

PROMPERÚ:

Presentación al Congreso de la República

Claricia Tirado, Presidenta Ejecutiva





NUESTRO PROPÓSITO

CONTRIBUIMOS AL CRECIMIENTO

SOSTENIDO Y DESCENTRALIZADO DEL

PAÍS MEDIANTE LA PROMOCIÓN DE LAS

EXPORTACIONES, EL TURISMO, LAS INVERSIONES

EMPRESARIALES Y LA IMAGEN DEL PERÚ





- Posicionamiento del Perú
- Potenciar autoestima y orgullo de los peruanos

PROMOCIÓN DEL TURISMO

PROMOCIÓN DE LAS EXPORTACIONES

PROMOCIÓN DE LAS INVERSIONES EMPRESARIALES



Contribuir con los **viajes internacionales y las divisas** generadas para el sector turismo.

Contribuir con el **incremento de flujos de viajes nacionales** para el sector turismo.



Contribuir al **incremento de la base exportadora.**

Contribuir al **incremento de la cifra de exportaciones no tradicionales.**



Contribuir al incremento de las cifras de **compromisos de inversión extranjera directa y reinversión** de empresas extranjeras en sectores priorizados.

Pilares estratégicos de la gestión

1.



La articulación público-privada

- Trabajo de la mano con los gremios y los actores del sector público.
- Creación de sinergias.

+30 alianzas y convenios con gremios, instituciones y la academia

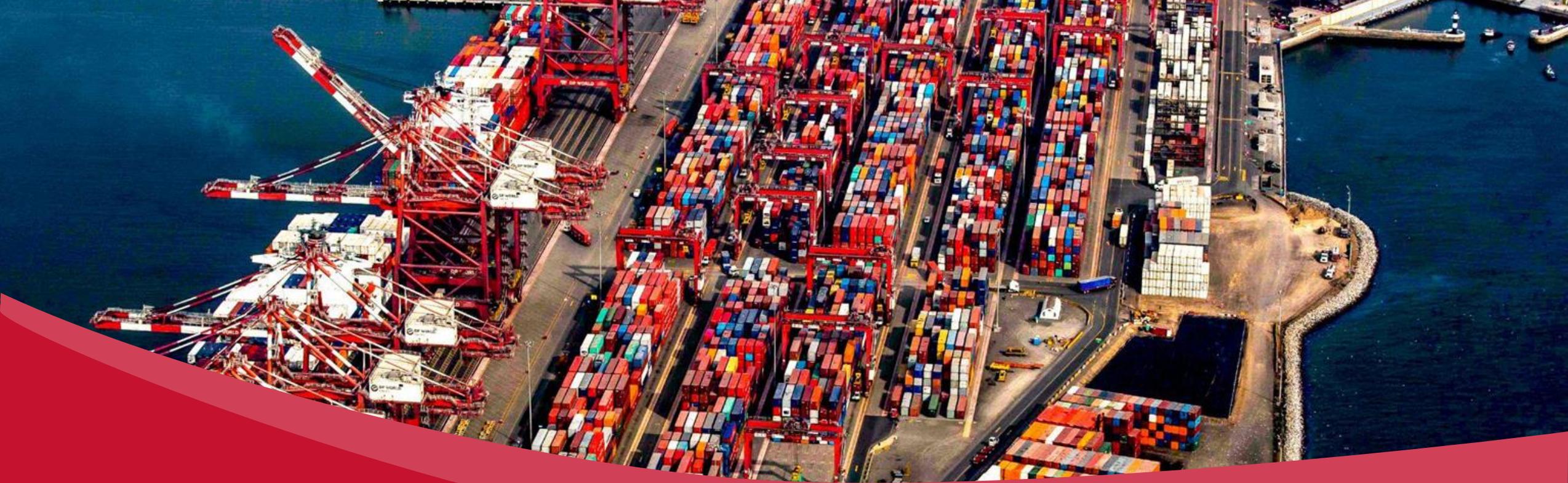
2.



