



**EVALUACION  
DEL PLAN ESTRATEGICO  
INSTITUCIONAL  
AL  
I SEMESTRE 2008  
(Enero-Junio)**

**OFICINA DE PLANEAMIENTO Y PRESUPUESTO - OPP**

**EVALUACION DEL PLAN ESTRATEGICO INSTITUCIONAL**  
**DE PROMPERU AL I SEMESTRE 2008**

El presente documento contiene la evaluación de las actividades desarrolladas al I Semestre del 2008, tanto del sector exportaciones, sector turismo así como de las áreas administrativas de PromPerú.

La evaluación del sector de promoción de exportaciones así como el que corresponde a los órganos de apoyo y asesoría, se sustentan en el Plan Estratégico Institucional (PEI) de la ex PROMPEX para el periodo 2007-2011, aprobado mediante Resolución de Dirección Ejecutiva No. 081-2006-PROMPEX/DE del 21 de diciembre del 2006.

Las actividades de las unidades orgánicas del sector promoción del Turismo, se realiza en el marco del Plan Estratégico Sectorial Multianual 2007-2011 del MINCETUR, pues antes de la fusión el sector turismo era Unidad Ejecutora del Ministerio.

Con fecha 04 de julio de 2008 se oficializó el Plan Estratégico Institucional PEI 2008-2012, aprobado en sesión de Consejo Directivo del 23 de junio del presente año. Este Plan se implementará a partir de enero del 2009 a fin de adecuar el sistema e-apex con los objetivos, estrategias e indicadores que correspondan a cada sector.

Se debe mencionar además, que el gobierno central aprobó la Ley N° 29158 "Ley Orgánica del Poder Ejecutivo" el que dispone un plazo no mayor a un 1 año para adecuar las organizaciones y funciones del Poder Ejecutivo a lo establecido en la Ley y en el caso de PromPerú, éste ha sido clasificado como Organismo Público Ejecutor, lo que implicará la formulación de un nuevo Reglamento de Organización y Funciones y posteriormente la actualización de los demás documentos de gestión.

Al primer semestre del 2008, el entorno macro económico, muestra un panorama favorable al crecimiento de las actividades de exportaciones y de turismo, así tenemos que:

**En el Sector Exportaciones** nuestras exportaciones totales en los primeros seis meses del año suman alrededor de US \$ 15,9 mil millones, mientras que las exportaciones no tradicionales en el mismo periodo alcanzaron los US \$ 3,7 mil millones, lo que representa el 23,3% del total exportado; estas exportaciones fueron impulsadas por los envíos de los sectores agropecuario, textil-confecciones, químico y metal mecánico.

**En el Sector Turismo**, continúa el crecimiento del arribo de visitantes al Perú. Al I Semestre del año, la llegada de viajeros por el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez se incrementó 17,0%, pasando de 480,9 mil a 562,9 mil pasajeros respecto al mismo período del año anterior. Cabe destacar que este crecimiento acumulado supera largamente al registrado en el periodo enero/junio 2007/2006 que fue de 11,9%.

## I. EVALUACION DEL SECTOR EXPORTACIONES

Las actividades del sector exportaciones se ejecutan bajo el marco del Plan Estratégico Institucional de la ex PROMPEX 2007-2011 y se desarrolla a través de un (1) objetivo estratégico general y cinco (5) objetivos estratégicos específicos (actividades).

### 1. Objetivo Estratégico General

Promover la internacionalización de las empresas peruanas, contribuyendo así al desarrollo económico sostenible del país, con base en el crecimiento y la diversificación de las exportaciones de bienes y servicios, en el marco de los lineamientos del Plan Estratégico Nacional Exportador - PENX.

### 2. Objetivos Estratégicos Específicos

Las actividades de PromPeru, del sector exportaciones, responden a un enfoque integral que considera tres elementos básicos del negocio exportador: mercado, producto y empresa. Por ello, el desarrollo de las exportaciones debe gestarse en cada uno de estos elementos a fin de contar con empresas competitivas.

#### 2.1 Promoción para el Desarrollo de Mercados

Abrir, consolidar y diversificar los mercados internacionales para productos y servicios peruanos con valor económico a través de acciones de inteligencia de negocios y promoción comercial.

Contribuir con el posicionamiento y difusión de la imagen de los productos peruanos en los mercados internacionales.

#### 2.2 Apoyo al Desarrollo de la Gestión Empresarial y Cultura Exportadora

Contribuir a que las empresas, asociaciones y otros esquemas asociativos obtengan las capacidades necesarias para alcanzar una mayor competitividad en los mercados internacionales.

#### 2.3 Apoyo al Desarrollo de la Oferta Exportable

Contribuir a la ampliación, diversificación y adecuación de la oferta exportable de bienes y servicios facilitando su ingreso o posicionamiento en los mercados internacionales.

#### 2.4 Apoyo a la Facilitación del Comercio Exterior

Asistir a las empresas exportadoras para superar los obstáculos al flujo de exportación de bienes y servicios.

#### 2.5 Desarrollo de la Gestión Institucional

Lograr una moderna y eficiente gestión administrativa dirigida a conseguir los objetivos institucionales.

Para efectos de la evaluación del Plan Estratégico, éste comprende al Programa Comercio y al Programa Turismo.

