



Resolución Ministerial

N° 138 -2022-MINCETUR

Lima, 16 MAY 2022

Vistos, el Memorandum N° 468-2022-MINCETUR/MT del Viceministerio de Turismo; el Informe N° 0013-2022-MINCETUR/MT/DGET/DPDT-JSC y el Informe N° 0031-2022-MINCETUR/MT/DGET/DPDT-JSC de la Dirección de Productos y Destinos Turísticos; el informe N° 006-2022-MINCETUR/MT/DGET-OGP y el Informe N° 0007-2022-MINCETUR/MT/DGET-OGP de la Dirección General de Estrategia Turística del Viceministerio de Turismo; el Informe N° 021-2022 MINCETUR/SG/OGPPD-OCTIP; el Informe N° 073-2022-MINCETUR/SG/OGPPD-OPP; el Informe N° 0075-2022-MINCETUR/SG/OGPPD-OPP y el Informe N° 0088-2022-MINCETUR/SG/OGPPD-OPP de la Oficina de Planificación y Presupuesto; y el Informe N° 0018-2022-MINCETUR/SG/OGPPD/OR de la Oficina de Racionalización de la Oficina General de Planificación, Presupuesto y Desarrollo del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, y;

CONSIDERANDO:

Que, el artículo 2 de la Ley N° 27790, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), establece que el MINCETUR, 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;

Que, de conformidad con el artículo 4 de la referida ley, el MINCETUR tiene entre sus objetivos, en materia de turismo, promover el desarrollo de la actividad turística como un medio para contribuir al crecimiento económico y al desarrollo social del país, propiciando las condiciones más favorables para el desarrollo de la iniciativa privada y la generación de empleo; así como, promover el desarrollo de la actividad artesanal, a través del incremento de la productividad y competitividad de sus agentes, fortaleciendo su identidad y su acceso al mercado nacional y de exportación;

Que, el artículo 5 de la Ley N° 29408, Ley General de Turismo, establece que el MINCETUR como organismo rector, tiene entre sus funciones, el promover los planes y estrategias nacionales de promoción del turismo interno y receptivo;

Que, por su parte, el artículo 3 del Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, aprobado por Decreto Supremo N° 005-2002-MINCETUR y sus modificatorias, establece que el MINCETUR promueve, orienta y regula la actividad turística, con el fin de impulsar su desarrollo sostenible, incluyendo la promoción, orientación y regulación de la artesanía;

Que, conforme el artículo 55 del citado Reglamento de Organización y Funciones, es función del Viceministerio de Turismo, el formular, proponer, coordinar, ejecutar, supervisar y evaluar la política y estrategia de desarrollo de la actividad turística y artesanal; asimismo, fomentar el turismo y la artesanía en términos de eficiencia y competitividad, en coordinación con los sectores e instituciones vinculadas a su ámbito de competencia, cuando corresponda;



Que, asimismo, conforme al artículo 7, inciso b) del Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, el Despacho Ministerial tiene como función aprobar, dirigir y evaluar los planes y programas sectoriales de desarrollo y asignar los recursos necesarios para su ejecución, dentro de los límites de la asignación presupuestal;

Que, mediante la Ley N° 31103, se declara de interés nacional la reactivación económica, preservación y desarrollo sostenible del sector turismo, en el marco de la declaratoria de emergencia nacional por la Covid-19, en los tres (3) niveles de gobierno;

Que, el artículo 3 de la citada ley, establece que el MINCETUR, en coordinación con las entidades del Poder Ejecutivo competentes, los gobiernos regionales, los gobiernos locales, el sector privado y la sociedad civil, elabora y aprueba la Estrategia Nacional de Reactivación del Sector Turismo, con un horizonte mínimo de tres (3) años, y su implementación, se efectúa con cargo a los presupuestos institucionales de las entidades involucradas, sin demandar recursos adicionales al erario nacional;

Que, mediante la Resolución Viceministerial N° 0004-2021-MINCETUR/VMT se aprueba la "Estrategia Nacional de Reactivación del Sector Turismo 2021-2023", con el objeto de posicionar al Perú como un lugar de experiencias únicas sobre la base de su riqueza natural y cultural, fortaleciendo su reputación, teniendo como visión que el Perú sea reconocido a nivel mundial como un destino turístico sostenible, competitivo, de calidad y seguro;

Que, a pesar de la progresiva recuperación de la economía peruana, los operadores del sector turismo aún experimentan un lento restablecimiento de sus actividades, debido a que el Perú aún enfrenta una situación epidemiológica que lleva a las autoridades a mantener ciertas restricciones en las actividades económicas para prevenir y reducir la elevada mortalidad y letalidad ocasionada por la COVID-19;

Que, con la finalidad de promover la recuperación progresiva de las actividades del sector turismo, mediante los documentos de Visto, el Viceministerio de Turismo; propone la aprobación de la "Estrategia Nacional de Reactivación del Sector Turismo 2022 - 2025", la cual tiene como objetivo general promover la reactivación del sector turismo en el Perú, generando experiencias turísticas únicas y bioseguras sobre la base de su riqueza natural y cultura ancestral, con inclusión y sostenibilidad;

Que, para la elaboración de la referida Estrategia, se ha contado con la intervención de representantes de los gobiernos regionales, gobiernos locales, otras entidades públicas y gremios del sector turismo;

Que, en consecuencia, resulta necesario aprobar la "Estrategia Nacional de Reactivación del Sector Turismo 2022 - 2025", en cumplimiento de lo dispuesto por el artículo 3 de la Ley N° 31103, Ley que declara de interés nacional la reactivación del Sector Turismo y establece medidas para su desarrollo sostenible; quedando encargado el Viceministerio de Turismo, del seguimiento y supervisión de su cumplimiento;





Resolución Ministerial

De conformidad con la Ley N° 27990, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo; la Ley N° 29408, Ley General de Turismo; la Ley N° 31103, Ley que declara de interés nacional la reactivación del Sector Turismo y establece medidas para su desarrollo sostenible; y el Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, aprobado por Decreto Supremo N° 005-2002-MINCETUR y sus modificatorias;

SE RESUELVE:

Artículo 1.- Aprobar la "Estrategia Nacional de Reactivación del Sector Turismo 2022 - 2025", cuyo texto forma parte integrante de la presente Resolución.

Artículo 2.- La Dirección General de Estrategia Turística del Viceministerio de Turismo es la encargada de velar por el cumplimiento de la "Estrategia Nacional de Reactivación del Sector Turismo 2022 - 2025", que se aprueba por la presente Resolución.

Artículo 3.- Déjese sin efecto la Resolución Viceministerial N° 0004-2021-MINCETUR/MT.

Artículo 4.- Disponer la publicación de la presente Resolución Ministerial y de la "Estrategia Nacional de Reactivación del Sector Turismo 2022 - 2025" en el Portal Web Institucional del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (www.gob.pe/mincetur), en la misma fecha de publicación de la presente Resolución en el Diario Oficial "El Peruano".

Regístrese, comuníquese y publíquese.

ROBERTO SÁNCHEZ PALOMINO
Ministro de Comercio Exterior y Turismo





Estrategia Nacional

de Reactivación del Sector Turismo

2022 ~ 2025

**Estrategia Nacional de Reactivación del Sector Turismo
2022-2025**

Una publicación del Ministerio de Comercio Exterior y
Turismo del Perú (MINCETUR).
Calle Uno Oeste N° 50, Urb. Córpac,
San Isidro, Lima 27, Perú
Teléfono: (51-1) 513-6100

www.mincetur.gob.pe

© MINCETUR. Todos los derechos reservados.

Elaboración:

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú
(MINCETUR). Obra colectiva.

Edición, concepto, diseño y diagramación:

Grafitti.pe

Distribución gratuita. Prohibida su venta
Primera edición - Mayo 2022



Estrategia Nacional

de Reactivación del Sector Turismo 2022 - 2025

El objetivo de la estrategia es promover la reactivación del sector turismo en el Perú, generando experiencias turísticas únicas y bioseguras sobre la base de su riqueza natural y cultura ancestral, con inclusión y sostenibilidad.



PRESENTACIÓN

Para el Perú, el turismo ha contribuido hasta el año 2019, antes de la pandemia de la COVID-19, con el 3,9% del PBI nacional, generando casi 1 millón y medio de empleos de forma directa e indirecta. En ese sentido, el sector representó el tercer generador de divisas con un aporte significativo a la balanza de pagos en US\$ 4,703 millones.

La pandemia produjo una reducción del PBI turístico a casi la mitad, contrayendo también las divisas a US\$1,002 millones, -78.7% comparado con el 2019. En 2020, la llegada de turistas internacionales cayó respecto al 2019; adicionalmente, el flujo de viajes por turismo interno se redujo 70,4%.

En ese sentido, la actividad turística fue la más afectada de la economía nacional. Ante la urgente necesidad de intervención por parte del Estado, se promulgó la Ley N° 31103, "Ley que declara de interés nacional la reactivación del sector turismo y establece medidas para su desarrollo sostenible". En ese marco normativo se aprobó la "Estrategia Nacional de Reactivación del Sector Turismo 2021 – 2023".

Considerando la prórroga del Estado de Emergencia Nacional y las proyecciones de recuperación del turismo internacional y nacional, es necesario replantear la Estrategia y extender su horizonte al año 2025.

Este documento incorpora aportes de los representantes del sector público de las 25 regiones del país, así como de los gremios privados de turismo a nivel nacional, con el objetivo de fortalecer la articulación pública – privada, a fin de lograr una visión conjunta para la recuperación del sector.

Con la finalidad de desarrollar un enfoque territorial en la Estrategia, se visibilizan las nuevas tendencias del mercado, así como las necesidades prioritarias y recurrentes presentadas por el sector público y privado. Considera los cuatro pilares del PENTUR: a) demanda, b) oferta, c) facilitación turística, y, d) institucionalidad del sector; incorporando como base el fortalecimiento de la institucionalidad, la mejora de las condiciones del territorio, el fortalecimiento e impulso de la oferta de productos y experiencias turísticas en base a escenarios de reactivación y el fortalecimiento de la promoción y posicionamiento de la oferta turística a partir de atributos de calidad, sostenibilidad y bioseguridad.

La presente Estrategia será monitoreada de manera constante con revisiones y reportes anuales, evidenciando con ello los avances obtenidos, así como las oportunidades de mejora continua o ajustes mediatos para lograr las metas planteadas.

La reactivación económica en turismo es prioritaria y la Estrategia presenta acciones de alto impacto a todo nivel, con miras a lograr los estándares de competitividad y sostenibilidad que la actividad turística en el país necesita y merece.

Documento que refleja el involucramiento de todos aquellos que han sido parte de su formulación y que hoy se presenta como respuesta inmediata que suma esfuerzos colectivos para la transformación del sector, apostando por el cambio y la innovación de la actividad turística.

INDICE

PRESENTACIÓN.....5



CAPÍTULO 1: ANÁLISIS SITUACIONAL DEL TURISMO EN EL MARCO DE LA COVID-19 10

1.1. Antecedentes globales (internacional y nacional)..... 11

1.1.1. Antecedentes internacionales..... 11

1.1.2. Antecedentes nacionales..... 12

1.2. Impacto en el turismo (mundial y nacional)..... 17

1.2.1. Impacto en el turismo mundial..... 17

1.2.2. Impacto en el turismo nacional 20

1.3. Políticas nacionales en materia ambiental 43

1.4. Análisis comparativo del impacto de la Covid-19 por países y regiones del Perú.....44



CAPÍTULO 2: PERFIL DEL VACACIONISTA Y TENDENCIAS DEL MERCADO TURÍSTICO 68

2.1. Perfil del vacacionista nacional postpandemia 69

2.2. Perfil del potencial turista extranjero postpandemia 72

2.2.1. Principales características del potencial turista extranjero que visitará Perú 72

2.2.2. El perfil del potencial vacacionista estadounidense postpandemia..... 72

2.3. Análisis de los mercados potenciales provenientes de Latinoamérica 73

2.4. Análisis de los mercados potenciales provenientes de los países de larga distancia 74

2.5. Tendencias del mercado turístico..... 75

2.5.1. Mercado turístico nacional 75

2.5.2. Mercado turístico internacional 76



CAPÍTULO 3: MODELO DE GESTIÓN TURÍSTICA 78

3.1. Modelo propuesto 79

3.2. Sistema de gestión de destinos 81

3.3. Espacios territoriales 82

3.4. Destinos turísticos nacionales y zonas de desarrollo turístico priorizados..... 83



CAPÍTULO 4: OBJETIVOS PARA LA REACTIVACIÓN DEL TURISMO 92

4.1. Objetivo de la Estrategia..... 93

4.2. Objetivos específicos 93

4.3. Líneas de Acción para cada objetivo específico 93

4.4. Alineamiento a la Política General de Gobierno 95

4.5. Matriz de Consistencia 99



CAPÍTULO 5: LÍNEAS DE ACCIÓN PARA CADA UNA DE LAS ESTRATEGIAS 111

5.1. **Objetivo Específico 1:** FORTALECER LA GOBERNANZA Y GESTIÓN
TURÍSTICA EN LOS DESTINOS 113

5.1.1. **Línea de acción 1:** GESTIONAR PRESUPUESTO PARA LA
IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA NACIONAL DE
REACTIVACIÓN DEL SECTOR TURISMO 2022-2025..... 113

5.1.2. **Línea de acción 2:** MEJORAR LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN
PARA EL TURISMO Y LA ARTESANÍA..... 121

5.1.3. **Línea de acción 3:** FORTALECER EL LIDERAZGO DEL PERÚ EN
ESPACIOS INTERNACIONALES PARA EL FOMENTO DE LA AGENDA
DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL DEL SECTOR TURISMO 123

- 5.1.4. **Línea de acción 4:** PROMOVER LA GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN TURÍSTICA SEGÚN CRITERIOS DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL 127
 - 5.1.5. **Línea de acción 5:** FOMENTAR LA COMPLEMENTACIÓN ACADÉMICA DE LA OFERTA FORMATIVA EN TURISMO 134
 - 5.1.6. **Línea de Acción 6:** PROMOVER LA GENERACIÓN DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS 136
 - 5.1.7. **Línea de acción 7:** DESARROLLAR COMPETENCIAS PARA LA GESTIÓN EN TURISMO DE LOS ACTORES PRIVADOS..... 137
 - 5.1.8. **Línea de Acción 8:** GENERAR ESPACIOS DE COORDINACIÓN Y GOBERNANZA ENTRE PÚBLICOS Y PRIVADOS 138
- 5.2. **Objetivo Específico 2:** MEJORAR LAS CONDICIONES DEL TERRITORIO Y LA FACILITACIÓN DEL TURISMO EN LOS DESTINOS..... 141
 - 5.2.1. **Línea de acción 1:** PROMOVER LA ARTICULACIÓN INTERSECTORIAL CON LAS REGIONES..... 141
 - 5.2.2. **Línea de acción 2:** MEJORAR LAS CONDICIONES DE BIOSEGURIDAD EN LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS 142
 - 5.2.3. **Línea de acción 3:** PROMOVER INCENTIVOS FISCALES Y LABORALES PARA PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS POR PANDEMIA 146
 - 5.2.4. **Línea de acción 4:** PROMOVER LA REDUCCIÓN DE LA INFORMALIDAD EN EL SECTOR 147
 - 5.2.5. **Línea de acción 5:** PROMOVER LA OPTIMIZACIÓN DE LAS CONDICIONES PARA EL TRÁNSITO DE PASAJEROS A TRAVÉS DE FRONTERAS TERRESTRES, MARÍTIMAS Y AÉREAS, QUE CONTRIBUYAN CON EL INCREMENTO DE VISITANTES 150
 - 5.2.6. **Línea de acción 6:** PROMOVER LA MEJORA DE LAS CONDICIONES PARA LA CONECTIVIDAD EN EL TRANSPORTE AÉREO, TERRESTRE Y ACUÁTICO 159
 - 5.2.7. **Línea de acción 7:** FORTALECER LA CULTURA TURÍSTICA 166
 - 5.2.8. **Línea de acción 8:** FORTALECER LA SEGURIDAD TURÍSTICA EN LOS DESTINOS EN ARTICULACIÓN CON ALIADOS ESTRATÉGICOS..... 167
- 5.3. **Objetivo Específico 3:** FORTALECER E IMPULSAR LA OFERTA DE PRODUCTOS Y EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN BASE A LOS ESCENARIOS DE REACTIVACIÓN 169

5.3.1. Línea de acción 1: IMPULSAR LA TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA EN LA CADENA DE VALOR DEL TURISMO	169
5.3.2. Línea de acción 2: FORTALECER LA REGULACIÓN, LA CALIDAD Y LA BIOSEGURIDAD DE LOS DESTINOS	174
5.3.3. Línea de acción 3: IMPULSAR EL INCREMENTO DEL GASTO PÚBLICO EN TURISMO	182
5.3.4. Línea de acción 4: FOMENTAR LA INTERVENCIÓN PRIVADA EN TURISMO	199
5.3.5. Línea de acción 5: GENERAR MEDIDAS DE APOYO DIRECTO AL EMPREENDEDOR	201
5.3.6. Línea de acción 6: FOMENTAR ACCIONES DE TURISMO SOCIAL	207
5.3.7. Línea de acción 7: PROMOVER EL DESARROLLO ARTESANAL	209
5.3.8. Línea de acción 8: IMPULSAR LA ARTICULACIÓN COMERCIAL DE LA ARTESANÍA	209
5.3.9. Línea de acción 9: PROMOVER EL DESARROLLO DE TURISMO ESPECIALIZADO	210
5.4. Objetivo Específico 4: FORTALECER LA PROMOCIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LA OFERTA TURÍSTICA A PARTIR DE ATRIBUTOS DE CALIDAD, SOSTENIBILIDAD Y BIOSEGURIDAD	223
5.4.1. Línea de acción 1: MEJORAR EL POSICIONAMIENTO DEL DESTINO PAÍS	223
5.4.2. Línea de acción 2: FORTALECER LA PROMOCIÓN DE TURISMO INTERNO	233
5.4.3. Línea de acción 3: FORTALECER LA PROMOCIÓN DE TURISMO RECEPTIVO	239



CAPÍTULO 6: ANEXOS..... 245

6.1. Indicadores.....	246
6.2. Zonas de Desarrollo Turístico como ampliación de la Oferta Turística Nacional ...	248
6.3. Mancomunidades	262
6.4. Glosario de Términos	264
6.5. Fuentes de Información	273



Capítulo 1

Análisis situacional del turismo en el marco de la COVID-19

1. Análisis situacional del turismo en el marco de la COVID-19



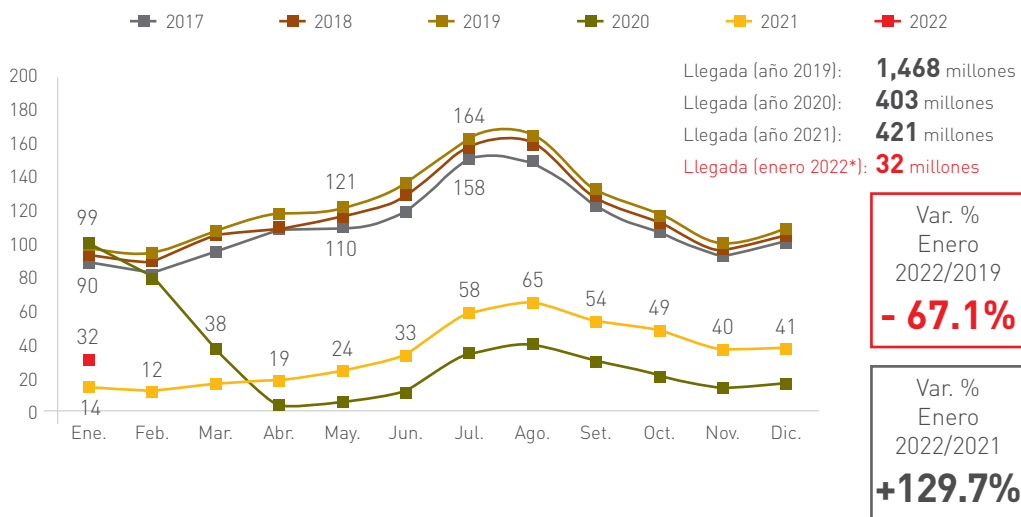
1.1. Antecedentes globales (internacional y nacional)

1.1.1. Antecedentes internacionales

La pandemia de la COVID-19 representa una crisis sanitaria sin precedentes para el mundo y en particular para la industria turística y de viajes como los sectores más afectados. En el año 2019, según las cifras de la Organización Mundial del Turismo (OMT), se registraron 1 468 millones de llegadas de turistas internacionales en el mundo, lo que consolidaba un aumento de 4% con respecto al año 2018 y representaba un incremento sostenido de una década para el sector.

En el año 2019, el turismo se ubicaba como el tercer generador mundial de divisas a escala global. Sin embargo, la aparición de la COVID-19 y la caída en los arribos de turistas 2021/2019 que fue de 71,3%, afectaron notablemente la captación de divisas. En enero de 2022 las llegadas continuaron por debajo de los niveles del 2019, con una variación de -67,1%.

MUNDO: LLEGADA MENSUAL DE TURISTAS INTERNACIONALES, ENE.2017- ENE. 2022* (MILLONES)



(*) Información preliminar, disponible al momento de la publicación.
Fuente: BARÓMETRO TURISMO MUNDIAL – OMT [marzo 2022].
Elaboración: MINCETUR/VMT/DGIETA-DIAITA.

MUNDO: LLEGADA DE TURISTAS INTERNACIONALES, 2016 – ENERO 2022
(VARIACIÓN %)

	2016	2017	2018	2019	2020	2021		2022	
						Var % 21/20	Var % 21/19	Var % 22/21	Var % 22/19
Mundo	3,4%	7,2%	5,5%	3,8%	-72,6%	4,6%	-71,3%	129,7%	-67,1%
Europa	1,6%	8,9%	5,8%	4,2%	-68,2%	18,6%	-62,3%	199,3%	-53,3%
Asia y el Pacífico	7,7%	6,0%	6,7%	4,0%	-83,5%	-64,7%	-94,2%	43,6%	-93,0%
América	3,7%	4,7%	2,4%	1,5%	-68,1%	17,7%	-62,4%	97,4%	-52,5%
África	8,0%	8,2%	6,3%	2,0%	-76,2%	13,9%	-72,9%	51,3%	-68,9%
Oriente Medio	-2,5%	3,1%	5,0%	6,5%	-72,8%	-8,3%	-75,1%	89,3%	-63,0%

[*]: Datos provisionales.
Fuente: Datos recopilados por la OMT, actualizado a marzo 2022.
Elaboración: MINCETUR/VMT/DGIETA-DIAITA.

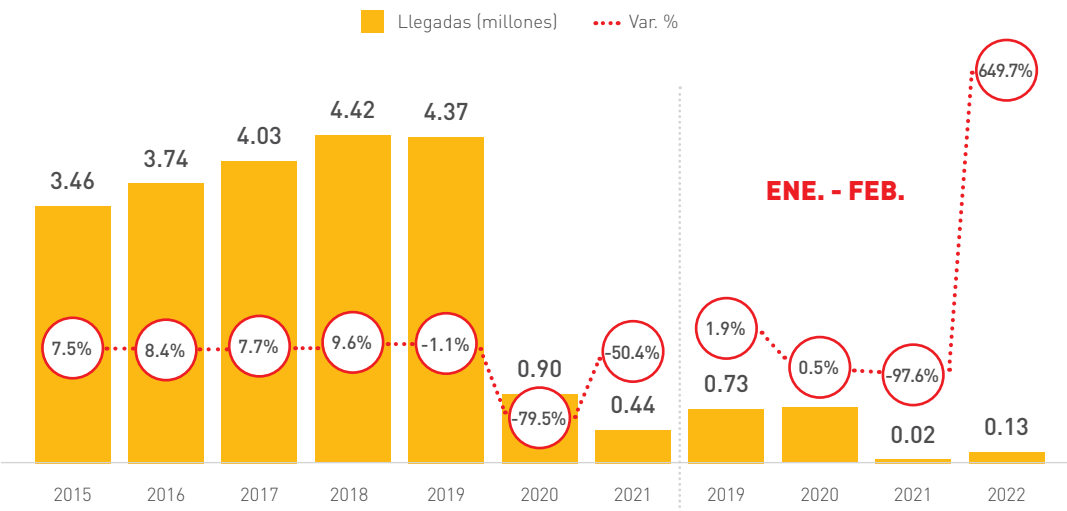
1.1.2. Antecedentes nacionales

En el Perú, de manera previa a la pandemia de la COVID-19 (2019), el turismo aportó el 3,9% del PBI nacional y generó empleo a casi 1 millón y medio de personas de manera directa e indirecta. En el sector externo, el turismo se consolidaba como el tercer generador de divisas contribuyendo de manera significativa con la balanza de pagos del país.

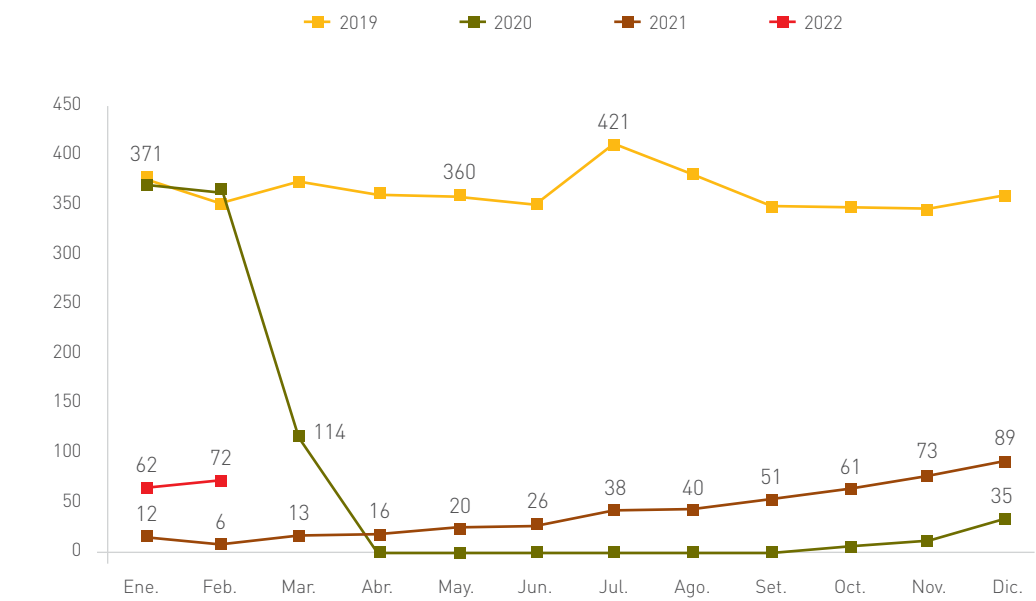
Turismo receptivo

Entre los años 2015 y 2019, la llegada de turistas internacionales registró un crecimiento acumulado de 26,5%. En el año 2019, el Perú recibió un total de 4 371 787 turistas internacionales, a través del Aeropuerto Internacional Jorge Chávez (60,4%), la Oficina de Control Migratorio del Complejo Fronterizo Santa Rosa-Tacna (21,7%), el CEBAF – Tumbes (7,5%), PCF Desaguadero – Puno (3,7%), PCF Kasani – Puno (1,4%) y PCF Iñapari – Madre de Dios (0,5%), entre otros puestos de control migratorio.

PERÚ: LLEGADA DE TURISTAS INTERNACIONALES, 2015 - FEB. 2022



PERÚ: LLEGADA MENSUAL DE TURISTAS INTERNACIONALES, ENE.2019 - FEB.2022 (MILES)



Fuente: Superintendencia Nacional de Migraciones.
Elaboración: MINCETUR/VMT/DGIETA-DIAITA.

En el 2019, los principales países emisores de turistas internacionales al Perú fueron: Chile (27,4% de participación y un flujo de 1,2 millones), Estados Unidos (15%), Ecuador (7,8% y un flujo de 339 mil), Colombia (5,1%) y Argentina (4,9%).

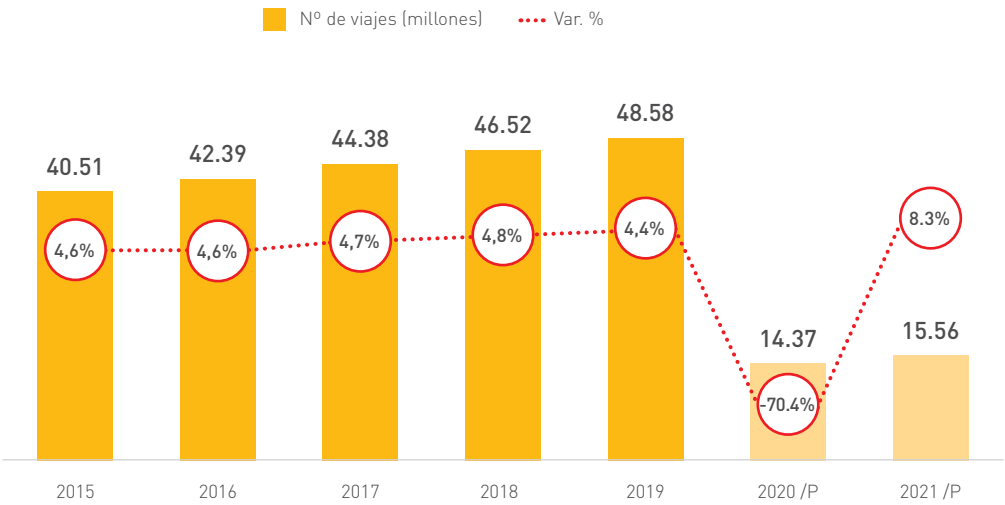
En el mismo año el ingreso de divisas por turismo receptivo totalizó US\$ 4 703 millones (+4,4% variación), lo que convirtió al turismo en la tercera actividad, después de la minería y la agroexportación en generar más divisas al país.

Turismo interno

En los últimos cinco años antes de la pandemia (2015 -2019), el flujo de viajes por turismo interno registró un crecimiento acumulado de 19,9%.

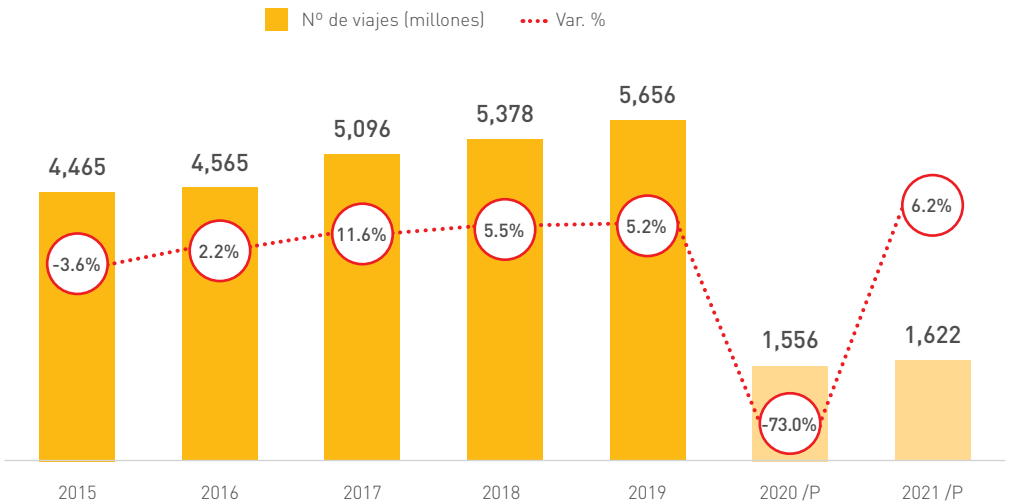
En el año 2019, el flujo de viajes por turismo interno alcanzó los 48,6 millones de viajes (+4,4% respecto al año anterior). Como resultado, el ingreso económico del turismo interno totalizó US\$ 5 656 millones, lo que significó un incremento de 5,2% en comparación al monto registrado durante el 2018.

PERÚ: FLUJO DE VIAJES POR TURISMO INTERNO, 2015 - 2021



Fuente: Encuesta Nacional de Viajes de los Residentes (ENVIR).
Elaboración: MINCETUR/VMT/DGIETA-DIAITA.

PERÚ: INGRESO POR EL FLUJO DE VIAJES POR TURISMO INTERNO, 2015 - 2021 (US\$ MILLONES)



Fuente: Encuesta Nacional de Viajes de los Residentes (ENVIR).
Elaboración: MINCETUR/VMT/DGIETA-DIAITA.

Empleo Turístico

El empleo turístico (directo e indirecto) registró un incremento acumulado de 16% durante el periodo 2015-2019. En el año 2019, el turismo generó empleo a 1,5 millones de personas, representado el 8,5% de la Población Económicamente Activa (PEA) ocupada del Perú.

PERÚ: EMPLEO TURÍSTICO DIRECTO E INDIRECTO (MILES)

Rubro	2015	2016	2017	2018 P/	2019 E/	2020 E/
PEA ocupada del Perú	15,919	16,197	16,511	16,777	17,133	14,902
Empleo turístico total	1,257	1,285	1,325	1,383	1,457	697
Empleo directo	630	649	675	700	726	354
Empleo indirecto	626	636	650	683	731	343
Porcentaje del empleo turístico total respecto a la PEA ocupada del Perú	7.9%	7.9%	8.0%	8.2%	8.5%	4.7%

Nota: Las diferencias en totales que pudieran presentarse se deben a redondeos de cifras.
P/ Preliminar - E/ Estimado.
Fuente: MINCETUR - Cuentas Satélite de Turismo (CST).

Lima

Complejo arqueológico de Caral





1.2. Impacto en el turismo (mundial y nacional)

1.2.1. Impacto en el turismo mundial

La pandemia de la COVID-19 ha desencadenado un impacto negativo sin precedentes en el turismo mundial al registrarse una caída de 73% en la llegada de turistas internacionales en el año 2020 y la pérdida de más de 100 millones de empleos en el sector turismo.

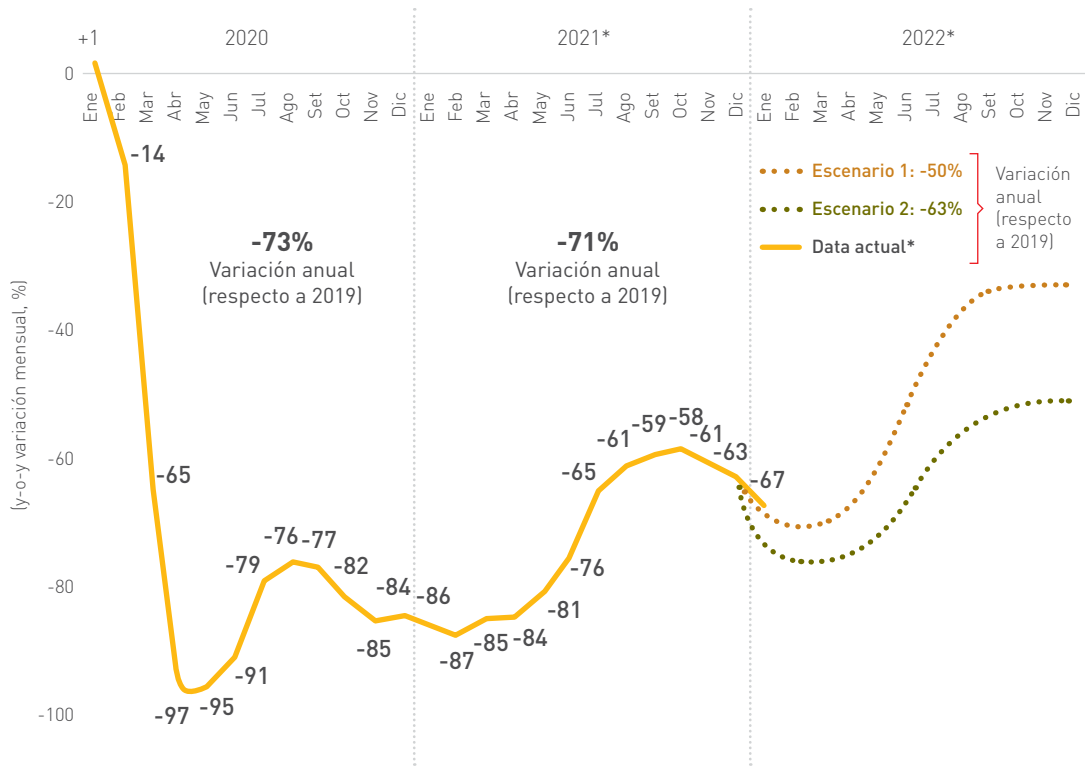
Para el 2021, los avances en torno a la vacuna contra la COVID-19 y las perspectivas de recuperación económica implicaron una menor aversión al riesgo lo que ha impulsado un relativo dinamismo en los mercados emisores de turistas internacionales. En este contexto, a medida que los países volvieron a relajar sus restricciones para la temporada de verano del hemisferio norte, los destinos con cierre total de la frontera registraron un mejor desempeño, regresando a sus niveles normales en octubre, noviembre y diciembre.

Según la OMT (Barómetro del Turismo Mundial, marzo 2022), en el año 2021, el turismo mundial registró un incremento del 4,6% respecto al 2020; pero un 71,3% menos que las llegadas de turistas internacionales del 2019.

Asimismo, en enero del 2022, el arribo de turistas creció más del doble (+129,7%) respecto a enero de 2021 (+18 millones); no obstante, continúa siendo inferior a los niveles prepandemia, con una caída de 67,1% (-65 millones). A pesar de los sólidos resultados, el ritmo de recuperación en enero se vio afectado por la variante Ómicron y el restablecimiento de restricciones de viaje en varios destinos.

De acuerdo con el comportamiento que ha venido mostrando el turismo a raíz de la COVID-19, la OMT ha planteado dos escenarios para el 2022, señalando que las llegadas de turistas internacionales podrían crecer entre un 30% y 78% respecto al 2021. Pese a ello, son cifras que aún se hallan entre 50% y 63% por debajo de las cantidades reportadas en el 2019.

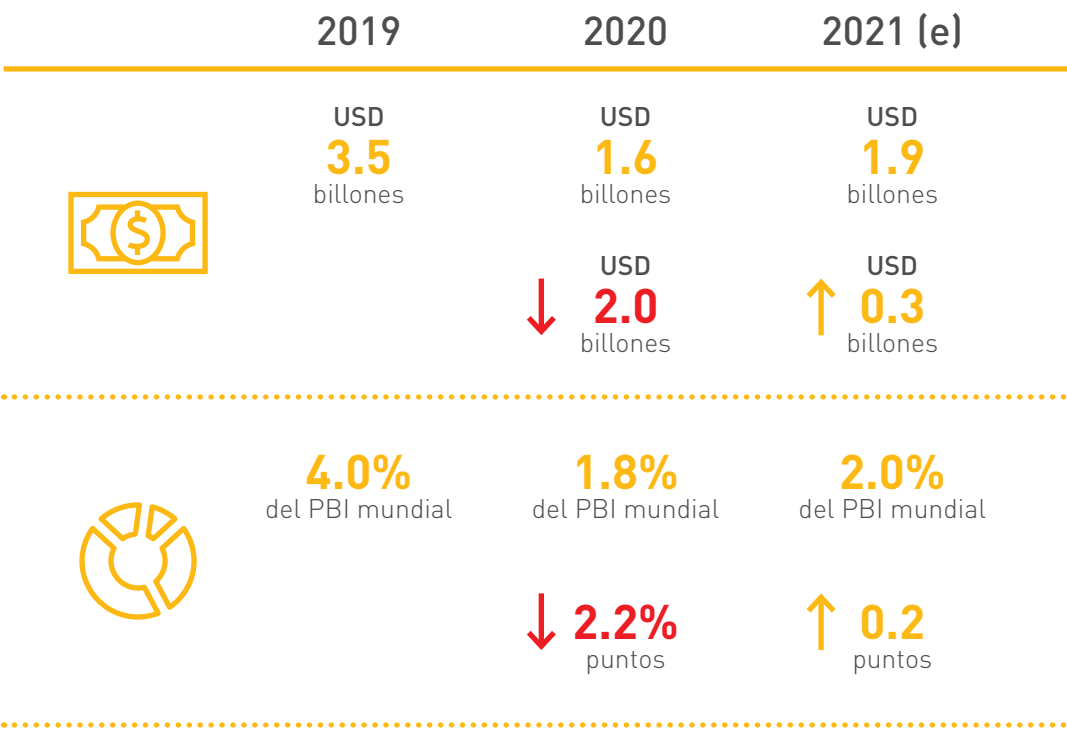
MUNDO: LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES Y ESCENARIOS PARA 2022
(VARIACIÓN INTERANUAL MENSUAL CON RESPECTO A 2019, %)



Fuente: Barómetro Turismo Mundial – OMT (marzo 2022).

De otro lado, la contribución económica del turismo global (medida en producto bruto interno directo del turismo) para el año 2021 se estima en 1,9 billones de dólares, por encima de los 1,6 billones de dólares de 2020, pero todavía no consigue superar el valor de 3,5 billones de dólares anterior a la pandemia. Por otra parte, el PBI directo del turismo habría aumentado moderadamente su aporte al PBI mundial a 2%, frente al 1,8% registrado en el 2020.

MUNDO: PRODUCTO BRUTO INTERNO DIRECTO TURÍSTICO



Fuente: The Economic Contribution of Tourism and the Impact of Covid – OMT.
Elaboración: MINCETUR/VMT/DGIETA-DIAITA.



1.2.2. Impacto en el turismo nacional

Luego de registrar una de las mayores contracciones del PBI (-11%), debido a la implementación de una de las medidas más estrictas de confinamiento social en el mundo, la economía peruana se ha recuperado a un ritmo mayor al esperado en el año 2021 (+13%) y los indicadores muestran similar evolución en los meses de octubre, noviembre y diciembre, observándose, en particular, una gradual recuperación en la llegada de turistas internacionales al país.

En octubre de 2020 se inició la reactivación progresiva de los vuelos internacionales. Sin embargo, hasta la fecha el ingreso de turistas internacionales es registrado únicamente por el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez (AIJCH).

Asimismo, de acuerdo con la información proporcionada por la Superintendencia Nacional de Migraciones, durante el 2020 la llegada de turistas internacionales se contrajo 79,5%, es decir 3,5 millones menos que el año 2019, totalizando 897 mil turistas.

Para el mismo periodo, la llegada de turistas internacionales se registró mayormente desde: Chile (32,2% de participación; -75,9% variación) principal emisor de turistas, seguido de Estados Unidos (14,2% de participación; -80,6% variación), Ecuador (7,4% de participación; -80,4% variación) y Bolivia (5,8% participación; -72,2% variación).

En ese contexto, durante el 2020, el turismo fue el más afectado de todos los grandes sectores económicos, reduciendo su aporte a 1,5% del PBI nacional.

En el año 2021, la llegada de turistas internacionales alcanzó los 444 mil, lo que significó una contracción de 50,4% respecto al 2020 y una disminución 89,8% respecto al 2019. Dicha cifra alcanzada representa el 49,6% de la registrada en el año 2020.

Antes de la pandemia, a nivel de mercados emisores, las llegadas de turistas residentes de Chile, Estados Unidos, Ecuador, Argentina y Colombia concentraban más del 50% del total. Asimismo, el arribo de turistas chilenos al país mostraba la mayor participación (más del 25%), seguido de turistas estadounidenses (más del 15%). Frente al cierre de las fronteras terrestres, Estados Unidos se ubicó como el principal emisor de turistas al Perú. En el 2021, este país registró 177 mil turistas, con un 39,8% de participación, continuando Colombia (9,2%), Chile (8,3%), España (7,4%) y México (5,5%).

En la actualidad, durante el primer bimestre del 2022, la llegada de turistas internacionales alcanzó 134 mil, 6 veces más de lo reportado en el mismo periodo del año anterior, pero aún muestra una disminución de 81,6% respecto al 2019. Los principales mercados emisores son Estados Unidos, Chile, Colombia, España, que representan el 58,2% de las llegadas totales.

Asimismo, a raíz de las flexibilidades de restricciones, en febrero del 2022 se reanudó la apertura de las fronteras terrestres, lo cual representó 5 770 turistas internacionales más (4,3% del total).

PERÚ: LLEGADA DE TURISTAS INTERNACIONALES, 2019 – ENERO-FEBRERO 2022

País de residencia	Año			Var. % 21/19	Var. % 21/20	Part. % 2021
	2019	2020	2021			
Total	4,371,787	896,523	444,331	-89.8%	-50.4%	
EE.UU.	656,991	127,555	177,000	-73.1%	38.8%	39.8%
Chile	1,196,234	288,397	36,744	-96.9%	-87.3%	8.3%
Colombia	223,943	48,950	40,952	-81.7%	-16.3%	9.2%
España	158,118	28,497	32,855	-79.2%	15.3%	7.4%
Argentina	214,608	45,092	14,049	-93.5%	-68.8%	3.2%
Ecuador	339,486	66,547	9,869	-97.1%	-85.2%	2.2%
Brasil	193,898	34,446	10,542	-94.6%	-69.4%	2.4%
México	128,829	22,592	24,290	-81.1%	7.5%	5.5%
Francia	108,873	16,350	12,909	-88.1%	-21.0%	2.9%
Alemania	86,307	17,779	9,146	-89.4%	-48.6%	2.1%
Italia	73,261	11,336	10,951	-85.1%	-3.4%	2.5%
Canadá	94,475	19,383	7,872	-91.7%	-59.4%	1.8%
Bolivia	188,642	52,445	4,340	-97.7%	-91.7%	1.0%
Reino Unido	71,322	11,682	2,782	-96.1%	-76.2%	0.6%
Países Bajos (Holanda)	36,526	5,734	3,272	-91.0%	-42.9%	0.7%
Resto Mundo	600,274	99,738	46,758	-92.2%	-53.1%	10.5%

País de residencia	Enero - Febrero				Var. % 22/19	Var. % 22/21	Part. % 2022
	2019	2020	2021	2022 P/			
Total	727,804	731,135	17,857	133,875	-81.6%	649.7%	
EE.UU.	83,273	89,585	6,367	41,962	-49.6%	559.1%	31.3%
Chile	253,435	252,384	3,930	16,560	-93.5%	321.4%	12.4%
Colombia	39,277	37,966	1,697	10,134	-74.2%	497.2%	7.6%
España	21,942	22,952	386	9,309	-57.6%	2311.7%	7.0%
Argentina	41,300	37,517	1,845	6,850	-83.4%	271.3%	5.1%
Ecuador	46,199	55,341	295	5,253	-88.6%	1680.7%	3.9%
Brasil	25,319	27,478	556	4,859	-80.8%	773.9%	3.6%
México	13,727	16,458	623	4,142	-69.8%	564.8%	3.1%
Francia	13,056	13,222	130	4,067	-68.8%	3028.5%	3.0%
Alemania	13,364	13,980	134	3,513	-73.7%	2521.6%	2.6%
Italia	9,341	9,846	189	3,355	-64.1%	1675.1%	2.5%
Canadá	14,224	15,246	291	3,104	-78.2%	966.7%	2.3%
Bolivia	35,896	45,070	159	2,294	-93.6%	1342.8%	1.7%
Reino Unido	7,297	8,495	60	1,825	-75.0%	2941.7%	1.4%
Países Bajos (Holanda)	4,731	4,513	48	1,519	-67.9%	3064.6%	1.1%
Resto Mundo	105,423	81,082	1,147	15,129	-85.6%	1219.0%	11.3%

Total: turistas internacionales = turistas extranjeros + turistas peruanos residentes en el exterior
Fuente: Superintendencia Nacional de Migraciones.
Elaboración: MINCETUR/VMT/DGIETA-DIAITA.

Teniendo en consideración el comportamiento de las llegadas de turistas internacionales durante la pandemia, las mejoras de las condiciones sanitarias y la apertura de fronteras, el MINCETUR plantea dos escenarios para el año 2022, señalando que las llegadas al Perú podrían incrementarse entre 111% y 138% con respecto al año 2021, aunque no superaría los niveles del 2019 (entre un -79% y un -76%).

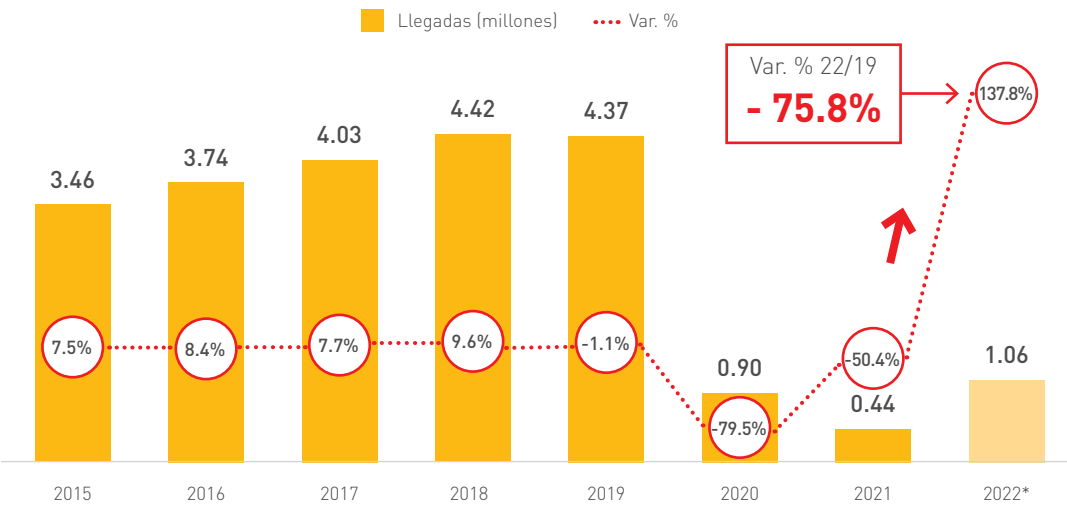
PERÚ: LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES 2019 – 2021 Y ESCENARIOS PARA EL AÑO 2022 (VARIACIÓN INTERANUAL CON RESPECTO A 2019 Y 2021, %)

				Escenario 1 (*)	Escenario 2 (*)
Llegada de Turistas Internacionales (en millones)	2019	2020	2021 P/	2022 P/	2022 P/
Mundo	1,468.00	403.00	421.00	738.70	547.30
América	219.30	70.00	82.40	-	-
Perú	4.37	0.90	0.44	1.06	0.94

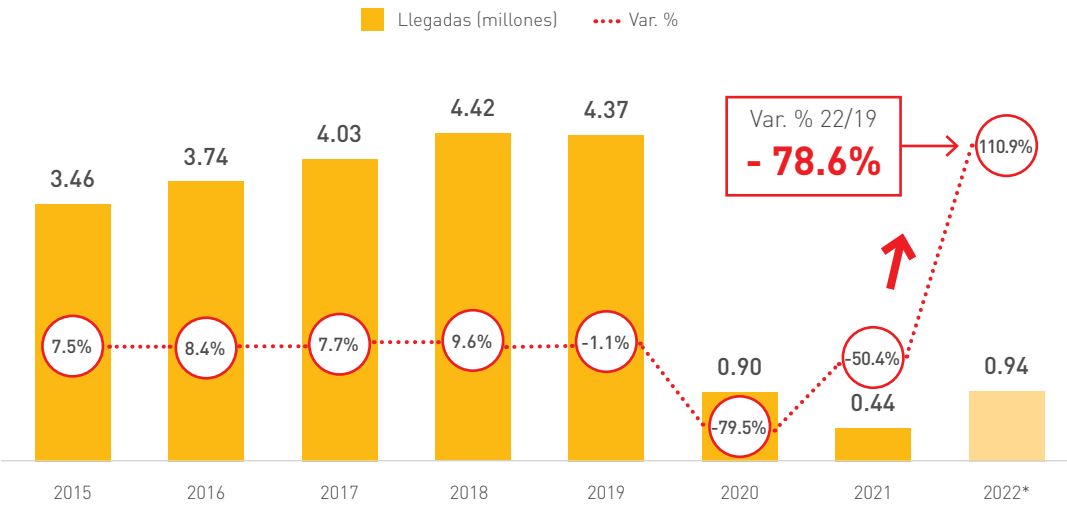
			Escenario 1 (*)		Escenario 2 (*)	
Llegada de Turistas Internacionales (en millones)	21/19	21/20	22/19	22/21	22/19	22/21
Mundo	-71.3%	4.5%	-50%	78%	-63%	30%
América	-62.4%	17.7%				
Perú	-89.8%	-50.4%	-76%	138%	-79%	111%

(*) Información preliminar. Fuente: Barómetro Turismo Mundial, marzo 2022 – OMT
Elaboración: MINCETUR/VMT/DGIETA-DIAITA

PERÚ: LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES 2020 - 2021 Y
ESCENARIO 1 PARA 2022



PERÚ: LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES 2020 - 2021 Y
ESCENARIO 2 PARA 2022

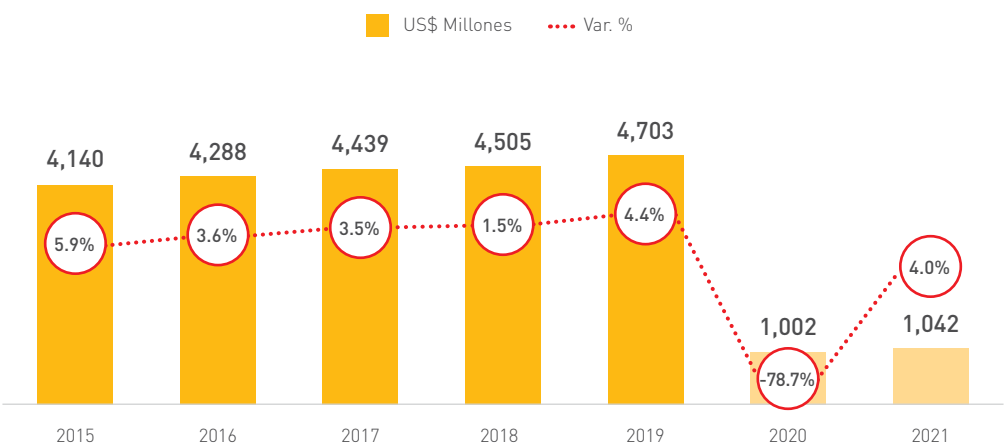


(*) Proyección preliminar
Fuente: Superintendencia Nacional de Migraciones.
Elaboración: MINCETUR/VMT/DGIETA-DIAITA.

En términos de divisas, en el año 2020 el sector turismo redujo su aporte a US\$ 1 002 millones [-78,7%].

En el 2021, según las cifras del Banco Central de Reserva del Perú (BCRP), el ingreso de divisas alcanzó los US\$ 1 042 millones, lo que representa un incremento de 4,0% respecto al año anterior y una disminución de 77,8% comparado con el 2019.

PERÚ: INGRESO DE DIVISAS GENERADO POR TURISMO RECEPTIVO



Fuente: BCRP - Nota Semanal N° 07 (17 de febrero de 2022).
Elaboración: MINCETUR/VMT/DGIETA-DIAITA.

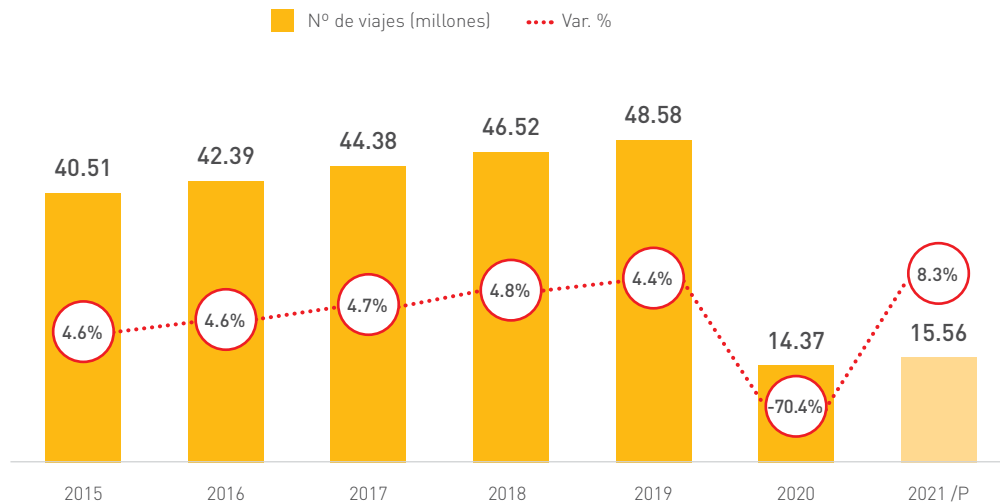
En relación al turismo interno, en el año 2020, se registró un flujo de viajes de 14,4 millones, lo que significó una reducción de 70,4% respecto al 2019, generando un movimiento económico de US\$ 1 528 millones [-73%].

Durante el 2021, se produjo una ligera recuperación en los flujos de viajes por la flexibilización de la cuarentena, los avances del proceso de vacunación y los feriados largos, que se sumaron al aumento de la liquidez y recuperación del gasto público sobre todo en los últimos meses. El flujo de viajes por turismo interno habría alcanzado los 15,6 millones.

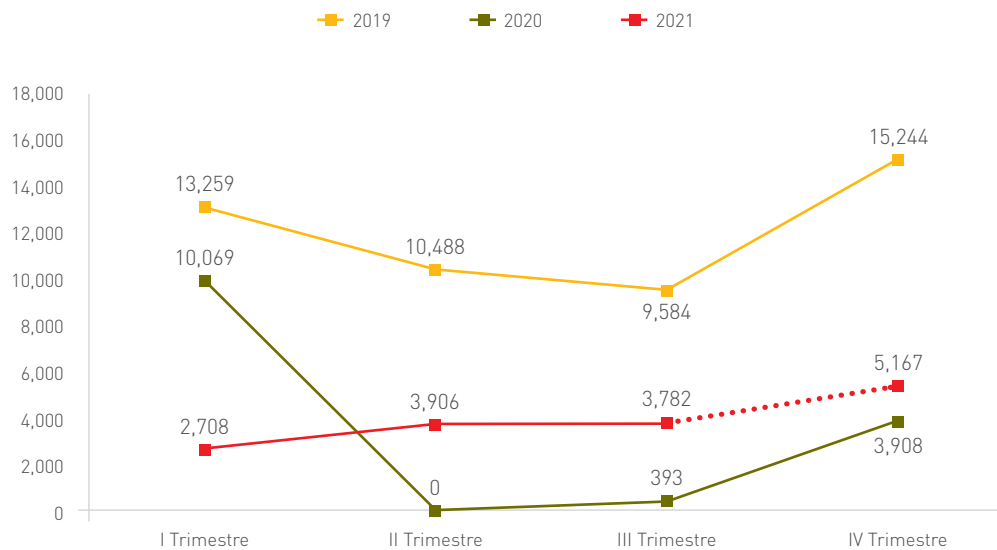
Arequipa
Monasterio de Santa Catalina



PERÚ: FLUJO DE VIAJES POR TURISMO INTERNO, 2015 - 2021



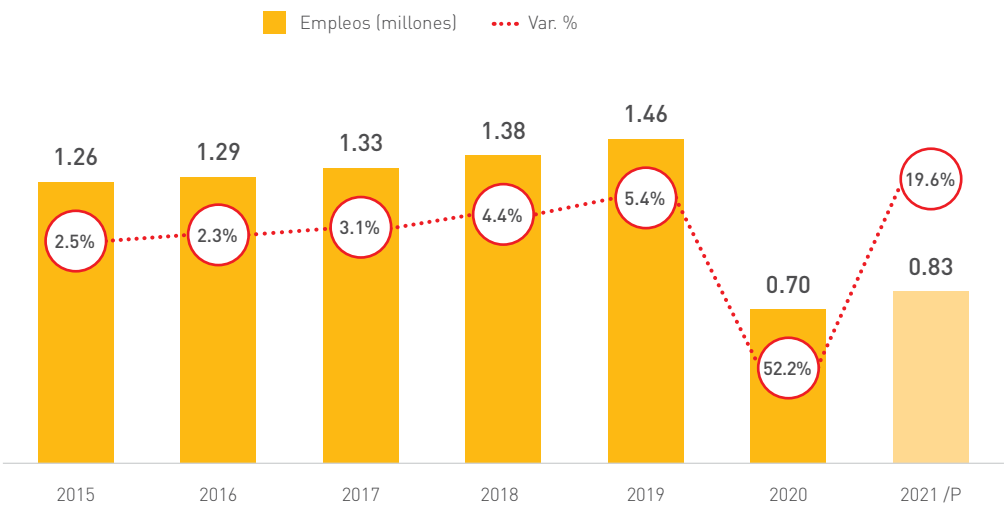
PERÚ: FLUJO TRIMESTRAL DE VIAJES POR TURISMO INTERNO, I TRIM 2019 – IV TRIM 2021 (MILES)



Fuente: Encuesta Nacional de Viajes de los Residentes (ENVIR).
Elaboración: MINCETUR/VMT/DGIETA-DEPTA

Otro indicador que se vio afectado por la crisis sanitaria de la COVID-19 fue el empleo turístico. Así, durante el año 2020, solo se logró generar 697 mil empleos (directos e indirectos), lo que significó una disminución de 52,2% en comparación al año 2019. En el 2021, la actividad turística habría generado 834 mil empleos, todavía inferior al volumen alcanzado en periodos anteriores a la pandemia.