Impulso a la descentralización

- Articulación con los diferentes actores regionales

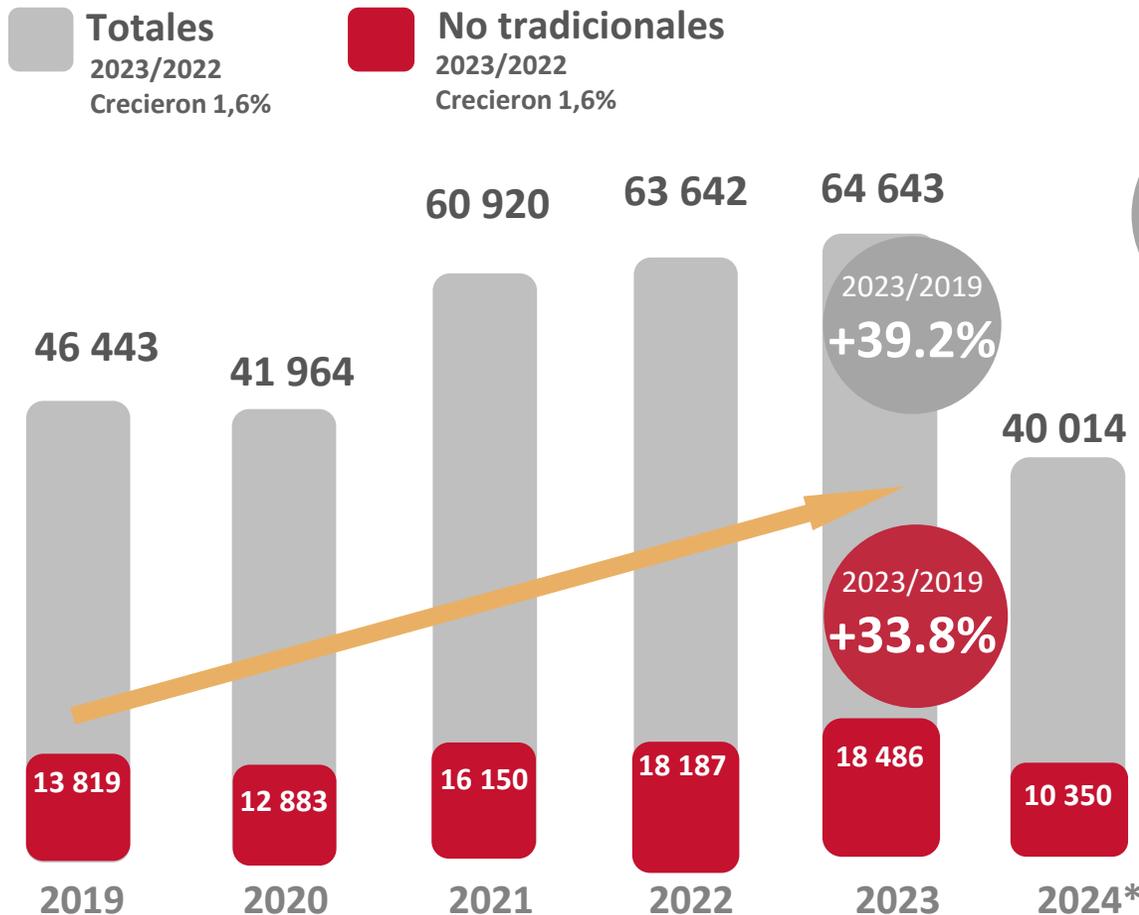
+25 Mesas de trabajo y coordinación regional



ESTRATEGIAS Y ACCIONES DE PROMOCIÓN DE LAS EXPORTACIONES

Contexto general

Exportaciones (en millones de US\$)



Las exportaciones generan **1.2 millones** de empleos formales (BCRP)

XT: 24,4% del PBI / **XNT: 7%** del PBI

Empresas



Totale **9 336** (+2.3%)

No tradicionales **8 283** (+0.8%)

Partidas

Totale **4 896** (-1.4%)

No tradicionales **4 804** (-1,4%)

Mercados

Totale **180** (+6.5%)

No tradicionales **178**(+7.9%)

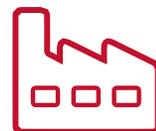
* A julio 2024. Fuente: SUNAT. Elaboración: PROMPERÚ

Ruta Estratégica de Promoción

Objetivos estratégicos:



Contribuir al incremento de la cifra de exportaciones no tradicionales.
Meta 2024: + USD 18 500 millones



Contribuir al incremento de la base exportadora.
Meta 2024: 8 500 empresas

Beneficiarios

Empresas exportadoras y potencial exportadoras.

Enfoque

Micro, pequeñas y medianas empresas (regionales).

¿En qué sectores económicos?



Agronegocios



Productos pesqueros



Manufacturas diversas



Industria de la vestimenta y decoración



Exportación de servicios

Lineamientos estratégicos

- ✓ Fortalecimiento de capacidades exportadoras.
- ✓ Promoción de la oferta exportable sostenible, innovadora e inclusiva y con valor agregado.
- ✓ Identificación de oportunidades para la diversificación de sectores.
- ✓ Promoción de marcas sectoriales y marca Perú.
- ✓ Articulación interinstitucional público – privado.

Resultados 2024 (a agosto)



Acciones de promoción comercial

+US\$1 118 millones
en expectativas de negocios en eventos de promoción comercial.

+850 empresas exportadoras participantes en eventos de promoción comercial.

+300 empresas regionales participantes en eventos de promoción comercial.

+610 compradores internacionales especializados convocados para acciones de matchmaking .

+30 empresas de regiones tuvieron su primera participación en acciones de promoción comercial internacional.

68 actividades de promoción comercial ejecutadas (32 ferias internacionales, 12 ruedas de negocios, 23 misiones comerciales y 1 misión tecnológica).