El Programa Comercio comprende los siguientes Sub Programas:

- El Sub Programa 0110 de Promoción Externa del Comercio
- El Sub Programa 006 Administración General

El Sub Programa de Promoción Externa del Comercio, comprende a la vez 5 actividades, las que se encuentran alineadas con los Objetivos Estratégicos institucionales: Promoción para el Desarrollo de Mercados, Apoyo al Desarrollo de la Gestión Empresarial y Cultura Exportadora, Apoyo al Desarrollo de la Oferta Exportable, Apoyo a la Facilitación del Comercio Exterior y Desarrollo de la Gestión Empresarial.

### 3. Evaluación del Programa 040 COMERCIO

Las actividades del sector exportaciones están comprendidas dentro del Programa 040 COMERCIO del Presupuesto del Sector. Este Programa está constituido por el Subprograma 0110: Promoción Externa del Comercio y el Subprograma 006 Administración General.

#### 3.1 Sub Programa 0110: Promoción Externa del Comercio

Tiene por objetivo *"Promover la internacionalización de las empresas peruanas, contribuyendo así al desarrollo económico sostenible del país, con base en el crecimiento y la diversificación de las exportaciones de bienes y servicios, en el marco de los lineamientos del Plan Estratégico Nacional Exportador-PENX"*.

##### Indicadores del SubPrograma

Indicadores del SubPrograma Promoción Externa del Comercio, presenta los siguientes indicadores:

##### Indicador de Recursos

Al I Semestre del 2008 en el El Sub Programa 0110 Promoción Externa del Comercio se ejecutó el 56% de la meta en términos de recursos presupuestales, alcanzando la suma de S/. 8 346 760 000 nuevos soles sobre el Presupuesto Institucional Modificado PIM para el 2008 de S/.14 871 000 nuevos soles por toda fuente.

##### Indicador de Resultado

Durante este periodo se apoyó a 2,573 empresas, algunas de las cuales continuarán siendo apoyadas durante el siguiente año, dado que hay actividades de duración mayor al semestre, como en el caso de adelanto de actividades.

Esta cifra representa 30% más con respecto a la meta anual programada para el año 2008 en el PEI (1 974 empresas).

Aquí debemos de considerar que varias empresas de las apoyadas por PromPerú en el sector exportaciones, han recibido por lo menos más de una atención, dado que el sistema que actualmente registra tal información aún no permite discriminar las empresas con más de un servicio recibido.

##### Indicador de Producto \*

Al I Semestre del presente año, se realizan 153 actividades (entre actividades finalizadas y en proceso) esta cifra representa un 78% de avance con respecto a lo programado para este año (194 actividades), esto debido fundamentalmente por restricciones presupuestales que ha originado la cancelación de un grupo de actividades.

#### 3.2 Actividades del Sub Programa 0110 Promoción Externa del Comercio

El Sub Programa 0110 Promoción Externa del Comercio comprende las siguientes actividades:

##### a. Actividad: Promoción para el Desarrollo de Mercados

##### Indicador de Recursos

Al I semestre se ejecutó el 69% (S/. 7 280 910) del presupuesto programado para esa actividad (S/.10 625 000)

##### Indicador de Resultado

En esta actividad se apoyó a 59 % de las empresas programadas (529 empresas apoyadas) de las 900 empresas que se programaron.

**Indicador de Producto \***

Durante el periodo en evaluación, se ejecutaron 59 actividades que representó un 65% de las actividades programadas para el año 2008 (90 actividades) en las unidades operativas de promoción de comercio exterior.

b. **Actividad: "Apoyo al Desarrollo de la Gestión Empresarial y Cultura Exportadora"**

**Indicador de Recursos**

Al I Semestre se ejecutó el 27% (S/. 896 800) del presupuesto programado para esa actividad (S/.3 374 000).

**Indicador de Resultado**

En esta actividad se apoyó a 1 665 empresas, lo que representó 191% más empresas de lo programado para el 2008 (572 empresas).

**Indicador de Producto \***

Durante el primer semestre se ejecutaron 70 actividades, 32% más de lo programado como meta para el 2008 ((275 actividades).

c. **Actividad: "Facilitación del Comercio Exterior"**

**Indicador de Recursos**

Durante este semestre se ejecutó el 65% (S/.5 180) del presupuesto programado para esa actividad (S/.8 000)

**Indicador de Resultado**

En esta actividad se apoyó a 17 empresas representando el 12% con respecto a lo programado para todo el 2008 (137 empresas).

**Indicador de Producto \***

Durante el periodo en evaluación, se ejecutaron 3 actividades (19% respecto las 16 actividades programadas).

d. **Actividad: "Apoyo al Desarrollo de la Oferta Exportable"**

**Indicador de Recursos**

Al I semestre se ejecutó el 19% (S/. 163 870) del presupuesto programado para esta actividad (S/.864 000)

**Indicador de Resultado**

En esta actividad se apoyó a 362 empresas representando el 32% más con respecto a lo programado para todo el 2008 (275 empresas). Cabe indicar aquí se encuentran representadas las acciones que se vienen realizando en los Centros de Promoción Empresarial de: Chiclayo, Loreto, Cuzco, Arequipa y Junín.

**Indicador de Producto \***

Durante el periodo en evaluación se ejecutaron 21 actividades de todas las unidades operativas, representando el 65% respecto de las 32 actividades que se programaron para el 2008.