PERÚ: EMPLEO TURÍSTICO



Empleo turístico = Directo + Indirecto.
Elaboración: MINCETUR/MT/DGIETA-DEPTA

Impacto de la pandemia de la COVID-19 en las actividades turísticas

Como se ha podido comprobar previamente, el turismo constituye un pilar fundamental y un importante generador de ingresos para el crecimiento y desarrollo de la economía peruana; coadyuva a la reducción de la pobreza y posee efectos no cuantificables como la imagen país, la cultura y el atractivo para futuras inversiones.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) reconoce la relevancia de este sector porque contribuye directa e indirectamente a la creación de empleos a nivel mundial y a la evolución económica, motivo por el cual la mitigación de los efectos de la pandemia y la estimulación para la recuperación del turismo propiciará beneficios en las economías¹.

¹ Obtenida el 02.04.2020 de https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-04/COVID19_Recommendations_ES.pdf

Efectos de la COVID-19 en la actividad turística del Perú

El impacto económico ocasionado por la pandemia es heterogéneo, es decir, existen sectores que por su naturaleza ya venían siendo más afectados que otros, pero sin duda, casi todos los efectos negativos de la COVID-19 recaen sobre el sector turismo debido a las medidas restrictivas adoptadas por el gobierno ante el Estado de Emergencia Nacional como la restricción al libre tránsito, el cierre temporal de fronteras que suspendió el transporte internacional de pasajeros por medio terrestre, aéreo, marítimo y fluvial, así como el cierre transitorio de otras actividades económicas relacionadas con el turismo.

En este contexto, se debe tener en cuenta que, no obstante, el avance de la vacunación contra la COVID-19 en el país, aún existe el temor al contagio por la aparición de sus variantes, factor que restringe significativamente la demanda de viajes internos e internacionales que, junto con la apertura gradual de las actividades económicas (restricción de aforos), aún no permite revertir las graves consecuencias económicas de la pandemia en el turismo.

Principales indicadores económicos de la Cuenta Satélite de Turismo

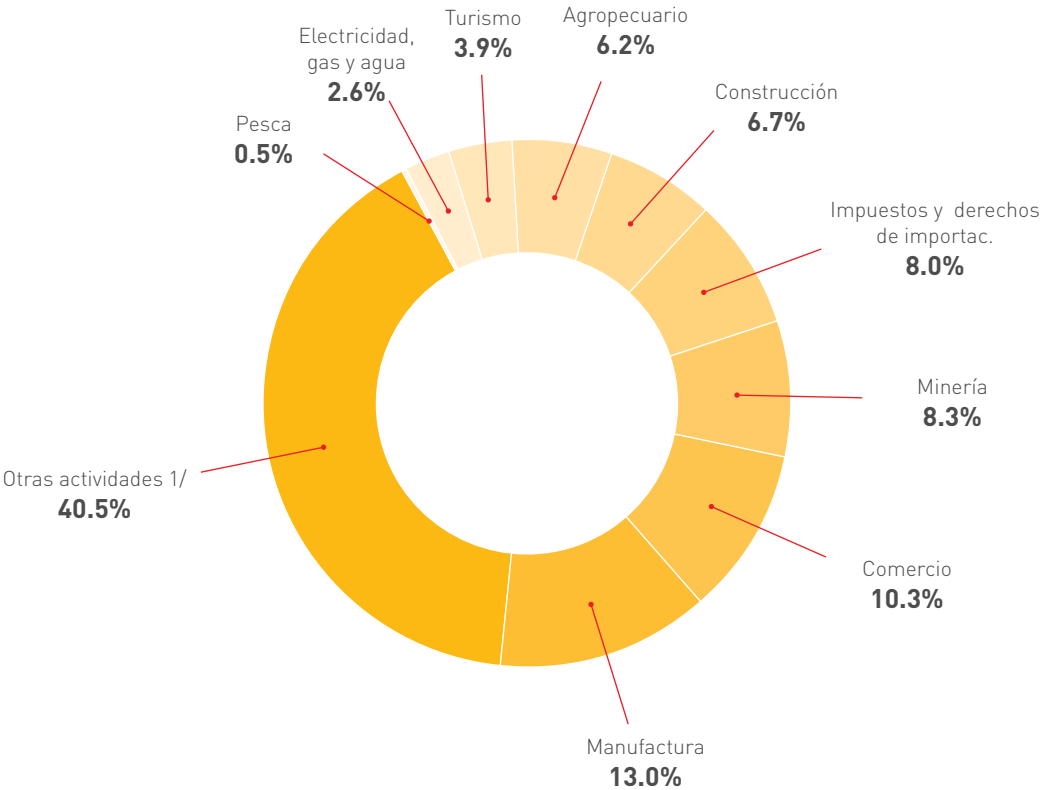
Con la finalidad de proporcionar mayores detalles acerca de la dimensión del sector turismo y cómo este contribuye a la economía peruana, y a la vez mostrar los efectos producidos por la COVID-19, con base en la Cuenta Satélite de Turismo (CST)², se presentan los siguientes indicadores:

Aporte del Producto Bruto Interno Turístico al PBI nacional

En el 2019 el aporte del turismo a la economía nacional se ubicó en 3,9% superando a las contribuciones de la actividad pesquera (0,5%) y de la electricidad, gas y agua (2,6%), tal como se aprecia en el siguiente gráfico.

² Publicada en el año 2019. obtenida el 14.04.2020 de: https://www.mincetur.gob.pe/wpcontent/uploads/documentos/turismo/publicaciones/Peru_CuentaSatelite_Turismo.pdf

**PBI DEL PERÚ POR ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2019
(PARTICIPACIÓN PORCENTUAL)**



1/ Transporte, almacenamiento, correo y mensajería, telecomunicaciones y otros servicios de información, servicios financieros, seguros y pensiones, servicios prestados a empresas, administración pública y defensa, otros servicios.
Fuente: INEI, MINCETUR
Elaboración: MINCETUR/VMT/DGIETA-DEPTA

En el 2019 el PBI Turístico alcanzó S/ 29,4 mil millones. Sin embargo, la situación del sector para el 2020 presentó un panorama muy preocupante como lo demuestra la severa caída de los principales indicadores ante la crisis sanitaria y económica por la pandemia que aún persiste. Para ese año se estimó un aporte de 1,5%, mientras que, para el 2021 se espera una leve mejora de este indicador, cuya contribución a la economía nacional sería de 2,0%.

PERÚ: PRODUCTO BRUTO INTERNO TURÍSTICO
(MILES DE MILLONES DE SOLES)

Rubro	2019 P/	2020 E/	2021*
PBI Perú 1/	762.5	706.0	811.0
Producto Bruto Interno Turístico	29.4	10.3	15.8
Valor Agregado Bruto Turístico	27.0	9.4	14.5
Industrias características del turismo	24.1	8.4	12.9
Otras industrias	2.9	1.0	1.6
Impuestos a los productos nacionales e importados	2.5	0.9	1.3
Porcentaje del Producto Bruto Interno Turístico respecto al PBI Perú (%)	3.9	1.5	2.0

Nota: Las diferencias en totales que pudieran presentarse se deben a redondeos de cifras.

1/ Información de cuentas nacionales disponible al 15 de agosto de 2021.

E/ Estimado

P/ Preliminar

* Proyección

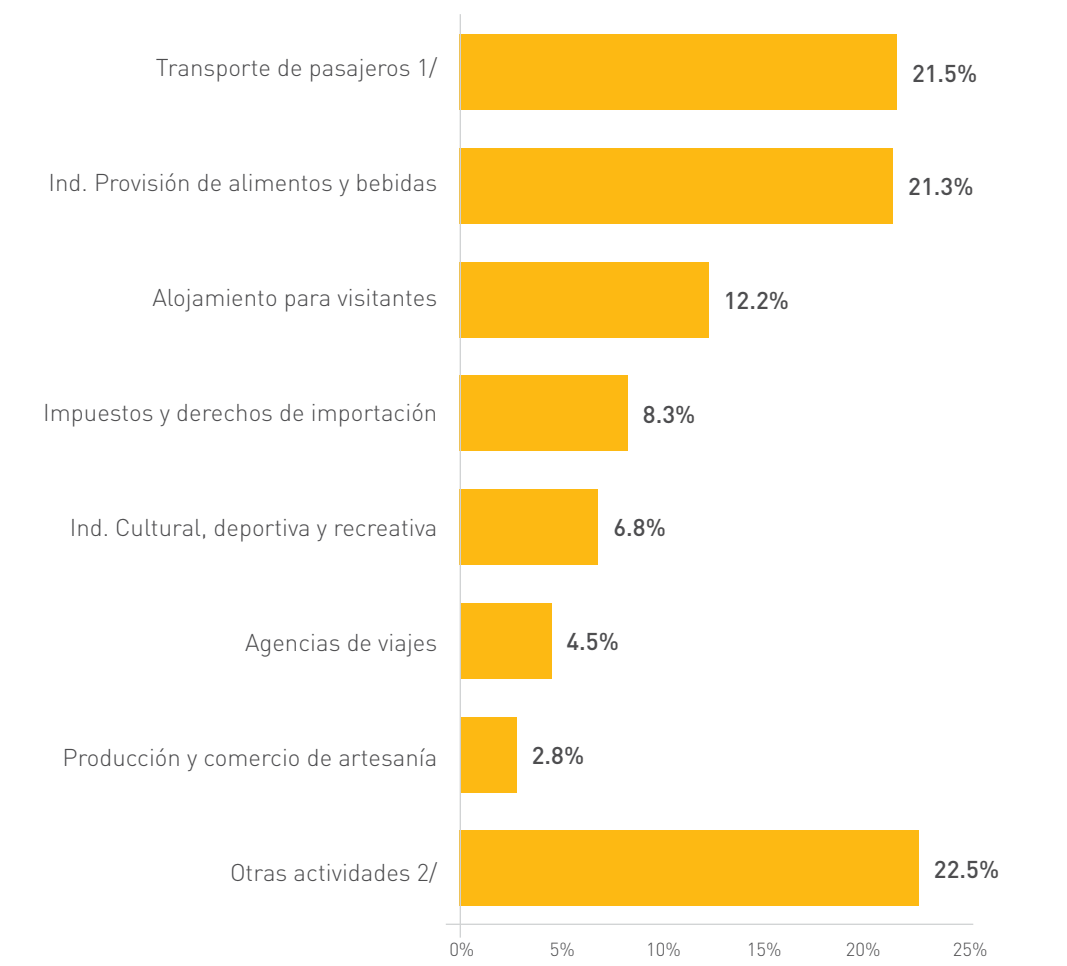
Fuente: INEI, MEF, MINCETUR

Elaboración: MINCETUR/VMT/DGIETA-DEPTA

Las actividades económicas de mayor participación en la producción turística durante el 2019 fueron: transporte de pasajeros (21,5%) que incluye el transporte por carretera, aéreo y acuático; seguido de la industria de provisión de alimentos y bebidas (21,3%) y el alojamiento para visitantes (12,2%), entre otras.



**PERÚ: PBI TURÍSTICO POR ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2019
(PARTICIPACIÓN PORCENTUAL)**



1/ Transporte por carretera, transporte aéreo y transporte acuático
2/ Servicios financieros y seguros, servicios anexos al transporte, segundas viviendas, transporte urbano, transporte por ferrocarril, alquiler de vehículos, cámaras y asociaciones, administración pública y promoción del turismo y otras actividades conexas y no conexas al turismo.

Fuente: INEI, MINCETUR
Elaboración: MINCETUR/VMT/DGIETA-DEPTA

En el siguiente cuadro se puede apreciar los efectos que la pandemia ha causado en cada una de las actividades económicas vinculadas al turismo durante el año 2020, donde se visualiza una caída general de la producción frente a los valores del 2019, en respuesta a la menor demanda turística registrada durante ese año.

PERÚ: PRODUCTO BRUTO INTERNO TURÍSTICO, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA
 (MILLONES DE SOLES)

Actividad económica	2019 E/	2020 E/
Total	29,410	10,300
Alojamiento para visitantes	3,589	1,322
Industria de provisión de alimentos y bebidas	6,253	2,313
Transporte de pasajeros por carretera	5,160	1,931
Transporte aéreo de pasajeros	1,078	492
Transporte de pasajeros por agua	86	31
Industria de agencias de viaje y otros servicios de reserva	1,335	320
Industria cultural	1,014	376
Industria deportiva y recreativa	988	364
Artesanía	830	304
Administración pública y promoción turística	137	189
Otras actividades 1/	6,490	1,757
Impuestos a los productos nacionales e importados	2,450	900

Nota: Las diferencias en totales que pudieran presentarse se debe a redondeo de cifras.
 1/ Comprende transporte de pasajeros por ferrocarril, alquiler de equipos de transporte, TUUA, servicios financieros y seguros, y otras industrias características y conexas.
 E/ Estimado
 Fuente: INEI, MINCETUR, MEF, PROMPERÚ
 Elaboración: MINCETUR/VMT/DGIETA-DEPTA

Consumo turístico interior

Este indicador está constituido principalmente por el gasto de los visitantes receptivos e internos durante sus viajes en el territorio nacional y por aquellos gastos que los visitantes emisivos efectúan en el Perú previo a su viaje al exterior. En el año 2019, alcanzó S/ 53,1 mil millones, equivalente a 7,0% del PBI del Perú.

Sin embargo, las medidas adoptadas por el Gobierno a inicios de la pandemia afectaron

drásticamente la demanda turística causando desconfianza en torno a la reanudación de los viajes nacionales e internacionales. Así, en el 2020 se estimó un menor aporte, 2,5%, que se vio acentuado por el temor al contagio del coronavirus en lugares de alta concentración de público, pese a los protocolos establecidos, sumado al desempleo registrado desde abril de ese año, que influye significativamente en las decisiones de viaje. Para el 2021 se espera una ligera mejora del consumo turístico, cuya contribución a la economía sería de 3,2%.

**PERÚ: CONSUMO TURÍSTICO INTERIOR
(MILES DE MILLONES DE SOLES)**

Rubro	2019 P/	2020 E/	2021*
PBI Perú 1/	762.5	706.0	811.0
Consumo Turístico Interior	53.1	17.3	25.8
Gasto turístico receptivo	15.7	3.5	5.2
Gasto turístico interno 2/	33.7	11.7	17.5
Otros componentes	3.7	2.1	3.2
Porcentaje del Consumo Turístico Interior respecto al PBI Perú (%)	7.0	2.5	3.2

Nota: Las diferencias en totales que pudieran presentarse se deben a redondeos de cifras.

1/ Información de cuentas nacionales disponible al 15 de agosto de 2021.

2/ Incluye el gasto turístico emisor (componente interno-Perú)

E/ Estimado

P/ Preliminar

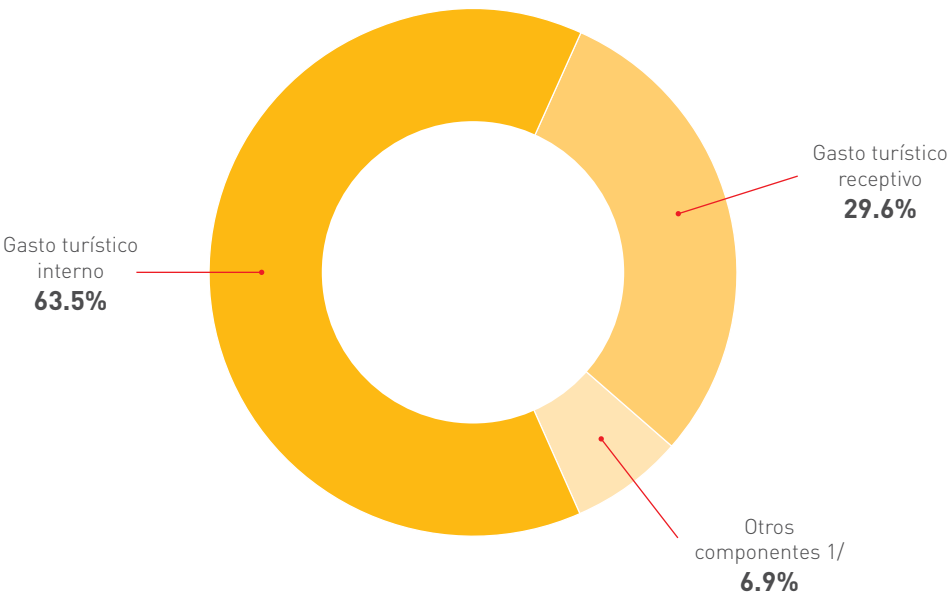
* Proyección

Fuente: BCRP, INEI, MEF, MINCETUR, PROMPERÚ

Elaboración: MINCETUR/VMT/DGIETA-DEPTA

En el 2019 el componente de mayor participación en este indicador fue el gasto turístico interno con 63,5%, sustentado mayormente en el gasto realizado por turistas en comparación al efectuado por excursionistas en la compra de bienes y servicios durante sus viajes. En segundo lugar, se situó el gasto de los visitantes receptivos (29,6%) y en tercer lugar se posicionaron los otros componentes del consumo turístico (6,9%), en particular, los servicios brindados por el gobierno como la promoción del turismo, servicios culturales, etc.

PERÚ: CONSUMO TURÍSTICO INTERIOR, POR COMPONENTE, 2019
(PARTICIPACIÓN PORCENTUAL)



1/ Incluye servicios que se proveen indistintamente a visitantes receptivos e internos.
Fuente: BCRP, INEI, MINCETUR, PROMPERÚ
Elaboración: MINCETUR/VMT/DGIETA-DEPTA

Indudablemente, esta composición ha experimentado un importante cambio cuantitativo, notándose sobre todo en el gasto receptivo que, comparado con el 2019, redujo su participación durante el año 2020 aproximadamente en 9 puntos porcentuales.

Empleo turístico por actividad económica

Como se ha mencionado anteriormente, en el año 2019 el turismo generó 1,46 millones de empleos directos e indirectos, cifra que representó 8,5% de la PEA ocupada del Perú.

Las actividades económicas que contribuyeron a la creación de un mayor número de empleos turísticos directos fueron la industria de provisión de alimentos y bebidas, el transporte de pasajeros y el alojamiento para visitantes que, en conjunto, representaron 67% del total generado.



PERÚ: EMPLEO TURÍSTICO DIRECTO POR ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2019
(PARTICIPACIÓN PORCENTUAL)



1/ Transporte por carretera, transporte aéreo y transporte acuático.
2/ Servicios financieros y seguros, transporte urbano, transporte por ferrocarril, servicios anexos al transporte, alquiler de vehículos, cámaras y asociaciones, administración pública y promoción del turismo y otras actividades conexas y no conexas al turismo.

Fuente: INEI, MINCETUR
Elaboración: MINCETUR/VMT/DGIETA-DEPTA

Los efectos ocasionados por la pandemia en las actividades económicas relacionadas con el turismo obligaron al cierre de sus locales y la consecuente reducción de sus servicios e ingresos, afectando la estabilidad de los puestos de trabajo. Esta situación ha llevado a un desempleo masivo, por lo que en el año 2020 sólo se generó un total de 697 mil empleos turísticos, 52,2% menos que el 2019, lo que redujo su participación en la PEA ocupada a 4,7%.

En el 2021 el turismo habría creado 834 mil empleos totales equivalente a un incremento de 19,6% con respecto al año precedente y significaría el 57% de la cifra reportada en el 2019.

PERÚ: EMPLEO TURÍSTICO DIRECTO E INDIRECTO (MILES)

	2019	2020 E/	2021*
Empleo directo	726	354	421
Empleo indirecto	731	343	413
Total	1,457	697	834

Nota: Las diferencias en totales que pudieran presentarse se deben a redondeos de cifras.

P/ Preliminar - E/ Estimado - * Proyección

Fuente: INEI, MINCETUR

Nota: Las diferencias en totales que pudieran presentarse se deben a redondeos de cifras.

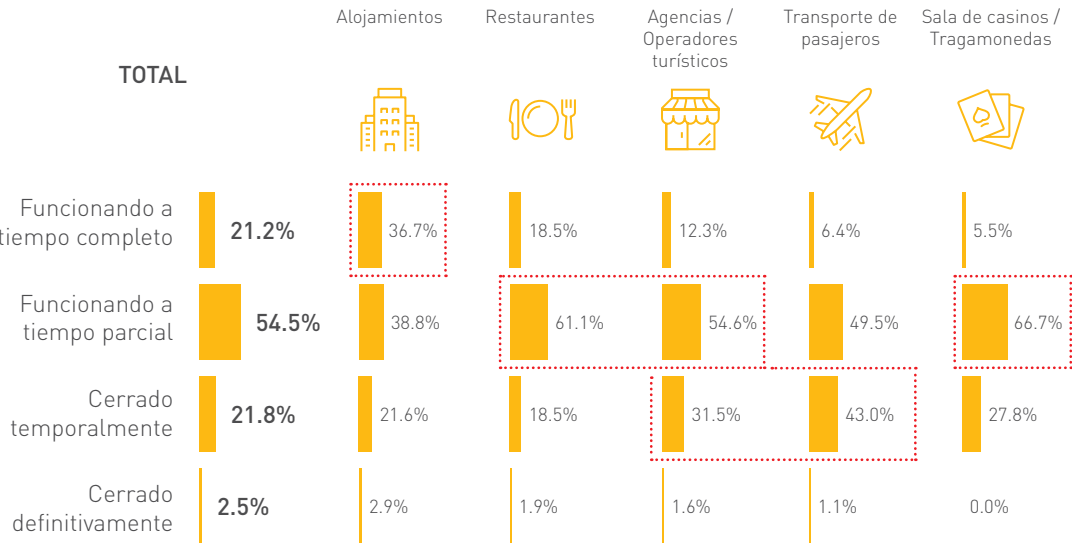
Elaboración: MINCETUR/VMT/DGIETA-DEPTA

Situación económica de las empresas del sector turismo

Según el estudio “Situación Económica y Financiera de las empresas del Sector Turismo, 1er Trimestre del 2021” realizado por el MINCETUR, se observó que, en cuanto a las actividades turísticas, el 36,7% de los alojamientos funciona a tiempo completo. Lo mismo sucede con el 18,5% de los restaurantes, el 12,3% de agencias de viaje, el 6,4% de las empresas de transporte de pasajeros y el 5,5% de las salas de casino y tragamonedas.

En cambio, el 61,1% de los restaurantes opera a tiempo parcial. De manera similar, el 54,6% de agencias de viaje, 49,5% de empresas de transporte turístico y el 66,7% de las salas de casino y tragamonedas trabajan medio tiempo de la jornada laboral.

PERÚ: IMPACTO ECONÓMICO DE LA COVID-19 EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS AL I TRIMESTRE DE 2021 (PORCENTAJE)

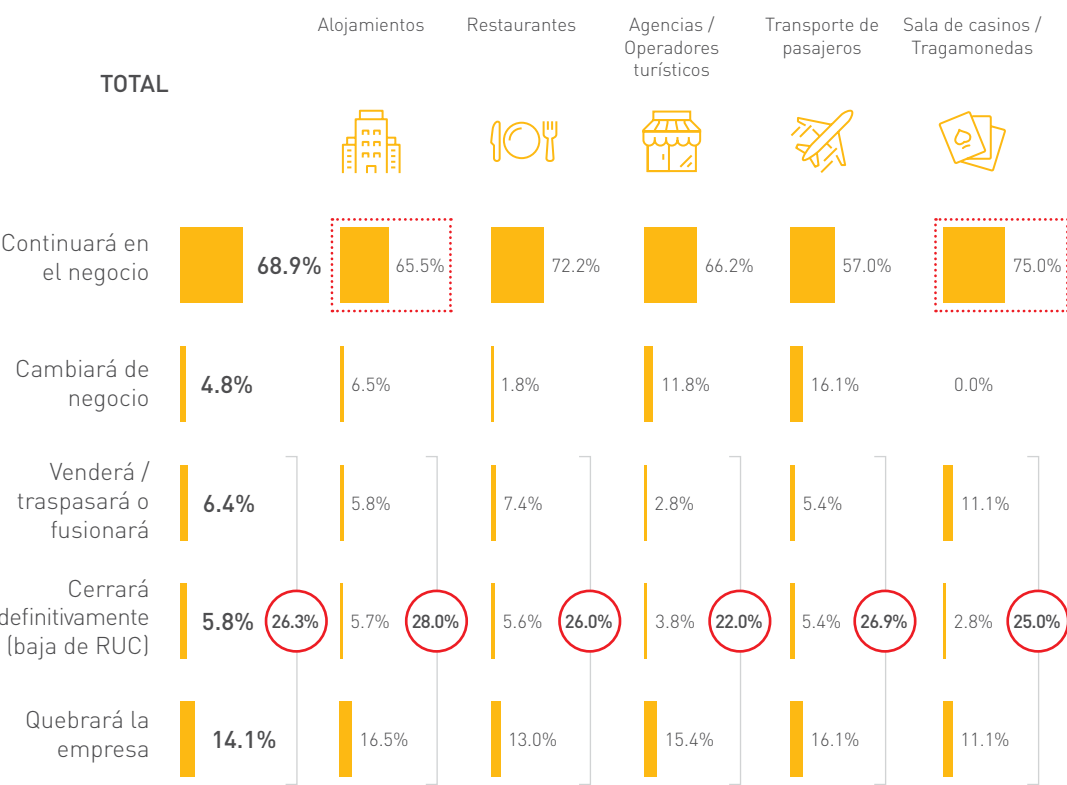


Fuente: MINCETUR

Elaboración: MINCETUR/VMT/DGIETA-DEPTA

Al cierre del 2021, las empresas encuestadas indicaron que continuarán en el negocio: alojamientos (65,5%), restaurantes (72,2%) y agencias y operadores turísticos (66,2%); mientras que, el 26,3% cerrará el negocio (venta, cierre o quiebra).

PERÚ: EXPECTATIVAS DE CONTINUIDAD DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS AL CIERRE DEL 2021 (PORCENTAJE)

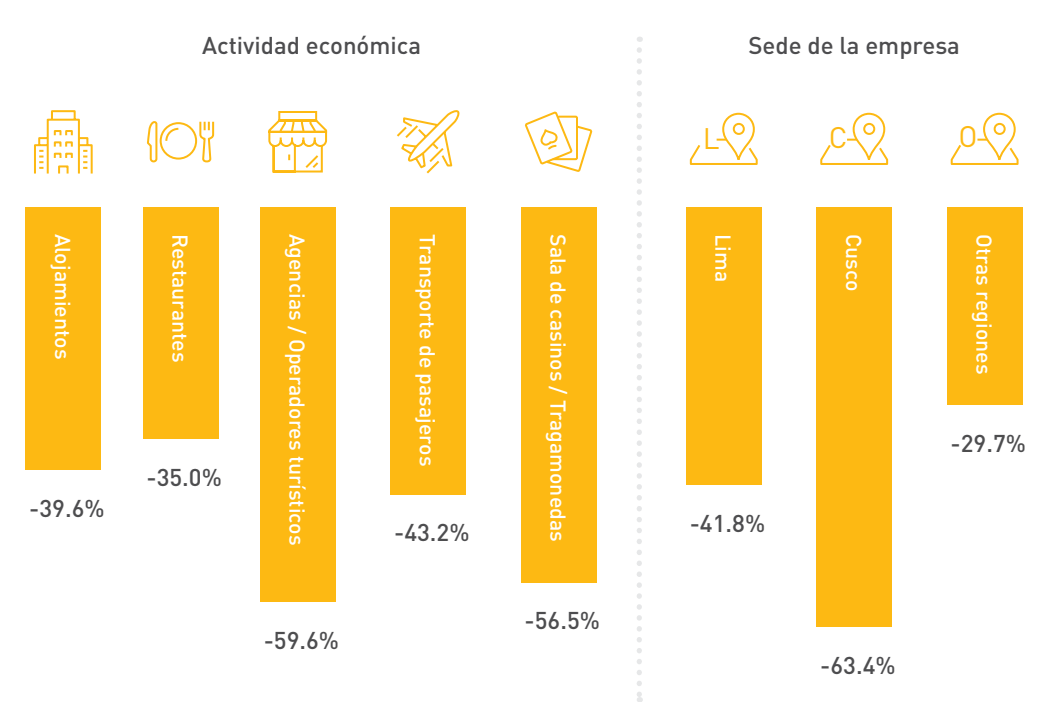


Fuente: MINCETUR
Elaboración MINCETUR/VMT/DGIETA-DEPTA

Respecto al empleo en el sector turismo, al primer trimestre del 2021, las empresas encuestadas manifestaron que el empleo turístico disminuyó en 42,2% respecto al inicio de la cuarentena (16 de marzo de 2020). Las agencias y operadores turísticos (-59,6%), las salas de casino y tragamonedas (-56,5%) y el transporte de pasajeros (-43,2%) son las que redujeron el mayor número de personal.

En el ámbito regional, se observó que las empresas con sede en Cusco fueron las que registraron la más drástica disminución de trabajadores (-63,4%).

SITUACIÓN DEL EMPLEO EN EL SECTOR TURISMO, 1ER TRIMESTRE DEL 2021
(VARIACIÓN PORCENTUAL RESPECTO AL PERIODO PREPANDEMIA)



Fuente: MINCETUR
Elaboración: MINCETUR/VMT/DGIETA-DEPTA

Impacto de la pandemia en el sector artesanía

A nivel nacional, esta actividad comprende alrededor de 116 mil artesanos que se encuentran inscritos en el Registro Nacional del Artesano (RNA) del MINCETUR. No obstante, solo 34 873 personas (30% respecto al total) actualizaron su información en el registro a enero de 2022.

Las regiones con mayor número de artesanos son Cusco (15,5%), Puno (12%), Lima (9,7%), Cajamarca (8,2%) y Piura (6,9%), que en conjunto representan el 52,3% respecto al total.

Producción de artesanía

Según el estudio “Perú: Cuenta Satélite de Turismo. Principales indicadores económicos, 2015-2020”, se conoce que, durante el año 2019, la producción de artesanía alcanzó S/ 1

359 millones, mientras que en el 2020 se registró un valor de S/ 476 millones, al verse muy afectada por la ausencia de visitantes y la consiguiente caída de la demanda de productos de artesanía en el mercado local y turístico. En el año 2021, registró una producción de S/ 730 millones.

Adicionalmente, el desabastecimiento de materia prima e insumos, el cambio de giro de negocios de los artesanos y el elevado costo para la implementación de protocolos sanitarios, incidieron sustancialmente en este menor resultado.

**PERÚ: CUENTA DE PRODUCCIÓN DE ARTESANÍA
(MILLONES DE SOLES)**

Rubro	2019 E/	2020 E/
Valor bruto de producción	1,359	476
Consumo intermedio	529	172
Valor agregado bruto	830	304
Remuneraciones	129	47
Impuestos	2	1
Ingreso mixto	699	256
Excedente bruto de explotación	-	-

Nota: Las diferencias en totales que pudieran presentarse se debe a redondeo de cifras

E/ Estimado

Fuente: INEI, MINCETUR

Elaboración: MINCETUR/VMT/DGIETA-DEPTA

Por otro lado, el mayor aporte proviene de la fabricación de prendas de vestir y de otras industrias manufactureras que, en conjunto, representaron 69,4%, seguido de fabricación de otros productos textiles (13,3%), fabricación de otros productos minerales no metálicos (8,5%), fabricación de productos de madera (5,8%), entre otros.

Empleo turístico de artesanía

La actividad de artesanía generó 101,1 mil empleos en el 2019, entre directos e indirectos, aportando 0,6% a la PEA ocupada del Perú; pero en el año 2020 se redujo a 48,7 mil empleos, ante el decrecimiento de la demanda por la ausencia de turistas y excursionistas, principales compradores de artesanías en nuestro país. Para el 2021 se espera una leve recuperación que alcanzaría los 49,3 mil empleos.

**PERÚ: EMPLEO TURÍSTICO DE ARTESANÍA
(MILES)**

Rubro	2019 E/	2020 E/
Empleo directo	55.0	27.4
Empleo indirecto	46.0	21.3
Empleo total	101.1	48.7

P/ Preliminar
E/ Estimado
Fuente: INEI, MINCETUR
Elaboración: MINCETUR/VMT/DGIETA-DEPTA

Situación de la artesanía durante la pandemia

Según el estudio realizado por el MINCETUR “Situación Económica y Financiera de los Artesanos, 2020”, el 46,9% de los artesanos señaló que su actividad funciona a tiempo parcial y el 96,3% indicó que sus ingresos mensuales disminuyeron respecto al 2019.

El 43,8% de los encuestados no fue beneficiario de ningún bono emitido por el Estado, en tanto, el 83,7% de los productores de artesanía no solicitó ninguno de los créditos del Estado (Reactiva Perú, FAE MYPE y FAE Turismo), siendo sus principales motivos la falta de ingresos para pagar la deuda y la falta de información y/o desconocimiento para solicitar algún préstamo.

De otro lado, el 22,5% de los artesanos realizaba actividades adicionales a su rubro, destacando la agricultura, crianza de animales, transportes, confección y docencia.

Impacto de la pandemia en la artesanía del Cusco

Según el estudio realizado por el MINCETUR “Situación Económica y Financiera de los Artesanos, Cusco – Machu Picchu, IV Trimestre 2021”, el 98,7% de los negocios estuvo cerrado durante 15 meses en promedio. Al finalizar este periodo un 40% de ellos todavía se encontraba funcionando a tiempo parcial.

En cuanto a los ingresos por ventas, el 96,8% de los artesanos manifestó que estos disminuyeron entre el 2020 y el 2019. Para contrarrestar los efectos de la pandemia, el 87,1% de los artesanos tuvo que reducir los gastos de su hogar y el 38,7% dejó de pagar los préstamos que tenía.

Con relación al empleo, en la artesanía disminuyó 45,3% respecto al periodo prepandemia.



1.3. Políticas nacionales en materia ambiental

Política Nacional Ambiental

Política Nacional del Ambiente es un instrumento estratégico aprobado por Decreto Supremo N° 023-2021-MINAM. de carácter nacional, multisectorial y descentralizado, que busca orientar los esfuerzos del Estado y la Sociedad Civil en los próximos 10 años, para proveer a los ciudadanos un ambiente sano en el cual se puedan desarrollar no solo como personas sino también para que las actividades económicas se realicen en forma sostenible. Esta política impulsada por MINAM promueve el cuidado de la naturaleza y de los ecosistemas, así como de sus bienes y servicios, promoviendo acciones frente al cambio climático, la reducción de la deforestación y contaminación, y para fortalecer la gobernanza y la educación a fin de mejorar desempeño ambiental del país. En ese sentido, el MINCETUR, como ente rector del turismo y autoridad ambiental sectorial, promueve el desarrollo sostenible de la actividad turística a través de la gestión ambiental turística.

Estrategia Nacional de Cambio Climático

El Perú es uno de los países megadiversos del mundo, esto gracias a nuestra gran riqueza natural. Por ello, como Estado Peruano buscamos reducir la situación de vulnerabilidad del país frente a los efectos del cambio climático, aprovechar las oportunidades de desarrollo bajo en carbono y cumplir con los compromisos internacionales asumidos por el Estado ante la Convención Marco de las Naciones sobre el Cambio Climático. Siendo importante establecer los procesos y políticas públicas de adaptación y mitigación al cambio climático, promoviendo la participación efectiva de todos los actores públicos y privados en la toma de decisiones, sobre la base de responsabilidades, metas y objetivos claramente definidos en todos los niveles de gobierno, lo cual se encuentra establecido en la Ley N° 30754 - Ley Marco sobre Cambio Climático y su reglamento, aprobado mediante Decreto Supremo N° 013-2019-MINAM.

Alineado a esto, el Estado Peruano se compromete a que sus emisiones netas de gases de efecto invernadero no excedan las 208,8 MtCO₂eq (Toneladas métricas de dióxido de carbono equivalente) para el año 2030. A razón de ello, se viene actualizando la Estrategia Nacional ante el Cambio Climático al 2050, el cual es el principal instrumento de gestión que orienta y facilita la acción de cambio climático del Estado a largo plazo, donde todos los sectores y la sociedad articulan, diseñan y ejecutan acciones para la gestión integral, participativa y transparente de las medidas de adaptación y mitigación al cambio climático, cuyo proceso es liderado por el Ministerio del Ambiente (MINAM).

Al respecto, MINCETUR como parte del proceso de implementación de nuestras NDC (Contribuciones Nacionalmente Determinadas), se ha priorizado la formulación de las medidas de adaptación y mitigación del área temática de Turismo, debido a que este sector ha demostrado ser un potente instrumento para minimizar los impactos negativos al ambiente, fortalecer la economía, a través de la generación de empleo y valorar nuestra cultura, además de ser uno de los sectores más afectados en el marco de la pandemia por COVID-19.

Es por ello que nos encontramos desplegando importantes esfuerzos para impulsar el desarrollo sostenible de la actividad turística en nuestro país, buscando promover la gestión climática en los servicios turísticos, a través de la medición de la Huella de Carbono, convirtiéndose este en un indicador de desempeño. De un trabajo público-privado, se ha logrado que 17 establecimientos turísticos midan su Huella de Carbono en el presente año, con el propósito reducir sus emisiones de gases de efecto invernadero y, en un largo plazo, descarbonizar sus actividades.



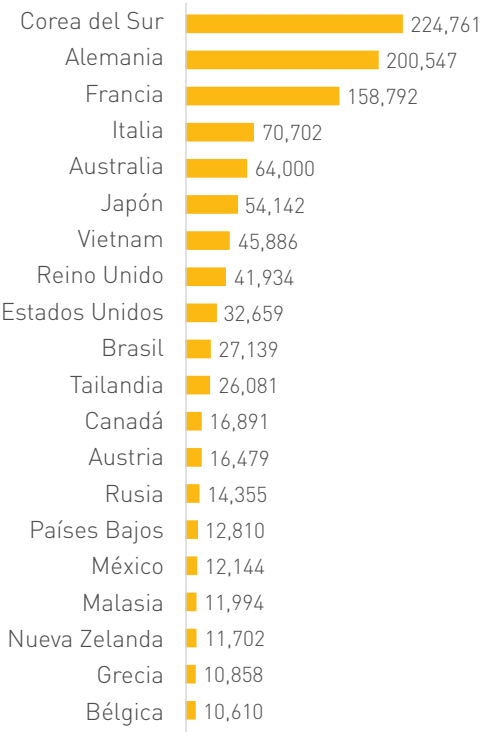
1.4. Análisis comparativo del impacto de la Covid-19 por países y regiones del Perú

A nivel global, los casos confirmados por COVID-19 han superado los 496 millones en todo el mundo, según la Universidad Johns Hopkins. El número de muertes confirmadas ha superado los 6,2 millones.

En relación con el proceso de vacunación mundial, se han administrado más de 11 400 millones de dosis, según datos recopilados por Bloomberg. La última tasa fue de aproximadamente 22,8 millones de dosis al día.

MUNDO:
NUEVAS INFECCIONES DE COVID

Última jornada -
Actualizado al 07 de abril de 2022

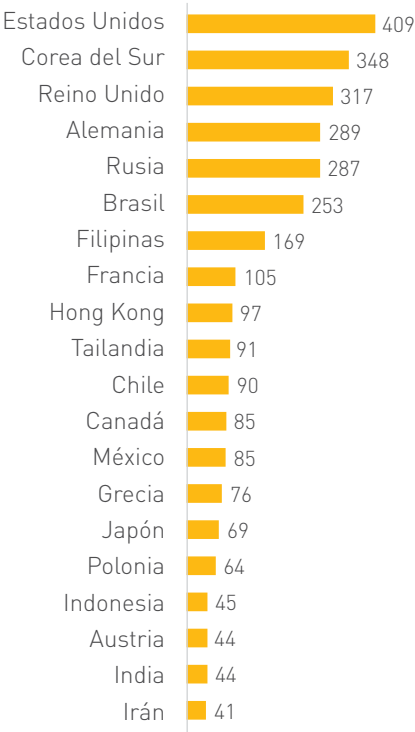


Casos con corte al 07 de abril



MUNDO:
NUEVOS CASOS DE FALLECIDOS

Última jornada -
Actualizado al 07 de abril de 2022



Casos con corte al 07 de abril



Fuente: Worldometers
Elaboración: MINCETUR/VMT/DGIETA-DIAITA

En el Perú, el Ministerio de Salud (MINSA) informó que, al 06 de abril del 2022, los casos confirmados por la COVID-19 ascienden a 3 550 240 a nivel nacional. Asimismo, se produjo el fallecimiento de 212 420 ciudadanos en el país.

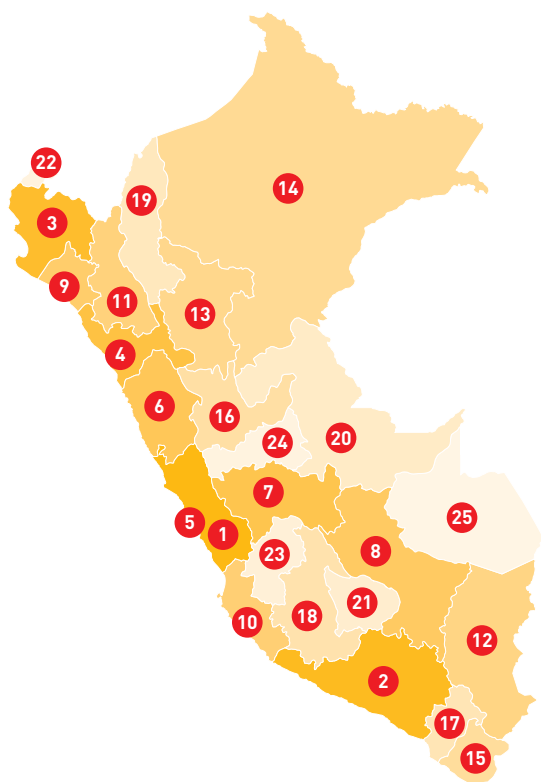
Hasta el 6 de abril de 2022, el Perú reporta que el número de personas vacunadas contra la COVID-19 con al menos una dosis asciende a 28 millones, el total de ciudadanos inmunizados con dos dosis es de 26 millones y a 14 millones se les ha aplicado la tercera dosis.

AVANCE DE VACUNACIÓN COMPLETA
CORTE AL 06 DE ABRIL DE 2022

	Región	Nº Contagios	Nº Fallecidos	Nº Vacunados		
				(1ra dosis)	(2da dosis)	(3ra dosis)
	Total	3,550,240	212,420	28,815,046	26,261,471	13,700,650
1	Lima	1,606,508	92,972	10,054,706	9,366,511	5,696,219
2	Arequipa	212,830	10,283	1,292,894	1,193,032	638,007
3	Piura	158,226	13,079	1,756,434	1,602,285	753,962
4	La Libertad	146,549	10,928	1,738,598	1,598,386	834,314
5	Callao	146,445	10,481	1,023,195	961,854	590,276
6	Áncash	126,809	7,116	1,102,179	1,031,617	594,046
7	Junín	126,000	7,461	1,158,718	1,062,276	525,758
8	Cusco	116,790	5,154	1,174,798	1,043,845	445,339
9	Lambayeque	105,491	9,228	1,162,684	1,052,679	539,467
10	Ica	103,625	8,922	855,861	799,781	460,502
11	Cajamarca	95,848	4,451	1,268,765	1,147,177	435,502
12	Puno	65,744	4,750	926,390	781,455	231,857
13	San Martín	61,820	3,158	732,012	652,488	269,879
14	Loreto	57,891	4,378	841,756	704,687	278,627
15	Tacna	53,704	2,124	286,989	263,049	130,637
16	Huánuco	52,072	2,886	651,900	567,675	237,045
17	Moquegua	48,347	1,617	168,218	155,190	86,246
18	Ayacucho	48,125	2,322	524,010	448,065	157,698
19	Amazonas	44,062	1,333	319,131	284,157	122,803
20	Ucayali	39,460	3,244	447,047	380,265	153,869
21	Apurímac	38,978	1,627	390,122	343,386	154,064
22	Tumbes	27,420	1,691	226,069	199,147	102,263
23	Huancavelica	25,763	1,269	346,627	299,832	110,617
24	Pasco	23,919	1,100	246,121	226,856	119,351
25	Madre de Dios	17,814	846	119,822	95,776	32,302

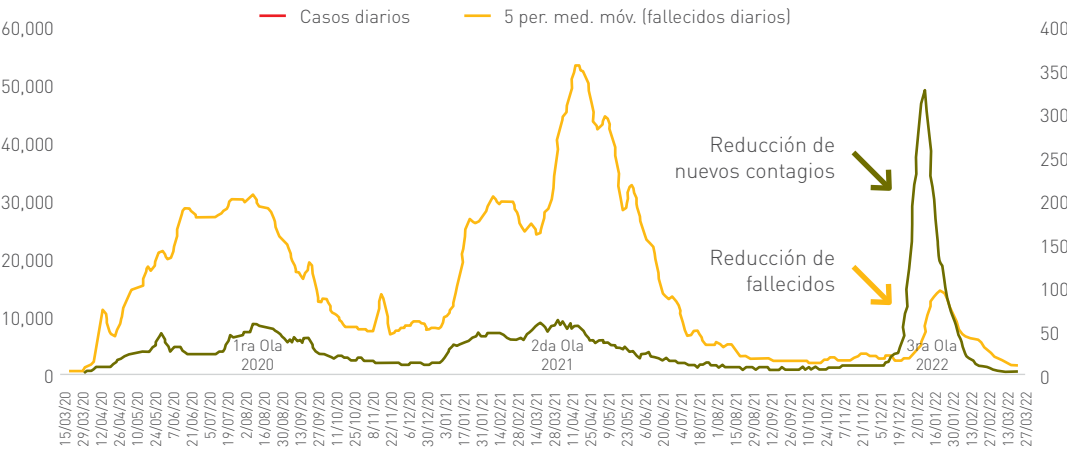
Nota: El mapa muestra la situación actual del proceso de vacunación en cada región. Para el cálculo del avance se toman en cuenta las personas inmunizadas con la vacunación completa (que hayan recibido las dos dosis) y en relación a la población se usan datos estimados del INEI a junio de 2020.

Fuente: Ministerio de Salud - MINSA, INEI
Elaboración: MINCETUR/VMT/DGIETA-DIAITA



Después de que el primer mes del año 2022 tuvo un aumento en el número de contagios por la COVID-19, la curva de la tercera ola empezó a descender en la última semana de enero, a nivel nacional. Sin embargo, los fallecimientos se han triplicado entre diciembre del año pasado y enero del 2022

PERÚ: PROMEDIO DIARIO DE CASOS Y FALLECIDOS
CORTE AL 06 DE ABRIL DE 2022



Fuente: Ministerio de Salud –MINSA
Elaboración: MINCETUR/VMT/DGIETA-DIAITA.





1.5. Análisis comparativo por países de las políticas de reactivación en el Contexto de la Covid-19



Estados Unidos

Medidas en Materia de Turismo

Programa de protección de cheques de pago en San Francisco: Es el programa de ayuda federal más sustancial para ayudar a las empresas. En 2020, el Programa de Protección de Cheques de Pago (PPP, por sus siglas en inglés) otorgó préstamos a 42,800 empresas en industrias relacionadas con el turismo, por un valor total de \$3,400 millones. Estos negocios representaron el 27 por ciento de los préstamos PPP en la ciudad y el 18.3 por ciento de los préstamos desembolsados. **Los préstamos se concentraron en restaurantes (27,7 por ciento de los préstamos en dólares otorgados a industrias relacionadas con el turismo) y hoteles (11,7 por ciento).** También se han creado importantes programas independientes de subvenciones federales para restaurantes y lugares de entretenimiento, lo que debería alentar la reapertura y expansión de las operaciones y atraer a los visitantes de regreso a la ciudad.

Campaña "New York despierta": Una campaña con un costo que asciende a 30 millones de dólares. Bajo este lema la ciudad espera recuperar los más de 400.000 empleos perdidos durante la pandemia en sectores como hotelería, gastronomía, taxis, espectáculos y arte. Es decir, de todos los elementos culturales que hacen de la Gran Manzana y alrededores uno de los sitios más visitados del mundo. Por lo general Nueva York destina 3 millones de dólares al año en promociones y publicidad para fomentar el turismo, pero este año el presupuesto se multiplicó gracias a los fondos federales.

Políticas Sociales en el Contexto de la COVID-19

Fondo de Trabajadores Excluidos en New York: Con más de \$2 mil millones en total pagados a más de 128,000 neoyorquinos, el histórico fondo demostró ser un salvavidas fundamental para muchos de los trabajadores más vulnerables del estado

durante la pandemia. Este fondo brindó alivio financiero a miles de trabajadores en todo el estado que perdieron ingresos durante la pandemia y no calificaron para los beneficios de COVID-19 emitidos por el gobierno.

Protección de desalojo para inquilinos en California: Este programa se aplica a todos los inquilinos residenciales, independientemente de su estado migratorio. Si no puede pagar el alquiler completo debido al COVID-19, la ley estatal lo protege contra el desalojo hasta el 30 de septiembre de 2021.

Préstamo por desastre por daños económicos COVID-19 (EIDL) en California: Este programa de préstamos federales apoya la recuperación de los impactos económicos por desastre de la COVID-19 de las empresas pequeñas, proporcionando capital accesible y sin complicaciones para el prestatario.

Fondo de Reconstrucción de California: Las pequeñas empresas pueden ser elegibles para un préstamo de hasta \$100,000 del Fondo de Reconstrucción de California. Estos préstamos no son perdonables. Debe devolverlo dentro de 3 o 5 años. Para ser elegible, las empresas deben tener: i) Empleado 50 o menos empleados a tiempo completo, o ii) Tuvo ingresos brutos de menos de \$ 5 millones en 2019.

Políticas en Materia Ambiental

Agenda de Políticas de la Ciudad de Nueva York, 2021:

- ➔ Conservación de los parques y áreas naturales de la ciudad de Nueva York: más que nunca, los neoyorquinos se dieron cuenta del valor de los parques y espacios abiertos en 2020. Es imperativo que la Ciudad invierta en la salud y la sostenibilidad tanto de los parques como de las áreas boscosas naturales.
- ➔ Alcanzar la meta de Cero Residuos de la Ciudad para 2030 requerirá el trabajo de todos los neoyorquinos: la cooperación de los funcionarios de la ciudad y la industria privada, y la aceptación del público.
- ➔ Transporte de bajas emisiones.

Plan de Acción Climática de San Francisco, 2021:

En resumen, el Plan identifica 31 estrategias y 159 acciones de apoyo para ayudar a lograr los nuevos compromisos ambientales codificados este verano en la legislación climática del alcalde Breed: reducir las emisiones un 61 % por debajo de los niveles de 1990 para 2030 y alcanzar emisiones netas cero para 2040. En San Francisco, Las emisiones netas cero se definen como la reducción de las emisiones en un 90 % por debajo de los niveles de 1990 y el secuestro del resto en soluciones naturales como árboles y espacios verdes.



España

Medidas en Materia de Turismo

Fondo de Recapitalización de empresas afectadas por la COVID-19: (marzo, 2021): Es un fondo de apoyo a la solvencia de empresas medianas que atraviesen dificultades de carácter temporal a consecuencia de la pandemia de la COVID-19, pero que se consideren viables a futuro y también lo fueran antes del inicio de la crisis sanitaria. Este nuevo fondo está dotado con 1.000 millones de euros y su gestión ha sido encomendada a COFIDES.

Campaña “Safe Tourism”: Es una campaña de Turespaña para recuperar la confianza del viajero inspirado en dos objetivos: informar sobre los requisitos y condiciones para la realización de viajes seguros e inspirar e influir en la intención de compra de los viajeros, animándolos a consumir viajes seguros.

Políticas Sociales en el Contexto de la COVID-19

Ley 20/2020, de 29 de mayo, por el que se establece el ingreso mínimo vital: El IMV es una prestación que ofrece el Estado para asegurar que las personas tengan acceso a los bienes básicos. Dicha ayuda pretende, como fin último, prevenir el riesgo de pobreza y exclusión social en la población. Su duración se prolonga mientras persista la situación de vulnerabilidad económica y se mantengan los requisitos que originaron el derecho a su percepción. Desde su implementación se dieron importantes mejoras:

- En primer lugar, el IMV subirá un 3% en 2022, junto a las pensiones mínimas y no contributivas.

Real Decreto-ley 30/2020, de 29 de septiembre, de medidas sociales en defensa del empleo:

Real Decreto-ley 3/2021, de 2 de febrero, por el que se adoptan medidas para la reducción de la Brecha de Género y otras materias en los ámbitos de la Seguridad Social y económico. El Real Decreto de igualdad retributiva facilita la identificación

de las discriminaciones salariales a través de un conjunto de instrumentos de transparencia: un registro con información desagregada por sexo, clasificación profesional y tipo de retribución; una auditoría de la empresa que incluya la evaluación de los puestos de trabajo y un plan para corregir las desigualdades; y un sistema de valoración de puestos de trabajo que respete el principio de igual retribución para puestos de igual valor.

Políticas en Materia Ambiental

Barcelona, referente en sostenibilidad: Se ha posicionado como una de las ciudades con mayor actividad sostenible en España. Al menos 106 empresas de esta localidad han sido distinguidas con el sello Biosphere, que reconoce a aquellas compañías turísticas capaces de promover las gestiones responsables, con respeto hacia la cultura, el medio ambiente y las buenas condiciones económicas y laborales.

Nueva Ley de Cambio Climático (mayo, 2021): Tiene por objeto asegurar el cumplimiento por parte de esta nación de los objetivos del Acuerdo de París. Entre las principales medidas se aprobó:

- ➔ Se prohíbe otorgar nuevas autorizaciones de exploración, permisos de investigación y concesiones de explotación de hidrocarburos en todo el territorio nacional.
- ➔ No más tarde del año 2040 todos los coches nuevos deberán ser cero emisiones. A partir de ese año no se podrán vender vehículos comerciales ligeros nuevos (no destinados a usos comerciales) que emitan CO₂.
- ➔ El objetivo es tener en 2050 un parque de turismos y vehículos comerciales ligeros sin emisiones directas de CO₂.
- ➔ Se obliga a los municipios de más de 50.000 habitantes a establecer zonas de bajas emisiones, al estilo de Madrid Central, antes de 2023, para rebajar la contaminación del aire.
- ➔ Se obliga a las gasolineras a que instalen puntos de recarga de coches eléctricos. A partir de 2023, todos los edificios que no estén destinados a uso residencial y con más de 20 plazas de aparcamiento deberán contar con infraestructuras de recarga.



Francia

Medidas en Materia de Turismo

Fondo de transición (setiembre, 2021): Se dirige principalmente a medianas y grandes empresas de todos los sectores (excepto el sector financiero) directamente afectados por las repercusiones de la crisis. Entre ellas se encuentran empresas de sectores como hostelería-cafeterías-catering, turismo, eventos, comercio, distribución, transporte, etc. Dotado con 3.000 millones de euros, el fondo de transición permitirá apoyar, mediante préstamos e instrumentos de cuasi-capital, a empresas que necesiten liquidez o reforzar su patrimonio, debido a su endeudamiento y al deterioro de su solvencia. Para calificar, deben satisfacer necesidades persistentes de financiamiento o necesidades para fortalecer sus balances, que los instrumentos existentes no pueden satisfacer. Estas empresas también deben demostrar la sostenibilidad de su modelo de negocio.

Campaña #CetÉtéJeVisiteLaFrance, se comunica a los turistas sobre los protocolos de salud implementados por los actores del sector, y adicionalmente se les informar sobre la oferta a su disposición e inspirarlos sugiriéndoles nuevos destinos y temáticas de visita “fuera de lo común”.

Fondo de solidaridad: Se adapta según el decreto n°2021-840 del 29 de junio de 2021 y el decreto n°2021-1087 del 17 de agosto de 2021 para **apoyar a las empresas durante las etapas de reapertura**. En el sitio web impots.gouv.fr , el formulario de solicitud de ayuda por pérdida de volumen de negocios para el mes de agosto de 2021 está disponible desde el 15 de septiembre de 2021.

Políticas Sociales en el Contexto de la COVID-19

Plan France Relance (agosto, 2020): Se ha desplegado un plan de 500 millones de euros en dirección a las 5.000 empresas sociales inclusivas (más de 4 000 estructuras de integración por la actividad económica –SIAE- y 800 empresas adaptadas –EA), que representan a más de 180.000 empleados en integración y/o con discapacidad.

Las empresas sociales inclusivas (SIAE y EA) abarcan todas las estructuras que actúan para la integración social y laboral de las personas más alejadas del empleo, en torno a una filosofía sencilla: partir del potencial de cada persona para favorecer su acceso al empleo.

Las “personas vulnerables” identificadas por el Consejo Superior de Salud Pública (HCSP) como de riesgo de formas graves de Covid-19 están protegidas desde el inicio de la crisis sanitaria, con la posibilidad de paralización laboral despectiva o actividad parcial en base de un certificado de aislamiento emitido por su médico.

Políticas en Materia Ambiental

A partir del 1 de enero de 2021:

- Queda prohibida la distribución gratuita de botellas de plástico en establecimientos abiertos al público o en locales profesionales.
- Durante eventos festivos, culturales o deportivos, los patrocinadores ya no podrán imponer el uso de botellas de plástico.
- El confeti de plástico quedará prohibido el 1 de enero de 2021.
- Habrá que instalar contenedores de clasificación en los supermercados. --Se prohibirá la fabricación e importación de bolsas plásticas de un solo uso.

Entrada en vigor el 1 de enero de 2022

- Se prohibirá el sobre envasado de plástico de frutas y verduras frescas que pesen menos de 1,5 kilogramos.
- Los establecimientos abiertos al público deberán estar equipados con al menos una fuente de agua potable accesible al público.
- Las publicaciones y anuncios de prensa se enviarán sin envases de plástico.
- Se prohibirá la venta de té de plástico no biodegradable y bolsitas de té de hierbas.
- Se prohibirán los juguetes de plástico ofrecidos gratuitamente a los niños como parte de los menús.
- Se prohibirá pegar una etiqueta directamente en las frutas o verduras, a menos que estas etiquetas estén compuestas en su totalidad o en parte por materiales de origen biológico.
- El Estado ya no comprará plásticos de un solo uso ni para su uso en sus lugares de trabajo ni en los eventos que organiza.



Italia

Medidas en Materia de Turismo

Viaje con responsabilidad: Incluye implementación de un fondo destinado a llevar a cabo iniciativas de apoyo al turismo en Italia. La legislación adicional especificará los criterios y métodos para la asignación de los recursos relevantes, previstos en la región de 20 millones de euros para 2020. El Ministerio de Patrimonio y Actividades Culturales supervisará la asignación de los recursos entre los solicitantes.

