

GOBIERNO REGIONAL TUMBES
GERENCIA REGIONAL DE DESARROLLO ECONÓMICO



"Año de la Promoción de la Industria responsable y del compromiso Climático"

RESOLUCIÓN GERENCIAL REGIONAL

Nº 0000041 -2014/GOBIERNO REGIONAL TUMBES-GRDE-GR

Tumbes, 04 FEB 2014

VISTO:

El Oficio No 0019-2014/GOB.REG.TUMBES-DIRCETUR-DR-OTA, de fecha 14 de Enero del 2014, suscrito por el Director Regional de Comercio Exterior y Turismo y el Informe No 002-2014/GOB.REG.TUMBES-GRDE-SPS-II, de fecha 15 de Enero del 2014, suscrito por la Lic. Eva Amparo Infante Flores, responsable de supervisión Programa Sectorial II de la Gerencia Regional de Desarrollo Económico del Gobierno Regional de Tumbes, sobre aprobación del **PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL (POI)-2014 DE LA DIRECCION REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO.**

CONSIDERANDO:

Que, los Gobiernos Regionales emanan de la voluntad popular, son personas jurídicas de derecho público interno, con autonomía económica y administrativa en los asuntos de su competencia, teniendo como competencia constitucional la aprobación de su organización interna y de su presupuesto, de conformidad con los artículos 2º, 9º, 10º de la Ley 27867-Ley Orgánica de Gobiernos Regionales;

Que, la Ley Orgánica de Gobiernos Regionales establece en el Art. 12º, que la organización del Órgano Ejecutivo del Gobierno Regional; esta estructurada en Gerencias Regionales coordinada y dirigida por una Gerencia General, complementada con los órganos de línea de apoyo, asesoramiento y control, conforme lo determina cada Gobierno Regional;

Que, le corresponde a la Gerencia Regional de Desarrollo Económico, ejercer las funciones específicas regionales en los sectores Industria, Comercio, Turismo, Artesanía, Pesquería, Minería, Energía e Hidrocarburos y Agricultura de conformidad con el numeral 1), del Art. 29-A de la Ley Orgánica de Gobiernos Regionales;

Que la Ley No 28411-Ley General del Sistema Nacional de Presupuesto en su Artículo 71º numeral 71.3) establece que los Planes Operativos Institucionales, reflejan las metas presupuestarias que se esperan alcanzar para cada año fiscal y constituyen instrumentos administrativos que

GOBIERNO REGIONAL TUMBES
GERENCIA REGIONAL DE DESARROLLO ECONÓMICO



"Año de la Promoción de la Industria responsable y del compromiso Climático"

RESOLUCIÓN GERENCIAL REGIONAL

00000041-2014/GOBIERNO REGIONAL TUMBES-GRDE-GR

04 FEB 2014

contienen procesos a desarrollar en el corto plazo, precisando las tareas necesarias para cumplir con las metas presupuestales establecidas para dicho periodo, así como la oportunidad de su ejecución a nivel de cada dependencia orgánica;

Que, mediante el oficio del visto, del Director Regional de Comercio Exterior y Turismo del Gobierno Regional de Tumbes, alcanza a la Gerencia Regional de Desarrollo Económico, el Plan Operativo Institucional (POI) para el ejercicio fiscal 2014, y en atención a lo expuesto mediante el informe No 033-2013/GOB-REG-TUMBES-GRDE-SPSII, se ha cumplido con revisar el Plan Operativo Institucional (POI) para el año fiscal 2014 de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo del Gobierno Regional de Tumbes, por constituir un importante y dinámico instrumento de gestión, el mismo que ha sido elaborado y está debidamente sustentado y consolidado acorde con los objetivos estratégicos institucionales del Gobierno Regional de Tumbes y al presupuesto Institucional de Apertura (PIA), presenta: La Política Institucional, Diagnostico Institucional, objetivos Estratégicos, Objetivos Operativos, Políticas o Líneas de Acción, Programación de acciones, así mismo se ha determinado las actividades operativas de gestión y funcionamiento necesarios para el logro de sus objetivos y metas;

Que, contando con las visaciones de la Sub Gerencia de Servicios Productivos, Gerencia Regional de Planeamiento Presupuesto y Acondicionamiento Territorial, Sub Gerencia de Desarrollo Institucional y Secretaria General Regional.

Y en uso de las atribuciones conferidas al despacho por la Resolución Ejecutiva Regional No 00128-2004/GOB.REG.TUMBES-P, de fecha 27 de Febrero 2004, Resolución Ejecutiva Regional No 00486-2005/GOB.REG.TUMBES-P, de fecha 07 de Noviembre del 2005, Resolución Ejecutiva Regional No 00983-2010/GOB.REG.TUMBES.P de fecha 28 de setiembre del 2010, sobre Desconcentración de facultades y atribuciones de las Dependencias del Gobierno Regional de Tumbes y la Resolución Ejecutiva Regional No 000396-2013-GRT-P de fecha 01 de Agosto del 2013.



GOBIERNO REGIONAL TUMBES
GERENCIA REGIONAL DE DESARROLLO ECONÓMICO



GOBIERNO REGIONAL TUMBES

"Año de la Promoción de la Industria responsable y del compromiso Climático"

TEC. ADM. II ALBERTO SANCHEZ PENA GARCIA
JEFE DE UNIDAD DE TRÁMITE DOCUMENTARIO

RESOLUCIÓN GERENCIAL REGIONAL

00000041-2014/GOBIERNO REGIONAL TUMBES-GRDE-GR

04 FEB 2014

SE RESUELVE:

ARTICULO PRIMERO: APROBAR, EL PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL- (POI) PARA EL EJERCICIO FISCAL 2014 DE LA DIRECCION REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO DEL GOBIERNO REGIONAL DE TUMBES, que consta de 026 folios, conteniendo: Introducción, Rol Institucional, Diagnostico Institucional, Objetivos Estratégicos, Objetivos Operativos, Políticas o Líneas de Acción, Programación de Acciones-Diagrama de GANTT, Actividades globales y Supervisión Monitoreo y Evaluación.

ARTICULO SEGUNDO: DISPONER a la Encargada de la Supervisión del Programa Sectorial II de la Gerencia Regional de Desarrollo Económico, Supervisar y realizar el seguimiento de la actividades del Plan Operativo Institucional (POI) del año fiscal 2014 de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo del Gobierno Regional de Tumbes.

ARTICULO TERCERO: NOTIFICAR, la presente resolución a la Oficina de Tecnología de la Información de la Oficina Regional de Administración, para su publicación en el Portal Web del Gobierno Regional de Tumbes, Gerencia Regional de Planeamiento Presupuesto y Acondicionamiento Territorial, Sub Gerencia de Desarrollo Institucional, Gerencia Regional de Desarrollo Económico y Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo del Gobierno Regional de Tumbes., y demás Oficinas competentes de la Sede del Gobierno Regional de Tumbes para los fines pertinentes.

Regístrese, Comuníquese, Cúmplase y Archívese.

GOBIERNO REGIONAL - TUMBES
Prof. SEGUNDO R. MORENO RACHERRES
GERENTE REGIONAL DE DESARROLLO ECONOMICO

GOBIERNO REGIONAL DE TUMBES

GERENCIA REGIONAL DE DESARROLLO ECONOMICO

DIRECCION REGIONAL DE COMERCIO
EXTERIOR Y TURISMO

PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL
2014

ING. BERLING FRANCISCO JIMENEZ PURIZAGA

Director regional

Copia fiel del Original

Copia fiel del Original

10 4 FEB 2014

00000041

I. INTRODUCCION

El departamento de Tumbes tiene una superficie territorial de 4,669 Km2 y esto comprende el 0.36 % del territorio nacional; es un territorio muy privilegiado con una zona de playas impresionante, con bosques de manglares, bosques secos ecuatoriales y tropicales de los que parte de ellos conforman la Reserva de Biosfera del Noroeste, una exquisita gastronomía, un gran potencial de exportaciones en productos hidrobiológicos y agrícolas; por lo tanto, un importante eje de desarrollo de la Región.

El turismo, la artesanía y el comercio exterior son actividades multisectoriales muy complejas, que genera directa e indirectamente, una serie de beneficios a los distintos niveles de la sociedad y que se encuentra muy relacionada con el desarrollo regional, pero presenta un desarrollo lento, ocasionado por el bajo índice de permanencia y nivel de satisfacción de los turistas, asociado al bajo nivel de rentabilidad para los prestadores de servicios, a la escasa percepción de los beneficios que la población tiene de esta actividad económica, el desconocimiento de la dinámica exportadora, la no innovación de la artesanía local en lo referente a su articulación en los mercados, el débil fortalecimiento institucional que ha tenido esta Dirección Regional; crea la oportunidad de proponer el presente Plan Operativo. Institucional 2014, en el marco de la Ley Orgánica de Gobiernos Regionales, al actual proceso de descentralización y la normatividad vigente del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú, en el cual se cita ítems de procesos iniciales de solución a estos problemas identificados.

Es necesario precisar que este documento de gestión, ha sido elaborado con la participación y aporte de todo el equipo técnico en diversas reuniones de trabajo; por lo tanto, es una importante y dinámica herramienta de gestión del presente año, para contribuir al mejoramiento de la oferta exportable, turística y artesanal de la Región Tumbes, así como elevar la cultura turística y comercial entre las autoridades, empresarios, sociedad civil público en general, mediante un trabajo coordinado y articulado con el sector público involucrados en el enfoque económico, social, político, cultural y educativo.



067



La Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Tumbes, es un órgano desconcentrado del Gobierno Regional de Tumbes, dependiente de la Gerencia Regional de Desarrollo Económico; así como Administrativa y presupuestalmente de la Unidad Ejecutora del Gobierno Regional de Tumbes y técnica normativa del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

La Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Tumbes, cuenta con tres órganos de línea que a continuación detallamos sus funciones.

2.1. DIRECCION DE TURISMO

La Dirección de Turismo es un órgano de línea de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo es responsable de proponer y difundir la política regional de la actividad turística en el marco de la política nacional de turismo. Está a cargo de un Director y tiene las siguientes funciones:

- a) Formular, aprobar, ejecutar, evaluar, dirigir, controlar y administrar los planes; y políticas sectoriales en materia de turismo de la región en concordancia con las políticas nacionales y los planes sectoriales en coordinación con las entidades del sector público competentes en la materia.
- b) Formular concertadamente, aprobar y ejecutar las estrategias y el programa de desarrollo Turístico de la región.
- c) Aprobar directivas relacionadas con la actividad turística así como criterios técnicos que aseguren el cumplimiento de los objetivos y metas que se deriven de los lineamientos de la Política Nacional de Turismo.
- d) Proponer el desarrollo turístico mediante el aprovechamiento de las potencialidades regionales.
- e) Calificar a los prestadores de servicios turísticos de la región de acuerdo con las normas legales correspondientes.
- f) Coordinar con los Gobiernos Locales las acciones en materia de turismo de alcance regional.
- g) Llevar y mantener actualizados los directorios de prestadores de servicios turísticos, el calendario de eventos y el inventario de recursos turísticos en el ámbito regional de acuerdo a la metodología establecida por el MINCETUR.
- h) Identificar posibilidades de inversión y zonas de interés turístico en la región, así como promover la participación de los inversionistas en proyectos turísticos.



066



- i) Proponer y declarar zonas de desarrollo turístico prioritario de alcance regional.
- j) Disponer facilidades y medidas de seguridad a los turistas, así como ejecutar campañas regionales de protección al turista y difusión de conciencia turística en coordinación con organismos públicos y Privados.
- k) Verificar el cumplimiento de normas de medioambiente y preservación de recursos naturales de la región relacionados con la actividad turística.
- l) Declarar eventos de interés turístico regional.
- m) Supervisar la correcta aplicación de las normas legales relacionadas con la actividad turística y el cumplimiento de los estándares exigidos a los prestadores de servicios turísticos, así como aplicar las correspondientes sanciones en caso de incumplimiento de conformidad con la normatividad vigente.
- n) Suscribir contratos, convenios o acuerdos de cooperación interinstitucional con entidades públicas y privadas.
- o) Promover la formación y capacitación del personal que participa en la actividad turística.
- p) Fomentar la organización y formalización de las actividades turísticas en la región.
- q) Organizar y conducir las actividades de promoción turística de la región en coordinación con las organizaciones de la actividad turística y los gobiernos locales.
- r) Desarrollar circuitos turísticos que puedan convertirse en eje de Desarrollo Regional.

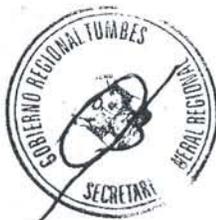


2.2. DIRECCION DE COMERCIO EXTERIOR

La Dirección de Comercio Exterior es un órgano de línea dependiente de la Dirección Regional siendo responsable de ejecutar la política de desarrollo del comercio exterior en la región, así como promover el desarrollo de una cultura exportadora en coordinación con el MINCETUR. Está a cargo de un Director y tiene las siguientes funciones:

- a) Formular, aprobar, ejecutar, dirigir, controlar y administrar los planes y políticas en materia de comercio exterior de la región en concordancia con las políticas nacionales y los planes sectoriales en coordinación con las entidades del sector público competentes en la materia.

Copia fiel del Original



Copia fiel del Original

- b) Impulsar el desarrollo de los recursos humanos regionales y la mejora de la productividad y competitividad de las unidades económicas de la región a través de actividades de capacitación, provisión de información y transferencia de tecnología.
- c) Elaborar y ejecutar las estrategias y el programa de desarrollo de la oferta exportable y de promoción de las exportaciones regionales.
- d) Identificar oportunidades comerciales para los productos de la región y promover la participación privada en proyectos de inversión para la región.
- e) Promover la provisión de servicios financieros a las empresas y organizaciones de la región, con énfasis en las PYMES y las unidades productivas al comercio y las exportaciones por parte del sector privado.

2.3. DIRECCION DE ARTESANIA

La Dirección de Artesanía es un órgano de línea de la Dirección Regional de Comercio Exterior y turismo y es responsable de ejecutar la política de desarrollo y promoción de la artesanía regional, así como fomentar las exportaciones de los productos artesanales. Está a cargo de un Director y tiene las siguientes funciones:

- a) Formular, aprobar, ejecutar, evaluar, dirigir, controlar y administrar las políticas en materia del desarrollo artesanal en concordancia con la política general del Gobierno y los planes sectoriales.
- b) Planificar concertadamente y ejecutar el desarrollo de la actividad artesanal de la región mediante el aprovechamiento de las potencialidades regionales.
- c) Fomentar y desarrollar proyectos, programas y otros mecanismos promover la competitividad y productividad de la actividad artesanal de la región con participación de entidades públicas y privadas.
- d) Promover el desarrollo de productos artesanales orientados a la exportación y al mercado turístico.
- e) Supervisar y evaluar el desarrollo de la actividad artesanal y la aplicación de las políticas, normas y procedimientos específicos en artesanía.
- f) Fomentar y autorizar ferias y exposiciones regionales, así como declarar eventos de interés artesanal orientados a promover el desarrollo de la artesanía de la región.
- g) Fomentar y promover la organización y formalización de los productores artesanales y fortalecimiento gremial en la región.



- h) Propiciar la conservación, preservación, rescate y desarrollo de las técnicas de producción tradicional artesanal en la región.
- i) Promover mecanismos e instrumentos para el desarrollo de la actividad artesanal en la región vinculados a la actividad turística.
- j) Identificar oportunidades de inversión, difundir y promover el crecimiento de las inversiones en las actividades artesanales de la región aprovechando sus ventajas comparativas y promoviendo la exportación de la artesanía.
- k) Fomentar la innovación, la transferencia de tecnología y la formación de artesanos desarrollando instrumentos que posibiliten la generación y el acceso de las empresas artesanales de la región a nuevas tecnologías.
- l) Promover la calidad, la productividad, el valor agregado, la imagen y la diferenciación de los productos artesanales de la región.

Copia fiel del Original

III. MARCO ESTRATEGICO

3.1. VISION

Lograr el desarrollo sostenible de la actividad turística, artesanal y de comercio exterior a nivel regional, constituyendo a Tumbes como uno de los principales destinos turísticos de la zona norte del País, para lograr de esta manera mejorar la calidad de vida de nuestros pobladores a través de alianzas estratégicas con el sector privado.

3.2. MISION

Liderar, promover, ejecutar y evaluar acciones que integren a los actores públicos, privados y población civil en su conjunto de la región de Tumbes, permitiendo un desarrollo económicamente competitivo, socialmente inclusivo y ambientalmente sostenible, promoviendo una cultura exportadora, una cultura turística regional y artesanía competitiva.

3.3. PRINCIPIOS Y VALORES

Los principios y valores que rigen el accionar de los trabajadores de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Tumbes son:

- Responsabilidad
- Identificación
- Respeto
- Honestidad
- Solidaridad.