### 3.3 Sub Programa 006: Administración General

Tiene por Objetivo: *“Proporcionar lineamientos claros y oportunos para el normal desarrollo de las actividades institucionales, cautelando que la ejecución de las mismas se realice con eficiencia, eficiencia y legalidad”*

#### Indicador de Recursos

Al I semestre del 2008 se ejecutó 44% de la meta en términos de recursos presupuestales, alcanzando la suma de S/. 5 575 360 respecto del PIM asignado para el 2008 de S/. 12 648 000 por toda fuente.

#### Indicador de Producto\*

Se ejecutó 387 actividades permanentes, 128% más de la meta programada para el 2008 (170 actividades.). Esto se explica principalmente debido a la integración de la Oficina de Servicios Transversales, dentro del órgano de apoyo, la misma que antes se encontraba ubicada como órgano de línea. Esta Oficina apoya a las Direcciones de Exportaciones y de Turismo.

(\*) Este indicador comprende actividades finalizadas y actividades en proceso en dicho periodo.



Anexo N°1

PLAN ESTRATEGICO INSTITUCIONAL DE PROMPERU

EVALUACION AL PRIMER SEMESTRE 2008

PLIEGO: 008	Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo-PROMPERU
-------------	--------------------------------------------------------------------------

*Objetivo: "Promover el desarrollo económico y social del país de manera sostenida, en base al crecimiento y diversificación de las exportaciones de bienes y servicios, en concordancia con el Plan Estratégico Nacional Exportador-PENX"*

**1. SUBPROGRAMA 006: ADMINISTRACION GENERAL**

*Objetivo: "Proporcionar lineamientos claros y oportunos para el normal desarrollo de las actividades institucionales, cautelando que la ejecución de las mismas se realice con eficacia, eficiencia y legalidad".*

Indicador del Sub Programa 006: Desarrollo de la Gestión Institucional
------------------------------------------------------------------------

PROGRAMADO 2008

TIPO DE INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	Presupuesto 2008
Recursos	Miles de Soles	5616
Producto	Actividades	170

EJECUTADO 2008

PIM 2008 (miles de soles)	I SEMESTRE	% AVANCE
12,648	5575.36	44%
	387	228%

1.1 Actividades de Sub Programa 006: ADMINISTRACION GENERAL

1.1.1 Actividad: Desarrollo de la Gestión Institucional	
Indicador	Recursos
Indicador	Número de acciones administrativas

Recursos	Miles de Soles	5616	12,648	5575.36	44%
Producto	Actividades	170		387	228%

## 2. SUB PROGRAMA 0110: PROMOCION EXTERNA DEL COMERCIO

*Objetivo: "Promover la internacionalización de las empresas peruanas, contribuyendo así al desarrollo económico sostenible del país, con base en el crecimiento y la diversificación de las exportaciones de bienes y servicios, en el marco de los lineamientos del Plan Estratégico Nacional Exportador-PENX"*

Indicadores del Sub Programa 0110: Actividades de Promoción Externa del Comercio

### PROGRAMADO 2008

### EJECUTADO 2008

TIPO DE INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	Presupuesto 2008
Recursos	Miles de Soles	14,658
Resultado	Empresas	1,974
Producto	Actividades	194

PIM 2008 (miles de soles)	I SEMESTRE	% AVANCE
14,871	8346.76	56%
	2573	130%
	153	84%

### 2.1 Actividades del Sub Programa 0110: PROMOCION EXTERNA DEL COMERCIO

#### 2.1.1 Actividad: Promoción para el Desarrollo de Mercados

Indicador	Recursos (Rec. Ordinarios y Rec.Dir.Rec.)
Indicador	Número de acciones administrativas

Recursos	Miles de Soles	9,776
Resultado	Empresas	900
Producto	Actividades	90

10,625	7280.91	69%
	529	59%
	59	65%

#### 2.1.2 Apoyo al Desarrollo de la Gestión Empresarial y Cultura Exportadora

Indicador	Número de empresas que son asistidas
Indicador	Número de acciones realizadas en la Actividad

Recursos:	Miles de Soles	3,130
Resultado:	Empresas	572
Producto:	Actividades	53

3,374	896.80	27%
	1665	291%
	70	132%

#### 2.1.3 Apoyo al Desarrollo de la Oferta Exportable

Indicador	Número de empresas que son asistidas
Indicador	Número de acciones realizadas en la Actividad

Recursos:	Miles de Soles	969
Resultado:	Empresas	275
Producto:	Actividades	32

864	163.87	19%
	362	132%
	21	65%

#### 2.1.4 Apoyo a la Facilitación del Comercio Exterior

Indicador	Número de empresas que son asistidas
Indicador	Número de acciones realizadas en la Actividad

Recursos:	Miles de Soles	783
Resultado:	Empresas	137
Producto:	Actividades	16

8	5.18	65%
	17	12%
	3	19%

#### 4. Programa 042 TURISMO: PROMOCION Y REGULACION DEL TURISMO Y LA ARTESANIA

Las actividades del sector Turismo están enmarcadas con el Plan Estratégico Sectorial Multianual-PESEM 2007-2011 del MINCETUR, dado que antes de la fusión el sector turismo era Unidad Ejecutora del Ministerio. Asimismo sus actividades se enmarcan dentro del Plan Plan Estratégico Nacional de Turismo PENTUR.

El PESEM comprende el **Programa 042** "Promoción y Regulación del Turismo y la Artesanía", el cual contiene un Objetivo General con 2 indicadores. Este programa a su vez comprende un Suprograma "Promoción del Turismo" con un Objetivo General y una actividad con un indicador.

