

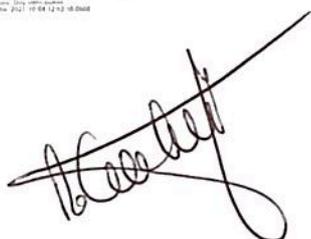
Sustentación del Presupuesto 2022

Sector Comercio Exterior y Turismo

Roberto Sánchez Palomino
Ministro

Octubre 2021

MINISTERIO
DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO
CALLE 100 N.º 10000, BOGOTÁ D.C. TEL: (57) 2000 11 4200 ext. 4000
BOGOTÁ D.C. COLOMBIA
FOLIO: 2021-10-04-12-02-00-0000



Sustentación del Presupuesto 2022

Sector Comercio Exterior y Turismo

Roberto Sánchez Palomino
Ministro

Octubre 2021

Sr. Presidente de la Comisión de Presupuesto y Cuenta General de la República, Señores Congresistas miembros de la Comisión.

Agradezco vuestra cordial invitación el día de hoy, como titular del MINCETUR. A continuación procederé a sustentar el Presupuesto del Sector Comercio Exterior y Turismo, de acuerdo al Proyecto de Ley de Presupuesto para el año fiscal 2022.

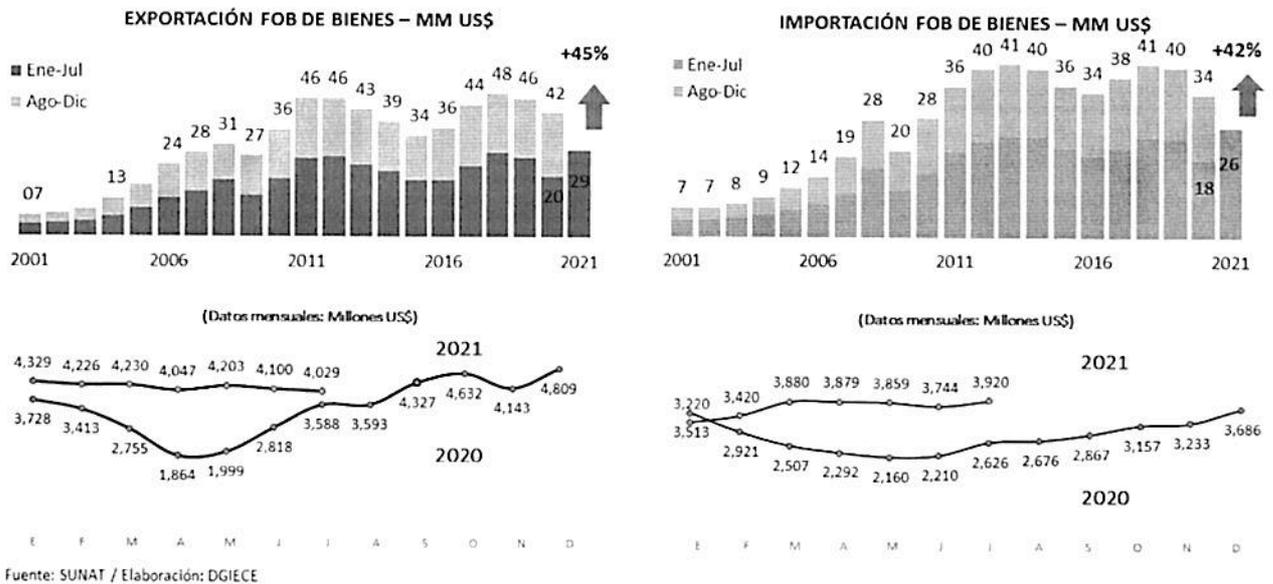
Contenido

- a. Contexto del Comercio Exterior y el Turismo en el País
- b. Ejecución financiera de las metas aprobadas del Sector - 2020.
- c. Ejecución financiera de las metas aprobadas del Sector – 2021.
- d. Presupuesto asignado a las metas programadas del Sector - 2022.
- e. Implementación del Presupuesto por Resultados del Sector 2020 – 2022.
- f. Inversiones del Sector Comercio Exterior y Turismo, programados para el 2022.
- g. Análisis de la asignación de Créditos Presupuestarios para el Presupuesto 2022 y su Programación.
- h. Análisis de los Créditos Presupuestarios de actividades para combatir el COVID-19 e impulsar la reactivación económica.
- i. Problemática presentada en la ejecución del gasto y medidas correctivas que propone.

En la presente exposición se desarrollaran los puntos mencionados a continuación:

- En primer lugar se describirá el contexto del Comercio Exterior y Turismo en nuestro País, para que a continuación se presenten:
- La ejecución financiera de las metas aprobadas del Sector para el año 2020 y 2021
- El presupuesto asignado a las metas programadas del Sector para el el año 2022.
- La implementación del Presupuesto por Resultados del Sector entre los años 2020 y 2022.
- Inversiones del Sector, programadas para el año 2022.
- El análisis de la asignación de los créditos para el presupuesto 2022 y su programación.
- El análisis de los créditos presupuestarios de actividades para combatir el COVID-19 e impulsar la reactivación económica.
- Finalmente, la problemática presentada en la ejecución del gasto y las medidas correctivas que se proponen.

a. Contexto del Comercio Exterior



Contexto del Comercio Exterior

Nuestro comercio internacional de bienes registra importante recuperación a julio 2021

- Las exportaciones e importaciones de bienes acumularon un crecimiento interanual de 45% y 42% respectivamente entre enero y julio 2021.
- Las exportaciones e importaciones mensuales ya han superado sus niveles pre-pandemia, gracias a la mejora de los precios internacionales y a la recuperación de la actividad económica, que había sido afectada por las medidas aplicadas para controlar la pandemia.

a. Contexto del Comercio Exterior

Principales cifras de Comercio Exterior

	2019	2020	2021*	2022*
 Exportaciones totales (Miles de millones de US\$)	46,44	41,67	54,15	56,84
		-10,20%	+30,00%	+5,00%
 Exportaciones no tradicionales (Miles de millones de US\$)	13,82	12,88	16,03	16,54
		-6,80%	+24,00%	+3,20%
 Participación del intercambio comercial en el PBI (Porcentaje)	38,7%	38,0%	50,7%	50,0%
		-0,7 p.p.	12,7 p.p.	-0,7 p.p.
 Importaciones totales (Miles de millones de US\$)	40,19	33,79	45,67	45,57
		-16,2%	+35,2%	-0,2%

Nota: Información sobre el comercio de bienes.
Fuente: SUNAT
(*): Proyectado al cierre del año.



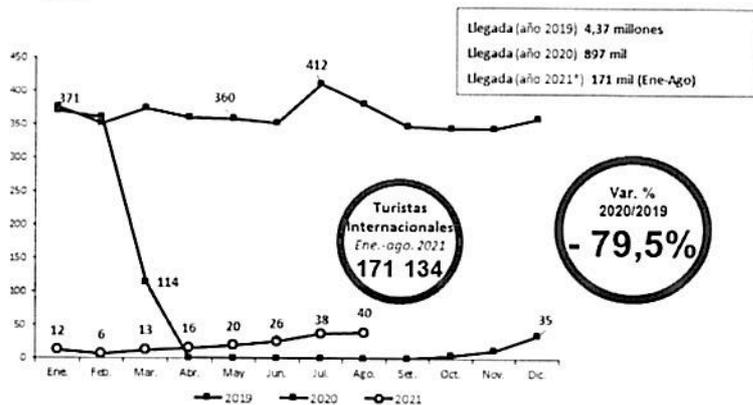
Se espera un incremento del 30% en las exportaciones totales para el año 2021, explicado principalmente por la actividad minera debido a la mejora de los precios internacionales y a la recuperación de la actividad económica.

Asimismo, se espera un incremento de 24% de las exportaciones no tradicionales, donde los sectores metalúrgico y textil han presentado mayores crecimientos, debiendo resaltar que el sector agropecuario tiene una participación considerable (alrededor del 45%) en la exportación de productos no tradicionales.

Como se podrá apreciar para el presente año 2021 se están superando los principales indicadores del Sector Comercio Exterior a los obtenidos en el año 2019.

a. Contexto del Turismo

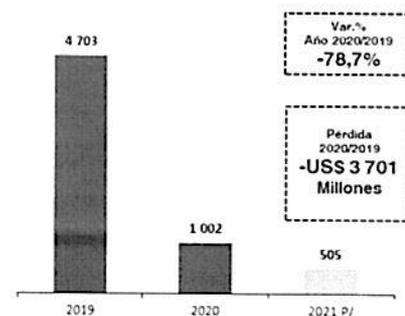
PERÚ: Llegada mensual de Turistas Internacionales, Enero 2019 – Agosto 2021 (Miles)



Turistas Internacionales	2019	2020	2021
Llegada promedio mensual	364 mil	75 mil	21 mil

Turistas Internacionales = Turistas extranjeros + Turistas peruanos residentes en el exterior
 Fuente: Superintendencia Nacional de Migraciones
 Elaboración: MINCETUR/VMT/DGETA-DIAITA

PERÚ: Ingreso de divisas por turismo receptivo (US\$ Millones)



Fuente: Banco Central de Reserva del Perú - BCRA
 Elaboración: MINCETUR/VMT/DGETA-DIAITA



Contexto del Turismo

El COVID-19 ha significado un duro golpe para los peruanos y peruanas. Muchas familias han sufrido la pérdida de seres queridos y de los empleos con los cuales cuidaban a los suyos.

El turismo, no ha estado al margen de esta crisis sanitaria. Esta hermosa industria que ha sido nuestro orgullo a nivel mundial por años, al mostrar lo más sublime de la cultura, la diversidad, la identidad y la ancestralidad de nuestra nación, ha sido la más afectada por la pandemia.

En el año 2019, el turismo acogió a más de 4 millones de turistas extranjeros, generando divisas para el país en el orden de los 5 mil millones de dólares; y el turismo interno representó un movimiento de más de 5 mil millones de dólares con casi 49 millones de viajes, todo esto, permitiendo la generación de un millón y medio de empleos directos e indirectos.

Hoy, lamentablemente el turismo receptivo se ha reducido en 10 veces y el turismo interno en 4 veces, y se han perdido más de la mitad de empleos turísticos.

a. Contexto del Turismo

Principales cifras de Turismo

	2019	2020	2021 *	2022*
Aporte del PBI Turístico respecto al PBI Total	3,9%	1,5%	2,0%	2,5%
 Llegada de Turistas Internacionales (millones)	4,37	0,90	0,45	0,54
	-79,5%	-49,6%	+19,2%	
 Ingreso de Divisas por Turismo Receptivo (millones de US\$)	4 703	1 002	505	600
	-78,7%	-49,6%	+18,8%	
 Flujo de Viajes por Turismo Interno (millones)	48,6	14,4	14,6	22,7
	-70,4%	+1,9%	+55,3%	
 Ingreso Económico por Turismo Interno (millones de US\$)	5 656	1 556	1 567	2 652
	-72,5%	+0,7%	+69,2%	
 Empleo Turístico (millones)	1,46	0,69	0,70	1,0
	-52,7%	+1,0%	+43,7%	

Turistas Internacionales = Turistas extranjeros + Turistas peruanos residentes en el exterior
 Empleo Turístico = Directo + Indirecto
 Fuente: Superintendencia Nacional de Migraciones, BCAP, MINCETUR, INEI
 * Proyección a cierre del año



La actividad turística resulta de gran importancia por la generación de empleos directos e indirectos que conlleva, y los ingresos que genera. Cabe resaltar que el **Turismo aportó el 3,9% del PBI nacional y generó empleo a 1,46 millones** de personas de manera directa e indirecta (2019).

Turismo Receptivo

Tras la emergencia sanitaria, social y económica sin precedentes provocada por el estallido de la pandemia COVID-19; en el 2020, el **Perú** recibió **896 523 turistas internacionales**, lo que significó una disminución de **79,5%** respecto al año 2019 (flujo negativo de 3,5 millones), en consecuencia, el ingreso de divisas generado por el turismo receptivo totalizó **US\$ 1 002 millones**, significando una reducción del **78,7%** en relación a la cifra registrada durante el 2019.

Después de una caída del 79,5% en el turismo internacional en 2020 y un comienzo difícil de 2021 debido a la pandemia, se espera un repunte en el segundo semestre del 2021, que estará sujeto a las restricciones de vuelos, al éxito de los programas de vacunación, a la mejor coordinación sanitaria, y a la mayor confianza del viajero.

Asimismo, en línea con las perspectivas para 2021-2024 publicadas en el Barómetro OMT del Turismo Mundial de diciembre de 2020. Las perspectivas para el 2021-2022 son:

- En el **2021**, se espera la llegada de **452 mil turistas internacionales (-49,6%)**, en consecuencia un **ingreso de divisas por turismo receptivo de US\$ 505 millones (-49,6%)**.
- En el **2022**, se espera la llegada de **538 mil turistas internacionales (+19,2%)**, en consecuencia un **ingreso de divisas por turismo receptivo de US\$ 600 millones (+18,8%)**.