3.4. ENFOQUES

- Social
- Económico
- Político
- Cultural
- Educativo

00000041

04 FEB 2014



3.5. ALIADOS ESTRATEGICOS

A) INSTITUCIONES

A. 1. SECTOR PÚBLICO

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR)
- Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERU).
- Gobierno Regional de Tumbes
 - Gerencia Regional de Desarrollo Económico.
 - Gerencia Regional de Recursos Naturales y Gestión del Medio Ambiente.
- Direcciones Regionales Sectoriales.
- Institutos de Educación Superior
- Municipalidades Provinciales y Distritales.
- Universidades de la Región de Tumbes.
- Jefatura de Migraciones de Tumbes
- Oficina Descentralizada de Relaciones Exteriores
- Intendencia de Aduanas de Tumbes
- Policía Nacional del Perú.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática
- Gobernación Política del Departamento de Tumbes
- Primera Brigada de Infantería Reforzada EP
- Estación Naval El Salto – Marina de Guerra del Perú
- Fiscalía Superior Decana de Tumbes
- Dirección Regional de Cultura de Tumbes.
- Jefatura en Áreas Naturales Protegidas Piura – Tumbes (SERNANP)
- Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT).

Copia fiel del Original



- Cámara Regional de Turismo de Tumbes (CARETUR)
- Asociación de Hoteles, Restaurantes y Afines de Tumbes (AHORA)
- Asociación de Artesanos de Tumbes
- Cámara de Comercio y Producción de Aguas Verdes
- Asociación de Profesionales de Turismo de Tumbes
- Aeropuertos del Perú – Oficina Tumbes
- Comunicadores Sociales de los medios Radiales, Escritos y TV de Tumbes
- Mennonite Economic Development Associates. MEDA - Perú

B) CONVENIOS REGIONALES VIGENTES

Nº	Contenido	Estado
01	Convenio de cooperación Institucional entre la DIRCETUR y la municipalidad de canoas de Punta Sal.	Vigente
02	Convenio entre la hermandad del Señor Cautivo de Ayabaca – Corrales y DIRCETUR.	Vigente
03	Convenio de cooperación académica, científica, cultural y de Ss. Entre DIRCETUR y el Centro de Educación Técnico Productiva “José Olaya Baladra”	Vigente
04	Convenio marco de cooperación interinstitucional Universidad Alas Peruanas.	Vigente
05	Convenio de cooperación académica, científica, cultural y de Servicios entre la Universidad Católica de los Ángeles de Chimbote y DIRCETUR.	Vigente
06	Convenio de cooperación interinstitucional entre la DIRCETUR y la Dirección Regional de Educación.	Vigente

Copia fiel del Original



A) DOCUMENTOS LEGALES

Nº	Año	Título de Ley	Decreto Supremo
Normatividad General			
Ley 27790	2002	Ley de organización y funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	
Ley 26856	1997	Ley que declaran que las playas del litoral son Bienes de uso público inalienables e imperceptibles y establece la zona de dominio restringido y su reglamento.	D.S. Nº 050-2006-EF
Ley 28868	2007	Ley que faculta al MINCETUR a tipificar infracciones por vía reglamento.	D.S. Nº 007-2007-MINCETUR
Ley 29284	2008	Ley para el desarrollo turístico y promoción de la inversión en infraestructura Turística del departamento de Tumbes.	
Ley 28721	2006	Ley que declara de interés Nacional la zona litoral de Tumbes y necesidad Pública de los departamentos de Piura y Tumbes.	
Ley 27867	2002	Ley orgánica de Gobiernos Regionales	
Ley 27783	2002	Ley de bases de descentralización	
Ley 28273	2006	Ley marco del sistema de acreditación de los Gobiernos Regionales y Locales	
Ley 27658	2002	Ley marco de modernización de la gestión del estado.	
Ley 27444	2001	Ley de procedimiento administrativo general	
Normatividad Sectorial de Turismo			
Ley 29408		Ley General del Turismo.	D.S. Nº 003- 2010 - MINCETUR
Ley 27782	2002	Ley del Proyecto Playa Hermosa de Tumbes	
D.S. 025	2004	Reglamento de Restaurantes.	
D.S. 026	2004	Reglamento de Agencias de Viajes.	
D.S. 029	2004	Reglamento de Hospedaje	
D.S. 004	2008	Aprueba Reglamento de Canotaje	

Copia fiel del Original



Normatividad Sectorial de Artesanía		00000041	04 FEB 2014
Ley 29073	2008	Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal y su Reglamento.	D.S. N° 001-2008-MINCETUR
Normatividad Sectorial Comercio Exterior.		Ley General de Aduanas. Ley 28977 Facilitación de Comercio. Ley 29704 Ley Céticos Tumbes. Ley 28569 Ley que Otorga Autonomía a los Céticos. Marco Normativo del Comercio.	

Copia fiel del Original

B) DOCUMENTOS DE GESTION

- TURISMO

- Plan Estratégico Nacional de Turismo 2012 – 2021 (PENTUR) MINCETUR.
- Plan Estratégico Regional de Turismo 2007 – 2015 (PERTUR) DIRCETUR.
- Plan Uso Turístico RBNO 2005 -2020 – INRENA
- Plan Uso SNLM 2009 –2013T- MEDA.

- COMERCIO EXTERIOR

- Plan Estratégico Nacional de Exportación 2003-2013 (PENX) MINCETUR.
- Plan Estratégico Regional de Exportación 2006-2016 (PERX) DIRCETUR.
- Comité Ejecutivo Regional de Exportación 2006-2016 (CERX) Sector Público y Privado.

- ARTESANIA

- Plan Estratégico Artesanal de Tumbes 2008 – 2018 DIRCETUR.



B) RECURSOS TURISTICOS

El Departamento más pequeño del Perú con 4669.20 Kms2, está geopolíticamente muy bien posicionado en la frontera con Ecuador, cuenta con tres regiones (Mar Tropical, Bosque Seco Ecuatorial y Bosque Tropical del Pacífico) parte de las cuales conforman la Reserva de Biosfera del Noroeste y la Zona de Endemismo Tumbesina, cuenta con 05 Aguas Termo Mineral Medicinales aun no explotadas, parte del Camino Inca de la Cota que estaba adscrito a nuestro Imperio Incaico, un litoral con más de 130 Kms de playa y una excelente gastronomía por lo que se posiciona como una gran oportunidad de turismo en el norte del Perú.

Para ello se ha logrado establecer un Inventario de Recursos Turísticos identificados a fin de poder establecer sus futuras y reales potencialidades con el fin de incorporarlo a la oferta turística regional, algunos de ellos ya reciben visitas significativas (Playas, Manglares de Puerto Pizarro, Santuario Nacional Los Manglares de Tumbes, etc.).

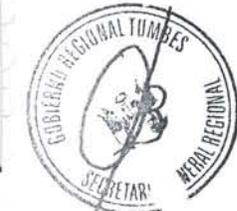
Las potencialidades estén en la puesta en valor o uso social de las Áreas Naturales Protegidas, la Optimización de un flujo de arribo de eco turistas y el de multiactivities, es decir el destino de playa relacionado a visitas interesantes, como es el caso de naturalezas, aves, termalismo y gastronomía.

Por ello determinamos a través de la siguiente matriz los recursos registrados al año 2011.

C) MATRIZ DE RECURSOS TURISTICOS REGISTRADOS EN EL INVENTARIO REGIONAL DE TUMBES

	Río Tumbes
	Isla de los Pájaros
	Isla del Amor
	Manglares de Puerto Pizarro
	Playa Jeli
	Estero La Chepa
	Playa Hermosa
	Parque Nacional Cerros de Amotape – Sector Rica Playa

Copia fiel del Original





Parque Nacional Cerros de Amotape – Sector Angostura

Playa La Cruz

00000041

0 4 FEB 2014

Playa Zorritos

Playa Punta Mero

Playa Puerto Loco

Sítios Naturales

Playa Los Pinos

Playa Bocapan

Playa Acapulco

Parque nacional Cerros de Amotape – Sector Huasimo

Playa Caleta Grau

Los Pilares del Sector Quebrada Fernández

Playa Punta Sal

Santuario Nacional Los Manglares de Tumbes

Reserva Nacional de Tumbes

Playa el Bendito

Aguas Termales de Hervideros

Tubo de Agua

Aguas Termales de Tronco Mocho

Paseo Libertadores

Paseo Jerusalén

Plaza Mayor de Tumbes

Paseo la Concordia Peruano Ecuatoriano

Plazuela Alipio Rosales

Plazuela El Beso

Manifestaciones

Paseo Boulevard de la Madre

Culturales

Paseo Triunfino

Santuario Rosa Mística

Antiguo Cabildo de Tumbes

Casa Hacienda Plateros

Casa Hacienda Casa Blanqueada

Copia fiel del Original

	Iglesia Matriz San Nicolás de Tolentino
	La Cruz de la Conquista
	Primer Pozo Petrolero y Busto de Faustio Piaggio
	Zona Arqueológica Monumental de Cabeza de Vaca
	Zona Arqueológica Monumental de Guineal
	Zona Arqueológica Monumental de Rica Playa
Acontecimientos Programados	Fiesta Patronal Inmaculada Concepción (01 al 15 de Diciembre)
	Fiesta Patronal Santa Clarita (12 al 14 de Agosto)

Copia fiel del Original

D) ATRACTIVOS TURISTICOS

De los recursos inventariados, hemos logrado establecer debido a sus condiciones turísticas aquellos con valores agregados ya están en la oferta turística de la región, de acuerdo a lo establecido para el servicio turístico Para ello realizamos una breve síntesis de cada uno.

D.1. PUERTO PIZARRO

Situada a 13 km de Tumbes pertenece a los grupos de los paisajes de la región de esteros, en lugar turísticos de exótica belleza natural, de aguas cálidas y tranquilas, poca profunda. Una gran parte de la playa está ocupada por construcciones pesqueros – artesanales. Esta playa está ocupada, cuenta con esteros donde se pueden apreciar hermosos bloques boscosos acuáticos a base de mangle.

Es una playa apropiada para la práctica de deportes náuticos ski acuáticos, natación, buceos, pesca caza submarina, etc. En Puerto Pizarro se alquilan embarcaciones para disfrutar de un inigualable paseo por esteros y manglares, existiendo restaurantes típicos donde degustara de deliciosos platos a base de mariscos propios del lugar.

D.2. PLAYAS

- Playa El Bendito

Se llega a esta playa recorriendo la Carretera Panamericana Norte ingresando por una trocha carrozable desde Zarumilla. Comprende desde la altura de El Salto hasta la misma altura del estero. Muy cerca de la playa hay un poblado con el mismo nombre.



04 FEB 2014

- **Playa Jeli**

Pertenece también al grupo de los esteros. Se encuentra al noroeste de Puerto Pizarro, talvez un tanto aislada, por cuanto por su acceso (10'), únicamente es posible surcando las aguas de los esteros. Su fondo arenoso de granulometría fina y mediana. A los encantos naturales de su flora y fauna propios de los esteros se suman las condiciones necesarias para la práctica de deportes acuáticos de pesca y caza submarina.

- **Playa Hermosa**

Se encuentra ubicado aproximadamente 13 km de Tumbes, hacia el sur siguiendo un desvío a la altura de caserío Pampa de la Gallina. Es una amplia playa de mar abierto y aguas tranquilas. Se extiende desde la desembocadura del río Tumbes hasta el extremo sur del estero Corrales; su área es de grano fino mediano. Presenta olas pequeñas que rompen de 40 a 50 m. del mar a dentro. Por su variada riqueza ictiológica y la posibilidad de práctica de toda clase de deportes acuáticos, está considerada como zona prioritaria para iniciar proyectos de desarrollo turístico.

El Proyecto Playa Hermosa, es un proyecto muy interesante que actualmente está bajo manejo de la Municipalidad Provincial de Tumbes, cuenta con un Plan Maestro y actualmente está en proceso de saneamiento físico legal de terrenos laterales a fin de habilitar con el marco estructural a las futuras inversiones.

Este proyecto está planificado para desarrollar una serie de componentes de alojamiento, entretenimiento, conservación y puesta en valor de la playa en mención, siendo el primer proyecto de envergadura en la región.

- **Playa La Cruz**

Ubicado a 16 km al sur oeste de la ciudad de Tumbes, muy concurrida por su cercanía y movilidad permanente. Tiene forma de media luna, sus aguas son tranquilas poco profundas de gran variedad ictiológica. Una de sus playas más visitadas durante el verano es la llamada kilómetro 19, es visitada por los lugareños y Tumbesinos.

- **Playa Grau**

Situada a 23 km de la ciudad de Tumbes, es una playa de pequeña dimensiones, de aguas tranquilas y de poca profundidad. Es una playa ideal para la práctica de deportes náuticos, campamentos de veranos, fogatas, etc.

Copia fiel del Original



055

- **Playa Puerto Loco**

Ubicada entre las playas de Grau y Santa Rosa, a 25 km de Tumbes en el distrito de Zorritos. Es una playa rica en fauna marina y bastante ideal para practicar los deportes náuticos, campamentos de verano, fogata etc.

- **Playa Santa Rosa**

Situada a 26km aproximadamente de la ciudad de Tumbes, es una playa de características similares a la anterior. Al sur se encuentra infraestructura privada, para uso turístico en temporada de verano.

- **Playa Zorritos**

Está ubicada a 28 km de Tumbes en la provincia de Contralmirante Villar, Distrito de Zorritos. Es hermosa, panorámica, toda una gran playa de verano. Su arena es un grano muy fino y mediano, de aguas tranquilas, por lo que permiten disfrutar durante todo el año de los refrescantes baños del mar. Es una playa muy rica en especies ictiológicas (Róbalo, Lenguado, Corvina, etc.), lugar histórico por excelencia porque allí se perforó el primer pozo petrolero del Perú y de Sudamérica y segundo en el mundo. Cuenta con todos los servicios e infraestructura turística. Por todas estas condiciones constituye la playa más concurrida en época de verano, preferida por los turistas nacionales y extranjeros. En Zorritos actualmente existen actividades de exploración y explotación de gas y petróleo, los mismos que están a cargo de la empresa BPZ Energy, lo cual ha permitido un crecimiento de las actividades económicas en la región.

- **Playa Los Pinos**

Ubicada a 30 km de Tumbes está rodeada por un pintoresco pueblito de pescadores. Es una playa apropiada para tomar baños de sol y practicar deportes acuáticos.

- **Playa Bocapán**

Es un recodo de la costa ubicada a 35 km aproximadamente de Tumbes. Se caracteriza por los numerosos montículos de arena pequeña quebrada que existen en la zona. En la parte norte rodeada de arena y al sur afloramiento rocoso. Sus aguas son tranquilas y reciben temporales descargas de la quebrada de Bocapán (En épocas de lluvias). Es una playa ideal para los bañistas y la práctica de deportes náuticos, cuenta con infraestructura turística. Muy cerca de ella, siguiendo una trocha carrozable se ubica la zona de hervideros.

Copia fiel del Original



• Playa Acapulco

Es una pintoresca caleta de pescadores con una hermosa y amplia playa, bastante rica en especies marinas como calamar, langostinos, etc.

• Playa Bonanza

Es amplia y arenosa, caracterizada por presentar algunas porciones bastantes rocosas, condición que la hace atractiva para el turista o visitante, su arena de grano fino, bastante apropiado para la pesca y extracción de mariscos, caracoles, ostras y langostinos.

• Playa Punta Mero

Es un punto del litoral compuesto por arena fina, con entradas de mar cuya repercusión permite la formación de túneles naturales. Su riqueza ictiológica es aprovechada por los pobladores, sobre todo por la gran producción de ostras, langostas y ostiones.

• Playa Canoas

Situada a 80 km de Tumbes, es una caleta bastante poblada por una zona pesquera y comercial. Los lugareños en su mayoría se dedican a la pesca artesanal y a la confección de artículos de conchas de mar. Su playa tiene forma de herradura, es bastante ideal para disfrutar de refrescantes baños de mar y practicar algunos deportes acuáticos.

• Playa Punta Sal

Es una playa situada a una hora y media aproximadamente de Tumbes, a la altura del kms 1191 de la Carretera Panamericana Norte. Considerada como la más hermosa y extensa de la costa Norte del Perú, de aguas tibias y tranquilas, de gran riqueza ictiológica donde se practica la pesca en la altura (pez espada, etc.). Además, cuenta con una infraestructura hotelera de buena categoría que permite la mayor afluencia de los turismos receptivos nacionales y extranjeros.

D.3. SANTUARIO NACIONAL LOS MANGLARES DE TUMBES

Creado por el Decreto Supremo N° 018-88-AG del 02-03-88, está ubicado en el extremo norte de los Manglares entre la base naval del Salto y la frontera del Ecuador. Fue establecido el Santuario Nacional Los Manglares de Tumbes, sobre una extensión de 2,972 Has en base a la propuesta elaborada por el Centro de Datos para la Conservación del Perú y la Dirección General de Forestales y Fauna, por haber logrado el objetivo de establecer una muestra representativa del Ecosistema del Manglar dentro del Sistema Nacional de Conservación (SINUC).

