



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo



Sustentación del Presupuesto 2017

Sector Comercio Exterior y Turismo

Eduardo Ferreyros Küppers

24 Noviembre 2016

I. Evolución y Ejecución del Presupuesto del Sector (2015 - 2016)

Por Sector y Pliegos

Toda Fuente de Financiamiento
(En Millones de S/)

SECTOR	AÑO	PIM	LÍMITE DE GASTO	EJECUCIÓN	ENE - OCT	NOV	DIC
COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO 2016	2015	602,4	-	ACUMULADO	466,9	510,3	586,0
				% AVANCE	78%	85%	97%
	2016	576,7	529,2	ACUMULADO	385,3	441,4	517,6
				% AVANCE	73%	83%	98%
MINCETUR	2015	335,3	-	ACUMULADO	270,6	285,6	325,1
				% AVANCE	81%	85%	97%
	2016	349,9	307,0	ACUMULADO	234,2	260,5	295,4
				% AVANCE	76%	85%	96%
PROMPERÚ	2015	244,5	-	ACUMULADO	181,7	208,6	241,5
				% AVANCE	74%	85%	99%
	2016	201,7	197,1	ACUMULADO	132,4	159,4	197,1
				% AVANCE	67%	81%	100%
CENFOTUR	2015	22,6	-	ACUMULADO	14,6	16,0	19,4
				% AVANCE	65%	71%	86%
	2016	25,1	25,1	ACUMULADO	18,8	21,6	25,1
				% AVANCE	75%	86%	100%

Proyección

Fuente/Elaboración: MINCETUR

Ejecución devengada a Octubre 2016.

Para el % de avance 2016 se calcula tomando en cuenta el Devengado/ el Límite de gasto

II. Asignación presupuestaria 2017

Distribución del presupuesto(PIA) 2017 del Sector por fuente de financiamiento

(En Millones de S/)

PLIEGO	FUENTE DE FINANCIAMIENTO				TOTAL	% PART.
	Recursos Ordinarios ^{1/}	Recursos Directamente Recaudados ^{2/}	Recursos por Operaciones Oficiales de Crédito ^{3/}	Donaciones y Transferencias ^{4/}		
035: MINCETUR	301,6	44,2	18,6	3,3	367,6	62.5%
008: PROMPERÚ	196,2	3,5			199,7	34.0%
180: CENFOTUR	11,9	8,9			20,9	3.5%
TOTAL SECTOR	509,7	56,6	18,6	3,3	588,2	100.0%

^{1/} **Recursos Ordinarios:** Proviene del Tesoro Público.

^{2/} **Recursos Directamente Recaudados:** En MINCETUR, proviene principalmente del impuesto a los juegos de casino y máquinas tragamonedas (Ley N° 27153 y sus modificatorias); en PROMPERÚ, del pago de las empresas (exportadoras y tour operadores) por acceder a los servicios (ferias, talleres, ruedas de negocios, misiones comerciales, etc.) que brinda la entidad y en CENFOTUR por la prestación de servicios educativos.

^{3/} **Recursos Por Operaciones De Crédito:** En MINCETUR, proviene de una operación de endeudamiento externo acordado entre la República del Perú y el BID, aprobado mediante el Decreto Supremo N°101-2016-EF, para financiar el Proyecto VUCE Segunda Etapa.

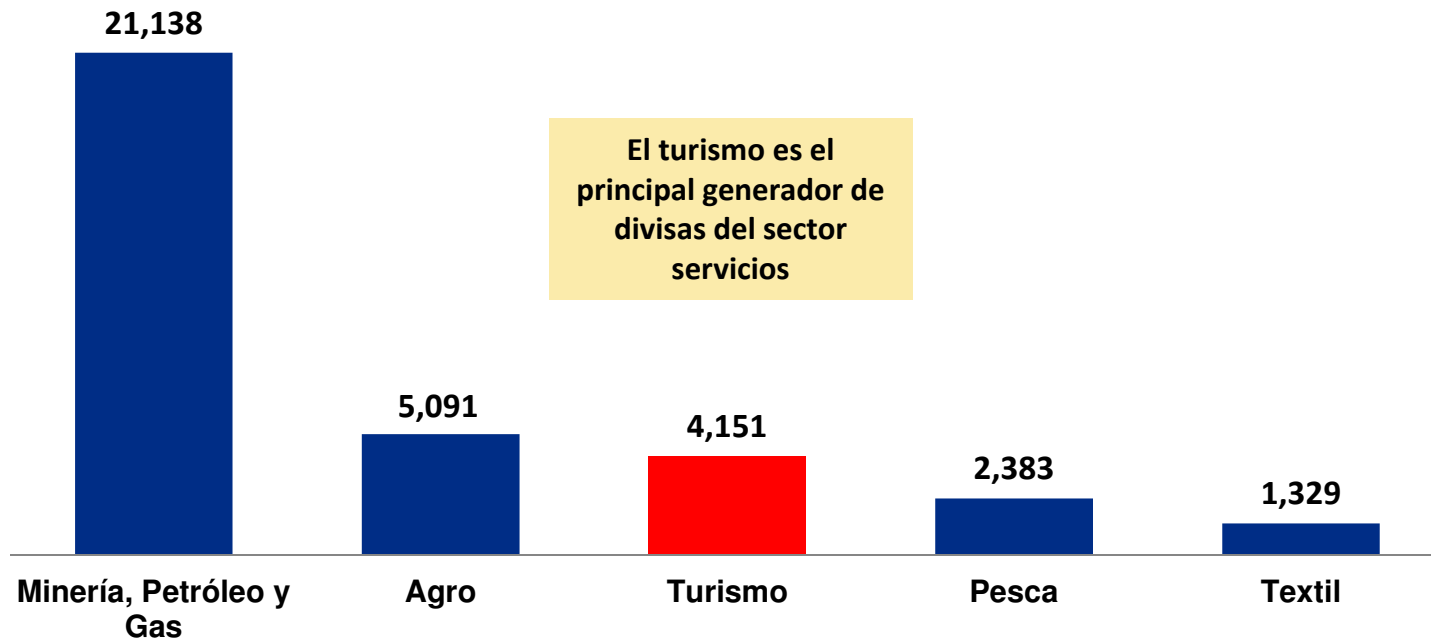
^{4/} **Donaciones y Transferencias:** En MINCETUR, proviene de las transferencias de los gremios por la emisión de certificados de origen.