En el marco del PENTUR, PromPerú tiene como objetivo: "Incrementar de manera sostenida la demanda del turismo receptivo a fin de generar mayor ingreso de divisas al país, así como de turismo interno a fin de asegurar una adecuada redistribución de los recursos a nivel nacional".

Las estrategias del PENTUR referida a TURISMO RECEPTIVO son:

- a. Focalización de la promoción turística en los mercados prioritarios y potenciales.
- b. Posicionamiento del Perú como destino turístico a través de las acciones de promoción de los diversos canales de distribución: ferias, workshops, seminarios, festivales gastronómicos, fam trips, press tours.
- c. Posicionamiento del Perú como destino turístico en los mercados prioritarios y potenciales identificados.
- d. Posicionamiento de la marca turística "Perú" en los mercados prioritarios y potenciales identificados.
- e. Alianzas estratégicas entre el sector público y el sector privado para participación en actividades de promoción turística.
- f. Fortalecimiento de las embajadas y consulados del Perú en el exterior para lograr una eficaz ejecución de las acciones de promoción.

Las estrategias del PENTUR con respecto al TURISMO INTERNO son:

- a. Promoción del turismo interno a nivel intrarregional e interregional.
- b. Fortalecimiento de capacidades a nivel nacional en materia de mercado turístico.
- c. Alianzas estratégicas entre el sector público y el sector privado para participación en actividades de promoción turística.

#### 4.1 PROGRAMA 042 TURISMO: PROMOCION Y REGULACION DEL TURISMO Y LA ARTESANIA

**Objetivo General:** *"Alcanzar el desarrollo sostenible del Turismo en el Perú, promoviendo y fomentando el desarrollo competitivo"*

- ▣ **Indicador 1.** Arribo total de turistas extranjeros al país programado en el PESEM para el 2008 se estimó en **2 100 894 de turistas** y en el periodo enero-junio las cifras oficiales al 10 de setiembre, en base a la información proporcionada por la Dirección de Control Migratorio Callao, Lima y Provincias, indican que ingresaron la país un total de **971 082 turistas**, registrándose un avance de 46,22 % respecto del PESEM
- ▣ **Indicador 2.** EL PESEM estimó el ingreso de divisas generadas por turismo receptivo en **US\$ 1,842 millones de dolares** . Durante este periodo se ha registrado el ingreso de divisas por un monto de **US \$1304 Millones de dólares**, representando un avance de 70.8% a lo programado.

##### 4.1.1 SUB PROGRAMA "Promoción del Turismo"

**Objetivo:** *"Alcanzar el desarrollo sostenible del Turismo en el Perú, promoviendo y fomentando el desarrollo competitivo y sostenible de la actividad turística y artesanal mediante procesos concertados y descentralizados, generando empleo, mejor calidad de vida de la población y la valoración adecuada del patrimonio nacional". Comprende la siguiente actividad:*

**ACTIVIDAD: "Promoción Turística del Perú en el Exterior"**

**▣ Indicador de Recursos:**

De acuerdo al PESEM el monto presupuestado por toda fuente para la Actividad de Promoción Turística del Perú en el Exterior fue de **S/. 58 384 056** y el Presupuesto Institucional Modificado (PIM) fue de **S/. 63 254 273 nuevos soles**. Durante el periodo enero-junio se ejecutó por toda fuente la suma de **S/. 27 463 998**, es decir el 43% del asignado.

**▣ Indicador de Resultado:**

**Ingreso de Turistas por Aeropuerto:**

- ✓ **Estimado Anual de Arribos de Mercados Prioritarios en Aeropuerto Internacional "Jorge Chávez".**

El Cuadro 1 muestra las proyecciones del total de arribos de Turistas por el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez del 2004 al 2007.

En este cuadro se registran los ingresos de los países denominados mercados prioritarios: EEUU, UK, Alemania, Francia, España, Japón y Canadá, México, Chile, Brasil, Argentina y Colombia.

Dado que a la fecha de la evaluación aún no se cuenta con cifras estadísticas oficiales, la OPP ha proyectando un incremento de 15% con respecto al 2007, se estima que para el año 2008 el arribo al aeropuerto se encuentre alrededor de **898 288 turistas**, provenientes de estos mercados.

**- CUADRO 1-**

**LLEGADA DE TURISTAS MERCADOS PRIORITARIOS 2004-2007  
AEROPUERTO INTERNACIONAL JORGE CHÁVEZ**

País de Residencia Permanente	Total arribo de Turistas Años				Turistas Mercados Prioritarios (MP) Años			
	2004	2005 (*)	2006 (*)	2007 (*)	2004	2005	2006	2007
<b>TOTAL</b>	<b>727,978</b>	<b>865,956</b>	<b>891,605</b>	<b>1,034,657</b>				
<b>AMERICA DEL NORTE</b>	<b>274,757</b>	<b>331,430</b>	<b>334,865</b>	<b>364,085</b>	<b>274,757</b>	<b>331,430</b>	<b>334,865</b>	<b>364,085</b>
EE.UU (MP)	230,363	276,331	275,120	299,919				
CANADA (MP)	21,974	28,778	33,185	35,224				
MEXICO (MP)	22,420	26,321	26,560	28,942				
<b>AMERICA DEL CENTRO</b>	<b>17,569</b>	<b>22,477</b>	<b>23,313</b>	<b>26,015</b>				
COSTA RICA	4,366	4,826	4,463	6,211				
PANAMA	3,773	7,079	7,760	6,008				
EL SALVADOR	1,588	1,742	2,042	2,593				
GUATEMALA	1,762	2,070	1,954	2,283				
CUBA	902	1,282	1,610	2,152				
REP. DOMINICANA	1,093	1,726	1,928	2,095				
HONDURAS	756	921	962	1,217				
PTO. RICO	1,389	1,020	679	1,116				
OTROS	1,940	1,811	1,915	2,340				
<b>AMERICA DEL SUR</b>	<b>160,932</b>	<b>186,923</b>	<b>191,554</b>	<b>254,655</b>	<b>117,021</b>	<b>135,233</b>	<b>141,249</b>	<b>193,352</b>
ARGENTINA (MP)	33,532	35,584	38,416	55,341				
CHILE (MP)	31,402	35,337	36,674	55,287				