Copia fiel del Original



053

Se ha llegado a determinar que de este ecosistema dependen dos tercios de la población en peces en el mundo, debido a lo intrincado de las raíces de las plantas de mangle, la alta disponibilidad de nutrientes y la relativa estabilidad de las condiciones locales de esta área, resulta iguales para el desove y desarrollo de los primeros estudios de muchas especies crustáceos y moluscos. Cumpliendo el santuario un rol fundamental en la conservación del manglar, debemos recordar que no se pretende entender que está estrictamente protegido, sino que sea bien utilizado por la importancia ecológica y su valor económico, basada en los recursos hidrobiológicos y forestales que posee, así como su gran potencial turístico.

Copia del Original

E) ESTRUCTURA TURISTICA

La plataforma turística está supeditada a una serie de elementos físicos (orientador a planta turística: hoteles, restaurantes, casinos, accesibilidad, entre otros) y los de servicios (buenas prácticas y calidad), que responden a un turismo segmentado, que de acuerdo a lo establecido por Promperú en el contexto de mercado interno y externo debe de contar la región Tumbes.

E) PLANTA TURISTICA.

E.1 ALOJAMIENTO

Si bien es cierto el turismo tiene como base fundamental de éxito, la pernoctación de los visitantes o turistas a una determinada región; en tumbes se encuentra la oferta de hospedaje interesante; la misma que lamentablemente no logra estandarizar su servicio debido a que la mayoría de infraestructuras están determinadas a públicos poco exigentes y por ello responde a que al año 2013, solo contemos con 19 establecimientos clasificados y categorizados de 140, frente a una oferta identificada de 126

Establecimientos identificados por la oficina general de informática estadísticos del MINCETUR en la ciudad de Lima.

Es preciso indicar que existe una potencial oferta de hospedaje en la provincia de contralmirante Villar (zorritos y punta sal especialmente), los cuales se encuentran en proceso de formalización, construcción, rehabilitación y/o proyecto. Así mismo en la ciudad de Zarumilla es donde existe tendencia pequeña, pero sostenible de crecimiento de establecimientos de hospedaje.

El componente rural se encuentra muy limitado, exceptuando SERNANP que cuenta con una estación biológica, que si bien es cierto no contempla el servicio en sus objetivos, es muy bien utilizada eventualmente para ello.



PLANTA TURISTICA DE LA REGION TUMBES 2013
ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE CON DECLARACION JURADA
CLASIFICADOS Y CATEGORIZADOS

CLASE	CATEGORIA	NUMERO	NOMBRE	PROVINCIA	HABITACIONES	CAMAS
Hotel	4****	4	COSTA DEL SOL	Tumbes	54	113
			KARIBIAN II	Contral. Villar	43	71
			CASA ANDINA		57	62
			KARIBIAN	Zarumilla	43	56
Hotel	3***	10	FEIJOO	Tumbes	20	38
			MANGO BEACH	Contral. Villar	30	51
			PUNTA SAL CLUB HOTEL		33	66
			COLUMBUS		32	43
			VERSILIA	Zarumilla	30	59
			CAMBER IN		21	34
			KARIBIAN I	Contral. Villar	20	46
			COSTA AZUL		24	48
			CHILIMASA	Tumbes	20	38
			LOTTE SUITES HOTEL	Zarumilla	20	20
Hotel	2**	2	MURIQUE	Contral. Villar	50	100
Hostal	3***	2	ZORRITOS PLAZA IN		20	38
			BOLOGNESI	Tumbes	14	50
			FANTASIA		16	35
Hostal	2**	1	JERS		7	16
EH	-	121	VARIOS	-	1722	2146
TOTAL	-	140	-	-	2276	3130

FUENTE: Estadística Mensual de Establecimientos de Hospedaje

Elaboración: Dirección de Turismo

PLANTA TURISTICA DE LA REGION TUMBES POR PROVINCIAS 2013

PROV. EST.	TUMBES			CONTR. VILLAR			ZARUMILLA			TOTAL		
	E	H	C	E	H	C	E	H	C	E	H	C
C.C	6	131	290	9	319	538	4	104	156	19	554	984
E.H	63	1038	1308	42	366	380	16	318	458	121	1722	2146
TOTAL	69	1169	1598	51	685	918	20	422	614	140	2276	3130

Elaboración: Dirección de Turismo

FUENTE : Estadística Mensual de Establecimientos de Hospedaje .

E: Establecimiento

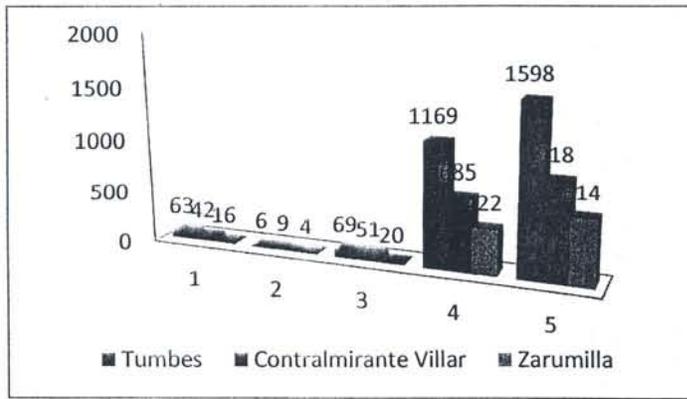
H: Habitaciones

C: Camas

C.C : Clasificados y Categorizados

E.H : Establecimiento de Hospedaje

Copia fiel del Original

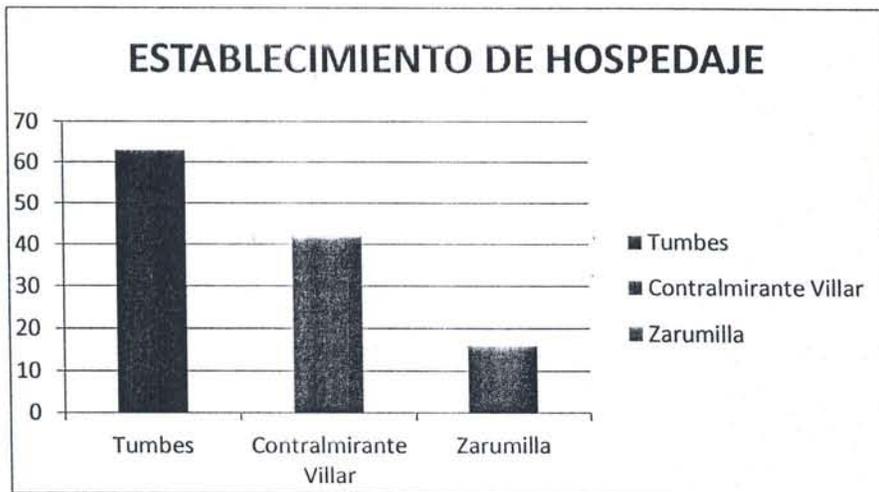


Elaboración: Dirección de Turismo

Copia fiel del Original

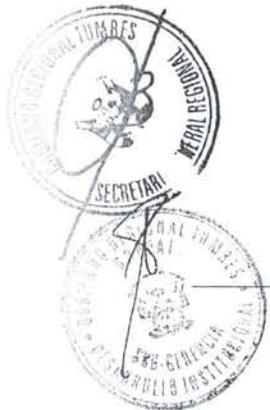
PLANTA TURISTICA TOTAL POR PROVINCIAS DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJES	
PROVINCIAS	ESTABLECIMIENTO DE HOSPEDAJE
Tumbes	63
Contralmirante Villar	42
Zarumilla	16
TOTAL	121

Elaboración: Dirección de Turismo



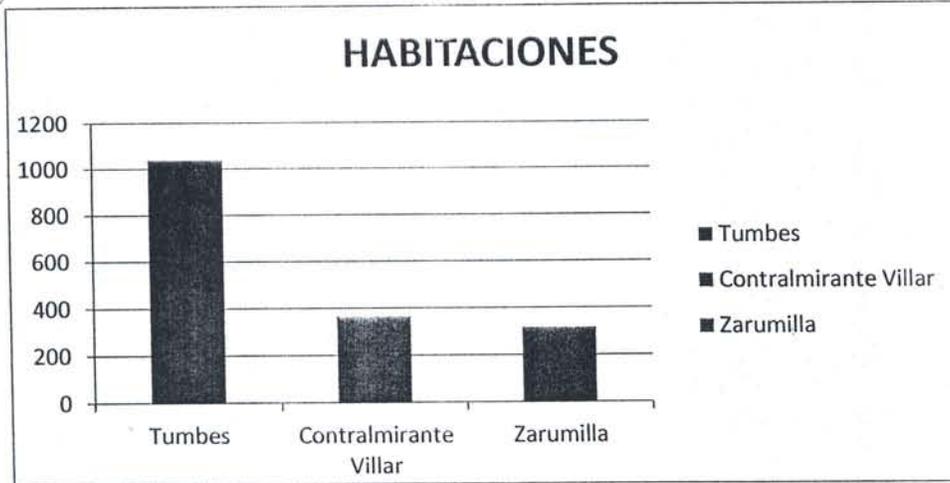
ELABORACION: Dirección de Turismo

- ❖ La provincia que cuenta con más establecimientos de hospedajes es Tumbes, con la cantidad de 63 hospedajes.



PLANTA TURISTICA TOTAL POR PROVINCIAS DE HABITACIONES	
PROVINCIAS	HABITACIONES
Tumbes	1038
Contralmirante Villar	366
Zarumilla	318
TOTAL	1722

ELABORACION: Dirección de Turismo

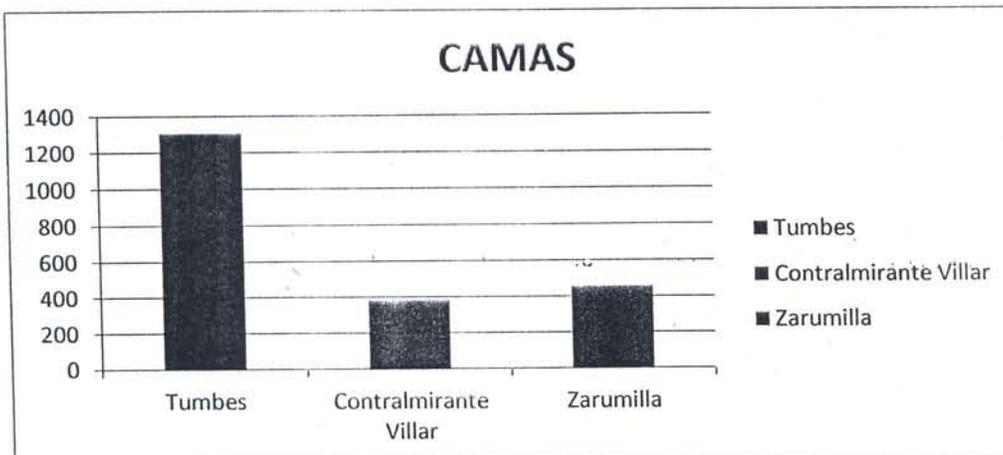


ELABORACION: Dirección de Turismo

- ❖ La provincia de Tumbes cuenta con 1038 habitaciones, Contralmirante Villar 366 y el de menor cantidad es Zarumilla.

PLANTA TURISTICA TOTAL POR PROVINCIAS DE CAMAS	
PROVINCIAS	CAMAS
Tumbes	1308
Contralmirante Villar	380
Zarumilla	458
TOTAL	2146

ELABORACION: Dirección de Turismo



ELABORACION: Dirección de Turismo

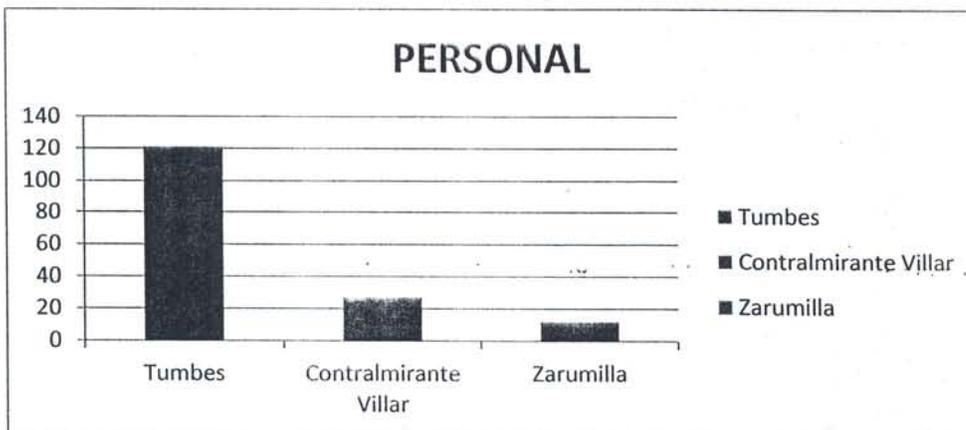
Copia fiel del Original

- ❖ La provincia de Tumbes cuentan con más establecimientos de hospedaje, por lo tanto cuenta con 1308 camas. Contralmirante Villar cuenta con 380 camas y Zarumilla cuenta con 458.



PLANTA TURISTICA TOTAL POR PROVINCIAS DE PERSONAL	
PROVINCIAS	PERSONAL
Tumbes	121
Contralmirante Villar	27
Zarumilla	12
TOTAL	160

Elaboración: Dirección de Turismo



Elaboración: Dirección de Turismo

- ❖ Con respecto al personal Tumbes cuenta con 121, Contralmirante Villar con 27 y Zarumilla con 12.

E.2. RESTAURANTES

RESTAURANTES POR PROVINCIAS 2013

PROVINCIAS	RESTAURANTES		TRABAJADORES
	CON DDJJ	SIN DDJJ	
Tumbes	10	227	50
Contr.villar	3	39	15
Zarumilla	2	52	6
TOTAL	15	318	71

Elaboración: Dirección de Turismo

E.3 AGENCIAS DE VIAJES

Los operadores de la región están determinados por la articulación de servicios turísticos muy ligados a los recursos y atractivos de la zona, cumplen una labor muy importante en el sentido de potencializar y comercializar la oferta turística regional.

Copia fiel del Original



NUMERO	NOMBRE	PROVINCIA	LOCALIDAD
1	Rosillo Tours	Tumbes	Tumbes
2	Tumbes Tours	Tumbes	Tumbes
3	Preference Tours	Tumbes	Tumbes
4	Mayte Tours	Tumbes	Tumbes
5	Sem Tour Operador	Tumbes	Tumbes
6	Isxatur	Tumbes	Tumbes
7	Cocodrilos Tour S.A.C	Tumbes	Tumbes
8	Tours Operador Los Manglares	Tumbes	Tumbes
9	Travel Tours Tumbes Peru	Tumbes	Tumbes
10	Neo Tours	Tumbes	Tumbes
11	Majura Travel	Tumbes	Tumbes
12	D' Aventure Tumbes S.R.L	Tumbes	Tumbes

Elaboración: Dirección de Turismo

AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO POR PROVINCIAS 2013

PROVINCIAS	AGENCIAS CON DDJJ	TRABAJADORES
Tumbes	12	24
Contr.villar	0	0
Zarumilla	0	0
TOTAL	12	24

Elaboración: Dirección de Turismo

EMPRESAS DE TRANSPORTE TURISTICO ACUATICO POR PROVINCIAS 2013

PROVINCIA	N°	RAZON SOCIAL	LOCALIDAD
TUMBES	7	Manglaris tours	Puerto Pizarro
		Manglaritos tours S.A	Puerto Pizarro
		Puerto Pizarro S.R.l	Puerto Pizarro
		Los manglares cooperación de servicios turístico	Puerto Pizarro
		Turmi	Puerto Pizarro
		Turman S.A	Puerto Pizarro
		Asociación paseos turísticos bahía de fragatas	Puerto Pizarro
C.V	2	Playa Florida Beach Resort	Acapulco
		Punta Sal club Hotel	Zorritos
ZARUMILLA	1	Asociación de Extractores de Productos hidrobiológicos "San Pedro Zarumilla "	Zarumilla
TOTAL	10		

Elaboración: Dirección de Turismo

Copia fiel del Original

Entre los servicios identificados podemos establecer los siguientes:

F.1. SISTEMA FINANCIERO Y BANCARIO.

La ampliación de este servicio cuenta con las siguientes entidades: Banco de la Nación (Estatal), Banco de Crédito, Banco continental, Banco Interbank, Mi Banco, Banco Financiero, y en Cajas Municipales: Sullana, Piura, Nor Perú, y Trujillo. En todos ellos se pueden desarrollar acciones financieras, como la utilización de tarjetas de crédito y debito, en el caso de los tráveles checks, está supeditado al tipo de banco.

F.2. SISTEMA DE SALUD.

Existe actualmente un sólo Hospital Central (José Mendoza Olavarria) perteneciente al Ministerio de Salud, así mismo está funcionando el Hospital de la Solidaridad y Essalud; también existe en cada distrito, postas y centros de salud para atenciones menores. Además, existen varias clínicas particulares que prestan variados servicios de atención médica como: La Familia, Feijoo, etc. Asimismo hay líneas de farmacia nacionales que proveen de productos médicos a la ciudad (Inkafarma, Felicidad, Arcángel, BTL, etc.).