III. Principales Logros 2015 – 2016 y Metas 2017

TURISMO





Al cierre del 2015, el turismo es el tercer generador de divisas en el país

Perú: Ingreso de Divisas 2015
(Millones de US\$)



Fuente: BCRP, SUNAT
Elaboración: MINCETUR/VMT/DGIETA

Indicadores de Desempeño en Turismo

		2015	2016*	2017*
Llegada de turistas internacionales (millones)		3,46	3,72 7.5%	4,36 17.2%
Ingreso de divisas por turismo receptivo (millones de US\$)		4,151	4,442 7.0%	4,914 10.6%
Flujo de viajes por turismo interno (millones de viajes)		39,8	41,6 4.5%	44,1 6.0%
Empleo turístico (miles)		1,257	1,285 2.2%	1,321 2.8%

* Cifras proyectadas

Fuente: Superintendencia Nacional de Migraciones, BCRP, MINCETUR

Elaboración: MINCETUR/VMT/DGIETA

Acciones para el desarrollo del Turismo

Desarrollo Turístico

Fondo Concursable “Turismo Emprende”

- El Fondo estará dirigido a las micro y pequeñas empresas, priorizando aquellas que ya se encuentren articuladas al mercado turístico.
Permitirá el desarrollo y diversificación de productos turísticos para segmentos especializados a nivel nacional.
Fondo: **S/ 10 millones (en un horizonte de 4 años)**.
Para el 2017, se habrán implementando **25 planes de negocios** (uno en cada departamento).

Fortalecimiento de la Articulación Público Privada

- Constitución de los órganos gestores de destino con participación de los gremios privados, educación turística y gobiernos subnacionales.
- Identificación y priorización de necesidades de infraestructura básica y hotelera y desarrollo de estrategias para la captación de inversiones en los destinos priorizados*.
- Promoción de proyectos de inversión pública bajo el mecanismo Obras Por Impuestos, estructuración de proyectos bajo la modalidad de Asociación Pública Privada.

* Destinos Priorizados 2017: Machupicchu (Cusco), Playas del Norte (Tumbes - Piura), Tacna, Lago Titicaca (Puno), Cañón del Colca (Arequipa), Kuélap - Gocta (Amazonas), Lima - Callao, La Libertad, Lambayeque.

Desarrollo de la Artesanía

Principales logros	Al 2016*	Al 2017*
Número de artesanos formalizados en el Registro Nacional de Artesanos – RNA	63 mil	70 mil
Número de artesanos que fortalecen sus capacidades	60 mil	65 mil
Número de artesanos que participan en ferias y exhibiciones artesanales	770	850

*Cifras proyectadas al cierre de año

Los CITE de **Arequipa, Huancavelica y Cajamarca** lograron certificar sus **Sistemas de Gestión de Calidad con el ISO 9001:2008 iQnet.**

CITE de Artesanía y Turismo 2017

1. AMAZONAS: Utcubamba – Textil (S/ 600 mil)
2. PIURA: Catacaos – Joyería (S/ 600 mil)
3. PIURA: Cerámica Chulucanas (S/ 600 mil)
4. LAMBAYEQUE*: Sipán – Textil (S/ 500 mil)
5. AREQUIPA: Textil y joyería (S/ 600 mil)
6. CUSCO: Ccatcca – Textil (S/ 450 mil)
7. HUANCAVELICA: Textil Camélidos (S/ 518 mil)