COLOMBIA (MP)	27,284	32,562	35,858	45,321				
BRASIL (MP)	24,803	31,750	30,301	37,403				
VENEZUELA	15,183	19,215	19,286	22,714				
ECUADOR	16,590	16,622	16,182	21,245				
BOLIVIA	8,039	10,968	10,112	11,097				
OTROS	4,099	4,885	4,725	6,247				
<b>EUROPA</b>	<b>213,952</b>	<b>254,874</b>	<b>260,771</b>	<b>300,252</b>	<b>136,796</b>	<b>166,275</b>	<b>169,555</b>	<b>188,035</b>
ESPAÑA (MP)	39,497	53,770	56,508	57,641				
REINO UNIDO (MP)	36,469	42,340	42,429	49,078				
FRANCIA (MP)	35,272	40,804	41,195	46,055				
ALEMANIA (MP)	25,558	29,361	29,423	35,261				
ITALIA	20,863	23,228	22,661	26,853				
PAISES BAJOS (Holanda)	11,770	12,291	12,438	17,915				
SUIZA	10,059	11,250	10,467	12,321				
BELGICA	6,586	6,786	6,708	6,860				
SUECIA	4,286	4,775	5,475	6,539				
IRLANDA	3,182	3,998	4,280	5,559				
AUSTRIA	3,572	4,470	4,528	5,034				
OTROS	16,838	21,801	24,659	31,136				
<b>ASIA</b>	<b>44,103</b>	<b>50,191</b>	<b>56,551</b>	<b>63,291</b>	<b>25,397</b>	<b>28,544</b>	<b>31,545</b>	<b>35,648</b>
JAPON (MP)	25,397	28,544	31,545	35,648				
COREA DEL SUR	5,323	5,957	6,837	7,960				
CHINA (R.P)	4,371	4,869	6,913	5,976				
ISRAEL	4,068	4,652	4,956	5,793				
INDIA	813	1,077	1,095	1,594				
TAIWAN (TWN)	1,069	1,239	1,408	1,482				
OTROS	3,062	3,853	3,797	4,838				
<b>AFRICA</b>	<b>2,205</b>	<b>2,461</b>	<b>2,407</b>	<b>3,051</b>				
SUDAFRICA	1,339	1,544	1,707	2,135				
OTROS	866	917	700	916				
<b>OCEANIA</b>	<b>13,969</b>	<b>16,676</b>	<b>18,402</b>	<b>22,338</b>				
AUSTRALIA	12,064	14,363	15,670	19,055				
NUEVA ZELANDIA	1,862	2,265	2,680	3,238				
OTROS	43	48	52	45				
<b>APATRIDA</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>1</b>				
<b>AGUAS INTERNACIONALES</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>				
<b>NO ESPECIFICADO</b>	<b>490</b>	<b>920</b>	<b>3,741</b>	<b>968</b>				

2008 (1) Estimado

<b>TOTALES MERCADOS PRIORITARIOS</b>	<b>553,971</b>	<b>661,482</b>	<b>677,214</b>	<b>781,120</b>	<b>898,288</b>
<b>Proyecciones</b>		19%+	2%+	15%+	15%+

Nota: (\*) Cifras preliminares en base a la información proporcionada por la Dirección de Control Migratorio Callao, Lima y Provincias Cifras Definitivas 2004 BD-XII , Cifras Preliminares 2005 BD-VI, 2006 BD-V y 2007-BD-III

Fuente: Dirección General de Migraciones y Naturalización

Elaboración: MINCETUR/VMT - Oficina General de Investigación y Facilitación Turística

Fuente: Vice Ministerio de Turismo

MP: Mercados Prioritarios Long Haul (EEUU, UK, Alemania, Francia, España, Japón y Canadá) y Latinoamérica (México, Chile, Brasil, Argentina y Colombia)

(1) Proyección OPP PromPerú

✓ **Estimado de Arribos en Aeropuerto Internacional “Jorge Chávez” para el 2008**

Para estimar el total de arribos en el aeropuerto internacional Jorge Chávez, estas cifras lo proyectamos en el Cuadro 2, en donde tomando como base los arribos totales y por mercados prioritarios de los años 2004 al 2007, obtenemos que en promedio éstos últimos oscilan en un 76% respecto del total de arribos .

Con esta proyección estimamos que el total de arribos por el aeropuerto será de 1 181 958 turistas durante el año 2008.