F.3. SISTEMAS DE SEGURIDAD.

La Policía Nacional cuenta con dos comisarías en el casco urbano San José y El Tablazo, así como una unidad de Ecología y turismo, ubicada en el distrito de Corrales. Adicional a ello hay dependencias policiales en cada distrito. Las provincias de Tumbes, Zarumilla y Contralmirante Villar, cuentan con el servicio de Serenazgo. Es importante resaltar que contamos con 05 efectivos designados a la División de Turismo en nuestra Región Tumbes.

F.4. SISTEMA COMERCIAL.

Existen puntos de comercio interesantes en la región especialmente de mercancías de todo tipo (ropa, zapatería, plásticos, verduras, etc.), de los cuales el Sector de la frontera Perú - Ecuador en las localidades de Aguas Verdes y Huaquillas, se ha convertido en el principal punto de comercio de la zona norte.

Destacado en este punto de facilitación comercial y turística la presencia del Eje Vial N° 01 que une las ciudades de Piura (Perú) y Guayaquil (Ecuador), esta obra de infraestructura y servicios cuenta con CEBAF - Centro

Copia fiel del Original



048

Especial Binacional de Atención de Frontera, en cada país, lo que permite que la facilitación migratoria y aduanera estén en un sólo ambiente físico, además, se cuenta con un centro de información Turística con la oferta de ambos países.

G) MEDIOS DE TRANSPORTES.

El sector transporte es el sector más importante para el movimiento del flujo turístico, para los visitantes nacionales y extranjeros que arriben a la región, en este sentido podemos determinar dos tipos:

G.1. TERRESTRE.

Existe múltiples servicios en el transporte terrestre en la ruta Lima-Tumbes, donde se cuenta con un servicio especial, con atención personalizada y de acuerdo a las normas que regulan la velocidad son 20 horas de viaje. Para ello podemos establecer e identificar empresas de acuerdo a los rubros mencionados:

Las empresas identificadas son: Oltursa, Cruz del sur, Civa, Tepsa, Ormeño, Cial, Roggero, Flores, entre otras.

En las rutas cortas como: Piura, Chiclayo, Trujillo se encuentran Emtrafesa, El Dorado, Transportes Chiclayo, etc.

Además se pueden encontrar un servicio de Vehículos denominados vans (capacidad de 11 pasajeros) que efectúan un recorrido rápido a la ciudad de Piura.

En el caso de transporte terrestre hasta el momento no contamos con un terminal terrestre que permita ordenar la actividad de transporte de pasajeros, debido a ello cada empresa cuenta con un determinado terminal para embarque y desembarque de pasajeros.

G.2. AEREA.

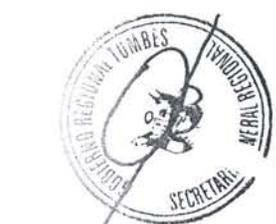
Actualmente existen una línea aérea que prestan el servicio en la ruta Tumbes-Lima-Tumbes, con una frecuencia diaria, siendo LAN Perú, empresa líder que presta buen servicio y que responde a la necesidad de transporte rápido y efectivo desde el lugar de origen al lugar de destino.

H) INFRAESTRUCTURA BASICA

H.1 COMUNICACIONES.

El servicio de telefonía e Internet está desarrollándose óptimamente en la zona costera de la región, en este sentido existen limitaciones aún en las rurales, las cuales no

Copia fiel del Original



00000041
significan problema, debido a que la oferta turística de estas áreas están desarrollándose en el tema del ecoturismo y turismo de naturaleza. En telefonía fija se encuentra Telefónica del Perú, y en telefonía móvil está Claro, Movistar y Nextel. 04 FEB 2014

H.2 RUTAS DE ACCESO

La carretera Panamericana Norte que llega a Tumbes se encuentra en buen estado y es la única carretera de penetración a la región, cuenta con señalización, mantenimiento y empresas que logran la conectividad descrita en el Ítem. De transporte terrestre.

En las rutas transversales, es decir de acceso a recursos turísticos importantes como Áreas Naturales Protegidas, Aguas Termales, y zonas rurales contamos con las tres carreteras asfaltadas Tumbes – Francos, Tumbes – Cabuyal (en este tramo es muy importante resaltar la carrozable que une Cabuyal con el Caucho, siendo este último punto mencionado unos de los recursos de naturaleza más importantes de Tumbes por su Bosque Tropical del Pacífico) y Tumbes – Papayal. Estando actualmente en ejecución la Carretera Papayal – Matapalo y Francos – Rica Playa, carretera de muy buen beneficio para el desarrollo turístico de la región.

Resalta el proyecto de contar con una vía alterna en la ciudad de Tumbes, con el fin de descongestionar el centro y permitir una mejor operatividad de transporte, considerando para ello especialmente el turístico.

4.1.2. ANALISIS FODA – TURISMO

4.1.2.1. FORTALEZAS.

- Ente rector de la actividad turística en la región Tumbes.
- Instrumentos de gestión maestros (PENTUR – PERTUR), leyes, reglamentos y programas informáticos.
- Personal sensibilizado.
- Equipos y maquinarias (PCS, telefónica, Internet, vehículos, etc.).

4.1.2.2. DEBILIDADES

- Escaso fortalecimiento de capacidades al personal.
- Limitaciones logísticas.
- Débil planeamiento estratégico en el sector.
- Falta de identificación de potencialidades, habilidades y aplicabilidad del recurso humano.
- Escasa evaluación y seguimiento a los prestadores turísticos.

Copia fiel del Original

044

- Instituciones o gremios ligados al turismo que desarrollan proyectos o programas (MEDA, INRENA, INC, Araucaria, Plan Binacional, MINCETUR, PROMPERU, COPESCO, Playa Hermosa y privados).
- Existencia de un Consejo Regional de Turismo.
- Existencia de un Consejo Noramazónico de Turismo y su organización gestión de destino.
- Existencia de la Red Regional de Protección al Turista.
- Ordenanzas regionales (zona reservada turística regional y obligatoriedad de registro de los PST).
- Funciones transferidas.
- El eje vial n° 1 y el CEBAF.

4.1.2.4. AMENAZAS

- Población no concienciada.
- Injerencia política (regional, municipal, nacional)
- Restricciones presupuestarias.
- Fenómenos climáticos y económicos.
- Problemas en facilitación turística (estafas, coimas, etc.)
- Delincuencia y problemas sociales.

5.- PROBLEMÁTICA PRIORIZADA

1. Alto nivel de informalidad de los prestadores turísticos según reglamentos vigentes.
2. Inseguridad turística.
3. Escasa cultura turística de la población.
4. Débil puesta en valor de los recursos y servicios turísticos.
5. Deficiente Logística para el cumplimiento de funciones, competencia y procedimientos transferidos.

6.- OBJETIVOS

6.1. OBJETIVO GENERAL.

Alcanzar un turismo sostenible como herramienta de desarrollo económico, social y ambiental.

6.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS.

- Posicionar a Tumbes como un destino Turístico económicamente competitivo, socialmente inclusivo y ambientalmente sostenible.
- Promover la formalización de prestadores de servicios turísticos en el departamento de Tumbes en el año 2014.

Copia fiel del Original



- Implementar y ejecutar el programa de empadronamiento, registro, clasificación y categorización de los prestadores de servicios turísticos.
- Contribuir al fortalecimiento de la facilitación turística en el departamento de Tumbes.
- Mejorar la difusión de información de facilitación turística al usuario.
- Elaborar un programa regional de conciencia turística.
- Culminación del proceso de jerarquización y categorización del inventario de recursos turísticos de Tumbes.

6.3. RESULTADOS ESPERADOS

1. Alcanzar el 20% de prestadores de servicios turísticos formalizados en el departamento de Tumbes en el año 2014.
2. Registrar el 10% del N° de prestadores de servicios turísticos empadronados.
3. Difusión de las principales festividades en el ámbito geográfico regional, como el folklore y la tradición católica tumbesina.
4. Creación de conciencia turística e identidad cultural en la población.
5. Firma de cuatro convenios en la creación de alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas.
6. Desarrollar 4 jornadas de facilitación turística en fines de semana largo.
7. Elaboración de una cartilla bilingüe de facilitación y seguridad turística.
8. Formación de 30 promotores en conciencia turística.
9. Revisión y validación de las guías metodológicas.
10. Puesta en valor de 2 recursos turísticos priorizados.
11. El 100% De los prestadores de servicios turísticos formalizados, informados sobre los manuales de buenas prácticas turísticas.
12. Concientización y Sensibilización en materia de Cultura Turística de 2250 educando de los últimos grados de nivel primario y secundario de una muestra de 45 instituciones educativas previamente seleccionada en coordinación con la Dirección Regional de Educación.

Copia fiel del Original

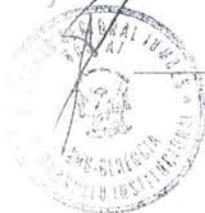


1. Gestionar el sector turismo considerando la sostenibilidad del país en los ámbitos económicos, sociocultural y ambiental.
2. Implementar acciones alineados al Código Ético Mundial para el Turismo y al logro de los objetivos de desarrollo del Milenio.
3. Fortalecer la oferta turística teniendo como meta la consolidación de los productos y destinos turísticos.
4. Diversificar la oferta turística sobre la base de la demanda nacional e internacional y la rentabilidad esperada de los nuevos productos y destinos turísticos.
5. Articular, concentrar y promover la inversión pública y privada en los destinos y productos de mayor potencial para el sector turismo.
6. Articular el funcionamiento del sector privado y público de forma intersectorial en los ámbitos nacional, regional y local.
7. Asegurar una experiencia de calidad al turista con condiciones adecuadas de seguridad teniendo como base la cultura turística de la población, recursos humanos adecuados y la aplicación de buenas prácticas de calidad de los prestadores de servicios en los ámbitos nacional, regional y local.
8. Realizar la promoción del turismo interno enfocada en generar un mayor de viaje de turistas nacionales y una cultura de viaje en la población de forma alineada al posicionamiento de la marca país.
9. Realizar la promoción internacional del destino Perú basada en destinos desarrollados y alineada a la imagen y el posicionamiento de la marca país.
10. Gestionar y observar el impacto de las intervenciones en turismo en base a la medición de indicadores que permitan la rendición de cuentas en los ámbitos nacional, regional y local.

Copia fiel del Original

CONCLUSIÓN.

Contribuir en forma conjunta al logro del reto de nuestro país y Región, al consolidar el crecimiento económico a la par de nuestra posición, entre los países que ofrecen mejores oportunidades a los inversionistas extranjeros y locales, lo cual depende de la capacidad para explotar de manera integral, racional y libremente nuestra diversidad de recursos sin poner en peligro las posibilidades de desarrollo y calidad de vida de los futuros Tumbesinos y Peruanos y posicionar a Tumbes y al Perú como un destino turístico competitivo y sostenible .



4.2 COMERCIO EXTERIOR

4.2.1 POTENCIAL EXPORTADOR

POTENCIAL EXPORTADOR

Debido al proceso de globalización económica, la participación de las exportaciones en la producción mundial ha crecido significativamente. El crecimiento sostenido del sector exportador contribuye a mejorar la balanza de pagos y los indicadores de vulnerabilidad externa con el consecuente impacto favorable en la disminución del riesgo- País y la atracción de inversiones.

Siendo más competitivos en mercados cada vez más globalizados se logrará generar empleo a niveles de calidad y cantidad necesarios para elevar de manera permanente el bienestar de la población, así como también permitirá que los diferentes sectores productivos sean más competitivos y estén integrados en la economía regional y mundial.

Entre el 2001 y el 2005, las exportaciones peruanas han mostrado una marcada tendencia creciente, siendo los US\$. 17,100 millones del 2005 equivalentes a 2.5 veces las exportaciones del 2001. Según cifras registradas para el 2005, las exportaciones peruanas mostraron un crecimiento de 34.5%, respecto del año anterior.

Durante el primer semestre del 2006 el nivel de exportaciones totales alcanzo los US\$ 10,127.4 millones, registrando un alza de 30.9%, lo que represento US\$ 2,387.9 millones adicionales con respecto a similar periodo de 2005. Las mayores ventas de semestre se explican por los incrementos de los despachos al exterior de productos tradicionales que registraron un crecimiento de 35.9%, mientras que las exportaciones no tradicionales lograron avances de 16.6% y 5.1% en valor y volumen, respectivamente.

Las exportaciones peruanas suman de Enero a Diciembre del 2010 US \$35,073.3 millones de dólares, lo que significa un aumento de US \$ 7,999.7 millones de dólares, que es el 29.5 % con respecto al año 2009 de Enero a Diciembre lo que registro la Superintendencia de Administración Tributaria (SUNAT).

En el 2011, se tuvo un record de exportaciones US\$ 45,726 millones.

En consecuencia, siendo más competitivos en mercados cada vez más globalizados se lograra generar empleo o niveles de calidad y cantidad necesarios para elevar de manera permanente el bienestar de la población, así como también permitirá que los diferentes sectores productivos sean más competitivos y estén integrados en la economía regional y mundial.

ACUERDOS COMERCIALES DEL PERU

Un acuerdo comercial o tratado de libre comercio (TLC) es un acuerdo que celebran dos o más países para reducir aranceles (impuestos a la importación) y otras barreras al comercio de sus productos y servicios. Los TLC incluyen temas como acceso a mercados (eliminación de aranceles), comercio de servicios, inversiones, propiedad

Copia fiel del Original

intelectual, asuntos laborales y medioambientales vinculados al comercio, mecanismos de defensa comercial y solución de controversias. Los TLC tienen plazo indefinido, es decir, continúan a lo largo del tiempo, dando un acceso permanente al exportador y productos peruanos a los mercados del mundo.

Estos acuerdos son parte de una estrategia comercial de largo plazo, que busca consolidar mercados para los productos peruanos y desarrollar una oferta exportable y competitiva de productos peruanos para el mundo, que nos permite crear más y mejores empleos para los peruanos y peruanas.

Las reformas que el Perú debe hacer para aprovechar mucho mejor estos acuerdos comerciales incluyen impulsar cadenas de productores y la asociación, estandarización y normalización de las pequeñas y medianas empresas; y el avance en la implementación del Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX) y los Planes Estratégicos Regionales de Exportación (PERX) impulsados por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

En el Perú, cualquier persona o empresa puede exportar si cuenta con el Registro Único de Contribuyente (RUC) y emite facturas. Todo exportador e importador puede acogerse a los beneficios de los TLC, cuando cumpla con los requisitos que cada acuerdo establece. Ya miles de exportadores peruanos usan los TLC con éxito.

La información completa sobre cada uno de los TLC o Acuerdos Comerciales del Perú puede revisarse en el portal oficial www.acuerdoscomerciales.gob.pe, que ofrece también la atención de consultas y la posibilidad de programar eventos de capacitación sobre los acuerdos comerciales.

ACUERDOS COMERCIALES VIGENTES

ACUERDOS MULTILATERALES

Organización Mundial de Comercio (OMC)

Es el foro de negociación más grande del mundo. En él se discute las normas generales que rige el comercio en los países de todo el mundo. La OMC es el foro o instancia comercial al que acuden casi todos los estados miembros para solucionar los problemas comerciales que tengan. El Perú es miembro de la OMC desde su conformación, en 1995.

APEC – Foro de Cooperación Económica del Asia – Pacífico

Perú es miembro del APEC desde 1998, este foro permite afianzar los vínculos comerciales con las 21 economías del Asia Pacífico y generar mayores relaciones económicas con esta región que, en los últimos años, ha tenido el mayor crecimiento económico en el mundo.

ACUERDOS REGIONALES

Comunidad Andina (CMA)

La CAN comprende acuerdos de reducción de aranceles al comercio de bienes, la liberación del mercado de servicios, propiedad intelectual, transporte terrestre, aéreo y acuático, telecomunicaciones y una gama amplia de temas de comercio. Algunos de los productos que se exporta desde Perú a la CAN son: alambre de cobre, café, propano licuado, gasolina, textiles, hierro, zinc, láminas de plástico, y galletas.

Copia fiel del Original



[Handwritten signature]

Algunos de los productos que se importa desde la CAN al Perú son: aceites de petróleo, tortas de soya, perfumes, polipropileno, azúcar, conservas de atún, medicamentos.

Mercosur –Perú

Área de libre comercio entre el Perú y los cuatro países del Mercosur (Brasil, Argentina, Paraguay Y Uruguay), mediante la eliminación de aranceles y otras medidas que pueden afectar al intercambio de bienes.

Algunos de los productos que Perú exporta a Mercosur son: textiles, cobre, zinc, derivados de petróleo, productos pesqueros, aceitunas, conservas de pescado, cochinilla y tara.

Algunos de los productos que Perú importa desde Mercosur son: aceites crudos de petróleo, maíz, vehículos, arroz y polipropileno.