Resultados 2024

(a agosto)



Fortalecimiento de capacidades

6 075

(97% MIPYMES)

EMPRESAS en *Ruta Exportadora*
46% provienen de regiones

+34

MIL USUARIOS REGISTRADOS
en el *Aula Virtual de Exportaciones*

+2 800

ATENCIONES
de *Atención al Exportador*

+6

MIL PUBLICACIONES
en la *Biblioteca Virtual*

+260

ACTIVIDADES DE
ASISTENCIA EMPRESARIAL
a nivel nacional



Programa “Ella Exporta”

**132 EMPRESAS
Y ORGANIZACIONES**

16 REGIONES

Áncash, Arequipa, Ayacucho, Cajamarca, Cusco,
Huánuco, Ica, Junín, La Libertad, Lambayeque, Lima,
Loreto, Madre de Dios, Piura, Puno y San Martín.

Descentralización de la promoción

23 mayo Expo Perú Norte

3 Compradores
734,3 Millones US\$ Negociado
8 Exportadores
6 es
274.3 ROI US\$
75 Citas

24 julio Expo Perú Los Andes

2 Compradores
39,8 Millones US\$ Negociado
6 Exportadores
6 es
245.5 ROI US\$
41 Citas

28 agosto Expo Perú Sur

2 Compradores
710,5 Millones US\$ Negociado
8 Exportadores
4 es
143.7 ROI US\$
39 Citas

11 julio Encuentro de cafés especiales

1 Comprador
6 es
5,4 Millones US\$ Negociado
3 Exportadores
7 es
77.9 ROI US\$
24 Citas

8 nov. FICAPE

3 Compradores
0 Monto esperado
9 Exportadores
70 Millones US\$
42 Citas

11 oct. Rueda de Negocios Maderas

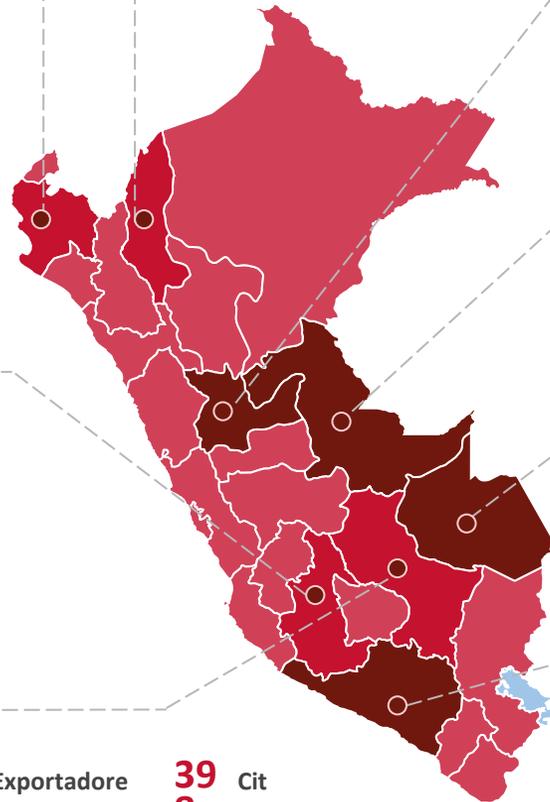
1 Comprador
5 Monto esperado
3 Exportadores
54 Millones US\$
12 Citas

19 set. Expo Amazónica

3 Compradores
0 Monto esperado
9 Exportadores
3.5 Millones US\$
42 Citas

22-26 octubre Alpaca fiesta y Perú moda

18 Compradores
0 Monto esperado
15 Exportadores
90 Millones US\$
54 Citas



48 Empresas exportadoras
817 Compradores
27.9 % Empresas nuevas

34.3 % Cooperativas y asociaciones familiares beneficiadas
36418

36.8 % Regular exportador
30.9% Potencial exportador
29.7 % Esporádico exportador
2.7% Nuevo exportador

■ Ejecutadas
■ En agenda

Agenda Promoción de Exportaciones

(septiembre-diciembre)

RUTA ESTRATÉGICA

1

ACCIONES DE PROMOCIÓN

COMERCIAL

22 eventos

(ferias, ruedas de negocios y misiones comerciales)

1 070 empresas

285 empresas regionales

US\$ 495 Millones

expectativas de negocios

2

FORTALECIMIENTO DE

CAPACIDADES

EXPORTADORAS

3

INFORMACIÓN

ESTRATÉGICA DE VALOR

SETIEMBRE

- Feria Sourcing at Magic (USA)
- Feria Asia Fruit Logistica (Hong Kong)
- Rueda Retail de Alimentos (Lima)
- Feria Expocruz (Bolivia)
- Feria Minexpo (USA)
- Expoalimentaria (Lima)
- Rueda Industria Perú Proveedores Mineros (Lima)

- Seminario de Puertos de Estados Unidos (Lima)
- Miércoles del Exportador Regional (La Libertad)