* CITE público

8. CAJAMARCA: Koriwasi – Joyería (S/ 518 mil)
9. UCAYALI*: Artesanía (S/ 400 mil)
10. AYACUCHO*: Textil, retablo, orfebrería. (S/ 500 mil)

11. LIMA*: Diseño – Cerámica, textil, joyería mueblería (S/ 418 mil)
12. AYACUCHO*: Cerámica (S/ 150 mil)
13. LORETO*: Bisutería, textil, cerámica, madera (S/ 5.2 millones)

CITE a implementarse en el 2017

Iniciativas de Impulso Productivo

Turismo rural comunitario

Gestión del Turismo por Organizaciones de Base Comunitaria

2016: S/ 3.3 millones invertidos en 76 emprendimientos en 17 regiones.

135 mil visitantes extranjeros.

2017: S/ 4 millones a invertir en 80 emprendimientos en 18 regiones.

175 mil visitantes extranjeros.



Oferta turística complementaria para el turismo interno

2016: S/ 1.9 millones invertidos en 12 localidades intervenidas en 9 regiones.

148 mil beneficiarios directos e indirectos

360 prestadores de servicios turísticos capacitados

2017: S/ 3.5 millones a invertir en 12 localidades intervenidas en 9 regiones.

222 mil beneficiarios directos e indirectos.



Provisión de insumos locales a prestadores turísticos

2016: S/ 304 mil invertidos en 4 regiones intervenidas (Arequipa, Ica, cusco y Puno)

52 establecimientos de servicios turísticos como compradores.

500 familias beneficiadas.

2017: S/1.1 millones a invertir en 4 regiones adicionales por intervenir: Tumbes, Piura, Lambayeque y La Libertad.

Estudio de demanda en 8 regiones.



Acceso equitativo de escolares y adultos mayores a la práctica del turismo

2016: S/ 460 mil invertidos en 2,640 beneficiarios escolares y adultos mayores, a través de recorridos turísticos.

Adhesión del Perú a la Organización Internacional de Turismo Social (OITS).

2017: S/ 1.1 millones a invertir en 5,200 beneficiarios: escolares y adultos mayores a través de recorridos turísticos.

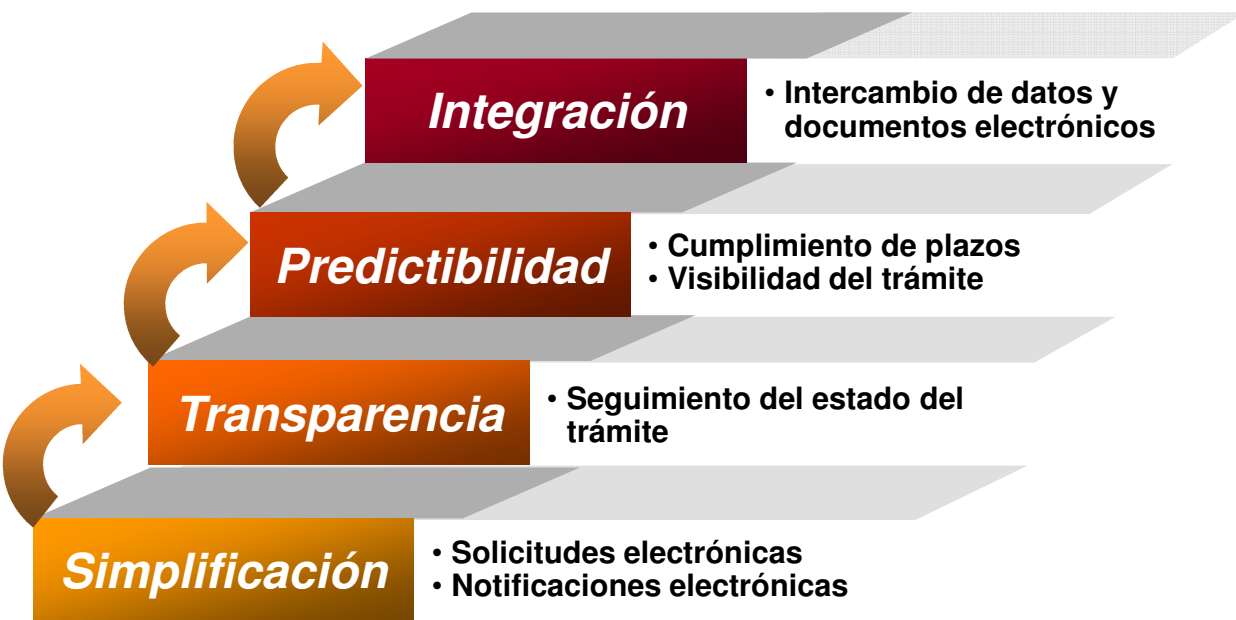
Creación de Red de Promotores Escolares de Turismo Social.