**- CUADRO 2 -**

**ESTIMADO ARRIBOS AEROPUERTO JORGE CHAVEZ DE MERCADOS PRIORITARIOS PARA 2008**

ARRIBO DE TURISTAS	2004	2005	2006	2007	ESTIMADO 2008
Total arribos de Turistas	727,978	865,956	891,605	1,034,657	1,181,958
Total arribo de Turistas de Mercados Prioritarios	553,971	661,482	677,214	781,120	898,288
% de Turistas de Mercados Prioritarios respecto del Total de arribos al Aeropuerto	76.1%	76.4%	76%	75.5%	76%

(\*) Estimado del 2008 en base al proyectado de mercados prioritarios del Cuadro 1

✓ **Total de Arribos por Aeropuerto Internacional “Jorge Chávez” al I Semestre 2008**

En el Cuadro 3 podemos observar que el ingreso total de Turistas por el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez durante el periodo enero-junio 2008, fue de **562 937 turistas**.

Para determinar el número de turistas provenientes de los mercados prioritarios, aplicamos la proyección del 76% del cuadro anterior , con lo que se obtiene un estimado de **427 833 turistas**.

De este análisis podemos deducir que del estimado anual de 898,288 turistas provenientes de los mercados prioritarios para el 2008, al mes de junio han arribado por el aeropuerto Jorge Chávez 427,833 turistas. **Significando un 47,63% respecto a lo estimado.**

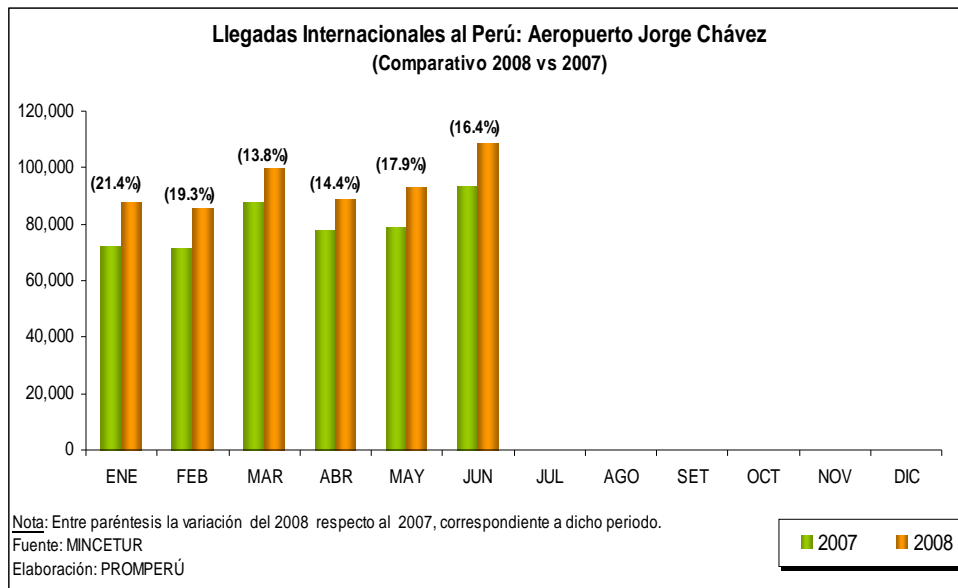
**-Cuadro 3-**

**ARRIBOS MENSUALES AL AEROPUERTO**

**Evolución de las Llegadas por el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez**

	Mensual			Acumulado anual (*)			Acumulado últimos 12 meses (*)		
	2007	2008	Var 08-07	2007	2008	Var 08-07	2007	2008	Var 08-07
Enero	72,072	87,508	21.4%	72,072	87,508	21.4%	912,808	1,068,977	17.1%
Febrero	71,674	85,536	19.3%	143,746	173,044	20.4%	918,780	1,082,839	17.9%
Marzo	87,410	99,512	13.8%	231,156	272,556	17.9%	932,051	1,094,941	17.5%
Abril	77,571	88,703	14.4%	308,727	361,259	17.0%	936,391	1,106,073	18.1%
Mayo	78,995	93,112	17.9%	387,722	454,371	17.2%	944,259	1,120,190	18.6%
Junio	93,257	108,566	16.4%	480,979	562,937	17.0%	958,943	1,135,499	18.4%
TOTAL	480, 979	<b>562,93</b>	17.03 %						

Fuente: MINCETUR - ELABORACION: PROMPERU (\*) Llegadas internacionales al 30 de junio del 2008



✓ **Divisas generadas por los mercados prioritarios para el primer semestre del 2008**

Para determinar el estimado de divisas nos referiremos al Cuadro 4, que registra los arribos de Turistas de los mercados prioritarios durante el 2007.

A partir de este cuadro estimaremos el porcentaje por país con respecto al total de ingresos. De este modo sustentaremos el proyectado para el primer semestre 2008, dado que las cifras oficiales no se encuentran aún disponibles por los entidades competentes.

- Cuadro 4 -

**ARRIBO DE TURISTAS MERADOS PRIORITARIOS**  
2007

Mercados Prioritarios	2007	%
EE.UU	299,919	38%
CANADA	35,224	5%
MEXICO	28,942	4%
ARGENTINA	55,341	7%
CHILE	55,287	7%
COLOMBIA	45,321	6%
BRASIL	37,403	5%
ESPAÑA	57,641	7%
REINO UNIDO	49,078	6%
FRANCIA	46,055	6%
ALEMANIA	35,261	5%
JAPON	35,648	5%
<b>TOTALES</b>	<b>781,120</b>	<b>100%</b>

En el cuadro 5, tomando como referencia la estructura porcentual del año 2007, podemos determinar el estimado para el primer semestre 2008.