OCTUBRE

- Feria Global Produce (USA)
- Salon du Chocolat (Francia)
- SCAJ 2024 (Japón)
- Feria Fruit Attraction (España)
- Feria China Fisheries & Seafood Expo (China)
- Rueda Internacional Perú Service Summit (Lima)
- Feria SIAL Paris (Francia)
- Rueda de Negocios de Maderas en Pucallpa
- Perú Moda Deco (Arequipa)

- Cumbre Perú Sostenible (Lima)
- Foro Comercio Electrónico Transfronterizo (Virtual)

- Portal Exportemos.pe

NOVIEMBRE

- EXPO ALADI
- Feria PLMA (USA)
- Feria BISFE (Corea del Sur)
- Primera Rueda Internacional de Negocios de Mango (Piura)
- Rueda Internacional FICAFE (Lima)
- Encuentro Binacional Perú - Chile (Chile)

- Seminario de Internacionalización en EE.UU. (La Libertad)
- Tercer Foro de Cultura Sostenible (Lima)

DICIEMBRE

- Feria FIL Guadalajara (México)

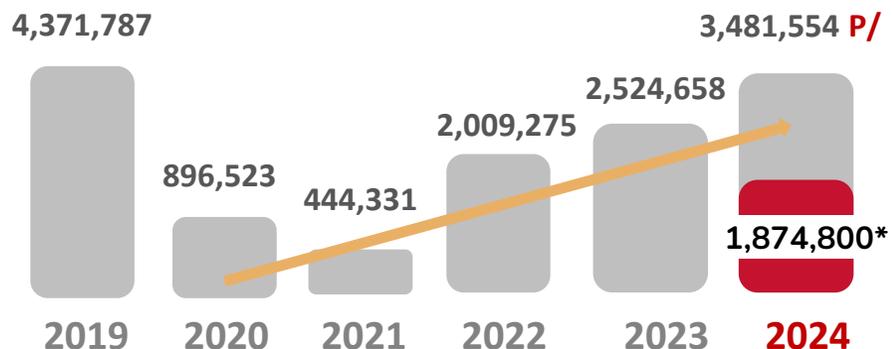
- Ceremonia de Clausura de la Ruta Exportadora (Lima)



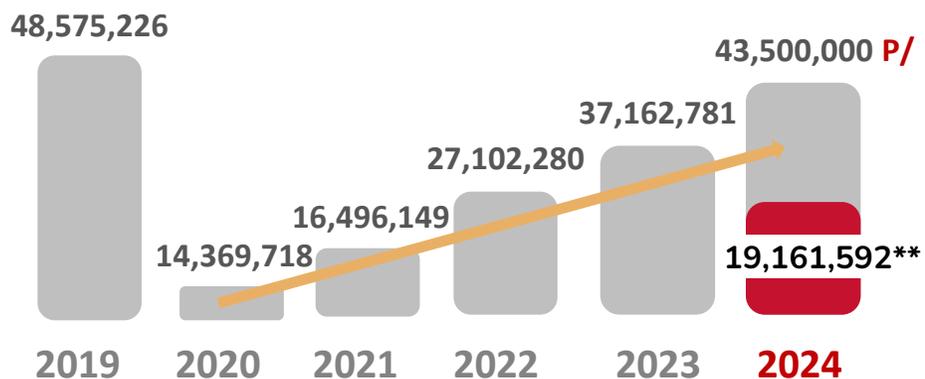
ESTRATEGIAS Y ACCIONES DE PROMOCIÓN DEL TURISMO

Contexto general

Arribos internacionales



Viajes nacionales



Divisas
US\$ 2193
millones



Ingresos
US\$ 6367 P/
millones



Empleo turístico



El sector turismo proyecta generar **1.3 millones** de empleos turísticos en el 2024.

Aporte al PBI



El PBI Turístico representará el **2.9 %** al PBI Nacional en el 2024.

Empresas beneficiarias



2060 prestadores de servicios turísticos beneficiarias de las acciones de promoción turística.

Ruta Estratégica de Promoción

Objetivos estratégicos:



Contribuir con los viajes internacionales y las divisas generadas para el sector turismo.

Meta 2024:

3.5 millones de turistas extranjeros



Contribuir con el incremento de flujos de viajes nacionales para el sector turismo.

Meta 2024:

43.5 millones de viajes nacionales

ENFOQUE

1

POTENCIAR LAS CAMPAÑAS DE INCENTIVO AL VIAJE

2

CONCRECIÓN DE LA VENTA

Énfasis en el consumidor final (B2C) y el canal comercial (B2B) a través del aprovechamiento de las tendencias y la priorización de canales digitales y el marketing de influencers.