Turismo Interno

- En el 2020, debido al COVID-19, el turismo interno disminuyó a **34,2 millones de viajes (-70,4%)** pasando de un flujo de **48,6 millones (2019) a 14,4 millones (2020)**; lo cual repercutió en **los ingresos**, que disminuyeron **72,5%** (al pasar de US\$ 5 656 millones el 2019 a US\$ 1 556 millones en el 2020).
- Al cierre del 2021, se espera que el flujo de viajes por turismo interno totalice **14,6 millones**, lo que representaría un incremento de **1,9%** respecto al 2020. En ese contexto el **movimiento económico** ascendería a **US\$ 1 567 millones**, es decir, **+0,7%** respecto a lo registrado el 2020.
- En el 2022, se espera alcanzar los **22,7 millones** de viajes, lo que representaría un incremento de **55,3%** respecto al 2021. En ese contexto el **movimiento económico** ascendería a **US\$ 2 652 millones**, es decir, **+69,2%** respecto a lo registrado el 2021.

b. Ejecución financiera de las metas aprobadas por el Sector - 2020

(En Millones de S/)

Fuente de Financiamiento: Toda fuente

PLIEGO/UE	PIA	PIM	DEV	% AVANCE
MINCETUR	276.0	867.7 (*)	815.1	93.9%
UE 001 MINCETUR	164.3	787.2	736.3	93.5%
UE 004 PLAN COPESCO NACIONAL	71.8	53.2	51.6	97.0%
UE 005 VUCE SEGUNDA ETAPA	39.9	27.3	27.2	99.9%
PROMPERÚ	266.5	208.9	188.6	90.3%
CENFOTUR	23.6	21.2	15.7	73.8%
TOTAL SECTOR	566.1	1,097.8	1,019.4	92.9%

Fuente: Consulta amigable MEF al 30.09.2021.

A continuación se presenta la ejecución financiera del año 2020 , donde se tuvieron los siguientes resultados:

El Sector Comercio Exterior y Turismo está integrado por tres Pliegos: MINCETUR, PROMPERÚ y CENFOTUR.

A nivel sectorial, se alcanzó una ejecución de S/ 1,019.4 millones, de los 1,097.8 millones que se tuvo como presupuesto modificado, lo cual significó un porcentaje de 92.9%.

- Dentro del Sector, MINCETUR ejecutó S/ 815.1 millones (93.9%), debido a los resultados de sus Unidades Ejecutoras (MINCETUR 93.5%; COPESCO 97.0%; y VUCE 2da etapa 99.9%).
- Cabe resaltar que en el MINCETUR hubo un incremento significativo entre el Presupuesto Institucional de Apertura y el Presupuesto Institucional Modificado, debido a la incorporación de recursos para financiar tres intervenciones que se implementaron para mitigar el impacto de la pandemia: FAE Turismo (S/ 500 millones transferidos a COFIDE); Turismo Emprende (S/ 50 millones) y la atención de los gastos de alojamiento de los connacionales (S/ 60,4 millones).
- PROMPERÚ ejecutó S/ 188.6 millones, lo cual equivale a un porcentaje de 90.3%; mientras que CENFOTUR ejecutó S/ 15.7 millones, lo cual representa 73.8%

c. Ejecución financiera de metas aprobadas por el Sector - 2021

(En Millones de S/)

Fuente de Financiamiento: Toda fuente

PLIEGO/UE	PIA	PIM	DEV Al 30.09.2020	% AVANCE Al 30.09.2020	PROYECCIÓN		% AVANCE Al 31.12.2021 (*)
					Oct - Dic	al 31.12.2021	
MINCETUR	248.3	253.1	143.3	56.6%	95.0	238.3	94.1%
UE 001 MINCETUR	160.2	165.0	91.6	55.6%	58.5	150.1	91.0%
UE 004 PLAN COPESCO NACIONAL	53.0	53.0	32.6	61.5%	20.4	53.0	100.0%
UE VUCE SEGUNDA ETAPA	35.2	35.2	19.0	54.1%	16.1	35.2	100.0%
PROMPERÚ	222.1	239.5	113.8	47.5%	123.1	236.9	98.9%
CENFOTUR	17.8	16.0	10.0	62.6%	4.9	14.9	93.0%
TOTAL SECTOR	488.3	508.7	267.1	52.5%	223.0	490.1	96.3%

Fuente: Consulta pública MEF al 30.09.2021

El presupuesto inicial asignado al Sector Comercio Exterior y Turismo en el año 2021 ascendente a S/ 488.3 millones se incrementó a un presupuesto modificado de S/ 508.7 millones.

Por el lado de la ejecución financiera del Sector, al mes de setiembre de 2021 se cuenta con una ejecución de S/ 267.1 millones, lo cual representa un nivel de 52.5%.

Al finalizar el año se proyecta que el Sector ejecute S/ 490.1 millones, lo cual representará un nivel de 96.3%, debido a la ejecución de sus 3 pliegos:

- MINCETUR ejecutará S/ 238.3 millones, alcanzando un nivel de 94.1%.
- PROMPERÚ ejecutará S/ 236.9 millones, representando un nivel de 98.9%. Cabe destacar, que PROMPERÚ ejecuta la mayor parte de su presupuesto durante el último trimestre del año, debido a los pagos de las diferentes actividades de promoción.
- CENFOTUR ejecutará S/ 14.9 millones, alcanzando un nivel de 93.0%.

DIFERENCIA ENTRE EL PIA Y EL PIM

MINCETUR: Se incorporó S/ 256 mil soles para reajuste de pensiones, se redujo en 12,6 millones por menor recaudación, se incorporó S/ 361,000 para VMT, se incorporaron S/ 14,5 millones para compensar la menor recaudación. Se incorporó S/ 0,7 millones en DYT para actividades del VMC en el marco del PENX-2025. Se incorporó S/ 669 mil en DyT para operación de sistemas informáticos de la VUCE; se incorporó S/ 863 mil en DyT de la donación de AECID para conservación y desarrollo turístico de pueblos vinculados al Qhapac Ñan y recientemente se incorporó S/ 45 mil en DyT de la donación del Gobierno de Australia, para el programa de voluntariado en Gamarra.

PROMPERU: Se autorizó un crédito suplementario para PROMPERÚ por S/ 17,4 millones para financiar actividades relacionadas a reforzar las acciones de promoción y desarrollo del turismo en el Perú.

CENFOTUR: Se autorizó una modificación presupuestal por S/ 2,3 millones para reducir el presupuesto institucional. Se incorporó S/ 439 mil soles de mayores ingresos públicos en el PPTO. Se incorporaron S/ 48,900 en el marco del convenio suscrito entre CENFOTUR y PROFONANPE con el fin de realizar actividades de capacitación, en la modalidad virtual, dirigido a operadores de servicios turísticos de las áreas naturales protegidas por el estado; Se incorporaron S/ 16,200 para financiar capacitaciones en convenio con PROMPERU. Se formalizó el segundo desembolso del convenio con PROFONANPE por la suma de S/ 48,900.

d. Presupuesto asignado a las metas programadas por el Sector - 2022

(En Millones de S/ - Por Fuente de Financiamiento)

PLIEGO / UE	FUENTE DE FINANCIAMIENTO				ASIG. 2022
	RO	RDR	ROOC	D&T	
MINCETUR	247.2	13.4	12.6	1.0	274.2
UE 001 MINCETUR	121.9	13.4		1.0	136.3
UE 004 PLAN COPESCO NACIONAL	91.6				91.6
UE 005 VUCE SEGUNDA ETAPA	33.8		12.6		46.4
PROMPERÚ	252.7	0.4			253.2
CENFOTUR	21.0	2.7			23.7
TOTAL SECTOR	520.9	16.6	12.6	1.0	551.1

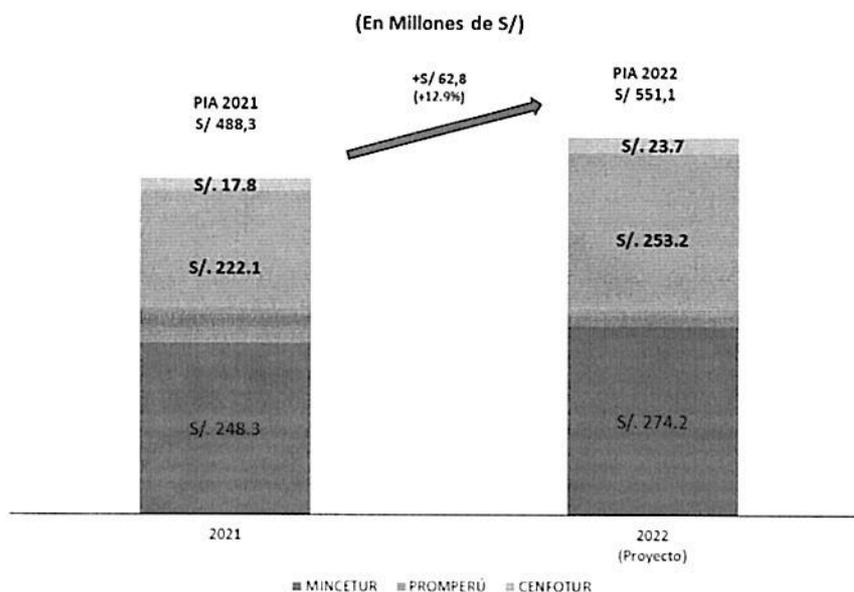
De acuerdo al proyecto de Ley de Presupuesto para año fiscal 2022, le corresponde al Sector, recursos por S/ 551.1 millones.

Para el año fiscal 2022, los recursos asignados al Sector se encuentran distribuidos en sus 03 pliegos presupuestales, como se detalla a continuación: MINCETUR, por S/ 274.2 millones; PROMPERU, por S/ 253.2 millones y CENFOTUR, por S/ 23.7 millones.

Cabe destacar que se aprecia también la distribución del presupuesto por las diferentes fuentes de financiamiento:

- Recursos Ordinarios – RO por S/ 520.9 millones: Corresponden a los ingresos provenientes principalmente de la recaudación tributaria, que son asignados por el MEF al Sector.
- Recursos Directamente Recaudados – RDR por S/ 16.6 millones: Comprende los ingresos generados por la recaudación de juegos de casino y máquinas tragamonedas (turismo); e ingresos TUPA, entre otros.
- Recursos por Operaciones Oficiales de Crédito – ROOC por S/ 12.6 millones: provenientes del BID para financiar la VUCE 2.
- Donaciones y transferencias – D&T (S/ 1 millón): Fondos financieros no reembolsables recibidos por transferencias de las Cámaras de Comercio, ADEX, SNI, por la emisión de Certificados de Origen.

d. Presupuesto asignado a las metas programadas por el Sector - 2022



Como se podrá apreciar en el gráfico, el importe considerado en el proyecto de presupuesto al Sector para el año 2022 por S/ 551.1 millones es superior en S/ 62.8 millones a lo asignado para el presupuesto inicial del presente año 2021 (S/ 488.3 millones), lo que representa un incremento de 12.9%.

Es necesario precisar que el proyecto de presupuesto para el año 2022 es superior al presupuesto inicial del presente año 2021 en los 3 pliegos que conforman el sector: MINCETUR, PROMPERU Y CENFOTUR.

e. Implementación del Presupuesto por Resultados del Sector 2020 - 2022

(En Millones de S/)

PROGRAMA PRESUPUESTAL	PIA 2020		PIA 2021		PIA 2022
PP 0065: Aprovechamiento de las oportunidades comerciales brindadas por los principales socios comerciales del Perú	167.7	-21.3%	132.2	+8.8%	143.8
PP 0127: Mejora de la competitividad de los destinos turísticos	175.3	-29.9%	134.4	+45.6%	195.7
PP 0087: Incremento de la competitividad del sector artesanía	19.5	-26.8%	8.4	+26.2%	10.6
Total PP	362.5	-24.7%	275.1	+27.3%	350.1
Presupuesto Total Sector	566.1		488.3		551.1
Participación PP (%)	64.0%	+7.7 pp	56.3%	+7.2 pp	63.5%

Fuente/Elaboración: MINCETUR
Corresponde al Presupuesto Institucional de Apertura - PIA

El Sector cuenta con 3 Programas Presupuestales, cuya asignación para el año fiscal 2022 asciende a S/ 350.1 millones (27.3% más que en el año 2021):

- El PP 065: Aprovechamiento de las oportunidades comerciales brindadas por los principales socios comerciales del Perú tiene un presupuesto de S/ 143.8 millones, lo cual representa 8.8% más que en el año 2021. El programa tiene por finalidad el incremento de las exportaciones no tradicionales, brindando capacidades a los exportadores o potenciales exportadores mediante asistencias técnicas, plataformas, o servicios para mejorar su potencial exportador.
- El PP 127: Mejora de la competitividad de los destinos turísticos, que tiene un presupuesto de S/ 195.7 millones, lo cual representa una asignación mayor en 45.6% comparado con el año 2021. El programa busca que los destinos turísticos sean más competitivos, mediante la aplicación de buenas prácticas, acondicionamiento de recursos turísticos, normativa, campañas de promoción.
- El PP 087: Incremento de la competitividad del sector artesanía tiene un presupuesto de S/ 10.6 millones, que representa 26.2% más que en el año 2021. El programa busca que los artesanos mejoren su competitividad y se refleje y mejoren sus ventas, mediante normas técnicas, fortalecimiento de competencias, articulación comercial y eventos de promoción.