Políticas Sociales en el Contexto de la COVID-19

Decreto “Curar Italia” (marzo, 2020): Italia aprobó la medida económica de EUR 25 mil millones (USD 27,9 mil millones) para ayudar a las empresas y familias italianas a enfrentar las consecuencias de la prolongada emergencia generada por el coronavirus. El decreto incluye más de EUR 10 mil millones para apoyar a los trabajadores en riesgo de perder sus empleos debido al brote, con incentivos extendidos a los trabajadores autónomos y precarios. Para estas categorías “más débiles”, el gobierno proporcionará una contribución única de EUR 600.

Políticas en Materia Ambiental

El 21 de julio de 2020, en respuesta a la crisis sanitaria que atravesaban todos los países europeos, el Consejo Europeo delibera sobre la creación de Next Generation EU (NgEu).

Next Generation EU, es un instrumento de Emergencia puntual de duración limitada, utilizado como medida de respuesta y recuperación, donde centra cuatro prioridades, una de ellas es:

Transición ecológica: lograr la neutralidad climática y poner en práctica medidas para luchar contra el cambio.



Chile

Medidas en Materia de Turismo

Sello Confianza Turística: Para adherir al sello se debe estar registrado como proveedor de servicios turísticos en SERNATUR.

Plataforma Todos x las Pymes: Tiene el propósito de dar visibilidad y ser un espacio colaborativo en el que las empresas puedan promocionarse y conectarse con todos sus potenciales clientes.

Visor Patrimonial: puesta en valor del patrimonio natural y cultural de Propiedad Fiscal.

Programa “Reactívale Turismo”: Consiste en entrega de subsidios por \$ 3 millones de pesos por PYME para financiar capital de trabajo o implementar protocolos sanitarios. Alrededor de 6500 PYMES turísticas serán beneficiados y cerca de 20 mil millones de pesos serán distribuidos.

Políticas Sociales en el Contexto de la COVID-19

El presidente de Chile anunció una serie de medidas (marzo, 2020):

- ➔ Suspensión de los pagos provisionales mensuales del impuesto sobre la renta de las sociedades durante los próximos tres meses.
- ➔ Suspensión de pagos de IVA durante los próximos tres meses para todas las empresas con ventas inferiores 350.000 UF, con la opción de pagar el impuesto en 12 cuotas mensuales, sin cargo por intereses.

- Aplazamiento hasta julio de 2020 del impuesto sobre la renta de las sociedades pagadero por las pequeñas y medianas empresas (PYME) sobre la base de la declaración de impuestos anual para 2019 que se presentará en abril de 2020.
- Aplazamiento del pago del impuesto sobre la propiedad de abril para empresas con ventas inferiores a 350.000 UF y personas propietarias de propiedades con un valor inferior a 133 millones de CLP a efectos del impuesto sobre la propiedad. El pago está permitido en cualquier momento durante 2020, sin cargo por intereses.
- Una reducción temporal del impuesto sobre timbres (impuesto sobre documentos que acrediten préstamos o transacciones de crédito, y en préstamos extranjeros estén o no documentados).

Políticas en Materia Ambiental

El Ministerio del Medio Ambiente y el Ministerio de Transportes (mayo, 2021): Con el propósito de disminuir los episodios críticos de contaminación del aire, principalmente en la zona centro-sur del país, desarrollaron las siguientes medidas:

- Restricción vehicular y vías exclusivas en caso de preemergencia ambiental (el 1 de mayo hasta el 31 de agosto de 2021, entre las 7:30 y 21:00 horas, se aplica la restricción vehicular).
- Ejes ambientales en preemergencia y emergencia.
- Planes de Descontaminación Atmosférica (PDA).
- Guía de calefacción sustentable.
- Certificación de calefactores.
- Denuncias y fiscalización.



Ecuador

Medidas en Materia de Turismo

Estrategia turística ‘Be well in Ecuador’ será focalizada a los mercados regionales de Estados Unidos, Canadá, México, Colombia y Perú; y de larga distancia como España, Reino Unido y Alemania, allí se emprenderán acciones como la participación en foros internacionales, eventos virtuales, reuniones con tour operadores, ampliación de la conectividad y también, habrá promoción a través de canales digitales.

Reactívale Turismo: Busca apoyar a las micro, pequeñas y medianas empresas mediante créditos que van desde 500 hasta 30 mil dólares para las micro empresas, las pequeñas hasta 300 mil dólares y las medianas hasta 500 mil dólares. Se entregarán hasta en 36 meses con seis meses de gracia y una tasa de interés de hasta el 5%.

Políticas Sociales en el Contexto de la COVID-19

El presidente Moreno, anunció las nuevas medidas frente a la emergencia sanitaria (mayo, 2020):

- ➔ **Baja del precio de los combustibles**
En medio de la caída del precio del crudo, el Gobierno reduce el precio de la gasolina extra y la ecopaís, de USD 1,85 a 1,75, y el precio del diésel a USD 1.
- ➔ **Jornada del sector público se reduce**
Los servidores pasarán a trabajar seis horas diarias, en lugar de las ocho, y recibirán la remuneración por esas seis horas, priorizando el teletrabajo. La jornada de los profesores se reducirá una hora y se exceptuará a médicos, Policía, Fuerzas Armadas, y el resto de los funcionarios de seguridad.

➔ **Reducción del tamaño del Estado**

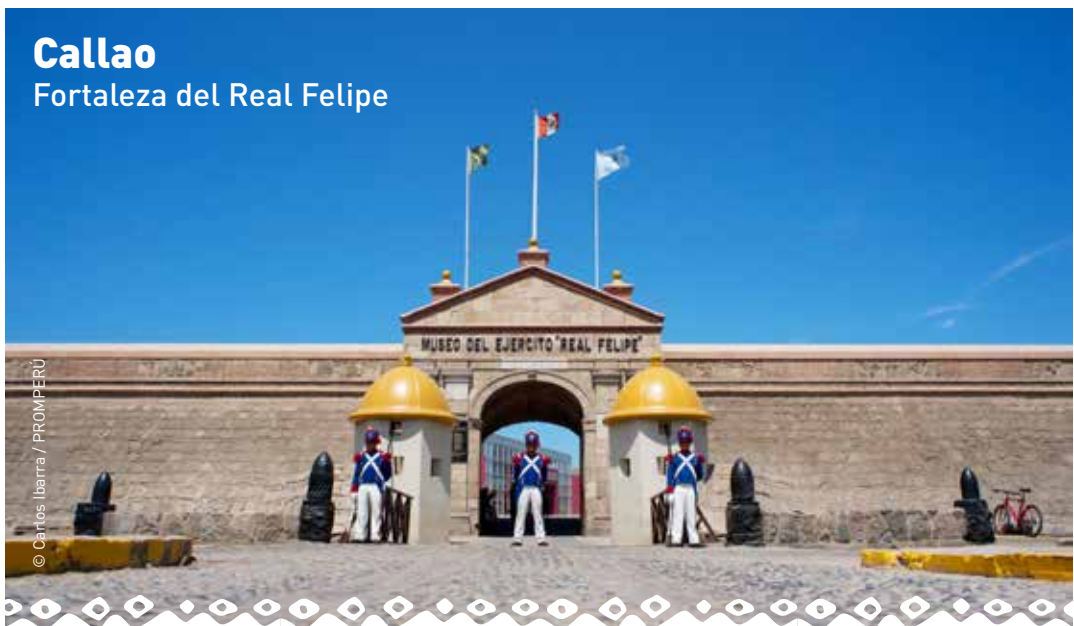
El Ejecutivo cerrará y fusionará 10 empresas públicas, entre ellas la aerolínea Tame, Inmobiliar, Ferrocarriles, Siembra, Medios Públicos, Correos del Ecuador y otras.

Moreno precisó que Tame ha perdido más de USD 400 millones en los últimos cinco años, por lo que Tame entrará en liquidación, preservando las rutas que conectan lugares que no tienen alternativas privadas.

Políticas en Materia Ambiental

El 11 de enero del 2022 el gobierno de Ecuador tendrá que cumplir con los compromisos que asumió en la COP26 (Conferencia de las Partes de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático), como la creación de una nueva reserva marina en Galápagos y la conservación del Corredor Marino del Pacífico Este Tropical. Además, deberá superar varios retos como cumplir con el Acuerdo de Escazú y asegurar el acceso a la justicia ambiental y la protección de los defensores ambientales.

Callao
Fortaleza del Real Felipe





México

Medidas en Materia de Turismo

La Secretaría de Turismo ha diseñado un plan de acción en tres ejes: Seguridad sanitaria, mediante el lanzamiento de lineamientos para la reapertura del sector, el sello de calidad Punto Limpio versión 2020 y la hoja de ruta para contar con un estándar en los protocolos bio-sanitarios; estrategia de marketing y promoción, a través de la campaña nacional "Piensa en México", e internacional denominada "Postpone, don't cancel. See you soon", la realización del primer Tianguis turístico Digital, la segunda edición del Tianguis de Pueblos Mágicos, la potencialización del turismo carretero.

Instituto Mexicano del Seguro Social lanzó **línea de crédito solidaria** por 25 mil pesos y aplicará a empresas que no hayan efectuado despidos durante el primer trimestre del 2020. Ello beneficiaría a microempresas como agencias de viaje, restaurantes, pequeños hoteles y hoteles boutique.

Gobierno anunció la inclusión de las empresas turísticas al **Programa de Apoyo al Empleo Formal (PAEF)** para el pago de la prima de servicios de empleados, con subsidio de 50% del salario mínimo legal mensual vigente ([SMLMV], hasta el mes de marzo de 2021.

Políticas Sociales en el Contexto de la COVID-19

Procedimiento de Atención Social para personas Adultas Mayores en soledad o impedimento de salud (Ciudad de México): Brindar servicios de asistencia social durante la contingencia COVID-19 a las personas mayores de 68 años residentes de la

Ciudad de México que no cuenten con red de apoyo familiar y/o social para brindarles atención médica, medicamentos gratuitos (previa prescripción) ayuda alimentaria y acompañamiento durante la emergencia sanitaria.

Procedimiento de Apoyo económico y en especie a personas enfermas o con sintomatología de COVID-19 y a sus familiares: Entregar los apoyos económicos y en especie, a personas enfermas o con sintomatología de COVID-19 y a sus familiares, a través del presente procedimiento específico que constará de una entrega de un kit médico COVID-19, un paquete alimentario y una tarjeta de ayuda (con dinero abonado), en los domicilios de las personas con sintomatología de la enfermedad, identificadas a través del sistema de mensajes SMS.

Fortalecimiento de programas y servicios sociales vigentes que atienden a población vulnerables: En el caso de las brigadas de atención en calle se reforzó el acompañamiento con brigadas adicionales y medidas de protección a las personas en situación de calle y se instalaron albergues emergentes temporales adicionales. Los Comedores Sociales continúan prestando sus servicios en la Ciudad brindando comida para llevar. En los Centros de Asistencia e Integración Social (CAIS) se establecieron medidas especiales de protección para garantizar la sana distancia, el uso de gel, cubrebocas y el lavado de manos. En los albergues no se autorizan visitas externas, el ingreso de personal y usuarios es con supervisión exhaustiva, toma de temperatura y signos vitales.

Políticas en Materia Ambiental

México Renace Sostenible: Es un programa que consiste en la **creación de circuitos turísticos y proyectos de bienestar social que vayan en armonía con la naturaleza**, donde se integran comunidades, pueblos y ciudades que puedan beneficiarse del turismo sin afectar su proceso biocultural.

Proyecto de Empoderamiento al Emprendimiento Turístico Sostenible: Se apoya en coordinación con la organización ENPACT con 9,000 euros para empresas, Pymes, cooperativas, empresas sociales y emprendimientos indígenas del sector turístico en México.





Argentina

Medidas en Materia de Turismo

Programa Previaje 2021, es un programa de preventa turística que otorga beneficios para viajar y disfrutar de todos los destinos de Argentina durante el 2021 y prevé la entrega de subsidio a los turistas. Este subsidio equivaldrá al 50% del valor del gasto que efectúen en la contratación de un viaje para realizar entre enero y diciembre de 2021, con un tope de reintegros de un máximo de 100 mil pesos y un mínimo de 5 mil pesos.

Fondo de Promoción Turística (FonProTur): Busca volver a proyectar los destinos argentinos en el mundo tras la pandemia. Es un fondo de \$ 45 millones, que aporta el Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR) y que se distribuirá equitativamente entre todas las provincias para que puedan registrar material audiovisual de sus principales destinos. Este material será utilizado por el Ministerio de Turismo y Deportes y el Inprotur para sumar acciones que fortalezcan a las estrategias de promoción internacional de Argentina y mostrar nuestros destinos turísticos al mundo.

Bono Fiscal Vacacional otorga hasta 20 mil pesos por cada grupo familiar con ingresos de hasta cuatro salarios mínimos y que podrá utilizarse en 2021 para al pago de servicios ofrecidos dentro del país.

Políticas Sociales en el Contexto de la COVID-19

Laboral /Impuesto personal, el poder ejecutivo 310/2020, prevé que el gobierno federal pague un Ingreso Familiar de Emergencia a personas desempleadas, trabajadores ocasionales, "monotributo" contribuyentes en las categorías A y B, y trabajadores domésticos.

Impuesto sobre la Renta de las Sociedades, el 20 de marzo, Decreto 300/2020, reduce durante 90 días el impuesto sobre créditos y débitos en cuentas bancarias al 2,5% desde el 6% para las entidades que pertenecen al sistema sanitario.

Aduanas y comercio, el 10 de abril, Decreto 333/2020, fija el derecho de importación de extrazona en Cero por ciento (0%) y exime de la tasa estadística las transacciones de importación cubiertas por las posiciones arancelarias correspondientes, incluido el alcohol en diferentes variantes, desinfectantes, guantes, máscaras y tapas desechables, así como toda una serie de equipos sanitarios.

Políticas en Materia Ambiental

En Argentina existen 5000 basurales a cielo abierto, lo que significa, en promedio, más de dos basurales por municipio. Esto implica uno de los riesgos ambientales y sanitarios más urgentes.

El Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible en articulación con diferentes gobiernos locales, diseñaron el Plan Federal de Erradicación de Basurales a Cielo Abierto:

- ➔ Cierre de los basurales a cielo abierto existentes en diferentes localidades.
- ➔ Construcción de Complejos Socioambientales para el tratamiento diferenciado y eficiente de los residuos.
- ➔ Adquisición de equipamiento y productos básicos para optimizar la gestión de los residuos sólidos urbanos a nivel local.
- ➔ Fomento a la separación en origen, el reciclado, la reutilización y la valorización de los residuos para convertirlos en insumos de los procesos productivos.



Colombia

Medidas en Materia de Turismo

Apoyo económico a medinas y pequeñas empresas (marzo, 2020): Se anunció una serie de medidas de alivio económico, que incluyen rápidos reembolsos de impuestos, un período de gracia para pagos de hipotecas y préstamos para pequeñas y medianas empresas, y líneas de crédito especiales para los sectores de agricultura, turismo y aviación.

Promoción: A través de la campaña YOVOY Colombia, se promueve la visita a distintos destinos turísticos teniendo los protocolos de bioseguridad.

Exoneración del impuesto sobre las ventas (IVA) en la prestación de servicios de hotelería y turismo hasta diciembre 2020.

Línea de crédito “Colombia Responde” por US\$ 18 mil millones al sector turismo y aviación, y sus respectivas cadenas de suministro, asignando como máximo a cada empresa US\$ 800 mil si es Mipyme y US\$ 1,3 millones si es grande.

Financiamiento a empresas (octubre, 2020): Se anunció un plan de 12 puntos y \$5.2 millones para facilitar el financiamiento de empresas colombianas de todos los tamaños. Las medidas incluyeron de todo, desde nuevas líneas de crédito directo hasta condiciones de financiación preferentes y períodos de gracia extendidos para el reembolso de préstamos.

Políticas Sociales en el Contexto de la COVID-19

Campaña “Colombia está contigo” (abril, 2020): El Gobierno Nacional, a través del Ministerio del Interior lanzó la campaña “Colombia está contigo”, para brindar Asistencia Humanitaria de Emergencia (AHE) - Alimentaria a poblaciones vulnerables durante el aislamiento preventivo obligatorio que se implementó en el país como medida de prevención frente a la pandemia.

Ley de borrón y cuenta nueva (marzo, 2020): La cámara baja de Colombia aprobó una ley de “borrón y cuenta nueva” que otorgaría a los deudores un período de gracia de un año para ponerse al día con sus pagos, y aquellos que lo hagan tendrán borrados los informes de crédito negativos de las centrales de riesgo.

Subsidios a trabajadores (mayo, 2020): Se anunció que mediante decreto el gobierno

subsidiará el 40 por ciento del salario mínimo de \$250 al mes para los trabajadores de empresas que han visto caer sus ingresos en al menos un 20 por ciento durante la pandemia.

Nueva ronda de subsidios (setiembre, 2020): El gobierno anunció planes de realizar una nueva ronda de subsidios para cubrir los bonos de trabajadores para comercios cuyos ingresos bajaron en un 20 por ciento.

Programa de Prueba, Rastreo y Aislamiento Selectivo Sostenible (PRASS) agosto 2020: El Ministerio de Salud y Protección Social implementó el PRASS, que se basa en gran parte, en el rastreo y aislamiento de los contactos de los casos probables o sospechosos de COVID-19, de una manera ágil y oportuna, que debe ser implementado en todo el territorio nacional. El principal objetivo del PRASS es desacelerar el contagio por COVID-19 e interrumpir las cadenas de transmisión.

Aislamiento selectivo (setiembre, 2020): El país pasó a un periodo de "aislamiento selectivo con distanciamiento de responsabilidad individual", el cual permanecería hasta febrero del 2021.

Políticas en Materia Ambiental

Aprovechamiento de las aguas residuales: Con el objetivo de convertir las aguas residuales en un recurso hídrico para el país, el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible cuenta con la Resolución 1256 de 2021, que determina las disposiciones relacionadas con el uso de estas aguas y dicta medidas para que apliquen las autoridades ambientales y los usuarios.

Estrategia para enfrentar delitos ambientales: La Policía Nacional de Colombia ha desplegado 100 agentes de inteligencia e investigación criminal en una estrategia para hacer frente a los delitos ambientales como la extracción ilícita de minerales, la deforestación, y el comercio ilegal de animales, además de aumentar la seguridad de líderes ambientales, dijo este lunes (06.12.2021) el Gobierno. Cincuenta agentes investigarán los delitos medioambientales, mientras que 40 trabajarán en la recopilación de información. Los 10 restantes vigilarán los sitios web, incluidas las redes sociales, de tráfico de fauna y flora silvestres.

Plataformas colaborativas para restaurar y recuperar las cuencas de ríos: El Ministerio de Ambiente de Colombia anunció que 35 organizaciones públicas y privadas de los departamentos de Boyacá y Casanare firmaron dos acuerdos de voluntades con los que se conformaban plataformas colaborativas que beneficiarán las cuencas de los ríos Cravo Sur y Cusiana. Estas plataformas colaborativas son una apuesta de gobernanza impulsada por el sector público para fomentar la acción de diferentes representantes hacia la protección y recuperación de los ecosistemas degradados en el país, especialmente en las cuencas en donde se adelantan proceso de gestión integral de los recursos hídricos, articulando esfuerzos económicos, administrativos y técnicos, entre otros.

Huánuco

Cueva de las lechuzas,
Parque Nacional Tingo María





Capítulo 2

Perfil del vacacionista y tendencias del mercado turístico



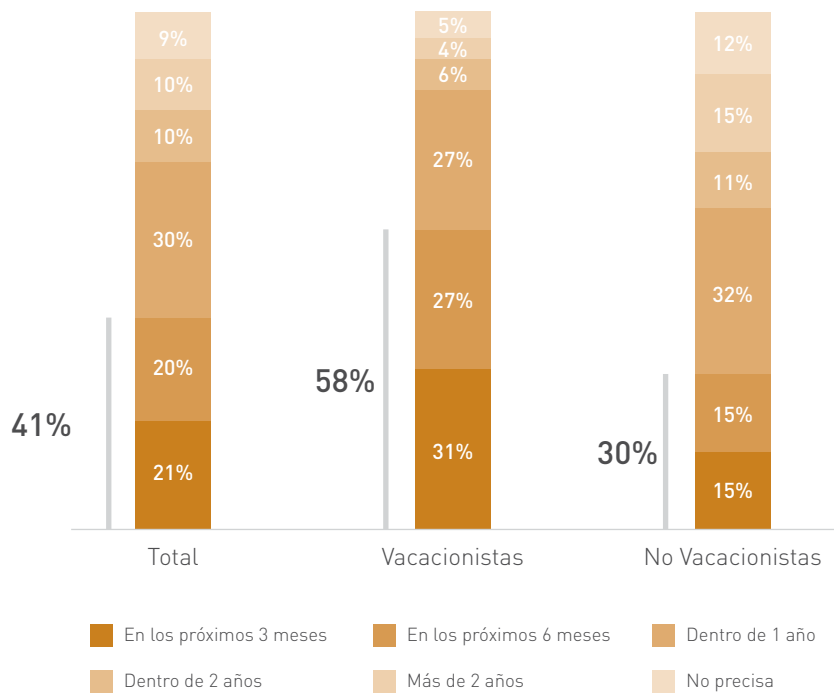
2. Perfil del vacacionista y tendencias del mercado turístico



2.1. Perfil del vacacionista nacional postpandemia

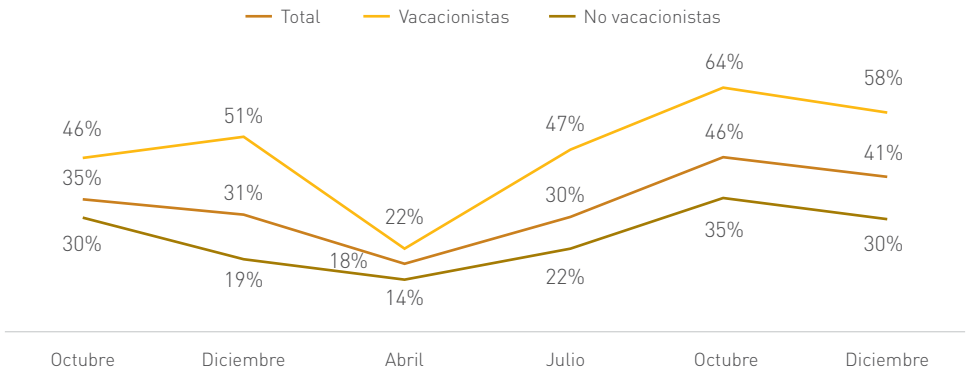
Con respecto al vacacionista nacional postpandemia, en diciembre del 2021, la intención de viaje a corto plazo (de 3 a 6 meses) descendió 5 puntos porcentuales respecto a octubre. La aparición de la variante Ómicron y sus efectos en otros países, así como el incremento de la inflación, han afectado la decisión de viaje a corto plazo, en todos los segmentos.

INTENCIÓN DE VIAJE. DICIEMBRE, 2021



Fuente: Estudio Intención de Viaje de los Peruanos a Nivel Nacional (octubre 2020 - diciembre 2021).

EVOLUCIÓN INTENCIÓN DE VIAJE A CORTO PLAZO (DE 3 A 6 MESES)*

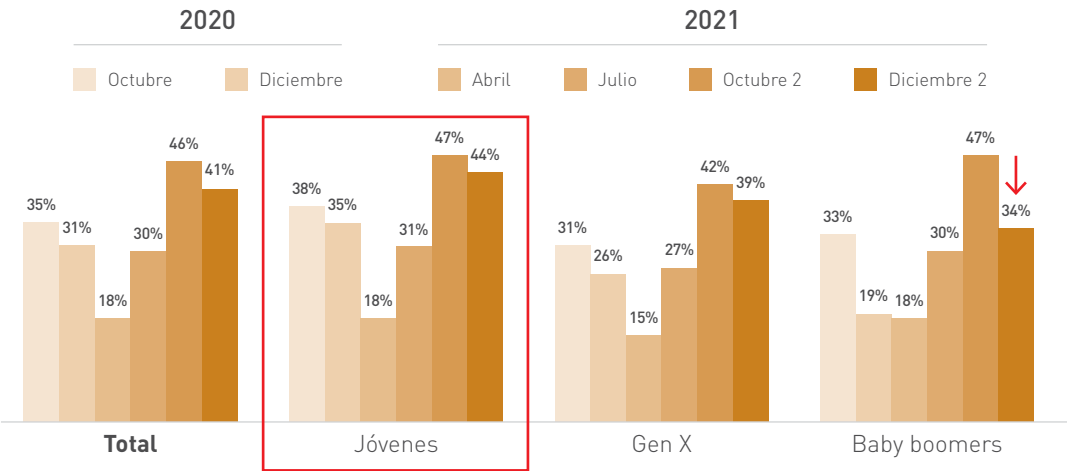


* A partir de la medición de abril de 2021, se considera "vacacionista" a aquella persona que desde el 2019 haya realizado, por lo menos, algún viaje por vacaciones dentro del país.

Durante el 2021, los jóvenes, se han mantenido como el "segmento reactivador" en la intención de viaje a corto plazo. A pesar de que en diciembre del 2021 se observó una ligera caída de 3 puntos porcentuales (respecto a octubre), los jóvenes siguen formando parte del segmento reactivador. En el caso de los baby boomers (a diferencia de octubre donde alcanzaron a los jóvenes) ha sido el segmento que más ha caído en su intención de viaje a corto plazo.

Esto pudo deberse a la percepción acerca de los posibles efectos de la variante Ómicron en el país, en un contexto donde habría una relajación de la población por las fiestas de fin de año y por las actividades de verano 2022.

INTENCIÓN DE VIAJE A CORTO PLAZO (DE 3 A 6 MESES)
DISTRIBUCIÓN GENERACIONAL, OCTUBRE 2020 - DICIEMBRE 2021



Fuente: Estudio Intención de Viaje de los Peruanos a Nivel Nacional (octubre 2020 - diciembre 2021).

¿CUÁNTAS PERSONAS VIAJARÍAN EN EL CORTO PLAZO DENTRO DEL PAÍS?
DICIEMBRE 2021



* Fuente: APEIM.
Elaboración: DIMT - PROMPERÚ.

De los viajes por vacaciones realizados entre el 01 de julio del 2020 y el 30 de junio del 2021, el 13% (1'186,365 peruanos) realizó algún viaje por este motivo en dicho periodo dentro del país. De ellos, el 53% fueron mujeres y uno de cada dos viajeros, provino de la Región Lima, predominando la generación Y (51 %) y la generación X (25 %)³. Estos viajes se realizaron en grupos reducidos, en pareja o con familiares directos.

Con respecto al 2019, estos viajeros usaron más el avión y hospedajes de mayor categoría, como sinónimo de mayor bioseguridad. Asimismo, permanecieron una noche más (5 noches), realizando actividades principalmente relacionadas con el turismo de naturaleza (63%), dentro de los destinos visitados. Cusco fue el principal destino visitado (14%), seguido por Arequipa (12%) e Ica (11%).

Cabe resaltar, que 8 de cada 10, buscaron información antes de viajar, siendo los medios no convencionales lo más usados, como redes sociales (62%) e Y tú qué planes (55%). Por otro lado, el 54% hizo uso de una agencia de viajes o tour operador por considerar que representaba mayor seguridad. Como consecuencia de todo ello, el gasto se incrementó a S/ 585.

³ Generación Y: de 27 a 42 años.
Generación X: de 43 a 56 años.



2.2. Perfil del potencial turista extranjero postpandemia

Debido las restricciones de viaje y el cierre de pasos fronterizos, efectuadas durante el 2020 y 2021, no se pudo llevar a cabo el estudio del Perfil del Turista Extranjero. Por ello, se optó por realizar estudios que nos permitieran conocer la demanda potencial de los principales mercados de interés para el Perú.

2.2.1. Principales características del potencial turista extranjero que visitará Perú

Los viajeros post pandemia tienden a elegir destinos internacionales cercanos a su región de residencia, es decir, que los mercados de larga distancia ofrecerían menores probabilidades de viajar a nuestro país. En tal sentido, el enfoque a corto y mediano plazo debería darse en la promoción para los mercados latinoamericanos.

Entre aquellas personas más interesadas en viajar, destacan principalmente aquellas entre 25 y 40 años, que buscan actividades al aire libre (naturaleza), así como conocer la cultura de una manera distinta (tener una experiencia más cercana con el poblador y la cultura local). Es importante mencionar que, a diferencia del viajero 2019, este nuevo turista buscaría diversificar más las actividades durante su viaje, es decir, combinando opciones que incluyan un mayor número de alternativas (naturaleza, aventura, urbano, rutas poco tradicionales).

Con respecto a la reserva y compra, esta se realizaría en mayor medida con agencias de viaje; esta tendencia es más marcada con la postpandemia, pues el turista se sentiría más seguro con el uso de empresas especializadas que garantizan la seguridad. Cabe mencionar que, muchos pagarían con tarjeta de crédito y preferirían una mayor flexibilidad en los cambios de fecha.

2.2.2. El perfil del potencial vacacionista estadounidense postpandemia

¿Cuántos turistas estarían interesados en visitar Perú en los próximos 3 años?

A fin de conocer cuál es el tamaño potencial del mercado de viajes de estadounidenses, se realizó un estudio cuantitativo, que arrojó que el tamaño del mercado potencial está conformado por 29.4 millones de personas, las cuales representan el 11.4% del total de la población estadounidense.

La perspectiva para los viajes de Estados Unidos a Perú es positiva, pero el momento de la recuperación del mercado es incierto. Sin embargo, al analizar la demanda acumulada se observa que esta sigue en aumento. Es así como, 8 de cada 10 de los estadounidenses interesados en visitar nuestro país están completamente vacunados contra la Covid-19 y están a la espera del mejor momento para viajar, dependiendo de la evolución de los contagios.

Aquellos interesados en Perú son viajeros frecuentes, residen principalmente en las costas, además son cada vez más jóvenes. Los viajeros de las generaciones X e Y representan 3 de cada 4 potenciales turistas. En medio de todo este cambio, las principales motivaciones de viaje de aquellos estadounidenses que están muy interesados en Perú se han mantenido constantes. Ellos viajan por diversión, para tener experiencias nuevas, relajarse y explorar. Las experiencias de cultura, naturaleza y turismo gastronómico son muy importantes cuando viajan internacionalmente.

Para algunos, la pandemia trajo un enfoque renovado en la salud y el bienestar. Los viajes de bienestar y el crecimiento personal crecen en importancia. 3 de cada 4 potenciales viajeros, están de acuerdo que viajar es esencial para su salud mental y su crecimiento personal. Este sentimiento continuará para impulsar el auge de los viajes transformacionales.



2.3. Análisis de los mercados potenciales provenientes de Latinoamérica

¿Cuántos turistas estarían interesados en visitar Perú en los próximos 2 años?

A fin de conocer el tamaño potencial de los principales mercados emisores de turistas, se realizaron estudios para medir el tamaño del mercado potencial. A continuación, se muestra un resumen sobre el número de interesados en visitar nuestro país en los próximos 2 años.

TAMAÑO DE MERCADO POTENCIAL POR PAÍS DE RESIDENCIA

País	Tamaño de mercado potencial
Brasil	1 326 630
Argentina	602 972
México	524 356

Fuente: Promperú

El perfil del potencial vacacionista brasileño

Más de la mitad de los brasileños suele viajar, especialmente dentro de Brasil. En el último año por la pandemia, se redujo significativamente el porcentaje que viajó, pero la intención de viajar en los próximos 12 meses se ha recuperado significativamente. El perfil de los visitantes potenciales es de un NSE alto, jóvenes (30 años de promedio), con un nivel de instrucción mayor al promedio y con trabajo en el sector privado. Las actividades turísticas preferidas son, en orden de importancia, el turismo de sol y playa, el turismo de la naturaleza, gastronómico y urbano.

El perfil del potencial vacacionista argentino

Se observa una intención cautelosa pero progresiva de viajar al extranjero, donde los adultos jóvenes son los más interesados en hacerlo, en los próximos 3 meses. Existe una marcada predisposición para iniciar con rutas cercanas, dentro del propio país (68%). Con respecto a la visita al Perú, 602 972 argentinos estarían interesados en que este sea su próximo destino. Perú es un país altamente asociado al turismo cultural, relacionado a visitar sitios arqueológicos, comunidades, a participar en festividades religiosas y disfrutar su gastronomía.

El perfil del potencial vacacionista mexicano

Aunque la intención de viajar hacia Latinoamérica es aún baja, Perú se encuentra dentro de las principales opciones de elección, destacando por sus atractivos culturales. Entre los que no visitarían el Perú, encontramos que las barreras para visitarlo se enfocan principalmente en que no se considera un destino suficientemente atractivo en el turismo de sol y playa y naturaleza, en comparación a otras regiones. Adicionalmente, la percepción de inseguridad que sienten sobre los países latinoamericanos es también una barrera.



2.4. Análisis de los mercados potenciales provenientes de los países de larga distancia

¿Cuántos turistas estarían interesados en visitar Perú en los próximos 2 años?

A fin de conocer cuál es el tamaño potencial de los principales mercados emisores de turistas, se analizaron los mercados inglés y español.

TAMAÑO DE MERCADO POTENCIAL POR PAÍS DE RESIDENCIA

País	Tamaño de mercado
Inglaterra	991 904
España	247 531

Fuente: Promperú

El perfil del potencial vacacionista inglés

Entre los países latinoamericanos, Perú se encuentra en un tercer puesto de priorización, después de México y Argentina. Los más interesados son los jóvenes (generación Z y Y). Ellos viajarían principalmente con amigos o en pareja. Planificarían su viaje a través de plataformas digitales (62%) y redes sociales (50%). Buscan nuevas experiencias, están interesados en el turismo de naturaleza, aventura, así como adentrarse a culturas diferentes a la suya. La inseguridad ya sea ciudadana o a nivel de salud, representa una barrera importante.

El perfil del potencial vacacionista español

Si bien la intención de viajar a Latinoamérica continúa siendo baja, Perú se encuentra en un tercer puesto de priorización, después de México y Argentina. Entre las actividades más demandadas para viajes por recreación, se encuentran el turismo de naturaleza, urbano y cultural, así como de sol y playa y gastronómico. Este tipo de turista busca romper con la cotidianidad durante sus viajes, apreciar paisajes auténticos y conocer la cultura a través de la gastronomía. A diferencia de otros turistas europeos, los españoles priorizan las recomendaciones de familiares y amigos para la elección de destinos y actividades (71%).



2.5. Tendencias del mercado turístico

2.5.1. Mercado turístico nacional

Respecto al vacacionista nacional, este desea conocer nuevas amistades y se abre más a la sociabilización, busca experiencias únicas, tales como conocer las costumbres, “el día a día” del destino de una manera distinta, disfrutar de lo auténtico y de lo desconocido, demostrando un compromiso por el desarrollo de las localidades que se visita, así como actividades que respetan el medio ambiente. En ese sentido, muchos buscan destinos no convencionales poco visitados.

Asimismo, valorará más el tiempo personal, desconectándose del trabajo, realizando viajes de completo relax solo o con la familia directa. El viajar sería una alternativa para el beneficio del bienestar mental y emocional y para conocer nuevas amistades y culturas.

La tecnología se mantendrá como un elemento importante para informarse en sus próximas vacaciones, evitando el contacto directo previo al viaje, por lo que se incrementaría el uso de aplicaciones que ofrecen destinos seguros o alternativas de destino no convencionales, así como reels o videos cortos en plataformas digitales, como Instagram, TikTok, entre otros. Para el año 2022, junto con la naturaleza y playa, habría un aumento en el interés por realizar actividades urbanas, dada la reapertura de diversas actividades, a diferencia de 2021.

2.5.2. Mercado turístico internacional

Con relación al turista extranjero, el 60 % de viajeros desea conocer a alguien durante sus vacaciones y no solo compartir tiempo con sus amistades y familiares. Ha aumentado el interés por restablecer de forma clara un equilibrio saludable entre la vida laboral y la personal. Es así como, un 73% coincide en que sus vacaciones estarán totalmente exentas de trabajo en el futuro y el 79% coincide en que viajar beneficia a su bienestar mental y emocional más que otras maneras de cuidarse. Asimismo, valoran la oportunidad de desconectarse más que antes y, además, mientras viajan aprovechan para adentrarse por completo en culturas y lugares nuevos.

Cabe resaltar que el 58% le da gran importancia al beneficio que ellos pueden traer a los destinos visitados, en especial, a las comunidades locales, por lo que optarán por destinos no convencionales. Es así como, la diversificación de la oferta turística se convierte en una oportunidad en este escenario, pudiendo ofrecer diferentes opciones que se adapten a los gustos del nuevo turista.

En esa misma línea, se le suma el enfoque en la personalización, es así como el turista internacional optará por opciones que se adapten a sus preferencias, estilos de vida y gustos; de este modo, existe mayor oportunidad para las agencias tipo boutique o especializadas.

A corto plazo, los vacacionistas preferirán visitar destinos cercanos empezando por su propio país para luego continuar con aquellos, circundantes dentro de su región, para luego realizar a mediano y largo plazo (1 o 2 años), viajes a destinos de larga distancia. En tal sentido, la conectividad aérea y las horas de vuelo influye en la elección de destino.

Con respecto a los grupos de viaje, se priorizará los viajes con familiares directos y en pareja. Los grupos grandes pasan a un segundo plano. Sin embargo, a medida que evolucione la pandemia y se reduzca el número de contagios, se espera que el turista también aproveche el viaje para conocer nuevas costumbres, personas y hacer nuevas amistades.

Áncash

Quebrada de Llanganuco, Parque Nacional Huascarán





Capítulo 3

Modelo de gestión turística

3. Modelo de gestión turística



3.1. Modelo propuesto

Pilares fundamentales

INSTITUCIONALIDAD: Instancia básica donde las personas e instituciones coordinan, organizan y accionan de manera conjunta y continua sobre una visión y un compromiso comunes, que permita alcanzar los objetivos enmarcados en la presente Estrategia. Está referida a los actores clave del turismo: sector público, sector privado y academia.

TERRITORIO: Espacio sobre el cual fluyen los visitantes y en el cual viven los anfitriones, que contiene los recursos que atraen y sobre el cual se gestiona el aprovechamiento sostenible del turismo con miras a la reactivación de este sector. Abarca los aspectos de: ordenamiento, conectividad, infraestructura económica, mobiliario, servicios públicos, ambiente y gestión sanitaria de la pandemia.

OFERTA: Conjunto de productos y servicios puesto ante el visitante que, basado en el territorio y el patrimonio, se posiciona en base a la sostenibilidad, calidad, seguridad en un contexto de postpandemia. Comprende los productos y experiencias de turismo (atractivos, escenarios, actividades, servicios, servicios especializados) y los productos del territorio (artesanales, agropecuarios, industriales, etc.).

DEMANDA: Oferta requerida por visitantes en el contexto de reactivación postpandemia, comprendiendo flujos regionales (interprovinciales e interprovinciales), flujos nacionales (interregionales de corta, media y larga distancia) y flujos internacionales (fronterizos, continentales, transcontinentales).

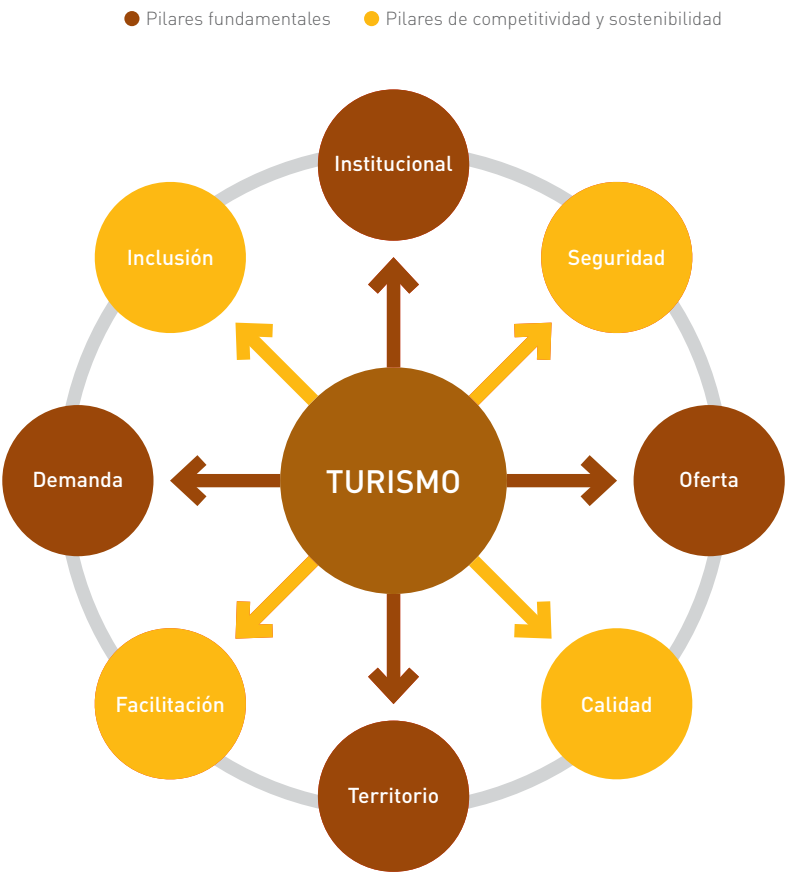
Pilares de sostenibilidad y competitividad

CALIDAD: Elemento fundamental para promover la competitividad del sector turismo en un contexto de postpandemia y que asegura las experiencias positivas en el visitante, de forma tal que constituya un atributo que potencie y fidelice, logrando además impactar y expandirse en la sociedad anfitriona generando una cultura turística asociada a la cultura de calidad. Se percibe desde las personas (incluye cultura turística), las empresas, los sitios y los destinos.

FACILITACIÓN: Condiciones de información, conectividad y generación de facilidades que permiten un mejor aprovechamiento del tiempo, la inversión y la satisfacción de las motivaciones de los visitantes y de nuestros ciudadanos, necesarios para la reactivación del sector turismo. Así también las posibilidades de conectividad y facilidades para el arribo y retorno de los visitantes en términos de rentabilidad de tiempo, dinero y motivaciones. Comprende: información, gestión de flujos, trámites y conectividad.

INCLUSIÓN: Condición clave para la sostenibilidad y la equidad, el acceso a oportunidades y la visión del turismo como un vehículo para el desarrollo integral de la persona, económico y social.

SEGURIDAD: Aspecto que permite garantizar la vida, la integridad, la salud y los bienes de nuestros ciudadanos y visitantes, en la reactivación del turismo. Comprende la seguridad ciudadana, la seguridad sanitaria, la seguridad en la operación turística y la gestión de riesgos.



Fuente: Tomado de los PERTUR La Libertad, Amazonas y Áncash.



3.2. Sistema de gestión de destinos

Los pilares fundamentales pueden coordinarse con los pilares de sostenibilidad y competitividad para potenciarse entre sí, generando posibilidades de cooperación y articulación sobre temas específicos. En azul se remarcan las áreas más relevantes para la reactivación del sector, resaltando la bioseguridad en el desarrollo de la oferta y en la promoción turística, así como la facilitación turística y el desarrollo de condiciones desde el territorio.

	Calidad	Seguridad	Facilitación	Inclusión
Institucionalidad				
Territorio				
Oferta				
Demanda				

Fuente: Tomado de los PERTUR La Libertad, Amazonas y Áncash.



3.3. Espacios territoriales

3.3.1. Espacios territoriales de administración pública

PAÍS: Espacio político administrativo que contiene más de una región y en cuyo territorio y administración jurisdiccional pueden existir uno o más destinos turísticos o espacios territoriales que formen parte de uno o más destinos turísticos compartidos entre sus provincias o con provincias de otras regiones. Se debe considerar que los destinos pueden tener distintas escalas.

REGIÓN: Espacio político administrativo que contiene más de una provincia y en cuyo territorio y administración jurisdiccional pueden existir uno o más destinos turísticos o espacios territoriales que formen parte de uno o más destinos turísticos compartidos entre sus provincias o con provincias de otras regiones. Se debe considerar que los destinos pueden tener distintas escalas.

PROVINCIA: Espacio político administrativo que contiene más de un distrito y en cuyo territorio y administración jurisdiccional pueden existir uno o más destinos turísticos o espacios territoriales que formen parte de uno o más destinos turísticos compartidos con otras provincias de esta u otra región. Se debe considerar que los destinos pueden tener distintas escalas.

DISTRITO: Espacio político administrativo ubicado dentro de una provincia en cuyo territorio y administración jurisdiccional pueden existir uno o más destinos turísticos o espacios territoriales que formen parte de uno o más destinos turísticos compartidos con otros distritos de la misma provincia, otra provincia u otra región. Se debe considerar que los destinos pueden tener distintas escalas.

3.3.2. Espacios territoriales para la planificación turística

ZONA DE DESARROLLO TURÍSTICO⁴: Son aquellas áreas que poseen una oferta turística (atractivos turísticos, corredores turísticos, rutas turísticas, circuitos turísticos, productos

⁴ Guía para la elaboración del PERTUR - MINCETUR.

turísticos y/o destino turístico, planta turística, servicios turísticos y complementarios) que genera el desplazamiento de una demanda (excursionistas o turistas).

Su delimitación geográfica está supeditada a la demanda turística, más no a los límites político-administrativos de uno o más distritos, provincias o regiones (departamentos) que la conforma(n).

3.3.3. Espacios territoriales de gestión turística

DESTINO⁵: Un destino turístico es un espacio físico en el que un visitante puede pernoctar al menos una noche. Este incluye productos turísticos considerando servicios de soporte, atractivos y recursos turísticos que son accesibles en el lapso de un viaje de ida y vuelta de un día. El destino tiene límites físicos y administrativos que definen su gestión, así como una imagen y percepciones que definen su competitividad en el mercado. Los destinos turísticos involucran a diversos actores incluyendo generalmente a la comunidad local, y pueden ser la base para formar una red que forme destinos más grandes.



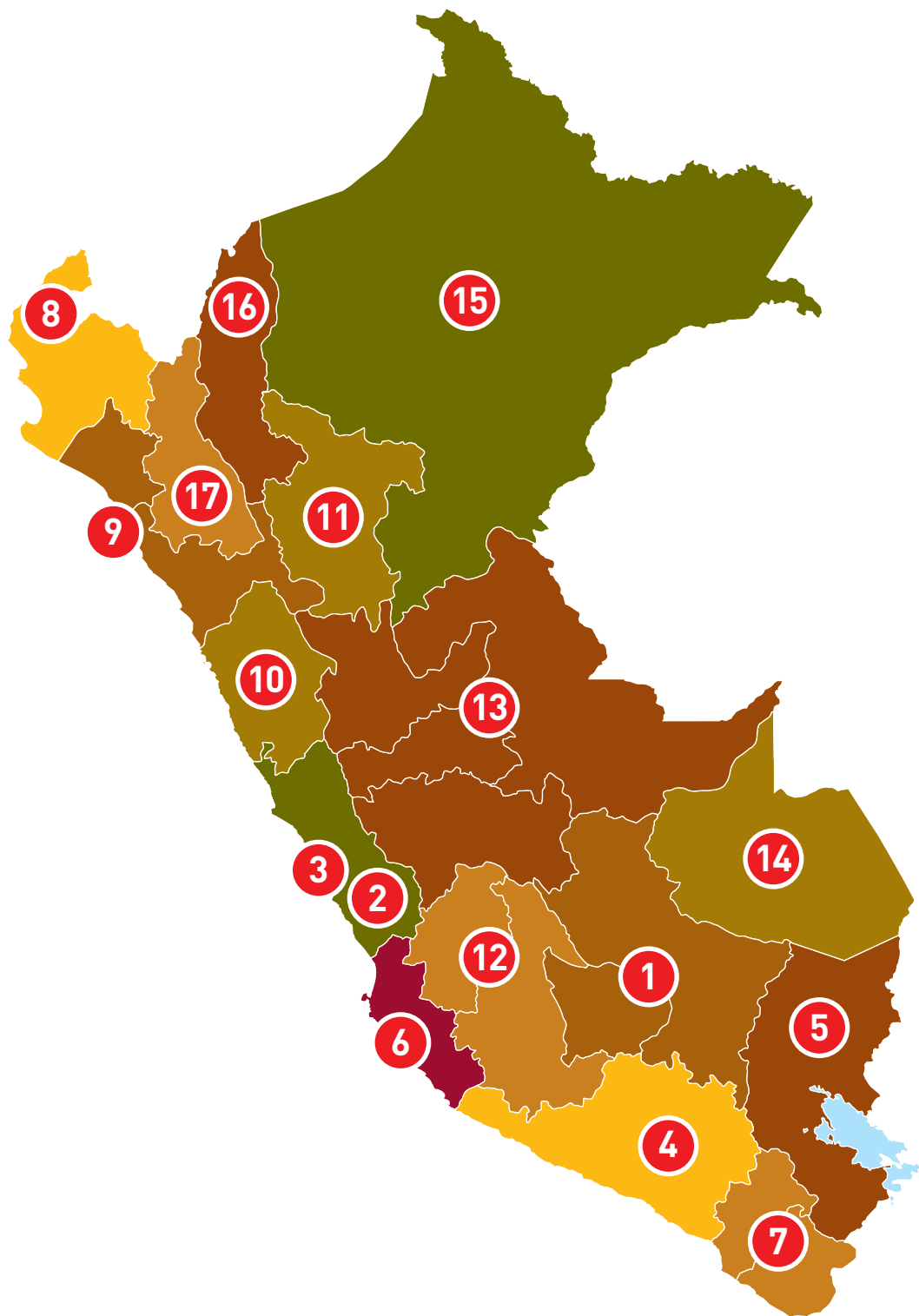
3.4. Destinos turísticos nacionales y zonas de desarrollo turístico priorizados

3.4.1. Destinos turísticos nacionales priorizados

Se han priorizado 17 destinos turísticos nacionales, en torno a las 25 regiones del país y Lima Metropolitana:

⁵ Guía para la elaboración del PERTUR - MINCETUR.

DESTINOS TURÍSTICOS NACIONALES PRIORIZADOS



N°	REGIÓN	DESTINOS TURÍSTICOS
1	CUSCO	CUSCO - MACHUPICCHU - CHOQUEQUIRAO
	APURÍMAC	
2	LIMA REGIÓN	RUTAS CORTAS DE LIMA
3	LIMA METROPOLITANA	LIMA Y CALLAO
	CALLAO	
4	AREQUIPA	AREQUIPA – COLCA
5	PUNO	PUNO - LAGO TITICACA
6	ICA	PARACAS – NASCA
7	TACNA	TACNA Y MOQUEGUA
	MOQUEGUA	
8	PIURA	PLAYAS DEL NORTE
	TUMBES	
9	LAMBAYEQUE	RUTA MOCHE
	LA LIBERTAD	
10	ÁNCASH	CORDILLERA BLANCA - HUASCARÁN
11	SAN MARTÍN	TARAPOTO - ALTOMAYO
12	AYACUCHO	AYACUCHO Y HUANCAMELICA
	HUANCAMELICA	
13	JUNÍN	SELVA CENTRAL
	PASCO	
	HUÁNUCO	
	UCAYALI	
14	MADRE DE DIOS	MANU – TAMBOPATA
15	LORETO	RÍO AMAZONAS
16	AMAZONAS	KUÉLAP - UTCUBAMBA
17	CAJAMARCA	CAJAMARCA

Lambayeque
Bosque de Pómac



3.4.2. Zonas de desarrollo turístico priorizados

Se han priorizado 41 Zonas de Desarrollo Turístico (ZDT) de 21 regiones, recogidas de los Planes Estratégicos Regionales de Turismo (PERTUR), que son aquellas áreas que poseen una oferta turística (atractivos turísticos, corredores turísticos, rutas turísticas, circuitos turísticos, productos turísticos y/o destinos turísticos, planta turística, servicios turísticos y complementarios) que generan el desplazamiento de una demanda (excursionistas o turistas). Su delimitación geográfica está supeditada a la demanda turística, más no a los límites político-administrativos de uno o más distritos, provincias o regiones (departamentos) que la conforma(n). Considerando la procedencia de su demanda turística principal, las ZDT priorizadas son de alcance interregional, es decir, aquellas que tienen mayor flujo de visitantes procedentes de regiones vecinas:

Nº	REGIÓN	ZONAS DE DESARROLLO TURÍSTICO (ZDT)	PROVINCIA
1	PIURA	ZDT PAITA CIUDAD Y PLAYAS	PAITA
2		ZDT HUANCABAMBA	HUANCABAMBA
3	LAMBAYEQUE	ZDT OESTE	LAMBAYEQUE CHICLAYO
4		ZDT SUR	CHICLAYO
5	LA LIBERTAD	ZDT ANDINA	SÁNCHEZ CARRIÓN
			GRAN CHIMÚ
			SANTIAGO DE CHUCO

N°	REGIÓN	ZONAS DE DESARROLLO TURÍSTICO (ZDT)	PROVINCIA
6	LORETO	ZDT ALTO AMAZONAS Y LA PERLA DEL HUALLAGA	LORETO ALTO AMAZONAS
7		ZDT CONTAMANA, MISTERIO DESCUBIERTO	UCAYALI
8	UCAYALI	ZDT ATALAYA	ATALAYA
9	ÁNCASH	ZDT ANDINA	BOLOGNESI
			HUARI
			ASUNCIÓN FITZCARRALD
			POMABAMBA
10	ICA	ZDT CHINCHA	CHINCHA
11	JUNÍN	ZDT ANDINO	TARMA YAULI JUNÍN
12	TACNA	ZDT JORGE BASADRE	JORGE BASADRE
13	MOQUEGUA	ZDT MARISCAL NIETO -TIXANI	MARISCAL NIETO
14		ZDT ILO	ILO
15		ZDT SÁNCHEZ CERRO ALTO	SÁNCHEZ CERRO
16	HUANUCO	ZDT LA UNIÓN	DOS DE MAYO HUAMALÍES

Nº	REGIÓN	ZONAS DE DESARROLLO TURÍSTICO (ZDT)	PROVINCIA
17	CUSCO	ZONA RÍO APURÍMAC	ANTA
18	CAJAMARCA	ZDT SANTA CRUZ	SANTA CRUZ
19		ZDT CHOTA	CHOTA
20		ZDT CUTERVO	CUTERVO
21	PASCO	ZDT HUAYLLAY-PASCO	PASCO
22	APURIMAC	ZDT ANDAHUAYLAS	ANDAHUAYLAS
23	HUANCAMELICA	ZDT TAYACAJA	TAYACAJA CHURCAPAMPA
24	AREQUIPA	ZDT VALLE INTERANDINO	CASTILLA LA UNIÓN CONDESUYOS
25		ZDT INCA SUR	CARAVELI CAMANÁ ISLAY
26	LIMA METROPOLITANA	ZDT NORTE	LIMA
27		ZDT SUR	LIMA
28	CALLAO	ZDT CENTRO	CALLAO
29		ZDT SUR	CALLAO
30	PUNO	ZDT NOR ESTE, NOR OESTE Y AMAZÓNICA	SAN ROMÁN HUANCANÉ SAN PEDRO DE MOHO SAN ANTONIO DE PUTINA SANDIA LAMPÁ

N°	REGIÓN	ZONAS DE DESARROLLO TURÍSTICO (ZDT)	PROVINCIA
31	LIMA REGIÓN	ZDT - ZONA NORTE - CHANCAY - HUARAL-ATAVILLOS BAJO - HUACHO - VÉGUETA	HUARAL HUAURA
32		ZDT - ZONA NORTE - CHURÍN - OYÓN	OYÓN
33		ZDT - ZONA NORTE - BARRANCA - SUPE	BARRANCA
34		ZDT - ZONA NORTE - CAJATAMBO - ZR CORDILLERA HUAYHUASH	CAJATAMBO
35		ZDT - ZONA SUR - LUNAHUANÁ - PACARÁN - ZÚÑIGA	CAÑETE
36		ZDT - ZONA SUR -RESERVA PAISAJÍSTICA NOR YAUYOS COCHAS	YAUYOS HUAROCHIRÍ
37		ZDT - ZONA SUR - CAÑETE - CERRO AZUL-MALA - QUILMANÁ - SANTA CRUZ DE FLORES - CHILCA	CAÑETE
38		ZDT - ZONA CENTRO - SANTA ROSA DE QUIVES - CANTA - HUAROS	CANTA
39		ZDT - ZONA CENTRO - MATUCANA - SAN MATEO - SURCO - SAN MATEO DE OTAO - SAN BARTOLOMÉ	HUAROCHIRÍ
40		ZDT - ZONA CENTRO - SAN PEDRO DE CASTA - CALLAHUANCA - SANTA EULALIA	HUAROCHIRÍ
41		ZDT ANTIOQUÍA - SAN ANDRÉS DE TUPICOCHA	HUAROCHIRÍ

Del mismo modo, están consideradas las zonas de desarrollo turístico de alcance nacional identificadas en los Planes Estratégicos Regionales de Turismo – PERTUR.

Madre de Dios

Mono coto aullador rojo, Parque Nacional del Manu





Capítulo 4

Objetivos para la reactivación del turismo



4. Objetivos para la reactivación del turismo



4.1. Objetivo de la Estrategia

Promover la reactivación del sector turismo en el Perú, generando experiencias turísticas únicas y bioseguras sobre la base de su riqueza natural y cultura ancestral, con inclusión y sostenibilidad.



4.2. Objetivos específicos

- Fortalecer la gobernanza y gestión turística en los destinos.
- Mejorar las condiciones del territorio y la facilitación del turismo en los destinos.
- Fortalecer e impulsar la oferta de productos y experiencias turísticas en base a los escenarios de reactivación.
- Fortalecer la promoción y posicionamiento de la oferta turística a partir de atributos de calidad, sostenibilidad y bioseguridad.



4.3. Líneas de Acción para cada objetivo específico

Objetivo Específico 1:

Fortalecer la gobernanza y gestión turística en los destinos

1. Gestionar recursos para el desarrollo del sector turismo, redistribuyendo los mismos de manera descentralizada

2. Mejorar los sistemas de información para el turismo y la artesanía
3. Fortalecer el liderazgo del Perú en espacios internacionales para el fomento de la agenda de cooperación internacional del sector turismo
4. Fortalecer la gestión y planificación de los destinos turísticos según criterios de ordenamiento territorial
5. Fomentar la complementación académica de la oferta formativa en turismo
6. Promover la generación de alianzas estratégicas
7. Desarrollar competencias para la gestión en turismo de los actores privados
8. Generar espacios de coordinación y gobernanza entre públicos y privados

Objetivo Específico 2:

Mejorar las condiciones del territorio y la facilitación del turismo en los destinos

1. Promover la articulación intersectorial con las regiones
2. Mejorar las condiciones de bioseguridad en los prestadores de servicios turísticos
3. Promover incentivos fiscales y laborales para prestadores de servicios turísticos por pandemia
4. Promover la reducción de la informalidad en el sector
5. Gestionar la optimización de las condiciones para el tránsito de pasajeros a través de fronteras terrestres, marítimas y aéreas, que contribuyan con el incremento de visitantes
6. Promover la mejora de las condiciones para la conectividad en el transporte aéreo, terrestre y acuático
7. Fortalecer la cultura turística
8. Fortalecer la seguridad turística en los destinos en articulación con aliados estratégicos

Objetivo Específico 3:

Fortalecer e impulsar la oferta de productos y experiencias turísticas en base a los escenarios de reactivación

1. Impulsar la transferencia tecnológica en la cadena de valor del turismo
2. Fortalecer la regulación, la calidad y la bioseguridad de los destinos
3. Fomentar la capacidad del gasto público en turismo para el cierre de brechas
4. Fomentar la inversión privada en turismo
5. Generar medidas de apoyo directo al emprendedor
6. Fomentar acciones de turismo social
7. Promover el desarrollo artesanal
8. Impulsar la articulación comercial de la artesanía
9. Promover el desarrollo de turismo especializado

Objetivo Específico 4:

Fortalecer la promoción y posicionamiento de la oferta turística a partir de atributos de calidad, sostenibilidad y bioseguridad

1. Mejorar el posicionamiento del destino país
2. Fortalecer la promoción de turismo interno
3. Fortalecer la promoción de turismo receptivo



4.4. Alineamiento a la Política General de Gobierno

Los objetivos de la presente Estrategia se encuentran alineados a la Política General de Gobierno 2021-2026, en eje de reactivación económica; así como a los pilares del Plan Estratégico Nacional de Turismo 2016-2025 y a las acciones y objetivos estratégicos del Plan Estratégico Sectorial Multianual 2016-2025.