* Andahuaylillas, Raqchi, Cascas, Pucará, Pacasmayo, Magdalena de Cao, Villa Rica, Lamas, Callahuanca, Sibayo, Catacaos y Quinua.

Ventanilla Única de Turismo - VUT



Principios



El Plan Piloto VUT 2016*

- **19** procedimientos administrativos incorporados
- **04**** entidades competentes vinculadas
- **218** empresas registrados
- **168** trámites realizados

* Inicio el 06.01.16 con RM N° 003-2016-MINCETUR.

** Mincetur, GORE Lima, GORE Arequipa, Municipalidad Distrital de Cayma.

En el 2017

Implementación	100 Procedimientos administrativos incorporados. 15 entidades competentes incluidas.
Transacciones	1,000 expedientes atendidos.
Mejora en los tiempos	Hasta 85% de reducción del tiempo de atención.
Capacitación	1,000 usuarios capacitados.
Fortalecimiento Institucional	Desarrollo de Talleres de capacitación en 15 entidades competentes.
Ahorro	S/ 4.7 millones.

Seguridad Turística



Del 2010 al 2016, el monto ejecutado para la implementación de la seguridad turística a S/ 17,2 millones.

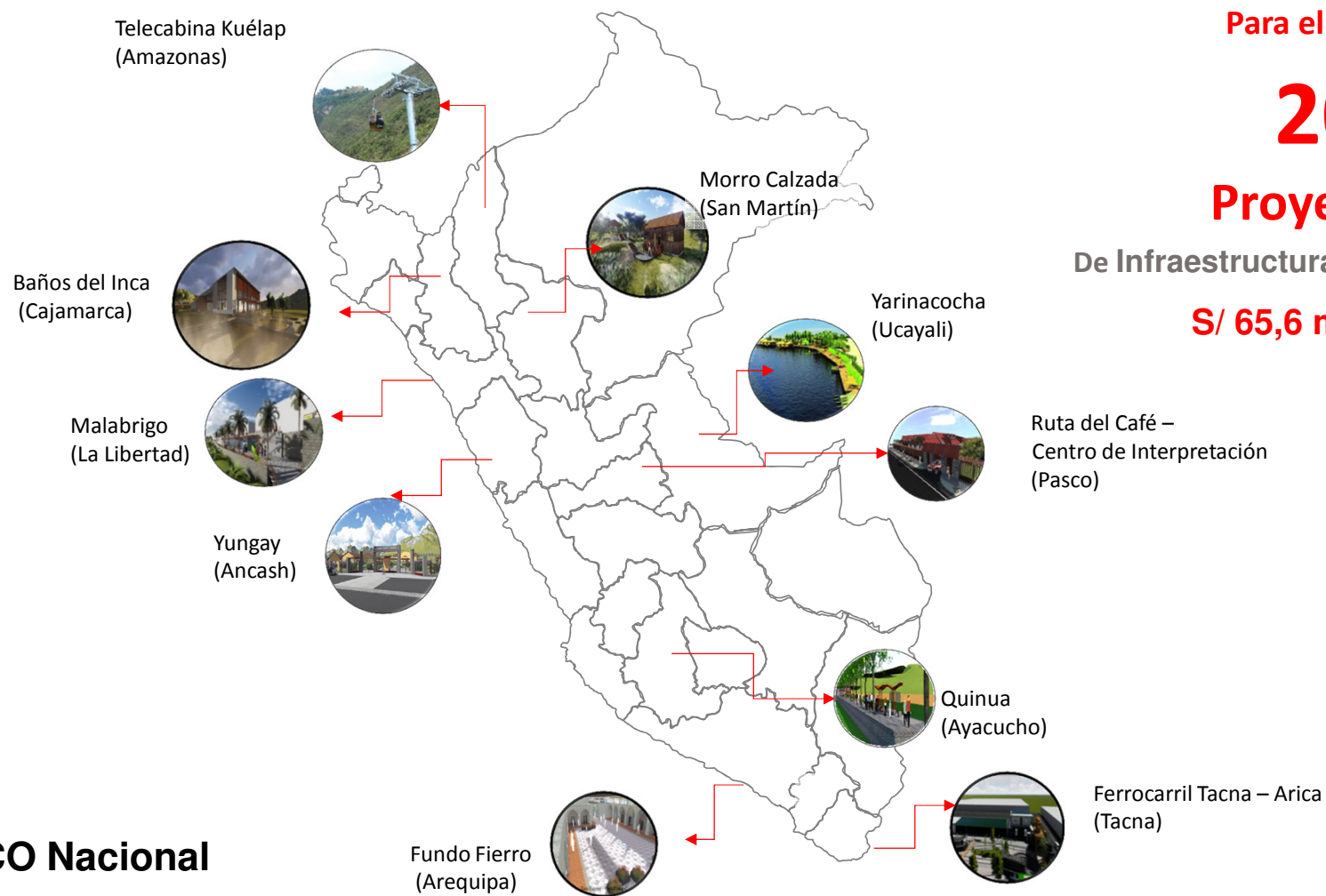
Monto de Inversión 2017: S/ 3,7 millones