Cabe destacar que la participación de los Programas Presupuestales sobre el presupuesto total del sector es de 63.5% para el año 2022, en comparación al 56.3 del año 2021.

Avance físico de los principales Productos de los Programas Presupuestales del Sector

Programa	0127	Mejora de la competitividad de los destinos turísticos	Unidad Medida	Programado 2020	Ejecutado 2020	Programado 2021	Ejecutado a Agosto	Programado 2022
Producto	3000665	Destinos turísticos con servicios de promoción de la oferta turística	Campaña	140	159	100	98	140

Programa	0065	Aprovechamiento de las oportunidades comerciales brindadas por los principales socios comerciales del Perú	Unidad Medida	Programado 2020	Ejecutado 2020	Programado 2021	Ejecutado a Agosto	Programado 2022
Producto	3000618	Actores del sector comercio exterior realizan operaciones a través de plataformas de servicios electrónicos	Operación realizada	762,756	652,403	713,624	477,722	744,604
Producto	3000694	Empresas acceden a servicios para mejorar su potencial exportador	Empresa	926	1,664	750	350	1,250

Programa	0087	Incremento de la competitividad del sector artesanía	Unidad Medida	Programado 2020	Ejecutado 2020	Programado 2021	Ejecutado a Agosto	Programado 2022
Producto	3000662	Artesanos cuentan con mecanismos para desarrollar una oferta artesanal competitiva	Persona	5,096	5,400	6,773	4,051	8,300

Entre los avances de los principales productos de los Programas Presupuestales del Sector se tienen:

Programa presupuestal 0127 de Turismo

- La Unidad de medida Campaña: Son las Acciones de promoción del turismo a cargo de PROMPERÚ. Para el año 2020 se programaron 140 acciones y se ejecutaron 159; para el año 2021 se tienen programadas 100 acciones, de las cuales al mes de agosto se han realizado 98, para el año 2022 se han programado 140 acciones.

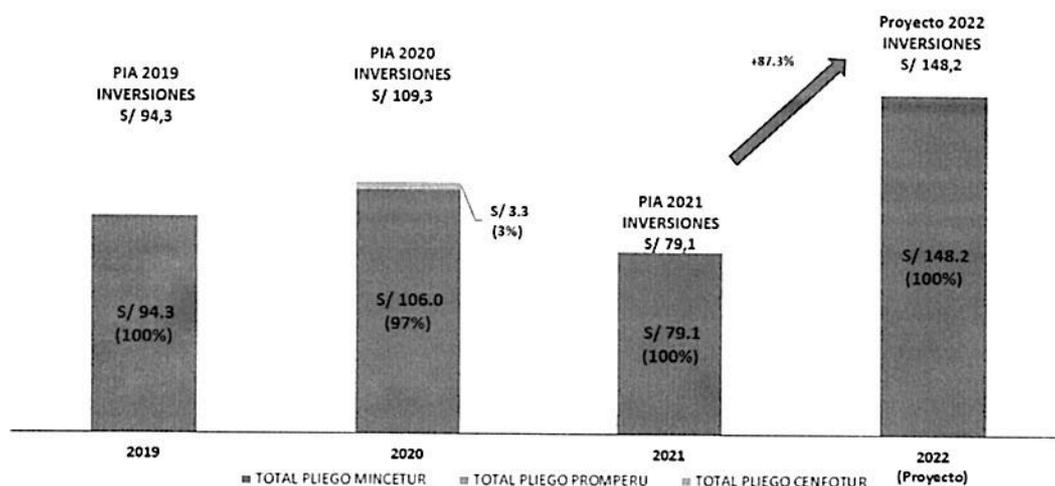
Programa presupuestal 0065 de Comercio Exterior

- Operación realizada: se refiere a las operaciones que se realizan a través de la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE). En el año 2020 se programaron 762 mil operaciones y se ejecutaron 652 mil; para el año 2021 se han programado 713 mil operaciones, de las cuales al mes de agosto se han ejecutado 477 mil. Para el año 2022 se han programado 744 mil operaciones.
- Empresa: Está referido a las empresas (potenciales exportadores y exportadores) asesoradas en materia de comercio exterior por PROMPERÚ. En el año 2020 la meta fue de 926 empresas, siendo el resultado 1,664; para el año 2021 se han programado 750 empresas, al mes de agosto se tienen 350 empresas. Para el año 2022 la meta es de 1,250 empresas.

Programa presupuestal 0087 – Artesanía

- Persona: Son los artesanos inscritos en el Registro Nacional del Artesano (RNA) que reciben servicios de capacitación, servicios de asistencia técnica, estudios, transferencia tecnológica e innovación a través de los CITE. En el año 2020 se programó 5,096 personas, con un resultado de 5,400; para el año 2021 la meta es 6,773 personas, siendo el resultado al mes de agosto 4,051. Para el año 2022 la meta programada es de 8,300 personas.

f. Inversiones del Sector Comercio Exterior y Turismo, programación 2022

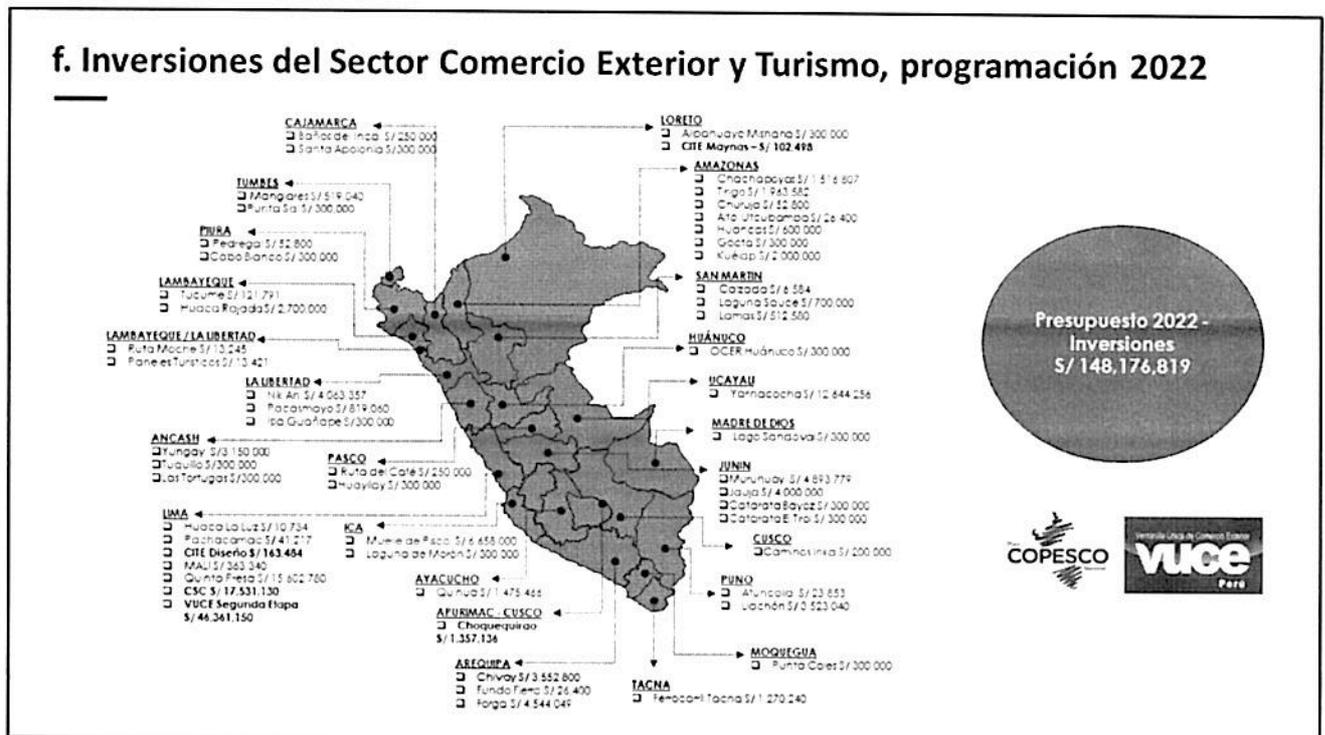


12

Presupuesto de Inversiones:

- En lo que se refiere a las inversiones previstas para el año 2022, se aprecia que respecto al 2021 se presenta un incremento significativo de S/ 72,4 millones, lo cual representa un incremento de +87.3%, con respecto presupuesto inicial del presente año 2021.
- Es necesario precisar que el proyecto de Presupuesto 2022 consigna el mayor monto en Inversiones de los últimos años.

f. Inversiones del Sector Comercio Exterior y Turismo, programación 2022



Asimismo, se tiene una cartera de Inversiones descentralizada, la cual manejará en el 2022 un presupuesto solicitado de más de S/ 148 millones.

- **PARA EJECUCIÓN DE OBRA/LIQUIDACIONES/SEGUIMIENTO:** Se tiene un presupuesto de / 118,450,868 (32 inversiones a cargo de Plan Copesco Nacional, y 1 correspondiente al Proyecto VUCE 2.0)
- **PARA EXPEDIENTE TÉCNICO:** Se tiene un presupuesto de S/ 4,637,685 (para 10 Expedientes Técnicos. A Plan Copesco Nacional le corresponden S/ 4,371,703.00)
- **ESTUDIOS DE PREINVERSIÓN:** Se tienen S/ 23,088,266 (14 corresponden a Plan Copesco Nacional y 1 a Choquequirao)
- **PROMOCIÓN:** S/ 2,000,000 (1 corresponde a Plan Copesco Nacional)

g. Análisis de la Asignación de Créditos Presupuestarios para el Presupuesto 2022 y su Programación

A continuación, se expondrán las principales intervenciones programadas a realizar durante el año 2022

Principales metas programadas por el Sector - 2022



Inversiones

Infraestructura Turística – S/ 82,9 M
Vuce Segunda Etapa – S/ 46,4 M
Cerro San Cristobal – S/ 17,5 M
Estudio Teleférico Choquequirao – S/ 1,4 M



Desarrollo del Turismo

Desarrollo y promoción artesanal – S/ 8,0 M
Iniciativas en Turismo – S/ 6,0 M
(Turismo comunitario, social, pueblos con encanto, otros)
Entes Gestores e Innovación turística – S/ 3,3 M
Elaboración de estudios e investigaciones – S/ 1,4 M



Promoción (PROMPERU)

Promoción del Turismo S/ 35,0 MM
Promoción de las Exportaciones S/ 80,0 MM
Promoción de las Inversiones Empresariales S/ 4,0 MM
Expo Dubái S/ 9,1 MM



Subvenciones

Turismo Emprende – S/ 2,5 M
Subvención CITE – S/ 2,6 M
Somos Artesanía – S/ 2,5 M



Desarrollo del Comercio Exterior

Facilitación del Comercio Exterior – S/ 5,4 M
(VUCE, ZEE, Logística comercial)
Desarrollo de Oferta Exportable – S/ 0,7 M
Negociaciones y Acuerdos Comerciales – S/ 2,8 M



Formación Turística (CENFOTUR)

Formación profesional Turística (S/ 9,3 M)
Capacitación y asistencia técnica para la aplicación de buenas prácticas (S/ 5,5 M)

Las principales líneas de acción en el Presupuesto 2022 programadas por el Sector se muestran a continuación:

- Inversiones: en Infraestructura turística, la VUCE Segunda Etapa, Cerro San Cristóbal y el Estudio del Teleférico Choquequirao
- Promoción a cargo de PROMPERÚ: Promoción del Turismo, las Exportaciones, Inversiones Empresariales, y la participación en la Expo Dubái.
- Desarrollo del Comercio Exterior: Actividades de facilitación del comercio desarrollo de oferta exportable, negociaciones y acuerdos comerciales
- Desarrollo del Turismo: Desarrollo y promoción artesanal, iniciativas en turismo (Turismo Comunitario, Turismo Social, entre otros), Entes Gestores e Innovación Turística).
- Subvenciones: Turismo Emprende, Subvención a CITE, Somos Artesanía.
- Formación Turística: Capacitación y asistencia técnica a cargo de CENFOTUR.