ACUERDOS BILATERALES

Canadá

El tratado de libre comercio Peru-Canada entro en vigencia el 1 de agosto de 2009. algunos productos que se exporta desde Perú a Canadá son: metales, minerales, aceite de pescado, harina de pescado, mandarinas, uvas, café, mangos, paltas, alcachofa, espárragos, filetes de pescado congelado, cacao, textiles, prendas de vestir y artesanías.

Algunos productos que se importa de Canadá son: trigo, cebadas, arvejas, papel prensa en rollos, teléfonos móviles, montacargas, maquinaria minera, tornos y productos químicos.

Chile

El acuerdo de Libre Comercio Perú- Chile entro en vigencia el 1 de Marzo de 2009. Algunos productos peruanos que se exportan a Chile son: petróleo, harina y aceite de pescado, conservas de pescado, lacas colorantes, textiles, pastas alimenticias, pañales para bebés. Los productos que se importan desde Chile son: nitrato de amonio, gasolina (diésel), papel prensa malta, y manzanas.

China

El tratado de libre comercio Perú – China entro en vigencia el 1 de Marzo de 2010. Entre los muchos productos peruanos que se exporta a China se distinguen: cobre, hierro, harina y aceite de pescado, madera y papel, pescados procesados y congelados, hilados de pelo fino, uvas, limones, algas y carmín de cochinilla.

Algunos productos que se importa desde China a Perú son: teléfonos móviles, maquinaria, televisores, monitores y cámaras fotográficas.

Corea del Sur

Copia fiel del Original

El tratado de libre comercio Perú- Corea del Sur entro en vigencia el 1 de agosto de 2011. Algunos productos que se exporta a Corea del Sur son: cobre, gas natural, harina de pescado, plomo, pescado/mariscos preparados/congelados, cochinilla y tejidos. Algunos productos que se importa desde Corea del Sur son: vehículos, electrodomésticos, computadoras y teléfonos móviles,

Cuba

El acuerdo de complementación económica N° 50 entro en vigencia el 5 de diciembre de 2000. Algunos productos peruanos que se exporta a Cuba son: carburorrectores tipo querosene, plomo, libros, folletos e impresos, vajillas, placas y láminas de plástico, óxido de zinc, conservas de pescado y bisutería.

Los productos que se importa desde Cuba son: ron, aguardientes y cigarros (puros).

EFTA (Islandia, Liechtenstein, Noruega, Suiza)

El tratado de Libre Comercio Perú-EFTA o AELC (Asociación Europea de Libre Comercio, conformada por Islandia, Liechtenstein, Noruega Y Suiza), entro en vigencia con Suiza, Liechtenstein e Islandia en 2011; y con Noruega entro en vigencia el 01 de julio de 2012.

Algunos productos peruanos que se exportan a los estados EFTA: metales, minerales, café, cacao, espárragos y textiles trucha, filetes congelados de pescado, naranja y mangos.

Algunos productos que se importan desde EFTA:

Medicamentos, paneles y consolas, colorantes, máquinas para preparación industrial de alimentos, artículos y aparatos para fracturas y relojes, aparatos de recepción, conversión y transmisión y contadores de producción, tarjetas inteligentes, manufacturas de plástico, aparatos de telecomunicación-instrumentos de navegación aparatos para ecografías.

EE.UU.

El acuerdo de promoción comercial Perú-EE.UU. entro en vigencia el 1 de Febrero del 2009. Entre los productos peruanos que se exporta a EE.UU. Están. Textiles y prendas de vestir, petróleo, gasolina, café, cacao, artesanías, páprika, minerales, metales, alcachofas, espárragos, uva, mangos, mandarinas, aceite de pescado.

Los productos que se importan de EE.UU a Perú son: Trigo Maíz amarillo, aceite de soya, volquetes automotores, aceites para lubricantes, palas mecánicas, excavadoras, palas cargadoras y vacunas para medicina.

JAPÓN

El Acuerdo de Asociación Económica Perú-Japón entro en vigencia el 1° de marzo de 2012.

Copia del Original

Algunos productos peruanos que se exporta a Japón son: minerales de cobre, zinc y plomo, gas natural, harina de pescado, jibias, potas y calamares congelados, secos salados o en salmuera, conservas de moluscos, café, espárragos, plátanos. Los productos que se importan desde Japón son: vehículos para el transporte para personas, vehículos para el transporte de carga.

MÉXICO

El ACE 8 Perú – México entro en vigencia en 1987. En abril del 2011 México y Perú ampliaron las preferencias y condiciones ACE 8, incluyendo otras disciplinas como servicios e inversiones. Este nuevo acuerdo de integración comercial entro en vigencia el 1° de febrero de 2012.

Algunos productos peruanos que se exporta a México son: gas natural, gasolina, madera, textiles, café, espárragos, uva, mangos, paprika y pota.

Algunos productos que se importa desde México son: televisores, vehículos, teléfonos móviles y medicamentos.

PANAMÁ

El Acuerdo de Libre Comercio Perú- Panamá entro en vigencia el 1° de Mayo de 2012.

Algunos productos peruanos que se exportan a Panamá son: residual 6, carburreactores, preparaciones y conservas de pescado, jibias y globitos, calamares y potas, uvas. Los productos que se importan desde Panamá son: aceites crudos de petróleo, medicamentos, chapas de aluminio, aparatos electro-térmicos, máquinas de sondeo y perforación.

SINGAPUR

El Tratado de Libre Comercio Perú-Singapur entro en vigencia el 1° de agosto de 2009.

Algunos productos peruanos que se exporta a Singapur son: máquina de sondeo o perforación, conservas de pescado, café, cacao, textiles, uvas, espárragos. Los productos que Perú importa desde Singapur son: máquinas para impresión, complementos alimenticios, unidades de memoria, baterías y teléfonos móviles.

TAILANDIA

El Protocolo entre la República del Perú y el Reino de Tailandia para Acelerar la Liberación del Comercio de Mercancías y la Facilitación del Comercio y sus Tres Protocolos Adicionales entraron en vigencia el 31 de diciembre de 2011.

Algunos productos peruanos exportados a Tailandia son: gas natural, minerales de zinc y cobre, jibias, potas, pulpos y calamares, congelados, secos, salados o en salmuera, uvas frescas, harina de pescado. Algunos productos que Perú importa desde Tailandia son: camionetas para el transporte de mercancías,

Copia fiel del Original



arroz semi-blanqueado, lavadoras, congeladoras, unidades de memoria, polietileno.



EXPORTACIONES DE PRODUCTOS TRADICIONALES Y NO TRADICIONALES 2010 - 2011

El comercio exterior es muy importante para el crecimiento y desarrollo sostenido a largo plazo; más aún en la actualidad tiene un peso importante en la actividad económica de los países, el mismo que es demostrado por las evidencias de los países desarrollados y las experiencias de los "países exitosos" que han logrado su crecimiento y desarrollo económico gracias al crecimiento de las exportaciones

Las ventas al exterior en el período enero octubre 2011 fueron lideradas por el café al representar el 31.3 por ciento del valor total y aumentar su monto en 470.5 millones de dólares respecto al mismo período del año pasado.

El segundo lugar corresponde a los espárragos en sus tres diferentes presentaciones al participar del 9.8 por ciento del total, aumentando sus colocaciones en 31 millones de dólares; le siguen las exportaciones de principales frutas como paltas (79 millones más), mangos (50 millones) y uvas frescas (41 millones).

Entre enero y octubre del 2011 las agro exportaciones peruanas tuvieron como principal país de destino a Estados Unidos, mercado que captó el 25.6 por ciento del valor total exportado; le siguen Alemania (11.5 por ciento), Holanda (nueve por ciento), España (6.6 por ciento), Bélgica (6.3 por ciento) y Colombia (4.2 por ciento); estos seis países concentraron el 63.1 por ciento del total.

El valor de las exportaciones agrarias No Tradicionales en el período enero octubre 2011 alcanzó 9,271 millones de dólares, monto que comparando con el año 2010 representa un monto de 7944,89.

Las exportaciones agrarias tradicionales en el 2010 registraron 27,128 millones de dólares, monto que representó el 77.35 por ciento del sector y aumentó 78.24 por ciento en relación al año 2011.

Dichas exportaciones estuvieron impulsadas básicamente por las mayores colocaciones de café (71 por ciento), producto que representó el 93 por ciento de las exportaciones agrarias tradicionales.

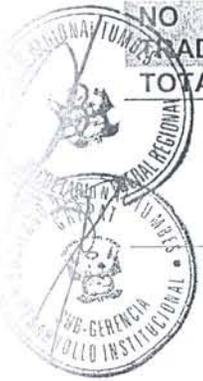
Entre el 2003 y el 2010, el volumen de exportaciones no tradicionales se ha duplicado, y se estimó que la balanza comercial continuaría siendo superavitaria en los próximos años.

Comparación de exportaciones del año 2010 - 2011

TIPO DE SECTOR	FOB 2010	%	FOB 2011 (ENERO-OCTUBRE)	%
TRADICIONAL	27128,37	77.35%	33,335	78.24%
NO TRADICIONAL	7944,89	22.65%	9,271	21.76%
TOTAL	35073,25	100%	42606	100%

CUADRO N°2: EXPORTACIONES POR UBIGEO

Copia fiel del Original



935



UBIGEO
TUMBES

FOB 2010
104.36

PESO NETO 2010
27.669

CONTRIB. % 2010
0.30%

EXPORTACIONES PERUANAS DEL AÑO 2010 (MILLONES DE DÓLARES).

INDICADORES SECTORIALES DE EXPORTACIÓN:

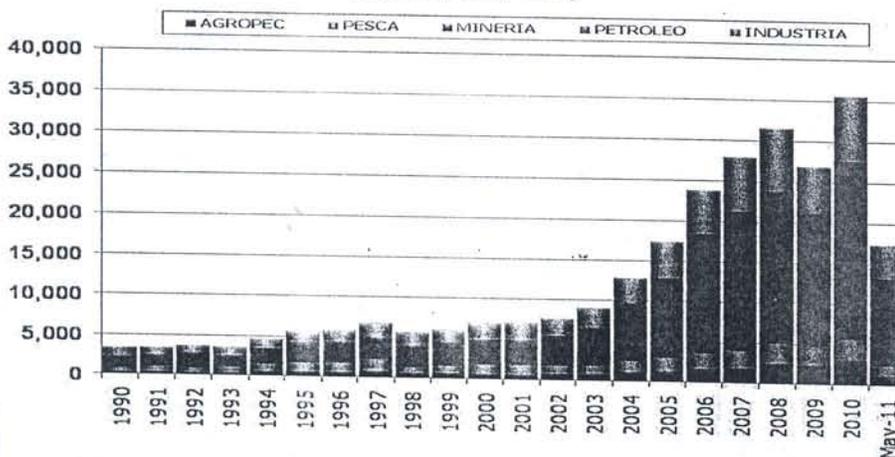
Después del récord de exportaciones logrado el año pasado, este año continúa con

Sector económico	2010	Vnr (%)
I. Productos tradicionales	35,042	51.1
Petróleo	21,211	31.2
Pesquero	1,883	11.9
Minería y gas natural	3,088	60.8
Agrícolas	974	53.1
II. Productos no tradicionales	7,641	23.8
Agropecuaria	2,186	10.8
Textil	1,557	4.2
Pesquero	849	23.2
Químico	1,223	46.2
Metal-Mecánico	394	11.2
Siderúrgico-Metalúrgico	846	67.5
Minería no metálica	251	60.6
Otros	536	9.0
III. Otros	244	56.4

Fuente: Sunat

buenas perspectivas. En enero-mayo 2011 las exportaciones fueron 17,311 millones de dólares, 26% más que enero-mayo 2010 (7,924 millones de dólares). La variación de las exportaciones sectoriales para el periodo mencionado (enero-mayo) entre ambos años fue el siguiente: petróleo 54%, minería 32%, agro 38%, industria 29% y pesca 25%.

PERU: EXPORTACION POR SECTORES ECONOMICOS 1990 - 2011
(Millones US\$ FOB)



Fuente: BCR-PROMPEX-ADEX

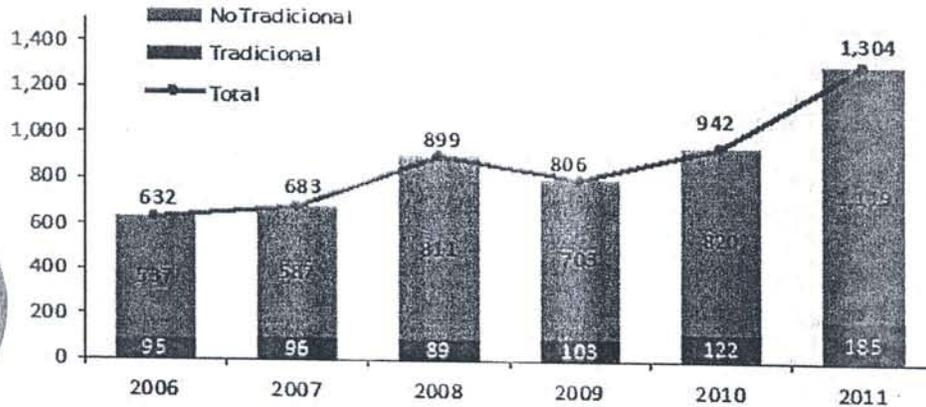
Copia fiel del Original



**EXPORTACIONES AGRARIAS TRADICIONALES Y NO TRADICIONALES ENERO
- MAYO 2011**

Entre enero y mayo, el Perú exportó en productos agropecuarios un total de US\$ 1 803,8 millones en valor FOB

**Exportaciones Agrarias Tradicionales y No tradicionales
Ene - May (Millones de US\$)**



Fuente: SUNAT

EXP
ORT
ACI
ÓN
DE
LA
REG
IÓN
TUM
BES
CRE
CIE

Copia fiel del Original

RON 56% EN EL PERIODO DE ENERO - MAYO 2011

Gracias a los productos de origen hidrobiológicos, principalmente las exportaciones de tumbes sumaron entre enero y mayo 60.3 US\$ millones.

Las principales partidas exportadas fueron "colas de langostino sin cocer en agua o vapor, congelados", con ventas por US\$ 28 millones logrando un crecimiento de 48% y "veneras sin cocer en agua o vapor, congeladas", y también mantuvo un crecimiento de 72%.

ADEX refirió que la tercera partida en importancia fue "langostinos enteros, congelados", (US\$ 7.4 millones) y "colas de langostino sin caparazón, congelados" (US\$ 4.5 millones). Otras son " los demás frijoles comunes" (US\$ 3.6 millones), "los demás jibias, globitos, calamares y potas, congeladas, secas, saladas o en salmuera" (US\$ 3.3 millones), "bananas o plátano tipo Cavendish Valery frescos" (US\$ 2.1 millones). Entre muchos otros.

Es preciso señalar que esta región del norte exportó 32 partidas en general, entre las cuales sobresalieron por su crecimiento " veneras vivas, frescas o refrigeradas", "mandarinas frescas o secas", "demás maníes con cascara, excepto para siembra", "habas, haba caballar y haba menor excepto para siembra"

Entre los principales destinos a los que exportó tumbes figuró Estados Unidos, que concentro del 60% de las ventas totales de la región (US\$ 36 millones), luego se ubicó España con US\$ 8.5 millones; Francia, US\$ 4 millones; Colombia, US\$ 3.6 millones; Bélgica, US\$ 1.5 millones. También envió a nuevos países como Australia, Taiwán, Lituania, Argentina y Tailandia.



Entre las principales empresas exportadoras estuvieron corporación refrigerados INY S.A., acuícola S.A.C., Marinazul S.A., La Fragata S.A., Export Import Candres S.A.C., Virazón S.A., así como Pacífico azul S.A.C., Congelados pacíficos S.A.C., Acuícola Santa Isabel S.A.C., Acuicultura técnica integrada de Perú S.A., entre otros.

A tomar en cuenta.

Precisamente, y consciente que Tumbes tiene un enorme potencial exportador de alimentos, ADEX prevé la participación de un grupo de empresas de la región en la III expo alimentaria, a realizarse del 28 al 30 de septiembre próximo en las instalaciones del cuartel general del ejército (Pentagonito).

Una de las empresas tumbesinas que confirmo su presencia en la expo alimentaria es: "Acuicultura técnica integrada de Perú S.A.", que se ha consolidado como una de las líderes en la exportación de langostinos de alta calidad. Hay k señalar que la III feria expo alimentaria mostrara lo mejor de la industria alimenticia (agro, pesca), servicios, maquinarias, insumos, restaurant y gastronomía del Perú y Latinoamérica.

TUMBES EXPORTO 62 MILLONES DE DOLARES ENTRE LANGOSTINOS, CONCHAS Y POTA

Nuestra región exporto 62 millones de dólares en productos hidrobiológicos, hallándose en el tercer lugar de exportaciones de sector pesquero no tradicional. Con ello se indica se incrementó en 32.5 por ciento las exportaciones y 12 por ciento de participación. Los productos que tuvieron los valores y los incrementos de ventas más importantes fueron: langostinos congelados (colas y enteros), conchas de abanico congeladas y pota congelada.