FORTALECIMIENTO DEL CANAL COMERCIAL

3

EVENTOS DE ALTO IMPACTO

4

Promoción del Turismo Receptivo

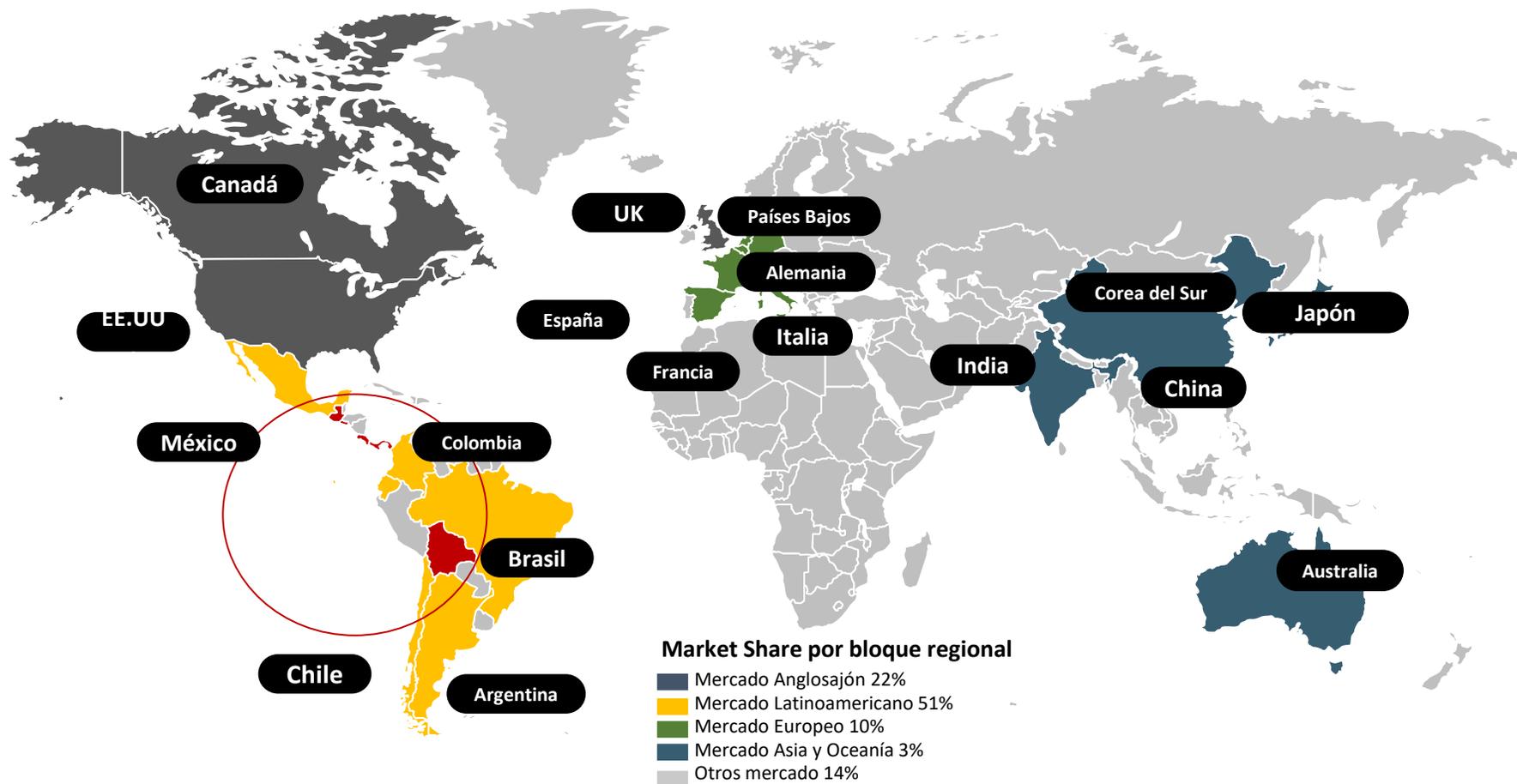
Los **19 mercados** priorizados, concentran el **85%** de los arribos internacionales al Perú.

Estrategias por

- Priorización de mercados fronterizos (Chile y Ecuador)
- Aprovechamiento de mercados con conectividad directa (Latinoamérica)
- Fortalecimiento del relacionamiento comercial con los mercados de larga distancia (Anglosajón, Europa, Asia y Oceanía)

Segmentos priorizado

- Aventura
- Naturaleza
- Lujo
- Gastronomía
- Mice
- Nómades Digitales (Tendencia)
- Turismo Cultural (Turismo Comunitario)



Promoción del Turismo Interno

Estrategias

- Priorización de acciones dirigidas al consumidor final.
- Generación de espacios de relacionamiento comercial para el impulso de la comercialización de productos turísticos.
- Fomento de acciones de promoción digital *call to action* para desestacionalizar el turismo interno.