Plan Estratégico Nacional Exportador



4 Pilares
15 Líneas de acción
94 Programas

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Promover la internacionalización de las empresas y diversificar mercados

Incrementar las exportaciones en base a una oferta exportable sostenible, diversificada y con valor agregado

Mejorar la competitividad del sector exportador

PILAR 1

Diversificación de mercados e internacionalización de la empresa

PILAR 3

Facilitación de comercio y eficiencia de la cadena logística internacional

PILAR 2

Desarrollo de oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible

PILAR 4

Generación de capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora

En comercio exterior, el sector cuenta con un planeamiento estratégico desde 2003, y actualizado en el 2015 hasta 2025. Este planeamiento está reflejado en el Plan Estratégico Nacional Exportador. El PENX 2025 es la política del sector comercio exterior, que establece líneas de acción, programas e instrumentos de soporte para el sector empresarial y el fortalecimiento de las capacidades institucionales, con el **objetivo de impulsar la consolidación e internacionalización de la empresa peruana en el exterior**; se basa en **04 pilares**:

- **Pilar 1: Diversificación de mercados e internacionalización de la empresa**
- **Pilar 2: Desarrollo de oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible**
- **Pilar 3: Facilitación de comercio y eficiencia de la cadena logística internacional**
- **Pilar 4: Generación de capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora**

Cabe señalar que el PENX se articula al Plan Nacional de Competitividad y Productividad, a través del **Objetivo Prioritario N° 7 “Facilitar las condiciones para el comercio exterior de bienes y servicios”**, el cual contiene 4 lineamientos y 9 medidas; los cuales se implementan a través de los Gobiernos Regionales a través de los Planes Regionales de Exportación – PERX. Asimismo, es importante señalar que la actualización de los **Planes Regionales de Exportación (PERX)** a nivel nacional (24 PERX actualizados a la fecha), propone soluciones concretas para atender las brechas de competitividad exportadora de cada región, brechas de carácter transversal para toda la región, y específicas a las cadenas productivo exportadoras priorizadas. Para la implementación de las acciones priorizadas en cada PERX, corresponde un **trabajo de articulación con los GR y otros sectores** que intervengan, a través de los Comités Regionales de Exportación, establecimiento de agendas y soporte los actores que intervienen.

PILAR 1

Estrategia de Integración al Mundo al 2021

22 Acuerdos Comerciales vigentes representan

89% de la cobertura de las Exportaciones Totales

81% del PBI mundial

41% de la población mundial

VIGENTES (21)



CPTPP



FIRMADOS (3)



EN NEGOCIACIÓN (3)



- Nicaragua e India: Rondas de negociación
- Alianza del Pacífico: Rondas de negociación con los candidatos a Estados Asociados: (i) AP+5 (Australia, Nueva Zelanda, Singapur, Corea del Sur, Ecuador)

OPTIMIZACIÓN (1)



PROFUNDIZACIÓN (2)



POTENCIALES (2)



GABINETES BINACIONALES (4)



- Participación del Perú en Gabinetes Binacionales.

- OMC: 121 Conferencia Ministerial
- CAN y AP: Participación en reuniones
- UE: Reunión Consejo Comercio y Subcomités
- APEC: Reuniones Ministeriales
- 4^{ta} Reunión Comisión CPTPP: Acuerdo Comercial más importante del mundo

Mercados e internacionalización

Los procesos de negociación han permitido la suscripción de acuerdos comerciales y la participación en foros internacionales que han permitido la apertura comercial del Perú al mundo, al permitir el acceso nuevos mercados y mejorar las condiciones para el intercambio de bienes y servicios. Se destaca que el 89% de nuestras exportaciones totales tienen como destino los socios comerciales producto de estos acuerdos.

El Tratado Integral y Progresista de Asociación Transpacífico, CPTPP (por sus siglas en inglés), es el acuerdo comercial con mayor trascendencia en el mundo, ya que abarca a 11 de las economías más significativas y dinámicas del mundo. Se ingresaría a 4 nuevos mercados: Brunéi, Malasia, Nueva Zelanda y Vietnam. Se tendría mejores condiciones a los TLC vigentes con Japón, México y Canadá.

De esta manera, el Perú se posiciona estratégicamente dentro de la región de Asia Pacífico, integrándose, principalmente, a las cadenas regionales y globales de valor.

PILAR 1

Promoción de las exportaciones, a través de plataformas digitales



Impulsar la competitividad e internacionalización de las MIPYME peruanas, ampliando la base exportadora y logrando su sostenibilidad, a través de servicios para el desarrollo de capacidades, la facilitación del comercio y la promoción comercial a través de plataformas digitales

Ferias Internacionales de Exportaciones:

- **2021:** 25 plataformas internacionales con una participación presencial, virtual y mixta proyectada de 238 empresas exportadoras en ferias emblemáticas de Norteamérica, Así, Europa y Latam.
- **2022:** 20 plataformas internacionales con una participación presencial proyectada de 260 empresas exportadoras.

Ruedas de Negocios:

- **2021:** 33 Ruedas Virtuales que incluye Plataformas Emblemáticas, con una participación proyectada de 1,100 exportadores y 1,300 compradores internacionales.
- **2022:** 15 Ruedas virtuales con una participación proyectada de 200 exportadores. Asimismo, la ejecución de 4 Ruedas de Negocios Emblemáticas como Perú Moda, Perú Service Summit, Industria Perú y Perú Natura, con una participación proyectada de 630 exportadores.

Peru Marketplace:

- **2021:** 1,500 empresas registradas, 5,200 productos y 90,000 visitas (acumulado).
- **2022:** 2,000 empresas registradas, 6,500 productos y 130,000 visitas (acumulado).

Exportemos:

- **2021:** 246,560 visitas, 890 recursos de información publicados, 152 capacitaciones y 50 eventos de promoción comercial (Lanzado en 2021).
- **2022:** 500,000 visitas, 1500 recursos de información publicados, 250 capacitaciones y 60 eventos de promoción comercial (acumulado).



PERÚ NATURA



PerúService



- **FERIAS INTERNACIONALES:** La participación en ferias internacionales permiten exhibir nuestra oferta exportable en los eventos emblemáticos más importantes del mundo, nuestras empresas exportadoras participan en plataformas feriales como ASIA FRUIT LOGISTICA de Hong Kong (itinerante), ANUGA de Alemania para la línea de procesados, BIOFACH de Alemania para alimentos funcionales, SCAA Specialty Coffe de Estados Unidos para Cafés Especiales y SEAFOOD EXPO GLOBAL de España para productos pesqueros.
- **RUEDAS DE NEGOCIOS VIRTUALES:** como respuesta a la difícil coyuntura y restricciones de la pandemia, PROMPERÚ diseñó una estrategia de virtualización para aprovechar los beneficios de la digitalización cambiando completamente su formato y ejecutando Ruedas de Negocios Virtuales,
- **PERU MARKET PLACE:** Es el nuevo canal digital comercial para promocionar y posicionar la mejor oferta exportable peruana en el mundo, está disponible en dos idiomas: español e inglés. Cada exportador registrado en esta plataforma digital gratuita podrá promocionar su tienda virtual de manera fácil y personalizada, configurar su perfil comercial, publicar catálogos de sus productos, incluir material audiovisual y brindar datos de contacto e identidad de marca.
- **EXPORTEMOS.PE:** lanzado en marzo 2021. Es el nuevo portal oficial para el sector exportador peruano, donde los exportadores y potenciales exportadores acceden fácilmente a información y servicios de PROMPERÚ en un solo lugar y de manera confiable. El contenido del portal abarca todo el proceso de exportación: para aprender a exportar, inteligencia de mercados, logística, finanzas, restricciones de acceso a mercados, requisitos no arancelarios, cultura sostenible, oficinas de PROMPERÚ a nivel nacional e internacional, y promoción comercial.

PILAR 1

Promoción de las exportaciones, a través de plataformas digitales



Impulsar la competitividad e internacionalización de las MIPYME peruanas, ampliando la base exportadora y logrando su sostenibilidad, a través de servicios para el desarrollo de capacidades, la facilitación del comercio y la promoción comercial a través de plataformas digitales

Ruta Exportadora:

- **2021:** +4,800 MIPYME; Programa e-Commerce, + 650 MIPYME beneficiadas y E- Pymex, gestión de requerimientos.
- **2022:** +5,000 MIPYME; Programa e-Commerce, + Programas de sostenibilidad y transformación digital

Aula Virtual de PromPerú:

- **2021:** + 40,000 usuarios.
- **2022:** + 37,000 usuarios.

Acciones de Inteligencia de Mercados:

- **2021:** 8 estudios, 60 boletines, 150 informes, 10 videopodcast, 5 proyectos de vigilancia tecnológica.
- **2022:** 10 estudios, 60 boletines, 7 proyectos de vigilancia tecnológica, 160 informes y/o reportes especializados, 10 video podcast.

Internacionalización de la Innovación empresarial:

- **2021:** 4 misiones, 110 exportadoras y startups y 2 plataforma de innovación (modalidad presencial y virtual).
- **2022:** 4 misiones, 100 exportadoras y startups y 2 plataformas de innovación (modalidad presencial).

RUTEX

<https://rutex.promperu.gob.pe>



- **RUTEX – Ruta Exportadora:** Plataforma digital dirigida a los emprendedores y las empresas exportadoras que deseen participar de los servicios que ofrece la Ruta Exportadora: talleres, capacitaciones, asistencia técnica, entre otros, con la finalidad de mejorar su competitividad y lograr una exitosa internacionalización.
- ✓ Programa e-commerce: herramienta que busca contribuir explorar nuevas oportunidades comerciales a través de los canales digitales
- ✓ Programas de sostenibilidad: servicios brindados en el marco de la Ruta Exportadora especializada en los diferentes sectores que incorpora modelos de negocios sostenibles (impacto ambiental, económico, social y gobernanza) en las pymes exportadoras.
- ✓ Programa de transformación digital: Orientado a desarrollar estrategias digitales en las pymes exportadoras o con potencial exportador para el aprovechamiento de oportunidades comerciales.
- **AULA VIRTUAL:** Herramienta de PROMPERÚ dirigida a la comunidad exportadora, la cual permite acceder a información sobre el proceso exportador mediante animaciones, ponencias de expertos nacionales e internacionales, bibliografía especializada y una videoteca virtual disponible las 24 horas del día.
- **Acciones de Inteligencia de Mercados:** Acciones orientadas a fortalecer la capacidad exportadora de las empresas, entre las que se encuentran los Informes y/o Estudios especializados (documento de investigación que presenta los aspectos más relevantes de un sector o línea de producto); Boletín Institucional (Boletines de Inteligencia de Mercados para los sectores priorizados de la oferta tales como agro, pesca, vestimenta, manufacturas y servicios; Proyectos de Vigilancia Tecnológica (destinados a reforzar los desarrollos en materia de vigilancia tecnológica para alimentos, vestimenta, manufacturas y servicios); Podcasts y Video podcasts (Formatos audiovisuales).
- **Internacionalización de la Innovación empresarial:** Acciones destinadas a apoyar la internacionalización de las empresas exportadoras y con potencial exportador. Entre ellas figuran las Misiones de Innovación y Transferencia Tecnológica, Seminarios y participación en las principales Plataformas de Innovación mundial.

PILAR 2

Sostenibilidad empresarial exportadora

Acciones para promover el aseguramiento de estándares internacionales, certificaciones y buenas prácticas de gestión sostenible, coadyuvan al posicionamiento y el acceso a mercados internacionales de productos de la oferta exportable peruana

Desarrollo de Signos distintivos	<p>2021:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Marcas Sectoriales: Perú Minería (proveeduría) y Productos Maderables.▪ Marcas Colectivas: Fortalecimiento del uso de marcas colectivas. <p>2022:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Implementación del Programa de Diferenciación de la Oferta Exportable.▪ Fortalecimiento del uso de marcas sectoriales	
Aseguramiento de estándares internacionales, certificación y buenas prácticas de gestión sostenible	<ul style="list-style-type: none">▪ 2021: + 08 organizaciones asistidas (renovación de sus certificaciones).▪ 2022: +12 organizaciones asistidas y certificadas	

Desarrollo de signos distintivos: Las **marcas sectoriales** forman parte de una estrategia del gobierno peruano para destacar, a nivel global, los atributos de diferentes productos que los diferencian y los hacen únicos, trabajado en conjunto con Promperú. El desarrollo de **marcas colectivas** permite posicionar mejor en los mercados internacionales la oferta exportable de organizaciones de productores de alimentos, estandarizar la oferta, generar volúmenes y mejorar los precios de venta, para lo cual se trabajará en 2021 en el fortalecimiento de su uso, para lo cual se ha planteado el “Programa de Diferenciación de la Oferta Exportable a través de Signos Distintivos para la Exportación e Internacionalización y fortalecimiento del uso de marcas colectivas de la gestión empresarial y asociatividad en regiones priorizadas en el marco de los PERX.