Propuesta de Política General de Gobierno 2021 - 2026			Plan Estratégico Nacional de Turismo 2016 - 2025	
Eje	Lineamiento	Línea de intervención	Objetivo general	Pilares
EJE 2: Reactivación económica de actividades productivas con desarrollo agrario y rural.	2.7 Promover y diversificar la oferta cultural y turística.	2.7.4 Mejorar el posicionamiento de la oferta turística de las diferentes regiones a partir de atributos de diversificación y competitividad de los destinos turísticos.	Consolidar al Perú como destino turístico competitivo, sostenible y de calidad, donde a partir de una oferta diversa, lograda con participación de los actores del sector, el turista viva experiencias únicas para que contribuya al desarrollo económico y social del país.	Pilar 1: Diversificación y consolidación de mercados.
		2.7.5 Promover la diversificación de productos y experiencias turísticas y artesanales.		Pilar 2: Diversificación y consolidación de la oferta.
		2.7.2 Promover el desarrollo de condiciones de ordenamiento en zonas urbanas y rurales de los destinos turísticos.		Pilar 3: Facilitación turística.
		2.7.3 Fortalecer la planificación, organización, gobernanza y gestión del desarrollo de los destinos turísticos.		Pilar 4: Institucionalidad del sector.

Fuente: MINCETUR. Elaboración propia

Plan Estratégico Sectorial Multianual 2016 - 2025		Estrategia Nacional de Reactivación del Sector Turismo 2022 - 2025	
Objetivo sectorial	Acción estratégica sectorial	Objetivo general	Objetivos específicos
OES 4: Consolidar al Perú como destino turístico competitivo, sostenible, de calidad y seguro.	AE 1: Diversificar y consolidar mercados a través de la inteligencia turística y la priorización de segmentos especializados.	Promover la reactivación del sector turismo en el Perú, generando experiencias turísticas únicas y bioseguras sobre la base de su riqueza natural y cultura ancestral, con inclusión y sostenibilidad.	04: Fortalecer la promoción y posicionamiento de la oferta turística a partir de atributos de calidad, sostenibilidad y bioseguridad.
	AE 2: Consolidar y desarrollar una oferta turística sostenible con capital humano y productos turísticos especializados de calidad.		03: Fortalecer e impulsar la oferta de productos y experiencias turísticas en base a los escenarios de reactivación.
	AE 3: Promocionar la conectividad y las inversiones en turismo para así relacionar de modo eficiente y eficaz el mercado con la oferta turística.		02: Mejorar las condiciones del territorio y la facilitación del turismo en los destinos.
	AE 4: Generación de capacidades para la institucionalización y consolidación de la actividad turística.		01: Fortalecer la gobernanza y gestión turística en los destinos.

Lima
Reserva Paisajística Nor Yauyos-Cochas, Huancaya





4.5. Matriz de Consistencia

Objetivo General: Promover la reactivación del sector turismo en el Perú, generando experiencias turísticas únicas y bioseguras sobre la base de su riqueza natural y cultura ancestral, con inclusión y sostenibilidad.

Objetivos Específicos	Líneas de Acción	Acciones Estratégicas
OE 01: FORTALECER LA GOBERNANZA Y GESTIÓN TURÍSTICA EN LOS DESTINOS	LA 1.1 GESTIONAR RECURSOS PARA EL DESARROLLO DEL SECTOR TURISMO, REDISTRIBUYENDO LOS MISMOS DE MANERA DESCENTRALIZADA	AE 01. Potenciar las actividades de recaudación por impuesto a la actividad de los juegos de casino y máquinas tragamonedas
		AE 02. Promover la regulación de juegos por internet y apuestas deportivas
		AE 03. Optimizar el Fondo para la Promoción y Desarrollo Turístico Nacional
		AE 04. Incentivar el uso de recursos provenientes del canon para el desarrollo turístico
		AE 05. Fomentar el uso de recursos por apalancamiento financiero y operaciones de endeudamiento
		AE 06. Promover la articulación territorial en los programas presupuestales
		AE 07. Impulsar el Programa de Incentivos a la Mejora de la Gestión Municipal (PI) con metas en turismo

Objetivos Específicos	Líneas de Acción	Acciones Estratégicas
	LA 1.2 MEJORAR LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN PARA EL TURISMO Y LA ARTESANÍA.	AE 08. Optimizar el Sistema de Información Turística Regional: Observatorios Turísticos Regionales
		AE 09. Gestionar la implementación del Sistema de Información Turística Regional Georreferenciado
	LA 1.3 FORTALECER EL LIDERAZGO DEL PERÚ EN ESPACIOS INTERNACIONALES PARA EL FOMENTO DE LA AGENDA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL DEL SECTOR TURISMO	AE 10. Impulsar actividades de cooperación internacional en temas priorizados por el sector turismo con organismos internacionales, terceros países y agentes de cooperación
	LA 1.4 FORTALECER LA GESTIÓN y PLANIFICACIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS SEGÚN CRITERIOS DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL	AE 11. Gestionar la creación, fortalecimiento y sostenibilidad de los Entes Gestores de Destinos
		AE 12. Promover la planificación turística en los destinos priorizados
		AE 13. Fortalecer las mancomunidades regionales para el desarrollo turístico
		AE 14. Formular e implementar instrumentos de planificación turística
		AE 15. Fortalecer las capacidades de gestores públicos en materia de turismo, para el fomento de liderazgos locales en regiones

Objetivos Específicos	Líneas de Acción	Acciones Estratégicas
	LA 1.5 FOMENTAR LA COMPLEMENTACIÓN ACADÉMICA DE LA OFERTA FORMATIVA EN TURISMO	AE 16. Fortalecer la investigación en materia turística - Creación del fondo editorial de MINCETUR
		AE 17. Generar de alianzas con instituciones educativas
		AE 18. Fomentar actividades de extensión académica
	LA 1.6 PROMOVER LA GENERACIÓN DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS	AE 19. Generar alianzas estratégicas intergubernamentales
		AE 20. Generar alianzas estratégicas con el sector privado
	LA 1.7 DESARROLLAR COMPETENCIAS PARA LA GESTIÓN EN TURISMO DE LOS ACTORES PRIVADOS	AE 21. Promover el fortalecimiento de competencias en gestión turística del sector privado
	LA 1.8 GENERAR ESPACIOS DE COORDINACIÓN Y GOBERNANZA ENTRE PÚBLICOS Y PRIVADOS	AE 22. Impulsar la reinstalación y fortalecimiento de los Comités Consultivos Regionales de Turismo
		AE 23. Fortalecer los Consejos Regionales de Fomento Artesanal
		AE 24. Impulsar la realización del Congreso Nacional de Turismo y congresos macro regionales

Objetivos Específicos	Líneas de Acción	Acciones Estratégicas
OE 02: MEJORAR LAS CONDICIONES DEL TERRITORIO Y LA FACILITACIÓN DEL TURISMO EN LOS DESTINOS	LA 2.1 PROMOVER LA ARTICULACIÓN INTERSECTORIAL CON LAS REGIONES	AE 25. Fortalecer la Mesa Ejecutiva para el Desarrollo Turístico en las regiones
	LA 2.2 MEJORAR LAS CONDICIONES DE BIOSEGURIDAD EN LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS	AE 26. Promover la optimización de las disposiciones emitidas por el sector salud que afecten al sector turismo
	LA 2.3 PROMOVER INCENTIVOS FISCALES Y LABORALES PARA PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS POR PANDEMIA	AE 27. Impulsar la aprobación de medidas excepcionales para los rubros del sector turismo
	LA 2.4 PROMOVER LA REDUCCIÓN DE LA INFORMALIDAD EN EL SECTOR	AE 28. Fortalecer la Estrategia Turismo Seguro
	LA 2.5 GESTIONAR LA OPTIMIZACIÓN DE LAS CONDICIONES PARA EL TRÁNSITO DE PASAJEROS A TRAVÉS DE FRONTERAS TERRESTRES, MARÍTIMAS Y AÉREAS, QUE CONTRIBUYAN CON EL INCREMENTO DE VISITANTES	AE 29. Impulsar la oferta de conectividad aérea internacional
		AE 30. Impulsar mejoras para el tránsito fronterizo terrestre de pasajeros
		AE 31. Promover la optimización de las condiciones para la llegada y salida de cruceros internacionales

Objetivos Específicos	Líneas de Acción	Acciones Estratégicas
	LA 2.6 PROMOVER LA MEJORA DE LAS CONDICIONES PARA LA CONECTIVIDAD EN EL TRANSPORTE AÉREO, TERRESTRE Y ACUÁTICO	AE 32. Impulsar la oferta de la conectividad aérea nacional
		AE 33. Promover la mejora de la infraestructura para el transporte aéreo, terrestre y acuático
	LA 2.7 FORTALECER LA CULTURA TURÍSTICA	AE 34. Fortalecer las acciones de promoción de la cultura turística
	LA 2.8 FORTALECER LA SEGURIDAD TURÍSTICA EN LOS DESTINOS EN ARTICULACIÓN CON ALIADOS ESTRATÉGICOS	AE 35. Fortalecer las intervenciones en el marco de las Redes Regionales de Protección al Turista
OE 03: FORTALECER E IMPULSAR LA OFERTA DE PRODUCTOS Y EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN BASE A LOS ESCENARIOS DE REACTIVACIÓN	LA 3.1 IMPULSAR LA TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA EN LA CADENA DE VALOR DEL TURISMO	AE 36. Promover el desarrollo de destinos turísticos inteligentes
		AE 37. Impulsar el Centro de Extensionismo Tecnológico para el sector turismo: CET CENFOTUR
		AE 38. Gestionar un nuevo modelo del Centro de Innovación Tecnológica de Artesanía y Turismo
		AE 39. Generar el fortalecimiento de capacidades en el marco del programa "Artesano Digital"

Objetivos Específicos	Líneas de Acción	Acciones Estratégicas
	LA 3.2 FORTALECER LA REGULACIÓN, LA CALIDAD Y LA BIOSEGURIDAD DE LOS DESTINOS	AE 40. Impulsar el otorgamiento del Sello Internacional Safe Travels a destinos, corredores, atractivos y servicios turísticos
		AE 41. Promover el aseguramiento de la calidad en prestadores de servicios turísticos.
		AE 42. Fortalecer el sistema de calidad en el marco del Plan Nacional de Calidad Turística (CALTUR) a destinos, corredores, atractivos y servicios turísticos
		AE 43. Gestionar la modificación de la Ley General de Turismo
		AE 44. Gestionar la actualización de reglamentos para actividades turísticas
		AE 45. Fomentar el desarrollo de las normas sectoriales en materia ambiental
		AE 46. Elaborar los programas tentativos de mitigación y adaptación frente al Cambio Climático del sector turismo
	LA 3.3. FOMENTAR LA CAPACIDAD DEL GASTO PÚBLICO EN TURISMO PARA EL CIERRE DE BRECHAS	AE 47. Promover la ejecución de proyectos de inversión pública

Objetivos Específicos	Líneas de Acción	Acciones Estratégicas
	LA 3.4. FOMENTAR LA INVERSIÓN PRIVADA EN TURISMO	AE 48. Promover la optimización del Régimen de Recuperación Anticipada del IGV
		AE 49. Desarrollar el Portafolio de Inversiones Privadas en Turismo
	LA 3.5. GENERAR MEDIDAS DE APOYO DIRECTO AL EMPRENDEDOR	AE 50. Potenciar el Programa “Turismo Emprende”
		AE 51. Fortalecer la Estrategia “Somos Artesanía”
		AE 52. Fortalecer el Fondo de Apoyo Empresarial en Turismo - FAE Turismo
	LA 3.6. FOMENTAR ACCIONES DE TURISMO SOCIAL	AE 53. Fomentar la implementación de una oferta turística accesible e inclusiva
		AE 54. Mejorar y promover el acceso a la actividad turística de poblaciones vulnerables (niños, niñas, jóvenes, adultos mayores, personas con discapacidad y movilidad reducida)
	LA 3.7. PROMOVER EL DESARROLLO ARTESANAL	AE 55. Brindar asistencia técnica y acompañamiento para la adecuación turística a los talleres de artesanía en destinos priorizados
	LA 3.8. IMPULSAR LA ARTICULACIÓN COMERCIAL DE LA ARTESANÍA	AE 56. Fomentar actividades de articulación comercial de artesanía, nacionales y descentralizadas (ferias, ruedas, exhibiciones)

Objetivos Específicos	Líneas de Acción	Acciones Estratégicas
	LA 3.9. PROMOVER EL DESARROLLO DE TURISMO ESPECIALIZADO	AE 57. Desarrollar experiencias turísticas en naturaleza y aventura
		AE 58. Desarrollar experiencias en Turismo Termal y/o de bienestar
		AE 59. Recuperar y fortalecer el segmento de MICE
		AE 60. Fomentar el desarrollo de experiencias turísticas vinculadas a la cultura
		AE 61. Fortalecer la Estrategia de Turismo Comunitario
OE 04: FORTALECER LA PROMOCIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LA OFERTA TURÍSTICA A PARTIR DE ATRIBUTOS DE CALIDAD, SOSTENIBILIDAD Y BIOSEGURIDAD	LA 4.1. MEJORAR EL POSICIONAMIENTO DEL DESTINO PAÍS	AE 62. Posicionar la gastronomía peruana
		AE 63. Fortalecer el posicionamiento de la Marca Perú
	LA 4.2. FORTALECER LA PROMOCIÓN DEL TURISMO INTERNO	AE 64. Fortalecer las Oficinas Comerciales en el Exterior
		AE 65. Fortalecer el posicionamiento de la plataforma 'Y TÚ QUÉ PLANES' a través de campañas publicitarias que incentiven el turismo interno

Objetivos Específicos	Líneas de Acción	Acciones Estratégicas
		AE 66. Impulsar el viaje de cercanías en el marco de los feriados largos para incentivar los viajes intrarregionales
		AE 67. Visibilizar los atractivos y destinos turísticos regionales para fomentar el interés del público final
		AE 68. Fortalecer el trabajo de promoción de las regiones a través de mecanismos de apoyo que coadyuven en la reactivación del sector turístico nacional
		AE 69. Fomentar la comercialización del empresariado regional a nivel nacional, así como la articulación con los gremios regionales y nacionales
		AE 70. Impulsar la comercialización de la oferta turística regional en el canal comercial, así como fomentar la compra de paquetes desde el consumidor final a través de plataformas de comercialización de manera descentralizada.

Objetivos Específicos	Líneas de Acción	Acciones Estratégicas
		AE 71. Impulsar el conocimiento de la oferta turística regional en el canal comercial
		AE 72. Promover y difundir la plataforma "Artesanías del Perú"
	LA 4.3. FORTALECER LA PROMOCIÓN DEL TURISMO RECEPTIVO	AE 73. Fomentar la participación en eventos internacionales de promoción y comercialización del destino Perú con la cadena comercial internacional
		AE 74. Posicionar el destino Perú para atraer flujo y gasto de turistas
		AE 75. Generar oportunidades conjuntas en los mercados de interés en beneficio del sector turismo a través de las alianzas estratégicas para realizar campañas de publicidad y/o actividades complementarias cofinanciadas en el exterior
		AE 76. Fortalecer la promoción del Perú como destino turístico al mercado internacional en el ámbito digital a través del portal web Peru.travel

Amazonas

Catarata de Gocta





Capítulo 5

**Líneas de acción para cada
una de las estrategias**



5. Líneas de acción para cada una de las estrategias



5.1. Objetivo Específico 1: FORTALECER LA GOBERNANZA Y GESTIÓN TURÍSTICA EN LOS DESTINOS

5.1.1. Línea de acción 1: GESTIONAR PRESUPUESTO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA NACIONAL DE REACTIVACIÓN DEL SECTOR TURISMO 2022-2025

A. Propiciar el incremento de la recaudación del Impuesto a los juegos de casino y de máquinas tragamonedas

La Ley N° 27153 – Ley que regula la explotación de juegos de casino y máquinas tragamonedas, y sus normas modificatorias, creó el Impuesto a los juegos de casino y de máquinas tragamonedas.

Corresponde a la SUNAT su recaudación, administración y distribución a los beneficiarios del Impuesto, de acuerdo con el siguiente detalle:

- 30% constituyen ingresos directamente recaudados, para las Municipalidades Provinciales, en las que se ubique el establecimiento donde se exploten los juegos de casino y máquinas tragamonedas, destinados exclusivamente a la ejecución de inversiones en obras de infraestructura.
- 30% constituyen ingresos directamente recaudados, para las Municipalidades Distritales, en las que se ubique el establecimiento donde se exploten los juegos de casino y máquinas tragamonedas, destinados exclusivamente a la ejecución de inversiones en obras de infraestructura.
- 15% constituyen ingresos del Tesoro Público
- 15% constituyen ingresos del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, destinados a

las tareas de control y fiscalización de los juegos de casino y máquinas tragamonedas y a la promoción del turismo en un 70% y el 30% restante para el fomento y desarrollo de los Centros de Innovación Productiva y Transferencia Tecnológica - CITE Artesanales y Turísticos y para reactivar y promover la actividad artesanal, de acuerdo a las reglas de operación que establezca el MINCETUR.

- ➔ 10% constituyen ingresos directamente recaudados, para el Instituto Peruano del Deporte, destinados exclusivamente a la ejecución de infraestructura deportiva, implementación de material deportivo y apoyo a la capacitación de deportistas altamente calificados.

A consecuencia de la Pandemia todos los beneficiarios del Impuesto se han visto afectados de manera considerable al haber disminuido la recaudación ante el cierre de la actividad por más de nueve meses, como se aprecia en el siguiente cuadro:

AÑO	Municipali- dad Provin- cial (30%)	Municipali- dad Distri- tal (30%)	Mincetur (15%)	Tesoro (15%)	IPD (10%)	TOTAL SUNAT
2019	92,922,027	92,922,027	46,461,013	46,461,013	20,974,009	309,740,089
2020	20,795,620	20,795,620	10,397,810	10,397,810	6,931,873	69,318,736
2021	37,538,485	37,538,485	18,769,243	18,769,243	12,512,828	125,128,283

FUENTE. MINCETUR/SUNAT

El incremento y recuperación de la recaudación se irá alcanzando progresivamente en los siguientes años conforme se avance en el Perú con la vacunación y continúe la disminución de casos Covid, en paralelo a la recuperación de los flujos turísticos de Turismo Receptivo e Interno, tal como los estudios y proyecciones internacionales elaborados por la Organización Mundial del Turismo – OMT y el Consejo Mundial de Viajes y Turismo – WTTC, lo señalan.

Con Resolución Ministerial N° 265-2020-MINCETUR, se aprobó el “Protocolo Sanitario Sectorial ante la Covid-19 para salas de juego” y mediante D.S. N°016-2022-PCM se autorizó un aforo del 100% en las salas de juego, requiriéndose la reducción del distanciamiento entre los consumidores de servicios turísticos que acuden a las Salas de Juegos de Casino y Máquinas Tragamonedas, lo que contribuirá a una mayor recaudación del Impuesto y a la consiguiente reincorporación del personal a sus centros de trabajo, fomentándose la recuperación del empleo formal.

B. Promover la regulación de los juegos y apuestas deportivas a distancia utilizando el internet

En el Perú, los juegos y apuestas deportivas a distancia vienen creciendo significativamente sin que se cuente al mes de abril del 2022 con una regulación de la actividad ni una autoridad que fiscalice a los operadores.

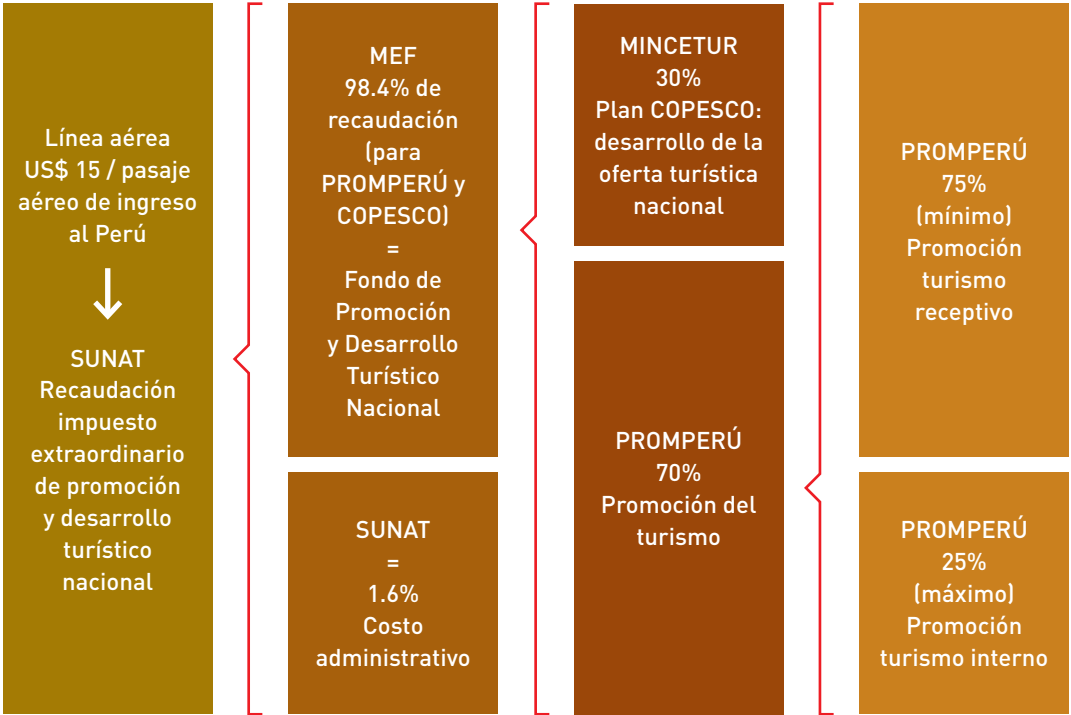
De acuerdo con información proveniente de los gremios y asociaciones de operadores del sector privado, los juegos y apuestas deportivas a distancia generan en el Perú, aproximadamente S/ 900 millones en ingresos netos de premios y más de 10 mil puestos de trabajo directos e indirectos a nivel nacional.

De aprobarse el marco legal que regule los juegos y apuestas deportivas a distancia, se podrá otorgar autorizaciones de explotación de plataformas tecnológicas para los juegos y apuestas deportivas a distancia; inscribir a diversos actores de la industria en registros administrativos; fiscalizar a operadores locales e internacionales aplicando normas técnicas con transparencia e igualdad de condiciones en salvaguarda del juego responsable; así como recaudar ingresos provenientes del impuesto especial al Juego en porcentaje similar al que actualmente rige para los Juegos de Casino y Máquinas Tragamonedas, propuesto en el Proyecto de Ley que regula la explotación de juegos y apuestas deportivas a distancia.

C. Optimizar el Fondo para la Promoción y Desarrollo Turístico Nacional

Mediante la Ley 27889, del 19 de diciembre de 2002, se creó el "Fondo para la Promoción y Desarrollo Turístico Nacional, aplicándose desde el 17 de febrero de 2003, con una vigencia de 10 años. Mediante la Ley N° 29796, del 31 de octubre de 2011 se amplía el plazo de aplicación de la Ley N° 27889, que crea el Fondo, por 10 años más contados a partir del día siguiente del vencimiento del plazo inicial establecido en esta última norma, es decir a partir del 17 de febrero de 2013. Es decir, la vigencia del Fondo es hasta el 17 de febrero de 2023.

Los recursos del Fondo están constituidos por la recaudación del impuesto extraordinario para la promoción y desarrollo turístico nacional, el cual asciende a US\$ 15.00 y grava grava la entrada al territorio nacional de personas naturales que empleen medios de transporte aéreo de tráfico internacional. Los ingresos del Fondo se orientan a financiar la promoción turística desarrollada por Promperú en 70% hasta en un máximo 80%, por acuerdo del Comité Especial que administra dicho Fondo. Un mínimo de 20% hasta 30% se asigna para acciones de desarrollo de la infraestructura turística de Plan Copesco. En el cuadro siguiente se resumen el destino del impuesto extraordinario.



Fuente: Elaboración propia

Del mismo modo, Promperú y Plan Copesco Nacional tienen saldos acumulados de 136 mil y 231 mil soles, respectivamente, hacia fines de 2021.

Se propone gestionar, a través de una ley, la ampliación por 10 años más la vigencia del Fondo, así como establecer mecanismos para asegurar una recaudación adicional a la que ya resulta de la aplicación del impuesto extraordinario para la promoción y desarrollo turístico nacional. Del mismo modo, la recuperación de los arribos internacionales por vía aérea, que se generarán por la recuperación del turismo mundial y la aplicación de las acciones contenidas en la presente estrategia, asegurarán un crecimiento sostenido del Fondo en los próximos años.

D. Incentivar el uso de recursos provenientes del canon para el desarrollo turístico

En un contexto de post pandemia, es preciso contar con destinos bioseguros que brinden instalaciones y servicios preparados para garantizar una experiencia segura y con una oferta acorde a la nueva normalidad, en ese sentido se promulgó en diciembre de 2020, la Ley N° 31103 “Ley de la estrategia de reactivación del sector turismo y establece medidas para su

desarrollo sostenible”, en la que se declara de interés nacional la reactivación económica, preservación y desarrollo sostenible del sector turismo y con el objeto de posicionar al Perú como un lugar de experiencias únicas sobre la base de su riqueza natural y cultural.

Los gobiernos regionales, a través de su respectiva Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo o la que haga sus veces, dan cumplimiento con las dieciocho (18) funciones transferidas correspondientes al sector turismo. Sin embargo, los gobiernos regionales presentan una baja asignación presupuestal en materia de turismo, como se muestra a continuación:

PRESUPUESTO 2021 ASIGNADO A REGIONES PARA LA FUNCIÓN TURISMO

REGIONES	PRESUPUESTO TOTAL	PRESUPUESTO FUNCIÓN TURISMO	% PRESUPUESTO ASIGNADO A TURISMO
	PIM TOTAL	PIM TURISMO	
01: AMAZONAS	1,067,323,972	13,116,165	1.23
02: ANCASH	2,044,872,915	6,000,959	0.29
03: APURIMAC	1,155,643,114	879,398	0.08
04: AREQUIPA	2,523,338,363	2,429,894	0.10
05: AYACUCHO	1,837,026,835	2,327,896	0.13
06: CAJAMARCA	2,766,214,787	390,149	0.01
07: CALLAO	1,272,143,429	0	0.00
08: CUSCO	2,459,021,724	12,488,910	0.51
09: HUANCAMELICA	1,198,059,937	851,137	0.07
10: HUANUCO	1,437,232,430	860,283	0.06
11: ICA	1,369,285,974	1,021,756	0.07
12: JUNIN	2,265,836,952	458,488	0.02
13: LA LIBERTAD	2,460,831,582	549,057	0.02
14: LAMBAYEQUE	1,504,869,324	339,045	0.02
15: LIMA	1,595,151,070	483,501	0.03
16: LORETO	2,405,447,264	47,773,769	1.99
17: MADRE DE DIOS	427,690,515	313,241	0.07
18: MOQUEGUA	582,323,853	1,327,664	0.23
19: PASCO	794,505,923	426,015	0.05
20: PIURA	2,856,563,073	315,243	0.01

REGIONES	PRESUPUESTO TOTAL	PRESUPUESTO FUNCIÓN TURISMO	% PRESUPUESTO ASIGNADO A TURISMO
	PIM TOTAL	PIM TURISMO	
21: PUNO	2,227,696,278	1,003,025	0.05
22: SAN MARTIN	1,556,521,126	1,363,355	0.09
23: TACNA	788,317,430	1,351,043	0.17
24: TUMBES	581,602,850	6,089,089	1.05
25: UCAYALI	1,111,982,736	4,165,056	0.37
TOTAL	40,289,503,456	106,324,138	0.26

Fuente: Consulta amigable del Ministerio de Economía y Finanzas

Como se puede visualizar en el cuadro superior la asignación presupuestal al sector turismo solo en las regiones de Amazonas, Loreto y Tumbes superan el 1%, mientras que otros gobiernos regionales asignan muy poco o nada de presupuesto para el sector turismo.

Se propone impulsar la modificación de la Ley N°31103, de forma tal que establezca un mínimo uso obligatorio del canon por parte los gobiernos regionales para la formulación y ejecución de proyectos turísticos, a fin de cerrar la brecha de infraestructura turística en todo el país.

E. Fomentar el uso de recursos por apalancamiento financiero y operaciones de endeudamiento

A la fecha se ha logrado la culminación del proceso de elaboración de los 25 Planes Estratégicos Regionales de Turismo (PERTUR). En ese sentido, con el fin de dinamizar la actividad turística a nivel nacional, se viene impulsando la formulación y ejecución de inversiones en turismo. El sector requiere un presupuesto tal que permita cerrar las brechas de infraestructura y financiar las acciones estratégicas de los PERTUR. Mediante Resolución Ministerial N°229-2021-MINCETUR de fecha 22 de diciembre de 2021, se modificó el indicador de brecha o de acceso a los servicios del Sector Comercio Exterior y Turismo denominado “Porcentaje de recursos turísticos inventariados priorizados que no brindan adecuados servicios turísticos públicos”; asimismo el criterio de destinos priorizados para la evaluación de inversiones en turismo, ha logrado incorporar 41 zonas de desarrollo turístico de alcance interregional, establecidas en los PERTUR, en adición a los 17 destinos turísticos nacionales priorizados, ampliando así el número de recursos turísticos para el cierre de brechas, de 472

a 1847. Se propone gestionar recursos a través de apalancamiento financiero, donaciones y operaciones de endeudamiento para promover inversiones del sector turismo priorizadas en los PERTUR de las regiones del país.

F. Promover la articulación territorial en los programas presupuestales

El PP es el Programa Presupuestal, cuyo diseño está orientado a lograr resultados priorizados respecto a la población o su entorno, tiene carácter multisectorial e intergubernamental, por lo que participan varias entidades del sector público que pueden ser de distintos sectores y/o de distintos niveles de gobierno. Su diseño es un proceso técnico basado en la causalidad y evidencia, para la vinculación de productos con resultados; los PP constituyen una unidad de programación de acciones, que integradas y articuladas se orientan a proveer productos para lograr resultados u objetivos estratégicos institucionales.

El Ministerio de Economía y Finanzas – MEF ha dado inicio a la migración progresiva de Programas Presupuestales a las especificaciones metodológicas y la agenda para su adecuación, señaladas en las Disposiciones Complementarias Transitorias de la “Directiva para el diseño de los programas presupuestales en el marco del presupuesto por resultados”, Directiva N° 0005-2020-EF/50.01 y solicitó la inclusión de productos y actividades, debiéndose incluir acciones comunes y no se debe cambiar los modelos operaciones.

Durante el año 2021, el MINCETUR ha venido dando atención a la (i) inclusión de productos y actividades, se debe incluir acciones comunes y no se debe cambiar los modelos operaciones y la (ii) modificación de las estructuras funcionales programáticas de los dos Programas Presupuestales del sector turismo:

Programa Presupuestal 0127: “MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS”

Su objetivo específico es mejorar la competitividad de los destinos turísticos del país, desarrollando adecuadamente la oferta turística y mejorando su posicionamiento en los mercados turísticos a nivel nacional e internacional.

Programa Presupuestal 087: “INCREMENTO DE LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR ARTESANAL”

Su objetivo específico es incrementar la competitividad del sector artesanía, a través del desarrollo de capacidades, acceso y la articulación al mercado, fortalecimiento del desarrollo productivo, además de la transferencia de tecnología e innovación.

Se propone impulsar el rediseño de los PP 0127 de turismo y PP 087 de artesanía, considerando que los indicadores de desempeño son coherentes, pero no suficientes con los objetivos del sector, siendo importante evaluar el desempeño que han ido teniendo las APNOP en turismo, dada su potencialidad para convertirse o integrar un programa presupuestal. Asimismo, permitirá a futuro el desarrollo de mecanismos sectoriales para la asignación de recursos a gobiernos subnacionales por cumplimiento de metas.

G. Impulsar el programa de incentivos a la mejora de la gestión municipal (PI) con metas en turismo

El Programa de Incentivos a la Mejora de la Gestión Municipal (PI) creado mediante Ley N° 29332, es un instrumento del Presupuesto por Resultados (PPR), orientado a promover condiciones que favorezcan el crecimiento y desarrollo sostenible de la economía local, incentivando a las municipalidades a la mejora continua de la gestión local. El PI implica una transferencia de recursos a las municipalidades por el cumplimiento de metas en un periodo determinado. Dichas metas son formuladas por diversas entidades públicas del gobierno central y tienen como objetivo impulsar resultados coordinados con las municipalidades.

El sector turismo participó en el año 2017, en el Programa de Incentivos a la Mejora de la Gestión Municipal (PI) a través de la Meta 38 - "Elaboración de Planes de Desarrollo Turístico Local (PDTL)" dirigida a las municipalidades de ciudades no principales con 500 o más Viviendas Urbanas, también denominadas Tipo C que ascendían en esa fecha a un total de 564 municipios distritales y/o provinciales en las 24 regiones a nivel nacional. Además, se encontraba vinculada al Programa Presupuestal 0127 "Mejora de la Competitividad de los Destinos Turísticos".

Al respecto, para el cumplimiento de la meta propuesta por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) se plantearon ocho (08) actividades, con la finalidad de lograr un eficiente proceso de desarrollo de la actividad turística como medio dinamizador de la economía local a través de la formulación y aprobación de planes de desarrollo turístico local y la creación espacios de gestión que permitan la adecuada priorización de las intervenciones, las cuales deberán ser cumplidas por las municipalidades que decidan ser parte de Programa de Incentivos desde el 01 de enero hasta el 31 de diciembre del 2017.

Por su parte el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, brindó asistencia técnica, materiales y capacitaciones que permitieron a los municipios contar con las herramienta, formatos y guías para el cumplimiento de las actividades planteadas teniendo como resultados

finally the formation of the Local Tourism Committee and the Local Tourism Development Plan (PDTL) based on the Methodological Guide for the Formulation of Local Tourism Development Plans. As a result of Meta 38, 372 municipalities considered non-principal cities with 500 or more urban dwellings were approved and obtained financing. These municipalities in 2021 have their current Local Tourism Development Plan.

The sector must manage that the benefits of the PI prioritize local governments with tourism vocation. In this sense, it is proposed to impulsar the annual incorporation, of at least one tourism goal in the Program of Incentives for the Improvement of Municipal Management (PI).

5.1.2. Línea de acción 2: MEJORAR LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN PARA EL TURISMO Y LA ARTESANÍA

A. Optimizar el Sistema de Información Turística Regional: Observatorios Turísticos Regionales

The current panorama obliges us that the tourism sector in the country take rapid and strategic measures to reactivate tourism activity. For this, the need to have updated data for decision making and reorganization of development strategies arose.

Regions in the country do not have a uniform data collection system at the regional level, much less economic indicators; therefore, MINCETUR lacks this primary information to carry out regional diagnostics and economic impact. Just in this sanitary crisis, we have been obliged to establish a work route to generate this system and adopt corrective measures together with the regions.

In this sense, facing the high demand for information for decision making at the regional level, DGIETA will implement a Regional Tourism Information System, with the purpose of having information for the twenty-five (25) regions of the country, considering the impact of COVID-19; so that it facilitates decision making for the reorganization of development strategies 2022-2025.

This system will show tourism information of each region, such as:

- ➔ Arrival of visitors to tourism sites, museums and natural areas protected by the state, according to regions.

- ➔ Arribos, pernoctaciones y capacidad ofertada en establecimientos de hospedaje, según regiones.
- ➔ Movimiento general de pasajeros en los aeropuertos del Perú.
- ➔ Llegada de pasajeros en los aeropuertos del Perú.
- ➔ Turismo interno: indicadores de la Encuesta Nacional de Viajes de los Residentes (ENVIR), según regiones.
- ➔ Turismo interno: indicadores de la Encuesta Trimestral de Turismo Interno, según regiones.
- ➔ Indicadores de la Encuesta de Nivel de Satisfacción del Turista, según regiones.
- ➔ Encuesta de Fronteras Terrestres, según regiones.
- ➔ Perú: Cuenta Satélite de Turismo (CST), principales indicadores económicos.
- ➔ Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados y beneficiarios de iniciativas de los programas de reactivación.
- ➔ Resultados de otros estudios que las regiones realicen a iniciativa propia.

Una parte significativa de la información turística tiene un componente territorial no considerado; en ese sentido, es conveniente para nuestros fines incluir funciones de análisis espacial a nivel de zonas de trabajo local, regional, siendo clave la geolocalización de los datos.

B. Gestionar la implementación del Sistema de Información Turística Regional Georreferenciado

Frente a la necesidad de brindar información turística confiable y oportuna a nivel nacional y regional y de fácil acceso, que permita la formulación de políticas, planes y estrategias del sector, la DGIETA implementó módulos de gestión al Sistema Integral de Información para la Gestión del Turismo (SIIGTUR). A través de este sistema se puede automatizar fases de captura, procesamiento y consistencia de información del sector turismo (es decir, estructurar base de datos a fin de reducir tiempos de análisis), que nos permite generar “tablas de datos y reportes interactivos” visualizados en el sistema de Inteligencia de Turismo.

El 2021, frente al impacto de la COVID-19 en el turismo y la alta demanda de información para la toma de decisiones en el sector, la DGIETA implementó el Sistema de Inteligencia Turística, con el objetivo de brindar información oportuna para optimizar la toma de decisiones del sector público, privado, operadores turísticos y académicos y hacer seguimiento a los principales datos de turismo. En este sistema se exponen reportes periódicos sobre llegadas de turistas internacionales, movimiento de llegada y salida de pasajeros, demanda de sitios turísticos, flujo de viajes por turismo interno y empleo turístico. Además, se incluyó información de la sala situacional del MINSA a fin de monitorear la evolución semanal de casos de contagios por región. En concordancia al Plan de Gobierno Digital 2019 – 2021 del MINCETUR, se implementaron los módulos de gestión del Sistema Integral de Información para la Gestión del Turismo (SIIGTUR):

- ➔ Módulo de gestión del Sistema de Información Geográfico del Turismo
- ➔ Módulo de gestión de la Encuesta Nacional de Viajes de los Residentes (ENVIR)
- ➔ Módulo de gestión de la Cuenta Satélite de Turismo
- ➔ Módulo de gestión de la Encuesta Trimestral de Turismo Interno
- ➔ Módulo de gestión de Migraciones.

El mantenimiento y actualización de información del Sistema Integral de Información para la Gestión de Turismo (SIIGTUR) y del Sistema de Inteligencia Turística se realizan mes a mes.

5.1.3. Línea de acción 03: FORTALECER EL LIDERAZGO DEL PERÚ EN ESPACIOS INTERNACIONALES PARA EL FOMENTO DE LA AGENDA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL DEL SECTOR TURISMO

A. Impulsar actividades de cooperación internacional en temas priorizados por el sector turismo con organismos internacionales, terceros países y agentes de cooperación

Desde la aprobación del Plan Estratégico Nacional de Turismo - PENTUR 2025, se han desarrollado acciones vinculadas a la optimización de las relaciones internacionales

como el componente 3.3 del Pilar 3 “Facilitación Turística”, que han permitido un mayor acercamiento del Perú a los principales organismos internacionales en materia de turismo, fortaleciendo de esta manera nuestra presencia y liderazgo a nivel internacional brindando una mayor visibilidad a la imagen del país a nivel global como líder de la región de las Américas en materia de turismo.

Es así que, el MINCETUR mantiene una activa participación en la Organización Mundial del Turismo (OMT), Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), el Foro de Cooperación Económica Asia Pacífico (APEC), Organización de los Estados Americanos (OEA), la Alianza del Pacífico (AP), Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), la Organización Internacional de Turismo Social (ISTO), Programa Iberoamericano para la Promoción de las Artesanías (IBERARTESANIAS), entre otros; espacios en los que han desarrollado acciones específicas para el intercambio de conocimientos, investigaciones, promoción de la inversión, estrategias conjuntas para el desarrollo turístico y el impulso de la cooperación internacional tanto financiera como no financiera en el marco de organismos internacionales, a fin de coadyuvar al logro de otros componentes y líneas de acción del PENTUR.

Entre dichas acciones se encuentran las siguientes:

- ➔ Participación en el Comité de Turismo de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos - OCDE y en su Grupo de Trabajo sobre Estadísticas en Turismo
- ➔ Participación en el Encuentro Presidencial y VI Gabinete Binacional Bolivia-Perú, en el que se suscribieron 2 compromisos vinculados al turismo comunitario y artesanía
- ➔ Financiamiento para el estudio sobre vulnerabilidades del sector turismo en el marco del Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC)
- ➔ Presidencia del Comité del Programa y el Presupuesto de la Organización Mundial del Turismo - OMT durante el periodo 2019-2021
- ➔ Participación del Perú como parte del Comité encargado de la elaboración de un código internacional para la protección de los turistas de la OMT
- ➔ Participación en la iniciativa “Best Tourism Villages” de la OMT, como ganador del reconocimiento al pueblo de Ollantaytambo
- ➔ Miembro Efectivo del Consejo Ejecutivo de la OMT, durante el periodo 2019-2021
- ➔ Coordinador del Grupo Técnico de Turismo de la Alianza del Pacífico durante el periodo 2020-2021

- ➔ Suscripción de compromisos bilaterales en materia de turismo con Paraguay, Costa Rica, República Dominicana, Israel y Bolivia sobre temas priorizados en artesanía, ecoturismo, turismo cultural, reactivación económica del turismo, turismo comunitario y fortalecimiento de capacidades
- ➔ Suscripción e impulso de la implementación de acuerdos y otros instrumentos internacionales con terceros países priorizados.

En ese sentido, con el objetivo de impulsar la agenda de interés para el Perú en materia de transformación digital, sostenibilidad, estadísticas y gestión turística (turismo de aventura y naturaleza, turismo cultural, turismo de reuniones), es primordial continuar con el fortalecimiento del liderazgo del Perú en los grupos de trabajo, comités o mesas técnicas de turismo de organismos internacionales como la OMT, la OCDE, APEC, AP, OEA, entre otros.

Asimismo, liderar el cumplimiento de los mandatos de turismo, en calidad de Miembro o Coordinador del Grupo Técnico de Turismo de la Alianza del Pacífico, permitiría incluir los temas priorizados por el Perú para ser trabajados en una agenda conjunta con Chile, Colombia y México; así como, participar activamente en las decisiones, reuniones, actividades y programas impulsados por la Organización Mundial del Turismo (OMT), la Organización de los Estados Americanos, el Foro de Cooperación Económica Asia Pacífico (APEC), la Organización Internacional de Turismo Social (ISTO), el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC), Programa Iberoamericano para la Promoción de las Artesanías (IBERARTESANIAS), entre otros espacios priorizados, coadyuvando a la mejora de la competitividad del sector enfocados a posicionar al Perú como un país líder e influyente en el desarrollo del turismo.

En esa misma línea, fomentar actividades articuladas con la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE), en calidad de Participante que ostenta el Perú en el Comité de Turismo de la Organización, permitirá elevar nuestros estándares sectoriales con el objetivo de coadyuvar los esfuerzos de vinculación del Perú a la OCDE.

Por ello se propone impulsar un mayor número de actividades de cooperación internacional y eventos internacionales en los que el MINCETUR participa y/o lidera actividades en materia de turismo sobre temas priorizados, mediante el liderazgo de diversas acciones en temas priorizados y nuestra vinculación a los principales espacios, comisiones, grupos de trabajo, de dichos organismos internacionales, entre otros; impulsando actividades de cooperación internacional en materia de turismo, mediante una mayor vinculación del MINCETUR con diversas fuentes cooperantes y terceros países, así como la identificación y difusión de las oportunidades de cooperación internacional en materia de turismo, en base a las necesidades e intereses del sector.

Moquegua
Punta Coles, Ilo



5.1.4. Línea de acción 04: PROMOVER LA GESTIÓN Y PLANIFICACIÓN TURÍSTICA SEGÚN CRITERIOS DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL

A. Gestionar la creación, fortalecimiento y sostenibilidad de los Entes Gestores de Destinos

Los Planes Estratégicos Regionales de Turismo – PERTUR han identificado las Zonas de Desarrollo Turístico, donde se pueden identificar los destinos turísticos a nivel nacional, sin embargo, muchas de las regiones, aún no cuentan con espacios público – privados conformados y reconocidos formalmente como Entes Gestores de Destino, a través de los cuales se deben impulsar, ejecutar y monitorear acciones para el desarrollo turístico sostenible de los destinos, los mismos que necesitan de recursos y medios para la ejecución de las acciones planteadas.

En ese sentido, de conformidad con lo señalado en el Plan Estratégico Nacional de Turismo – PENTUR 2025 el Modelo de Desarrollo y Modelo de Gestión propuestos, es el basado en Destinos Turísticos de acuerdo con el concepto planteado por la Organización Mundial del Turismo y en una gestión de naturaleza público – privada, reconocido en el territorio y que será el eje para la toma de decisiones que contribuyan con el crecimiento del turismo. Se señala en el PENTUR 2025, que por su carácter flexible este modelo de gestión permitirá implementar las acciones específicas que se estimen pertinentes de acuerdo con las características propias del destino, así como al contexto local y/o regional donde se desarrolle.

El PENTUR precisa de igual forma, que la gestión sustentada en los representantes públicos y privados, del destino podrá estar organizada bajo la forma de “Ente Gestor” u otra forma asociativa de naturaleza público – privada, involucrando a los principales actores que intervienen en la gestión del desarrollo turístico del destino, con un adecuado nivel de representatividad y capacidad de aporte de ambas partes.

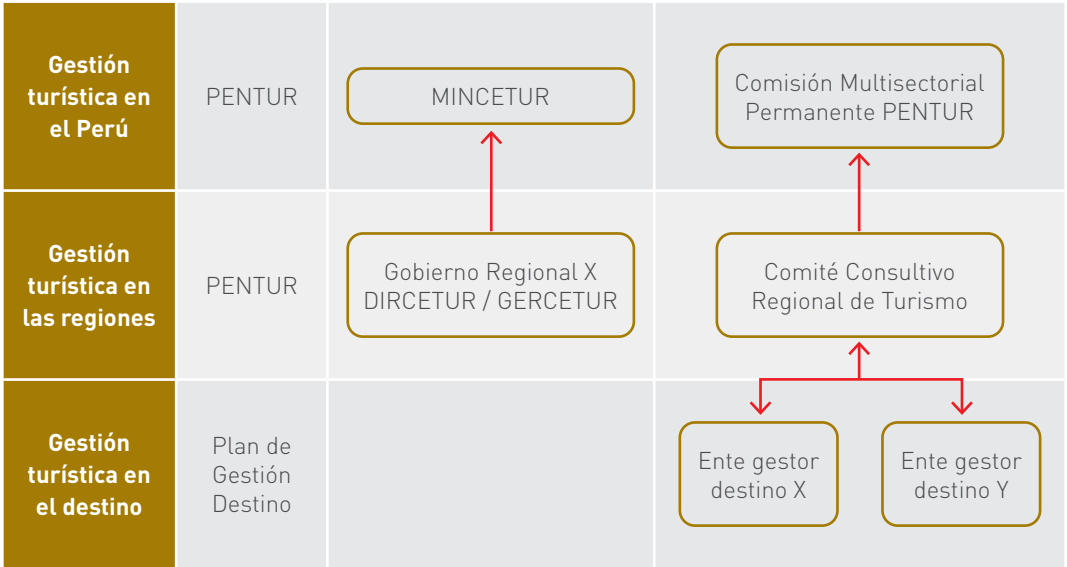
El modelo de gestión plantea la participación de los actores del sector público y privado en el nivel local, regional y nacional; el diseño de estrategias de intervención; así como los mecanismos de financiamiento que permitan la definición de una agenda de desarrollo turístico en la región en base al PENTUR, que conllevará a la aplicación de este mediante los Planes Estratégicos Regionales de Turismo – PERTUR. Asimismo, el PENTUR en el Pilar 4 Institucionalidad del Sector, menciona líneas de acción de los siguientes componentes Fortalecimiento de la articulación público – privada en la actividad turística, a través del

fomento de asociatividad y consolidación de la gestión de los destinos, a través de la asistencia técnica para la formulación e implementación de herramientas de planificación y gestión de destino; acompañamiento en el proceso de desarrollo y consolidación del destino; y monitoreo al proceso de desarrollo del destino.

En este marco, los actores definirán sus roles complementarios y los compromisos que cada uno asuma en el desarrollo y consolidación del destino turístico, mediante la gestión que realicen, ya que la finalidad principal de ésta es contribuir al desarrollo económico, social y cultural de su población y muy específicamente de las comunidades receptoras, asegurando la rentabilidad de la operación turística y de los servicios turísticos, así como el incremento del empleo de calidad.

En ese sentido, la acción busca promover la creación de un instrumento que permita guiar a las regiones en el diseño de un modelo de gestión y gobernanza para un Ente Gestor de Destino e impulsar la creación de un marco normativo que oriente su formalización y reconocimiento, permitiéndole ser sujeto de incentivos, subvenciones económicas y certificaciones en el marco del sistema de gestión integral de la calidad CULTUR. Asimismo, se busca promover el fortalecimiento institucional y las capacidades técnicas en materia de turismo (planificación y gestión de destinos), de los integrantes de los Entes Gestores de Destinos, a través de un programa de formación ad hoc.

GOBERNANZA TURÍSTICA EN LOS ÁMBITOS NACIONAL, REGIONAL Y DE DESTINO



B. Promover la planificación turística en los destinos priorizados

El Plan Estratégico Nacional de Turismo – PENTUR señala en el Pilar 4: Institucionalidad, precisamente en el Componente 4.5: Consolidación de la gestión de los destinos el desarrollo de líneas de acción vinculadas a la asistencia técnica para la formulación e implementación de herramientas de planificación y gestión de destinos.

Durante el periodo 2018 – 2021, se elaboraron 25 Planes Estratégicos Regionales de Turismo (PERTUR), los cuales han sido culminados alineándose a los pilares estratégicos del PENTUR 2025 y cuyo análisis se enfoca en la identificación de zonas de desarrollo turístico como parte de un primer diagnóstico territorial del desarrollo turístico en regiones. A partir de este proceso, se determinaron los destinos turísticos que cumplen criterios que permitan una mejor actividad turística a través de la gestión de entes gestores de destino.

Asimismo, según los estudios realizados en el año 2020 por Promperú sobre las nuevas tendencias del visitante post – cuarentena, se resalta la preferencia de ambientes cercanos al aire libre o naturaleza, motivo por lo que se determinó la inclusión de 41 zonas de desarrollo turístico de alcance interregional identificadas en los Planes Estratégicos Regionales de Turismo - PERTUR que complementen la oferta turística de los destinos turísticos priorizados.

Por lo tanto, siendo la planificación un proceso importante para fortalecer la gestión de un destino turístico, se debe brindar asistencia técnica y capacitación en la elaboración de los planes de gestión turística de los destinos turísticos a través de la adecuada gestión de sus Entes Gestores de Destino u otra modalidad de coordinación público – privada.

C. Fortalecer las mancomunidades regionales para el desarrollo turístico

La Presidencia del Consejo de Ministros (PCM) a través de la Secretaría de Descentralización brinda asistencia técnica a las mancomunidades regionales y municipales para la elaboración y planeamiento de instrumentos de gestión, articulación con diversos sectores para gestionar inversiones e implementación de políticas; además, asesoran en cómo las autoridades pueden aprovechar los incentivos que ofrecen los programas, políticas y fondos públicos.

Las mancomunidades son entidades del Estado que tienen como objetivo la ejecución de proyectos de inversión pública y la prestación de servicios públicos. Existen dos tipos de Mancomunidades: Regional (acuerdo entre dos o más gobiernos regionales) y Municipal (acuerdo entre dos o más municipios). A la actualidad se cuenta con 7 mancomunidades regionales y 209 municipales, debidamente inscritas en el registro oficial.



El MINCETUR, durante el periodo 2019 – 2021, ha brindado asistencia técnica y orientación sobre los procesos de planificación y gestión turística de acuerdo con lo solicitado por las mancomunidades regionales y municipales.

Asimismo, a través de la Dirección de Productos y Destinos Turísticos, se brindó asistencia técnica a la Mancomunidad Regional de los Andes, para el diagnóstico e identificación de corredores, circuitos y rutas turísticas, a fin de determinar las acciones de planificación y gestión turística a plantearse en el marco de la Estrategia Nacional de Reactivación del Sector Turismo.

Se plantea elaborar una hoja de ruta para el desarrollo turístico de las regiones bajo el ámbito de la mancomunidad, a través de un proceso participativo de los gobiernos regionales integrantes, en temas de afinidad y en concordancia con los PERTUR.

D. Formular e implementar instrumentos de planificación turística

Proceso de mejora continua de los planes estratégicos regionales de turismo

El PENTUR 2025 señala que los Gobiernos Regionales tienen a su cargo la implementación del PENTUR a través de sus Planes Estratégicos Regionales de Turismo (PERTUR), proceso liderado por los gobiernos regionales, con la participación de los gobiernos locales y el sector privado. En el periodo 2018 – 2021, el MINCETUR ha brindado

asistencia y acompañamiento técnico para la elaboración de 25 PERTUR como parte de la implementación del PENTUR 2025.

Una vez culminada la etapa de elaboración de estos instrumentos de planificación, resulta necesario la homogenización de información que permita una mejor toma de decisiones y sea la base de otros instrumentos de planificación sectorial; asimismo, la coyuntura actual ha obligado a identificar acciones complementarias que deben ser incluidas en este proceso.

En ese sentido, como parte del proceso de mejora continua, se plantea brindar asistencia técnica a los Gobiernos Regionales sobre el seguimiento y evaluación del cumplimiento para la implementación del plan de acción de los Planes Estratégicos Regionales de Turismo (PERTUR); así como, para identificar elementos que permitan la mejora continua en el marco de los efectos en el Sector Turismo regional ocasionados por la pandemia de la Covid-19.

Acompañamiento para el desarrollo de planes de desarrollo turístico locales

En el 2017, el MINCETUR brindó asistencia técnica y capacitación a los gobiernos locales para la elaboración de los Planes de Desarrollo Turístico Local – PDTL, en el marco del Programa de Incentivos a la Mejora de la Gestión Municipal (PI) a través del cumplimiento de la Meta 38 denominada “Elaboración de Planes de Desarrollo Turístico Local (PDTL)”, la cual estuvo dirigido a las municipalidades de ciudades no principales con 500 o más Viviendas Urbanas, también denominadas Tipo C.

Mediante la R.M N°107-2021-MINCETUR se aprobó la Guía Metodológica para la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local – PDTL, la cual tiene como objetivo brindar a los gobiernos locales y actores involucrados en el desarrollo de la actividad turística un documento orientador, el cual establece pautas, herramientas y recomendaciones para el planeamiento estratégico del sector a nivel provincial y distrital, guardando la coherencia y consistencia con los objetivos de política nacional, sectorial y territorial. En ese sentido, se brindará asistencia técnica y capacitación a los gobiernos locales para el desarrollo de PDTL, alineados con los PERTUR.

En ese sentido, resulta necesario brindar asistencia técnica y capacitación a los gobiernos locales en el proceso de formulación de planes de desarrollo turístico locales, cuya guía aprobada por el MINCETUR señala el desarrollo de 04 fases relacionadas al 1) Diseño del entorno institucional; 2) Diagnóstico turístico local; 3) Análisis estratégico y; 4) Plan de acción y presupuesto; asimismo, estos instrumentos de planificación local deben encontrarse articulados al PERTUR y PENTUR.

Acompañamiento para la actualización de los planes estratégicos regionales de artesanía

En línea con los objetivos y estrategias contempladas en el PENDAR 2019-2029 en el sector artesanía se aprobará la Guía Metodológica para el desarrollo de los Planes Regionales de Artesanía, instrumento que facilitará las asistencias técnicas y el proceso de elaboración de los planes de desarrollo artesanal con los Gobiernos Regionales.

Una vez oficializado el instrumento, el MINCETUR plantea brindar asistencia técnica a los gobiernos regionales que previamente hayan conformado sus Consejos Regionales de Fomento Artesanal, para la elaboración y posterior aprobación mediante Ordenanza Regional de los Planes Regionales de Desarrollo Artesanal, donde se establecerán las prioridades de cada región alineadas a los objetivos del PENDAR 2019-2029 y su con su respectivo respaldo presupuestal por parte del gobierno regional. Es importante, destacar que este proceso se fortalecerá con el PPR 087 actualizado, el mismo que pondrá énfasis en la articulación territorial.

E. Fortalecer las capacidades de gestores públicos en materia de turismo, para el fomento de liderazgos locales en regiones

El MINCETUR brinda de manera constante asistencia técnica y capacitaciones a los gestores públicos de turismo a través de sus diferentes áreas, PROMPERU y CENFOTUR, las mismas que permiten fortalecer las capacidades, conocimientos técnicos en materia de turismo y la articulación entre los actores públicos de los tres niveles de gobierno, de modo que las acciones del gobierno nacional, regional y local se orienten al cumplimiento de los objetivos del PENTUR 2025, sin embargo la alta rotación en los representantes del sector público incide en que el fortalecimiento de capacidades tenga que realizarse de manera permanente.

Por su parte, el PENTUR en el Pilar 4 Institucionalidad del Sector, menciona líneas de acción de los siguientes componentes Fortalecimiento de la gestión pública, a través del desarrollo de capacidades en turismo para Gobiernos Regionales y Locales; y consolidación de la gestión de los destinos, a través de asistencia técnica para la formulación e implementación de herramientas de planificación y gestión de destinos, acompañamiento en el proceso de desarrollo y consolidación del destino y monitoreo al proceso de desarrollo del destino.

En tal sentido, la acción busca brindar asistencia técnica y capacitaciones a los gestores públicos de turismo en materia de planificación y gestión de destinos, formulación de proyectos de inversión, inventario turístico, calidad y seguridad turística, entre otros temas, y con ello fomentar el liderazgo local en regiones en materia de turismo.

Pasco
Catarata de Río Tigre



5.1.5. Línea de acción 05: FOMENTAR LA COMPLEMENTACIÓN ACADÉMICA DE LA OFERTA FORMATIVA EN TURISMO

A. Fortalecer la investigación en materia turística - Creación del fondo editorial de MINCETUR

En el año 2016, teniendo en cuenta el crecimiento de la actividad turística fue creada el área de Investigación y Desarrollo (I+D) del CENFOTUR, con el objetivo de fomentar la investigación en turismo, generar conocimiento tanto a nivel interno entre docentes y estudiantes, como a nivel externo con instituciones vinculadas al sector, respondiendo a las sugerencias remitidas por el equipo de auditores del TedQual de en el año 2013, en torno a establecer la investigación como línea de acción y plantear como meta contar con cinco trabajos de investigación o publicaciones por año; asimismo, la creación de un Área de I+D se ha cumplido a cabalidad.

Dentro de los objetivos del Área de Investigación se encuentran el fomento de la investigación académica en turismo entre los actores internos y externos del CENFOTUR, produciendo conocimiento para el desarrollo del turismo; asimismo, producir y publicar documentos académicos en temas ligados al sector turismo en especial a la educación superior en turismo, la competitividad laboral en el sector, fortalecer la formación de los profesionales con capacidad de investigar, analizar y proponer corrientes de pensamiento innovador en los rubros del turismo y promover espacios de encuentro entre la realidad empresarial y el trabajo científico.