Segmentos priorizados

- Naturaleza y aventura
- Sol y Playa
- Cultura (festividades, conciertos, eventos emblemáticos)
- Gastronomía
- Turismo escolar

6 PRINCIPALES CIUDADES EMISORAS

Lima, Arequipa, Trujillo, Chiclayo, Piura y Huancayo

3 MERCADOS POTENCIALES

Áncash, Ica y Cusco

Organización de viaje:



62% viajó por cuenta propia
16% utilizó agencia de viajes



32% Generación Centennials
46% Generación Millenials



40% Grupo familiar directo
29% En pareja

Motivadores principales:



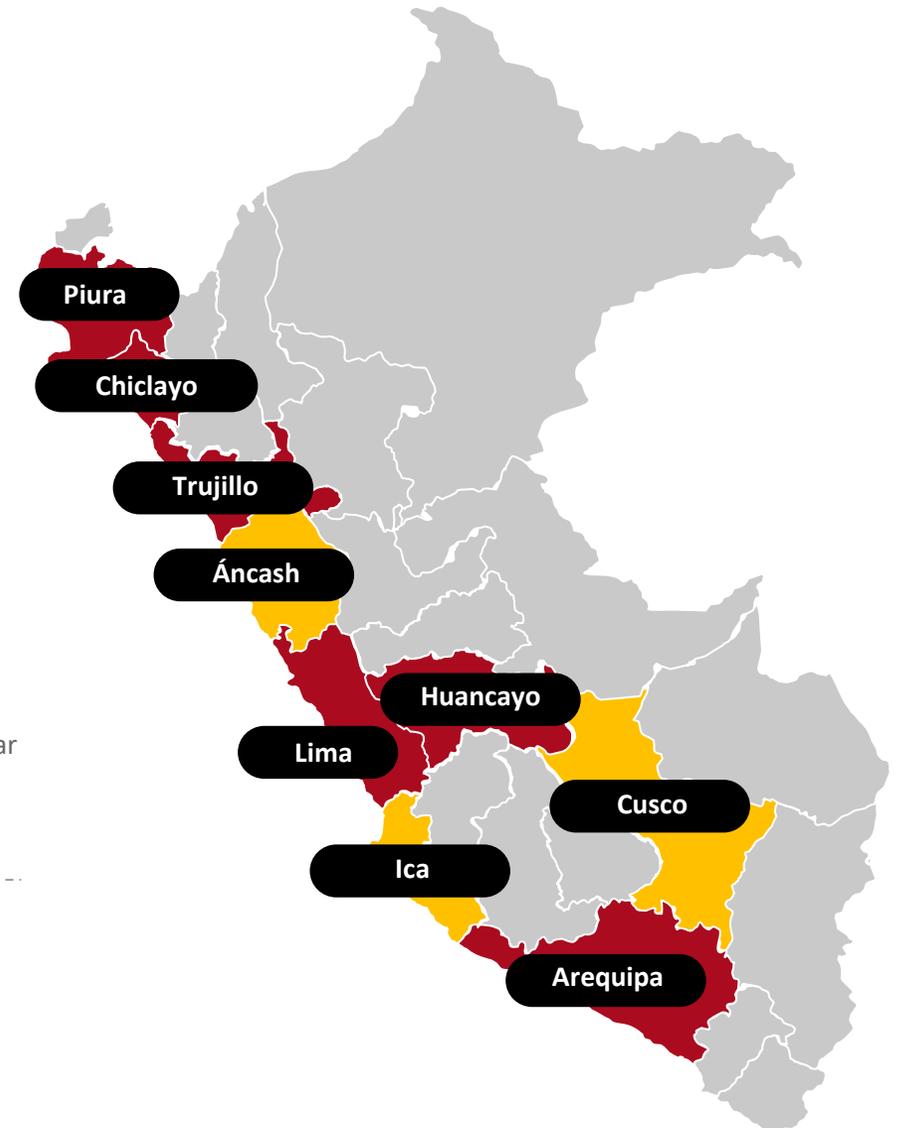
54% Experiencias de naturaleza



47% Experiencias gastronómicas



46% Experiencias culturales



Fuente: Perfil del Vacacionista Nacional 2023

Resultados 2024 (a agosto)

22.4
MILLONES

PERSONAS ALCANZADAS
10 campañas de publicidad

S/ 212
MILLONES

POTENCIAL DE NEGOCIO
17 ferias y 5 ruedas de negocio

33

VIAJES DE PRENSA
24 internacionales | 09 nacionales

676,000

PASAJEROS MOVILIZADOS
a través de alianzas estratégicas

85,000

ASISTENTES
Feria Perú Mucho Gusto Tacna

1,300

MIPYMES TURÍSTICAS REGIONALES
beneficiadas con los Programas de Capacitación

7

MESAS REGIONALES DE PROMOCIÓN
Cusco, Puno, Áncash, Lima Región, Piura, Lima Metropolitana y Callao



Feria Perú Mucho Gusto - Tacna 2024

Realizado del 26 al 28 de julio de 2024. Se puso en vitrina a la gastronomía regional del país, así como se impulsó el flujo de los viajeros nacionales y de países como Chile, Colombia, Argentina y Bolivia.