La **certificación de estándares internacionales** (producción orgánica, buenas prácticas, comercio justo y sostenibilidad) mejora las posibilidades de acceso de organizaciones de productores a los mercados internacionales, permitiendo la diferenciación de la oferta exportable y la articulación comercial con eslabones intermedios de la cadena de valor, e incluso con los mercados finales.

PILAR 3

Facilitación del Comercio Exterior

Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE)



www.vuce.gob.pe

Componentes (Acumulado)	2021*	2022*
Componente Mercancías restringidas (Acumulado)		
Numero de procedimientos administrativos incorporados	327	356
Numero de usuarios	80,525	89,629
Ahorros generados (en millones de S/)	5/559.1	5/648.2
Entidades incorporadas**	17	17
Trámites realizados acumulados (desde 2010)	2,795,450	3,240,845
Componente Origen (Acumulado)		
Numero de certificados de origen emitidos + Declaración jurada	1,925,455	2,179,246
Ahorros generados (en millones de S/)	5/385.1	5/435.8
Numero de usuarios	10,867	11,566
Componente Portuario (Acumulado)		
Trámites de recepción de Naves	134,789	157,498
Trámites de Despacho de Naves	138,091	160,800
Ahorros generados (en millones de S/)	5/54.6	5/63.7

Módulo de información sobre los servicios de logística de Comercio Exterior (MISLO)

- Plataforma digital de la VUCE, permitirá **transparentar la información sobre la descripción, precios y listado de los servicios que ofrecen los operadores logísticos de comercio exterior, de acceso gratuito al público (al 2021).**
- Actualmente, existen 13 tipos de operadores que representan a más de 2,000 empresas.



Operadores logísticos de comercio exterior remiten sus tarifas al MISLO



Precios de los servicios logísticos de acceso gratuito al público



Beneficiarios:
+ 8,000 exportadoras
+ 33,000 importadoras

En este gráfico se aprecian los principales componentes de la VUCE, y las proyecciones para el 2021 y 2022

Módulo de información sobre los servicios de logística de Comercio exterior (MISLO)

Objetivos:

- Incrementar la transparencia en el mercado logístico de comercio exterior y
- Permitir a los usuarios obtener en un solo portal la información de los servicios de logística necesarios para la realización de sus operaciones de comercio exterior.

Operadores incorporados al MISLO:

1. Agentes marítimos. Desde: 04.08.2021.
3. Empresas de servicio de entrega rápida. Desde: 19.08.2021.
4. Empresas de servicio postal. Desde: 03.09.2021.
5. Operadores de transporte multimodal. Desde: 18.09.2021.

PILAR 3

Proyecto VUCE 2.0

Convertir a la VUCE en un ecosistema de herramientas y soluciones tecnológicas que faciliten el comercio exterior, en especial para las Mypes a nivel nacional



COMPONENTE 1: Simplificación de procesos y procedimientos de Comercio Exterior

- 2022: Sistema de riesgos implementado en 8 entidades.

VUCE

COMPONENTE 2: Diseño y puesta en marcha de la VUCE 2.0

- 2021: Nueva plataforma tecnológica de la VUCE 2.0: servicios transversales (Arquitectura Patrón, Buzón y Expediente electrónicos; Autenticación; Transmisiones; Módulo de firmas).
- 2022: Continuar el fortalecimiento de la infraestructura tecnológica de la VUCE y entidades de control. Puesta en marcha de Nuevo Componente Portuario, Nuevo Componente de Mercancías Restringidas y Sistema de Zonas Económicas Especiales.



COMPONENTE 3: Servicios de Información para el Comercio Exterior

- 2021: MISLO, 1era fase Portal Acceso al Mercado, E-learning.
- 2022: Observatorio Logístico, Portal Marketplace, E-pymex, PENX, Sistema de información de Inteligencia comercial BI.



COMPONENTE 4: Transferencia del conocimiento.

- 2021: Capacitación de 4 entidades ZEE y 15 entidades de control (líderes y colaboradores).
- 2022: Acciones de transferencia de conocimiento y gestión del cambio.

Estimación de beneficios esperados de la VUCE 2.0
26.7 millones de dólares anuales en total

Días ahorrados
1.51 días en importaciones
2.37 días en exportaciones



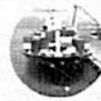
Impacto en entidades públicas
10 millones de dólares aprox.



Ganancias para exportadores e importadores
10 millones de dólares aprox.



Impacto sobre el Comercio Exterior
Exportaciones: 6 millones de dólares anuales aprox.
Importaciones: 700 mil dólares anuales aprox.



Con la visión de convertir la Ventanilla Única de Comercio Exterior – VUCE en un gran ecosistema de herramientas de comercio exterior al servicio de exportadores e importadores, utilizando la tecnología, se viene ejecutando el “Proyecto VUCE 2.0”, en el marco del Contrato de Préstamo BID N° 3546/OC-PE que culmina en el año 2023, el cual tiene como objetivos:

1. Mejora de la competitividad del comercio exterior, optimizando procesos y simplificando los trámites (licencias, permisos, autorizaciones y certificaciones) requeridos por las entidades de control y otros servicios del Estado.
2. Reducir los tiempos y costos de transacción en los que incurren los exportadores e importadores;
3. Dotar a todos los operadores del sector y empresas de servicios vinculadas, información sistematizada, actualizada e inteligente sobre los requerimientos, normas y regulaciones que exigen los principales mercados internacionales.
4. Fortalecer a otras entidades que intervienen en el comercio exterior como Senasa, Digesa, Sanipes y otras

Estas soluciones han contribuido y contribuyen, de manera sustantiva y directa, a la reducción de los tiempos de atención de trámites y uso de papel; ahorro en tareas manuales y desplazamientos, mejorando la comunicación y la competitividad del sector, reforzando las capacidades de los exportadores e importadores peruanos, con especial énfasis en las micro y pequeñas empresas y fortaleciendo decididamente a la descentralización en beneficio de las regiones del país.

PILAR 3

Zonas Económicas Especiales en el Perú: Instrumento de política sectorial y nacional

DESARROLLO NORMATIVO

2021:

- Ampliación del listado Sub Partidas Nacionales (SPN) ZOFRATACNA.
- Reglamento de Infracciones y sanciones ZOFRATACNA.
- Reglamento de la ZOFRAJAMARCA, en coordinación con MEF y PRODUCE.
- Proyecto de Reglamento de la ZED Loreto.
- Diagnostico legal sobre el Operador Privado ZEE.
- Actualización Directivas de Supervisión.

2022:

- Reglamento de infracciones y sanciones ZED y TUO ZEE.
- Inclusión del indicador de brecha ZEE en el PMI del sector.
- Elaboración de la política o estrategia en ZEE.

PROMOCIÓN

2021:

- Participación en 6 eventos para promover ZEE.
- Promoción en Guía legal AZFA 2021, Book inmobiliario 2021, 5 notas informativas AZFA y 1 en newsletter del WFZO.
- TDR para el Policy Advocacy en ZEE, con PROMPERU.

2022:

- Publicación de la guía para el inversionista ZEE.
- Desarrollo del Policy Advocacy en ZEE.
- Fortalecimiento de presencia digital a través de "Portal de ZEE", en el marco del plan de digitalización.



FORTALECIMIENTO

2021:

- Plazos, requisitos, condiciones y acompañamiento para la selección de Operadores Privados.
- Encuentros Operativos para el intercambio de mejores prácticas de gestión.
- Modernización de sistemas informáticos y digitalización de procesos ZEE – VUCE.
- Asignación de recursos adicionales para ZOFRATACNA (arancel especial)

2022:

- Donación y capacitación del software de Gestión de ZEE a las ZED y ZOFRATACNA.

Las Zonas Económicas Especiales (ZEE) son áreas geográficas dentro del territorio nacional, con naturaleza de extraterritorialidad aduanera (ZOFRATACNA) o zona primaria de tratamiento especial (ZED). Las empresas que se instalen en las ZEE gozan por un periodo determinado de un régimen especial en materia aduanera y tributaria. Se aprecian las principales actividades para el desarrollo normativo, promoción y fortalecimiento

PILAR 3

Programa de Apoyo a la Internacionalización (PAI)

Instrumento del Fondo MIPYME Emprendedor, cuyo objetivo es el cofinanciamiento de actividades orientadas a fortalecer, promover y acelerar el proceso de internacionalización de las empresas peruanas.



PAI 1.0 (2017 - 2020)

- **S/ 25** millones recursos comprometidos.
- **185** proyectos de exportación cofinanciados.
- **25** mercados de destino, de **5** continentes.
- **13** departamentos beneficiados:
Piura, Lambayeque, Cajamarca, Amazonas, San Martín, La Libertad, Lima, Junín, Madre de Dios, Cusco, Ayacucho, Arequipa y Tacna.

Elevado retorno del Programa:

Por cada **S/ 1** desembolsado por el PAI se lograron exportaciones por **S/ 6.5**

Percepción sobre el PAI:

El Programa ha tenido un alto nivel de aceptación entre las empresas beneficiarias. Según una encuesta realizada a los empresarios beneficiarios:

- ✓ El 85% de los encuestados se encontró satisfecho o muy satisfecho con relación a su participación en el PAI.
- ✓ El 90% de los empresarios tiene expectativas de postular a otra modalidad del PAI.
- ✓ El 98% de los empresarios afirmó que ha reforzado sus conocimientos en comercio exterior.

PAI 2.0 (2021-2023)

- **S/ 20** millones recursos adicionales.
- **170** empresas beneficiarias.
- **4** convocatorias, en **36** meses.
- **4** modalidades.
 - **Modalidad I:** Emprendimiento Exportador (**NUEVO**).
 - **Modalidad II:** Potenciamiento de las Exportaciones.
 - **Modalidad III:** Consolidación de la Actividad Exportadora.
 - **Modalidad IV:** Implantación Comercial.

Novedades 2021:

- Nueva modalidad para el PAI 2021 – 2023.
- ProInnovate será el nuevo operador del programa.
- Impulso al empoderamiento de la mujer y mérito innovador.
- En octubre del 2021 se espera lanzar la primera convocatoria del 2021.

El Programa de Apoyo a la Internacionalización (PAI) es uno de los instrumentos del Fondo MIPYME Emprendedor, cuyo objetivo es el cofinanciamiento de actividades orientadas a fortalecer, promover y acelerar el proceso de internacionalización de las empresas peruanas.

En su primera etapa contó con cuatro (04) modalidades de intervención para atender distintos estadios en el proceso de internacionalización (potenciamiento de exportadores, consolidación de la actividad exportadora y licencias internacionales, franquicias, implantación comercial), partiendo de empresas que ya han llevado a cabo exportaciones directas. Cada modalidad consta de 2 componentes, la primera de ellas es la elaboración de un plan de internacionalización, mientras que la segunda es la ejecución del mismo.

Tras su culminación, se vienen realizando las coordinaciones respectivas para lanzar una segunda etapa del programa.

PENTUR 2025 – Plan Estratégico Nacional de Turismo

Pilares del PENTUR



Objetivo 2025

Consolidar al Perú como un destino turístico competitivo, sostenible, de calidad y seguro

ESTRATEGIA NACIONAL DE REACTIVACIÓN DEL SECTOR TURISMO 2021-2023 (Ley N° 31103)

Objetivos Específicos



MODELO DE DESARROLLO

Basado en "Destinos Turísticos"

MODELO DE GESTIÓN

Mediante la articulación público-privada "Ente Gestor de Destino"

ESTADO	24	PERTUR APROBADOS
	1	PERTUR en proceso de elaboración
META 2021	25	PLANES REGIONALES DE TURISMO APROBADOS

En el caso del Sector Turismo, se tiene el Plan Estratégico Nacional de Turismo – PENTUR al 2025, el mismo que cuenta con cuatro pilares que guían el accionar del sector en miras de consolidar al Perú como destino turístico competitivo, sostenible, de calidad y seguro mediante su articulación en los tres niveles de gobierno (PERTUR y PDTL).

A la fecha, se cuenta con 24 Planes Estratégicos Regionales de Turismo – PERTUR culminados, quedando pendiente la culminación y aprobación del PERTUR Puno;

Asimismo, en el marco de la reactivación del sector turismo, a finales de diciembre 2020 se emitió la Ley N° 31103 – “ Ley que declara de interés nacional la reactivación del sector turismo y establece medidas para su desarrollo sostenible” y cuyo resultado fue la aprobación de la Estrategia Nacional de Reactivación del Sector Turismo 2021 -2023, instrumento de gestión a nivel nacional donde se establecen una serie de medidas para la reactivación económica, preservación y desarrollo sostenible del sector, en el marco de la declaratoria de emergencia nacional por la COVID-19 alineado a los objetivos y visión del PENTUR; este documento ha sido elaborado con participación de los gobiernos regionales, locales, otras entidades públicas y gremios del sector turismo.