- **Formulación a nivel de Preinversión de 8 Corredores Turísticos:**

CTP Cajamarca	CTP Ayacucho – Apurímac
CTP San Martín – Amazonas	CTP Pasco
CTP Ancash	CTP Junín – Huancavelica
CTP Huánuco – Ucayali	CTP Moquegua – Tacna

- **Plan de Seguridad Fluvial – Cuenca Amazónica**
- **Sistema de Comunicación Tetra para la policía de carretera en corredores:**
 - Paracas-Ica-Nazca y
 - Cusco – Machu Picchu
- **Activación de los Corredores Turísticos**
 - Iquitos-Río Amazonas
 - Juliaca-Puno-Islas Lago Titicaca.

Infraestructura Turística



Para el 2017

20
Proyectos

De Infraestructura para el Turismo por

S/ 65,6 millones

PromPerú Turismo

Promoción Turística: Turismo Receptivo

Mantener crecimiento en los 22 mercados meta.



Nueva **campana internacional** de Publicidad.
“Perú, País de Tesoros escondidos”

Alianzas Estratégicas para comercialización y diversificación del destino.

Alianzas tácticas con líneas aéreas. Énfasis en el mercado Latinoamericano y Estados Unidos.

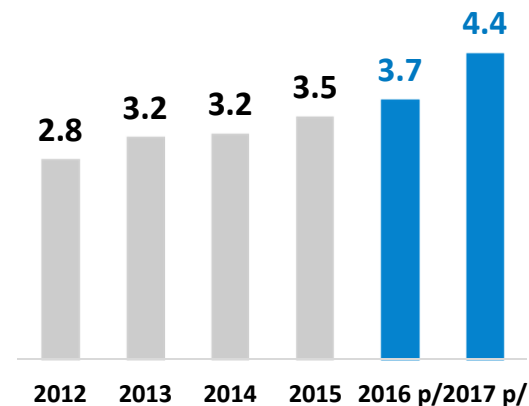
Ruedas de negocio de turismo de la Alianza del Pacífico a nivel intra regional, y en Asia (China).

Viajes de prensa (bloggers y líderes de opinión en redes sociales).

Prospectiva de nuevos mercados y segmentos especializados, así como perfil del turista extranjero



Llegadas de turistas internacionales (en millones)



p/ cifra proyectada
Fuente: MINCETUR
Elaboración: PROMPERÚ

Monto de Inversión: S/ 62.9 millones

Promoción Turística: Turismo Interno



Relanzamiento de la **Campaña** de Promoción de Viajes “**Y tú, qué planes?**”. Plataforma más ágil y dinámica.

Acciones tácticas en feriados largos, rutas cortas que promueven el turismo intra e interregional.



Promoción del turismo fronterizo, a través de campañas y eventos gastronómicos como Perú Mucho Gusto (Tacna y Tumbes).



Ruedas de Negocio, Prospectiva de nuevos mercados emisores, estudios de perfiles del turista nacional, evaluación de campañas.

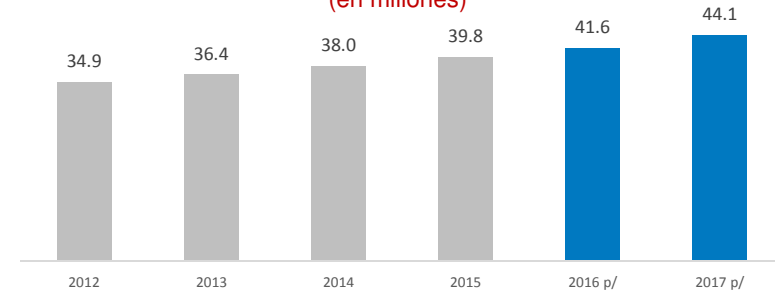


Alianzas Estratégicas que impulsen la diversificación de destinos en temporadas de baja ocupabilidad.



Flujo total de turistas internos

(en millones)



Monto de Inversión: S/ 18,2 millones

p/ cifra proyectada
Fuente: MINCETUR
Elaboración: PROMPERÚ

Cenfotur

Fortalecimiento del Capital Humano

ACTIVIDADES PRINCIPALES	2016	2017*
Estudiantes en formación profesional y técnica.	3,422	3,422
Trabajadores de operadores turísticos y privados evaluados en competencias laborales.	3,460	3,806
Programa para el Fortalecimiento de Competencias (PFC) dirigido a operadores turísticos.	6,090	6,390
Trabajadores capacitados a nivel nacional en buenas prácticas del servicio turístico. – CALTUR.	4,081	4,489
Estudiantes y egresados colocados a través de la Bolsa de Trabajo de Cenfotur.	504	533