Por ello se encuentra comprendido entre el 81% de las exportaciones del sector pesquero no tradicional, el primer semestre fueron efectuadas por las regiones de Piura, Tumbes y Ancash, las de mayor contribución, informo hoy la promoción del Perú para la exportación de turismo (PROMPERU).

En el primer semestre del 2011, las exportaciones pesqueros no tradicionales aumentaron 51.1% en comparación al mismo periodo del año anterior sumando 521 millones de dólares.

Los principales productos fueron pota congelada (135 millones de dólares), pota procesada (102 millones), conchas de abanico congeladas (58 millones), cola de langostino congeladas con caparazón (33 millones) y demás pescado congelado: jurel, perico (32 millones).

Los productos del sector se dirigieron a 97 productos del destino, siendo los principales estados unidos (16% de su participación), España (16%), china (15%), Corea del sur (7%) y Francia (6%).

Algunos de estos mercados estuvieron también entre los que más incrementaron su demanda como china (41.7% de variación), corea del sur (91.5%) y España (29.4%).

Así mismo, fue importante el aumento que tuvieron las exportaciones del sector a países como Chile (521.1%), Venezuela (129.6%), Brasil (130.1%), México (315 %) y Haití (151%)

Producto : TOTAL Todos los productos

Fuentes : Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE.

Los exportaciones de Perú han sido reportados por Perú

Los importaciones de Ecuador han sido reportados por Ecuador

Descripción del producto	Perú exporta hacia Ecuador			
	Valor 2010, en miles US\$	Tasa de crecimiento anual en valor entre 2006-2010, p.a. %	Participación en las exportaciones de Perú, %	Arancel equivalente ad valorem aplicado por Ecuador a Perú
Combustibles minerales, aceites minerales y prod.de su destilación	275.464	64	8,2	n/a
Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; ali. para animales	55.310	27	3,2	n/a
Materias plásticas y manufacturas de estas materias	36.750	6	10,5	n/a
Maquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos.	35.625	43	18,4	n/a
Cobre y manufacturas de cobre	33.265	-2	1,1	n/a
Papel, cartón; manufact. de pasta de celulosa, de papel/de cartón	31.893	16	26,4	n/a
Prep. a base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; pastelería	21.319	6	23	n/a

Copia fiel del Original

Máquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabación	19.368	2	20,1	n/a
Aceites esenciales y resinosos; prep. de perfumería, de tocador	18.010	-1	21	n/a
Cinc y manufacturas de cinc	16.189	-10	4	n/a
Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural;	15.327	28	15,4	n/a
Prod. quimicos inorgan. Compuestos inorgan./organ. de los metales	14.217	13	6,2	n/a
Fibras sintéticas o artificiales discontinuas	13.173	0	14,9	n/a
Algodón	12.569	14	16,8	n/a
Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas, semipreciosas y similares	11.171	15	0,1	n/a
Manufacturas de fundición, de hierro o de acero	11.134	27	11	n/a
Caucho y manufacturas de caucho	10.718	11	17	n/a
Jabones, agentes de superficie orgánicos, preparac. para lavar, etc	10.678	19	25,5	n/a
Abonos	10.084	81	29,2	n/a
Sal; azufre; tierras y piedras; yesos, cales y cementos	9.434	-1	9,6	n/a
Productos farmacéuticos	7.941	32	24,4	n/a
Azucares y artículos de confitería	7.558	21	9,9	n/a
Tejidos de punto	6.977	135	12,3	n/a

Copia Fiel del Original

Productos cerámicos	6.649	10	8,4	n/a
Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	6.497	109	11,7	n/a
Preparaciones alimenticias diversas	6.368	6	16,8	n/a
Extractos curtientes/tintóreos; taninos, sus derivados; pinturas	5.928	0	2,3	n/a
Prendas y complementos de vestir, de punto	5.910	14	0,6	n/a
Pescados y crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos	5.748	43	1,2	n/a
Guata, fieltro. Telas sin tejer; hilados especiales; cordeles, etc.	5.738	16	20,4	n/a
Productos editoriales, de la prensa/de otras industrias graficas	5.630	-1	8,8	n/a
Manufacturas diversas de metales comunes	4.957	10	23,7	n/a
Plomo y manufacturas de plomo	4.664	-13	17,7	n/a
Animales vivos	4.575	35	58,9	n/a
Aluminio y manufacturas de aluminio	4.393	31	17,4	n/a
Prep. de legumbres, hortalizas, frutos o de otras partes de plantas	3.795	-1	0,9	n/a
Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto	3.675	-10	3,6	n/a
Café, te, yerba mate y especias	3.317	57	0,3	n/a
Productos químicos	3.272	9	10,9	n/a

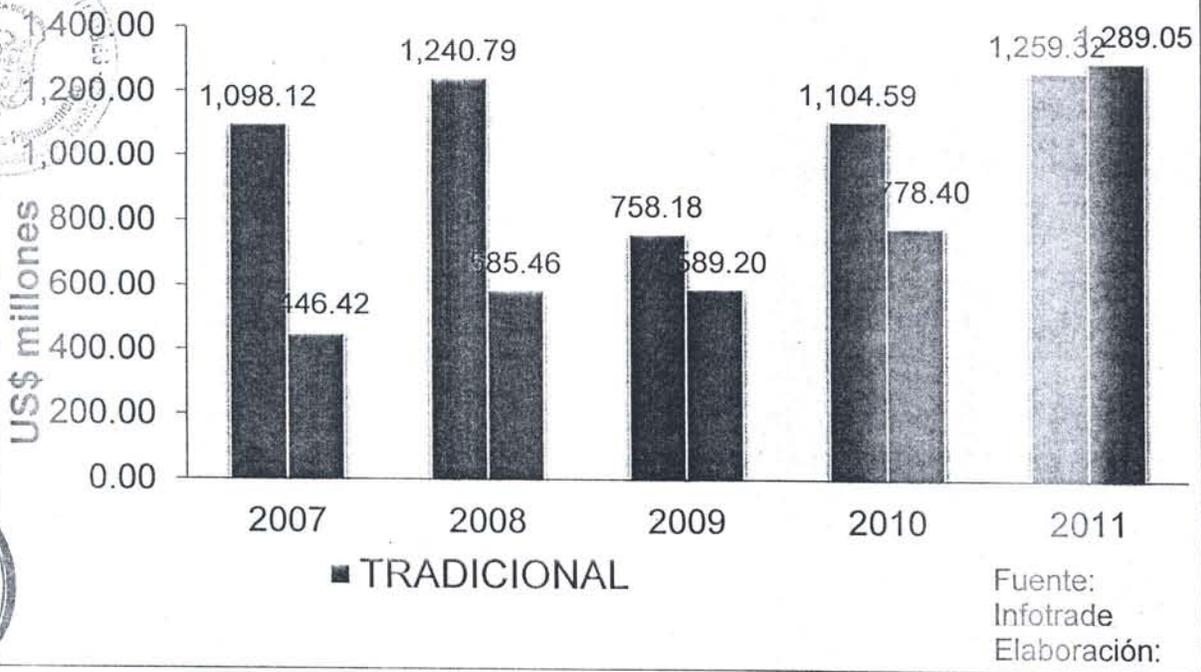
Copia fiel del Original

orgánicos				
Manufacturas diversas	3.244	19	11,9	n/a
Pólvoras y explosivos; artículos de pirotecnia; fosforos..	3.117	50	12,5	n/a
Fundición, hierro y acero	2.831	2	2,3	n/a
Manufacturas de piedra, yeso, cemento, amianto, mica o materias análogas	2.510	12	9,1	n/a
Muebles; mobiliario medico quirúrgico; artículos de cama y similares	2.141	-15	9,1	n/a
Calzado, polainas, botines y artículos análogos y sus partes	2.015	-12	11,9	n/a
Los demás artículos textiles confeccionados; conjuntos/surtidos..	2.013	0	7,2	n/a
Filamentos sintéticos o artificiales	1.658	16	19	n/a

Copia fiel del Original

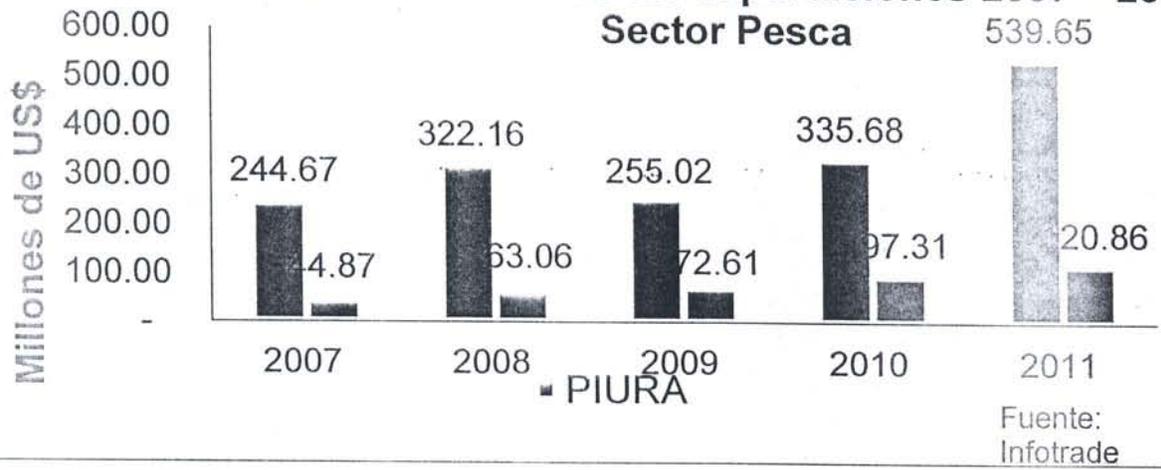


Evolución de las exportaciones tradicionales y no tradicionales en la Macro Región Norte (Tumbes y Piura)



Copia fiel del Original

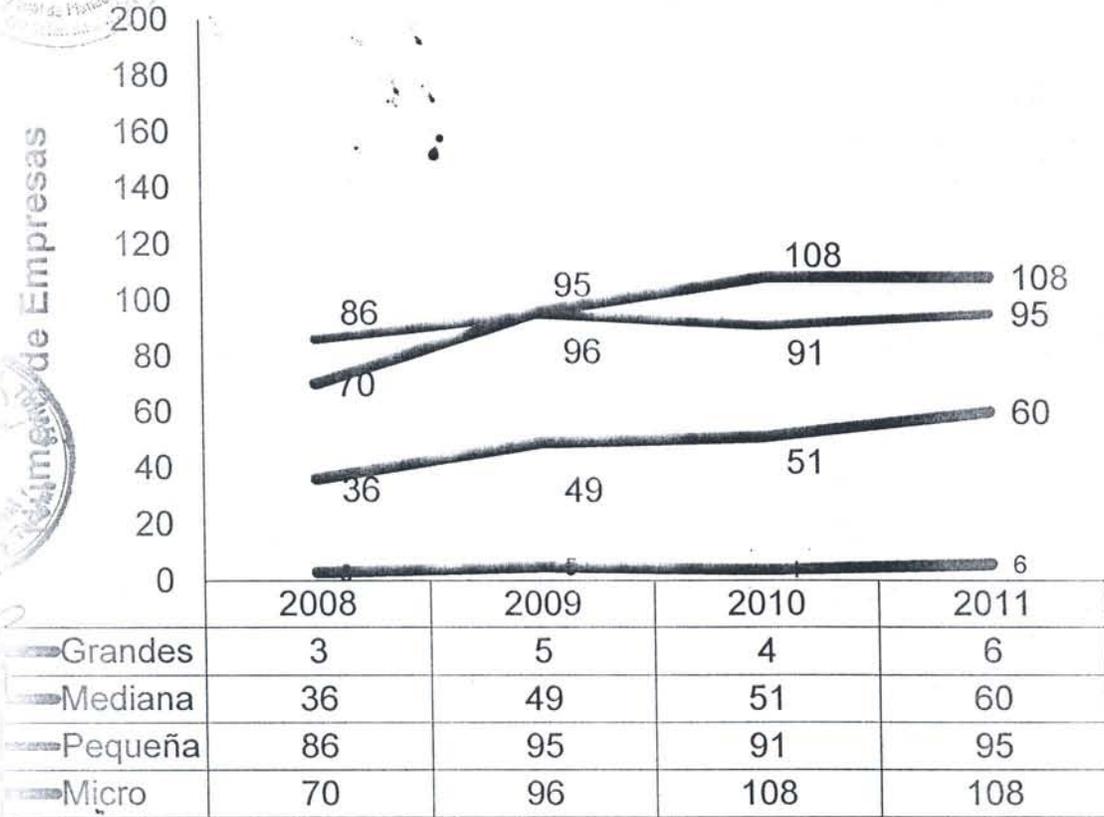
MRN: Evolución de las exportaciones 2007 – 2011 Sector Pesca



F20

Evolución de las Empresas del sector Agro MRN 2008 – 2011 No Tradicionales

Copia fiel del Original



Fuente: Infotrade Elaboración: OMRN



026

Tumbes: Exportaciones no tradicional Sector Agro 2011
(US\$12,624,917.21)

Bananas o
plátanos tipo
cavendish
36%

OTROS
3%



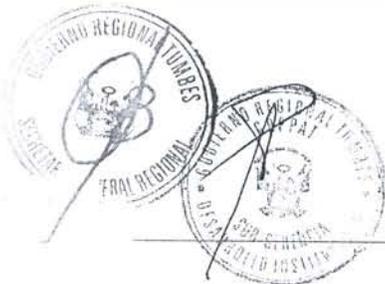
Demás frijol
común excepto
para siembra
61%

Copia fiel del Original

fuente: Infotrade
laboración: OMRN

CONSOLIDADO EXPORTACIONES DE BANANO ORGANICO EN LA REGION TUMBES - 2011

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Exportado (TM)													
China	332.89	332.89	570.83	464.240	294.71	348.92	459.68	202.93	348.92	294.320	165.360	-	
Francia	606.69	512.75	156.62	-	-	20.000	-	-	19.49	155.920	77.960	-	
Italia	-	-	34.69	51.970	86.78	138.620	87.050	105.05	122.050	104.070	52.243	-	
Corea del Sur	-	-	-	-	-	19.590	-	-	-	-	-	-	
Reino Unido	-	-	-	-	20.00	-	-	98.77	58.770	156.726	97.956	-	
Estados Unidos	-	-	-	-	-	-	-	39.18	19.590	17.414	34.828	-	
Países Bajos	-	-	-	-	-	20.000	-	-	-	-	-	-	
India	119.49	61.23	138.00	97.650	97.95	19.59	-	-	-	40.002	61.236	-	
Brasil	-	-	-	-	-	-	-	-	-	97.953	58.773	-	
Corea del Sur	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	39.182	-	
Total	1,057.17	943.44	998.090	613.860	499.450	566.72	566.73	445.94	686.36	866.405	587.54	611.92	8,443.62
Exportación al 2011													
Empresas Exportadoras de Banano Orgánico:													
- BANANA													
- COPIA													
- FAIRTRASA													
- S.A.													



TUMBES

Copia fiel del Original

ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOS TO	SET.	OCT.	NOV.	DIC.	TOTAL TM
910.312	823.89	1,217.32	738.46	752.89	494.3	420.87	641.3	568.2	532.97	651.15	577.97	8,329.63
825.7	1,129.56	1,106.93	1,012.69	664.43	659.27	718.71	772.26	896.05	1,131.30	1,104.29	1,351.00	11,375.19
1,406.51	1,341.39	1,529.76	1,039.43	774.93	754.37	577.5	822.32	957.45	1,224.32	900.59	1,118.64	12,447.21
1,140.66	1,545.18	1,429.21	957.706	862.52	814.308	1,042.32	923.17	967.036	723.041	863.134	803.265	12,071.55
844.448	1,169.33	1,244.82	763.019	493.32	469.624	465.143	564.51	687.926	789.244	749.65	1,039.37	9,280.41
1,057.17	943.44	998.09	614.16	499.45	566.72	566.73	445.94	686.36	866.407	587.54	611.915	8,443.92
557.93	331.8	473.524	254.61	444.441	297.314	160.108	172.107	196.261	216.840	111.98		3,216.92
Japón Holanda USA Bélgica Inglaterra	Japón USA Alemania	Japón USA Alemania	Japón Alemani a	Japón Alemani a	Japón	Japón	Japón	Japón	Japón	Japón	Japón Alema nia	



024

Comercialización de Cacao Orgánico al Mercado Europeo

PRODUCCION DE CACAO

	2011	2012	2013	2014
	3598	12544	8984	9896
	59174	65226	92459	2860
	8939	36769	44339	36973
	151	564	480	13627
	5.39	4.53	6.22	6.27

PRODUCCION CACAO TUMBES.

	2011	2012	2013	2014
PRODUCCION	23	105	152	197
	205	172	218	.
	78	254	311	333
	381	1476	1428	.
	5.17	4.96	5.23	5.95

EXPORTACION DE CACAO.