PILAR 1

PROMPERÚ: Principales Logros 2021 – 2022

Promoción del Turismo Interno

2021:

- Campañas para el impulso de las Rutas Cortas (del 14 de julio a la fecha). Campaña publicitaria 'Volver a viajar' - 'Voces del Perú', busca promover las rutas cortas de las 25 regiones del país, incentivar los viajes intra e interregionales de manera segura (27 de septiembre al 30 de octubre). Campaña publicitaria "Volver a viajar - Mis vacas en Perú", busca incentivar los viajes a nivel nacional en los segmentos de parejas y amigos, de forma responsable y segura (01 noviembre al 14 de diciembre). Alcance esperado: 6 millones de personas.
- Impulso a la comercialización del sector con 04 ruedas de negocios y ferias, en formato presencial y virtual, participación de más de 2000 asistentes, representación de las 25 regiones del país.
- Desarrollo de 09 planes de promoción de turismo gastronómico regional. Regiones beneficiadas: Lima, Ica, Arequipa, Cusco, Tacna, La Libertad, Piura, Loreto y San Martín
- Alianzas Estratégicas que son campañas de publicidad cofinanciada que busca impulsar la comercialización a 18 destinos del país a través de 03 líneas aéreas, con un alcance de 6 millones de personas y más de 150 mil pasajeros movilizados.

2022:

- Campaña publicitaria y gestión digital sostenible de la web "Y tú qué planes".
- Apoyo en ferias de turismo y bolsas de negociación lideradas por el sector (04).
- Feria Nacional, participación de las 25 regiones del país.
- Viajes de prensa (06) para difundir los principales atractivos turísticos en medios tradicionales, dirigidos al público final de los segmentos priorizados (familias, amigos, parejas).
- Impulso a la promoción del turismo gastronómico a lo largo del año a través de nuestras plataformas digitales.
- Alianzas estratégicas



Para el 2022 se tiene previsto:

- El lanzamiento de la campaña publicitaria de la web "Y tú qué planes?" motivando los viajes internos, apoyando a la reactivación del sector de acuerdo a la evolución de la pandemia y los destinos con sello Safe Travels.
- Feria Nacional de Turismo buscando la participación de las 25 regiones fomentando la descentralización de viajes.
- Viajes de prensa para difusión de destinos turísticos en plataformas mediáticas, principalmente digitales.
- Difusión de la gastronomía de todas las regiones y búsqueda de alianzas estratégicas, con aerolíneas o socios del sector, principalmente en acciones publicitarias conjuntas.

PILAR 1

PROMPERÚ: Principales Logros 2021 – 2022

Promoción del
Turismo Receptivo



2021:

- Campañas de publicidad en mercados priorizados de América, Europa y Asia.
- 10 Ferias internacionales y ruedas de negocio virtual, beneficiando a + 400 operadores turísticos nacionales.
- 05 Alianzas estratégicas con líneas aéreas para impulsar la venta de viajes a Perú y la reanudación de la conectividad aérea.
- Encuentros comerciales, Lanzamiento Expo Perú Turismo, movimiento económico estimado +S/ 24 millones.
- 20 Eventos RICE (Turismo de Congresos y Reuniones), movimiento económico estimado +S/ 15 millones.

2022:

- Campaña publicitaria con nuevo concepto como seguimiento a “Despierta en Perú” en mercados priorizados de América y Europa.
- Participación en 07 ferias internacionales en Latinoamérica, Europa, con asistencia de 10 regiones.
- Promoción en redes sociales para los mercados de Asia, Anglosajón, Europa y Latinoamérica: +1.7M de alcance.
- Seminarios virtuales dirigidos a agentes de viajes de los mercados de Latinoamérica, Europa, Anglosajón y Asia: + 600 capacitados.
- Ferias y ruedas de negocio de turismo de reuniones y eventos 50 empresas peruanas participantes.

Para el año 2022 se ha programado:

- El lanzamiento de una campaña publicitaria con un nuevo concepto como seguimiento a “Despierta en Perú” en los mercados priorizados de América y Europa.
- Participación en 07 ferias internacionales en Latinoamérica, Europa y Reino Unido con asistencia de 10 regiones.
- Se realizará la promoción en redes sociales con posteos y generación de contenido audiovisual para potenciar la promoción del Perú como destino de vacaciones, enfocando los contenidos en generar conciencia del Perú como destino de viajes e influir en su futura decisión de viaje. Se espera lograr un alcance de +1.7M.
- Se realizará una serie de seminarios virtuales dirigidos a agentes de viajes de los mercados de Latinoamérica, Europa, Anglosajón y Asia donde se espera capacitar a más de 600 agentes de viaje.
- Capacitaciones a profesionales peruanos de 11 regiones en captación y organización de reuniones y congresos.
- Participación en ferias y talleres de Turismo de Reuniones: IBTM America, Fiexpo Latinoamérica; IMEX America; Caravana RICE Alianza del Pacifico, Business Travel Expo, World Meeting Forum, entre otros. 50 empresas peruanas. Potencial de negocio: USD 65 millones.
- Captación de reuniones y congresos nacionales e internacionales: Identificar oportunidades de realización de congresos internacionales en los próximos 3 años.

PILAR 1

PROMPERÚ: Principales Logros 2021 – 2022

A través de las múltiples plataformas digitales que gestiona la **Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Turística** se facilita el acceso a la **información estratégica y especializada sobre la demanda turística nacional y mundial** a los profesionales del sector, además de brindarles **asistencia técnica y capacitación** para el uso práctico de dicha información, que les permita tomar mejores decisiones estratégicas.

Inteligencia y
Prospectiva
Turística

Servicio de Turismo In de PromPerú:

- 2021: + 4100 nuevos usuarios registrados.
- 2022: + 6000 nuevos usuarios registrados.

Reportes de Inteligencia de Mercados:

- 2021: +55 reportes compartidos a través de Turismo In y 555 a través de Turismo In Data (enero - julio).
- 2022: + 200 reportes compartidos a través de Turismo In y 1200 a través de Turismo In Data

Asistencia técnica y capacitación:

- 2021: +6000 usuarios registrados en el Aula virtual.
- 2022: +10000 usuarios registrados en el Aula virtual.

Turismo in
investiga innova



Turismo In:

Es el servicio de PROMPERÚ que difunde información estratégica y especializada de la demanda turística a los más de **76 mil usuarios registrados**.

Para el siguiente año se espera maximizar los esfuerzos para continuar con la difusión de información en nuevos formatos digitales y con plataformas renovadas.

Reportes de Inteligencia de Mercado:

En el 2020 y 2021, las restricciones por la pandemia dificultaron la realización de estudios de mercado de manera presencial, por lo que se puso énfasis en el desarrollo de estudios mediante encuestas y focus on line, así como fuentes secundaria; información que fue compartida a través de turismo in y turismo in data y sirvieron como insumo para la elaboración de estrategias internas, así como para el conocimiento de todos los actores del sector acerca de los cambios en el comportamiento del turista actual y potencial, tendencias y nuevas preferencias.

En el 2022 se continuará con el desarrollo de estudios mercado acerca de la demanda actual, potencial y de tendencias, tanto de manera on line como presencial.

Asistencia técnica y capacitación:

En el año 2020 tras la pandemia, se implementan las capacitaciones de manera online y se desarrollan diferentes servicios, (Prog. Express, Prog. Comercial, webinars, entre otros), que buscan fortalecer las competencias comerciales del sector turismo. Para el próximo año, se espera seguir posicionando el Aula virtual de turismo de Promperú como la plataforma de educación en línea preferida por el sector turismo. Por lo cual, se seguirá desarrollando contenido de valor, así como mejoras que permitan implementar mejoras en la experiencia de usuario para superar los 10 mil usuarios registrados.

PILAR 1

El Perú en la



2021

- Inauguración de la Expo 2020 Dubái e inicio de las actividades de promoción, por 6 meses (Octubre 2021 a Diciembre 2022). Se espera tener más de 180 países participantes y recibir 15 millones de visitantes*, para lograr incrementar las exportaciones; reactivar el turismo receptivo, ampliar las inversiones y consolidar la Imagen País en el mundo.
- Se realizará 1 macro rueda regional y 4 ruedas de negocios sectoriales (Expo Perú Inversiones, Moda, Natura y Café).
- Presentaciones gastronómicas de diferentes regiones

2022

- Se realizarán 3 macro ruedas regionales y 4 ruedas de negocios sectoriales (Home Deco, Expo Perú Alimentos, Turismo e Inversiones).
- Presentaciones gastronómicas de diferentes regiones.



El origen de las Exposiciones Universales ("World Expo", en inglés) se remonta al año 1851, cuando se celebró la primera edición del evento en Londres. Se trata de exhibiciones de gran envergadura, celebradas en distintas ciudades cada cinco (05) años, cuyo principal objetivo es mostrar al mundo los avances científico-tecnológicos alcanzados por cada nación, propiciar el intercambio cultural y promover los atractivos turísticos, productos de exportación y la imagen de cada país.

La Expo 2020 Dubái es la próxima edición de la Exposición Universal, a realizarse del 20 de octubre al 10 de abril en la ciudad de Dubái, Emiratos Árabes Unidos (EAU). En tal sentido, es la primera Exposición Universal celebrada en la región de Oriente Medio, África y Asia Meridional, y la primera que se organiza en un país árabe

A la fecha, Expo 2020 Dubái cuenta con la confirmación de más de 190 países, de los cuales 13 son de la región de América Latina: Chile, Ecuador, Colombia, Argentina, Brasil, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Panamá, Perú, Uruguay y Venezuela. Adicionalmente al público general, participarán de la Expo 2020 Dubái gobiernos -a través de sus pabellones- empresas, emprendedores, organismos internacionales, ONGs y fundaciones, y universidades de todo el mundo.

Se estima que alrededor de 3 millones de visitantes a la Expo 2020 Dubái visitarán la exhibición con una expectativa de identificar oportunidades de negocio, motivo por el cual se considera las ruedas de negocios así como la participación de las PYMES en esta exposición universal se traducen como una gran oportunidad para reactivar la economía nacional golpeada por la grave crisis generada por la pandemia producida por el Covid 19, por lo que en esta labor se propone la participación de los gobiernos regionales a fin de poder lograr una reactivación económica que nos permita llegar a todas las zonas del Perú.

PILAR 2

Reconocimientos (Safe Travels)



A diciembre de 2021, lograremos reconocer a 20 destinos más



AL CUMPLIMIENTO DEL 100% DE PROTOCOLOS DE BIOSEGURIDAD



52 Destinos "Safe Travels"
458 Atractivos Turísticos



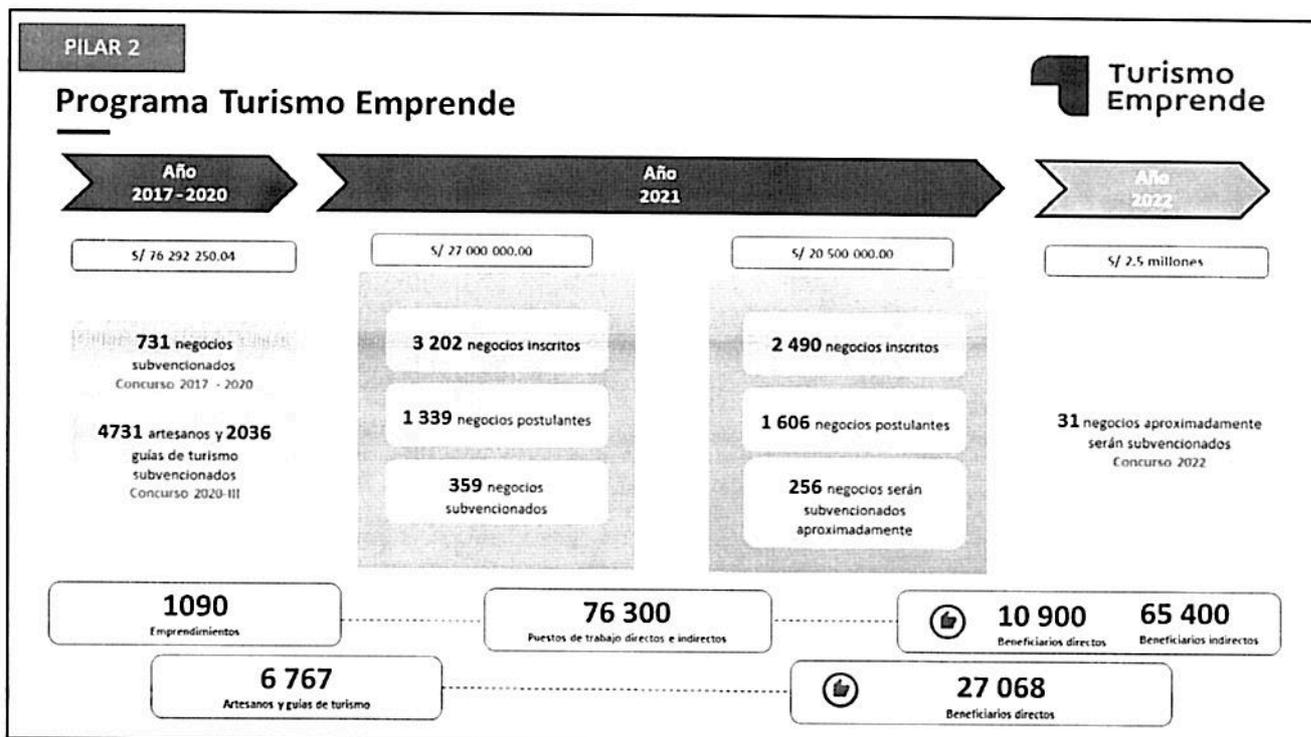
2020
07 destinos certificados

2021
61 destinos certificados

2022
32 destinos certificados



El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) obtuvo el 13 de octubre de 2020 el reconocimiento "Safe Travels", adhiriéndose a los términos y condiciones planteados por el Consejo Mundial de Turismo (WTTC, por sus siglas en inglés), mediante el cual se le otorga los derechos de uso del sello internacional "Safe Travels", via convenio, a las 25 regiones del país, el cual viene siendo utilizado por los destinos turísticos que cumplen e implementan los "Lineamientos sanitarios ante el COVID-19 para destinos turísticos"; así como a los prestadores de servicios turísticos que cumplan con las condiciones establecidas para la reanudación de actividades y los protocolos sanitarios sectoriales respectivos.