*Proyección

CONVALIDACIÓN DE MALLAS CURRICULARES CON UNIVERSIDADES NACIONALES Y EXTRANJERAS

2015	2016
Universidad Autónoma de México - Chiapas	U. Antonio Ruiz de Montoya
	U. Ricardo Palma
	Escuela Universitaria St. Pol de Mar de Barcelona

Comercio Exterior

Indicadores de Desempeño en Comercio Exterior

		2015	2016*	2017*
Participación del intercambio comercial en el PBI		44.6%	44.9%	45.3%
Participación de las exportaciones no tradicionales respecto del total exportado		32.5%	31.3%	32.8%
Valor de las exportaciones No Tradicionales (US\$ millones)		10,902	10,738 - 1.5%	12,036 +12%
Valor de las exportaciones (US\$ millones)		33,645	34,317 +2%	36,696 +7%

* Cifras proyectadas a cierre de año.

Fuente: SUNAT y BCRP

Elaboración: MINCETUR/VMCE/DGIECE

Diversificación y Descentralización de la Oferta Exportable



En el 2016 se actualizó el PERX de La Libertad y se vienen actualizando:

Arequipa, Ayacucho, Huánuco, Lambayeque, Madre de Dios, Moquegua, Piura y San Martín.

Al 2017 se actualizarán los siguientes PERX:

Amazonas, Ancash, Apurímac, Cajamarca, Cusco, Huancavelica, Ica, Junín, Loreto, Pasco, Puno, Ucayali, Tacna, Tumbes, Lima y Callao.

Diversificación de la Oferta Exportable



Biocomercio

Al 2016

- Más de 1,800 beneficiarios en 15 regiones.
- Ventas acumuladas por S/ 3 millones.
- 23 Cadenas de Valor Sostenible de la biodiversidad nativa fortalecidas.

Al 2017

- Desarrollo de elementos diferenciadores (biodiversidad nativa).

Oferta Exportable Regional

Al 2016

- 12 productos en 8 regiones (CODEHUALLAGA Y CODEVRAEM).
- Más de 6 mil beneficiarios.
- Ventas acumuladas por S/ 7 millones.
- 2 marcas desarrolladas: piña del VRAEM y quinua de Puno.
- Primera exportación de la piña del VRAEM y participación de los Productores en ExpoAlimentaria 2016.

Al 2017

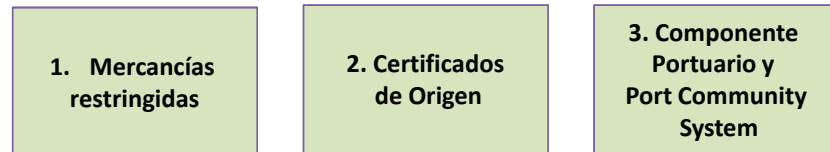
- Continuar los programas relevantes: elementos diferenciadores, asistencia técnica para certificaciones (orgánica, UTZ, Rainforest Alliance, Fair Trade, etc).

Se viene trabajando con los productores en el desarrollo de nuevas marcas para nuevos productos nativos como:

Cacao Blanco en Piura
Cacao Chunchu en Cusco.



Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE)



	2016	2017
Número de usuarios registrados (miles)	39	47
Acumulado de los ahorros generados (millones S/)	195	257
Certificados de Origen emitidos (miles)	493,4	661,6

Ampliación de Componentes con Proyecto VUCE 2.0



Objetivos:

- **Facilitar el comercio:** Transparencia, simplificación, armonización y predictibilidad en todas las operaciones de comercio exterior.
- Mayores prestaciones a las **MYPE**.
- **Fortalecimiento de entidades** vinculadas al comercio exterior.

Facilitación del Comercio

2016

2017



LOGÍSTICA COMERCIO EXTERIOR

Con el **Programa Consolida Brasil** hasta 2016 se han realizado 6 misiones logísticas con más de 120 empresas participantes. Se presentó el Estudio de Costos Portuarios.

Se realizarán 3 misiones Logísticas: Mato Grosso, Manaus y Arequipa (Inversa). Desarrollo del **Plan piloto** para la **reducción de los costos logísticos** de uno de los 5 productos priorizados.



ADUANAS

Se suscribió el Acuerdo de Facilitación de Comercio de la Organización Mundial del Comercio (OMC). El Perú ratificó dicho acuerdo en el mes de Julio. Se han implementado 4 mesas de coordinación regional, sobre facilitación del comercio en Tacna, Piura, Madre de Dios y Loreto.

Implementación de las disposiciones y **Programa de Difusión** del Acuerdo sobre Facilitación del Comercio de la Organización Mundial del Comercio (OMC).



FINANCIAMIENTO COMERCIO EXTERIOR

Se amplió la cobertura del **SEPYMEX a post-embarque**, con el fin de incrementar el financiamiento a exportadores en US\$ 90 millones. Se creó el Programa de Apoyo a la Internacionalización – PAI.