Podemos observar que el total de divisas generadas por los mercados prioritarios suman **US\$ 551.864 millones de dólares**, tomando como sustento el gasto promedio en 12 noches por turista, de acuerdo al Estudio del Perfil del Turista 2007.

- Cuadro 5 -

ESTIMADO DE DIVISAS DE MERCADOS PRIORITARIOS I SEMESTRE 2008

MERCADOS PRIORITARIOS	Estimado Prorrateado Total de Llegadas al Aeropuertos I Semestre	% Prorrateo en base al 2007	Estimado Turistas Mercados Prioritarios	Promedio de Gastos 2007 US \$ (1)	DIVISAS GENERADAS AL I SEMESTRE US \$
EE.UU.	216,145	0.38	164,270.46	1,252.00	205,666,622.16
CANADA	25,385	0.05	19,292.75	1,532.00	29,556,495.92
MEXICO	20,858	0.04	15,852.00	1,105.00	17,516,459.30
ARGENTINA	39,883	0.07	30,311.16	830.00	25,158,260.05
CHILE	39,844	0.07	30,281.58	942.00	28,525,248.38
COLOMBIA	32,662	0.06	24,823.04	899.00	22,315,914.19
BRASIL	26,956	0.05	20,486.23	1,035.00	21,203,243.17
ESPAÑA	41,541	0.07	31,570.90	1,597.00	50,418,733.24
REINO UNIDO	35,369	0.06	26,880.81	1,839.00	49,433,810.98
FRANCIA	33,191	0.06	25,225.06	1,615.00	40,738,479.95
ALEMANIA	25,412	0.05	19,313.02	1,645.00	31,769,913.62
JAPON	25,691	0.05	19,524.98	1,514.00	29,560,825.07
<b>TOTALES</b>	<b>562,937</b>	<b>100%</b>	<b>427,832</b>		<b>551,864,006.02</b>

(1) Fuente: Perfil del Turista 2007, por 12 noches promedio por turista

Del cuadro 5, determinamos que el ingreso de divisas provenientes de turistas de mercados prioritarios, **fue de US\$ 551.864 millones de dólares**

Las divisas programadas en el PESEM para el 2008 es de **US \$ 1 149.019** millones de dólares, por lo que al 30 de junio se tiene **un avance de 48 % (551.864 / 1 149.019 )** respecto a lo programado.

✓ **Ratio de promoción del periodo enero-junio**

El ratio de promoción en turismo nos indica el % del presupuesto destinado en actividades de promoción de turismo versus el ingreso de divisas generado durante un periodo determinado,

$$\text{Ratio de Promoción de Turismo} = \frac{\text{Ingreso Divisas Mercados Prioritarios}}{\text{Presupuesto Ejecutado por PROMPERU}}$$

- Ingreso de Divisas provenientes de mercados prioritarios: US\$ 551.864 millones de dólares
- Presupuesto PromPeru en promoción de Turismo:  $S/. 27\,463\,998 / 2.97 = \text{US\$ } 9.247$  millones de dólares (Tipo Cambio:  $S/.2.97$ ).

Del análisis anterior, podemos inferir que de cada dólar invertido en promoción de turismo se obtiene **US\$ 59.68** dólares de divisas.

PLAN ESTRATEGICO SECTOR TURISMO 2008 ( PESEM 2007-2011)

Programa 042 TURISMO: Promoción y Regulación del Turismo y la Artesanía.	Tipo de Indicador	Unidad de Medida	Programado PESEM	Ejecutado al I Semestre	% Avance
--------------------------------------------------------------------------	-------------------	------------------	------------------	-------------------------	----------

Objetivo General 2: *Alcanzar el Desarrollo Sostenible del Turismo en el Perú, promoviendo y fomentando el desarrollo competitivo*

Indicador: Arribo de turistas extranjeros al año	Resultado	Turistas	2 100 894 (1)	971 082	46, 22%
Indicador: Ingreso de divisas generadas por turismo receptivo	Resultado	Millones de US\$	US\$ 1 842	US\$ 1 304	70.8%
<b>SUBPROGRAMA : PROMOCION DEL TURISMO</b>					

Objetivo General: *Alcanzar el desarrollo sostenible del turismo en el Perú, promoviendo y fomentando el desarrollo competitivo y sostenible de la actividad turística y artesanal mediante procesos concertados y descentralizados, generando empleo, mejor calidad de vida de la población y la valoración adecuada del patrimonio nacional.*

ACTIVIDAD PRINCIPAL: Promoción Turística del Perú en el Exterior.	Tipo de Indicador	Unidad de Medida	Programado PESEM	Presupuesto Asignado 2008	Presupuesto Ejecutado al I Semestre	% Avance
Indicador: Presupuesto asignado a la Promoción Turística	Recursos	Nuevos Soles	Sl. 58 384 056	Sl. 63 254 273	Sl. 27 463 998	43%

	Tipo de Indicador	Divisas Programadas 2008 PESEM	-Arribo Aeropuerto- Mercados Prioritarios	-Ingreso de Divisas- Mercados Prioritarios (Prom. US\$1503 x Tur.)(2)	% Avance
Crecimiento de divisas de mercados prioritarios (Estados Unidos, Reino Unido, Japón, España, Alemania, Francia, Chile, Brasil y Argentina (*))	Resultado	1 149.019 Millones de US\$	427 833 Turistas	US\$ 551.864 Millones de US\$	48 %

(1) Arribo Total de Turistas al Perú. Cifras preliminares en base a la información proporcionada por la Dirección de Control Migratorio Callao, Lima y Provincias. Ultima actualización: 10 de setiembre 2008  
Fuente: Dirección General de Migraciones y Naturalización - Callao, Lima y Provincias. Elaboración: MINCETUR/VMT. - Oficina General de Investigación y Facilitación Turística

## 5.- CONCLUSIONES

Las actividades de las unidades del sector exportaciones se ejecutan en el marco del Plan Estratégico Institucional (PEI) de la exPROMPEX.