- El Programa "Turismo Emprende" (PTE) brinda subvenciones a favor de micro y pequeñas empresas turísticas seleccionadas a través de concurso público de convocatoria a nivel nacional. Desde 2017 al 2020, se obtuvieron 731 unidades de negocio (Concursos 2017, 2018, 2019, 2020-I y 2020-II) y excepcionalmente (Concurso 2020-III) se autorizó mediante DU N° 116-2020 lanzar una convocatoria que benefició a 4731 artesanos y 2036 guías oficiales de turismo. Cabe señalar, que en el marco de la reactivación económica producto de la crisis generada por el Covid-19, se dotó de recursos extraordinarios al PTE para financiar sus acciones.
- En el año 2021, la Ley N° 31084 asignó recursos hasta por la suma de S/ 50 millones al PTE, en el Concurso 2021-I se obtuvo 359 unidades de negocio y en el Concurso 2021-II, en curso, se espera alcanzar un mínimo de 256 unidades de negocio beneficiarias. Asimismo, en el año 2022 con la aprobación de la ampliación del periodo del PTE se espera alcanzar a 31 unidades de negocio adicionales.
- En suma, las 1 090 unidades de negocio beneficiarias del PTE generan 76 300 puestos de trabajo (10 900 directos y 65 400 indirectos), por otra parte, los 6 767 guías y artesanos beneficiarios generan 27 068 beneficiarios directos (miembros de sus núcleos familiares).

PILAR 2

Articulación comercial y posicionamiento de la artesanía peruana

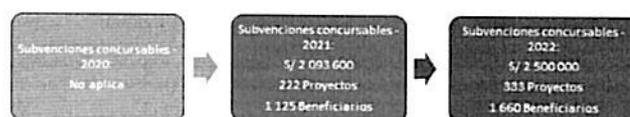


**Somos
Artesanía**

Estrategia para reactivar y promover la actividad artesanal "Somos Artesanía"

Año 2022: S/ 2 500 000

- Subvenciones concursables beneficiando aproximadamente **333 proyectos** (1 660 artesanos)



ESTRATEGIA PARA REACTIVAR Y PROMOVER LA ACTIVIDAD ARTESANAL "SOMOS ARTESANÍA"

La Estrategia "Somos Artesanía" tiene el objeto cofinanciar capital de trabajo para producción, promoción, comercialización y/o articulación comercial de artesanías a favor de unidades económicas artesanales, a través de la modalidad general de cofinanciamiento "*Impulsando mi negocio artesanal*".

El Concurso Público tiene como público objetivo a las unidades económicas artesanales, representadas por personas naturales con negocio (artesanos) y personas jurídicas (asociaciones, cooperativas y empresas de la actividad artesanal), y contemplará 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. Esta acción permitirá cofinanciar 333 proyectos a nivel nacional y beneficiar aproximadamente a 1 660 personas, equivalente al 5.3% del RNA.

PILAR 2

Iniciativas del Sector



Pueblos intervenidos	2021	2022
	10	10



Emprendimientos	2021	2022
	67	70



CITE	2021	2022
Beneficiarios	5 073	7 100



Capacitaciones	2021	2022
	01	08

Pueblos con Encanto: Iniciativa orientada a promover el desarrollo del turismo interno basando su accionar en el empoderamiento y compromiso de los gobiernos locales, diversificando e innovando la oferta turística en los pueblos donde interviene, en función a su rol, potencial y a las actuales tendencias del mercado. Tiene entre sus principales acciones implementar **10 Pueblos con Encanto**, que se encuentran dentro de los recursos turísticos priorizados. Presupuesto 2022: S/ 1,4 millones

Turismo Comunitario: Estrategia del MINCETUR que promueve una nueva forma de viajar y conocer el Perú a través de encuentros que conecten tanto a viajeros como anfitriones, experimentando una vivencia satisfactoria y memorable. Tiene como principal objetivo, la consolidación de **15** productos de Turismo Comunitario a nivel nacional, mediante la mejora de la calidad, experiencia y bioseguridad, convirtiéndolos en una alternativa de viaje sostenible. Presupuesto 2022: S/ 0,7 millones

Turismo Social: El enfoque actual 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 dichos públicos objetivos. Presupuesto 2022: S/ 0,9 millones

RED de CITE: La Red de CITE proyecta intervenir a **7 100 personas** (89% artesanos, 8% alpaqueros y 3% prestadores de servicios turísticos).

- **CITE Privados:** 05 Convenios de Desempeño: Huancavelica (CITE Textil Camélidos), Puno (CITE Camélidos Sudamericanos), Piura (CITE Cerámica - Chulucanas), Amazonas (CITE Utcubamba) y Arequipa (CITE Arequipa).
- **CITE Públicos:** Fortalecimiento de 03 CITES: Lambayeque (CITE Sipán), Ucayali (CITE Ucayali) y Ayacucho (CITE Ayacucho).

Fortalecimiento de Capital Humano 2021-2022 (Reactivación económica)

Plan para el Fortalecimiento de Competencias – PFC

PFC

2021:
3,194 Beneficiarios del programa FAE Turismo, en el marco de la Reactivación Económica.
2,340 trabajadores a nacional en el marco de reactivación económica, en temas orientados a la aplicación de protocolos.
2022:
6,140 colaboradores capacitados, fortaleciendo capital humano que contribuye a la reactivación económica.

Evaluación y Certificación de Competencias Laborales



2021:
30 trabajadores evaluados y certificados en estándares de competencias laborales.
2022:
12 instrumentos de política de evaluación de competencias laborales aprobados por MTPE, entre mapas funcionales, estándares ocupacionales e instrumentos de evaluación.
210 colaboradores evaluados para la certificación de competencias laborales.

CALTUR / Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas - SABP

2022:
625 empresas beneficiadas para el reconocimiento CALTUR.

Formación Profesional y Profesional-Técnica



2021:
1,123 estudiantes en turismo.
 Actualización del Plan de Guía Oficial de Turismo del Nivel Profesional en modalidad semipresencial.
 Plan de Estudios de Gestión de la Innovación en Turismo del nivel profesional con opinión técnica del MINEDU.
100% en continuidad de estudiantes (deserción intercurso=0%)
2022:
1,115 estudiantes en turismo de formación profesional y formación profesional-técnico.
 Programa de nivel profesional "Innovación de la Gestión en Turismo".
 Programa de Guía Oficial de Turismo en versión semipresencial.

SABP

CENFOTUR es el organismo Público Ejecutor adscrito al MINCETUR, dedicado a la formación, capacitación, perfeccionamiento, evaluación y certificación de competencias laborales del capital humano vinculado al sector turismo, como entidad clave para elevar la productividad laboral y competitividad turística del país, mejorando cualitativamente la PEA ocupada del sector y promoviendo la reactivación económica.

En el ámbito laboral y a nivel nacional, se interviene con el Plan de Fortalecimiento de Competencias – PFC (dirigido a colaboradores de las empresas del sector turismo, focalizado a través de las Dircetures); con el Programa para la Evaluación y Certificación de Competencias Laborales (dirigido al reconocimiento de competencias mediante la evaluación del desempeño laboral y certificación); y CALTUR (programa del MINCETUR dirigido a orientar a empresas y emprendimientos para mejorar estándares de calidad en la aplicación de buenas prácticas del servicio turístico, para lograr el reconocimiento CALTUR).

Asimismo, desarrolla el Marco de Cualificaciones sectorial, elaborando Mapas Funcionales, Estándares Ocupacionales e Instrumentos de Evaluación, que son aprobados por el MTPE. Para el 2022, se beneficiará a 6,350 trabajadores (6,124 del PFC y 210 colaboradores con certificación de competencias laborales), así como a 625 empresas de la actividad turística. Asimismo, se desarrollarán 6 Estándares Ocupacionales y 6 instrumentos de evaluación de competencias laborales.

El modelo de intervención de CENFOTUR se basa en la identificación de tendencias y brechas en la actividad turística, con la que desarrolla -en el ámbito educativo- el Modelo de Formación por Competencias que promueve la movilidad educativa, así como en el ámbito laboral, con sus programas PFC, Evaluación y Certificación de Competencias Laborales y CALTUR. CENFOTUR brinda el servicio de formación profesional-técnico con estándares de calidad internacional.

PILAR 4

Estrategia Turismo Seguro



SEGURIDAD TURÍSTICA

- Gestión para el monitoreo y seguimiento de conflictos sociales que impacten la actividad turística.
- Fortalecimiento de las Redes Regionales de Protección al Turista.

FORMALIZACIÓN

- Asistencia técnica a las Direcciones Regionales de Comercio Exterior y Turismo para el fortalecimiento de las acciones de fiscalización y atención de procedimientos administrativos.

FORTALECIMIENTO

- Talleres de capacitación dirigido a los actores estratégicos de la Seguridad Turística.
 - ✓ Resolución de conflictos, manejo de quejas y reclamos, relaciones interpersonales y comunicación eficaz.

2021

Protocolos sanitarios sectoriales para prestadores de servicios turísticos y Lineamientos sanitarios para destinos turísticos aprobados.

2022

- 100 personas capacitadas en el 2022, para una mejor capacidad de resolución de conflictos.
- Aprobación de la actualización del Plan para la formalización del sector turismo

TURISMO SEGURO: Objetivo: **garantizar una experiencia de viaje y estadía segura en el Perú.**

Comprende intervenciones articuladas con entidades del sector público y privado. Con la participación activa de más de 11 Ministerios y entidades clave como GORES, Municipalidades, SUNAT, INDECOPI, SUNAFIL y gremios turísticos privados. Bajo un esquema de intervención progresiva, se consolidará la intervención a nivel nacional al 2021, en los componentes de:

EN FORTALECIMIENTO

- A setiembre de 2021 se ha brindado asistencia técnica para su fortalecimiento a 23 Redes Regionales de Protección al Turista, esperándose concluir con 3 regiones restantes a Dic. Del 2021.
- Seguimiento de conflictos sociales que pudieran afectar el desarrollo de la actividad turística, a nivel nacional a fin de coordinar respuesta a través de las Redes Regionales de Protección al Turista.

EN FORMALIZACIÓN

- Promoción e impulso a la formalización a través de la aprobación y difusión del distintivo para agencias de viajes y turismo formales registradas.
- Ejecución de 179 fiscalizaciones a prestadores de servicios turísticos en Lima Metropolitana, con el objeto de verificar el cumplimiento de los requisitos y condiciones de los reglamentos vigentes, de las cuales 79 son virtuales.
- 13 asistencias técnicas a 121 funcionarios de 13 Direcciones Regionales de Comercio Exterior y Turismo.
- 2 capacitaciones virtuales, a nivel nacional, dirigidas a 170 funcionarios de gobiernos regionales y locales en materia de competencias transferidas y fiscalización en el marco de la COVID-19.
- 13 capacitaciones sobre formalización laboral y cumplimiento de reglamentos sectoriales dirigidos a prestadores de servicios turísticos (713 prestadores capacitados).
- Al 2022, se prevé actualizar el Plan de Apoyo a la Formalización del Sector Turismo.

EN SEGURIDAD TURÍSTICA

- En 2021, se suscribirá adenda con SERNANP para la ejecución de S/ 2.1 millones en equipamiento.
- Al 2022, se prevé capacitar a los integrantes de las Redes Regionales en resolución de conflictos sociales.

h. Análisis de los Créditos Presupuestarios de actividades orientadas a combatir el COVID-19 e impulsar la reactivación económica (2021)

FAE TURISMO

El FAE-Turismo es un fondo especial de garantía que ha destinado la suma de **S/ 200 millones**, que actúan como garantía de los créditos otorgados en el marco de este fondo a las mype de turismo, por entidades del sistema financiero (ESF) participantes.