105

EXPOSITORES REGIONALES

De las 25 regiones del país.

85

MIL ASISTENTES NACIONALES

8

MIL ASISTENTES EXTRANJEROS

Chile, Colombia, Argentina y Bolivia

S/ 2,8

MILLONES EN VENTAS TOTALES

S/ 15,7

**MILLONES DE MOVIMIENTO
ECONÓMICO PROYECTADO**

S/ 725

**MIL DE VALORIZACIÓN EN MEDIOS
y 16.6 millones de personas alcanzadas
producto de un viaje de prensa.**

3,4

**MILLONES DE PERSONAS ALCANZADAS
producto de una campaña de publicidad.**



Impulso a la competitividad y fortalecimiento de competencias comerciales de las Mipymes

A través de diversas acciones de capacitación y de asistencia técnica, ofrecemos acceso a información estratégica, actualizada sobre turismo y las tendencias globales.

85000

USUARIOS REGISTRADOS
*en el **Sistema Turismo In***

7300

ACCESOS A CURSOS ESPECIALIZADOS

1300

MIPYMES BENEFICIADAS
De las 25 regiones del país

18

MIL USUARIOS REGISTRADOS
*en el **Aula Virtual de Turismo***

02

VIAJES DE MISIÓN COMERCIAL DEL
Programa Comercial



Agenda Turismo Receptivo

(septiembre-diciembre)

RUTA ESTRATÉGICA

SETIEMBRE

OCTUBRE

NOVIEMBRE

DICIEMBRE

1

CAMPAÑAS AL POTENCIAL TURISTA

Campañas Internacionales

“Date una vuelta por Perú”, “Perú WOW” y “Meaningful Meetings in Peru”.

“Campaña Internacional de APEC”

“Campaña Internacional de PMG Lima”

2

ACCIONES CON EL CANAL COMERCIAL

Pasantía internacional del Programa Comercial

Feria Tourism Innovation Summit (España)

Ruedas internacionales
(Ecuador, España y México)

Ferias internacionales

“FIT Latin America”

“Top Resa”

“IMEX Americas”

“World Travel Market”

3

CONCRECIÓN DE LA VENTA

Alianzas estratégicas con aerolíneas y turoperadores internacionales

Campaña de ventas “Perú Week”

4

EVENTOS DE ALTO IMPACTO

Campaña de ventas “Paddington”

Rueda de Negocio
“Perú Travel Mart”.

APEC 2024

Agenda Turismo Interno

(septiembre-diciembre)

RUTA ESTRATÉGICA

- 1 CAMPAÑAS AL POTENCIAL TURISTA
- 2 ACCIONES CON EL CANAL COMERCIAL
- 3 CONCRECIÓN DE LA VENTA
- 4 EVENTOS DE ALTO IMPACTO
- 5 ARTICULACIÓN REGIONAL

SETIEMBRE

OCTUBRE

NOVIEMBRE

DICIEMBRE

- Campaña Selva

- Campaña Paddington
- Campaña Rutas Cortas

- Campaña de Fin de Año



- Feria Nacional APAVIT II Edición
- Feria Lo Bueno de Viajar Chiclayo
- Rueda de Negocios ExpoAmazónica



- Feria y rueda de negocios MUCHIK



- Feria de Turismo AVIT
- Rueda de Negocios Expo Perú Regiones

- Turismo In Summit & Feria Travel Tech
- II Encuentro de mipymes del PROGRAMA COMERCIAL

- Alianzas estratégicas con empresas de transporte, cadenas hoteleras y tour operadores nacionales



- Feria Perú Mucho Gusto Lima

- Mesa de Trabajo Ucayali, Pasco, La Libertad y Lambayeque

- Mesa de Trabajo Cajamarca, Loreto y Apurímac, Madre de Dios, Ayacucho, Moquegua

- Mesa de Trabajo Ica, Junín, Amazonas, San Martín, Huancavelica y Tumbes



ESTRATEGIAS Y ACCIONES DE PROMOCIÓN DE LAS INVERSIONES EMPRESARIALES

Ruta Estratégica de Promoción

Objetivos estratégicos:



Contribuir al incremento de las cifras de compromisos de inversión extranjera directa y reinversión de empresas extranjeras en sectores priorizados.