Mediante el **Programa de Apoyo a la Internacionalización (PAI)**, se destinará S/. 25 millones en recursos no reembolsables para promover y fortalecer el proceso de internacionalización de las empresas.

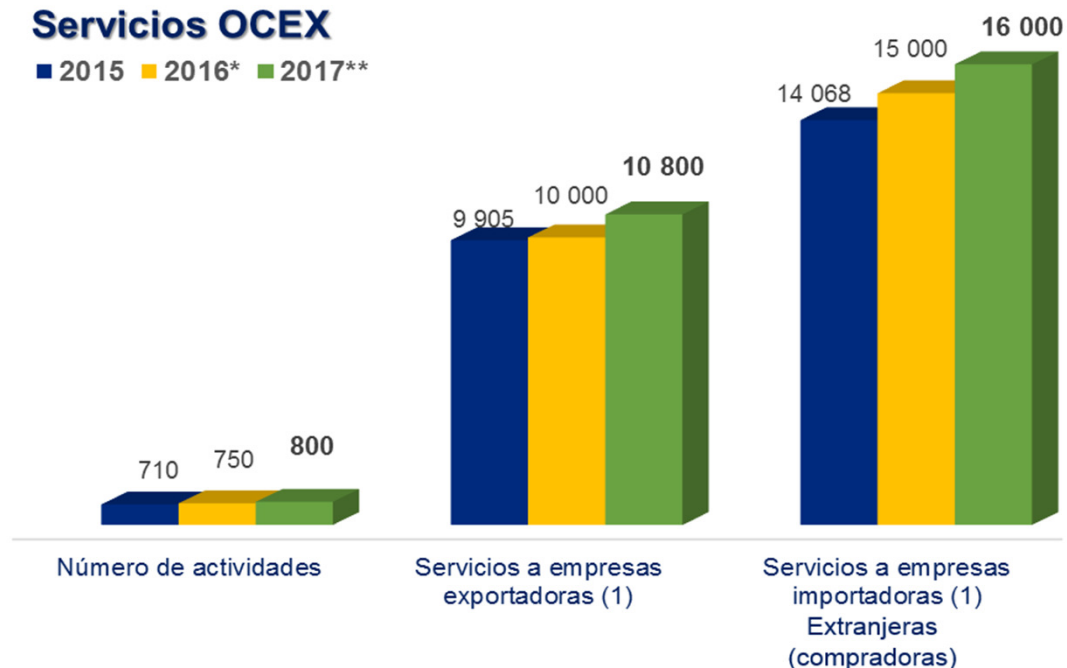
Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior - OCEX

36 OCEX en 32 países que representan más del **90%** de exportaciones no tradicionales
 Promueven la oferta exportable, turística, imagen país e inversiones, así como la apertura y consolidación de los mercados externos.

Al 2016	
<ul style="list-style-type: none"> • Toronto ^{1/} • Los Ángeles ^{1/} • Nueva York ^{1/} • Miami ^{1/} • Sao Paulo ^{1/} • Quito ^{1/} • Santiago de Chile ^{1/} • La Paz ^{1/} • Madrid ^{1/} • Beijing ^{1/} • Taipéi ^{1/} • Tokio ^{1/} • Dubái ^{1/} • Bogotá ^{2/} • Bruselas ^{2/} • Panamá ^{2/} • Washington DC ^{2/} • Shanghái ^{2/} 	<ul style="list-style-type: none"> • México ^{3/} • Caracas ^{3/} • Lisboa ^{3/} • Milán ^{3/} • Rotterdam ^{3/} • Londres ^{3/} • Ginebra ^{3/} (e) • Hamburgo ^{3/} • Moscú ^{3/} (e) • París ^{3/} • Estambul ^{3/} • Casablanca ^{3/} (e) • Pretoria ^{3/} (e) • Accra ^{3/} (e) • Yakarta ^{3/} • Nueva Delhi ^{3/} • Seúl ^{3/} • Tel Aviv ^{4/}

Servicios OCEX

■ 2015 ■ 2016* ■ 2017**



^{1/} Transferidas de Cancillería a MINCETUR por Ley 29890 (2012)

^{2/} Implementadas en el primer trimestre de 2013

^{3/} Implementadas en el primer trimestre de 2014

(e) Encargada


* Proyección a dic 2016, ** Proyección a dic 2017

(1): Servicios a empresas: agendas de negocios, participación en misiones, ferias, roadshows, ruedas de negocios, centros de distribución, promoción en puntos de venta, entre otros.

