Existen escasas evidencias en investigación y documentación que nutran de nuevos conocimientos al sector en diversos temas. En el año 2019, se encargó la elaboración del Plan de Investigación e Innovación del 2020 al 2024, el mismo que se encuentra aprobado a la fecha y tiene como propósito posicionar al CENFOTUR como una institución de referencia dentro del sector turismo en investigación (a través de papers, publicaciones, ensayos, artículos científicos, eventos académicos, entre otros), fortaleciendo la competitividad e innovación del sector.

Se propone impulsar la creación del fondo editorial del CENFOTUR, que significará un aporte importante y necesario para desarrollar investigaciones que contribuyan a la generación del conocimiento y permitan enfocar las políticas públicas del sector al desarrollo de las regiones y analizar los casos de éxito para la toma de decisiones. De esta forma, elevar el posicionamiento de la imagen del CENFOTUR como ente principal de investigación del sector turismo. Asimismo, se propone realizar un sondeo con el sector académico, empresarial, gubernamental, etc. sobre la necesidad de investigaciones en turismo, a cerca del tipo de investigaciones que apoyará el fundamento, la pertinencia para oficializar la partida para el fondo editorial.

B. Generar alianzas con instituciones educativas

EL CENFOTUR como institución educativa, adscrita al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, promueve la realización de acuerdos de mutua colaboración en favor de los estudiantes y actores del sector turismo. Actualmente el CENFOTUR ha suscrito convenios con diversas instituciones académicas, asociaciones nacionales y extranjeras, municipios; y se encuentra en proceso de suscripción el convenio con el Ministerio de Relaciones Exteriores.

A fin de fortalecer las alianzas institucionales con instituciones educativas, se deben explorar otras formas de cooperación para gestionar convenios en favor de la institución y servir de puente con los gobiernos regionales y locales para apoyar en sus proyectos de desarrollo turístico; asimismo, contribuir con el apalancamiento de recursos para fomentar la investigación aplicada al turismo, promover programas de movilidad académica, que beneficiará a estudiantes, egresados y docentes de la institución.

C. Fomento de actividades de extensión académica

A la fecha, el CENFOTUR en pro de la revalorización de la cocina peruana y regional, ha incorporado cursos de historia de la cocina y de las cocinas regionales del Perú en el plan de estudios del programa de gastronomía peruana e internacional, panadería y repostería peruana, estas asignaturas contemplan 832 horas académicas desarrollándose entre los ciclos del I al VI. Asimismo, se ha elaborado una propuesta de capacitación y evaluación de competencias laborales dirigido a las organizaciones sociales de base, con el objetivo de fortalecer:

- ➔ Buenas prácticas de manipulación de alimentos.
- ➔ Técnicas básicas de cocina y nutrición (insumos locales y superfoods).
- ➔ Ingeniería de menú con valor nutricional.
- ➔ ABC de finanzas.

Se propone desarrollar el curso de cocina regional, cuyo propósito es conocer la cocina regional desde sus bases, técnicas y métodos de cocción, adaptados a los estándares de la alta cocina, buscando que el estudiante conozca los productos peruanos, tiempos de cocción, cortes, técnicas de montaje y presentación. Las recetas estarán relacionadas con el lugar de procedencia y su historia. Se reforzarán los conocimientos de las normas y procesos de seguridad, conservación y sanidad alimentaria.

A su vez los cursos de extensión educativa del perfil ocupacional de cocina contarán con una unidad de competencia sobre el valor nutricional con la finalidad de conocer, describir y cuantificar los nutrientes y calorías que contiene cada receta a diseñar o elaborar en el curso, permitiendo obtener una alimentación balanceada que cubran los requerimientos nutricionales.

5.1.6. Línea de Acción 06: PROMOVER LA GENERACIÓN DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS

A. Generar alianzas estratégicas intergubernamentales

En el marco de las competencias y objetivos del MINCETUR, se promueve el desarrollo de la actividad turística como medio para contribuir al crecimiento económico y al desarrollo social del país, propiciando las condiciones más favorables para el desarrollo de la iniciativa privada y la generación de empleo. Por ello, durante el difícil contexto que atraviesa la actividad turística, el MINCETUR cumple un importante rol de articulación entre el sector turismo y los demás sectores económicos, como representante de los intereses y necesidades de los actores de turismo. A la fecha, se tienen vigentes 03 convenios interinstitucionales que han favorecido el cumplimiento de los objetivos del sector, a través de la articulación con otros sectores.

Se propone gestionar la suscripción de alianzas intergubernamentales a través de convenios de cooperación interinstitucionales con las principales entidades a cargo de los sectores involucrados y de interés de la actividad turística, los mismos que permitan canalizar de manera más ágil y eficiente el intercambio de información y la mutua colaboración entre las partes, habiéndose priorizado la suscripción de convenios de cooperación interinstitucional con entidades del gobierno nacional, gobiernos subnacionales y lograr un posicionamiento del sector.

B. Generar alianzas estratégicas con el sector privado

El MINCETUR, en el marco de sus competencias y objetivos, promueve el desarrollo de la actividad turística como medio para contribuir al crecimiento económico y al desarrollo social del país, propiciando las condiciones más favorables para el desarrollo de la iniciativa

privada y la generación de empleo, por lo que resulta imprescindible la participación del sector privado en el proceso de diseño e implementación de las políticas públicas para la recuperación del clima de negocios y oportunidades que permitan retomar y superar las cifras prepandemia del turismo interno y receptivo. A la fecha el MINCETUR, ha suscrito convenios interinstitucionales con entidades privadas que han permitido la implementación de medidas que contribuyen al cumplimiento de los objetivos sectoriales y la mejora en la implementación de las políticas públicas.

Se propone impulsar el fortalecimiento de la colaboración público-privada del sector mediante la suscripción de alianzas estratégicas a través de convenios de cooperación interinstitucionales suscritos con los principales representantes del sector privado de la actividad turística, permitiendo canalizar de manera más ágil y eficiente el intercambio de información y la mutua colaboración entre las partes; habiéndose priorizado la suscripción de convenios con gremios y asociaciones del sector.

5.1.7. Línea de acción 07: DESARROLLAR COMPETENCIAS PARA LA GESTIÓN EN TURISMO DE LOS ACTORES PRIVADOS

A. Promover el fortalecimiento de competencias en gestión turística del sector privado

En las regiones existen gremios privados del sector turismo conformados por empresas que prestan servicios de hospedajes, restaurantes, agencias de viajes y guías oficiales de turismo, así mismo, forman parte de gremios nacionales como CANATUR, APAVIT, APTAE, etc. Del 25 de agosto al 15 setiembre del 2021, se realizaron reuniones para la elaboración de diagnóstico del turismo con enfoque regional con la participación de representantes del sector público y privado de las regiones; con la finalidad de evaluar y retroalimentar la Estrategia de Reactivación, dándose inicio al proceso de actualización de sus instrumentos de planificación.

Se plantea desarrollar un programa para el desarrollo de competencias en gestión turística dirigido a los gremios privados nacionales de turismo en cada región, que permitirá no sólo el fortalecimiento de las capacidades de los empresarios del sector, sino la consolidación de la institucionalidad y representatividad del sector.

5.1.8. Línea de Acción 08: GENERAR ESPACIOS DE COORDINACIÓN Y GOBERNANZA ENTRE PÚBLICOS Y PRIVADOS

A. Impulsar la reinstalación y fortalecimiento de los Comités Consultivos Regionales de Turismo

El Art. 10 de la Ley N° 29408, Ley General de Turismo establece que los gobiernos regionales crean un Comité Consultivo Regional de Turismo con el fin de formular recomendaciones sobre lineamientos de políticas relacionadas con la actividad turística regional; establecer canales de comunicación entre el sector público y privado para lograr una visión conjunta sobre la actividad turística regional, emitir opinión sobre los planes, programas, proyectos e inversiones, protección y defensa del turista y otras consultas afines que se sometan a su consideración.

Los Comités Consultivos Regionales de Turismo coordinan, supervisan, acompañan, monitorean y evalúan los PERTUR y representan espacios de coordinación entre el sector público y privado en cada región. Son reconocidos mediante una Ordenanza Regional o documento similar y cuentan con un reglamento interno de trabajo, elaborado juntamente con la DIRCETUR o GERCETUR y aprobado por el mismo Comité, así como definir el propósito, estructura organizacional, funciones generales de cada uno de sus miembros representantes.

Las organizaciones que integran el Comité Consultivo Regional de Turismo tienen un plazo no mayor de 15 días para acreditar a sus representantes mediante acto resolutivo, asimismo, la propuesta de presidir el CCRT deberá provenir del sector privado. Además, aprueban un plan operativo de trabajo para evidenciar resultados de sus acciones, establecer la programación de sesiones, así como el seguimiento y monitoreo a los compromisos para ser resueltos o trasladados en una mesa de coordinación de carácter nacional.

En ese sentido, con el objetivo de coadyuvar en la instalación y el fortalecimiento de los Comités Consultivos Regionales de Turismo, se plantea brindar asistencias técnicas en materia de lineamientos y normas relacionadas con la actividad turística regional, programas y proyectos en turismo, facilitación turística, protección y defensa del turista, mecanismos de financiero para proyectos que contribuyan al desarrollo del turismo sostenible, etc.

B. Fortalecer los Consejos Regionales de Fomento Artesanal

Los Consejos Regionales de Fomento Artesanal - COREFAR se constituyen conforme a la Ley N° 29073 - Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal; los referidos COREFAR, son órganos colegiados de coordinación entre el sector público y privado, vinculado a la actividad artesanal en jurisdicción regional.

En relación con la intervención del MINCETUR, a través de asistencia técnica y legal brindada a las Direcciones Regionales de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR) o quien haga sus veces de los Gobiernos Regionales, permitirá trabajar articuladamente la actualización, conformación e instalación de dichos consejos a nivel nacional.

Como acciones derivadas del año 2021 a través de las sesiones del Consejo Nacional de Fomento Artesanal – CONAFAR, se ha previsto asistir a las regiones Áncash, Ayacucho, Cajamarca, Huancavelica, Huánuco, Lambayeque, Pasco, Piura, San Martín, Ucayali y Tumbes, en el fortalecimiento institucional de sus COREFAR.

En ese sentido, se propone brindar asistencia técnica y legal a los gobiernos regionales para que otorguen el reconocimiento formal a los COREFAR, así como: (i) la convocatoria a las asociaciones de artesanos, (ii) los procesos electorales y la proyección de sus informes de sustento técnico y legal, e (iii) la instalación del Consejo y el seguimiento de sus instrumentos de gestión.

C. Impulsar la realización del Congreso Nacional de Turismo y congresos macro regionales

El MINCETUR tiene entre sus funciones generales la organización y/o promoción de eventos tipo congresos nacionales y regionales en materia de turismo, que buscan transmitir a la gran comunidad turística peruana, conocimientos, mensajes y reflexiones en torno a la reactivación del sector en un contexto de postpandemia.

Para el desarrollo de los congresos se convoca como ponentes a investigadores, representantes del sector privado y del sector público, que puedan compartir su enfoque, visión y experiencia a una audiencia de empresarios, gerentes generales, administradores, ejecutivos del sector turismo (agencias de viajes, hoteles, restaurantes y afines, guías oficiales de turismo, líneas aéreas) y personas que coinciden con los intereses del sector.

En diciembre de 2021, se llevó a cabo el XV Congreso Nacional de Turismo, organizado por el MINCETUR y la CANATUR, denominado “Uniando el turismo para su recuperación”, primer congreso de turismo en la modalidad presencial posterior a la declaratoria del estado de emergencia sanitaria provocada por la Covid-19, el mismo que contó con la participación de altos funcionarios de Estado, representantes de gremios privados, de la academia y organismos internacionales, generando un importante espacio de intercambio sobre la reactivación.

Considerando que la Estrategia Nacional de Reactivación del Sector Turismo busca promover el alineamiento de intereses y la generación de acuerdos en la actividad turística, se ha previsto impulsar la dinámica de organización de congresos nacionales y macro regionales de turismo.



Objetivo

2



+ Objetivo específico

→ **Mejorar las condiciones del territorio y la facilitación del turismo en los destinos.**

+ Líneas de acción

- ➔ **1** Promover la articulación intersectorial con las regiones.
- ➔ **2** Mejorar las condiciones de bioseguridad en los prestadores de servicios turísticos.
- ➔ **3** Promover incentivos fiscales y laborales para prestadores de servicios turísticos por pandemia.
- ➔ **4** Promover la reducción de la informalidad en el sector.
- ➔ **5** Gestionar la optimización de las condiciones para el tránsito de pasajeros a través de fronteras terrestres, marítimas y aéreas, que contribuyan con el incremento de visitantes.
- ➔ **6** Promover la mejora de las condiciones para la conectividad en el transporte aéreo, terrestre y acuático.
- ➔ **7** Fortalecer la cultura turística.
- ➔ **8** Fortalecer la seguridad turística en los destinos en articulación con aliados estratégicos.



5.2. Objetivo Específico 2: MEJORAR LAS CONDICIONES DEL TERRITORIO Y LA FACILITACIÓN DEL TURISMO EN LOS DESTINOS

5.2.1. Línea de acción 1: PROMOVER LA ARTICULACIÓN INTERSECTORIAL CON LAS REGIONES

A. Fortalecer la Mesa Ejecutiva para el Desarrollo Turístico en las regiones

Mediante Resolución Ministerial N° 307-2018-EF/10, de fecha 10 de setiembre de 2018, se conforma el Equipo Técnico de Trabajo denominado “Mesa Ejecutiva para el Desarrollo del Sector Turismo”. Mediante Resolución Ministerial N° 343-2018-EF/10, de fecha 12 de octubre de 2018, se modifica el artículo 2 de la Resolución Ministerial N° 307-2018-EF/10, que conforma el equipo técnico de trabajo denominado “Mesa Ejecutiva para el Desarrollo del Sector Turismo”, que tiene como objeto identificar, promover, proponer e impulsar acciones en materia turística, que permitan el desarrollo productivo y competitivo del sector turismo a fin de contribuir con el crecimiento económico.

La “Mesa Ejecutiva para el Desarrollo del Sector Turismo” está conformada por:

- El Viceministro de Turismo o su representante, quien la preside.
- El Viceministro de Transportes o su representante.
- El Viceministro de Patrimonio Cultural e Industrias Culturales o su representante.
- El Viceministro de Gestión ambiental o su representante.
- El Viceministro de Orden Interno o su representante.
- El Viceministro de Vivienda y Urbanismo o su representante.
- Un representante del Ministerio de Economía y Finanzas.
- Un representante de la Sociedad de Comercio Exterior del Perú – COMEX PERÚ.
- Un representante de la Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas, CONFIEP.
- Un representante de la Cámara Nacional de turismo, CANATUR.

- ➔ Un representante de la Asociación Peruana de Operadores de Turismo Receptivo e Interno, APOTUR.
- ➔ Un representante de la Asociación Peruana de Agencias de Viaje y Turismo, APAVIT.
- ➔ Un representante de la Asociación Peruana de Hoteles, Restaurantes y Afines, AHORA PERÚ.
- ➔ Un representante de la Sociedad de Hoteles del Perú, SHP.
- ➔ Un representante de la Cámara Regional de Turismo de Cusco, CARTUC.
- ➔ Un representante del gremio de turismo de la Cámara de Comercio de Lima, CCL.

De octubre de 2018 a diciembre de 2021 se han desarrollado 31 sesiones presenciales y 02 reuniones virtuales, habiendo reinstalado la Mesa Ejecutiva en octubre de 2021.

En ese sentido, se propone impulsar que la Mesa Ejecutiva se convierta en un espacio de articulación intersectorial de alto nivel para desarrollar las políticas nacionales para la reactivación de la actividad turística. De la misma manera, se constituye como una plataforma para la solución de la problemática del sector turismo, establecida por cada una de las regiones y macrorregiones, es decir un espacio de coordinación entre los niveles de gobierno central y regional.

5.2.2. Línea de acción 2: MEJORAR LAS CONDICIONES DE BIOSEGURIDAD EN LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS

A. Promover la optimización de las disposiciones emitidas por el sector salud que afecten al sector turismo

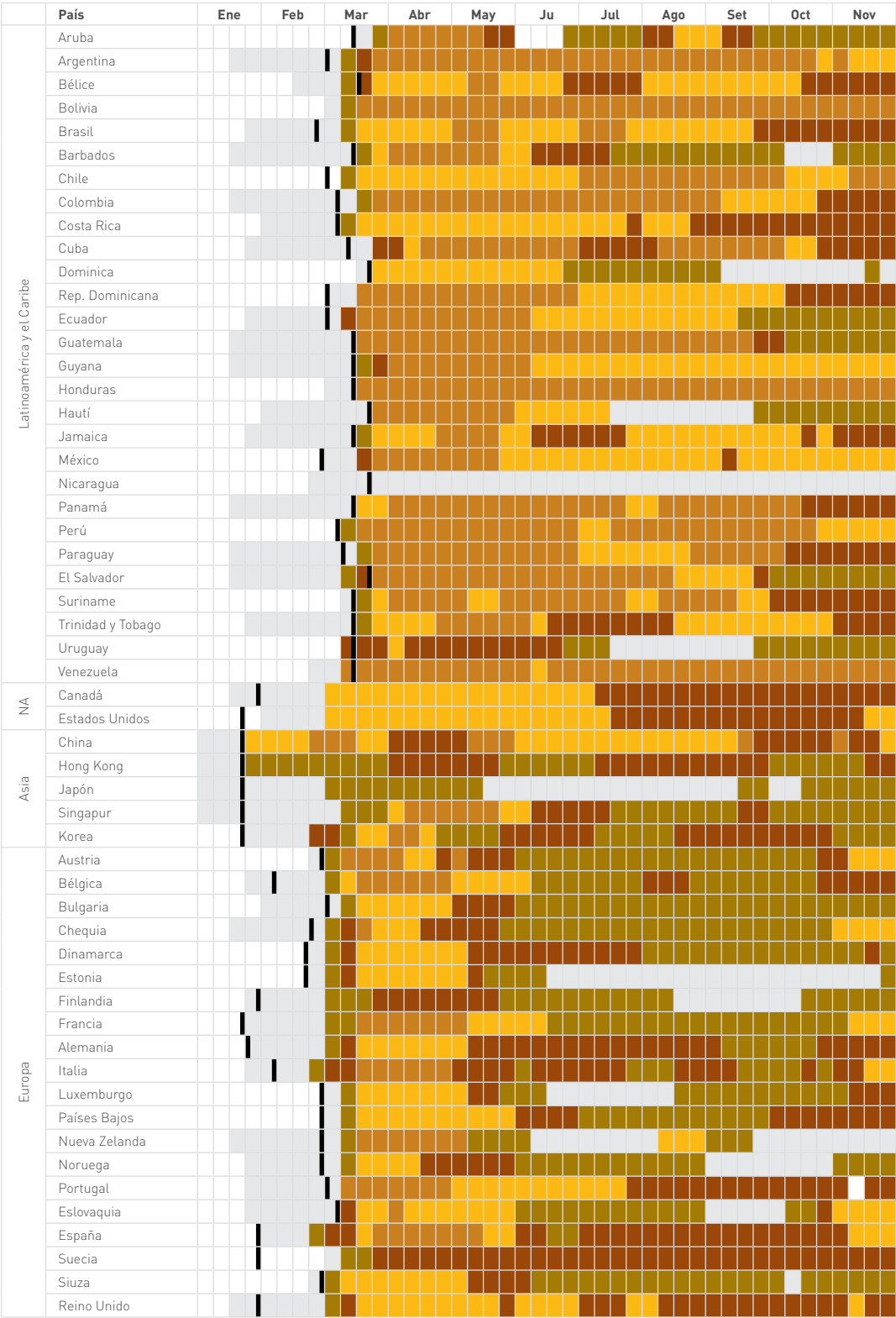
La mayoría de los países de América Latina y el Caribe desde el inicio de la crisis adoptó rápidamente medidas estrictas de contención y las mantuvo, al menos sobre el papel, prácticamente sin cambios durante el 2020. En cambio, los países avanzados reabrieron antes sus economías, tras un largo camino marcado por un proceso de prueba y error. Estas cuarentenas más cortas fueron seguidas de otras restricciones al libre tránsito (intermitentes) y se complementaron con otras medidas de intervenciones no farmacéuticas, como restricciones fronterizas, el uso obligatorio del tapabocas, distanciamiento físico, aforos, entre otras; las mismas que pueden observarse en el siguiente gráfico:

Piura

Ballenas jorobadas, Los Órganos



EVOLUCIÓN DEL ÍNDICE DE RIGUROSIDAD DE LAS MEDIDAS ADOPTADAS POR LOS PAÍSES FRENTE AL COVID-19



No se tomaron medidas Menor rigurosidad Mayor rigurosidad

Primer caso confirmado de COVID-19 o primer caso(s) registrado(s) por la Universidad Johns Hopkins University

A pesar de los esfuerzos realizados para la reactivación del movimiento económico, y especialmente del sector turismo, la actividad turística se encuentra en una difícil situación a causa de las medidas dispuestas en todo el mundo para el control de la pandemia por COVID-19. A inicio del 2022 se ha visto un repunte de contagios a pesar de las medidas de prevención dispuestas y del importante avance logrado en la estrategia de vacunación a nivel nacional, lo que ha llevado de manera periódica a la reclasificación de localidades en los niveles de alerta por provincia aprobados; así como, al ajuste de las medidas de restricción focalizadas, muchas de ellas con un impacto directo sobre la operación de las actividades turísticas al incluir restricciones al flujo de personas, la modificación de los aforos u horarios de atención permitidos en los distintos establecimientos de servicios.

Esto sin duda ha generado y sigue generando un fuerte impacto en los principales indicadores del sector turismo, incluyendo el empleo turístico, que en 2019 llegó a generar un total de 1,46 millones de empleos para luego experimentar una caída del 52,2 % en 2020 y tan solo una leve recuperación estimada en 2021, con lo que se alcanzaría la cifra de 0,7 millones de empleos.

Debido a que estas medidas responden a la decisión del Consejo de Ministros sobre la base de la información y recomendaciones realizadas por el sector salud, resulta necesario mantener como una estrategia prioritaria del sector turismo la comunicación y coordinación con dicho sector y sus instituciones, a fin de asegurar la transmisión y consideración de sus necesidades al momento de la toma de decisiones, toda vez que la actividad turística es, en definitiva, una de las más sensibles frente a las medidas restrictivas impuestas debido a que su cumplimiento distorsiona el normal desarrollo de sus operaciones.

En este periodo, el MINCETUR y sus organismos adscritos, como CENFOTUR, han desarrollado un importante trabajo en la elaboración de los protocolos correspondientes, los mismos que cuentan con la opinión favorable del sector salud, constituyendo un importante instrumento que ha orientado a los prestadores para la prestación de sus servicios. Asimismo, durante 2020 y 2021 cumplieron un importante rol de articulación entre las demandas del sector privado turístico y las autoridades de salud, respaldando las solicitudes de los gremios y otros organismos privados que evidenciaban la necesidad de flexibilización de aforos y otras medidas.

En ese marco, se mantiene el rol de articulación y comunicación entre ambos sectores, de modo que se asegure que las medidas de prevención del contagio de COVID-19 consideren particularmente las características del sector turismo en cada caso.

Con el propósito de asegurar la consideración de las necesidades del sector turismo en la toma de decisiones, de modo que se optimicen las disposiciones de prevención de la COVID-19 que afecten de manera directa al desarrollo de sus actividades, se debe continuar con la articulación en espacios de coordinación entre el sector turismo y el sector salud.

Asimismo, es importante precisar que el objetivo de este espacio de coordinación es hacer presentes las necesidades del sector, puesto que las decisiones finales respecto a las disposiciones de prevención y control son tomadas por el Consejo de Ministros, sobre la base de las consideraciones de la autoridad nacional de salud.

En ese sentido, se plantea promover la actualización de las disposiciones emitidas por el sector salud mediante una evaluación conjunta entre MINCETUR y MINSA, contribuyendo con la mejora de las condiciones para la prestación de los servicios turísticos, tránsito internacional y nacional de pasajeros por vía terrestre, tránsito internacional y nacional de pasajeros por vía aérea, tránsito internacional de pasajeros por vía marítima, así como el desplazamiento y distanciamiento físico de viajeros en espacios cerrados.

5.2.3. Línea de acción 3: PROMOVER INCENTIVOS FISCALES Y LABORALES PARA PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS POR PANDEMIA

A. Impulsar la aprobación de medidas excepcionales para los rubros del sector turismo

A pesar de los esfuerzos realizados para la reactivación del movimiento económico, y particularmente del sector turismo, la actividad turística se encuentra en una difícil situación, con un efecto claramente observable en los sectores de alojamiento y restaurantes. Asimismo, los reportes elaborados por la Dirección General de Investigación y Estudios sobre Turismo y Artesanía del MINCETUR muestran una importante reducción en las cifras de llegadas internacionales y una caída consecutiva; así como el ingreso de divisas por turismo receptivo.

En cuanto al turismo interno, si bien se considera que será posiblemente el mercado más importante para el inicio de la recuperación de la actividad turística a nivel nacional, este todavía muestra una recuperación lenta y parcial. Esto sin duda ha generado un alto impacto en los principales indicadores del sector turismo, incluyendo el empleo turístico.

A este difícil escenario es necesario añadir que, conforme a la actual evolución de la pandemia, nos encontramos frente a la posibilidad de experimentar nuevos brotes de COVID-19 debido al ingreso de nuevas variantes de la enfermedad al país, lo que podría llevar a la intensificación de las medidas restrictivas, con una directa afectación al normal desarrollo de la actividad turística.

En tal sentido, se considera necesaria la formulación y gestión de medidas de carácter fiscal y laboral enfocadas o dirigidas a continuar con el apoyo y fortalecimiento del sector empresarial turístico, teniendo en cuenta el difícil escenario al que estas se enfrentan y la necesidad inmediata que manifiestan de hacer frente y trazar mejores estrategias comerciales para alcanzar la sostenibilidad de sus actividades. Es importante precisar que, debido a su naturaleza, estas medidas requerirán de la gestión con los sectores competentes, principalmente el Ministerio de Economía y Finanzas y el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

A la fecha, se vienen evaluando medidas en materia fiscal y laboral que serán a planteadas a los sectores competentes; así mismo, se han remitido a diversos sectores, medidas propuestas por los gremios del sector, entre las que se incluyen la extensión de los periodos de suspensión perfecta para trabajadores del sector turismo, la modificación excepcional de las tasas de IGV aplicables para el sector turismo, entre otros, para consideración y evaluación.

Con el objetivo de ofrecer soporte para la sostenibilidad de las actividades del sector empresarial del sector turismo, se propone impulsar y gestionar ante las entidades competentes medidas temporales de apoyo, enfocadas en aspectos fiscales y laborales de similar naturaleza a las trasladadas a la fecha por iniciativa del sector privado.

5.2.4. Línea de acción 4: PROMOVER LA REDUCCIÓN DE LA INFORMALIDAD EN EL SECTOR

A. Fortalecer la Estrategia Turismo Seguro

En el año 2019, el MINCETUR aprobó el Plan para la Formalización del Sector Turismo 2019-2021, cuyo objetivo general se enfocó a fomentar la formalización y la mejora de la competitividad en la prestación del servicio turístico.

Dicho documento abordó el proceso de formalización desde un contexto integral, orientando acciones hacia cuatro segmentos. El primero, compuesto por personas naturales y personas jurídicas que se mantienen al margen de la formalidad debido al cumplimiento parcial o nulo de requisitos o procedimientos mínimos exigidos para el inicio de operaciones como prestadores de servicios turísticos; el segundo segmento compuesto por prestadores

de servicios turísticos formales propensos a cruzar el límite de formalidad debido al incumplimiento de normativa y/o requisitos técnicos mínimos exigidos; el tercer segmento compuesto por los gestores de los tres niveles de gobierno; y el cuarto segmento compuesto por los turistas/consumidores.

Bajo dicho escenario, se presentó la estrategia Turismo Seguro a fin de fortalecer las intervenciones sectoriales vinculadas a la formalización de servicios y seguridad turísticos, la misma que contempló tres componentes de intervención progresiva entre el año 2019 y 2021: seguridad, formalización y fortalecimiento, logrando importantes resultados.

Por otro lado, la Organización Mundial del Turismo presentó un conjunto de directrices para ayudar al sector turístico a emerger de la COVID-19 más fuerte y sostenible, las cuales fueron preparadas en consulta con el Comité Mundial de Crisis para el Turismo, siendo una de las prioridades para la recuperación del turismo restablecer la confianza ofreciendo seguridad.

Por ello, se propone gestionar la aprobación de los lineamientos para la implementación de la estrategia Turismo Seguro, los cuales presentan un marco metodológico que permitirá orientar e impulsar estrategias que faciliten y promuevan la gestión público-privada en los destinos para lograr un correcto desempeño y garantizar el desarrollo de una actividad turística formal y segura, incluyendo en el proceso la participación de todos los actores públicos y privados, teniendo como marco referente de actuación los pilares y componentes propuestos:

Pilares	Componentes
1. Gobernanza 2. Descentralización 3. Articulación intergubernamental e intersectorial 4. Seguimiento y evaluación	1. Formalización 2. Seguridad turística 3. Medidas de bioseguridad

A la fecha, se ha culminado la elaboración y socialización de la propuesta de los lineamientos para el desarrollo de la estrategia Turismo Seguro, en el marco del plan para la formalización del sector turismo, proponiendo, garantizar una experiencia de viaje segura y de calidad, contribuyendo con la mejora de la competitividad turística del Perú.

Lima
Circuito Mágico del Agua, Parque de la Reserva



5.2.5. Línea de acción 5: PROMOVER LA OPTIMIZACIÓN DE LAS CONDICIONES PARA EL TRÁNSITO DE PASAJEROS A TRAVÉS DE FRONTERAS TERRESTRES, MARÍTIMAS Y AÉREAS, QUE CONTRIBUYAN CON EL INCREMENTO DE VISITANTES

A. Impulsar la oferta de conectividad aérea internacional

A causa del brote de la COVID-19 en el Perú, el 15 de marzo del 2020 se publica el Decreto Supremo N° 044-2020-PCM, mediante el cual se establece el cierre total de las fronteras, por lo que quedó suspendido el transporte internacional de pasajeros, con el siguiente impacto:

	2019	2020	2021
Pasajeros (millones)	12.3	2.8	2.0
Rutas internacionales	56	56	32
Aerolíneas	35	33	22
Vuelos por semana	1,523	364	292

Fuente: Dirección de Aeronáutica Civil, DGAC
Elaboración: MINCEGeneralTUR/VMT/DGIETA-DIAITA

El 26 de setiembre de 2020, se aprueba la Fase 4 de Reanudación de Actividades y con la publicación de los “Lineamientos Sectoriales para la prevención de la COVID-19 en la Prestación del Servicio de Transporte Aéreo de pasajeros a Nivel Internacional” (aprobado por R.M. N° 0643-2020-MTC/01), se reiniciaron los vuelos internacionales de manera progresiva: en octubre del 2020, se reiniciaron los vuelos internacionales con destinos de viaje máximo de 4 horas, en noviembre se reiniciaron los vuelos internacionales con destinos de viaje máximo de 8 horas y en diciembre se reiniciaron los vuelos internacionales a destinos con un rango mayor a 8 horas.

Es importante señalar que la pandemia de la COVID-19 afectó significativamente la conectividad aérea internacional, al limitar los vuelos hacia/desde determinados países para mitigar los riesgos de contagio. En el Perú se registró un decrecimiento en vuelos internacionales (aterrizaje y despegue) durante el año 2020, de 2.8 millones de operaciones que representa un -77.5% de variación comparado con el año 2019 (12.3 millones de vuelos internacionales). Del mismo modo, el número de vuelos promedio por semana pasó de 1523 en 2019 a 364 en 2020.

El MINCETUR entre el período 2019 – 2021 participó de diversos eventos internacionales que convocan a representantes de aerolíneas, aeropuertos y autoridades de turismo: entre ellos, el evento “World Routes 2019”, llevado a cabo en septiembre de 2019 en Australia, “Alta Airline Leaders Forum” llevado a cabo en octubre del 2019, “Routes Américas 2020” desarrollado en 2020 en Estados Unidos de América, y “Routes Américas 2021” en formato virtual en 2021, en la que se realizaron ocho (8) reuniones bilaterales con representantes de las principales aerolíneas que ofertan rutas a Norteamérica y Europa como American Airlines, Aeroméxico, Air Canadá, Cóndor, entre otras, con el objetivo de contribuir a la consolidación del Perú como Hub del Pacífico.

La participación del Perú en los principales eventos internacionales del sector aeronáutico de la región y del mundo constituye un mecanismo para promover los destinos turísticos del Perú ante la comunidad aeronáutica líder de la región, a fin de establecer redes de contactos, trabajar en estrategias conjuntas, difundir los atractivos del país, promocionar las rutas internacionales y domésticas con potencial para ser operadas en el corto, mediano y largo plazo, ante las aerolíneas y aeropuertos internacionales del mundo, así como generar nuevas oportunidades de negocios que se vean traducidas en el incremento de la conectividad aérea del país y a la vez contribuir al crecimiento del turismo interno y receptivo, por lo que se tiene previsto participar en eventos internacionales de aeronáutica y reuniones con aerolíneas para promover vuelos Internacionales desde aeropuertos regionales.

Como resultado de estas acciones, se logró el acercamiento con aerolíneas internacionales, como es el caso de la aerolínea Volaris en el año 2021, lo que ha permitido que el 2022 se concrete la operación de 03 rutas internacionales desde Ciudad de México, Cancún y San Jose hacia Lima, fortaleciendo la oferta de vuelos internacionales con aerolíneas de bajo costo. En ese sentido, se propone impulsar nuevas rutas internacionales con las aerolíneas.

Movimiento aéreo	Nº de vuelos					
	Vuelos hacia Lima (→)					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Internacional	32,814	36,029	38,099	38,861	10,813	10,854
Servicio regular	32,579	35,601	37,739	38,472	9,094	10,010

Movimiento aéreo	Nº de vuelos					
	Vuelos desde Lima (←)					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Internacional	32,805	36,020	38,078	38,855	10,769	10,833
Servicio regular	32,574	35,596	37,721	38,483	9,109	10,005

B. Impulsar mejoras para el tránsito fronterizo terrestre de pasajeros

Durante los años 2018-2019, la llegada de turistas internacionales a través de las fronteras terrestres representaba aproximadamente el 40% del total de llegadas de turistas internacionales al país; el mismo que debido al cierre temporal de las fronteras fue interrumpido desde marzo del 2020. A continuación, se detalla la llegada de turistas internacionales, según Oficina de Control Migratorio en el 2019 y 2020. En 2021, por el cierre de fronteras terrestres, no se registraron ingresos de turistas.

PERÚ: LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES, SEGÚN LA OFICINA NACIONAL DE CONTROL MIGRATORIO, 2019 - 2020

Oficina de Control Migratorio	Región	Año	
		2019	2020
PCF Santa Rosa	Tacna	950,391	213,752
CEBAF Tumbes	Tumbes	325,740	64,319
PCF Desaguadero / Carancas / CEBAF	Puno	162,749	44,253
PCF Kasani	Puno	61,586	12,432
PCF La Tina	Piura	39,859	7,327
PCF Iñapari	Madre de Dios	23,308	4,928

Oficina de Control Migratorio	Región	Año	
		2019	2020
PCF El Alamor	Piura	20,163	3,635
PCF La Balsa	Lambayeque	4,500	827
PCF Cabo Pantoja	Loreto	507	137
PCF Espíndola	Piura	233	86
PCM Talara	Piura	53	40
PCF Purús	Ucayali	174	37
JZ Tumbes / PCF Aguas Verdes	Tumbes	0	0
Total de turistas internacionales 1/		1'589,263	351,773

1/ Total de turista internacionales = turistas extranjeros + turistas peruanos residentes en el exterior
Fuente: Superintendencia Nacional de Migraciones.
Elaboración: MINCETUR / VMT / DGIETA

Como puede apreciarse, el número de turistas que ingresan por PCF Santa Rosa (frontera con Chile) representaba en 2019 el 60% del total de ingresos por fronteras terrestres, seguido el CEBAF Tumbes (frontera con Ecuador) con el 20% y el CEBAF Desaguadero (frontera con Bolivia) con el 10%.

Considerando el contexto de emergencia sanitaria a nivel nacional, es fundamental la coordinación con las entidades del Estado competentes, tales como el Ministerio de Relaciones Exteriores, Superintendencia Nacional de Migraciones, SUNAT, Ministerio de Salud, entre otras, a fin de lograr la reapertura de todas las fronteras terrestres del Perú y establecer las condiciones que posibiliten la reactivación del turismo en las regiones fronterizas del país, priorizando la seguridad sanitaria y la calidad de los servicios brindados a los turistas en los pasos de fronteras.

Cabe precisar que, mediante D.S. N° 015-2022-PCM, se deroga el Artículo 15 del D.S. 184-2020-PCM (y sus prorrogas) que establecían el Cierre Temporal de Fronteras Terrestres, permitiendo la reapertura unilateral de todos los accesos de frontera terrestre en territorio peruano, complementándose con la decisión de reapertura de fronteras de Ecuador, Brasil y Bolivia, estando aún pendiente la decisión de Chile.

En ese sentido, el Viceministerio de Turismo a través de sus órganos de línea participa en espacios de coordinación multisectorial con entidades de los 3 niveles de gobierno, con el objetivo de lograr la reactivación económica de las regiones fronterizas a través del turismo,

siendo necesario para ello contar con condiciones adecuadas para el flujo de visitantes y sus bienes, así como verificar la optimización y calidad de los servicios brindados al visitante en los controles fronterizos terrestres.

La optimización de las condiciones para el tránsito de visitantes a través de las fronteras terrestres contribuye al incremento de turistas internacionales; en ese sentido, están comprendidas en esta acción:

- ➔ Monitorear de la calidad de los servicios brindados en los controles fronterizos, a fin de lograr agilizar los tiempos de atención en el ingreso y salida de turistas.
- ➔ Elaborar instrumentos o herramientas de información para difundir los requisitos o medidas de ingreso y salida del Perú.
- ➔ Incorporar de herramientas que mejoren la atención brindada a los viajeros en los controles de las zonas de acceso internacional.
- ➔ Promover la mejora en la infraestructura de los pasos fronterizos.

C. Promover la optimización de las condiciones para la llegada y salida de cruceros internacionales

En los últimos años el Perú ha recibido diversas cadenas de cruceros de lujo como Celebrity Infinity, Golden Princess, Seabourn Sojourn, Azamara Cruises, Holland America Line, entre otros, teniendo un aumento progresivo de la llegada de cruceros al país, con 89 cruceros en el 2019, a los principales puertos multipropósito destinados para el embarque y desembarque de cruceristas en el Perú, ubicados en las ciudades de Salaverry (La Libertad), Pisco (Ica), Matarani (Arequipa) y Callao, siendo este último el que más cruceros recibe.

A causa del brote de la COVID-19 en el Perú, en marzo del año 2020 se suspendió la recepción de las naves de crucero a los puertos del territorio nacional, siendo necesario para su reapertura, contar con los protocolos y normativa aprobados por las autoridades competentes, que autorice y permita el ingreso y salida segura de los turistas de cruceros.

Conforme al siguiente cuadro, el movimiento de naves de crucero tuvo un crecimiento constante entre los años 2018 y 2019; sin embargo, debido a la suspensión del acceso marítimo para cruceros internacionales a causa de la pandemia de la COVID-19, el año 2020 se recibió solo 28 cruceros, lo que representa 68.5% menos con relación al periodo del año anterior.

Cajamarca

Bosque de piedras de Cumbemayo



EVOLUCIÓN DEL MOVIMIENTO DE NAVES DE CRUCERO 2016-2021
(EN NÚMERO DE PASAJEROS Y NAVES)

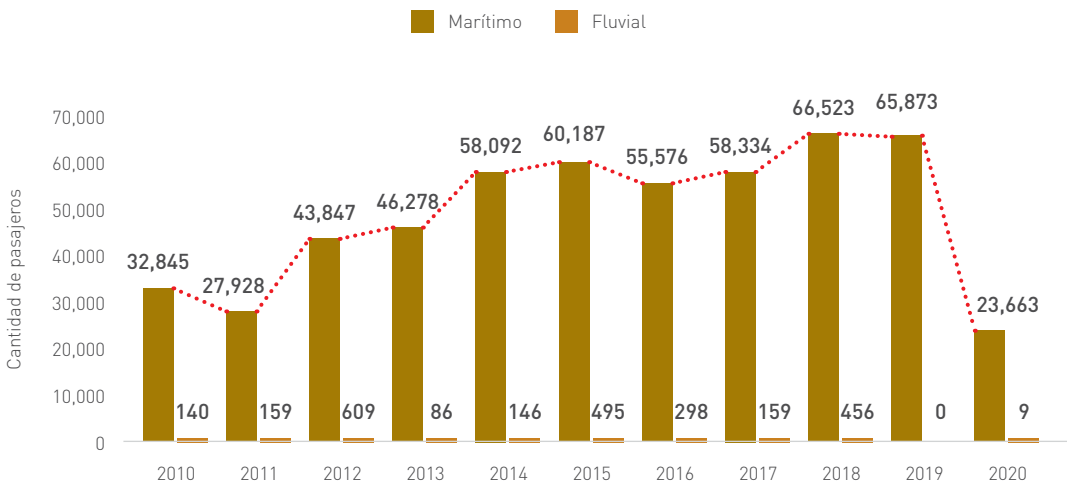
Ámbito	2016		2017		2018		2019		2020		2021		Variación 2020 / 2019 (%)	
	Naves	Pasajeros	Naves	Pasajeros	Naves	Pasajeros	Naves	Pasajeros	Naves	Pasajeros	Naves	Pasajeros	Naves	Pasajeros
TOTAL	83	55,874	83	58,493	80	66,979	89	65,873	28	23,672	0	0	-68.5%	-64.1%
Marítimo	81	55,576	82	58,334	78	66,523	89	65,873	27	23,663	0	0	-69.7%	-64.1%
Callao	31	55,576	31	28,261	32	31,799	35	30,902	12	13,227	0	0	-65.7%	-57.2%
Salaverry	20	26,447	20	13,545	19	14,568	25	16,835	7	4,506	0	0	-72.0%	-73.2%
Pisco	19	11,501	19	13,188	22	18,554	20	15,170	6	5,336	0	0	-70.0%	-64.8%
Matarani	7	14,382	10	3,114	4	1,371	7	2,624	1	348	0	0	-85.7%	-86.7%

Ámbito	2016		2017		2018		2019		2020		2021		Variación 2020 / 2019 (%)	
	Naves	Pasajeros	Naves	Pasajeros	Naves	Pasajeros	Naves	Pasajeros	Naves	Pasajeros	Naves	Pasajeros	Naves	Pasajeros
Ilo	0	2,870	0	0	0	0	0	0	1	246	0	0		
Paíta	3	0	2	226	1	231	2	342	0	0	0	0	-100.0%	-100.0%
San Nicolás	1	306	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
Fluvial	2	70	1	159	2	456	0	0	1	9	0	0		
Iquitos	2	298	1	159	2	456	0	0	1	9	0	0		

Fuente: Sistema de Redenaves Electrónico APN.

Asimismo, el número de pasajeros de cruceros registrados en el año 2019 registró la cifra más alta con 65,873 pasajeros comparado a los años anteriores. Sin embargo, el año 2020 se registró 64% menos (23,663 pasajeros), comparado con el año 2019.

PERÚ: CANTIDAD DE PASAJEROS ATENDIDOS EN LOS PUERTOS A NIVEL NACIONAL, POR ÁMBITO. AÑO 2010 - 2020



Fuente: Sistema de Redenaves Electrónico APN.
Elaboración: Área de estadística - APN.

Actualmente, no hay normativa que autorice el ingreso de cruceros al Perú, por lo cual para el año 2022, las líneas de cruceros vienen cancelando sus programaciones de llegadas, a fin de no poner en riesgo sus itinerarios que han sido programados con años de anticipación.

El MINCETUR, a través de sus órganos de línea, ha venido desarrollando constantes reuniones con las Agencias Marítimas y Agencias de Viajes, a fin de conocer el impacto generado por el cierre del acceso marítimo para cruceros al Perú y los requerimientos sanitarios que ya se vienen considerando en otros países; en base a la información obtenida se ha coordinado con autoridades del Ministerio de Transportes y Comunicaciones, el Ministerio de Salud, la Autoridad Portuaria Nacional, sustentando la necesidad de una pronta reapertura del acceso marítimo, a través de una normativa que asegure el acceso seguro de los cruceros al Perú, así como la implementación de mejoras de los servicios prestados.

En ese sentido, es primordial promover la implementación de la Mesa de Conectividad Acuática, como espacio de coordinación multisectorial que permita mejorar las condiciones de ingreso, permanencia y salida de los turistas de cruceros en los puertos multipropósito, orientado promover el arribo de cruceros al país.

5.2.6. Línea de acción 6: PROMOVER LA MEJORA DE LAS CONDICIONES PARA LA CONECTIVIDAD EN EL TRANSPORTE AÉREO, TERRESTRE Y ACUÁTICO

A. Impulsar la oferta de la conectividad aérea nacional

A causa del brote de la COVID-19 en el Perú se establece el cierre total de las fronteras, por lo que quedó suspendido el transporte nacional e internacional de pasajeros, por medio terrestre, aéreo, marítimo y fluvial. El 30 de junio de 2020, se aprueba la Fase 3 de Reanudación de Actividades, mediante la cual se incluye el servicio de transporte aéreo nacional.

En julio de 2020, el Ministerio de Transportes y Comunicaciones aprueba los “Lineamientos Sectoriales para la prevención de la Covid-19 en la Prestación del Servicio de Transporte Aéreo de Pasajeros a Nivel Nacional”, que establece el reinicio de las operaciones aéreas comerciales.

Durante el periodo enero – diciembre 2021, el movimiento general de pasajeros totalizó 17,1 millones, cifra 53,2% superior a la registrada en el mismo periodo del 2020. Las llegadas y salidas de pasajeros en vuelos domésticos ascendieron a 14,2 millones (83,5% participación).

El número de vuelos nacionales del servicio regular de pasajeros en el 2019 en torno al Aeropuerto Internacional Jorge Chávez fue de 99,803, mientras que en el 2020 alcanzó los 33,932 vuelos. Al cierre de 2021, se habían alcanzado 52,687 vuelos.

Movimiento aéreo	Nº de vuelos					
	Vuelos hacia Lima (→)					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Internacional	47,859	49,377	51,193	53,025	19,640	28,755
Servicio regular	45,171	46,197	47,853	49,897	16,962	26,354

Movimiento aéreo	Nº de vuelos					
	Vuelos desde Lima (←)					
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Internacional	47,881	49,386	51,209	52,990	19,648	28,770
Servicio regular	45,255	46,271	47,919	49,906	16,970	26,333

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, a través del Viceministerio de Turismo, desde el año 2017 convoca a las instituciones públicas y privadas del transporte aéreo a la Mesa de Conectividad Aérea, como principal espacio de articulación multisectorial cuyo objetivo es promover iniciativas para el incremento de la conectividad aérea doméstica e internacional y la mejora de la calidad y eficiencia de la infraestructura y servicios aeroportuarios.

A la fecha, se han realizado 27 sesiones (8 sesiones realizadas en el año 2021) de la Mesa presidida por el Viceministerio de Turismo, y se ha contado con la participación permanente de representantes del MTC, PROMPERÚ, CORPAC, aerolíneas (LATAM, Sky, Viva Air, Star Perú), concesionarios (LAP, ADP y AAP) y asociaciones privadas del transporte aéreo (IATA y AETAI), a fin de impulsar la reactivación de vuelos domésticos interregionales y se ha coordinado la flexibilización de medidas sanitarias que limitan el flujo regular ingresos y salidas de pasajeros.

En esa línea, se deben impulsar reuniones periódicas con las entidades de control de los aeropuertos que reciben vuelos nacionales, a fin de evaluar los obstáculos que se vienen desarrollando y la oferta de vuelos domésticos que limitan la accesibilidad a los destinos. Se propone impulsar la oferta de vuelos comerciales hacia los aeropuertos de Pisco, Anta y Andahuaylas, coordinar la reactivación de vuelos desde la ruta Cusco – Madre de Dios, Pisco – Cusco, Iquitos – Pucallpa y otros que se dejaron de operar, así como hacer seguimiento medidas sanitarias con relación al aforo y a los requisitos de los vuelos domésticos.

B. Promover la mejora de la infraestructura para el transporte aéreo, terrestre y acuático

Aeropuertos

El MINCETUR considera de gran importancia la actividad aerocomercial en el Perú para el desarrollo de la conectividad aérea, por ello es necesario contar con infraestructura y

servicios adecuados para brindar una óptima atención a los turistas y que impulse el interés de las aerolíneas por desarrollar nuevas rutas interregionales e internacionales. Si bien la competencia del desarrollo de esta infraestructura corresponde al Ministerio de Transportes y Comunicaciones, es imperativo que desde el sector turismo se facilite la conectividad aérea.

Anteriormente la Corporación Peruana de Aeropuertos y Aviación Comercial (CORPAC S.A.), registrada como Empresa Pública Peruana, administraba los aeropuertos y aeródromos del Perú. Sin embargo, a fin de mejorar la infraestructura que permita contribuir al desarrollo económico nacional, se concesionaron los aeropuertos que se muestran en el cuadro a continuación, por un periodo de 25 años a las siguientes empresas: Lima Airport Partners (LAP), Aeropuertos Andinos del Perú (AAP) y Aeropuertos del Perú (AdP).



Concesionario: Lima Airport Partners - LAP				
Callao				
Aeropuerto Internacional Jorge Chávez				
Concesionario: Aeropuertos Andinos del Perú				
Arequipa	Juliaca	Puerto Maldonado	Ayacucho	Tacna
Aeropuerto Internacional Tnt. FAP Alfredo Rodríguez Ballón	Aeropuerto Internacional Inca Manco Cápac	Aeropuerto Internacional Padre Aldamiz	Aeropuerto Coronel FAP Alfredo Mendivil Duarte	Aeropuerto Internacional Crnl. FAP Carlos Ciriani Santa Rosa
Concesionario: Aeropuertos del Perú				
Iquitos	Piura	Cajamarca	Tarapoto	Chiclayo
Aeropuerto Internacional Crnl. FAP Francisco Secada Vignetta	Aeropuerto Internacional Cap. FAP Guillermo Concha Iberico	Aeropuerto Mayor General FAP Armando Revoredo Iglesias	Aeropuerto Cadete FAP Guillermo del Castillo Paredes	Aeropuerto Internacional Cap. FAP José A. Quiñones
Trujillo	Talara	Huaráz	Pucallpa	Amazonas
Aeropuerto Internacional Cap. FAP Carlos Martínez de Pinillos	Aeropuerto Internacional Cap. FAP Víctor Montes Árias	Aeropuerto Comandante FAP Germán Áreas Graziani de Anta	Aeropuerto Internacional Cap. FAP David Abensur Rengifo	Aeropuerto Internacional de Chachapoyas
Tumbes	Pisco			
Aeropuerto Cap. FAP Pedro Canga Rodríguez	Aeropuerto Cap. FAP Renán Elías Oliva			

El control del tráfico aéreo en los aeropuertos concesionados lo sigue realizando CORPAC S.A., que tiene la administración de los siguientes aeropuertos y aeródromos:

CORPAC S.A.				
Cusco	Nasca	Jauja	Ilo	Jaén
Aeropuerto Internacional Cap. FAP Alejandro Velasco Astete	Aeropuerto de María Reiche Neuman	Aeropuerto Francisco Carlé	Aeropuerto de Ilo	Aeropuerto de Shumba
Chimbote	Huánuco	Yurimaguas	Mazamari	Atalaya
Aeropuerto Tnte. FAP Jaime Andrés de Montreuil Morales	Aeropuerto Alférez FAP David Figueroa Fernandini	Aeropuerto Moisés Benzaquen Rengifo	Aeropuerto Mayor PNP Nancy Flores Páucar	Aeródromo Tnte. Gral. Gerardo Pérez Pinedo
Juanjuí	Andahuaylas	Tingo María	Tocache	Saposoa
Aeropuerto de Juanjuí	Aeropuerto de Andahuaylas	Aeropuerto de Tongo María	Aeropuerto de Tocache	Aeropuerto de Saposoa
Rioja	Rodríguez de Mendoza			
Aeropuerto Juan Simons Vela-Rioja	Aeródromo Rodríguez de Mendoza			

Pasos de Frontera

El Perú cuenta con más de 30 puestos de control fronterizos oficiales para el ingreso de personas y carga. Sin embargo, por la accesibilidad de las vías terrestres o la ubicación geográfica con zonas urbanas, solo algunas reportan mayor número de ingreso de visitantes.

PRINCIPALES PASOS DE FRONTERA DE INGRESO DE VIAJEROS



CEBAF: Centro Binacional de Atención Fronteriza
CAF: Centro de Atención en Frontera
PCF: Pueto de Control Fronterizo

Puertos

Actualmente los cruceros arriban al Perú a puertos multipropósito, los cuales están destinados al embarque y desembarque de pasajeros como de carga para importación y exportación. Dichos puertos anteriormente administrados por la Empresa Nacional de Puertos S.A. (ENAPU), fueron concesionados a diversas empresas por un periodo de 30 años, a fin de mejorar la infraestructura que permita contribuir al desarrollo económico nacional, cumpliendo estándares de seguridad internacionales para el desarrollo de la actividad en el Puerto. Como resultado de ello, se ha visto un crecimiento continuo de llegada de cruceros, reportando 776 naves de cruceros en los puertos en los últimos 10 años.

PUERTOS DE ARRIBO DE CRUCEROS



A fin de destrabar y/o promover proyectos para el desarrollo de la infraestructura de conectividad aérea, terrestre y portuaria, se deben impulsar espacios de coordinación multisectorial. En ese sentido, se propone que desde el sector turismo se realice la evaluación sobre las condiciones de dicha infraestructura, a fin de llevar a cabo el monitoreo de las acciones necesarias para lograr: mejoramiento de las condiciones operativas en aeropuertos, mejoramiento de las condiciones operativas en los terminales terrestres en los principales destinos turísticos de acuerdo con la priorización realizada, principalmente en aquellas que constituyen accesos internacionales al país, así como el mejoramiento de las condiciones operativas para el embarque y desembarque de pasajeros en puertos para operaciones turísticas.

5.2.7. Línea de acción 7: FORTALECER LA CULTURA TURÍSTICA

A. Fortalecer las acciones de promoción de la cultura turística

La Cultura Turística es el conjunto de conocimientos, valores y actitudes que fortalecen la identidad, fomentan el buen trato al turista (nacional y extranjero) y promueven la protección del patrimonio natural y cultural, en todas sus expresiones, reconociendo al turismo como mecanismo de desarrollo sostenible del país.

Cabe precisar que, la estrategia de Cultura Turística es parte del Programa Presupuestas 127 “Mejora de la competitividad de los destinos turísticos”, Actividad “Campañas orientadas al desarrollo de una Cultura Turística” donde se contemplan dos enfoques:

- ➔ Comunicacional: campañas de sensibilización que permitan motivar la participación y el compromiso de la población en general para el desarrollo de la actividad turística.
- ➔ Educacional: fortalecimiento de capacidades, que incluye asistencia técnica a gobiernos regionales y locales, para la planificación y gestión de actividades de cultura turística, talleres de sensibilización de cultura turística dirigidos a actores claves del sector turismo y talleres de cultura turística para el sector educación.

En este sentido, a fin de promover la cultura turística, se desarrollaron diferentes campañas a nivel nacional tales como: “Peruanos Camiseta” del 2017 al 2019, “Crece el Turismo, Crece el Perú” durante el año 2015, “El Peruano Más Amable” durante el año 2013 y “Cuando Tratas Bien al Turista, Tratas Bien al Perú” durante el año 2011.

Asimismo, durante el año 2021, en coordinación y articulación con las direcciones y gerencias regionales de comercio exterior y turismo se brindaron asistencias técnicas en 24 regiones del país y se actualizaron los planes de trabajo de cultura turística de 19 regiones.

Cabe precisar que, los planes de trabajo de Cultura Turística son un instrumento de gestión que contribuiría a planificar el accionar de los gobiernos regionales y monitorear el avance de ejecución de las actividades priorizadas en los planes de trabajo. Asimismo, permite identificar nuevas actividades que fortalezcan la cultura turística en cada región; convocando para ello la participación, el compromiso de la población en general y de los actores involucrados en la actividad turística para generar las condiciones que permitan el desarrollo del turismo sostenible.

5.2.8. Línea de acción 8: FORTALECER LA SEGURIDAD TURÍSTICA EN LOS DESTINOS EN ARTICULACIÓN CON ALIADOS ESTRATÉGICOS

A. Fortalecer las intervenciones en el marco de las Redes Regionales de Protección al Turista

El turismo, como cualquier otra actividad económica, no está exenta de riesgos por lo que resulta importante trabajar en la prevención de eventuales peligros que atente contra la seguridad de las personas. Al respecto, el MINCETUR promueve las Redes Regionales de Protección al Turista, lideradas por la DIRCETUR y GERCETUR y enfocadas en coadyuvar a garantizar una estadía segura a los turistas.

En esa línea, durante el año 2019 se desarrollaron asistencias técnicas con acompañamiento y monitoreo para la actualización de 12 planes de trabajo en materia de seguridad turística. Durante el año 2021 se han realizado asistencias técnicas a nivel nacional a las DIRCETUR y GERCETUR, con la finalidad de actualizar los instrumentos de gestión de cada Red Regional de Protección al Turista. Entre estos documentos se encuentra la creación de la Resolución Ejecutiva de conformación y/o actualización de la Red Regional de Protección al Turista, su Reglamento Interno, el Plan Regional de Protección al Turista y apertura de libro de actas.

Asimismo, se realizó acompañamiento técnico a través de una capacitación a la Red Regional de Protección al Turista en 23 regiones en temas de prevención de faltas y delitos, accidentes, malas prácticas e impacto de la informalidad en la seguridad del turista, logrando la actualización de sus Planes Regionales de Protección al Turista.

En ese sentido, se propone promover la aprobación de los planes regionales actualizados de cada región, a través de sesión de la Red Regional de Protección al Turista.





5.3. Objetivo Específico 3: FORTALECER E IMPULSAR LA OFERTA DE PRODUCTOS Y EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN BASE A LOS ESCENARIOS DE REACTIVACIÓN

5.3.1. Línea de acción 1: IMPULSAR LA TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA EN LA CADENA DE VALOR DEL TURISMO

A. Promover el desarrollo de destinos turísticos inteligentes

Ante esta nueva normalidad, las oportunidades que plantean los nuevos hábitos de consumo de los viajeros, y los factores estructurales del mercado es necesario incluir metodologías I+D+i en el desarrollo de las estrategias del sector turismo a fin de impulsar e incorporar la tecnología, investigación e innovación; de tal forma que el sector turístico alcance la máxima competitividad y mejore la productividad. Por ello, en mayo de 2021 se firmó el memorando de entendimiento en el ámbito turístico entre Perú y España, vigente hasta el 2023, donde el fin principal es el intercambio de experiencias e informaciones sobre proyectos de innovación y tecnología, específicamente, la metodología de Destinos Turísticos Inteligentes.

En este sentido, España ha sido pionera en el mundo en cuanto al desarrollo de este modelo, habiendo obtenido un reconocimiento no solo nacional, sino también internacional por organismos tan relevantes como el BID, la Organización Mundial del Turismo, el World Travel and Tourism Council y la Comisión Europea. El éxito del modelo de Destinos Turísticos Inteligentes propuesto por SEGITTUR radica en un enfoque integral y plantea una estrategia de futuro basada en la gobernanza, la sostenibilidad, la accesibilidad, la innovación y la tecnología.