Copia fiel del Original

EXPORTACION CACAO EN GRANO, ENTERO O PARTIDO, CRUDO				FUENTE: SUNAT		
MES	2012			2011		
	FOB	KILOS	PREC. PROM.	FOB	KILOS	PREC. PROM.
ENERO	1,348,116	488,727	2.76	2,423,008	745,814	3.25
FEBRERO	2,189,942	844,841	2.59	1,309,119	382,853	3.42
MARZO	3,548,715	1,313,366	2.70	2,279,879	643,598	3.54
ABRIL	3,123,520	1,166,471	2.68	2,776,432	780,873	3.56
MAYO	2,255,822	830,887	2.71	2,587,134	722,844	3.58
JUNIO	6,295,283	2,480,844	2.54	4,921,408	1,397,746	3.52
JULIO	6,948,149	2,866,244	2.42	10,293,962	3,074,237	3.35
AGOSTO	9,717,097	3,951,199	2.46	10,630,035	3,336,410	3.19
SEPTIEMBRE	6,557,542	2,577,172	2.54	10,581,167	3,308,210	3.20
OCTUBRE				5,393,112	1,857,259	2.90
NOVIEMBRE				3,923,267	1,458,109	2.69
DICIEMBRE				3,890,828	1,477,805	2.63
TOTALES AÑO	41,984,187	16,519,750	2.54	61,009,351	19,185,758	3.18
PROMEDIO MES	4,664,910	1,835,528		5,084,113	1,598,813	
CREC. PROMEDIO	8%	15%	20%	76%	73%	2%

Copia fiel del Original

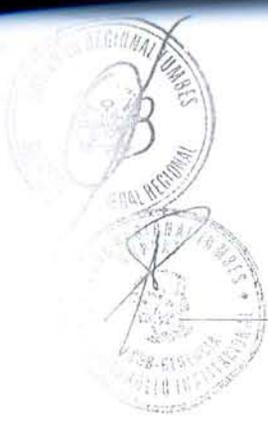
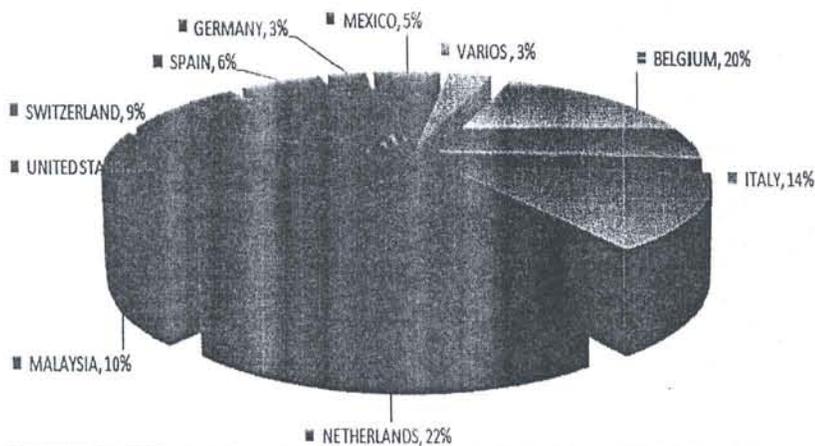
CULTIVO	AÑO (TM)										
	2009			2010				2011			
	ENE	MAR	MAY	MAR	ABR	JUL	SET	FEB	MAR	MAY	AGOS
CACAO	4,68	6,66	3,67	7,79	3,36	3,62	2,042	11,94	3,91	9,41	7,91
TOTAL X AÑO	43,762			16,812				33,17			

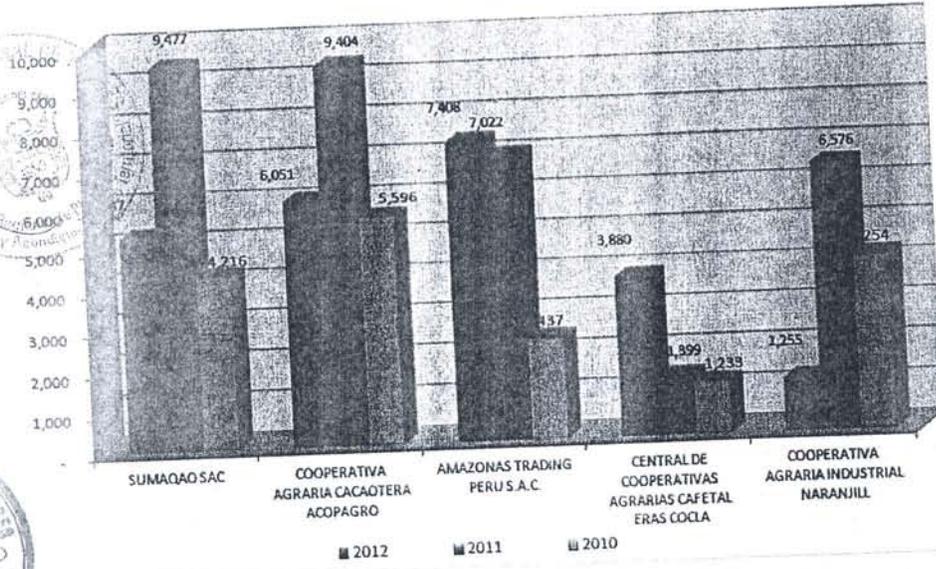
EXPORTACIONES DE CACAO DE LA REGION TUMBES 2013.

Representante Legal	Nombre de la Empresa	Cargo	Dirección	Teléfono	E:mail	Destino	T.M
Orestes Marchan Saavedra	APROCAT	Presidente	Caserío Uña de Gato	948856508		Mercado Europeo	100 toneladas

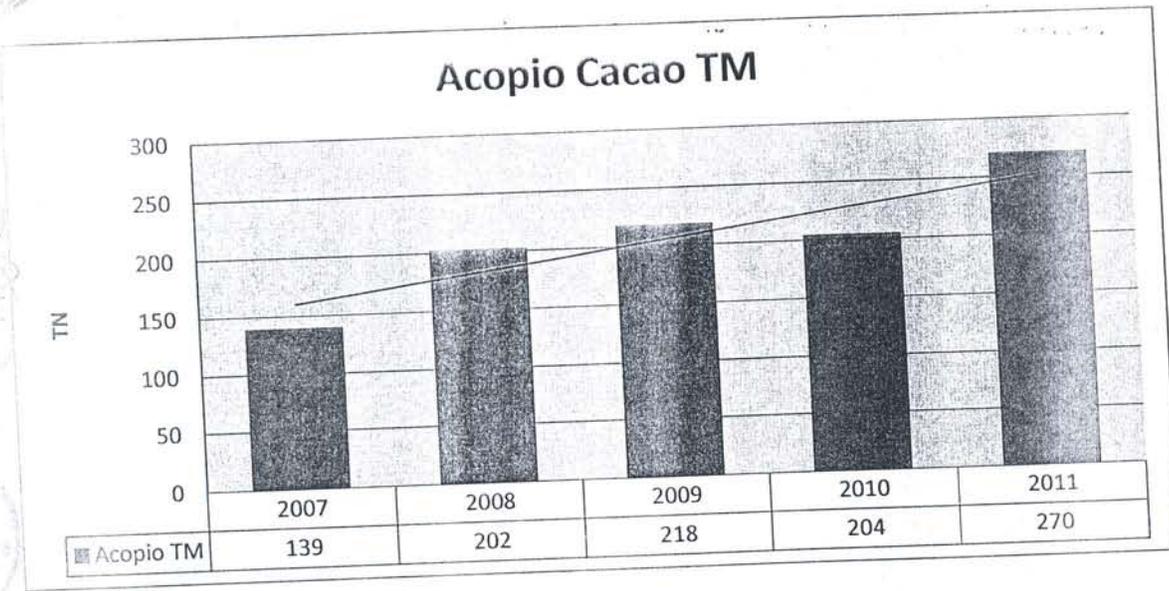
Copia fiel del Original

EXPORTACION CACAO GRANO 2012
FOB %





CRECIMIENTO ANUAL CACAO



Copia fiel del Original



Principales empresas exportadoras de cacao y principales destinos en el año
2013.

Países importadores de cacao en grano	Peso neto en KG	PRECIO FOB.
		Miles Dólares
AUSTRALIA	1295	12800
MACHU PICCHU FOODS S.A.C.	1292	12776
QUINTEROS BARRIENTOS DE MEHIELOFF INGRID LEONOR	3	24
AUSTRIA	2610	15588
MACHU PICCHU FOODS S.A.C.	2610	15588
CANADA	11491	81805
MACHU PICCHU FOODS S.A.C.	11095	78285
RAINFOREST HERBAL PRODUCTS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	396	3520
COLOMBIA	2055	16342
MACHU PICCHU FOODS S.A.C.	2055	16342
FINLAND	1155	9345
RAINFOREST HERBAL PRODUCTS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	1155	9345
FRANCE	1290	8688
MACHU PICCHU FOODS S.A.C.	1290	8688
GERMANY	2100	13377
MACHU PICCHU FOODS S.A.C.	2100	13377
NETHERLANDS	2010	13668
MACHU PICCHU FOODS S.A.C.	2010	13668
NEW ZEALAND	130	1134
MACHU PICCHU FOODS S.A.C.	105	711
MOYA RODRIGUEZ LUIS ENRIQUE	25	423
UNITED KINGDOM	15638	77014
EXPORTADORA ROMEX S.A.	14010	63045
MACHU PICCHU FOODS S.A.C.	1608	13629
RODRIGUEZ HERRERA MARIA DEL PILAR	20	340
UNITED STATES	55167	349243
ASOCIACION DE MUJERES EMPRENDEDORAS DEL	480	4512
MACHU PICCHU FOODS S.A.C.	54592	342840
RODRIGUEZ HERRERA MARIA DEL PILAR	70	1890
Total general	94926	599003

Fuente: sunat

Copia fiel del Original

EXPORTACION CULTIVO DE LIMON

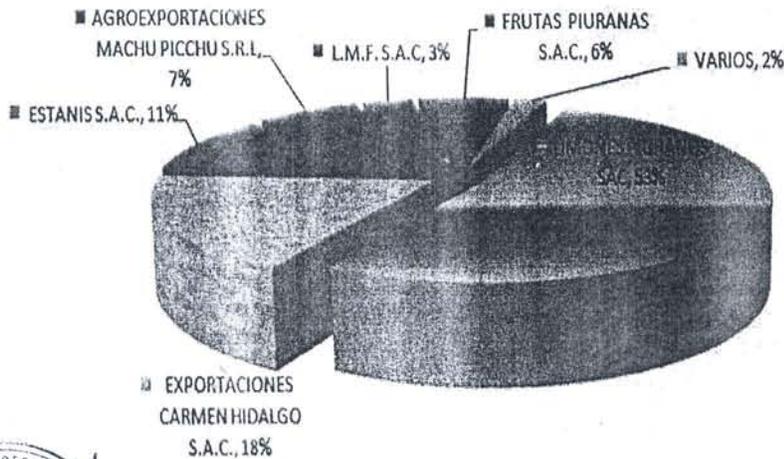
No	MESES (TM)											
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL
11	-	10.7	12.0		52.5							75.20

La información de la compra de limon es que la empresa Limones Piuranos ha comprado limon super extra, extra, primera, segunda y tercera). Tanto para el mercado de Chile como para el mercado de Lima

Año	TM
2007	7.67
2008	17.13
2009	50.4
2010	93.00
2011	75.20

EXPORTACION LIMON SUTIL 2011

FOB %



Copia fiel del Original



MESES	PRODUCCION				EXPORTACION			
	VOLUMEN	AREA	ENTERO	COLA	ENTERO TM	VALOR FOB	\$COLA (TMB)	VALOR \$ FOB
TOTAL	11106,88	6902,7	2940,14	70882,39	2130,73	11099220,71	6248,81	35686409,44
ENERO	924.51	640.23	174.9	831.34	105.81	537937	660.29	4226129.98
FEBRERO	579.97	399.42	200.1	211.1	186.71	1036404.34	467.96	3868722.57
MARZO	1237.54	1300.88	184.64	683.41	169.78	828055.17	511.83	3516032.55
ABRIL	1287.03	828.32	291.14	654.32	292.35	1604984.73	517.32	3308664.57
MAYO	806.2	403.85	399.22	772.4	339.58	1693517.02	334.26	1857106.55
JUNIO	771.76	454.39	441.38	227.58	222.32	1288629.4	168.04	1115777.19
JULIO	903.76	341.99	256.34	459.58	100.37	513042.66	506.81	3144135.87
AGOSTO	1495.36	791.05	358.49	603.45	266.86	1358594	604.7	4299029.04
SEPTIEMBRE	1130.76	576.44	249.86	583.33	138.47	705366.51	445.09	3185405.76
OCTUBRE	545.06	284.33	132.88	64995.99	102.42	518252.79	1375.07	2452441.7
NOVIEMBRE	737.33	500.43	139.46	394.93	143.57	720140.69	218.84	1411073.11
DICIEMBRE	687.6	381.37	111.73	464.97	62.48	294296.4	438.62	3301890.55

Copia fiel del Original



2/4



Récord de Exportaciones 2011

US\$ 45,726 Millones

Copia fiel del Original

Perú: exportación

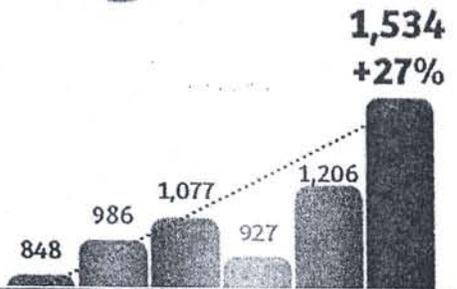
En millones de US\$

+27%

Crecimiento Exportación Tradicional

Perú: exportaciones per cápita

En US\$



Exportaciones regionales



63% de exportaciones totales

11 regiones crecieron por encima del 28%

+19% Crecimiento de exportación en regiones

US\$ 136 MM
29.6 %
Tumbes

US\$ 2,413 MM
35.7 %
Piura

US\$ 434 MM
33.2 %
Lambayeque

US\$ 167 MM
117.3 %
Huancavelica

US\$ 661 MM
38.7 %
Jurín

US\$ 162 MM
58 %
Ayacucho

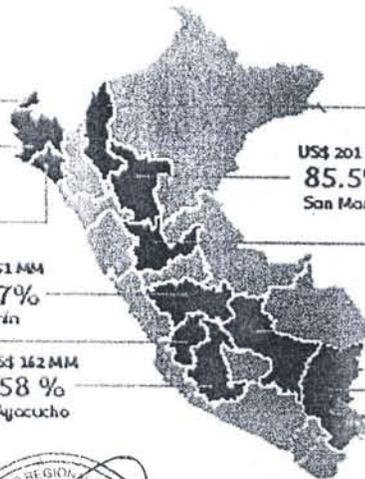
US\$ 21 MM
40.5 %
Amazonas

US\$ 201 MM
85.5 %
San Martín

US\$ 71 MM
94.1 %
Huánuco

US\$ 913 MM
84.7 %
Puno

US\$ 751 MM
117.8 %
Cusco





Proyección 2012

US\$ 49,324 Millones

1 millón de empleos

Copia fiel del Original



ANALISIS FODA DEL AREA DE COMERCIO EXTERIORFORTALEZAS

1. Plan Estratégico Regional de Exportación elaborado.
2. Herramientas electrónicas para buscar estadísticas de exportaciones.
3. 06 planes operativos de mercados.
4. La biodiversidad y la ubicación Geo-estratégica.
5. Crecimiento de centros de educación superior.

OPORTUNIDADES

1. Firma de convenios con instituciones exportadoras.
2. Apertura comercial con diferentes países (firmas comerciales) y TLC.
3. Integrarnos en el comité de desarrollo de Fronteras (CODEFRCN)
4. Tratado de paz con el Ecuador.

DEBILIDADES

1. Reducido personal en el área.
2. Poca capacitación del personal en temas de inteligencia comercial.
3. Poca logística para hacer actividades.
4. Comité ejecutivo regional exportador desarticulado.
5. No contar con local propio.

AMENAZAS

1. Desastres naturales
2. Crisis económica mundial
3. Poca interés de los productores para asociarse.
4. Gremio exportador poco involucrado en desarrollar el PERX-Tumbes.

PROBLEMÁTICA PRIORIZADA.

1. Oferta exportable reducida y concentrada en pocos productos.
2. Débil articulación interinstitucional para el desarrollo de las exportaciones.
3. Limitada cultura empresarial y exportadora.
4. Desconocimiento de los mercados internacionales.

OBJETIVO ESTRATEGICO.

1. Desarrollar con visión global la oferta exportable del departamento de Tumbes.

Copia fiel del Original



1. Diversificar la oferta de productos.
2. Incrementar el número de empresas exportadoras en el departamento de Tumbes.
3. Promover la facilitación de comercio exterior.
4. Reactivar el CERX Tumbes.
5. Mejorar la competitividad y productividad de los entes productivos del departamento de Tumbes.
6. Promover el desarrollo de la cultura exportadora del departamento de Tumbes.
7. Dar a conocer las oportunidades que ofrecen los mercados internacionales.
8. Identificar mercados para los principales productos exportables del departamento de Tumbes.