Fuente: OCEX. Elaboración: MINCETUR

Aprovechando la Red de Acuerdos Comerciales del Perú






Vigentes

 WTO OMC	 Canadá	 Unión Europea
 Comunidad Andina	 China	 Venezuela
 MERCOSUR	 EFTA	 Singapur
 Cuba	 Corea del Sur	 Costa Rica
 México	 Chile	 Tailandia
 Estados Unidos	 Japón	 Alianza del Pacífico
	 Panamá	



Firmados

 Brasil	 TPP
 Honduras	 Australia
 Guatemala	 Chile
 Alianza del Pacífico	 México
	 Canadá
	 Nueva Zelanda
	 Brunei
	 Malasia
	 Estados Unidos
	 Singapur
	 Japón
	 Vietnam

En Negociación

 Turquía
 Tailandia
 El Salvador
 TiSA
 PROGRAMA DE DOHA PARA EL DESARROLLO

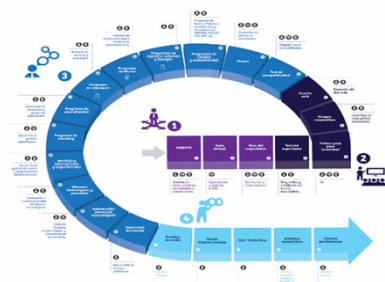
Factibilidad

 India
 Indonesia

Al 2025 se espera contar con acuerdos comerciales en vigencia que involucren a más de **72** socios comerciales

PromPerú Exportaciones

Promoción Comercial para la PYME Exportadora



Ruta Exportadora Especializada para 15 sectores prioritizados en 12 regiones del país.

Posicionamiento de Marcas Sectoriales: Consolidación Alpaca Perú y Perú Textiles. Creación de nuevas marcas **Cafés Especiales, Cacao del Perú, Olivos del Perú, Perú Servicios.**



Consortios de PYMEs de Exportación: Máquinas y equipos para la industria y autopartes, Máquinas y equipos para la Industria alimentaria, Proveedores a la minería, Superalimentos (Maca, Quinua, Frutas Exóticas), Productos Maderables, Servicios (Software, Animación, Editoriales, Diseño).

E-commerce: Alianza con el sector privado, se potenciará una plataforma innovadora para que las PYME utilicen comercio electrónico como canal de comercialización internacional.



Monto de inversión: S/ 15.8 millones

Difusión y Aprovechamiento de Oportunidades de los TLC para las PYME: mejor aprovechamiento de las oportunidades comerciales, incluye: relanzamiento del **SIICEX 2.0**, Aula Virtual del Comercio Exterior, reportes de inteligencia de mercados.



Promoción Comercial

› Ferias internacionales

Dar a conocer, posicionar y vender productos y servicios a compradores especializados en el país y en el extranjero. Ejemplo: SIAL, Fruit Logistica, Seafood Expo Global, Magic Show, Expomin, Ferias del Libro, PERU MODA & PERU GIFT, otros de apoyo gremial como Expoalimentaria, Conxemar, etc.



› Misiones comerciales

Visita de empresarios exportadores a mercados externos a mostrar la oferta exportable, apreciar el mercado e identificar oportunidades. Las Misiones pueden ser de Exportadores o de Compradores e incluyen por lo general citas de negocios. Ejemplo. EXPOPERU.



› Rueda de negocios, Macrorruedas regionales y Encuentros empresariales

Agenda de negocios, pre establecida, sea en el país o en el exterior, realizada para posicionar la oferta exportable nacional. Ejemplo: Peru Service Summit, Industria Peru, MAC Perú, Norte Exporta, Sur Exporta, Centro Exporta, EEA, MRAP.

- **2 000** empresas participantes.
- **3 300** compradores internacionales.
- **US\$ 1 841** millones de expectativas de ventas.
- **92% de PYMEs** participantes a nivel nacional.

Monto de inversión: S/ 33.0 millones

Imagen País

Marca Perú



1. Relanzamiento nacional e internacional de la Marca Perú



- ✓ Ferias gastronomía, turismo, exportaciones
- ✓ Posicionamiento país anfitrión de eventos internacionales
- ✓ Alto impacto y repercusión mediática

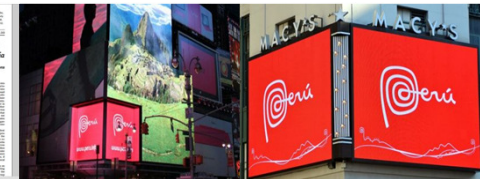
2. Arquitectura de marcas sectoriales



- ✓ Construcción marcas subalternas
- ✓ Para fomentar crecimiento en textiles, pisco, café y cacao, gastronomía, moda, música, deportes, artes y otros

4. Cobertura prensa mundial

- ✓ País exportador de talentos y productos de calidad
- ✓ Destino turístico y gastronómico
- ✓ Óptimo destino de grandes inversiones.



3. Programa de Personalidades Embajadoras y de Empresas Licenciatarias de la Marca Perú



- ✓ Reformulación programas
- ✓ Relanzamiento del programa de Marcas Orgullosas Embajadoras de la Marca Perú



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo



Sustentación del Presupuesto 2017

Sector Comercio Exterior y Turismo

Eduardo Ferreyros Küppers

24 Noviembre 2016