Las actividades del sector Turismo están enmarcadas con el Plan Estratégico Sectorial Multianual-PESEM 2007-2011 del MINCETUR. Asimismo sus actividades se enmarcan dentro del Plan Plan Estratégico Nacional de Turismo PENTUR.

El Plan Estratégico Institucional de PromPerú 2008-2012, el cual se aprobó en sesión de Consejo Directivo de PROMPERU del 23 de junio del presente año, se implementará a partir del 2009 a fin de adecuar las actividades del POI 2009 en el sistema del e-apex, con los objetivos y estrategias e indicadores que correspondería a cada.

En el caso de las áreas administrativas éstas se fusionaron sus actividades a partir de mayo del 2007, pero con la implementación de la Oficina de Servicios Transversales, de acuerdo al nuevo ROF, éstas han visto incrementado sus actividades.

### En el Sector Promoción de Exportaciones

En la actividad Promoción para el Desarrollo de Mercados, se ha ejecutado a la fecha 67 actividades que significa un avance de 74% respecto a lo programado para todo el 2008 (90 actividades). En esta actividad se apoyó con 529 servicios a empresas exportadoras, representando un 59% respecto a lo estimado (900 empresas). Para el desarrollo de estas actividades se contó con un presupuesto de S/. 7 280.91 (miles de soles) habiéndose ejecutado un 69% respecto al PIM de S/. 10 625 (miles de soles)

En la actividad Apoyo al Desarrollo de la Gestión Empresarial y Cultura Exportadora se ha ejecutado a la fecha 70 actividades que significa un avance de 132% respecto a lo programado para todo el 2008 (53 actividades). En esta actividad se apoyó con 1665 servicios a empresas exportadoras, representando un 291% respecto a lo estimado (572 empresas). Para el desarrollo de estas actividades se contó con un presupuesto de S/. 896.80 (miles de soles) habiéndose ejecutado un 27% respecto al PIM de S/. 3 374 (miles de soles).

En la actividad Apoyo al Desarrollo de la Oferta Exportable, se ha ejecutado a la fecha 22 actividades que significa un avance de 69% respecto a lo programado para todo el 2008 (32 actividades). En esta actividad se apoyó con 362 servicios a empresas exportadoras, representando un 132% respecto a lo estimado (275 empresas). Para el desarrollo de estas actividades se contó con un presupuesto de S/. 163.87 (miles de soles) habiéndose ejecutado un 19% respecto al PIM asignado a ese periodo de S/. 864 (miles de soles).

En la actividad Apoyo a la Facilitación del Comercio Exterior se ha ejecutado a la fecha 3 actividades que significa un avance de 19% respecto a lo programado para todo el 2008 (16 actividades). En esta actividad se apoyó con 17 servicios a empresas exportadoras, representando un 12% respecto a lo estimado (137 empresas). Para el desarrollo de estas actividades se contó con un presupuesto de S/. 5.18 (miles de soles) habiéndose ejecutado un 65% respecto al PIM de S/. 8 (miles de soles).

### En el Sector Promoción del Turismo:

Dado que a la fecha de la evaluación del presente periodo, aún no se cuenta con cifras estadísticas oficiales, la OPP ha realizado el análisis y proyecciones sustentados en cifras oficiales de periodos anteriores.

**Arribo de Turistas:** El total de arribos al aeropuerto Internacional "Jorge Chávez" acumulados de enero a junio 2008 fue de 562,937 de los cuales 427,832 turistas provienen de los denominados mercados prioritarios en donde PROMPERU orienta sus actividades (Long haul (EEUU, UK, Alemania, Francia, España, Japón y Canadá) y Latinoamérica (México, Chile, Brasil, Argentina y Colombia).

El total de arribos al aeropuerto representa un crecimiento de 17,03% por ciento respecto a similar período del 2007 (480 979 turistas).

Debemos mencionar que el mayor flujo de arribos de turistas se registran en los meses de junio a agosto, en octubre y diciembre, por lo que las estimaciones realizadas por la Oficina de Planeamiento y Presupuesto en base a las cifras oficiales de periodos anteriores, cumplirán con las proyecciones del PESEM.

**Incremento de Divisas:** Las divisas que ingresaron durante este periodo derivados de los mercados prioritarios fue de **US\$ 551.864 Millones de dólares**. Cifra estimada sustentada en el gasto promedio del 2007, según el Perfil del Turista del 2007.

La ejecución presupuestal de las áreas del sector Turismo reportan una ejecución S/. 27 463 998 nuevos soles, es decir un 43 % con respecto al PIM de S/. 63 254 273 nuevos soles.

Debemos mencionar que de cada dólar invertido en promoción de turismo se obtuvo durante este periodo US\$ 59.68 dólares de divisas.