Un destino turístico inteligente es “un destino turístico innovador, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia, que garantiza el desarrollo sostenible del territorio turístico, accesible para todos, que facilita la interacción e integración del visitante con el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino y mejora la calidad de vida del residente”. Su importancia radica en:

La revalorización del destino a través de la innovación y la tecnología, resultando de ello fundamentalmente:

- ➔ El aumento de la competitividad, gracias al mejor aprovechamiento de sus recursos turísticos y a la identificación y creación de otros.

- ➔ Mejora en la eficiencia de los procesos de producción y comercialización.
- ➔ Impulso al desarrollo sostenible del destino en sus tres vertientes: medioambiental, económica y sociocultural.
- ➔ Mejora de la calidad de la estancia de los visitantes y de los residentes.
- ➔ Modernizar la estrategia turística actual, basada en la dinamización económica del territorio garantizando sus efectos positivos en el largo plazo.

Se plantea planificar acciones para el desarrollo de lineamientos de destinos turísticos inteligentes, que comprenden la evaluación de destinos pilotos con condiciones para su transformación de destinos convencionales a inteligentes. Del mismo modo, se conformará una Red Nacional de Destinos Turísticos Inteligentes, que permitirá acciones de asociación internacional.

B. Impulsar el Centro de Extensionismo Tecnológico para el sector turismo: CET CENFOTUR

En noviembre de 2018, el CENFOTUR se presentó al concurso Fortalecimiento Estratégico de Centros De Extensión y Transferencia Tecnológica – Primera Fase; convocado por el Programa Nacional de Innovación para la Competitividad y Productividad INNONVATE PERÚ del Ministerio de Producción, recibiendo la viabilidad de la propuesta presentada en marzo del 2019 y por ende, la aprobación del proyecto.

En julio de 2020, se presentó el “Plan Estratégico del CET CENFOTUR y Manual de Transferencia” y en noviembre del mismo año, se lanza la convocatoria para la II FASE del concurso que corresponde a la implementación de la propuesta; en ese sentido, CENFOTUR presenta su postulación en febrero de 2021, siendo este aprobado.

En octubre de 2021 se recibe el contrato de adjudicación de Recursos No Reembolsables (Rnr) aplicable a empresas que otorga el fidecomiso para la ejecución del proyecto: “Centro de Extensión y Transferencia (CET) del Centro de Formación en Turismo (CENFOTUR) del sector turismo en la región de Lima”, encontrándose pendiente a la fecha la suscripción de este.

Con relación a la ejecución de la Fase I (2020), se elaboró el Plan Estratégico del CET CENFOTUR, instrumento que servirá para estimular la modernización, mejora tecnológica e innovación del Sector Productivo del Turismo y contribuirá a reducir brechas a través de servicios de asesoría y tecnológicos por parte del CET CENFOTUR, el mismo que tomó como base el diagnóstico de brechas del nivel técnico-productivo del sector turismo y el análisis interno del CET CENFOTUR.

La ejecución de la Fase II está enfocada en la suscripción del Contrato entre PROINNOVATE y el CENFOTUR para su ejecución. En ese sentido, se plantea impulsar el cofinanciamiento para la implementación del Plan Estratégico del Centro de Extensión y Transferencia Tecnológica (CET) del CENFOTUR que cuenta con una oferta adecuada y efectiva de servicios tecnológicos especializados, para poder brindar asistencia técnica para una adecuada absorción tecnológica en las empresas, servicios de mejoramiento de su capacidad receptora de tecnologías y fortalecimiento de su capacidad para innovar.

C. Gestionar un nuevo modelo del Centro de Innovación Tecnológica de Artesanía y Turismo

Los CITE del MINCETUR contribuyen al incremento de la productividad y competitividad de las actividades artesanales y turísticas, bajo un enfoque de demanda, generando mayor valor en la transformación de los recursos, mejorando la oferta, productividad y calidad de los productos tanto para el mercado nacional como para el mercado externo, propiciando la diversificación productiva.

Actualmente, la Red CITE MINCETUR está conformada por ocho (8) CITE operativos, de los cuales tres (3) son Públicos y cinco (5) Privados, geográficamente descentralizados y ubicados en las regiones con potencial turístico: Amazonas, Arequipa, Ayacucho, Huancavelica, Lambayeque, Piura, Puno y Ucayali; los cuales brindan atención especializada a través de cinco (5) modalidades de intervención: Servicios de transferencia tecnológica, de capacitación, de investigación, desarrollo e innovación, difusión de información y actividades de articulación.

De acuerdo con el diagnóstico de realizado en el año 2019, estos centros han presentado una débil gobernanza multinivel, limitada articulación con el sistema Investigación, desarrollo e innovación, limitada gestión operativa, así como una limitada vinculación entre CITE y el recurso turístico y débil articulación comercial y oferta exportable. Es por ello por lo que, a partir del segundo semestre del año 2019, la Dirección de Centros de Innovación Tecnológica de Artesanía y Turismo ha venido impulsando la emisión de nuevos lineamientos orientado a promover la autosostenibilidad de los CITE privados y la mejora de la gestión de los CITE privados y públicos, mediante las Directivas N° 05, 06 y 08-2019-MINCETUR/DM y modificatorias.

En ese sentido, el Nuevo modelo del Centro de Innovación Tecnológica de Artesanía y Turismo consiste en que estos centros se conviertan en instituciones sólidas y referentes en las regiones, brindando una adecuada oferta de servicios de innovación y transferencia tecnológica dirigida principalmente a artesanas y artesanos, con el fin de mejorar la calidad

y productividad de la actividad artesanal, priorizando aquellas líneas artesanales con mayor representatividad, tales como textilería, alfarería y cerámica, fibras vegetales, joyería y orfebrería; asimismo, promoviendo el posicionamiento y la articulación de los productos con identidad cultural en los mercados turístico, nacional e internacional. De otro lado, estos centros continuarán brindando servicios a emprendedores turísticos, alpaqueros y proveedores de servicios que forman parte de la cadena de valor de la artesanía, con el fin de dinamizar la economía local y regional y cerrar las brechas de atención, considerando que se proyecta incorporar al menos dos CITE a la Red.

En ese sentido, los CITE Artesanales y Turísticos en el marco de la reactivación del sector turismo orientarán su accionar en tres (03) componentes:

Adecuadas capacidades específicas y operativas: A través de la oferta formativa orientada a la tendencia de mercado y la gestión productiva; implementación del círculo de calidad, través de asistencias técnicas para la implementación de herramientas de calidad 5S, las normas técnicas peruanas (NTP) y buenas prácticas de manufactura en los talleres artesanales en rutas turísticas; implementación de un soporte tecnológico para el acceso de información de proveedores especializados y elaboración de un plan para la obtención de recursos de otras fuentes de financiamiento para la sostenibilidad de los CITE.

Oferta comercial consolidada: Mediante la identificación de productos y servicios a medida del perfil técnico del artesano, en las líneas artesanales priorizadas y promoviendo las manifestaciones culturales materiales e inmateriales de la región; la estandarización de productos y servicios del artesano; y la elaboración de plan de desarrollo de nuevos productos y servicios orientados al mercado turístico, nacional e internacional.

Fomento del mercado de productos y servicios: A través de canales de comercialización (físicos y digitales) para el mercado turístico, nacional e internacional; la promoción de productos y servicios para su posicionamiento en los mercados; la asociatividad y la consolidación de la actividad empresarial de la artesanía; fomento desarrollo de una solución de datos vinculados para facilitar la comercialización de productos y servicios para los artesanos, proveedores y clientes de la cadena; y la generación de condiciones para la participación de la universidad y/o instituciones técnicas educativas, organizaciones privadas y/o de la sociedad civil.

En ese sentido se plantea desarrollar y promover al menos una colección de productos artesanales y/o una ruta turística – artesanal en los destinos turísticos priorizados. Asimismo, promover una marca artesanal para los conglomerados artesanales en los destinos turísticos priorizados e impulsar la participación de los artesanos en canales de comercialización.

Apurímac

Bosque de piedras Pampachiri



D. Fortalecimiento de capacidades en el marco del programa "Artesano Digital"

Se desarrollan actividades de fortalecimiento de capacidades a artesanos, entre las cuales se incluyen las referidas al programa de capacitaciones "Artesano Digital". En el 2021, desde que iniciaron las capacitaciones en el mes de febrero, se registraron a 1650 artesanos de 20 regiones, con un total de 1109 artesanos graduados, realizados en 47 talleres de 141 sesiones, de los cuales 772 son de género femenino es decir el 69.6%.

En ese sentido, se propone realizar capacitaciones especializadas en redes sociales, negocios, marketing, cobros electrónicos y e-commerce, a fin de transformar digitalmente a los participantes. De esta forma promover el desarrollo de una oferta artesanal competitiva, innovadora y que responde a las exigencias del mercado.

5.3.2. Línea de acción 2: FORTALECER LA REGULACIÓN, LA CALIDAD Y LA BIOSEGURIDAD DE LOS DESTINOS

A. Impulsar el otorgamiento del Sello Internacional Safe Travels a destinos, corredores, atractivos y servicios turísticos

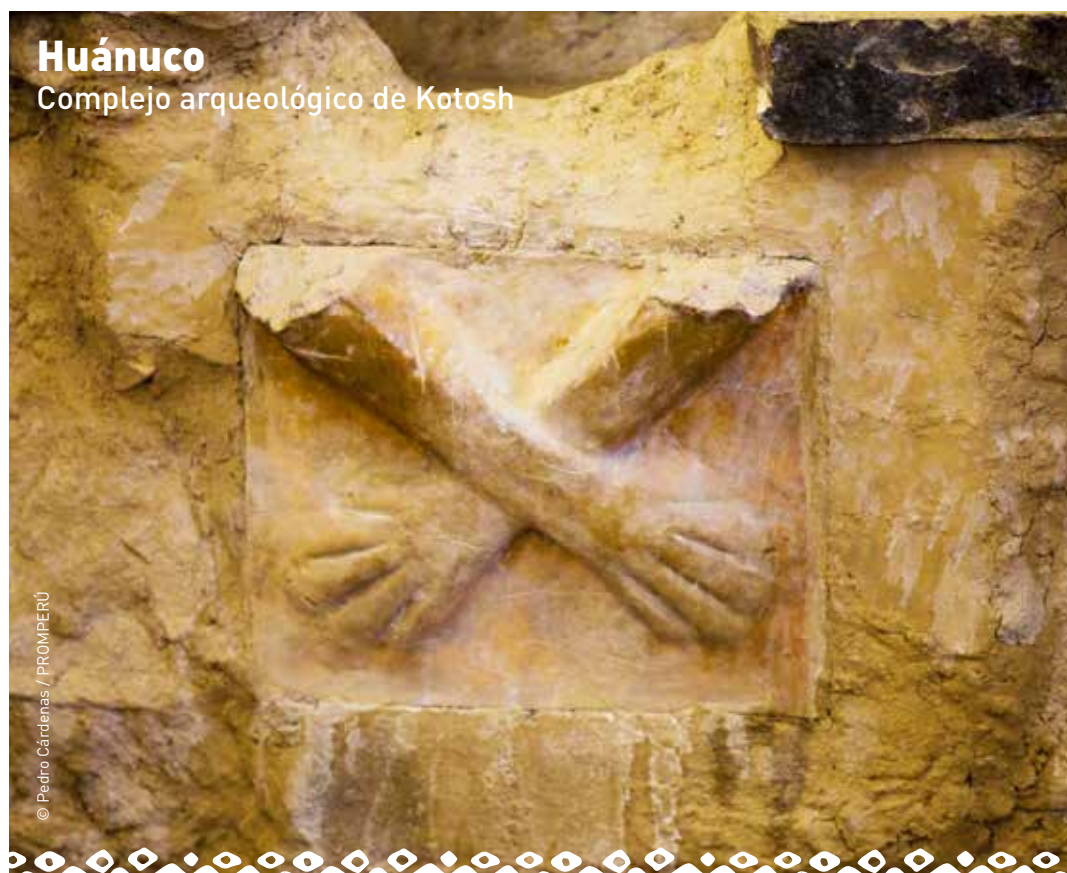
Con fecha 13 de octubre del 2020 el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC, por sus siglas en inglés), entregó al gobierno peruano, actualmente administrado por el MINCETUR, los derechos de uso del sello internacional "Safe Travels", con el objetivo de evidenciar que los servicios y los destinos turísticos del país, cumplan con los protocolos y lineamientos aprobados por los sectores competentes a fin de promover la recuperación de viajes y turismo. Al respecto, el MINCETUR determinó que el sello internacional "Safe Travels" sea utilizado por los destinos turísticos que cumplan e implementen lo establecido en los "Lineamientos sanitarios ante la COVID-19 para destinos turísticos".

En ese marco, se suscribieron convenios específicos con las 25 regiones del Perú, con el objeto de establecer las condiciones para el otorgamiento de las sublicencias de los derechos de uso del Sello "Safe Travels" en base a los términos y condiciones de la WTTC, a fin de que ellos mismos previa evaluación del cumplimiento de los referidos lineamientos otorguen el uso del Sello a los destinos turísticos ubicados en su jurisdicción, así mismo a los prestadores de servicios turísticos que cumplan con las condiciones establecidas para la reanudación de actividades y los Protocolos Sanitarios Sectoriales respectivos.

Se ha logrado reconocer a sesenta y ocho (68) destinos turísticos seguros con el sello internacional “Safe Travels” conformados por 164 circuitos y/o corredores turísticos que agrupan a 593 atractivos turísticos y más de 4 342 prestadores de servicios turísticos, quienes cumplen con los estándares internacionales de higiene y bioseguridad ante la COVID-19, de esta manera se contribuye a una reapertura responsable y segura del sector turismo, siendo beneficiarios: el turista, los prestadores de servicios turísticos y la población anfitriona.

Cabe precisar que, a través de los reportes bimestrales que sustentan el cumplimiento de las obligaciones señaladas en los convenios suscritos entre el MINCETUR y los gobiernos regionales y/o locales, se viene realizando el monitoreo y seguimiento del uso del sello internacional “Safe Travels” por cada entidad sublicenciaria.

Por lo que resulta necesario brindar asesoramiento, capacitación y asistencia técnica a las autoridades regionales, locales y sector privado, en el proceso de autorización, uso y monitoreo del Sello “Safe Travels”, a fin de generar confianza al turista nacional e internacional.



B. Promover el aseguramiento de la calidad en prestadores de servicios turísticos

El Plan para el Fortalecimiento de Competencias del CENFOTUR es una intervención gratuita con alcance a las 25 regiones del país, que consiste en brindar capacitaciones con la finalidad de fortalecer las competencias de los colaboradores del sector turismo, contribuyendo a mejorar la calidad de los servicios turísticos. Las capacitaciones se diseñan de acuerdo con los perfiles ocupacionales tales como cocina, atención en salón de comidas y bebidas/ eventos, housekeeping, servicio de bebidas del área de bar, entre otros. Los beneficiarios aprobados pasan al proceso de evaluación de competencias laborales que consiste en la verificación del desempeño laboral de una persona contra una unidad de competencia laboral previamente acreditada. Si el beneficiario aprueba el proceso de evaluación, se otorga la certificación de competencias laborales, reconocimiento formal y social de los conocimientos, habilidades y actitudes que una persona posee, basada en la experiencia lograda a lo largo de su vida laboral, independientemente de la forma, lugar y vía donde fueron adquiridas; los requisitos para certificar la competencia laboral son determinados por el Ministerio de Trabajo.

Con relación al Plan para el Fortalecimiento de Competencias- PFC, se ha realizado la actualización de los instrumentos pedagógicos de la parrilla de cursos del PFC, de acuerdo con las nuevas necesidades identificadas en el sector turismo. Asimismo, se ha coordinado con los actores locales (gobiernos regionales y locales) para la programación de las capacitaciones y establecer compromisos y alianzas estratégicas con los actores locales para el apoyo con la convocatoria y difusión de las capacitaciones.

En el marco de las actividades del Plan para el Fortalecimiento de Competencias, se tiene programado realizar capacitaciones en todo el ámbito nacional, bajo la modalidad presencial y virtual; en ese sentido, el número de beneficiarios capacitados y aprobados del Plan para el Fortalecimiento de Competencias-PFC no debería ser inferior al 10%.

C. Fortalecer el sistema de calidad en el marco del Plan Nacional de Calidad Turística (CALTUR) a destinos, corredores, atractivos y servicios turísticos

Desde el año 2010, el Mincetur viene trabajando por la mejora de la calidad del turismo en el Perú, a partir de lo contemplado en el Plan Nacional de Calidad Turística (CALTUR), documento guía en materia de calidad que propone estrategias desde sus cuatro ámbitos: recursos humanos, prestadores de servicios turísticos, sitios y destinos turísticos. Su

objetivo es posicionar al Perú como un destino global de calidad, cuyos principales destinos y productos sean percibidos como espacios y experiencias de alto valor.

Para ello, se han desarrollado importantes herramientas enfocadas en cada uno de sus ámbitos de intervención que han alcanzado diferentes niveles de avance en su implementación. En el caso del ámbito de prestadores de servicios turísticos, la principal herramienta desarrollada es el Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas (SABP), que tiene por propósito insertar a las empresas prestadoras de servicios turísticos en un proceso de mejora continua y escalonada de la calidad. A través de los años, esta herramienta ha logrado la incorporación de un significativo número de prestadores.

Particularmente en 2019, luego de un proceso de actualización y mejora de la metodología, se logró otorgar el reconocimiento a la aplicación de buenas prácticas a 266 prestadores de servicios turísticos de diferentes especialidades. De igual forma, sobre la base de esta experiencia, desde el año 2018, se inició el desarrollo del Sistema de Gestión de Calidad para Sitios y Destinos Turísticos, cuyo objetivo fue proponer un sistema de gestión que permitiera a los sitios y destinos turísticos incorporar criterios de calidad en sus procesos de gestión turística desde diferentes campos de acción.

Considerando la difícil situación que actualmente atraviesa el sector turismo, y en la búsqueda de estrategias que faciliten su fortalecimiento y preparación ante los escenarios por venir, se ha identificado la necesidad de desarrollar una herramienta integral enfocada en la gestión de calidad de los destinos turísticos y los elementos que los componen, que considere a su vez las diferentes aristas que intervienen en la actividad turística y que vienen siendo abordadas por el MINCETUR.

De esta forma, se propone la creación de un sello o reconocimiento que permita distinguir a los destinos turísticos que promueven la calidad turística en los distintos aspectos del desarrollo de la actividad. Se prevé elaborar una propuesta de sistema de evaluación en base a estándares que permita medir el desarrollo turístico de los destinos, tomando como punto de partida las iniciativas promovidas por el Mincetur. Asimismo, se tiene programado contar con un sistema integrado de gestión de calidad de destinos turísticos construido y aprobado.

D. Gestionar la modificación de la Ley General de Turismo

La Ley N° 29408, Ley General de Turismo, publicada el 18 de setiembre de 2009, tiene el objeto de promover, incentivar y regular el desarrollo sostenible de la actividad turística. Su aplicación es obligatoria en los tres niveles de Gobierno, en coordinación con los distintos actores vinculados al sector.

Se requiere perfeccionar el entendimiento de las definiciones vinculadas a la actividad turística e ir acorde al glosario que la OMT ha elaborado con miras a la formulación y puesta en práctica de políticas de turismo nacionales y locales en materia de turismo. Asimismo, el desarrollo de las nuevas tendencias de la actividad turística amerita que se actualice la relación de los servicios que se consideran como prestadores de servicios turísticos y que están señalados en el Anexo N°1 de la Ley N°29408, así como la adecuación de alguna de sus denominaciones conforme a las tendencias internacionales (se propone incorporar el servicio de turismo comunitario y cambiar la denominación existente a servicio de turismo de reuniones).

El Decreto Supremo N°063-2021-PCM aprobó el Reglamento que desarrolla el Marco Institucional que rige el Proceso de Mejora de la Calidad Regulatoria y establece los Lineamientos Generales para la aplicación del Análisis de Impacto Regulatorio Ex Ante. Asimismo, la Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública al 2021, aprobada mediante Decreto Supremo N°004-2013-PCM, señala que los ciudadanos demandan un Estado moderno, al servicio de las personas, lo cual implica una transformación de sus enfoques y prácticas de gestión, concibiendo sus servicios o intervenciones como expresiones de derechos de los ciudadanos. En ese sentido, se requiere que el ciclo regulatorio a cargo del Mincetur sea más expeditivo, motivo por el cual se propone gestionar la modificación la Ley General de Turismo a efectos de que el Mincetur pueda aprobar las condiciones mínimas para la prestación de los servicios turísticos a través de resoluciones ministeriales. Los cambios antes propuestos permitirán apoyar a la modernización de la gestión pública, coadyuvar a la mejora de la competitividad del Perú y lograr un cambio en la cultura regulatoria en la administración pública peruana, beneficiando a las personas tanto naturales como jurídicas vinculadas al sector turismo.

Por otro lado, desde el enfoque de la competitividad de un destino turístico el proyecto de ley propuesto también incluiría disposiciones a efectos de fortalecer la promoción de la formalización y mejora de la competitividad de los servicios turísticos. Para ello se propone fortalecer las disposiciones para promover la formalización de los servicios brindados por las agencias de viajes y turismo, mejorar los servicios de turismo de aventura para reducir las probabilidades de accidentes y/o incidentes, permitir, excepcionalmente, los gobiernos regionales y los gobiernos locales presten el servicio de centros de turismo termal y/o similar cuando el recurso se encuentre ubicado en terrenos de su propiedad, reforzar la tercerización del procedimiento de calificación y fiscalización de los prestadores de servicios turísticos y la ejecución coactiva, promover la competitividad y representatividad de las empresas del sector.

E. Gestionar la actualización de reglamentos para actividades turísticas

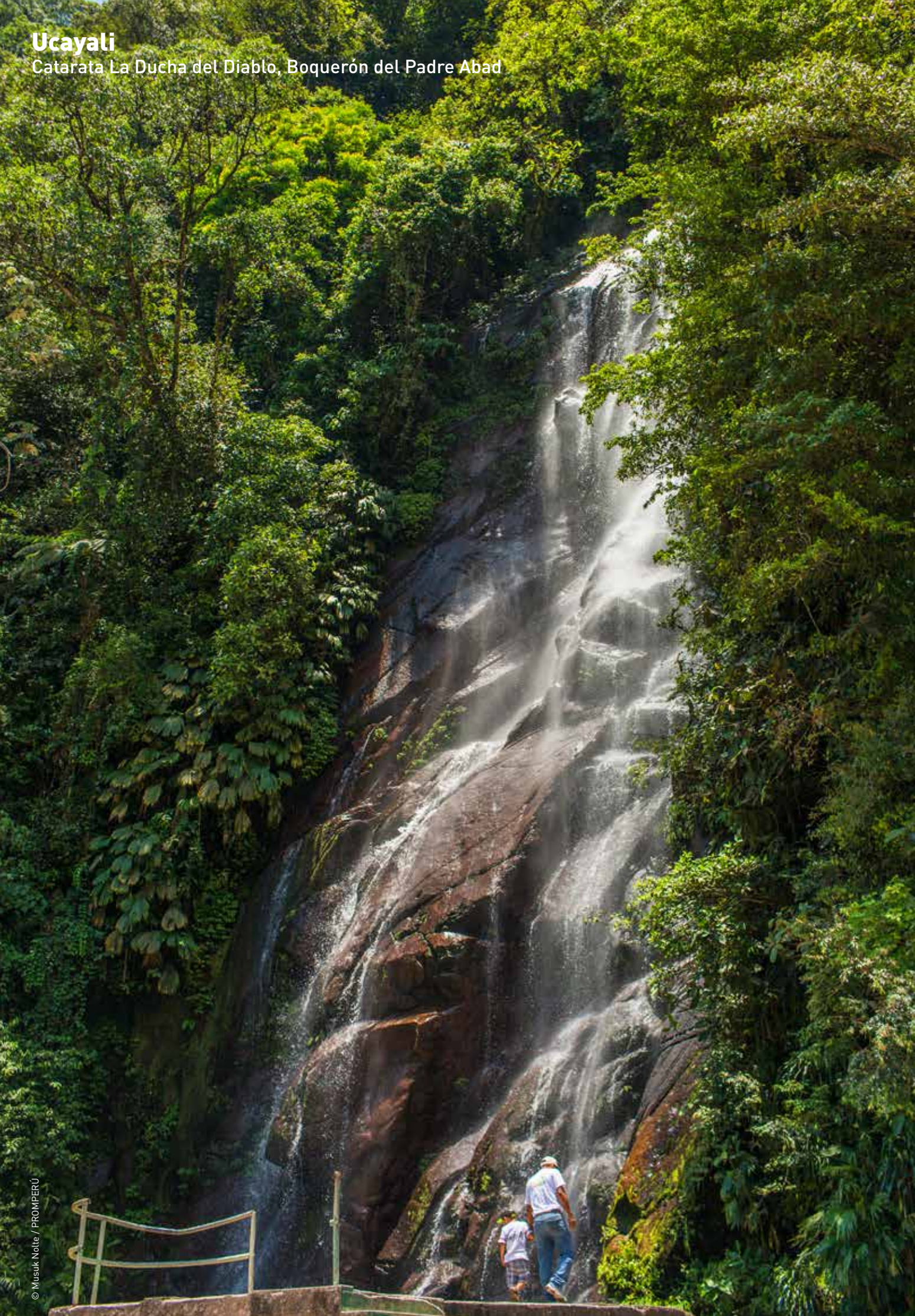
Mediante Decreto Supremo N° 001-2015-MINCETUR se aprobó el Reglamento de establecimientos de hospedaje, cuyo objeto es establecer las disposiciones para la clasificación, categorización, operación y supervisión de los establecimientos de hospedaje, así como las funciones de los órganos competentes en dicha materia. Por otro lado, mediante Decreto Supremo N° 011-2019-MINCETUR, se aprobó el Reglamento para la categorización y calificación turística de restaurantes, el cual establece las disposiciones administrativas que regulan la categorización de los restaurantes, así como su calificación de “Restaurante Turístico”, y las funciones del órgano competente en dicha materia.

El MINCETUR priorizará la revisión y actualización del marco normativo aplicable a los servicios de hospedaje y restaurante, con el objetivo de ajustarlos a las nuevas necesidades de los prestadores de servicios turísticos en el marco de la reactivación del sector y los protocolos vigentes. A efectos de adecuarlos a las exigencias previstas en la normativa sectorial se deben realizar las acciones necesarias para impulsar la aprobación del proyecto de Decreto Supremo que modifica el Reglamento de establecimientos de hospedaje y el Reglamento para la categorización y calificación turística de restaurantes.

F. Fomentar el desarrollo de las normas sectoriales en materia ambiental

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, en el marco de sus competencias, elabora los proyectos normativos en materia ambiental sectorial, en ese marco, el Ministerio del Ambiente otorga la conformidad a los mencionados proyectos antes de su aprobación por el sector, para la prepublicación del proyecto de Reglamento de Gestión Ambiental del Sector Turismo, lográndose la aprobación en el 2021 de la Primera Actualización del Listado de Inclusión de los Proyectos de Inversión sujetos al Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental (SEIA), respecto a los proyectos de inversión del sector Turismo.

En esa misma línea, el Reglamento de Gestión Ambiental del Sector Turismo cuenta con opinión favorable del Ministerio del Ambiente (MINAM) para su prepublicación. Asimismo, se ha elaborado el “Proyecto de tipificación de infracciones administrativas y escala de sanciones en materia ambiental en el sector turismo” y la propuesta de “Reglamento de Supervisión Ambiental del Sector Turismo”.



En este marco se plantea, elaborar y gestionar la aprobación de la normativa ambiental aplicable al Sector Turismo, con el fin de promover y regular la protección y gestión ambiental en el Sector Turismo, de conformidad con la Ley N° 29408, Ley General de Turismo y en concordancia con la normativa ambiental vigente. Ello fomentará la gestión de los impactos ambientales del sector, su competitividad, calidad y contribuirá al desarrollo sostenible del sector turismo.

G. Elaborar los programas tentativos de mitigación y adaptación frente al cambio climático del sector turismo

Mediante Ley N° 30754 - Ley Marco sobre Cambio Climático del 17 de abril de 2018, se describen los principios que rigen esta norma, entre ellos, el principio de gobernanza climática, que establece que los procesos y políticas públicas de adaptación y mitigación al cambio climático se construyen de manera tal que sea posible la participación efectiva de todos los actores públicos y privados en la toma de decisiones y el manejo de conflictos, sobre la base de responsabilidades, metas y objetivos claramente definidos en todos los niveles de gobierno.

Al respecto, en diciembre de 2019, se aprobó el Reglamento de la Ley Marco sobre Cambio Climático y en junio de 2021, se adecuó la Comisión Nacional sobre el Cambio Climático a la Ley N° 30754, Ley Marco sobre Cambio Climático, y se deroga el Decreto Supremo N° 006-209-MINAM y el Decreto Supremo N° 015-2013-MINAM, estableciendo la nueva conformación de la Comisión Nacional sobre el Cambio Climático, la misma que está integrada, entre otras entidades estatales, por los representantes titular y alterno del MINCETUR. En ese contexto, el Plan de Trabajo 2021 de la Comisión de Alto Nivel de Cambio Climático (CANCC) priorizó el proceso de formulación de medidas de adaptación y mitigación del área temática de turismo.

Desde el MINCETUR se elaboró el diagnóstico para la formulación de medidas de adaptación en turismo en marco de la Programación Tentativa de las Contribuciones Nacionalmente Determinadas (NDC). Respecto a mitigación al cambio climático, el MINCETUR, en coordinación con MINAM y la cooperación internacional, ha promovido la medición de la huella de carbono, teniendo como resultado 10 organizaciones.

Con el propósito de reducir la vulnerabilidad de las actividades turísticas frente al cambio climático, así como reducir las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) al ambiente, promoviendo un Turismo Sostenible, se plantea elaborar y gestionar la aprobación de la Programación Tentativa de las Contribuciones Nacionalmente Determinadas (NDC) en adaptación y mitigación ante el Cambio Climático del Sector Turismo.

5.3.3. Línea de acción 3: **IMPULSAR EL INCREMENTO DEL GASTO PÚBLICO EN TURISMO**

A. Promover la ejecución de proyectos de inversión pública

Inventario y jerarquización de recursos turísticos

Se busca que los recursos turísticos sean registrados en el Inventario Nacional de Recursos Turísticos (INRT) del MINCETUR. De igual forma, es importante lograr su jerarquización, de acuerdo con el Manual del Inventario de Recursos Turísticos. En ese sentido, los recursos turísticos a priorizar e intervenir, serán aquellos inventariados y jerarquizados, en concordancia con los criterios de priorización sectorial considerados en las Programaciones Multianuales de Inversiones 2022 – 2024 y 2023 – 2025.

Aprobación de la Guía Sectorial de Inversión Pública en Turismo

El país cuenta con una diversidad de recursos turísticos, y de gran valor cultural y natural, sobre los cuales es posible desarrollar una variada y competitiva oferta de servicios turísticos, ofreciendo al visitante, disfrutar de experiencias únicas en el territorio nacional. Al respecto, el desarrollo de inversiones en servicios turísticos públicos en el marco del Invierte.pe, viene siendo impulsado a través de los diferentes niveles de gobierno.

Con relación a las Inversiones en Optimización, Rehabilitación, Reposición y Ampliación Marginal (IOARR), desde la vigencia del Invierte.pe (periodo del 2017 a la fecha), los tres niveles de gobierno contribuyen con la ejecución de inversiones de proyectos en servicios turísticos públicos, por lo que se hace importante establecer directrices que permitan dotar a las entidades del sector público de pautas que orienten y eleven la calidad de los proyectos de inversión en todas sus fases, y de esta manera, obtener una mejor asignación de los recursos públicos para su ejecución, contribuyendo al desarrollo de los productos y destinos turísticos del país.

En este contexto, la OGPPD (en su calidad de OPMI del Sector en el marco del Invierte.pe) y la DGET han identificado la necesidad de promover instrumentos metodológicos que se enmarquen en la normativa vigente del Sistema Nacional de Programación Multianual y Gestión de Inversiones (Invierte.pe): (i) Lineamientos para la formulación y evaluación de proyectos de inversión en servicios turísticos públicos, y la (ii) Guía metodológica para la identificación, formulación y evaluación de proyectos de inversión en servicios turísticos públicos.

El MINCETUR, a través de la Oficina General de Planificación, Presupuesto y Desarrollo (OGPPD), en su calidad de Oficina de Programación Multianual de Inversión (OPMI), en colaboración con la Dirección General de Estrategia Turística, Plan COPESCO Nacional y con el apoyo del Ministerio de Economía y Finanzas, vienen elaborando la propuesta de “Lineamientos para la formulación y evaluación de proyectos de inversión en servicios turísticos públicos”.

En forma paralela a la validación de la propuesta de “Lineamientos para la formulación y evaluación de proyectos de inversión en servicios turísticos públicos”, se ha iniciado el proceso de revisión/actualización de la propuesta de “Guía metodológica para la identificación, formulación y evaluación de proyectos de inversión en servicios turísticos públicos”, que ya cuenta con una versión final en etapa de revisión por parte del Ministerio de Economía y Finanzas.

Por lo que, es necesario continuar el proceso de coordinación para la atención de las consultas del MEF respecto a la propuesta de “Lineamientos para la formulación y evaluación de proyectos de inversión en servicios turísticos públicos”; así como, continuar con las gestiones para la revisión y validación de la propuesta de “Guía metodológica para la identificación, formulación y evaluación de proyectos de inversión en servicios turísticos públicos”.

Plan COPESCO Nacional cuenta con una cartera de inversiones a ser ejecutada en diferentes periodos presupuestales bajo una programación multianual, considerando que entre el año 2022 y 2025 se intervendrán en 50 recursos turísticos en 22 Regiones y 17 destinos turísticos, cuyo detalle se muestra a continuación respecto a los recursos turísticos materia de intervención:

INTERVENCIONES DE ACUERDO A LA PROGRAMACIÓN PRESUPUESTAL 2022 Y AL PMI 2023 AL 2025

Año	Regiones	Inversiones	Recursos turísticos por intervenirse	Destino turístico
2022	Amazonas	6	→ Centro Histórico de la Ciudad San Juan de la frontera de los Chachapoyas	Kuélap y Utcubamba
			→ Iglesia Matriz de Tingo **	
			→ Catarata Gocta*	
			→ Pueblo Alfarero de Huancas /Cañón del Sonche	
			→ Zona Arqueológica Monumental Kuélap (Correspondiente al PI Valle Alto Utcubamba)	
			→ Catarata de Aspachaca	

Año	Regiones	Inversiones	Recursos turísticos por intervenirse	Destino turístico
	Áncash	3	→ Camposanto de Yungay	Cordillera Blanca- Huascarán
			→ Playa Tuquillo*	
			→ Playa Tortugas*	
	Arequipa	3	→ Templo Ntra. Sra. de la Asunción	Arequipa-Colca
			→ Castillo Forga	
			→ Fundo Fierro	
	Ayacucho	1	→ Pueblo de Quinua	Ayacucho y Huancavelica
	Cajamarca	2	→ Complejo Turístico de los Baños del Inca	Cajamarca
			→ Cerro Santa Apolonia*	
	Cusco	1	→ Camino Inka	Cusco - Machupicchu y Apurímac
	Ica	2	→ Laguna Morón**	Paracas-Nasca
			→ Humedales de Pisco Playa (Muelle de Pisco)	
	Junín	4	→ Santuario Del Señor De Muruhuay	Selva Central
			→ Pueblo Histórico De Jauja	
			→ Catarata Bayoz**	
			→ Catarata El Tirol**	
	La Libertad	4	→ Complejo Arqueológico Chan Chan	Ruta Moche
			→ Isla Guañape**	
			→ Malecón Grau de Pacasmayo**	
			→ Señalética Lambayeque y La Libertad	
	Lambayeque	3	→ Complejo Arqueológico Huaca Rajada	Ruta Moche
			→ Complejo Arqueológico de Túcume	
			→ Ruta Moche	

Año	Regiones	Inversiones	Recursos turísticos por intervenirse	Destino turístico
	Lima Metropolitana	4	➔ Complejo Arqueológico Pachacamac	Lima y Callao
			➔ Quinta Presa**	
			➔ Huaca La Luz	
			➔ Museo de Arte de Lima	
	Loreto	1	➔ R.N. Allpahuayo Mishana*	Río Amazonas
	Madre de Dios	1	➔ Lago Sandoval*	Manu - Tambopata
	Moquegua	1	➔ R.N. Punta Coles*	Tacna - Moquegua
	Pasco	2	➔ Ruta del Café – Villa Rica	Selva Central
			➔ Santuario Nacional de Huayllay*	
	Piura	2	➔ Los Peroles de Peñarol **	Playas del Norte
			➔ Playa Cabo Blanco*	
	Puno	2	➔ Península de Capachica (Llachón)	Puno-Lago Titicaca
			➔ Templo San Andrés	
	San Martín	3	➔ Laguna de Sauce	Tarapoto - Altomayo
			➔ Morro Calzada	
			➔ Localidad de Lamas y el Barrio Kechwa Nativo Wayku	
	Tacna	1	➔ Estación Museo Ferroviario	Tacna y Moquegua
	Tumbes	2	➔ Santuario Nacional Manglares de Tumbes	Playas del Norte
			➔ Punta Sal*	
	Ucayali	1	➔ Lago Yarinacocha	Selva Central

Año	Regiones	Inversiones	Recursos turísticos por intervenirse	Destino turístico
2023	Amazonas	7	→ Centro Histórico de la Ciudad San Juan de la frontera de los Chachapoyas	Kuélap y Utcubamba
			→ Zona Arqueológico de Kuélap (Correspondiente al PI Telecabinas Kuélap)	
			→ Zona Arqueológica Monumental Kuélap (Correspondiente al PI Valle Alto Utcubamba)	
			→ Catarata Aspachaca	
			→ Pueblo Alfarero de Huancas y Cañón del Sonche	
			→ Catarata Gocta	
			→ Iglesia Matriz de Tingo**	
	Ancash	1	→ Camposanto de Yungay	Cordillera Blanca- Huascarán
	Arequipa	3	→ Templo Ntra. Sra. de la Asunción	Arequipa-Colca
			→ Fundo Fierro	
			→ Castillo Forga	
	Ayacucho	2	→ Pueblo de Quinua	Ayacucho y Huancavelica
			→ Centro Histórico de Huamanga	
	Cajamarca	1	→ Baños del Inca	Cajamarca
	Cusco	4	→ Parque Arqueológico de Machupicchu	Cusco - Machupicchu y Apurímac
			→ Paucartambo / Manu	
			→ Inkaraqay	
			→ Camino Inka	

Año	Regiones	Inversiones	Recursos turísticos por intervenirse	Destino turístico
	Ica	2	➔ Marina turística de Paracas	Paracas-Nasca
			➔ Humedales de Pisco Playa (Muelle Pisco)	
	Junín	2	➔ Santuario Del Señor De Muruhuay	Selva Central
			➔ Pueblo Histórico De Jauja	
	La Libertad	2	➔ Malecón Grau Pacasmayo**	Ruta Moche
			➔ Complejo Arqueológico Chan Chan	
	Lambayeque	3	➔ Complejo Arqueológico de Túcume	Ruta Moche
			➔ Huaca Rajada	
			➔ Ruta Moche	
	Lima Metropolitana	5	➔ Huaca San Borja	Lima y Callao
			➔ Huaca La Luz	
			➔ Museo de Arte de Lima	
			➔ Santuario Arqueológico de Pachacamac	
			➔ Quinta Presa**	
	Loreto	2	➔ Iglesia Matriz – Zona Monumental Iquitos	Río Amazonas
			➔ Malecón Tarapacá	
	Pasco	1	➔ Ruta del Café	Selva Central
	Piura	1	➔ Los Peroles de Peñarol **	Playas del Norte
	Puno	3	➔ Templo San Andrés	Puno-Lago Titicaca
			➔ Península Capachica (Llachón)	
			➔ R.N Lago Titicaca	
	San Martín	3	➔ Localidad de Lamas y el Barrio Kechwa Nativo Wayku	Tarapoto - Altomayo
			➔ Laguna Sauce	
			➔ Morro Calzada	

Año	Regiones	Inversiones	Recursos turísticos por intervenirse	Destino turístico
	Tacna	1	→ Estación Museo Ferroviario	Tacna / Moquegua
	Tumbes	2	→ Santuario Nacional Manglares de Tumbes	Playas del Norte
			→ Playas de las regiones de Tumbes y Piura	
	Ucayali	1	→ Lago Yarinacocha	Selva Central
2024	Amazonas	7	→ Centro Histórico de la Ciudad San Juan de la frontera de los Chachapoyas	Kuélap y Utcubamba
			→ Zona Arqueológico de Kuélap (Correspondiente al PI Telecabinas Kuélap)	
			→ Iglesia Matriz de Tingo	
			→ Zona Arqueológica Monumental Kuélap (Correspondiente al PI Valle Alto Utcubamba)	
			→ Catarata Aspachaca	
			→ Pueblo Alfarero de Huancas y Cañón del Sonche	
			→ Catarata de Gocta	
	Ancash	1	→ Camposanto de Yungay	Cordillera Blanca- Huascarán
	Arequipa	3	→ Templo Ntra. Sra. de la Asunción	Arequipa-Colca
			→ Fundo Fierro	
			→ Castillo Forga	
	Ayacucho	2	→ Pueblo de Quinua	Ayacucho / Huancavelica
			→ Centro Histórico Ayacucho	
	Cajamarca	1	→ Baños del Inca	Cajamarca
	Cusco	3	→ Paucartambo/ Manu	Cusco - Machupicchu y Apurímac
			→ Inkaraqay	
			→ Camino Inka	

Año	Regiones	Inversiones	Recursos turísticos por intervenirse	Destino turístico
	Ica	2	➔ Humedales de Pisco Playa (Muelle Pisco)	Paracas-Nasca
			➔ Laguna de Morón **	
	Junín	2	➔ Santuario Del Señor De Muruhuay	Selva Central
			➔ Pueblo Histórico De Jauja	
	La Libertad	2	➔ Complejo Arqueológico Chan Chan	Ruta Moche
			➔ Malecón Grau Pacasmayo**	
	Lambayeque	3	➔ Complejo Arqueológico de Túcume	Ruta Moche
			➔ Huaca Rajada	
			➔ Playa Pimentel	
	Lima Metropolitana	2	➔ Museo de Arte de Lima	Lima y Callao
			➔ Quinta Presa**	
	Loreto	1	➔ Malecón de Tarapacá	Río Amazonas
	Pasco	2	➔ Ruta del Café - Villa Rica	Selva Central
			➔ Santuario Nacional de Huayllay	
	Piura	1	➔ Los Peroles de Peñarol **	Playas del Norte
	Puno	2	➔ Península Capachica (Llachón)	Puno-Lago Titicaca
			➔ R.N Lago Titicaca	
	San Martín	1	➔ Localidad de Lamas y el Barrio Kechwa Nativo Wayku	Tarapoto - Altomayo
	Tacna	1	➔ Estación Ferrocarril Tacna-Arica	Tacna / Moquegua
	Tumbes	2	➔ Santuario Nacional los Manglares de Tumbes	Playas del Norte
			➔ Playa Zorritos	
	Ucayali	1	➔ Lago Yarinacocha	Selva Central

Año	Regiones	Inversiones	Recursos turísticos por intervenirse	Destino turístico
2025	Amazonas	6	➔ Zona Arqueológica Monumental Kuélap (Correspondiente al PI Telecabinas Kuélap)	Kuélap y Utcubamba
			➔ Iglesia Matriz de Tingo**	
			➔ Zona Arqueológica Monumental Kuélap (Correspondiente al PI Valle Alto Utcubamba)	
			➔ Catarata Aspachaca**	
			➔ Pueblo Alfarero de Huancas y Cañon del sonche	
			➔ Catarata Gocta	
	Ancash	1	➔ Camposanto de Yungay	Cordillera Blanca- Huascarán
	Arequipa	3	➔ Templo Ntra. Sra. de la Asunción	Arequipa - Colca
			➔ Fundo Fierro	
			➔ Castillo Forga	
	Ayacucho	2	➔ Pueblo Quinua	Ayacucho y Huancavelica
			➔ Centro Histórico de Ayacucho	
	Cajamarca	1	➔ Baños del Inca	Cajamarca
	Cusco	3	➔ Circuito Turístico Paucartambo y Manú	Cusco - Machupicchu y Apurímac
			➔ Santuario Histórico de Machupicchu –Inkaraqay	
			➔ Camino Inka	
	Ica	2	➔ Humedales de Pisco Playa (Muelle de Pisco	Paracas - Nazca
			➔ Laguna de Morón**	

Año	Regiones	Inversiones	Recursos turísticos por intervenirse	Destino turístico
	Junín	2	→ Santuario Del Señor De Muruhuay	Selva Central
			→ Pueblo Histórico De Jauja	
	La Libertad	1	→ Malecón Grau Pacasmayo	Ruta Moche
	Lambayeque	2	→ Huaca Rajada	Ruta Moche
			→ Playa Pimentel	
	Lima Metropolitana	1	→ Quinta Presa**	Lima y Callao
	Loreto	1	→ Malecón Tarapacá	Río Amazonas
	Piura	1	→ Los Peroles de Peñarol **	Playas del Norte
	Pasco	2	→ Ruta del Café	Selva Central
			→ Santuario Nacional de Huayllay	
	Puno	2	→ R.N Lago Titicaca	Puno-Lago Titicaca
			→ Península Capachica (Llachón)	
	Tacna	1	→ Estación Ferrocarril Tacna-Arica	Tacna / Moquegua
	Tumbes	2	→ Santuario Nacional Manglares de Tumbes	Playas del Norte
			→ Playa Zorritos	
	Ucayali	1	→ Lago Yarinacocha	Selva Central

* 14 Intervenciones a nivel de estudios de preinversión que intervienen en recursos turísticos priorizados y cuentan con asignación presupuestal en el 2022 para el desarrollo del perfil. Serán incluidos en el Programa Multianual de Inversiones PMI 2023-2025 cuando se declaren viables.

**Inversiones que actualmente no cuenta con jerarquía, pero si cuentan con asignación presupuestal 2022 y PMI 2023-2025.

Asimismo, Plan COPESCO Nacional ha elaborado una propuesta de cartera de inversiones que será evaluada para su ejecución a corto y mediano plazo durante los periodos 2022 al 2025, analizando diversas fuentes de financiamiento que permitirá la intervención en 84 recursos turísticos jerarquizados en 20 Regiones, que involucran a 11 destinos turísticos priorizados por el sector, cuyo detalle se muestra a continuación:

Tacna

Área de Conservación Regional Vilacota Maure



PROPUESTA DE INTERVENCIONES CON RECURSOS TURÍSTICO JERARQUIZADOS PARA INTERVENIR 2022 AL 2025

Año	Regiones	Inversiones	Recursos turísticos por intervenirse	Destino Turístico
2022	Apurímac	1	➔ Puente Colonial Pachachaca (Ruta José María Arguedas) **	Cusco - Machupicchu y Apurimac
	Arequipa	1	➔ Playa Mollendina*	Arequipa-Colca
	Cajamarca	3	➔ Sitio Arqueológico Montegrande*	Cajamarca
			➔ Zona Arqueológica de Pacopampa**	
			➔ S.A. Montegrande	
	Cusco	1	➔ Monumento arqueológico de Ollantaytambo **	Cusco - Machupicchu y Apurimac
	Huánuco	1	➔ Jatun Ushco*	Selva Central
	Junín	1	➔ Caída de Agua Velo de la Novia	Selva Central
	La Libertad	2	➔ Playa Huanchaco**	Ruta Moche
			➔ C.H. Trujillo (C.I. de la Marinera) *	
	Lima Provincias	2	➔ R.N. de Lachay*	Rutas cortas Lima
			➔ Sitio Arqueológico Rupak*	
2023	Ancash	2	➔ Playa San Pedro*	Playas del Norte
			➔ Playa el amor*	
	Apurímac	1	➔ Z.R. Cordillera Huayhuash***	Cordillera Blanca- Huascarán
			➔ P.N. Huascarán***	
	Arequipa	2	➔ S.N. Ampay*	Cusco - Machupicchu y Apurimac
	Arequipa	2	➔ R.N. Salinas y Aguada Blanca***	Arequipa-Colca
			➔ S.N. Lagunas de Mejía*	

Año	Regiones	Inversiones	Recursos turísticos por intervenirse	Destino Turístico
	Cajamarca	3	→ Ventanilla de Arascorgue**	Cajamarca
			→ Complejo Arqueológico de Arascorgue (Correspondiente a la idea de proyecto Bosque Piedras El Auque)*	
			→ P.N Cutervo***	
	Cusco	2	→ ACR Choquequirao –(Ruta Mollepata – Anta)*	Cusco - Machupicchu y Apurimac
			→ A.C.R Nevado Ausangate***	
	Huánuco	1	→ Zona Arqueológica Piruro**	Selva Central
	Junín	1	→ C.R Bosque Neblina Carpish***	Selva Central
	Callao	1	→ R.N Islas Palomino***	Lima y Callao
	Lima Metropolitana	1	→ R.V.S. Pantanos de Villa *	
	Lima Provincias	2	→ Playa Chacra y mar*	Rutas cortas Lima
			→ Fortaleza de Paramonga (Lima Provincias)*	
2024	Moquegua	1	→ Cerro Baúl **	Tacna - Moquegua
	Puno	1	→ Lago Titicaca (Embarcadero Puno)**	Puno-Lago Titicaca.
	Apurímac	1	→ Cañón del Apurímac**	Cusco - Machupicchu y Apurimac
	Arequipa	1	→ Petroglifos de Toro Muerto	Arequipa-Colca
	Cajamarca	2	→ Bosque de Piedras El Timbo*	Cajamarca
			→ Complejo Arqueológico Shater*	
	Huánuco	1	→ P.N Tingo María***	Selva Central
	Ica	2	→ R.N. Paracas***	Paracas-Nasca
			→ A.C.R. Laguna Huacachina***	

Año	Regiones	Inversiones	Recursos turísticos por intervenirse	Destino Turístico
	Junín	6	→ Catarata Bayoz *	Selva Central
			→ Catarata El Tirol*	
			→ R.N. Otishi***	
			→ R.N. Lago de Junín***	
			→ A.C.R Nevado Huaytapallana***	
			→ R.P Nor Yauyos Cochas***	
	Lambayeque	3	→ S.H. Bosque de Pomac***	Ruta Moche
			→ R.V.S. de Laquipampa***	
			→ A.C.P Bosque Cañoncillo***	
	Lima Provincias	1	→ A.C.R Albúfera Medio Mundo***	Rutas cortas Lima
	Madre de Dios	1	→ R.N Tambopata***	Manu - Tambopata
	Piura	1	→ Puerto de Paita *	Playas del Norte
	Puno	2	→ Isla Amantani *	Puno-Lago Titicaca
			→ Isla Taquile *	
	Tacna	3	→ Casa de Zela *	Tacna y Moquegua
			→ Teatro Municipal *	
			→ Playa Boca del Río *	
2025	Arequipa	1	→ S.N. Lagunas de Mejía*	Arequipa - Colca
	Ayacucho	3	→ Pampa de Ayacucho *	Ayacucho y Huancavelica
			→ Andenerías de Andamarca *	
			→ Laguna de Ccochapampa *	
	Cusco	1	→ Camino Inka Tramo Km82 Piscacucho al Km 88 - Baños	Cusco - Machupicchu y Apurímac
	Huancavelica	1	→ Ruta del Azogue: Pueblo de Sacsamarca, Iglesia Colonial de Santa Barbará y la Mina Santa Bárbara *	Ayacucho y Huancavelica

Año	Regiones	Inversiones	Recursos turísticos por intervenirse	Destino Turístico
	Huánuco	2	→ P.N. Tingo Maria*	Selva Central
			→ Zona Arqueológica Monumental Huánuco Pampa *	
	Ica	1	→ Complejo Arqueológico de Cahuachi	Paracas – Nasca
	Junín	1	→ R.N. de Junín*	Selva Central
	La Libertad	1	→ R.N. de Calipuy*	Ruta Moche
	Lambayeque	1	→ Humedales de Eten*	Ruta Moche
	Lima Provincias	2	→ Lomas de Asia*	Rutas cortas
			→ Albuferas Paraíso*	Lima
	Piura	5	→ Z.R. Illescas***	Playas del Norte
			→ C.C El Angolo***	
			→ Playa Los Organos*	
			→ Playa Vichayto*	
			→ Playa El Ñuro*	
	Pasco	1	→ P. N. Yanachaga Chemillen***	Selva Central
	Puno	2	→ R.N Lago Titicaca***	Puno-Lago Titicaca
			→ P.N Bahuaja Sonene***	
	San Martin	5	→ Mirador Natural Cordillera Escalera (ACR) ***	Tarapoto - Altomayo
			→ P.N. Cordillera Azul***	
			→ R.E. Santa Elena*	
			→ R.E. Tingana*	
			→ Naciente del Rio Tioyacu*	
	Ucayali	1	→ Catarata Santa Rosa*	Selva Central

* Inversiones a nivel de idea que intervienen en recursos turísticos priorizados pendientes de asignación de recursos. Serán incluidos en el Programa Multianual de Inversiones PMI 2023-2025.

** Inversiones a nivel de expediente técnico, aprobado por otras entidades, que intervienen en recursos turísticos priorizados; las cuales presentan solicitud de financiamiento; pendientes de asignación de recursos. Serán incluidos en el Programa Multianual de Inversiones PMI 2023-2025.

*** Inversiones a nivel de idea que intervienen en Áreas Naturales Protegidas (ANP), recursos turísticos priorizados pendientes desde asignación de recursos. Serán incluidos en el Programa Multianual de Inversiones PMI 2023-2025.

Finalmente, Plan COPESCO Nacional ha elaborado una propuesta de cartera de inversiones que será evaluada para su ejecución a mediano y largo plazo durante los periodos 2022 al 2025, analizando diversas fuentes de financiamiento, que permitirá la intervención en 52 recursos turísticos que se encuentran en proceso jerarquización por parte de los Gobiernos Regionales, que involucran a 11 destinos turísticos priorizados por el sector, cuyo detalle se muestra a continuación:

PROPUESTA DE INTERVENCIONES CON RECURSOS TURÍSTICO POR JERARQUIZAR PARA INTERVENIR 2022 AL 2025

Año	Regiones	Inversiones	Recursos turísticos por intervenirse	Destino Turístico
2022	La Libertad	1	➔ Playa Las Delicias- Moche*	Ruta Moche
	Lima Metropolitana	1	➔ Parque Salazar **/Paseo Sáenz Peña**	Lima y Callao
	Lima Provincias	6	➔ Playa Isla del Faraón*	Rutas cortas Lima
			➔ Playa Chorrillos Huacho*	
			➔ Playa Chorrillos Chancay*	
			➔ Playas de Barranca*	
			➔ Fortaleza Añay*	
	Piura	1	➔ Playa Punta Balcones*	Playas del Norte
2023	Arequipa	1	➔ R.P. Valle y Cañon Cotahuasi***	Arequipa-Colca
	Cusco	1	➔ A.C Abra Málaga***	Cusco - Machupicchu y Apurimac
	Huancavelica	1	➔ Rio Vilca**	Ayacucho y Huancavelica
	Huánuco	1	➔ Zona Arqueológica Piruro**	Selva Central
	Ica	1	➔ R.N San Fernando***	Paracas-Nasca
	Loreto	1	➔ Plaza de Armas-Obelisco de Héroes**	Río Amazonas
	Lima Metropolitana	1	➔ Z.A. Huaycan de Cieneguilla *	Lima y Callao

Año	Regiones	Inversiones	Recursos turísticos por intervenirse	Destino Turístico
	Lima Provincias	4	➔ Mirador Cerro Patrón 3 de mayo*	Rutas cortas Lima
			➔ Balneario Cerro Azul*	
			➔ Playa Cascajo*	
			➔ Playa Chancayllo*	
	La Libertad	1	➔ Campiña de Julcán *	Ruta Moche
	Lambayeque	1	➔ Casa Hacienda Villa*	Ruta Moche
	Moquegua	1	➔ Playa Pocona *	Tacna - Moquegua
	San Martin	2	➔ Cascada Atusparia*/Cascada Tiesto*/Cascada San Juan Ishanga*	Tarapoto - Altomayo
➔ Mirador Juanjui *				
2024	Apurímac	2	➔ Mirador de Capuliyoc *	Cusco - Machupicchu y Apurimac
			➔ Laguna Pacucha *	
	Cajamarca	2	➔ Mirador El Aparic*	Cajamarca
			➔ Laguna Namococha*	
	La Libertad	1	➔ Represa EL Dique*	Ruta Moche
	Lima Provincias	4	➔ Playa Atahuanca*	Rutas cortas Lima
			➔ Playa Quita Calzón*	
			➔ Playa Caleta Vidal*	
			➔ Playa El Paraíso*	
	Moquegua	1	➔ Laguna De Salinas (R.N)***	Tacna - Moquegua
Piura	1	➔ Playa San Pablo *	Playas del Norte	
Tacna	1	➔ Playa Vila Vila *	Tacna y Moquegua	
2025	Amazonas	1	➔ Centro Histórico de la Ciudad San Juan de la frontera de los Chachapoyas*	Kuélap y Utcubamba
	Callao	1	➔ Humedales de Ventanilla*	Lima y Callao
	Huancavelica	1	➔ Mirador Torongana *	Ayacucho y Huancavelica

Año	Regiones	Inversiones	Recursos turísticos por intervenirse	Destino Turístico
	Huánuco	1	➔ Zona Arqueológica Monumental de Grau *	Selva Central
	Ica	1	➔ R.N. Punta San Juan*	Paracas -Nazca
	Lima Metropolitana	2	➔ Lomas de Amancaes -Bella Durmiente*	Lima y Callao
			➔ Lomas de Primavera - Carabaylo*	
	Lima Provincias	1	➔ Sitio Arqueológico Las Shicras*	Rutas cortas Lima
	Piura	2	➔ S.N Manglares de Piura***	Playas del Norte
			➔ P.N. Cerros de Amotape*	
	San Martin	2	➔ Cascadas de Carpishuyacu *	Tarapoto - Altomayo
			➔ RN. Río Abiseo***	
	Ucayali	2	➔ P.N. Sierra del Divisor***	Selva Central
			➔ RN Alto Purus***	

* Inversiones a nivel de idea que intervienen en recursos turísticos priorizados pendientes de asignación de recursos. Serán incluidos en el Programa Multianual de Inversiones PMI 2023-2025.

** Inversiones a nivel de expediente técnico, aprobado por otras entidades, que intervienen en recursos turísticos priorizados; las cuales presentan solicitud de financiamiento; pendientes de asignación de recursos. Serán incluidos en el Programa Multianual de Inversiones PMI 2023-2025.

*** Inversiones a nivel de idea que intervienen en Áreas Naturales Protegidas (ANP), recursos turísticos priorizados pendientes desde asignación de recursos. Serán incluidos en el Programa Multianual de Inversiones PMI 2023-2025.

5.3.4. Línea de acción 4: FOMENTAR LA INTERVENCIÓN PRIVADA EN TURISMO

A. Promover la optimización del Régimen de Recuperación Anticipada del IGV

El Régimen Especial de Recuperación Anticipada del IGV – RERA, es un mecanismo fundamental en la promoción de inversiones y en la ejecución de los procesos de promoción de la inversión privada, el cual ha sido aplicado en el desarrollo de proyectos de inversión privada en turismo.

Como resultado de la aplicación del Régimen RERA IGV en el Sector Turismo, se cuenta con 28 proyectos de Inversión, de acuerdo con el siguiente detalle:

Proyectos en Operación: Diecisiete (17) proyectos de inversión acogidos al RERA IGV concluidos y en operación por un monto de inversión de US\$ \$381,967,090.10 con una capacidad de 2,991 habitaciones.