Al 30 de junio 2021, se colocó a las ESF y COOPAC, mediante subastas, un importe de **S/ 178 596 000,00**, habiéndose beneficiado a **1 969 mype** del sector a través de las entidades financieras.

Programa cuyo objetivo es financiar y/o cofinanciar a emprendimientos vinculados a la actividad turística.

Desde 2017 (7 concursos) ha beneficiado a más del **1 080 mype turística**, con un desembolso de más de **S/ 83 millones**. El 20 de agosto se lanzó la Convocatoria 2021-II, con un fondo a la fecha de hasta **S/ 20,5 millones**.



Somos Artesanía

Concurso que permite cofinanciar capital de trabajo para producción, promoción, comercialización y/o articulación comercial de artesanías a favor de unidades económicas artesanales. La convocatoria 2021-I ha beneficiado a **215 artesanos** por un monto total de **S/ 2 064 670**.

FAE Turismo: En el caso del Fondo de Apoyo Empresarial (FAE) Turismo, a fines de setiembre 2021 se aprobó el DU 091-2021, el cual introduce mejoras al programa, siendo los principales el cambio para la ampliación del periodo de gracia de 18 a 24 meses, ampliación de la vigencia del programa hasta el 31 de marzo de 2022, que el destino del crédito garantizado sea utilizado para capital de trabajo y/o activo fijo y el reemplazo de la ficha RUC por una Declaración Jurada firmada por el representante legal y/o titular de la empresa; a ello a fin de flexibilizar y que más MYPEs del sector tengan la posibilidad de acceder a créditos garantizados en todas las regiones del país.

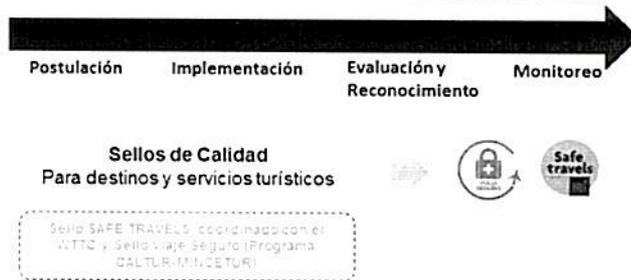
Adicionalmente, como se ha explicado en láminas anteriores, desde el Sector se han impulsado iniciativas para incentivar la reactivación económica del Turismo, como Turismo Emprende y Somos Artesanía.

Protocolos sanitarios para la reactivación de la actividad turística



- Publicado por MINCETUR
- Publicado por PRODUCE, MINCUL, MINAM y MTC
- Remitido a MTC

El Perú obtuvo el "sello Safe Travels" certificación que lo cataloga como destino seguro en el mundo.



En el marco de la pandemia por la COVID-19 que ha generado un impacto económico global sin precedentes, obligando a detener diversas industrias y sectores productivos y de servicios, el MINCETUR como medida para la reactivación del Sector Turismo y la sostenibilidad sanitaria que se requiere en los destinos turísticos, viene promoviendo el reconocimiento de destinos turísticos seguros a través del sello internacional Safe Travels.

El sello internacional "Safe Travels" es un reconocimiento otorgado por el Consejo Mundial de Viajes y Turismo como resultado de la implementación de un conjunto de protocolos diseñados bajo las pautas de la Organización Mundial de la Salud (OMS), cuyo objetivo es lograr que los destinos turísticos sean reconocidos como seguros y de calidad, a nivel nacional e internacional, así como reconocer a los prestadores de servicios turísticos que vienen implementando estándares y protocolos sanitarios que garanticen la seguridad de los viajeros a medida que cada país o región se incorpore a la "nueva normalidad".

Cabe señalar que, los protocolos sanitarios para la reactivación de la actividad turística han sido publicados por MINCETUR y otra parte por ser de su competencia por sectores afines como PRODUCE, MINAM, MINCUL y MTC donde se emitieron los comentarios o aportes correspondientes.

Acciones para mitigar el impacto del Covid-19 en comercio exterior

Facilitación y Digitalización del Comercio:



DL 1492 y su reglamento, Referido a la emisión de disposiciones para la reactivación, continuidad y eficiencia de las operaciones a la cadena logística de comercio exterior.



Reglamento Ley de **Fortalecimiento de la VUCE**, nuevo marco legal para nuevos servicios.



Módulo de información sobre los servicios logísticos (MISLO), el Módulo de Información sobre los Servicios de Logística de Comercio Exterior contribuye a incrementar la transparencia.



Exportador Autorizado, permite a exportadores emitir sus propias declaraciones de origen, evitando desplazamientos y costos vinculados a la emisión tradicional de los certificados de origen

Beneficios del DL 1492

- Modernización de los procesos y mejoras en la eficiencia de la cadena logística de comercio exterior (digitalización del 100% de los trámites).
- Mayor transparencia en el cobro a los importadores y exportadores, especialmente en las Mipymes.
- Eliminación de la intervención forzada de terceros con los que no se ha contratado en el proceso logístico.
- Reducción de los costos evitables (pago por servicios que no han sido solicitados o que no han sido efectivamente realizados).
- Superar un vacío normativo, a fin de transparentar y dar mayor previsibilidad a los usuarios del transporte internacional marítimo de mercancías.
- Reconocer el derecho que tienen los usuarios de pagar solo aquellos conceptos relacionados al servicio principal de transporte necesarios para la entrega de la carga (aceptados y contratados previamente).
- La reactivación de los diferentes sectores productivos y particularmente para las MIPYMEs.

La **VUCE** tiene un nuevo marco normativo desde el 2020 (Ley 30860 y su Reglamento aprobado por D.S. 008-2020-MINCETUR), con el fin de fortalecer esta herramienta de facilitación del comercio exterior, ampliar el alcance de sus servicios para integrar a toda la cadena del comercio, así como realizar una serie de mejoras para la digitalización de los procesos vinculados al comercio exterior, e integrar todo el marco normativo de la VUCE en un solo documento; a su vez permite la implementación de los diversos servicios que contempla el Proyecto VUCE – 2da etapa.

El **MISLO** tiene por objeto incrementar la transparencia en el mercado logístico de comercio exterior ya que permite a los usuarios obtener en un solo portal la información de los servicios de logística necesarios para la realización de sus operaciones. Igualmente, el MISLO contiene información sobre el listado de los servicios, descripción y precios que brindan trece (13) tipos de operadores de comercio exterior.

El **Exportador Autorizado** es una medida de facilitación de comercio establecida en los acuerdos comerciales vigentes con la Unión Europea, Asociación Europea de Libre Comercio, Japón, Panamá, Costa Rica, Honduras y Reino Unido, por el cual un exportador frecuente de mercancías originarias puede solicitar al MINCETUR la autorización para ser exportador autorizado y por ende poder emitir sus propias declaraciones de origen que equivale a un certificado de origen. Su reglamento entró en vigencia el 28 de junio de 2020.

h. Problemática presentada en la ejecución del gasto y medidas correctivas que propone.

En Comercio Exterior

- Limitación para actividades de asistencia técnica en comercio exterior de forma presencial en las regiones y para las reuniones de negociación comercial y administración de acuerdos comerciales, por el Estado de Emergencia. Se priorizó el uso de medios virtuales.

En Turismo

- Limitación para la ejecución del gasto por parte del Viceministerio de Turismo, por la disminución en la recaudación de impuestos a la actividad de juegos de casinos y máquinas tragamonedas durante el I trimestre del 2021, debido a las restricciones del Estado de Emergencia. Se priorizó el gasto.
- En infraestructura turística, retraso en la programación de obras, por la temporalidad climática de las zonas de los proyectos, motivo por el cual, en coordinación con las empresas contratistas se implementaron alternativas de solución a fin cumplir con las metas programadas de ejecución de obras.
- Incremento de los indicadores de deserción y morosidad en CENFOTUR, lo cual afecta la recaudación de ingresos. Se han otorgado descuentos y facilidades de financiamiento a los alumnos.

En Comercio Exterior

- Frente al Estado de Emergencia y la nueva convivencia social a raíz de la COVID-19, se ha limitado la posibilidad de desarrollar actividades presenciales, particularmente en regiones, para el fortalecimiento de capacidades de empresas exportadoras y con potencial exportador, así como de funcionarios de los Gobiernos Regionales; la programación de las diversas reuniones de negociación comercial y administración de acuerdos comerciales que se tenían programadas, se han visto canceladas y/o postergadas.
- Se priorizó el uso de medios virtuales para la realización de capacitaciones a nivel nacional, así como el Curso de Negociaciones Comerciales Internacionales, lo cual ha permitido ampliar la participación de beneficiarios a todas las Regiones del país; así como, fortalecer el Aula Virtual del MINCETUR.

En Turismo

- Se experimentó una significativa caída en los ingresos en la fuente de financiamiento Recursos Directamente Recaudados – RDR, provenientes de la recaudación del impuesto a los juegos de casino y máquinas tragamonedas, por lo cual se tuvo que reducir el marco presupuestal, incorporar saldos de balance y priorizar el gasto.

Infraestructura turística (Plan COPESCO Nacional)

- Retraso en la programación de obras, por la temporalidad climática de las zonas de los proyectos, motivo por el cual, en coordinación con las empresas contratistas se implementaron alternativas de solución a fin cumplir con las metas programadas de ejecución de obras.
- Riesgo sanitario de contagio por el COVID-19, por lo que se vienen siguiendo los protocolos de seguridad y salud.
- La escasa oferta de consultores que cumplen con el perfil para el desarrollo de servicios especializados en infraestructura turística viene generando procesos de licitación pública desiertos. Como medida correctiva se encuentra mejorar la difusión de los procesos de selección, (página web, redes sociales e invitar a colegios de profesionales).

CENFOTUR

- Al I trimestre del 2021 la recaudación de ingresos proyectada, tuvo que ser modificada debido al incremento de los indicadores de deserción y morosidad en las programas de estudio continuo, que vienen desde el 2020. Como estrategia de solución, se han realizado descuentos en las pensiones y otorgado a los alumnos facilidades de financiamiento en los pagos de sus cuotas retrasadas.

▣ **Propuestas normativas del Pliego MINCETUR para el Año Fiscal 2022**

Para su inclusión en el Proyecto de Ley de Presupuesto del SP para el Año Fiscal 2022:

1. Autorización para el otorgamiento de subvenciones en el marco de **Estrategia para Reactivar y Promover la Actividad Artesanal**, hasta por el monto de S/ 2,500,000, con cargo a los recursos asignados al MINCETUR.
2. Autorización para la entrega de Subvenciones para los **CITE Artesanales y Turísticos Privados**, hasta por el monto de S/ 2,630,635, con cargo a los recursos asignados al MINCETUR.
3. Autorización para financiar el otorgamiento de subvenciones a favor de los ganadores beneficiarios del **Programa Turismo Emprende**, hasta por la suma de S/ 2,500,000, cargo a los recursos asignados al MINCETUR.

Para su inclusión en el Proyecto de la Ley de Equilibrio Financiero para el Año Fiscal 2022:

1. Autorización para **incorporar los mayores ingresos recaudados y no utilizados en años anteriores**, producto de la aplicación de la **Ley N° 27889**, Ley que Crea el Fondo y el Impuesto Extraordinario para la Promoción y Desarrollo Turístico Nacional, a favor de los Pliegos PROMPERU y MINCETUR, **mediante DS**, cuya aprobación se publica hasta los 30 días calendarios contados a partir de la solicitud del sector respectivo.

En el Proyecto de Ley de Presupuesto del año fiscal 2022, se tienen algunas iniciativas planteadas por el sector las cuáles están referidas al otorgamiento de subvenciones en el marco de Somos Artesanía por 2.5 millones de soles, Turismo Emprende por 2.5 millones de soles, y CITE privados por 2.6 millones de soles, que contribuirán a impulsar el turismo y la artesanía tan afectadas por la pandemia.

Asimismo, se incluye en el Proyecto de Ley de Equilibrio Financiero para el año fiscal 2022, un artículo que autoriza la incorporación de mayores ingresos recaudados y no utilizados en años anteriores (aplicación de la Ley N° 27889 que crea el Fondo e Impuesto extraordinario para la Promoción y Desarrollo Turístico Nacional), a efecto de que se permita ejecutar principalmente proyectos de inversión pública en turismo.

GRACIAS

Roberto Sánchez Palomino
Ministro

Octubre 2021

Finalmente, reitero mi agradecimiento a través de su presidencia a los miembros de la Comisión de Presupuesto y Cuenta General de la República del Congreso, por este espacio que permite articular esfuerzos entre el ejecutivo y el legislativo, lo cual coadyuvará a la implementación de políticas que generen un impacto positivo en beneficio del Turismo, el Comercio Exterior y por consiguiente en el desarrollo de nuestro país.