Meta 2024: USD 100 millones en compromisos de inversión extranjera

Mercados priorizados:



Sectores priorizados

Sectores foco 2024



Turismo



Manufactura



Energías Renovables



Alta Tecnología



Logístico



Industrias Alimentarias



Textil

Resultados 2024 (a agosto)

08

EVENTOS DE PROMOCIÓN DE INVERSIONES en *Estados Unidos, Canadá, Alemania, Chile, Perú*

05

EMPRESAS EXTRANJERAS CON *compromiso de inversión por USD 555.5 millones*

01

FILIAL DE EMPRESA EXTRANJERA (MATRIZ UBICADA EN ESPAÑA) *con compromiso de reinversión por USD 1 millón*

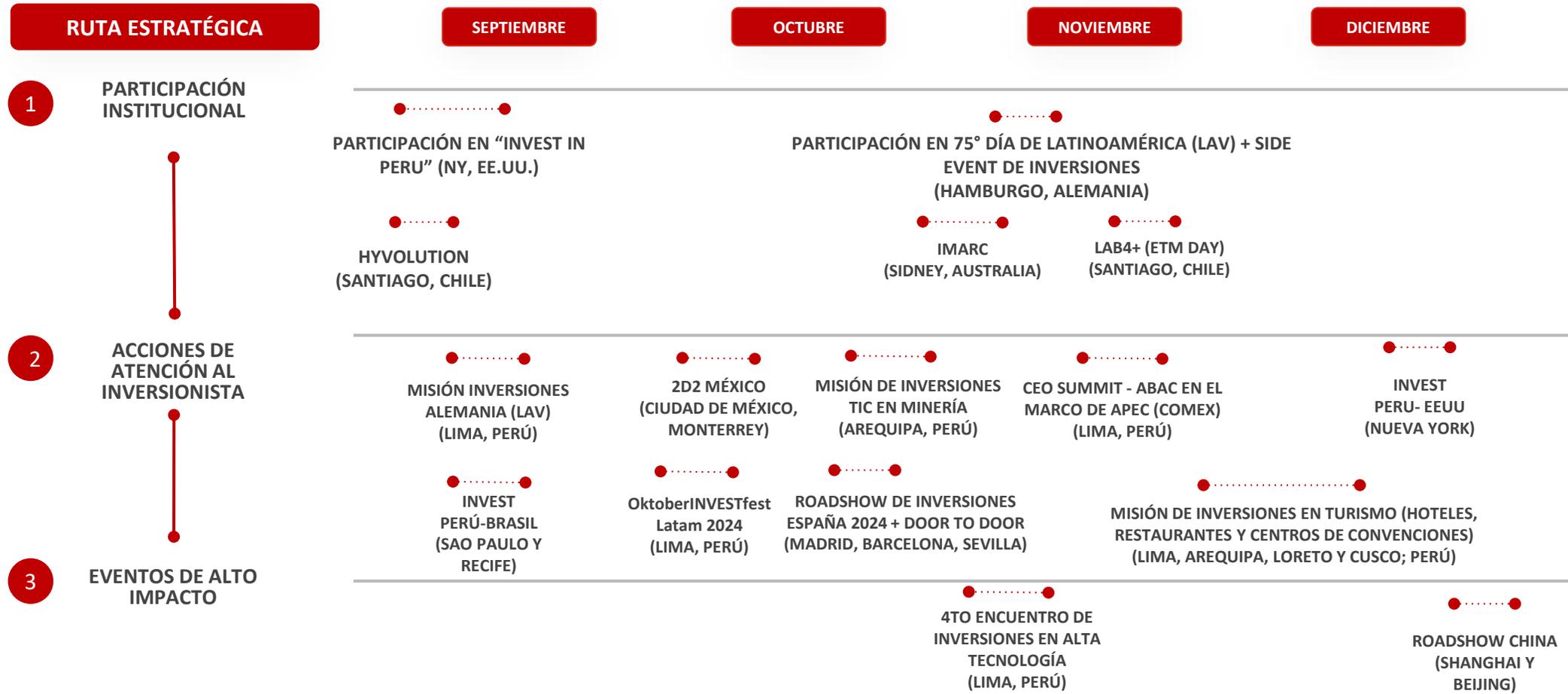
84

EMPRESAS EXTRANJERAS *captadas e interesadas en explorar oportunidades de inversión en el Perú*



Agenda de Promoción de Inversiones Empresariales

(septiembre-diciembre 2024)





Reputación

→ **1ra** marca país de la región Latam y # **32** a nivel mundial (1)

Percepción

→ **Top5** de la región Latam y **TOP 38** del mundo (2)

(1) Reputation Lab – Rep Core (2) IPSOS / ANHOLT

Resultados en Promoción de Imagen País

Campaña nacional Fiestas Patrias

Objetivo: Incentivar el orgullo y la identidad nacional entre los peruanos, a través de la revalorización de nuestros patrimonios turísticos, la gastronomía y la cultura.

+105.3

MILLONES
de *impacto*

4.7

MILLONES
de *personas alcanzadas*

12-31

JULIO

PERIODO DE DIFUSIÓN
*Redes sociales, streaming,
radio nacional*

9

REGIONES
*Actividades en Piura,
Lambayeque, La Libertad,
Loreto, Cusco, Ayacucho,
Tacna, Arequipa y Lima.*



Muchas gracias



PromPerú Oficial



Promperú



PROMPERÚ



PROMPERÚ Oficial

www.gob.pe/promperu



prom
perú