Proyectos en Ejecución: Once (11) proyectos de inversión privada en proceso de ejecución acogidos al RERA IGV, con un monto de inversión de US\$ \$212,197,482.00 con una capacidad proyectada de 2,049 habitaciones.

Monto de Inversión Total: Por veintiocho (28) proyectos de inversión con acceso al Régimen RERA IGV por US \$593,172,556.10.

En ese sentido se plantea atender los temas de fomento a las inversiones privadas a través del Régimen Especial de Recuperación Anticipada del IGV, centrándose en identificar y promover inversiones transformadoras factibles de acogimiento al Régimen RERA IGV para destinos turísticos priorizados y lograr mayores solicitudes de acceso al RERA IGV de empresas privadas, mediante la gestión ante el Ministerio de Economía y Finanzas de disminuir el monto de inversión mínima para acceder al Régimen RERA IGV de US\$ 5,000,000.00 a US\$ 2,500,000.00, a fin posibilitar el acceso de medianas empresas a dicho régimen.

Asimismo, se plantea gestionar la promoción de inversiones descentralizadas en forma conjunta con las Oficinas Descentralizadas de PROINVERSIÓN y con las Direcciones Regionales de Turismo y ampliar la lista de servicios turísticos factibles de convertirse en proyectos innovadores de inversión privada en turismo, a ser aprobados mediante Resolución Ministerial o normas complementarias.

Adicionalmente, en el marco del impulso al Régimen Especial de Recuperación Anticipada del IGV, se plantea implementar una Unidad de Inversiones, en base al personal del área de Inversiones Privadas de la Dirección de Productos y Destinos Turísticos, a fin de atender en condiciones óptimas los temas de fomento a las inversiones privadas.

B. Desarrollar el Portafolio de Inversiones Privadas en Turismo

El Portafolio de Inversiones Privadas en Turismo es un instrumento importante para la promoción de inversiones privadas en turismo en nuestro país. De acuerdo con la Ley General de Turismo, Ley N° 29408 y normas complementarias, son limitados los servicios turísticos factibles de convertirse en proyectos de inversión privada en turismo, correspondiendo a:

- ➔ Proyectos de inversión en establecimientos de hospedaje.
- ➔ Proyectos de inversión en restaurantes.
- ➔ Proyectos de inversión en centros para congresos, eventos y convenciones.
- ➔ Proyectos de inversión en centros de turismo termal y/o similares.
- ➔ Proyectos de inversión en telecabinas o teleférico para uso turístico.

Se requiere contar con un portafolio actualizado de proyectos de inversión privada en turismo, que pueda promoverse a nivel nacional e internacional en busca de inversionistas y que posibilite la creación y/o captación de líneas de crédito del sistema financiero en condiciones favorables para la ejecución de proyectos de pequeñas y medianas empresas.

Se propone ampliar la lista de servicios turísticos factibles de convertirse en proyectos innovadores de inversión privada en turismo, a ser aprobados mediante Resolución Ministerial y normas complementarias. Asimismo, se plantea elaborar la Guía para la Formulación de Proyectos de Inversión Privada en Turismo a nivel de perfil y en así, complementar y actualizar el Portafolio de Inversiones Privadas en Turismo con la identificación y formulación de proyectos de inversión transformadores a nivel nacional de interés de inversionistas extranjeros.

Por otro lado, es primordial gestionar líneas de crédito ante el Sistema Financiero, para que éste pueda ofrecer créditos blandos a bajos intereses al empresariado peruano para el desarrollo de proyectos de inversión de pequeñas y medianas empresas. Asimismo, se ha considerado la búsqueda organizada de potenciales inversionistas a nivel global para el país y/o su promoción a través de Promperú y/o bolsas de inversiones internacionales.

5.3.5. Línea de acción 5: GENERAR MEDIDAS DE APOYO DIRECTO AL EMPRENDEDOR

A. Potenciar el Programa “Turismo Emprende”

El Decreto Legislativo N° 1329 que crea el Fondo “Turismo Emprende” en el año 2017, establece que el MINCETUR queda autorizado a otorgar subvenciones a favor de las personas naturales y personas jurídicas, incluyendo las micro y pequeñas empresas vinculadas a la actividad turística, domiciliadas en el país, beneficiarias del Fondo “Turismo Emprende”. En

ese sentido, el Programa “Turismo Emprende” realiza la convocatoria a concurso público a nivel nacional, como mínimo una vez al año, para seleccionar aquellos emprendimientos vinculados a la actividad turística que contemplen aspectos de conservación, uso sostenible y desarrollo económico e innovación, con la finalidad de financiar y/o cofinanciar los mismos.

El objetivo del Programa “Turismo Emprende” es el promover la creación, desarrollo y consolidación de emprendimientos privados vinculados a la actividad turística que contemplan aspectos de conservación, uso sostenible y desarrollo económico, alineando su intervención a contribuir al Pilar 2: “Diversificación y consolidación de la oferta” del Plan Estratégico Nacional de Turismo al 2025 – PENTUR 2025; sin embargo, en el contexto de la crisis sanitaria y económica producto de la pandemia del Covid-19, a través Decreto Legislativo N° 1506, el objetivo del Programa se amplió para abarcar la reactivación económica, constituyéndose en una de las principales medidas del MINCETUR para el apuntalamiento del empresariado turístico.

En esa línea, el Programa “Turismo Emprende” divide su intervención en 02 etapas claramente diferenciadas; en las convocatorias del año 2017 al 2020-I, los concursos públicos fueron orientados a la innovación en el sector turismo y debido a la irrupción de la pandemia mundial, la orientación viró a que los concursos públicos contribuyeran en la reactivación económica del sector turismo, convocatorias del año 2020-II al 2021-II. Es importante resaltar que, mediante Decreto Supremo N° 016-2021-MINCETUR, se aprobó la modificación del periodo de vigencia del Programa “Turismo Emprende” hasta el 31 de diciembre del Año Fiscal 2025.

En suma, el Programa “Turismo Emprende” ha alcanzado el interés de más de 18 mil emprendedores peruanos e impactó en la vida de sus más de 7,500 ganadores beneficiarios de las 25 regiones del país mediante la subvención económica que se proporcionó a través del Concurso Público. A nivel nacional, se destinó la suma de S/123,669,666.66 en subvenciones a favor de 8122 beneficiarios, de los cuales 354 brindan el servicio de alojamiento, 271 el servicio de alimentación, 587 servicio de operación turística/agencia de viajes, 116 empresa de la actividad artesanal, 27 asociaciones, 4731 artesanos y 2036 guías de turismo.

En el contexto actual, el Programa “Turismo Emprende” destaca como una de las principales medidas que implementa el Poder Ejecutivo con el fin de promover la reactivación económica del turismo con la finalidad de paliar los efectos en la economía nacional. Por ello, la acción principal es la continuidad del Programa Turismo Emprende con el objetivo de promover la reactivación económica e implementación de mejoras al negocio que le permitan adaptarse a las necesidades actuales del mercado, brindando liquidez a las mypes turísticas con la finalidad de cumplir con la cadena de pagos a proveedores; además de mejorar, ampliar y/o consolidar mecanismos de promoción y comercialización digital; así como, la aplicación de protocolos de bioseguridad, a través de la implementación de aspectos de innovación, adecuación tecnológica y sanitaria, mejora del equipamiento, mobiliario y capacitación del

capital humano. Se plantea impulsar que el Programa “Turismo Emprende” se constituya en una unidad ejecutora adscrita al MINCETUR, con la finalidad de darle sostenibilidad en su financiamiento y manejo administrativo autónomo. La unidad ejecutora tendrá la responsabilidad de conducir las convocatorias de los concursos en el marco del programa, así como promover la certificación de incubadoras y aceleradoras de negocios para el sector turismo, que permitan acompañar el proceso de emprendimiento de los participantes de los referidos concursos.

B. Fortalecer la Estrategia “Somos Artesanía”

Mediante la Ley N° 31084, se autorizó al MINCETUR, otorgar para el año Fiscal 2021 subvenciones a favor de las unidades económicas artesanales y de personas naturales y jurídicas privadas que realicen y/o promuevan actividades de promoción, comercialización y/o articulación comercial de artesanías, para tal efecto, el MINCETUR aprueba la “Estrategia para Reactivar y Promover la Actividad Artesanal”. En esa línea, mediante Resolución Ministerial N° 068-2021-MINCETUR se aprobó la Estrategia para Reactivar y Promover la Actividad Artesanal denominada “SOMOS ARTESANÍA” que tuvo por objeto cofinanciar capital de trabajo para producción, promoción, comercialización y/o articulación comercial de artesanías a favor de unidades económicas artesanales.

Dicha estrategia contempló una modalidad general de cofinanciamiento “Impulsando mi negocio artesanal”, buscando dotar de liquidez a las unidades económicas artesanales, mediante el cofinanciamiento para capital de trabajo con el fin de promover su recuperación económica, a través de la producción y la articulación al mercado. El Concurso Público, cuyo público objetivo fueron las unidades económicas artesanales, representadas por personas naturales con negocio (artesanos) y personas jurídicas (asociaciones, cooperativas y empresas de la actividad artesanal), contempló montos de cofinanciamiento en el rango de S/ 5 000,00 a S/ 10 000,00, y una contrapartida no monetaria mínima del 10% del monto solicitado. El lanzamiento del referido Concurso Público se realizó en mayo de 2021 con un presupuesto de S/ 2 093 600,00, otorgando subvenciones a 221 Ganadores Beneficiarios en 19 regiones del país: Puno (32), Cusco (24), Lima (21), Arequipa (20), Amazonas (17), Huancavelica (16), Huánuco (16), Junín (16), Cajamarca (15), Ayacucho (14), San Martín (10), Callao (7), Apurímac (3), La Libertad (3), Tacna (2), Ucayali (2), Ica (1), Lambayeque (1) y Loreto (1).

Con la finalidad de continuar promoviendo la actividad artesanal, la cual se encuentra afectada por la propagación de la COVID-19, se aprobó el Decreto de Urgencia N° 095-2021, normativa que faculta al MINCETUR aprobar medidas extraordinarias, en materia económica y financiera, el cual se enmarca en el financiamiento de las acciones para

reactivar y promover la actividad artesanal, cuyo financiamiento asciende S/ 11 000 000,00, aprobándose mediante Resolución Ministerial N° 184-2021- MINCETUR la Estrategia “Somos Artesanía 2021-II”.

En el marco de dicha estrategia se consideró la modalidad de cofinanciamiento “Capitalizando mi taller artesanal”, la cual tuvo como objetivo cofinanciar capital de trabajo que permita a los artesanos, asociaciones, cooperativas y empresas de la actividad artesanal generar una oferta artesanal/productos para atender oportunidades de comercialización, así como para estar preparados ante la tendencia creciente de la llegada de turistas internacionales al país. En términos de apalancamiento financiero, se consideró una subvención de S/ 5 000,00 y una contrapartida no monetaria del 10% por beneficiario. Como resultado se obtuvo 1886 ganadores beneficiarios distribuidos en 23 regiones del país, cuyo monto de subvenciones asignado es de S/ 9 430 000,00. Finalmente, a la fecha se viene ejecutando la etapa de monitoreo y rendición de cuentas, que es el último proceso de la Estrategia.

Finalmente, en el marco de la reactivación del sector, se plantea gestionar el otorgamiento de subvenciones con un incremento presupuestal del 10% anual, tomando como año base 2021 en el que se asignó el monto total de S/ 2 500 000,00 (Dos Millones Quinientos Mil y 00/100 soles), a favor de las unidades económicas artesanales. Para ello, se tomará como referencia el Registro Nacional del Artesano, el cual tiene a la fecha 31,647 artesanos inscritos, considerando que “Somos Artesanía” en el 2021 sólo ha atendido aproximadamente al 6.36% del total de artesanos inscritos, existiendo aún una población no atendida.

Cabe precisar que, en el presupuesto público 2021 y 2022 se ha considerado la meta de mejoramiento de la competitividad artesanal (Estrategia Somos Artesanía), por consiguiente, para el ejercicio fiscal 2023, 2024 y 2025 se programarán los recursos económicos para la continuidad del programa.

C. Fortalecer el Fondo de Apoyo Empresarial en Turismo - FAE Turismo

El FAE-Turismo es un fondo especial de garantía por el valor de S/ 200 000 000,00, cuyo objetivo es garantizar los créditos otorgados a MIPYME que realizan actividades de establecimientos de hospedaje, transporte interprovincial terrestre de pasajeros, transporte turístico, agencias de viajes y turismo, restaurantes, actividades de esparcimiento, organización de congresos, convenciones y eventos, guiado turístico, y producción y comercialización de artesanías; brindando así soporte frente a las dificultades experimentadas a raíz de la declaratoria de estado de emergencia y emergencia sanitaria por el brote de COVID-19 a nivel nacional.

Este fondo, cuya vigencia fue ampliada hasta el 31 de diciembre de 2022, ofrece importantes características en beneficio de las MIPYMES del sector, entre los que se cuentan:

- ➔ Garantía de créditos de hasta S/ 750 mil, con una cobertura del 98 % (para créditos de hasta S/ 90 mil) y del 95 % para créditos entre S/ 90 mil y S/ 750 mil)
- ➔ Plazo total de hasta 60 meses
- ➔ Periodo de gracia de hasta 24 meses, siendo necesario sólo el pago de intereses
- ➔ Destino de los créditos garantizados para capital de trabajo, activo fijo y compra de deuda de activo fijo y/o capital de trabajos adquiridos con posterioridad a la declaración de emergencia nacional ante la pandemia del COVID 19.
- ➔ Permite la reprogramación de los créditos del FAE-TURISMO hasta el 30 de setiembre, adicionando 12 meses de período de gracia adicional al período de gracia inicial.

Al 31 de diciembre del 2021, se logró adjudicar S/ 215 360 099,00 entre entidades financieras habilitadas, a través de diez subastas de fondos a cargo de Cofide (18 de setiembre 2020, 06 y 30 de octubre 2020, 07 y 20 de abril 2021, 19 de mayo 2021, 10 de agosto 2021, 15 de setiembre 2021, 25 de noviembre y 29 de diciembre de 2021), para evaluar y otorgar créditos garantizados por el fondo, es decir una ejecución superior al 100 % del monto dispuesto por el FAE-Turismo para garantizar créditos a mypes del sector, a fin de beneficiar a un mayor número de mypes a nivel nacional, conforme a lo permitido por su norma de creación. De esta forma, en el periodo 2020-2021, Cofide reporta haber beneficiado a 2497 mypes.

Cabe precisar que, a fin de proseguir con el trabajo de implementación del FAE-Turismo, el Mincetur en coordinación con el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), aprobó nuevas modificaciones y ajustes que faciliten su ejecución, dichos cambios fueron aprobados mediante DU 004-2022 del 31 de marzo del 2022.

Asimismo, a la fecha, el Mincetur prosigue con las coordinaciones con el MEF para modificar el Reglamento Operativo del FAE-TURISMO en búsqueda de operativizar las modificaciones aprobados mediante DU 004-2022 que, y permitan ampliar su alcance a nivel nacional, con el correspondiente incremento del número de MIPYME beneficiadas con los créditos garantizados.

Se viene evaluando el desempeño de los cambios aprobados con la finalidad de seguir impulsando la reactivación del sector turismo, con visión de lograr una ampliación final hasta junio de 2026, entre otros criterios.

San Martín

Parque Nacional Río Abiseo



5.3.6. Línea de acción 6: FOMENTAR ACCIONES DE TURISMO SOCIAL

A. Fomentar la implementación una oferta turística accesible e inclusiva

El enfoque de turismo social se basa en el entendimiento de las características y necesidades de sus públicos objetivos (adultos mayores, personas con discapacidad, jóvenes, niños/ escolares y personas con limitaciones económicas); para orientar y fomentar la creación y adaptación de productos y servicios turísticos adecuados para atender a dicho público.

La población que tiene alguna discapacidad representa el 10.3% de la población del país, es decir que más de 3 millones de peruanos padecen de alguna limitación en el desarrollo de sus actividades diarias. Con relación a la población adulta mayor de 60 a más años, ésta representa el 35.4% de la población con discapacidad, siendo las personas adultas mayores, la población más vulnerable en necesitar mejores accesos en el entorno urbano, edificaciones y/o servicios públicos y/o privados. El 57.4% de las personas adultas mayores son viajeros potenciales e indican que les gustaría encontrar en sus viajes por turismo, servicios de alojamiento, alimentación y guiados turísticos que les brinden comodidad y seguridad.

Existe un flujo turístico actual y potencial de personas con discapacidad y personas adultas mayores que viajan o que les gustaría viajar al interior del país, adquiriendo principalmente los servicios de alimentación y hospedaje, pese a que no cuentan con las condiciones de accesibilidad, seguridad y calidad. Es importante cerrar las brechas identificadas por los públicos objetivos, con la finalidad de contar con una planta turística segura, inclusiva y accesible.

En ese sentido, se lanzó la acción estratégica “Turismo para Todos” a fin de fortalecer la oferta turística y se aprobó la “Guía de Accesibilidad, Turismo para Todos” Documento que permite contar con un instrumento técnico que brinda recomendaciones y criterios de accesibilidad física, la accesibilidad en la comunicación, la accesibilidad en las tecnologías de información y protocolos de atención para que los prestadores de servicios turísticos.

Como parte de las acciones se propone gestionar y brindar capacitaciones y asistencias técnicas a sitios y prestadores de servicios turísticos en las 25 regiones del país, creando

mejores experiencias turísticas, generando accesibilidad e inclusión. Se realizará un estudio de Brechas de accesibilidad en turismo a fin de tener una línea base y alcances sobre el nivel de accesibilidad con el que se cuenta en diversas regiones. Como complemento a estas acciones y a fin de dar acercar los servicios turísticos accesibles a la demanda, se potenciará el Directorio Web Accesible, convirtiéndose en un referente de información para el público antes referido.

B. Mejorar y promover el acceso a la actividad turística de poblaciones vulnerables (niños, niñas, jóvenes, adultos mayores, personas con discapacidad y movilidad reducida)

Desde la Iniciativa Turismo Social se formuló y ejecutó la estrategia “Jóvenes en Ruta” con el objetivo de desarrollar e implementar medios, mecanismos y/o instrumentos innovadores vinculados a las tecnologías de la información y comunicación (TICs), que faciliten el acceso a la actividad turística del público objetivo, jóvenes peruanos entre los 15 y 29 años. De acuerdo con estudios realizados este público objetivo representa al 35% de la población total del Perú, convirtiéndose en el segundo grupo más importante de vacacionistas que viajan al interior del país, siendo que el 27,9% viaja por vacaciones, recreación u ocio con un promedio de 3 viajes al año con la motivación de conocer nuevos lugares y vivir experiencias únicas.

En ese sentido, se desarrolló e implementó un aplicativo móvil a través del cual se acceden a descuentos y ofertas de servicios turísticos; esta herramienta digital está diseñada para las plataformas de iOS y Android por lo que permite la descarga de forma gratuita a través de las tiendas virtuales Play Store o App Store, facilitando que los prestadores de servicios turísticos afiliados a la herramienta encuentren un portal formal para dar a conocer sus servicios de forma segura y posicionar su marca en un nuevo segmento, de forma gratuita. Desde su lanzamiento en el 2018, se ha logrado 42,228 jóvenes registrados a nivel nacional, 155 prestadores de servicios turísticos afiliados y 95 ofertas innovadoras con descuentos hasta de 50%.

En esa misma línea, se identifica la necesidad de impulsar la creación de productos accesibles y adecuados para los públicos antes mencionados, creando oportunidades de acceso a la actividad turística, promoviendo la inclusión y accesibilidad; en ese sentido, se propone la creación y desarrollo de productos turísticos puedan acceder a la actividad que les permita hacer uso de su derecho de disfrute del tiempo libre, contribuyendo a eliminar barreras y a mejorar su calidad de vida.

5.3.7. Línea de acción 7: PROMOVER EL DESARROLLO ARTESANAL

A. Brindar asistencia técnica y acompañamiento para la adecuación turística a los talleres de artesanía en destinos priorizados

Según PromPerú el 88% de los turistas disfruta las actividades de compra de artesanías y visitar áreas naturales protegidas. En atención a esta demanda, el MINCETUR elaboró un Manual de Adecuación Turística de Talleres Artesanales, herramienta que orienta al artesano a adecuar el espacio físico, el mobiliario y el equipamiento del taller para recibir turistas. Sobre la base del manual elaborado, se brinda asistencia técnica y acompañamiento a los artesanos interesados para adecuar sus espacios productivos a fin de ser considerados recursos turísticos en los destinos turísticos priorizados. Hasta la fecha se trabajó con 39 talleres en las regiones de Lima, Lambayeque; Ayacucho, Amazonas, Piura - Tumbes, Cajamarca. Los talleres de artesanía idóneos son incorporados a la página web de Promperú www.ytuqueplanes.com.

Como parte de la presente estrategia se pretende fortalecer la oferta de productos artesanales y servicios turísticos de talleres artesanales en destinos turísticos priorizados, para ello se tiene programado actualizar la guía de adecuación turística de talleres artesanales y brindar asistencia técnica y acompañamiento por lo menos a 9 talleres por año, es decir 27 talleres al 2024, con lo cual, sumado a los talleres que ya han sido intervenidos se contaría con una oferta de 66 talleres en condiciones de ofrecer servicios turísticos dentro de las rutas y destinos priorizados por MINCETUR con la finalidad de articular la demanda de servicios turísticos al sector artesanal. Se privilegiará la atención de talleres relacionados a diversas formas asociativas de artesanos.

5.3.8. Línea de acción 8: IMPULSAR LA ARTICULACIÓN COMERCIAL DE LA ARTESANÍA

A. Fomentar actividades de articulación comercial de artesanía, nacionales y descentralizadas (ferias, ruedas, exhibiciones)

El MINCETUR a través de la Dirección General de Artesanía organiza dos importantes ferias nacionales en el año, la Feria Nacional de Artesanía “De Nuestras Manos” y la Feria “Arte

Nativa; las cuales se realizan anualmente en el distrito de Miraflores (preferentemente); y en los últimos años como parte de la reactivación ha realizado otras actividades de articulación comercial presencial y virtual. Asimismo, se promueve la participación de artesanos en ferias o exhibiciones, ruedas de negocios y plataformas digitales de comercialización organizados por instituciones terceras públicas o privadas.

En tal sentido, la Dirección de Desarrollo Artesanal se encuentra en constante búsqueda de oportunidades para generar espacios que sirvan como plataforma y vitrina para comercializar y dar a conocer el trabajo de los artesanos peruanos. Es así como, con el fin de posicionar la artesanía en el mercado local, el MINCETUR busca fortalecer dicho posicionamiento a través de la realización de actividades de articulación comercial en nuevos sectores y espacios.

Con estos eventos, se ha permitido la inserción en el mercado nacional de artesanos de las diferentes regiones del país, apoyando a la reactivación económica del sector después de la pandemia. El 2021 se realizaron 2 ruedas de negocios, ferias nacionales como Arte Nativa, De Nuestras Manos, Feria Macro Regional de Ayacucho y Lambayeque y eventos artesanales descentralizados en Paracas, San Juan Bautista, Región Lima, entre otros.

En ese sentido, se busca garantizar la sostenibilidad de los eventos de promoción y gestión empresarial a través de acciones articuladas con los gobiernos subnacionales y el sector privado. Se propone gestionar el desarrollo de eventos nacionales de promoción comercial para la inserción al mercado de los artesanos a nivel nacional, además de las conocidas ferias nacionales de Arte Nativa y De Nuestras Manos se realizarán eventos regionales descentralizados vinculados a los destinos y el calendario turístico nacional con la finalidad de incrementar el impacto económico de los eventos realizados a través de acciones sostenibles.

5.3.9. Línea de acción 9: PROMOVER EL DESARROLLO DE TURISMO ESPECIALIZADO

A. Desarrollar experiencias turísticas en naturaleza y aventura

Frente al contexto actual generado por el impacto de la COVID-19, el segmento de naturaleza y aventura viene cobrando mayor relevancia en estos tiempos de cara a la reactivación de la actividad turística, y es así como lo evidencian importantes estudios e investigaciones realizados. De acuerdo con la Adventure Travel Trade Association (ATTA), señala que el turismo de naturaleza y aventura representó el 30% del gasto global en turismo en el año 2019, con \$683 billones. En Estados Unidos este segmento representó el 14% (\$96 billones).

Otros estudios realizados demuestran que el turismo de aventura genera mayor impacto en el destino, señalándose que el 65% de los ingresos se quedan en el destino, el cual representa 2.6 puestos de trabajo locales por cada \$100 mil, frente al turismo masivo que significa el 14% de los ingresos y 1.5 puestos para locales por cada \$ 100, 000 USD.

La plataforma “Turismo In” de Promperú, en su estudio Destination Market Insights: South, America, reveló que en nuestra región (Sudamérica), el ecoturismo y el turismo de aventura ocuparían el centro de la demanda cuando el sector retome actividades, sobre todo para aquellas personas que busquen contacto con la naturaleza de manera responsable.

Por otro lado, el estudio de intención de viaje poscuarentena realizado por PROMPERÚ en el 2020, destaca la preferencia de los visitantes por actividades al aire libre, combinando la naturaleza con cultura, la búsqueda de opciones de oxigenación (fuera de la ciudad), lo cual favorece la diversificación de destinos y productos, especialmente los asociados a naturaleza y aire libre.

Asimismo, según datos de Promperú 2021, a nivel nacional, el 74% de los turistas extranjeros que ingresaron al Perú realizaron alguna actividad de turismo de naturaleza. El 33% es procedente de EE. UU., el 31 % de Europa y un importante 26% de Latinoamérica, seguido de Asia con el 7%. Cabe resaltar, que el 98% visitó áreas naturales protegidas (ANP).

Es importante subrayar que el Turismo de Naturaleza y Aventura genera importantes beneficios, entre los cuales se pueden mencionar: i) Atrae a pasajeros de Alto Valor – Según el Adventure Travel Trends Snapshot 2019, el turista de aventura gasta un promedio de entre \$1,926 y \$3,512 en un viaje internacional que dura entre 8 y 9 días, equivalente a un gasto por día de \$214 - \$439; ii) apoya la economía Local – Según el Programa de Medio Ambiente de las Naciones Unidas (UNEP) hasta 80% del precio pagado por un paquete turístico se queda con aerolíneas, cadenas hoteleras y otras empresas internacionales, mientras que el Adventure Travel Trends Snapshot 2019 indica que hasta 67% del precio pagado por el paquete turístico se queda en la economía local, y iii) Promueve las prácticas sostenibles – los proveedores de turismo de aventura son conscientes que deben cuidar su entorno natural y fomentar experiencias culturales auténticas, de lo contrario el destino pierde su competitividad.

En ese contexto, se propone diseñar e implementar una estrategia de intervención que permita la identificación y mapeo de las principales necesidades de intervención desde un enfoque integral, hasta la ejecución de acciones y proyectos emblemáticos, a fin de impulsar experiencias turísticas en naturaleza y aventura bajo el concepto de Hotspots, basadas en criterios de selección y priorización, para lograr el desarrollo de una oferta turística de naturaleza y aventura altamente competitiva y sostenible en el país.



B. Promover el desarrollo de experiencias en Turismo Termal y/o de bienestar

Según el Plan Nacional de Turismo (PENTUR) uno de los objetivos estratégicos consiste en consolidar y diversificar la oferta competitiva de Perú para atraer otros segmentos de mercado diferenciados y disminuir la estacionalidad. En ese sentido uno de los productos que el PENTUR pretende desarrollar es el turismo termal y/o de bienestar.

La OMT, define al turismo de bienestar como un tipo de actividad turística que aspira a mejorar y equilibrar los ámbitos principales de la vida humana, entre ellos el físico, mental, emocional, ocupacional, intelectual y espiritual.

En el caso del Perú, la principal actividad de los centros de turismo termal y/o similares son la relajación y esparcimiento en base al agua termo mineral o termal, con una oferta lúdico-recreativa llevada a cabo de manera colectiva o individual y complementada con algunas técnicas hidrotermales (caso: Complejo Turístico Baños del Inca).

Cabe resaltar que, existe un total de 152 fuentes termales registradas en el Inventario Nacional de Recursos Turísticos del Perú⁶, 92 de ellas cuentan con jerarquización y aproximadamente 500 fuentes termales registradas por el INGEMMET. La mayoría se encuentran ubicados en ambientes naturales y abiertos, lo cual representa una oportunidad para crear y diseñar actividades que conecten a los visitantes con las áreas verdes; considerando que, en una situación de aislamiento social, se está otorgando un profundo valor a la naturaleza como fuente curativa.

De acuerdo con el Global Wellness Institute (GWI) señala que la economía mundial del bienestar asciende a 4,4 billones de dólares en 2020 a pesar del caos y las interrupciones causadas por COVID-19, el GWI estima que, en turismo de bienestar los gastos alcanzaron \$720,400 millones en 2019 y luego se redujeron a \$435,700 millones en 2020, como resultado de la pandemia.

La tasa de crecimiento anual del sector de turismo wellness (bienestar) fue del 8,1 % entre los años 2017 y 2019, este porcentaje es más de un 50% superior a la tasa de crecimiento del 5,2% para el turismo en general. En 2020, los gastos de turismo de bienestar se redujeron menos que el turismo convencional (-39,5% para el turismo de bienestar y -43,0% para todo el turismo). Europa sigue siendo la región con el mayor número de viajes de bienestar, mientras que América del Norte continúa el liderazgo del gasto en turismo de bienestar, ya

⁶ Inventario Nacional de Recursos Turísticos – SIG MINCETUR -Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

que el gasto medio por viaje es significativamente más alto. Asia-Pacífico y Medio Oriente-África del Norte fueron las regiones de más rápido crecimiento antes de la pandemia (2017-2019), con demanda estimulada por economías fuertes y un medio en expansión clase, así como una importante inversión en infraestructura y promoción turística en algunos países. En 2020, los gastos de turismo de bienestar disminuyeron más en América Latina-Caribe, Medio Oriente y África (-50 %, -49 % y -47 %, respectivamente) debido a que los viajes internacionales representan una participación muy importante en el mercado del turismo de bienestar en estos países, y los viajes internacionales fueron mucho más afectados por las restricciones pandémicas⁷.

En nuestro país según el Perfil del Vacacionista Nacional Pos cuarentena, estudio desarrollado por PROMPERÚ⁸, nos dio como resultado que, del total del universo analizado, el 63% se dedicó a la práctica del turismo de naturaleza y el 21% practicó turismo de bienestar. Así mismo el impacto del COVID-19 en el turismo ha traído consigo cambios en la actitud de los vacacionistas a nivel mundial; debido a ello, según el estudio referido, nos menciona que se fortalecen tres (03) tipos de tendencias asociadas al bienestar: La primera es que el nuevo turista elegirá destinos donde podrá desarrollar actividades que respetan el medio ambiente (Turismo sostenible y ecoturismo), la segunda es que el vacacionista desarrollará viajes de bienestar; enfocados en el autocuidado, transformación personal y reconexión. Y como tercera tendencia tenemos la predilección de los vacacionistas por destinos al aire libre y en espacios abiertos.

El Viceministerio de Turismo ha venido trabajando en fortalecer, promover e impulsar el desarrollo del Turismo termal y/o de bienestar a nivel nacional, así como el trabajo interinstitucional articulado con la Autoridad Nacional del Agua (ANA) del Ministerio de Agricultura y el Instituto Geológico, Minero y Metalúrgico (INGEMMET) del Ministerio de Energía y minas; con la finalidad de lograr consolidar estratégicamente al Perú como referencia mundial en este segmento, teniendo como objetivo: desarrollar el turismo termal asociado a los principales productos turísticos del país, con una oferta de calidad, diversificada y competitiva. Así mismo, se ha priorizado desarrollar la estrategia en destinos que cuenten con fuentes termales registradas en el Inventario Nacional de recursos turísticos del Perú con alto potencial turístico, tales como: Lima, Cajamarca, Cusco, Arequipa, Tacna, Ancash, San Martín, entre otros.

⁷ Wellness Tourism, Spas, Thermal-Mineral Springs of The Global Wellness Economy: Looking beyond COVID december 2021 - GLOBAL WELLNESS INSTITUTE.

⁸ Perfil del Vacacionista Nacional Pos cuarentena 2021 de PROMPERÚ.

C. Recuperar y fortalecer el segmento de MICE

Según la OMT, el turismo de reuniones, también conocido como MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions), comprende las actividades basadas en la organización, promoción, venta y distribución de reuniones y eventos, así como de productos y servicios, que incluyen reuniones gubernamentales, de empresas y de asociaciones; viajes de incentivos de empresas; seminarios, congresos, conferencias, convenciones, exposiciones y ferias

En ese marco, en el Plan Nacional de Turismo-PENTUR 2025, señala que el turismo de reuniones es un segmento prometedor para la industria turística a nivel nacional, y lo define como una modalidad de turismo conformada por diferentes actores tanto del sector público como privado, entre ellos proveedores de servicios, iniciadores de reuniones, patrocinadores, gobierno nacional, gobiernos regionales y gobiernos locales. Existen dos tipos de segmento de mercado:

Asociativo: reuniones coordinadas por sociedades con intereses comunes.

Corporativo: eventos organizados por empresas y entidades privadas. Este grupo está conformado por profesionales ejecutivos, más de la mitad posee entre 35 y 54 años y en su mayoría con educación superior. En promedio permanecen tres noches en el destino y se hospedan mayormente en hoteles de 3,4, y 5 estrellas.

El Viceministerio de Turismo ha venido trabajando en fortalecer los Burós de Convenciones regionales en coordinación con el equipo de Turismo de Reuniones de PROMPERÚ y en alianza con el Buró de Convenciones de Lima, para consolidar estratégicamente al Perú como un HUB de eventos de nivel internacional. Entre los destinos principales y emergentes para este segmento, se pueden mencionar: Cusco, Arequipa, Tacna, Iquitos, Ica/Paracas, así como Trujillo, Piura, Chiclayo y Tarapoto. Entre los avances significativos, se pueden mencionar, el trabajo articulado con el equipo de Turismo de Reuniones de PROMPERÚ y el Buró de Convenciones de Lima para generar la estrategia de posicionamiento del país en la industria de reuniones internacional, así como, el sustento para su reincorporación como miembro activo del International Congress & Convention Association.

Adicionalmente, a fines del año 2019 se actualizó el estudio de impacto económico del turismo de reuniones en el Perú, ampliando el ámbito de aplicación a fin de verificar el impacto de este segmento especializado, identificando que 10,303 eventos fueron realizados en el 2019 en el Perú, de los cuales el 92% fueron nacionales, siendo las conferencias el tipo de evento con mayor frecuencia (47% del total). Entre otros datos importantes, se menciona en el estudio que 1.1 millones de personas asistieron a los eventos identificados, de los cuales el 37% de estas asistieron a conferencias, 64% de los asistentes fueron locales; mientras que el 33% y el 3% fueron domésticos y extranjeros, respectivamente. Por su lado, las ferias

comerciales fueron los eventos más grandes, con un promedio de 859 participantes. Con relación a la organización, se gastó S/480 millones, lo que representa el 0.06% del PBI total del Perú en el 2019 o el 1.67% del PBI turístico. El 91% de los eventos identificados fueron organizados directamente por los anfitriones, sin necesidad de contratar a una empresa organizadora. Para gestionar el 9% restante, en el 65% de los casos se solicitó el apoyo de los hoteles y solo en el 27% de esos eventos se contrató una organizadora de eventos.

Habiendo identificado que la perspectiva de crecimiento de esta actividad es del 8% a nivel país (APOYO Consultoría, 2020), resulta necesario continuar con los esfuerzos para contribuir a la reactivación y competitividad del segmento de turismo de reuniones en el país, para lo cual se propone desarrollar la estrategia de reuniones sostenibles para la ciudad de Lima al 2030. Este proyecto lo lidera PROMPERÚ con el acompañamiento de VMT, MUNILIMA, BURÓ DE LIMA como principales actores. Dicha estrategia permitirá el fortalecimiento del compromiso de los grupos de interés hacia un turismo de reuniones regenerativo y próspero, así como el posicionamiento de Lima como un destino Sostenible y preparado para recibir eventos y reuniones cuyos impactos y beneficios alcancen a visitantes, comunidad local y cadena de valor involucrada de forma equitativa.

D. Fomentar el desarrollo de experiencias turísticas vinculadas a la cultura

Pueblos con Encanto

Los “Lineamientos para la incorporación y permanencia de la Iniciativa Pueblos con Encanto” tienen por objetivo promover el desarrollo turístico sostenible y competitivo de los pueblos con vocación turística de manera articulada, a fin de mejorar la experiencia del visitante, contribuyendo a la consolidación y diversificación de su oferta turística, la dinamización de la economía y la mejora de la calidad de vida de la población local.

El Perú posee distintos pueblos y distritos que cuentan con vocación turística, cuyos recursos y/o atractivos turísticos son capaces de generar desplazamiento turístico; sin embargo, a pesar de su potencial, estos no han logrado conceptualizar un modelo de turismo sostenible, por lo que no reciben de manera óptima los beneficios que la actividad turística genera.

La Iniciativa Pueblos con Encanto fomenta la suma de esfuerzos para el trabajo articulado, dando importancia a la planificación, el desarrollo de intervenciones integrales; así como, el empoderamiento y compromiso de los gobiernos locales, promoviendo el involucramiento de los actores, a fin de coadyuvar a la diversificación de la oferta turística brindada en los principales destinos turísticos. Asimismo, contribuye en la mejora de la accesibilidad de los recursos turísticos e incrementar la calidad de los servicios y productos orientados al visitante.

Se propone impulsar la incorporación de pueblos a la Red de Pueblos con Encanto para que un pueblo pueda formar parte de esta iniciativa, deberá primero realizar una autoevaluación de las siguientes condiciones mínimas:

- ➔ Deberá estar ubicado dentro de una Zona de Desarrollo Turístico definida en su PERTUR
- ➔ Deberá contar o estar relacionado al menos con un (01) recurso turístico de jerarquía III o con dos recursos turísticos de jerarquía II.
- ➔ Deberá estar ubicado a no más de dos (02) horas de distancia vía terrestre, fluvial o lacustre de un centro soporte o a cuatro (04) horas como máximo de una ciudad principal, emisora y/o capital de región.
- ➔ Deberá contar con infraestructura básica como energía, agua potable, desagüe, vías de acceso y comunicaciones.
- ➔ Deberá contar planta turística básica como hospedajes y alimentación
- ➔ Deberá contar con un elemento diferenciador que promueva la articulación comercial y el posicionamiento del pueblo.

La incorporación de un Pueblo con Encanto se realiza mediante un proceso de cinco (05) fases:

- ➔ **Presentación:** En esta fase el gobierno local desarrolla una “Autoevaluación de condiciones mínimas”; así mismo, el gobierno local deberá sustentar la tipología a la cual pertenece el pueblo; deberá identificar el elemento diferenciador que este posee y delimitará el ámbito territorial y área de intervención que formará parte de la iniciativa. Del mismo modo, se deberá conformar un Comité de Gestión en Turismo, y contar con el compromiso de sus miembros, y la ordenanza municipal que la crea.
- ➔ **Implementación:** En esta fase el Comité de Gestión de Turismo liderado por la autoridad local, deberá armar y desarrollar un “Expediente de Implementación” que contenga los 16 criterios de evaluación, de los Componentes: i) Planificación y Gestión; ii) Desarrollo y fortalecimiento de productos y servicios turísticos; iii) Desarrollo del territorio turístico; iv) Posicionamiento y articulación al mercado. Los mismos que se encuentran contenidos en los Lineamientos generales para la incorporación y permanencia en la Iniciativa Pueblos con Encanto.
- ➔ **Evaluación:** Esta fase se encuentra a cargo de la Secretaría Técnica de la Dirección General de la Estrategia Turística revisará el “Expediente de Implementación” que contienen las evidencias del cumplimiento de los 16 criterios de evaluación para el reconocimiento

e incorporación a la Iniciativa “Pueblo con Encanto”. Una vez realizada la evaluación y habiendo obtenido un puntaje favorable el pueblo será incorporado y reconocido como “Pueblo con Encanto”

- ➔ **Seguimiento y Monitoreo:** Esta fase se desarrollará durante el periodo de dos (02) años, la Secretaría Técnica emite un informe de seguimiento y monitoreo para verificar el cumplimiento de los compromisos asumidos por el pueblo reconocido.
- ➔ **Permanencia:** En esta fase, la Secretaría Técnica se encargará de evaluar la permanencia del Pueblo dentro de la Iniciativa; asimismo, el pueblo será evaluado por el Comité Evaluador para ser incorporado a la Red de Pueblos con Encanto.

Una vez obtenido el reconocimiento de Pueblos con Encanto y el pueblo haya logrado su incorporación esta deberá brindar recursos económicos y humanos por un periodo mínimo de 2 años o más; del mismo modo el Comité de Gestión de Turismo deberá liderar la implementación del Plan de Desarrollo Turístico Local vigente.

Cocinas Regionales

Las cocinas regionales son una de las manifestaciones colectivas y solidarias más trascendentales de la constitución de los pueblos, pues sobre ellas descansa su basalidad emocional e identitaria, por ser estas las que albergan sus memorias gastronómicas, los insumos de su biodiversidad, los estilos culinarios, las técnicas de preparación, los sistemas alimentarios, así como los bienes inmateriales y utensilios tradicionales que configuran nuestros sabores regionales expresados principalmente en las picanterías y chicherías, de las manos de las mujeres y sus familias.

La cocina regional considera un complejo sistema de saberes y prácticas, creencias y valoraciones, etc. que se establece en la propia comunidad a partir de su propia cultura alimentaria según el contexto sociocultural que la rodea. Es decir, este determina, según la intervención comunitaria sobre el entorno y su biodiversidad, la producción y distribución de los recursos productivos.

La cocina regional en el Perú se convierte en un aspecto importante que toman en cuenta los vacacionistas al momento de elegir un lugar para viajar, por ser en un elemento diferenciador para el desarrollo turístico sostenible y competitivo de un territorio, logrando dinamizar la economía de las familias y la revalorización del patrimonio cultural inmaterial de carácter gastronómico.

Por la configuración de nuestras cocinas regionales, resulta importante fomentar la generación de valor para el patrimonio inmaterial y la tradición culinaria de las cocinas

regionales articulándolas a experiencias turísticas innovadoras y de calidad a nivel nacional. En ese sentido, se propone promover experiencias turísticas en torno a la revalorización de las cocinas regionales e impulsar su reconocimiento, así como su articulación a la oferta turística, planteando trabajar los siguientes componentes:

- ➔ Investigación e identidad sobre cocinas regionales
- ➔ Capacitación y asistencia técnica
- ➔ Articulación a los productos turísticos
- ➔ Promoción y difusión

E. Fortalecer la Estrategia de Turismo Comunitario

El Turismo Comunitario de acuerdo al marco técnico⁹, es toda actividad turística que se desarrolla de manera planificada y sostenible, a través de modelos de gestión con participación activa y el liderazgo de las poblaciones locales, representadas por organizaciones de base comunitaria, integrándose de manera armoniosa a las actividades económicas tradicionales locales, para contribuir al desarrollo de la comunidad, siendo su cultura y el entorno natural los componentes clave y diferenciadores que conforman su producto turístico.

La Estrategia de Turismo Comunitario del MINCETUR, cuyos lineamientos fueron aprobados en el 2019, fortalece 68 emprendimientos en 72 comunidades de 13 regiones, acompañando a más de 1700 emprendedores y emprendedoras con 500 unidades productivas (negocios familiares) en gran parte de alojamiento y alimentación.

EMPREDIMIENTOS DE TURISMO COMUNITARIO

Zona	Regiones	Nº	Emprendimientos
Norte	Amazonas	05	Cocachimba / San Pablo / Leymebamba / Kuelap / Cuispes
	Cajamarca	02	Granja Porcon / Laguna San Nicolás
	Loreto	02	Rumbo al Dorado (Pacaya Samiria) / Alpahuayo Mishana
	Lambayeque	02	Chaparri – Bosque de Pomac
	La Libertad	01	Bosque El Cañoncillo

⁹ Lineamientos para el Desarrollo del Turismo Comunitario en el Perú, RM N°402-2019-MINCETUR.

Zona	Regiones	Nº	Emprendimientos
	Piura	01	El Ñuro
	San Martín	05	Palestina / Tingana / Sta. Elena / Bosque de las Nuaws / Chazuta
Centro	Ancash	05	Vicos / Huamacchuco / Unidos Venceremos / Acopalca / Llamatrekk
	Lima	05	Vilca / Laraos / Tanta / Lomas de Lúcumo / Lomas del Paraíso
Sur	Arequipa	05	Sibayo / Coporaque / Yanque / Pinchollo / Tuti
	Cusco	21	Umasbamba / Misminay / Maras / Huilloc / Patacancha / Chichubamba / Janac Chuquibamba / Huayllafara / Chumpe / Huchuyqosqo / Cuyo Chico / Amaru / Parque de la Papa / Patabamba / Ccaccacollo / Ocongate / Cuyuni / Ausangate / Raqchi / Chari / Chacan
	Puno	12	Taquile / Amantani / Atuncolla / Ccotos Ticonada / Paramis / Chifron / Escallani / Llachon / Luquina / Uros Chulluni / Uros Titino
	Madre de Dios	02	Posada Amazonas (CCNN Infierno) / Corredor Tambopata
	13 regiones	68	

La crisis generada por el COVID-19 ha afectado a la actividad turística y los emprendimientos de turismo comunitario no han sido ajenos a ello, siendo el impacto económico la pérdida en el 2021 de aproximadamente 430 mil visitantes, dejando un saldo de aproximadamente 7 millones de ingresos.

La Estrategia de Turismo Comunitario dentro de la Reactivación Turística ha establecido como objetivo al 2025 contar con 15 productos de Turismo Comunitario a nivel nacional, mediante la mejora de la calidad, experiencia y bioseguridad, convirtiéndolos en una alternativa de viaje sostenible, tanto para el turismo interno como receptivo, lo que permitirá diversificar la oferta turística nacional, posicionando al Perú como un destino de experiencias, generando a su vez la mejora de la calidad de vida de las poblaciones involucradas.

Para lograrlo, en el año 2021 se brindó asistencia técnica a 43 emprendimientos y más de 250 unidades productivas (establecimientos de alojamiento y alimentación). a fin de “garantizar la Bioseguridad en los servicios de los principales emprendimientos de Turismo Comunitario a nivel nacional” en las regiones de Amazonas, San Martín, Ancash, Puno, Cusco y Arequipa en el marco de la reactivación turística, a fin de contar con una oferta de calidad, experiencial y con bioseguridad, convirtiéndolos en una alternativa de viaje sostenible, tanto para el turismo interno como receptivo, estas acciones permitirán consolidar su oferta turística nacional, posicionando al Perú como un destino de experiencias, generando a su vez la mejora de la calidad de vida de las poblaciones involucradas.

En ese sentido, se han realizado las siguientes acciones:

- ➔ Implementación del Proceso de Bioseguridad para Emprendimientos de Turismo.
- ➔ Asistencia técnica en Elaboración de sus Planes de Vigilancia.
- ➔ Diseño de la Señalética en Bioseguridad para Emprendimientos de Turismo Comunitario.

En esa línea y a fin de lograr emprendimientos de turismo comunitario fortalecidos y articulados mediante la difusión del producto turístico al mercado, se plantea gestionar las siguientes actividades para el período 2022-2025:

- ➔ Registro Nacional de Emprendimientos de Turismo Comunitario.
- ➔ Proceso de Reconocimiento a Emprendimiento de Turismo Comunitario.
- ➔ Marco Legal a nivel de Proyecto de Ley para el Desarrollo del Turismo Comunitario en el Perú.
- ➔ Gestión de los emprendimientos de Turismo Comunitario mediante la asistencia técnica en el desarrollo de sus planes de negocio orientados al nuevo visitante pos-pandemia.
- ➔ Fortalecimiento de la gestión comercial de los principales emprendimientos de Turismo Comunitario.
- ➔ Fortalecimiento de las técnicas de interpretación del patrimonio, a través de guiones interpretativos que involucren al visitante y mejore su experiencia de viaje.





5.4. Objetivo Específico 4: FORTALECER LA PROMOCIÓN Y POSICIONAMIENTO DE LA OFERTA TURÍSTICA A PARTIR DE ATRIBUTOS DE CALIDAD, SOSTENIBILIDAD Y BIOSEGURIDAD

5.4.1. Línea de acción 1: MEJORAR EL POSICIONAMIENTO DEL DESTINO PAÍS

A. Posicionar la gastronomía peruana

El turismo gastronómico se plantea como una interesante apuesta y un gran reto para consolidar la oferta turística de nuestro país. La gestión de la imagen del Perú como un destino de turismo gastronómico de primer nivel es positiva y nos ha permitido obtener reconocimientos de trascendencia internacional.

En 2005 se lanzó por primera vez la marca “Perú, Mucho Gusto”, como slogan para la participación del Perú en la feria Madrid Fusión. Este fue el punto de partida del crecimiento gastronómico que se inició en el extranjero, y que años más tarde pasó a consolidarse a nivel interno, mediante la generación de las ferias nacionales que hasta el momento llevan el mismo nombre. Asimismo, nuestro país ha sido reconocido 9 veces desde el 2012 como el Mejor Destino Culinario del Mundo, por el World Travel Awards.

Durante el 2019, el 11 % de los vacacionistas que ingresaron por el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez tuvieron entre sus principales motivaciones para visitar nuestro país el probar la gastronomía peruana según el Perfil del Turista Extranjero 2019.

En el marco de la actual coyuntura sanitaria, el gobierno peruano viene tomando diversas medidas para la reactivación económica en general y la recuperación del Sector Turismo en particular. Es así como, atendiendo a la política de diversificación de la oferta turística nacional a nivel de destinos, productos y servicios, se considera estratégico y necesario priorizar la atención hacia los mercados asociados al turismo gastronómico, como una forma de extender el posicionamiento del país hacia segmentos que aporten a la recuperación de turismo y la gastronomía a nivel local, regional y nacional.

Al respecto, la Dirección de Promoción del Turismo de PROMPERÚ, ha elaborado la Estrategia Nacional de Promoción del Turismo Gastronómico en el marco de la nueva estrategia de reactivación del Sector Turismo para el período 2022-2025, con el objetivo de posicionar al Perú como Destino de Turismo Gastronómico consolidado, construido a partir de la identidad gastronómica de cada una de sus regiones.

En ese sentido, se busca incrementar el flujo de visitantes culturales (nacionales e internacionales) que tienen dentro de sus motivaciones de viaje la gastronomía, para ello se priorizará la promoción de experiencias y productos turísticos basados en nuestra cultura gastronómica.

Asimismo, se busca impulsar la experiencia turística considerando nuestra megadiversidad; así como en la cadena de valor de nuestros insumos nativos y cocinas regionales a través de la promoción de unidades empresariales vinculadas al rubro gastronómico (picanterías, chicherías, bodegas de Pisco, haciendas cafetaleras, haciendas cacaoteras, fábricas de chocolate, entre otros) y de esta manera, contribuir con la conservación y uso sostenible de nuestro patrimonio alimentario.

La revalorización e inclusión social de las comunidades productoras es una prioridad en el marco de esta estrategia de promoción del turismo gastronómico, que contribuirá a convertir a la gastronomía en un instrumento para revalorar los productos agropecuarios e hidrobiológicos emblemáticos del Perú y favorecerá un desarrollo sostenible e inclusivo en el marco de la consecución de los Objetivos de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. En ese sentido, se propiciará la generación de alianzas estratégicas orientadas al posicionamiento del país como destino líder en turismo gastronómico.

Se busca a su vez, promover la gastronomía como mecanismo de revaloración de la cultura nacional, en ese sentido se ejecutarán acciones orientadas a fortalecer el orgullo y la identidad en torno a nuestros insumos locales y el legado ancestral de nuestras cocinas regionales con miras a fomentar el flujo turístico nacional motivado por la gastronomía.

En ese marco, para el presente año se tiene previsto implementar las siguientes actividades:

TRANSVERSALES

- ➔ **Generación de contenido gastronómico en plataformas y redes sociales**, asociado a Días Nacionales de nuestros productos bandera y días vinculados a la gastronomía.

Gastronomía
Chicharrón de chancho



TURISMO RECEPTIVO

- ➔ **Participación en la Campaña “World Travel Awards”** para postular a Perú como Mejor destino culinario de Sudamérica 2022 y Mejor destino culinario a nivel mundial 2022.
- ➔ **Ejecución de la Campaña “Peru Week Argentina”** con cobertura en Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe, donde se promocionará la gastronomía peruana y los destinos turísticos del país.
- ➔ **Generación de contenido gastronómico para el consumidor final del Mercado Anglosajón:** se desarrollarán campañas orientadas a promover la gastronomía, con posteos y pauta en redes sociales de Instagram y Facebook. Asimismo, se crearán artículos mensuales enfocados en gastronomía, que se alojarán en la plataforma Your Perfect Perú.
- ➔ **Programa de e-learning:** se desarrollarán módulos enfocados en gastronomía para agentes de viaje de USA, Canadá, UK, España, Alemania, Francia, Italia y Holanda
- ➔ **Viaje de prensa virtual en Canadá,** donde se incluirá los segmentos cultura y gastronomía.
- ➔ **Primer Encuentro y Rueda de Negocios Internacional para la preservación y difusión de las cocinas regionales y el turismo,** con el objetivo de impulsar la comercialización de Perú como Destino de Turismo Gastronómico; difundir el patrimonio cultural gastronómico del Perú como movilizador del flujo turístico nacional e internacional y poner en valor las cocinas regionales de los países andinos y su legado culinario.
- ➔ **Participación en la Campaña “World Food Travel Day”,** usando el hashtag oficial de la campaña y compartiendo historias y publicaciones con contenido gastronómico.

TURISMO INTERNO

- ➔ **Feria Perú Mucho Gusto Piura:** Feria Gastronómica dirigida al público final con el objetivo de impulsar el turismo interno de rutas cortas y fronterizo, desestacionalizando la demanda y diversificando la oferta
- ➔ **Feria Perú Mucho Gusto en Ruta:** Feria dirigida a público final en un formato renovado e itinerante en las Regiones Arequipa y Moquegua.
- ➔ **Desarrollo de Contenido Gastronómico en plataforma YTQP:** Se desarrollarán contenidos gastronómicos en la sección ‘experiencias’ y ‘blog viajero’ con la finalidad de incentivar el flujo de turistas.

- **Viajes de Prensa** a Ayacucho, Cusco, Tacna, Madre de Dios, Apurímac, Arequipa, Piura, Loreto, Amazonas, Ica, Lima, Huancavelica, Junín y Ucayali; en donde además de promover los diversos atractivos turísticos de cada destino, se promoverá la gastronomía del lugar, valorando sus usos y costumbres.
- **Workshop Cajamarca:** Espacio comercial donde se expondrá la oferta turística - gastronómica en torno al producto del café, el cual la región ha venido desarrollando a través de la Ruta del Café en Jaén y San Ignacio.
- **Guía Perú Muchos Gusto - Tacna:** Actualización de la guía desarrollada en el año 2018 con la finalidad de impulsar la repetición de viaje del turista chileno.
- **Planes de Promoción de Turismo Gastronómico** para las regiones Huánuco, Apurímac, Junín, Ayacucho, Cajamarca y Lima: se busca dotar de una herramienta de promoción y gestión de turismo gastronómico a regiones priorizadas.
- **Otorgamiento de la Marca País a Chicherías y Picanterías** de las Regiones Tumbes, Piura, Lambayeque, La Libertad, Arequipa y Cusco. Con ello, se busca reconocer y posicionar experiencias y productos turísticos basados en las cocinas regionales, revalorando el patrimonio inmaterial, las costumbres y la tradición culinaria.

B. Fortalecer el posicionamiento de la Marca Perú

La marca Perú tiene como objetivo principal posicionar a nuestro país a nivel mundial, contribuyendo al conocimiento de este, mediante una identidad única, relevante y consistente; buscando construir un Perú con un alto valor percibido en las audiencias clave en el largo plazo, vinculando al sector privado y público. La decisión de crear una marca país y su proceso de gestación fue el resultado del crecimiento económico que el Perú experimentó por ello, a partir del 2009, PROMPERÚ lideró el proyecto de desarrollar la Marca Perú y fue lanzada oficialmente el 10 de marzo del 2011.

Desde el año de su lanzamiento, la marca Perú ha realizado acciones de comunicación y marketing en distintos mercados y ámbitos, respondiendo a los cambios de las audiencias y mercados; los cuales han contribuido a su sólido posicionamiento. Sin embargo, las marcas país no han sido ajenas a la coyuntura actual, marcando un antes y un después, siendo relevante evaluar la situación actual de la Marca Perú, las tendencias, las audiencias, la competencia para poder potenciar los ejes de comunicación en las acciones de promoción a nivel nacional e internacional.



El artículo 19 del Reglamento De Organización y Funciones (ROF) de Promperú indica que la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País “Es el órgano de asesoría responsable de proponer estrategias de marketing para las actividades de promoción que realizan los órganos y unidades orgánicas de línea, y de asesorar en el uso y la difusión de la Marca País y las marcas sectoriales en dichas actividades, de manera que contribuyan al fortalecimiento de la imagen país, así como de supervisar su implementación y evaluar sus resultados”.

En el sentido de fortalecer la imagen país tal como lo indica el artículo 19, es de interés de la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País (OEIM) socializar el conocimiento especializado en creación y construcción de marcas, en base a la experiencia en el desarrollo de la marca país Perú, las acciones de promoción, los programas y la gestión que se realizan desde su lanzamiento, que la ha convertido en marca paraguas y a su vez ser referente a nivel regional, lo que permite brindar asesoría técnica a los Gobiernos Regionales de acuerdo lo soliciten.

Asimismo, La OEIM es una oficina que recibe las solicitudes de desarrollo de marca de los Gobiernos Regionales, Gobiernos Locales a través de los órganos de línea, para programar reuniones virtuales/presenciales, y así atender el requerimiento, apoyando en orientar la efectividad del proyecto. Asimismo, como parte de la asesoría, se comparte material desarrollado por la Oficina de Estrategias de Imagen y Marca País y se descentraliza la información; de tal manera que se empodere a los Gobiernos regionales en liderar sus proyectos de desarrollo de marcas regionales, tomando en cuenta que son los que conocen las necesidades de su región y está dentro del ámbito de su competencia, considerando que cuentan con el presupuesto para el desarrollo y gestión de estas.

Con la finalidad de estandarizar la información y atender a las regiones eficientemente; se les presenta la Guía para la conceptualización y creación de marcas regionales, material elaborado por el equipo de Gestión de marca para la socialización del conocimiento sobre la creación de una marca para su región; asimismo de ser de interés de los Gobiernos Regionales en profundizar y darle sostenibilidad en el proyecto, este documento complementado por la gestión y comunicación a sus audiencias, denominado Manual para la conceptualización y creación de marcas regionales y marca ciudad.

A la fecha, se ha realizado: (i) la revisión y análisis del material de comunicación, estudios y rankings de últimos años (pre pandemia, cuarentena y post cuarentena), (ii) revisión y análisis de datos de los medios digitales (social listening), (iii) análisis de la competencia (marcas país), revisión y análisis de las audiencias y (iv) planeamiento estratégico: elaboración de FODA de la marca Perú, análisis estratégico, evaluación de estrategias (impacto vs esfuerzo) y planificación estratégica de propuestas de acciones.

En ese sentido, se desarrolló y presentó un documento técnico de la situación actual, nueva coyuntura y desafíos de la Marca Perú, que concluyó con la necesidad de elaborar los

lineamientos estratégicos de comunicación para la marca Perú al 2026. Con esa necesidad identificada, se elaboró el término de referencia para el servicio que responde a ese requerimiento.

