (Madre de Dios), Destino Lima (Lima Metropolitana), Destino Wari-Quinua (Ayacucho), Destino Cordillera Blanca (Ancash), Destino Pucallpa – Yarinacocha (Ucayali), Destino Kuelap – Gocta (Amazonas), Destino Ruta Moche (Lambayeque), Destino Cajamarca (Cajamarca), Destino Playas del Norte (Tumbes), Destino Tingo María (Huanuco), Destino Selva Central (Junín), Destino Playas del Norte (Piura), Destino Tambopata (Madre de Dios), Destino Moquegua (Moquegua), Destino Huayhuash (Ancash), Destino Huancavelica (Huancavelica).

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 Políticas de Desarrollo Turístico
Email : dmaravi@mincetur.gob.pe
Teléfono : 513 6100 Anexo 1521

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 : Christian Mendoza Arana
Cargo : Director General de Investigación y Estudios sobre Turismo y Artesanía
Email : cmendoza@mincetur.gob.pe
Teléfono : 513-6100 Anexo 2165

Matriz lógica

Descripción	Indicadores	Medios de	Supuestos
Resultado específico			
Mejora de la competitividad de los destinos turísticos del Perú.	<ul style="list-style-type: none"> ■ Número de puestos escalados por Perú en el ranking de Travel & Tourism Competitiveness. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Reporte estadístico del World Economic Forum. 	<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			
3000664 Agentes de los destinos turísticos cuentan con servicios para desarrollar una oferta turística competitiva.	<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.

3000665 Destinos turísticos con servicios de promoción de la oferta turística.	<ul style="list-style-type: none"> ■ Tasa de crecimiento de llegadas de vacacionistas a destinos no convencionales. ■ Tasa de crecimiento de llegadas de turistas extranjeros en destinos no convencionales. ■ Nivel de recordación de las Campañas de Promoción 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. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Los agentes turísticos potencializan los servicios para ser más competitivos.
Actividades			
5005043 Capacitación y asistencia técnica para la aplicación de buenas prácticas en los prestadores de servicios turísticos.	<ul style="list-style-type: none"> ■ Persona. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Reporte de Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas (SABP). 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Predisposición de los agentes turísticos para capacitarse y recibir asistencia técnica.
5005044 Capacitación y asistencia técnica orientada al desarrollo y gestión de los destinos turísticos.	<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.
5005045 Formación profesional turística.	<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.
5005046 Regulación y supervisión de los prestadores de servicios turísticos.	<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.
5005047 Conservación y puesta en valor de los recursos turísticos.	<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.

5005048 Generación y difusión de información orientada a promover la inversión pública y privada en el sector turístico.	▪ Estudio.	▪ Reporte estadístico de MINCETUR y gobiernos subnacionales.	▪ Se dan las condiciones técnicas y políticas para promover la inversión pública y privada en turismo.
5005049 Campañas orientadas al desarrollo de una cultura turística.	▪ Campaña.	▪ Reporte estadístico de MINCETUR y gobiernos subnacionales.	▪ Predisposición de los agentes turísticos y de la población para promover la cultura turística.
5005050 Promoción interna de los destinos turísticos.	▪ Campaña.	▪ Reporte estadístico de PROMPERÚ.	▪ La tendencia de crecimiento en viajes por turismo se mantiene. ▪ Existe estabilidad económica, favorable para la actividad turística
5005051 Promoción externa de los destinos turísticos.	▪ Campaña.	▪ Reporte estadístico de PROMPERÚ.	▪ 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 siete aspectos:<ul style="list-style-type: none">i) Acondicionamiento, operación y mantenimiento de instalaciones turísticas públicas.ii) Buenas prácticas en los prestadores de servicios turísticos.iii) Difusión de información orientada a promover la inversión pública y privada en el sector turismoiv) Formación profesional, especializada y laboral en turismo.v) Capacitación y asistencia técnica orientada a los agentes turísticos.vi) Regulación y supervisión de prestadores de servicios turísticos.vii) Desarrollo de una cultura turística.vii) Desarrollo de cultura turística en la población, turistas internos y receptivos.
¿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?	<p>Servicios de promoción en mercados nacionales e internacionales principales, con el objetivo de posicionar los destinos turísticos priorizados, a través de las siguientes intervenciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Publicidad en turismo interno y receptivo. ▪ Publicidad y promoción On Line (Internet). ▪ Alianzas estratégicas con el sector privado y público para impulsar nuevos destinos. ▪ Ferias nacionales e internacionales. ▪ Desarrollo de Press Tour¹. ▪ Representantes en mercado². ▪ Workshops/Seminarios/Door To Door³. ▪ Fam Trips⁴. ▪ 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?	▪ 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.

¹ Promocionar los destinos turísticos del país a través de la prensa nacional y extranjera.

² Realizar acciones de promoción turística en mercados prioritarios de acuerdo a los lineamientos de PROMPERÚ.

³ Brindar información actualizada sobre el turismo peruano a operadores turísticos nacionales e internacionales a nivel de Turismo receptivo y Turismo interno.

⁴ Promocionar el destino Perú a tour operadores y agentes de viajes extranjeros.

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	X	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			