Actualmente, la Marca Perú cuenta con el Programa de Licenciarios de la marca Perú y las Marcas sectoriales, el cual busca difundir lo mejor del Perú al mundo a través de la marca país y las marcas sectoriales desarrolladas como son Alpaca del Perú, Cafés del Perú, Cafés del Perú Especialidades Únicas, Coffees From Peru Unique Specialties, *P Spirit of Peru y Super Foods Peru. Por lo cual se licencian las marcas sectoriales mencionadas. En este nuevo reglamento regulado por la Resolución de Gerencia General N° 116-2019-PROMPERÚ/GG, se incorpora por primera vez la licencia de marcas sectoriales.

Para lograr que las empresas lleven la marca Perú y las marcas sectoriales de manera autorizada y correcta:

- ➔ Se desarrolla material orientado a cada audiencia y por cada marca sectorial. Instructivos, tutoriales, mailings, post.
- ➔ Difusión del Programa de manera orgánica en las redes de marca Perú y Promperú.
- ➔ Se organizan reuniones de difusión del Programa con los gremios empresariales y se difunde el programa entre sus agremiados.
- ➔ Se organizan reuniones de difusión del Programa a las empresas con potencial exportador.
- ➔ Se articulan capacitaciones a las empresas cartera de la Dirección de Exportaciones de Promperú
- ➔ Se asesora a usuarios interesados y se brinda información específica sobre las marcas a solicitar.

Por otro lado, al contar con este nuevo reglamento; se trabajó en la optimización y actualización de la plataforma digital www.peru.info; siendo esta rediseñada e implementada a disposición de las empresas, brindando una plataforma de fácil acceso, intuitiva, amigable y centrada en el usuario. Además, se integró data de otros sistemas de información institucionales, que mejoran los tiempos de respuesta en favor de los solicitantes. A raíz de las últimas modificaciones del Reglamento durante el 2021 y las distintas incidencias que se presentaron en la plataforma durante el 2020, es que en mayo del 2021 se inicia el desarrollo de una nueva plataforma que refleje todas las modificatorias del reglamento y que la plataforma online sea amigable para los usuarios finales

La Marca Perú es una herramienta de promoción, por lo tanto; es importante que esté protegida a nivel nacional y en mercados internacionales. En esa línea, se han realizado las siguientes actividades:

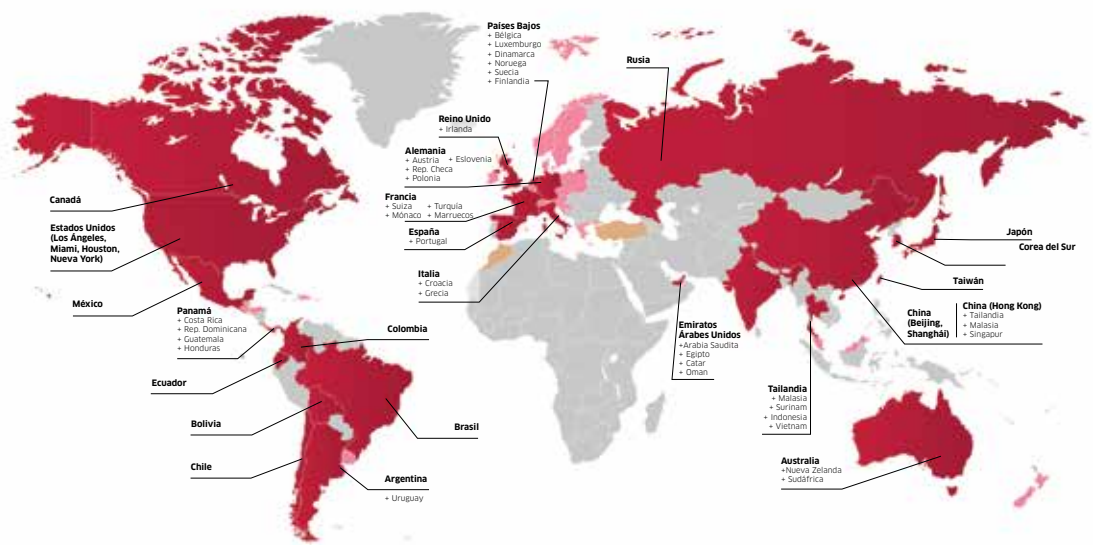
- ➔ En el 2021 se solicitó la renovación del registro de la marca Perú por 10 años en Indecopi, la cual está vigente hasta mayo de 2031.
- ➔ En el 2021 se aprobó la Decisión 876 “Régimen Común sobre Marca País” que establece un régimen común de protección de las marcas país entre los Países Miembros de la Comunidad Andina, teniendo como punto a resaltar, es que bastará con una comunicación de la autoridad nacional competente del País Miembro interesado a la autoridad nacional competente del otro País Miembro donde se requiera proteger la marca país, asimismo este procedimiento busca dar celeridad en los trámites y reducir costos. En ese sentido, con las comunicaciones realizadas a los países de la CAN, se ha logrado la protección de la marca Perú de forma indefinida.
- ➔ Es importante resaltar que actualmente la marca Perú se encuentra registrada en las clases 25, 29, 30, 31, 33, 35, 39, 41, 42 y 43 de la Clasificación Internacional de Productos y Servicios – Clasificación NIZA en los siguientes países: Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Ecuador, México, Comunidad Europea (Alemania, Austria, Bélgica, Bulgaria, Chipre, Croacia, Dinamarca, Eslovaquia, Eslovenia, España, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Irlanda, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Países Bajos, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa, Rumanía y Suecia), Chile, Australia, Paraguay, Uruguay y China.
- ➔ Asimismo, se ha protegido la marca Perú como signo oficial de acuerdo con el artículo 6to del Convenio de París, con ello, todos los países adscritos a dicho Convenio tienen a la Marca Perú protegida. Sin embargo, Estados Unidos, se opuso a esta protección ya que consideró que el signo fue solicitado por una entidad gubernamental y no por el Estado Peruano, y que el signo se asemejaba a un uso comercial.

C. Fortalecer las Oficinas Comerciales en el Exterior

El Perú cuenta con 30 OCEX en mercados de responsabilidad a los que se agregan otras 23 economías por ámbitos de acción que también requieren atención para la promoción del turismo o recojo de información de inteligencia para una buena toma de decisiones del canal comercial, sobre todo en el actual contexto de reactivación. Para la promoción del Turismo se cuenta con una matriz que prioriza la atracción de visitantes desde 19 mercados de interés.

Dirección de Oficinas Comerciales de Perú en el Exterior

Redimensionamiento y optimización



● Oficina Comercial de Perú en el Exterior ● Ámbito de acción ● Área de influencia

26

países OCEX

30

OCEX

22

CEC's

23

ámbitos de acción

05

OCEX redimensionadas

11

áreas de influencia

02

OCEX vacantes

En ese sentido, las OCEX tienen contacto permanente con el canal comercial en sus mercados de asignación, brindando información sobre las principales rutas turísticas que presenta el Perú

El trabajo de las OCEX está enfocado al relacionamiento de empresas haciendo énfasis en sus necesidades comerciales, por lo que éstas se vinculan con el canal comercial en destino de los cuales obtienen información de valor para la generación de alianzas estratégicas, promoción comercial, campañas, etc.

Desde las OCEX, se han realizado reuniones de coordinación sobre el particular con la Dirección de Promoción del Turismo de Promperú. Se han brindado seminarios y capacitaciones a los responsables del canal comercial en destino. Con relación al fortalecimiento de los eventos, el principal evento del Sector es el Peru Travel Mart (PTM), el mismo que se complementa con una mayor agenda de empresas a nivel individual y conjunto en ruedas de negocios presenciales y virtuales. Cabe mencionar que, las OCEX reportan a la Dirección de Turismo el estado situacional de las economías, análisis de catálogos del canal comercial, entre otros.

Como parte de las acciones, se plantea revisar la segmentación de mercados para las diferentes actividades de promoción del Sector Turismo; así como, realizar acciones de difusión del destino Perú en el canal comercial de los mercados de las OCEX e intensificar el relacionamiento de empresas peruanas y canal comercial de los mercados OCEX. Asimismo, es importante la sistematización de información del mercado turístico emisor en las economías OCEX.

Por otro lado, teniendo en cuenta que existen muchas organizaciones que tienen reuniones anuales en distintas sedes, se continuará con la identificación de eventos RICE (Reuniones, Incentivos, Conferencias y Exhibiciones) para su realización en el Perú.

5.4.2. Línea de acción 2: FORTALECER LA PROMOCIÓN DE TURISMO INTERNO

A. Fortalecer el posicionamiento de la plataforma 'Y TÚ QUÉ PLANES' a través de campañas publicitarias que incentiven el turismo interno

'Y TÚ QUÉ PLANES', se creó en el año 2012 con el propósito de incentivar una cultura de viaje entre los peruanos, a través de una plataforma web que ponía a disposición del viajero ofertas de viajes provistas por las agencias de viajes y establecimientos de hospedaje a nivel

nacional, con precios accesibles, servicios seguros y formales, los 365 días del año a nivel nacional. En el año 2018, se decide replantear la estrategia y renovar a 'Y TÚ QUÉ PLANES' a través de una campaña de rebranding denominada 'Lo bueno de viajar', cuyo principal propósito es estimular el deseo de viajar, bajo una perspectiva asociada a las experiencias y beneficios del viaje.

Durante los años 2020 y 2021, producto de la pandemia, se lanzó la campaña publicitaria 'Volver a viajar' con la finalidad de contribuir a la reactivación del sector, logrando un alcance de más de 6 millones de personas, más de 3.6 millones de visitas a la web y con una participación de más de 400 empresas mypimes regionales, logrando publicar más de 650 paquetes turísticos en 'Y TÚ QUÉ PLANES'.

La campaña 'Volver a viajar' se dividió en 4 etapas, cumpliendo las etapas siguientes:

- ➔ **Etapla 0:** Informar sobre medidas sanitarias
- ➔ **Etapla 1:** Sensibilizar sobre la importancia del sector de viaje
- ➔ **Etapla 2:** Fomentar los viajes rutas cortas
- ➔ **Etapla 3:** Incentivar los viajes nacionales.

Para el año 2022, se tiene previsto ejecutar una campaña de publicidad a nivel nacional que tendrá como objetivos, incentivar los viajes a las 25 regiones del país según temporalidad desde los principales mercados emisores a nivel nacional, impulsar los viajes de cercanías (rutas cortas) de manera sostenida en las 25 regiones y posicionar a la marca Y tú qué planes como un referente de viajes y vacaciones. La campaña publicitaria se denominará 'Siente lo bueno de viajar'. El mensaje resaltarán las sensaciones, vivencias, emociones y aprendizajes que se encuentran viajando en el contexto de turismo post pandemia y se reforzará la importancia de los viajes responsables alineados con la coyuntura, las medidas de bioseguridad y el cuidado del medio ambiente. Asimismo, de manera complementaria, se desarrollarán campañas tácticas bajo un enfoque de experiencias en turismo comunitario, naturaleza, aventura y rutas cortas.

Actualmente la web 'Y TÚ QUÉ PLANES' busca diversificar y descentralizar el turismo y sus beneficios, promoviendo destinos fuera de sus temporadas altas y destinos no tradicionales, construyendo una cultura de viaje que permita el incremento progresivo de los viajes por turismo interno de manera sostenida y descentralizada; considerando el viaje como una actividad priorizada a realizar dentro del uso del tiempo libre e impulsando la comercialización de los destinos a través de empresas formales que brinden garantía y seguridad.

B. Impulsar el viaje de cercanías en el marco de los feriados largos para incentivar los viajes intrarregionales

Como parte de las herramientas para impulsar los viajes de cercanías, en el año 2019 se creó el aplicativo móvil 'Y Tú Qué Planes Rutas Cortas', una herramienta que brinda información sobre opciones de rutas cercanas a la residencia de los usuarios, a partir de georreferenciación, permitiendo además a los usuarios compartir recomendaciones, comentarios y fotografías de las rutas visitadas.

Actualmente, se cuenta con información de viajes de Rutas Cortas de las 24 regiones del país, 869 atractivos turísticos desplegados en 145 rutas cortas a nivel nacional (34 rutas y 245 atractivos del norte, 55 rutas y 285 atractivos del centro, 56 rutas y 339 atractivos del sur), trabajo en el cual han participado los actores regionales y locales. De manera complementaria, se realizan actividades de promoción en diversos espacios de alto flujo, tales como peajes, parques, entre otros, con motivo de fomentar los viajes cercanos y el uso del aplicativo móvil.

Se buscará comunicar de manera sostenida sobre los destinos turísticos para viajes de fin de semana y/o feriados largos, así como brindar información turística de forma ágil, fomentando un viaje seguro. Del mismo modo, se realizarán mejoras en la plataforma para lograr una mayor funcionalidad de cara al usuario, permitiéndole flexibilidad en la construcción de itinerarios de viaje, con adecuada información sobre costos, tiempos, prestadores de servicios turísticos, alternativas de sitios turísticos a visitar, etc.



C. Visibilizar los atractivos y destinos turísticos regionales para fomentar el interés del público final

Se busca generar cobertura mediática que permita visibilizar los productos, destinos y atractivos turísticos de las diferentes regiones del país, a través de la participación de medios de comunicación de alcance regional y nacional. El objetivo es poner en vitrina la oferta turística actualizada de las regiones a nivel nacional, así como posicionar la imagen de cada destino.

D. Fortalecer el trabajo de promoción de las regiones a través de mecanismos de apoyo que coadyuven en la reactivación del sector turístico nacional

PROMPERÚ en el marco de sus competencias, ha establecido diversos mecanismos de apoyo para impulsar los viajes a las regiones, a través del trabajo articulado con el sector público y privado, para quienes presenten propuestas de promoción que tengan dentro de sus objetivos incrementar la movilización y el flujo de viajes nacionales, difundir y promover los destinos turísticos, brindar exposición a empresas del sector, entre otros. En este sentido, PROMPERÚ pone a disposición las herramientas a continuación:

- ➔ Directiva N° 001-2019-PROMPERÚ/DC, que establece los lineamientos para el otorgamiento de apoyo a terceros que realicen actividades que representen un retorno promocional que contribuya al logro de los objetivos estratégicos de la institución. Se realiza a través de un módulo virtual y requiere de evaluación.
- ➔ Directiva N° 013-2020-PROMPERÚ/GG/OAJ, que establece los lineamientos para la formulación, suscripción, ejecución y evaluación de convenios de colaboración interinstitucional con el objetivo de apoyar y desarrollar actividades de interés común para el logro de los objetivos de ambas partes. En el año 2021 se suscribieron 3 convenios de colaboración con las siguientes instituciones: Sociedad de Hoteles del Perú, la Cámara Nacional de Turismo, SERNANP y la empresa Nestlé.
- ➔ Directiva N° 003-2019-PROMPERÚ/DT, que establece los lineamientos para realizar alianzas estratégicas de publicidad para promover el turismo interno. Estas acciones de publicidad cofinanciada con empresas del sector turismo permite impulsar la comercialización e incentivo al viaje; a fin de incrementar el flujo de viajes nacionales mediante potentes ofertas (de precio).

En el año 2021 se ejecutaron alianzas con las líneas aéreas LATAM Airlines, SKY Airline y Viva Air quienes incentivaron los viajes a nivel nacional a precios promocionales. Se ejecutaron campañas de publicidad cofinanciadas principalmente en medios digitales, con el objetivo de incrementar el número de pasajeros las rutas generadas.

Para agilizar los mecanismos de apoyo de PROMPERÚ, se buscará implementar una ventanilla abierta, es decir, una modalidad para la presentación de propuestas que permitirá tener un período más amplio a comparación de un proceso de convocatoria. Lo que hará más flexible la aprobación de alianzas y la ejecución de estas.

E. Fomentar la comercialización del empresariado regional a nivel nacional, así como la articulación con los gremios regionales y nacionales

Los espacios de comercialización representan una oportunidad para poner en vitrina la oferta turística nacional de las 25 regiones del país en los principales mercados emisores, con miras a lograr la reactivación de las economías regionales. Permiten brindar información actualizada y comercializar los destinos y servicios turísticos que han implementado los protocolos en el marco de la coyuntura sanitaria, tanto al público profesional como público final. Se continuará trabajando de manera articulada con los principales actores gremiales regionales y nacionales, en eventos ya posicionados como AVIT en Arequipa, Muchik en la Libertad, así como el Workshop APAVIT y la Feria Turismo Perú con CANATUR, en la ciudad de Lima.

Se plantea acercar la oferta turística de las regiones del país, lograr acuerdos para abrir oportunidades de compra y/o venta de los destinos, así como acercar la oferta al público final, impulsar el turismo interno de rutas cortas, fronterizo y descentralizado de la oferta teniendo como motivador de viaje a la gastronomía regional, espacios en los que se expondrán las cocinas regionales, los usos, costumbres e insumos de la gastronomía regional. Para ello se realizarán 02 ferias gastronómicas Perú Mucho Gusto en el mes de septiembre en Arequipa y Moquegua, y un Perú Mucho Gusto en Piura en el mes de noviembre.

F. Impulsar la comercialización de la oferta turística regional en el canal comercial, así como fomentar la compra de paquetes desde el consumidor final a través de plataformas de comercialización de manera descentralizada.

Con el objeto de incentivar la reactivación del sector turístico, en el marco de la coyuntura sanitaria, se realizará una Feria Nacional para impulsar los viajes de turismo vacacional,

bajo el paraguas de la campaña para el turismo nacional “Y TÚ QUÉ PLANES”, que buscará impulsar la cultura de viaje en los peruanos, y en este contexto, de manera responsable, tomando en cuenta los protocolos de bioseguridad y seguridad requeridos en la experiencia de viaje.

La descentralización se logrará a través de la ejecución de 03 ferias macrorregionales que se realizarán en el norte (Loreto), en el centro (Junín) y en el sur (Cusco), y qué, buscará brindar un espacio a los empresarios regionales para la exposición de la oferta turística al público final y sus pares comerciales, generando así, espacio para la comercialización y la negociación.

G. Impulsar el conocimiento de la oferta turística regional en el canal comercial

Con el objeto de brindar conocimiento a la cadena comercial, respecto a la oferta regional orientada a experiencias de turismo comunitario, cultura, aventura, naturaleza, gastronomía, bienestar y sol y playa dirigidos a familias, parejas o amigos, tomando en cuenta los destinos con sello Safe Travels y atractivos habilitados, se desarrollarán viajes de familiarización. Cabe indicar que, estas actividades tomaron mayor importancia debido a la coyuntura sanitaria, no obstante, se considera que conforme vaya disminuyendo el impacto de la pandemia, la cantidad de las actividades presenciales volverán a tomar relevancia.

H. Promover y difundir la plataforma "Artesanías del Perú"

Desde el MINCETUR se desarrolló el diseño e implementación de la Plataforma Comercial “Artesanías del Perú”, la cual se encuentra estructurada y programada para albergar 3 componentes (Directorio Virtual, Eventos comerciales y Exposiciones). A la fecha, el Directorio Virtual es el único componente que se encuentra implementado y en funcionamiento.

En ese sentido, se gestionaron recursos por USD \$ 62,017.82 para implementar el proyecto denominado: Fortalecimiento de la Plataforma Comercial “Artesanías del Perú”, gracias al Programa Iberartesanías. Esta plataforma busca promover el posicionamiento de la artesanía a nivel nacional e internacional, así como incentivar la compra y el consumo informado de productos artesanales.

El proyecto pretende contar con al menos 1,500 artesanos articulados al mercado a través de la Plataforma Comercial “Artesanías del Perú” (entre artesanos, asociaciones de artesanos y/o empresas de la actividad artesanal), en un plazo de hasta 12 meses.

5.4.3. Línea de acción 3: FORTALECER LA PROMOCIÓN DE TURISMO RECEPTIVO

A. Fomentar la participación en eventos internacionales de promoción y comercialización del destino Perú con la cadena comercial internacional

Entre las herramientas con las que se cuenta para fortalecer la promoción y la comercialización del destino Perú con la cadena comercial internacional están la participación en ferias y en ruedas de negociación. Estas herramientas permiten mostrar la oferta turística peruana a la cadena comercial (tour operación, redes de comercialización) y actúan como plataformas para la venta del destino además de impulsar la diversificación de la oferta. Ambas herramientas pueden llevarse a cabo de manera presencial, virtual o híbrida. PROMPERÚ participa en las ferias internacionales de turismo más importantes del mundo como son la ITB, la WTM y FITUR además de otras regionales como ANATO y WTMLA; y especializadas.

Las ruedas de negociación son espacios comerciales que permiten el encuentro de empresarios del sector turismo peruano con sus pares en los mercados internacionales. Estas reuniones tienen como objetivo acercar la oferta turística y lograr acuerdos para la venta de sus productos y servicios entre los operadores peruanos y sus pares extranjeros. Considerando la importancia de estas herramientas para la promoción y venta del destino se plantea extender su aplicación.

B. Posicionar el destino Perú para atraer flujo y gasto de turistas

La campaña de publicidad es una de las principales estrategias dentro del Plan Estratégico de Turismo Receptivo, con los objetivos de generar demanda en mercados de corta distancia que se vean beneficiados con las alianzas estratégicas con líneas aéreas, así como generar recordación en los turistas potenciales de nuestros principales mercados de interés por la conectividad aérea y la posibilidad de repetición de viaje (Latinoamérica).

La campaña “Despierta en Perú” se lanzó en mayo del 2021, teniendo como foco los países de Estados Unidos y México; en una segunda etapa, se desarrolló en Chile, Colombia, Brasil, Ecuador, México, Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, España, y Francia. Se estima que la misma tuvo un alcance acumulado de 66.8 millones de personas, acercando información de destinos como Arequipa, Cusco, Loreto, Madre de Dios, Puno, Lima e Ica a través de pauta publicitaria que aterrizó en la página web www.despiertaenperu.com, la misma que contempló la promoción de paquetes de viaje a diferentes regiones.

Cusco
Festival del Inti Raymi en la fortaleza de Sacsayhuamán



La nueva campaña se llama “Start your adventure in Peru” / “Comienza tu aventura en Perú”. La fecha prevista de inicio es el segundo semestre del 2022 y tiene como objetivos afianzar la imagen de Perú como un destino atractivo para el turismo, mostrar la diversidad de experiencias turísticas que tiene el Perú y comunicar a las audiencias clave que Perú es un destino seguro. Los mercados considerados son Estados Unidos, España, Chile, Colombia y México, así como contar con la Campaña “Cruza la Frontera” para los mercados de Ecuador y Chile enfocándose en el turista internacional fronterizo. Se ha estimado un alcance de 34 millones de personas.

C. Generar oportunidades conjuntas en los mercados de interés en beneficio del sector turismo a través de las alianzas estratégicas para realizar campañas de publicidad y/o actividades complementarias cofinanciadas en el exterior

A fin de contribuir efectivamente al crecimiento sostenido y descentralizado de las divisas generadas por turismo y el flujo de turistas extranjeros, PROMPERÚ realiza campañas de publicidad conjunta en el exterior y actividades complementarias para impulsar la promoción y/o comercialización del destino turístico Perú, con empresas prestadoras de servicios turísticos y aerolíneas internacionales de los mercados emisores priorizados, mediante la celebración de alianzas estratégicas y/o tácticas, las cuales constituyen un instrumento importante para la promoción conjunta del turismo receptivo.

La pandemia COVID-19 obligó a los gobiernos a nivel mundial a tomar medidas drásticas para evitar la propagación del virus. En ese sentido, se cerraron fronteras, se limitó el libre tránsito y movilización de los ciudadanos, entre otras medidas que impactaron directamente en la industria del turismo. Por tal motivo, las alianzas estratégicas se enfocaron principalmente en impulsar la recuperación de la conectividad desde Latinoamérica y Estados Unidos priorizando vuelos con una duración menor a 8 horas.

En efecto, en 2021 se logró concretar 3 campañas de publicidad conjunta con la aerolínea LATAM Airlines para la promoción del Perú en los mercados emisores de Chile, Ecuador y Estados Unidos y 2 campañas de publicidad conjunta con SKY Airline para los mercados emisores de Argentina y Chile, en los que se realizó la promoción del destino impulsando la movilización de más de 83 mil pasajeros internacionales al Perú, así como más de 270 millones de impactos publicitarios. Asimismo, cabe mencionar que las campañas con la aerolínea SKY Airline culminaron en enero de 2022.

Del mismo modo, en 2022 se tiene previsto lanzar un nuevo proceso de selección de aliados Estratégicos dirigido a aerolíneas internacionales, a fin de continuar coadyuvando en la recuperación de los viajes internacionales y las divisas generadas para el sector turismo. Al respecto, el objetivo es impulsar la promoción y/o comercialización del destino turístico Perú, a través de la celebración de Alianzas Estratégicas para la realización de campañas de publicidad conjunta, que incluya un “call to action” (llamada a la acción), con mayoristas en turismo, operadores de turismo y agencias de viajes y turismo, tanto físicas como online (OTAS - Online Travel Agencies), aerolíneas internacionales, así como, con consorcios entre un aeropuerto y una aerolínea internacional, o entre una OTA (Online Travel Agency) y una aerolínea internacional.

D. Fortalecer la promoción del Perú como destino turístico al mercado internacional en el ámbito digital a través del portal web Peru.travel

La página peru.travel es el portal oficial de Promoción del Perú como destino turístico para el público receptivo y se encuentra traducida en ocho idiomas: español, inglés, portugués, francés, alemán, italiano, japonés y coreano. Sus principales objetivos son : (i) promover y difundir los destinos del Perú a nivel internacional, (ii) incrementar el tráfico orgánico, logrando un crecimiento mínimo de 20% anual en cada una de sus versiones, (iii) disminuir el porcentaje de rebote en un 20% anual en cada una de sus versiones, (iv) mejorar los resultados en cada uno de los KPI's definidos, adicionales al tráfico, en comparación a los años anteriores (usuarios nuevos potenciales, fidelización de los usuarios, profundidad de las visitas, conversión, entre otros), (v) mejorar la posición del portal en los principales motores de búsqueda de los mercados priorizados de PROMPERÚ y (vi) ser el primer portal que los potenciales turistas extranjeros consulten al buscar información sobre un destino del Perú.

Cajamarca
Iglesia de Belén





Capítulo 6

Anexos

6. Anexos



6.1. Indicadores

PERÚ: CIFRAS DEL SECTOR TURISMO 2015 - 2021 Y METAS 2022 - 2025

Variable / Indicador	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Aporte PBI turístico / PBI nacional (%) 1/	3.9%	3.9%	3.9%	3.9%	3.9%	1.5%	2.0%
Llegada de turistas internacionales 2/ Var. %	3'455,709	3'744,461 8.4%	4'032,339 7.7%	4'419,430 9.6%	4'371,787 -1.1%	896,523 -79.5%	444,331 -50.4
Ingreso de divisas por turismo receptivo (millones US\$) 3/ Var. %	4,140	4,288 3.6%	4,439 3.5%	4,505 1.5%	4,703 4.4%	1,002 -78.7%	1,042 4.0%
Flujo de viajes por turismo interno 4/ Var. %	40'507,039	42'387,289 4.6%	44'382,223 4.7%	46'517,399 4.8%	48'575,226 4.4%	14'369,718 -70.4%	15'562,405 8.3%
Movimiento económico del turismo interno (millones de US\$) 5/ Var. %	4,465	4,565 2.2%	5,096 11.6%	5,378 5.5%	5,656 5.2%	1,528 -73.0%	1,622 6.2%
Empleo turístico total (número) 6/ Var. %	1'256,527	1'285,000 2.3%	1'325,000 3.1%	1'383,000 4.4%	1'457,000 5.4%	697,000 -52.2%	833,560 19.6%

Variable / Indicador	2022*	2023*	2024*	2025*
Aporte PBI turístico / PBI nacional (%) 1/	2.5%	2.7%	3.0%	3.4%
Llegada de turistas internacionales 2/ Var. %	1'056,759 137.8%	1'932,691 82.9%	2'787,601 44.2%	3'654,638 31.1%
Ingreso de divisas por turismo receptivo (millones US\$) 3/ Var. %	1,947 86.9%	2,873 47.6%	3,720 29.5%	4,432 19.1%
Flujo de viajes por turismo interno 4/ Var. %	24'135,811 55.1%	33'645,321 39.4%	42'460,395 26.2%	48'591,685 14.4%
Movimiento económico del turismo interno (millones de US\$) 5/ Var. %	2,618 61.4%	3,515 34.3%	4,401 25.2%	5,084 15.5%
Empleo turístico total (número) 6/ Var. %	900,652 8.0%	982,894 9.1%	1'098,636 11.8%	1'277,728 16.3%

1/ Perú: Cuenta Satélite de Turismo. Principales indicadores económicos, 2015-2020.

2/ Total Turistas Internacionales = Turistas extranjeros + Turistas peruanos residentes en el exterior.

3/ Según el Banco Central de Reserva del Perú, en la Balanza de Pagos: Servicios es equivalente a la suma de las cuentas de Crédito (ingresos) de Viajes y Transporte de Pasajeros. Nota semanal N° 7 (17 de febrero de 2022).

4/ Perú: Turismo Interno - Encuesta Nacional de Viajes de los Residentes (ENVIR) 2017-2018.

5/ Ingreso económico generado por el flujo de viajes de turismo interno.

6/ Empleo turístico = Directo + Indirecto.

* Proyecciones MINCETUR/VMT/DGIETA.

Fuentes: MEF, INEI, MINCETUR/VMT/DGIETA.

Elaboración: MINCETUR/VMT/DGIETA.

Actualización al 01 de abril de 2022.



6.2. Zonas de Desarrollo Turístico como ampliación de la Oferta Turística Nacional

Destino Puno - Lago Titicaca

Región: PUNO		
Destino	Zona de Desarrollo Turístico (alcance nacional)	Provincia
Puno - Lago Titicaca	ZDT Puno sur y norte	Puno, Melgar, Lampa, El Collao
	ZDT Fronteriza Yunguyo	Yunguyo, Chucuito



AMPLIACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

Región	Zona de Desarrollo Turístico (alcance interregional)	Provincia
PUNO	ZDT Nor Este, Nor Oeste y Amazónica	San Román, Huancané, San Pedro de Moho, San Antonio de Putina, Sandía, Lampa

Destino Cusco - Machupicchu y Apurímac

Región: CUSCO Y APURÍMAC		
Destino	Zona de Desarrollo Turístico (alcance nacional)	Provincia
Región: CUSCO		
Cusco - Machupicchu	Zona Cusco	Cusco
	Zona Valle Sagrado	Calca, Urubamba, Anta
	Zona Machupicchu - Choquequirao - Vilcabamba	Urubamba, La Convención, Anta
Región: APURÍMAC		
Apurímac	ZDT Abancay	Abancay



AMPLIACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

Región	Zona de Desarrollo Turístico (alcance interregional)	Provincia
CUSCO	Zona Río Apurímac	Anta
APURÍMAC	ZDT Andahuaylas	Andahuaylas

Destino Arequipa - Colca

Región: AREQUIPA		
Destino	Zona de Desarrollo Turístico (alcance nacional)	Provincia
Arequipa - Colca	ZDT Arequipa	Arequipa
	ZDT Valle del Colca y Volcanes de Andagua	Caylloma, Castilla



AMPLIACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

Región	Zona de Desarrollo Turístico (alcance interregional)	Provincia
AREQUIPA	ZDT Valle Interandino	Castilla (parte baja y media), La Unión, Condesuyos
	ZDT Inka Sur	Caravelí, Camaná, Islay



Destino Paracas - Nasca

Región: ICA		
Destino	Zona de Desarrollo Turístico (alcance nacional)	Provincia
Paracas - Nasca	ZDT Pisco - PARacas	Pisco
	ZDT Palpa - Nasca	Palpa, Nasca
	ZDT Ica y sus alrededores	Ica



AMPLIACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

Región	Zona de Desarrollo Turístico (alcance interregional)	Provincia
ICA	ZDT Chincha	Chincha

Destino Manu - Tambopata

Región: MADRE DE DIOS		
Destino	Zona de Desarrollo Turístico (alcance nacional)	Provincia
Manu - Tambopata	ZDT Tambopata	Tambopata
	ZDT Manu	Manu



Destino Tacna y Moquegua

Región: TACNA Y MOQUEGUA		
Destino	Zona de Desarrollo Turístico (alcance nacional)	Provincia
Región: TACNA		
Tacna	ZDT Tacna ciudad	Tacna
	ZDT Tarata	Tarata
Región: MOQUEGUA		
Moquegua	ZDT Ilo	Ilo



AMPLIACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

Región	Zona de Desarrollo Turístico (alcance interregional)	Provincia
TACNA	ZDT Jorge Basadre	Jorge Basadre
MOQUEGUA	ZDT Ilo	Ilo
	ZDT Mariscal Nieto - Tixani	Mariscal Nieto
	ZDT Sánchez Cerro Alto	Sánchez Cerro

Destino Lima - Callao

Región: LIMA METROPOLITANA Y CALLAO		
Destino	Zona de Desarrollo Turístico (alcance nacional)	Provincia
Lima - Callao	Región: LIMA METROPOLITANA	
	ZDT Centro	Lima
	Región: CALLAO	
	ZDT Marítimo Monumental	Callao



AMPLIACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

Región	Zona de Desarrollo Turístico (alcance interregional)	Provincia
LIMA METROPOLITANA	ZDT Norte	Lima
	ZDT Sur	Lima
CALLAO	ZDT Centro	Callao
	ZDT Sur	Callao

Destino Rutas Cortas de Lima

AMPLIACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

Región: LIMA		
Destino	Zona de Desarrollo Turístico (alcance interregional)	Provincia
Rutas Cortas de Lima	ZDT - Zona Norte - Chancay - Huaral - Atavillos Bajo - Huacho - Végueta	Huaral Huaura
	ZDT - Zona Norte - Churín - Oyón	Oyón
	Zdt - Zona Norte - Barranca - Supe	Barranca
	ZDT - Zona Norte - Cajatambo - Zr Cordillera Huayhuash	Cajatambo
	ZDT - Zona Sur - Lunahuaná - Pacarán - Zúñiga	Cañete
	ZDT - Zona Sur -Reserva Paisajística Nor Yauyos Cochas	Yauyos Huarochirí
	ZDT - Zona Sur - Cañete - Cerro Azul- Mala - Quilmaná - Santa Cruz De Flores - Chilca	Cañete
	ZDT - Zona Centro - Santa Rosa De Quives - Canta - Huaros	Canta
	ZDT - Zona Centro - Matucana - San Mateo - Surco - San Mateo De Otao - San Bartolomé	Huarochirí
	ZDT - Zona Centro - San Pedro De Casta - Callahuanca - Santa Eulalia	Huarochirí
	ZDT Antioquía - San Andrés De Tupicocha	Huarochirí



Destino Playas del Norte

Región: TUMBES Y PIURA		
Destino	Zona de Desarrollo Turístico (alcance nacional)	Provincia
Playas del Norte	Región: TUMBES	
	ZDT Tumbes	Zarumilla, Tumbes, Contralmirante Villar
	Región: PIURA	
	ZDT Playas de Talara	Talara



AMPLIACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

Región	Zona de Desarrollo Turístico (alcance interregional)	Provincia
PIURA	ZDT Paita Ciudad Y Playas	Paita
	ZDT Huancabamba	Huancabamba



Destino Ruta Moche

Región: LAMBAYEQUE Y LA LIBERTAD		
Destino	Zona de Desarrollo Turístico (alcance nacional)	Provincia
Ruta Moche	Región: LAMBAYEQUE	
	ZDT Oeste	Lambayeque
	ZDT Sur	Ferreñafe
	ZDT Este	Chiclayo
	Región: LA LIBERTAD	
	ZDT Marino Costera	Trujillo, Ascope, Pacasmayo



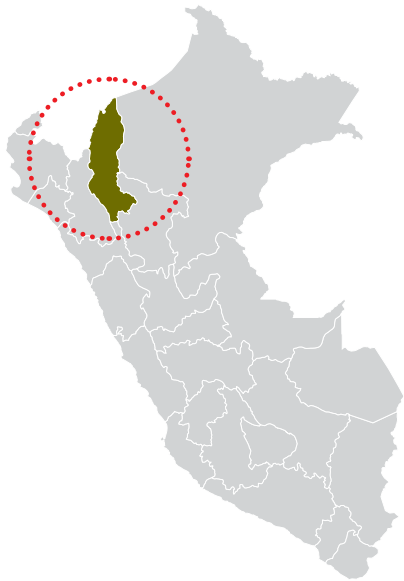
AMPLIACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

Región	Zona de Desarrollo Turístico (alcance interregional)	Provincia
LAMBAYEQUE	ZDT Oeste	Lambayeque, Chiclayo
	ZDT Sur	Chiclayo
LA LIBERTAD	ZDT Andina	Sánchez Carrión, Gran Chimú, Santiago de Chuco



Destino Kuélap y Utcubamba

Región: AMAZONAS		
Destino	Zona de Desarrollo Turístico (alcance nacional)	Provincia
Kuélap y Utcubamba	ZDT Alto Amazonas	Chachapoyas, Luya, Bongará, Rodríguez de Mendoza



Destino Río Amazonas

Región: LORETO		
Destino	Zona de Desarrollo Turístico (alcance nacional)	Provincia
Río Amazonas	ZDT Iquitos y el río Amazonas	Loreto, Maynas, Requena
	ZDT Loreto y sus fronteras amazónicas	Ramón Castilla



AMPLIACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

Región	Zona de Desarrollo Turístico (alcance interregional)	Provincia
LORETO	ZDT Alto Amazonas y La Perla del Huallaga	Loreto, Alto Amazonas
	ZDT Contamana, Misterio Descubierto	Ucayali

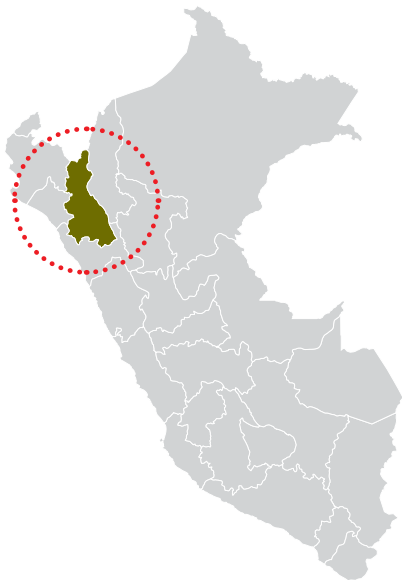
Destino Tarapoto - Altomayo

Región: SAN MARTÍN		
Destino	Zona de Desarrollo Turístico (alcance nacional)	Provincia
Tarapoto - Altomayo	ZDT Moyobamba	Rioja, Moyobamba
	ZDT Tarapoto	Lamas, San Martín



Destino Cajamarca

Región: CAJAMARCA		
Destino	Zona de Desarrollo Turístico (alcance nacional)	Provincia
Cajamarca	ZDT Cajamarca	Cajamarca, San Pablo, San Marcos



AMPLIACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

Región	Zona de Desarrollo Turístico (alcance interregional)	Provincia
CAJAMARCA	ZDT Santa Cruz	Santa Cruz
	ZDT Chota	Chota
	ZDT Cutervo	Cutervo

Destino Cordillera Blanca - Huascarán

Región: ÁNCASH		
Destino	Zona de Desarrollo Turístico (alcance nacional)	Provincia
Cordillera Blanca - Huascarán	ZDT Andina	Huari, Huaylas, Huaraz, Carhuaz, Yungay, Recuay



AMPLIACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

Región	Zona de Desarrollo Turístico (alcance interregional)	Provincia
ÁNCASH	ZDT Andina	Bolognesi, Asunción, Fitzcarrald, Pomabamba



Áncash
Alpamayo

© Rafael Figueroa - AGMP

Destino Selva Central

Región: PASCO, HUÁNUCO, JUNÍN Y UCAYALI		
Destino	Zona de Desarrollo Turístico (alcance nacional)	Provincia
Selva Central	Región: PASCO,	
	ZDT Reserva de Biósfera Oxapampa - Asháninka Yanesha	Oxapampa
	Región: HUÁNUCO	
	ZDT Tingo María	Leoncio Prado, Huánuco, Huamalíes, Pachitea
	ZDT Huánuco y sus alrededores	Huánuco, Ambo, Pachitea, Yarrowilca
	Región: JUNÍN	
	ZDT Selva Central	Chanchamayo, Satipo
	Región: UCAYALI	
	ZDT Padre Abad	Padre Abad
	ZDT Coronel Portillo	Coronel Portillo



AMPLIACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

Región	Zona de Desarrollo Turístico (alcance interregional)	Provincia
JUNÍN	ZDT Andino	Tarma, Yauli, Junín
UCAYALI	ZDT Atalaya	Atalaya
HUÁNUCO	ZDT La Unión	Dos de Mayo, Huamalíes
PASCO	ZDT Huayllay - Pasco	Pasco

Destino Ayacucho y Huancavelica

Región: AYACUCHO Y HUANCAMELICA		
Destino	Zona de Desarrollo Turístico (alcance nacional)	Provincia
Región: AYACUCHO		
Ayacucho	ZDT Ayacucho Centro Norte	Huamanga, Huanta, Cangallo, Vilcashuamán, Víctor Fajardo, Huancasancos
Región: HUANCAMELICA		
Huancavelica	ZDT Huancavelica	Huancavelica
	ZDT Huaytará	Huytará, Castrovirreyna



AMPLIACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

Región	Zona de Desarrollo Turístico (alcance interregional)	Provincia
HUANCAMELICA	ZDT Tayacaja	Tayacaja, Churcapampa





6.3. Mancomunidades

Mancomunidad Regional de los Andes

La Mancomunidad Regional de los Andes (MRDLA) es una institución que une los gobiernos regionales de Apurímac, Ayacucho, Huancavelica, Ica y Junín para la ejecución de proyectos, el desarrollo local y el mejoramiento de los servicios a los ciudadanos. Promueve, además, la descentralización y conecta de manera macro regional con el gobierno central.

Mancomunidad Regional “Pacífico-Centro-Amazónica”

Mancomunidad Regional “Pacífico-Centro-Amazónica” está integrada por las regiones Lima, Junín, Huánuco, Pasco, Huancavelica y Ucayali, que une la costa, sierra y selva del país, razón por la que sus propulsores se han trazado como principal finalidad concretar la integración, descentralización y el desarrollo interprovincial.

Mancomunidad Regional Macro Región Nor Oriente del Perú

La Mancomunidad Macro Región Nor Oriente integrada por los gobiernos regionales de Amazonas, Cajamarca, La Libertad, Lambayeque, Loreto, Piura, San Martín y Tumbes tiene como objetivo el apoyo a la gestión sostenible del recurso hídrico; el fortalecimiento y desarrollo de las cadenas productivas y de los conglomerados de producción de bienes o servicios y fomento de la competitividad productiva; asimismo, el fomento de la educación, cultura, salud, infraestructura vial, turismo y seguridad ciudadana, mediante el diseño y ejecución de proyectos de inversión pública y privada interdepartamental.

Mancomunidad Regional Macro Región Sur

Integrada por los Gobiernos Regionales de Arequipa, Apurímac, Cusco, Madre de Dios, Moquegua, Puno y Tacna, como persona jurídica de derecho público bajo los alcances de la Ley N° 29768 Ley de Mancomunidad Regional, la cual busca la priorización de proyectos de inversión pública de alcance interregional, así como permitirá una verdadera integración económica, social, cultural y política entre los pueblos de las jurisdicciones involucradas, para alcanzar el desarrollo humano sostenible, con equidad y eficiencia, que es la aspiración de nuestro pueblo.

Huancavelica
Pucapampa



Mancomunidad Regional Amazónica

La Mancomunidad Regional Amazónica agrupa a los Gobiernos Regionales de Loreto, Amazonas, San Martín, Ucayali, Huánuco y Madre de Dios de la Región Amazónica del Perú; la misma que tiene como objetivo promover el desarrollo sostenible de la Amazonía Peruana con un enfoque intercultural para la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos amazónicos, mediante la integración económica interdepartamental, la conservación de la biodiversidad y la promoción de la diversidad cultural de la Amazonía.



6.4. Glosario de Términos

Término	Definición	Fuentes y Referencias Bibliográficas
Actividad turística	La destinada a prestar a los turistas los servicios de alojamiento, intermediación, alimentación, traslado, información, asistencia o cualquier otro servicio relacionado directamente con el turismo.	Ley N° 29408 - Ley General de Turismo
Atractivo Ancla	Es aquel atractivo principal que, por sus características y atributos propios, constituye el “eje” que motiva la decisión de viaje a un determinado lugar o destino.	Elaboración DGET - MINCETUR.
Agencia de viajes y turismo	Persona natural o jurídica que se dedica en forma exclusiva al ejercicio de actividades de organización, mediación, coordinación, promoción, asesoría y venta de servicios turísticos, de acuerdo a su clasificación, pudiendo utilizar medios propios o contratados para la prestación de los mismos.	MINCETUR (2016). Reglamento de Agencia de viajes y turismo
Atractivo turístico	Es el recurso turístico al cual la actividad humana ha incorporado instalaciones, equipamiento y servicios, agregándole valor.	Ley N° 29408 - Ley General de Turismo

Término	Definición	Fuentes y Referencias Bibliográficas
Calidad turística	Resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto a los productos y servicios, a un precio aceptable, de conformidad con las condiciones contractuales mutuamente aceptadas y con los factores subyacentes que determinan la calidad, tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía de una actividad turística preocupada por su entorno humano y natural.	OMT (2003). Comité de Apoyo a la Calidad en sexta reunión en Varadero, Cuba
Canales de comercialización	Aquellos que permiten que un producto o servicio esté disponible para el consumidor.	Philip Kotler, et al. (2011). Marketing turístico
Categorización de recursos turísticos	Consiste en la identificación, caracterización y clasificación de los recursos turísticos de un determinado lugar, área o zona del territorio nacional.	MINCETUR (2008). Manual para la formulación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional - Fase I: Categorización
Centro soporte	Conjunto urbano o rural que cuenta con infraestructura y planta turística para que pueda desarrollarse la actividad turística.	MEF - MINCETUR (2011). Guía de Proyectos de Inversión Pública del Sector Turismo
Circuito turístico	Es el itinerario de viaje, de duración variable, que por lo general parte y llega al mismo sitio luego de circundar y/o bordear una zona. Provee la visita de uno o más atractivos turísticos o centros soporte.	MEF - MINCETUR (2011). Guía de Proyectos de Inversión Pública del Sector Turismo
Competitividad	Capacidad que tiene una organización, pública o privada, con o sin fines de lucro, de lograr y mantener ventajas que le permitan consolidar y mejorar su posición en el entorno socioeconómico en el que se desenvuelve.	MINCETUR (2016). Plan Estratégico Nacional de Turismo - PENTUR 2025 Revista “Estudios y Perspectivas en Turismo”, 2014

Término	Definición	Fuentes y Referencias Bibliográficas
Corredor turístico	Es el itinerario de viaje, de duración variable, que por lo general parte y llega a sitios diferentes luego de realizar la visita de uno o más atractivos turísticos o centros soporte.	MEF - MINCETUR (2011). Guía de Proyectos de Inversión Pública del Sector Turismo
Cultura turística	Es el conjunto de conocimientos, valores y actitudes que fortalecen la identidad, fomentan el buen trato al turista (nacional y extranjero) y promueven la protección del patrimonio en todas sus expresiones, reconociendo al turismo como mecanismo de desarrollo sostenible del país.	MINCETUR (2017). Página web
Demanda turística	Es el número actual de personas que participan en la actividad turística, es decir, que efectivamente viajan.	OMT (1998). Introducción al Turismo
Destino turístico	Un destino turístico es un espacio físico en el que un visitante puede pernoctar al menos una noche. Este incluye productos turísticos considerando servicios de soporte, atractivos y recursos turísticos que son accesibles en el lapso de un viaje de ida y vuelta de un día. El destino tiene límites físicos y administrativos que definen su gestión, así como una imagen y percepciones que definen su competitividad en el mercado. Los destinos turísticos involucran a diversos actores incluyendo generalmente a la comunidad local, y pueden ser la base para formar una red que forme destinos más grandes.	MINCETUR (2016). Plan Estratégico Nacional de Turismo - PENTUR 2025 OMT (2007). Guía Práctica sobre gestión de destinos turísticos
Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados	Directorio que comprende únicamente a aquellos prestadores de servicios que realizan actividades turísticas que son materia de calificación, clasificación, categorización, certificación o cualquier otro proceso de evaluación similar a cargo del Órgano Competente en materia turística. Corresponde al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo publicar en el Directorio Nacional a los Prestadores de Servicios Turísticos calificados, en base a la información que para tal efecto deben proporcionar los Gobiernos Regionales.	MINCETUR (2016). Reglamento de Agencia de viajes y turismo

Término	Definición	Fuentes y Referencias Bibliográficas
Ente gestor	Es la unión de organizaciones públicas y privadas que coordinan para la gestión del desarrollo turístico del destino, con un adecuado nivel de representatividad y capacidad de aporte de ambas partes.	MINCETUR (2016). Plan Estratégico Nacional de Turismo - PENTUR 2025
Excursionista	Es aquel visitante cuyo viaje no incluye pernoctación. Se le denomina también como visitante de día.	OMT (2010). Recomendaciones internacionales para estadística de turismo 2008
Gasto turístico	El gasto turístico hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo, y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, durante los viajes turísticos y para los mismos. Incluyen los gastos realizados por los propios visitantes, así como los gastos pagados o reembolsados por otros.	OMT (2010). Recomendaciones internacionales para estadística de turismo 2008
Gestión ambiental	Conjunto estructurado de principios, normas técnicas, procesos y actividades, orientado a administrar los intereses, expectativas y recursos relacionados con los objetivos de la política ambiental y alcanzar así, una mejor calidad de vida y el desarrollo integral de la población, el desarrollo sostenible de las actividades económicas y la conservación del patrimonio ambiental y natural del país.	MINAM (2012). Glosario de términos para la gestión ambiental peruana
Infraestructura	Conjunto de elementos básicos necesarios para el funcionamiento de un centro poblado urbano o rural, su existencia es vital para el desarrollo del turismo. Entre los más importantes se tienen a los de transportes (aeropuertos, carreteras, puertos, otros), servicios básicos (reservorios, rellenos sanitarios, plantas de energía, otros) y comunicaciones (estaciones, centrales de comunicación, otros).	MEF - MINCETUR (2011). Guía de Proyectos de Inversión Pública del Sector Turismo
Instalaciones turísticas	Son las instalaciones físicas que se relacionan directamente con el recurso o atractivo turístico y se utilizan para realizar la visita turística. Ejemplo: miradores turísticos, museos de sitio, centros de interpretación, aradores turísticos, embarcaderos y muelles turísticos, entre otros.	MEF - MINCETUR (2011). Guía de Proyectos de Inversión Pública del Sector Turismo

Término	Definición	Fuentes y Referencias Bibliográficas
Inventario de recursos turísticos	Constituye un registro y un estado integrado de todos los elementos turísticos que por sus cualidades naturales, culturales y humanas pueden constituir un recurso para el turista, por lo que representa un instrumento valioso para la planificación turística, toda vez que sirve como punto de partida para realizar evaluaciones y establecer las prioridades necesarias para el desarrollo turístico nacional.	MINCETUR (2008). Manual para la formulación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional
Jerarquización de recursos turísticos	Consiste en la asignación de un nivel de importancia relativa a cada uno de los recursos turísticos que caracteriza un determinado lugar, área o zona del territorio nacional.	MINCETUR (2008). Manual para la formulación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional Fase II: Jerarquización
Medios promocionales	Aquellos que permiten incentivar en los consumidores la compra de determinados productos o servicios.	Philip Kotler, et al. (2011). Marketing turístico
Mercado emisor	Área geográfica donde residen los turistas y desde donde parten en su viaje hacia el destino turístico elegido.	PromPerú (2016). Perfil del Turista Extranjero 2015
Motivo (principal) de un viaje turístico	El motivo principal de un viaje turístico se define como el motivo sin el cual el viaje no habría tenido lugar. La clasificación de los viajes turísticos con arreglo al motivo principal hace referencia a nueve categorías; esta tipología permite identificar diferentes subconjuntos de visitantes (visitantes de negocios, visitantes en tránsito, etcétera).	OMT (2010). Recomendaciones internacionales para estadística de turismo 2008

Término	Definición	Fuentes y Referencias Bibliográficas
Normas Técnicas	Documentos de carácter voluntario, establecidos para un uso común y repetido, que facilitan la adaptación de los productos, procesos y servicios a los fines a los que se destinan, protegiendo la salud y el medio ambiente, previniendo los obstáculos innecesarios al comercio y facilitando la transferencia tecnológica.	Ley N° 30224 - Ley que crea el Sistema Nacional para la Calidad y el Instituto Nacional de Calidad
Número de arribos a establecimientos de hospedaje	Es la cantidad de personas o huéspedes que se alojaron en un establecimiento de hospedaje, debidamente inscrito en el Registro de Huéspedes y distribuido según el tipo de habitación que utilizaron.	MEF - MINCETUR (2011). Guía de Proyectos de Inversión Pública del Sector Turismo
Número de pernoctaciones	Es la cantidad de noches que un huésped permanece o está registrado en un establecimiento de hospedaje.	MEF - MINCETUR (2011). Guía de Proyectos de Inversión Pública del Sector Turismo
Oferta turística	Conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado para su disfrute y consumo	OMT (1998). Introducción al Turismo
Pernoctación	Cada una de las noches que un viajero permanece en un establecimiento de alojamiento privado, segundas viviendas, casas de familiares, casas de amigos, etc.	MINCETUR (2017). Encuesta Nacional de Viajes de los Residentes (ENVIR)
Planta turística	Son las instalaciones físicas para el desarrollo de los servicios turísticos privados. Por ejemplo: hoteles, albergues, hostales, lodges, restaurantes, etc.	MEF - MINCETUR (2011). Guía de Proyectos de Inversión Pública del Sector Turismo

Término	Definición	Fuentes y Referencias Bibliográficas
Prestadores de servicios turísticos	Personas naturales o jurídicas que participan de la actividad turística, con el objeto principal de proporcionar servicios turísticos directos de utilidad básica e indispensable para el desarrollo de las actividades de los turistas.	Ley N° 29408 - Ley General de Turismo
Producto turístico	Conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos y/o atractivos turísticos, infraestructura, planta turística y actividades recreativas. El producto turístico busca satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística.	Ley N° 29408 - Ley General de Turismo
Promoción turística	Es el conjunto de acciones públicas o privadas que se llevan a cabo con el objetivo de incentivar a los potenciales viajeros a visitar un determinado destino	PromPerú (2016). Perfil del Turista Extranjero 2015
Propuesta principal de venta - PPV	La propuesta principal de venta de un destino turístico constituye el o los principales elementos que lo diferencian para salir al mercado. Estos elementos de diferenciación se construyen a partir de un producto o un atractivo del destino turístico que genere fuerte atracción en los visitantes como por ejemplo una catarata, un sitio arqueológico o un museo específico. Es recomendable que la PPV sean elementos ofertados casi exclusivamente por el destino, de manera que lo distinga de la competencia.	Swisscontact - MINCETUR (2014). Conceptos básicos para la gestión de destinos turísticos
Población Económicamente Activa (PEA)	Según las recomendaciones de las Naciones Unidas, la PEA abarca a todas las personas de uno y otro sexo que aportan su trabajo para producir bienes y servicios económicos.	MINCETUR (2017). Encuesta Nacional de Viajes de los Residentes (ENVIR)
Recurso turístico	Expresiones de la naturaleza, la riqueza arqueológica, expresiones históricas materiales e inmateriales de gran tradición y valor que constituyen la base del producto turístico.	Ley N° 29408 - Ley General de Turismo

Término	Definición	Fuentes y Referencias Bibliográficas
Restaurante	Establecimiento que expende comidas y bebidas al público, preparadas en el mismo local, prestando el servicio en las condiciones que señala el presente Reglamento y de acuerdo a las normas sanitarias correspondientes.	MINCETUR (2004). Reglamento de Restaurantes
Ruta turística	Es un circuito o corredor turístico, su peculiaridad es el concepto temático que adquiere a través de los atractivos o lugares de interés que la componen.	MEF - MINCETUR (2011). Guía de Proyectos de Inversión Pública del Sector Turismo
Turismo	Actividad que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio, no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerativa en el lugar visitado.	Ley N° 29408 - Ley General de Turismo
Turismo interno	Incluye las actividades realizadas por los visitantes que residen en el país de referencia.	OMT (2010). Recomendaciones internacionales para estadística de turismo 2008
Turismo receptivo	Engloba las actividades realizadas por los visitantes que no residen en el país de referencia.	OMT (2010). Recomendaciones internacionales para estadística de turismo 2008
Turismo sostenible	Es el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas.	OMT (2006). Por un turismo más sostenible - Guía para responsables políticos
Turista	Cualquier persona que viaja a un lugar diferente al de su residencia habitual, que se queda por lo menos una noche en el lugar que visita, aunque no tenga que pagar por alojamiento, y cuyo principal motivo de viaje es el ocio, u ocupación del tiempo libre; negocios; peregrinaciones; salud; u otra, diferente a una actividad remunerada en el lugar de destino.	Ley N° 29408 - Ley General de Turismo

Término	Definición	Fuentes y Referencias Bibliográficas
Visitante	Es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados.	OMT (2010). Recomendaciones internacionales para estadística de turismo 2008
Vocación turística	Son las características y potencialidades económicas, sociales, culturales y ambientales que deben considerarse para el análisis óptimo de un territorio y la predisposición del mismo con el desarrollo de la actividad turística de manera sostenible. Asimismo, considera las características inherentes al territorio asociadas a los recursos y/o atractivos turísticos que promuevan la motivación y movilización de los visitantes a la región, así como el involucramiento de la población, del sector público y privado para generar impactos positivos y mejoras en beneficio de la población.	MINCETUR (2017). Guía para el cumplimiento de la Meta 38 del Programa de Incentivos a la Mejora de la Gestión Municipal 2017 “Elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local”
Zona de desarrollo turístico	Son aquellas áreas que poseen una oferta turística (atractivos turísticos, corredores turísticos, rutas turísticas, circuitos turísticos, productos turísticos y/o destino turístico⁸, planta turística, servicios turísticos y complementarios) que genera el desplazamiento de una demanda (excursionistas o turistas). Su delimitación geográfica está supeditada a la demanda turística, más no a los límites político-administrativos de uno o más distritos, provincias o regiones (departamentos) que la conforma(n).	Elaboración MINCETUR, a partir de la Ley General de turismo, Ley N° 29408
Zona de desarrollo turístico prioritario	Son áreas debidamente delimitadas que cuentan con recursos turísticos variados y atractivos turísticos, siendo necesaria su gestión sostenible a través de acciones coordinadas entre el sector público y privado.	Ley N° 29408 - Ley General de Turismo

⁸ Los destinos turísticos pueden ser o formar parte de una o varias zonas de desarrollo turístico, de acuerdo al desplazamiento de la demanda.



6.5. Fuentes de Información

- ➔ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR)
- ➔ Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)
- ➔ Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ)
- ➔ Superintendencia Nacional de Migraciones
- ➔ Banco Central de Reserva del Perú (BCRP)
- ➔ Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC)
- ➔ Corporación Peruana de Aeropuertos y Aviación Comercial (CORPAC S.A.)
- ➔ Centro de Formación en Turismo (CENFOTUR)
- ➔ Organización Mundial del Turismo (OMT)
- ➔ World Travel & Tourism Council (WTTC)
- ➔ Encuesta Nacional de Viajes de los Residentes (ENVIR)
- ➔ Ministerio de Economía y Finanzas (MEF)
- ➔ Ministerio de Salud (MINSA)
- ➔ Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT)
- ➔ Plan Copesco Nacional
- ➔ Autoridad Portuaria Nacional (APN)
- ➔ Global Wellness Institute (GWI)

Cusco
Machu Picchu



El **Perú** es sus regiones