RESULTADOS ESPERADOS.

1. Brindar información de Comercio Exterior a las empresas exportadoras y pequeños comerciantes exportadores del Departamento de Tumbes.
2. Sensibilizar en 10% de los estudiantes del nivel secundario y nivel superior del Departamento de Tumbes, sobre conciencia exportadora.
3. Reactivación del CERX – Tumbes.
4. Fortalecimiento de la cultura exportadora en empresas, y asociaciones productivas de la región.
5. Difundir la oferta exportadora regional.
6. Elaborar un Programa de Capacitación para lograr una Oferta Exportable Competitiva y con Cultura Exportadora.

INDICADORES

1. Actividad de Promoción de Exportación.

Forma de Cálculo: Total de actividades promocionadas / total de actividades promovidas en un período evaluado.
Línea de Base: 0%

2. Incremento de Empresas Exportadoras en la Región.

Forma Cálculo: Empresas insertadas al comercio exportador / período evaluado.
Línea Base: 0%

3. Actividades de Promoción de Exportación.

Forma de Cálculo: Actividades de promocionales / actividades promovidas en un período evacuado.
Línea Base: 0%

4. Planes de Desarrollo de Comercio Formulados e Implementados.

Formula de Cálculo: N° de planes que se han implementado / total de planes formulados en un período evacuado.
Línea Base: 0%

Copia fiel del Original



5. Programa y/o Capacitaciones Implementadas.
 Fórmula de Cálculo: Actividades y/o Programas de capacitaciones que han sido implementados / actividades y/o programas en el período evaluado.
 Línea Base: 0%

6. Diversidad de Oportunidades Comerciales identificadas.
 Forma de Cálculo: oportunidades comerciales identificadas / período anterior.
 Línea Base: 0%

7. Evolucion de oportunidades Comerciales.
 Forma de Cálculo: oportunidades comerciales / período evacuado de las atividades.
 Línea Base: 0%

ARTESANIA.

ROL INSTITUCIONAL

La Dirección de Artesanía es una Dirección de Línea de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Tumbes que promueve y facilita el desarrollo de la actividad artesanal regional a través de la concertación del sector público y privado que permita incentivar la inversión privada, la producción, el acceso a los mercados interno y externo, el rescate y la difusión cultural, así como otros mecanismos que permitan la organización empresarial y asociativa que coadyuven al crecimiento sostenible de la artesanía regional.

POLITICA INSTITUCIONAL:

- a) Promover el crecimiento, desarrollo integral y reconocimiento del artesano y de la actividad artesanal impulsando la inversión privada y el acceso al mercado interno y externo de este sector.
- b) Promover y preservar los valores culturales, históricos y de identidad regional.
- c) Fomentar la innovación tecnológica y el uso de normas técnicas para el mejoramiento de la calidad y competitividad de los productos artesanales.
- d) Propiciar la articulación, cooperación y asociatividad de los diferentes agentes que intervienen en el sector artesanal.
- e) Promover la permanente capacitación del artesano, estimulando el desarrollo de las aptitudes y habilidades que incrementen su potencial creativo, técnico y económico.
- f) Fomentar y difundir, en el sector artesanal, el uso y aplicación de la regulación relativa a la propiedad intelectual.

Copia fiel del Original



- g) Promover una cultura de conservación y sostenibilidad del medio ambiente en los procesos productivos de la actividad artesanal.
- h) Fomentar la conciencia ciudadana, promoviendo las condiciones adecuadas para el logro del bienestar socioeconómico del sector artesanal.
- i) Reconocer y apoyar a los artesanos productores de las comunidades campesinas y nativas.

DIAGNOSTICO:

La Artesanía es una importante actividad económica, además es un mecanismo esencial de lucha contra la pobreza y un instrumento clave en el desarrollo sostenible al ser capaz de crear riqueza económica y social de manera creciente, mejorando la calidad de vida de los artesanos y las comunidades anfitrionas, a través de la generación de empleo.

Por ello, es necesario alcanzar la sostenibilidad y competitividad de la actividad artesanal articulada a la actividad turística de la región, a nivel nacional e internacional, propiciando que el Sector Artesanía contribuya a transformar y mejorar los niveles de bienestar integral de sus ciudadanos, especialmente aquellos que residen en el ámbito rural.

Se puede afirmar que Tumbes es una región privilegiada, al poseer una variedad de elementos que constituyen su oferta artesanal y turística, la cual al ser ofrecida brinda una experiencia integrada al turista, nuestra región cuenta con un patrimonio histórico, cultural y con un excelente clima tropical y ecosistemas que muestran una gran diversidad de flora y fauna que permiten la gran afluencia turística donde nuestros artesanos pueden ofertar sus productos tanto al turista nacional como al turista internacional.

Nuestros artesanos con su capacidad creadora e innovadora hábilmente aprovechan los recursos naturales de la región transformándolos en verdaderas obra de arte.

En ese sentido, la actual administración del Sector Artesanía, en su afán de contribuir con la política de Estado busca mitigar la pobreza, orienta sus acciones a hacer de la Artesanía una actividad con un desarrollo sostenible, competitivo y participativo.

La región Tumbes posee una inminente característica productora en recursos naturales, de ello se han identificado cuatro líneas artesanales bien definidas como : Fibra vegetal basada en la fibra del plátano seco y verde que comúnmente los artesanos le han dado el nombre de Pasayase existen diversas materias primas.

Estas acciones han permitido logros consensuados con el sector privado y público, presentando un comportamiento positivo durante el I semestre del año 2010, manifestado en sus 2 principales indicadores de desempeño; así tenemos que durante este periodo, la llegada de turistas internacionales al país ascendieron a 1 083 729, cifra que representa un incremento de 5,7%, respecto a similar período del 2009. Por su parte, el Ingreso de divisas generado por el

Copia fiel del Original



turismo receptivo fue US\$ 1 344 millones, lo cual refleja un incremento de 14,6% mayor a lo registrado en el Primer Semestre del 2009.

Este comportamiento se debió fundamentalmente al mayor movimiento turístico de los extranjeros, lo que evidencia la recuperación de la economía mundial luego de varios meses de crisis financiera que afectó, tanto a la actividad turística como a otros sectores en la mayoría de los países.

Al cierre del 2010 se proyecta que la llegada de turistas internacionales ascienda a 2,25 millones y el ingreso de divisas llegará a US\$ 2 669 millones.

Asimismo, en base a las cifras antes mencionadas y a las actividades que ejecute el Sector de manera conjunta con el Sector Privado, se proyecta que al cierre del año 2011, se logrará obtener US\$ 2 9412 millones en ingreso de divisas generadas por la actividad turística y la llegada de turistas extranjeros no residentes ascendería a 2,383 millones.

Copia fiel del Original

ASOCIACIONES DE ARTESANOS INSCRITAS EN EL REGISTRO NACIONAL DEL ARTESANO

REGION TUMBES 2012

Nº ORD.	ASOCIACIONES FORMALIZADAS	LUGAR DE UBICACIÓN	PROVINCIA A LA QUE PERTENECE	Nº DE ASOCIADOS
1	Asociación de Artesanos Chilimasa - ASARCHI	Tumbes	Tumbes	20
2	Los Manglares de Puerto Pizarro	Villa Pto. Pizarro	Tumbes	18
3	Spondilus Coral de Puerto Pizarro	Villa Pto. Pizarro	Tumbes	12
4	Jesús Sullón Castillo	Canoas de Punta Sal	Cont. Villar	71
TOTAL ARTESANOS ASOCIADOS				121

Fuente: DIRCETUR Tumbes

Elaborado : Dirección de Artesanía

4.3.2. ANALISIS FODA – ARTESANIA

4.3.2.1. FORTALEZAS.

- Creatividad artística de los artesanos Tumbesinos en la confección de sus trabajos con representaciones de estampas costumbristas y folklóricas de la región.



- Contar con un patrimonio cultural que puede utilizarse como inspiración en el diseño en la producción artesanal.
- Aprovechamiento de los recursos naturales de la zona, utilizando la tecnología local y mano de obra familiar.
- Contar con la Base de Datos de 180 artesanos inscritos en el RNA, que operan en la Región.
- Inclusión de la actividad artesanal en el sector turismo.
- Contar con la tecnología moderna para el acceso de la información Artesanal, acceso a intranet y utilizar el Registro Nacional del Artesano y obtener en forma rápida la constancia y/o acreditación.
- Contar con Base legal que regenta la Actividad Artesanal.
- Contar con el Concejo Regional de Fomento Artesanal de Tumbes (COREFART) legalmente constituido mediante Ordenanza Regional.
- Tener una maquinaria artesanal para la elaboración de Recursos Marinos.
- Tener una maquinaria artesanal para la elaboración de trabajos en Recursos Marinos.
- Recursos Humanos con habilidades diferentes organizados (OREDIS – Tumbes), para fomentar la artesanía.

Copia fiel del Original

4.3.2.2. DEBILIDADES.

- Desorganización gremial, escasa utilización de tecnología no permite consolidar la oferta y unificar criterios de producción de acuerdo a la demanda del mercado.
- Escasa capacitación especializada para mejorar la calidad y presentación de los productos acorde a las tendencias actuales para lograr mayor competitividad.
- Escasa Oferta de Productos Artesanales.
- Ausencia de un local para la producción y oferta de las artesanías.
- Existencia de un local para la producción y oferta de las artesanías.
- Contar con maquinaria de producción artesanal en la provincia de Tumbes sin utilizarla.
- Poca predisposición de los artesanos para participar en Ferias y exposiciones artesanales.
- Deficientes mecanismos de publicidad y promoción de los productos artesanales.
- Escasos puntos de venta de productos artesanales en la zona.
- Limitada visión empresarial por parte de los artesanos.
- Artesanos de formación empresarial empírica.

4.3.2.3. OPORTUNIDADES.

- Proximidad de mercados potenciales y posibilidad de incremento del flujo turístico en especial del ecuador, beneficia el desarrollo de la actividad artesanal.
- La región tumbes esta posicionada con un turismo de playas de aguas cálidas que beneficia el desarrollo de actividad artesanal articulada esta al turismo.
- Existe el Plan Estratégico Nacional de Desarrollo Artesanal – PENDAR el cual ha considerado mejorar la calidad artesanal





0000041

GOBIERNO REGIONAL TUMBES
PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL 2014

Nº	UNIDAD ORGANICA	OBJETIVO ESTRATEGICO	OBJETIVO OPERATIVO	PESO RELATIVO %	NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	PRESUPUESTO				MATA OPERATIVA		TAREA / TRABAJO A REALIZ.
						R.O	R.D.R.	CANON	OTROS	UNID. MEDID.	CANTIDAD	
CADENA FUNCIONAL PROGRAMATICA : ACCIONES PROMOCIONALES DE TURISMO INTERNO FUNCION : 09- DIR. REG. DE COMER. EXT. Y TURIS. PROGRAMA FUNCIONAL SUB PROGRAMA FUNC. 002 0045 UNIDAD ORGANICA : DIRECCION DE TURISMO												
LINEAMIENTOS DE POLITICA : Promoción del Turismo Receptivo e Interno a Nivel Regional, Nacional e Internacional OBJETIVOS OBJETIVO GENERAL : Lograr que el Destino Tumbes sea Competitivo y Sostenible OBJETIVO ESPECIFICO : Desarrollar a la Región Tumbes como un destino turístico competitivo, inclusivo y sostenible.												
01		Estudiantes de Institución Educativa de nivel secundaria de la Región Tumbes sensibilizadas.	Educandos de Institución Educativa de secundaria con identidad turística Regional.		1.1 Talleres de Cultura turística y medio ambiente a estudiantes de secundaria.	36,000				TALLERES	36	Talleres de Cultura turística y medio ambiente a estudiantes de secundaria.
02		Prestación de servicios de calidad por los prestadores de servicios turísticos.	Vigilar la calidad de los servicios turísticos.		2.1 Supervisiones a los prestadores de Servicios Turísticos.	6,000				INSPECCION	60	Supervisiones a los prestadores de Servicios Turísticos.
03	DIRECCION DE TURISMO	Actualizar la jerarquización y categorización de los atractivos turísticos de la Región Tumbes.	Inventario de atractivos turísticos de la Región Tumbes actualizado.		3.1 Actualización del inventario de atractivos turísticos de la Región Tumbes	5,000				JERARQUIZAR Y CATEGORIZAR	10	Actualización del inventario de atractivos turísticos de la Región Tumbes
04		Fomentar el desarrollo de la actividad turística en un entorno competitivo viabilizando el desarrollo sostenible a nivel regional.	Prestadores de Servicios Turísticos Capacitados y sensibilizados.		4.1 Fortalecimiento de la Cultura Turística en los Prestadores de Servicio Turístico.	10,000				CURSO	2	Fortalecimiento de la Cultura Turística en los Prestadores de Servicio Turístico.
05		Promocionar y difundir el Seviche como plato tradicional de la Región Tumbes y Patrimonio Cultural del Perú.	Difundir el seviche como plato emblemático de Tumbes a nivel Regional, Nacional e Internacional.		5.1 V Festival del Seviche.	50,000				EVENTO	1	V Festival del Seviche.



Copia fiel del Original



0000041

10.4 FEB 2014

GOBIERNO REGIONAL TUMBES
PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL 2014

Nº	UNIDAD ORGANICA	OBJETIVO ESTRATEGICO	OBJETIVO OPERATIVO	PESO RELATIVO %	NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	PRESUPUESTO				MATA OPERATIVA		TAREA / TRABAJO A REALIZ.
						R.O	R.D.R.	CANON	OTROS	UNID. MEDID.	CANTIDAD	
06	DIRECCIÓN DE TURISMO	Promoción y difusión del potencial turístico de la Región Tumbes.	Promover y revalorar la importancia turística de la Región Tumbes.		7.1 Realización de la XX Semana Turística.	50,000				EVENTO	1	Realización de la XX Semana Turística.
07		Obtener Alianzas Estratégicas con instituciones públicas y privadas.	Integración de las diferentes escuelas y facultades de turismo de universidades, institutos y ceos de Tumbes.		8.1 Firma de Convenios.	-				GESTIÓN	4	Firma de Convenios.
08		Contribuir al fortalecimiento de la facilitación turística en el Departamento de Tumbes.	Brindar información turística sobre los atractivos turísticos de la Región Tumbes.		9.1 Campaña de Facilitación Turística.	1,000				JORNADA	2	Campaña de Facilitación Turística.
09		Propiciar el desarrollo del Turismo de Playa y la Calidad de estos destinos turísticos.	Crear las condiciones necesarias para satisfacción de los turistas.		10.1 Campaña de Limpieza de playa.	1,000				JORNADA	1	Campaña de Limpieza de playa.
					TOTAL	159,000						



Copia fiel del Original



ACTIVIDADES DEL PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL DE COMERCIO EXTERIOR 2014

LINEA ESTRATEGICA: Promover el Comercio Exterior.
 PROGRAMA FUNCIONAL: 022
 SUBPROGRAMA FUNCIONAL: 006

OBJETIVO ESPECIFICO: Fortalecer las Capacidades Productivas y Empresariales en Comercio Exterior de la Region Tumbes.

UNIDAD ORGANICA: DIRECCION DE COMERCIO EXTERIOR

PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL 0000041

10 4 FEB 2014

UNIDAD ORGANICA	OBJETIVO ESTRATEGICO	OBJETIVO OPERATIVO	PESO RELATIVO %	NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	PRESUPUESTO			META OPERATIVA		TAREA / TRABAJO A REALIZ.
					R.O.	CANON	OTROS	UNID. MEDID.	CANTIDAD	
DIRECCION DE COMERCIO EXTERIOR	Contar con un marco que permita la aplicacion de mecanismos eficaces de facilitacion de Comercio Exterior.	Promover el Desarrollo de Comercio Exterior en la Region Tumbes		FACILITACION DE COMERCIO-Actualizacion del plan estrategico regional de exportacion(PFX)	5/35.000.00			ordenanza regional	1	Jornadas de trabajo para generar la actualizacion del PFX con un plan regional.
DIRECCION DE COMERCIO EXTERIOR								Jornadas	1	Realizar actividades de trabajo.
DIRECCION DE COMERCIO EXTERIOR	Desarrollar una cultura exportadora con vision global y estrategias que fomenten capacidades.	Promover el fortalecimiento de las unidades productivas de la region.		CULTURA EXPORTADORA. Cursos, talleres a las PYMES.	5/10.000.00			Jornadas	2	Jornadas y talleres de capacitacion.
DIRECCION DE COMERCIO EXTERIOR								Jornadas	2	Jornadas de trabajo con la DRET, Ugeles e Instituciones Educativas.
DIRECCION DE COMERCIO EXTERIOR	Desarrollar una cultura exportadora con vision global y estrategias que fomenten capacidades.	Promover el fortalecimiento de las unidades productivas de la region.		Desarrollo del programa de capacitacion viernes del Exportador.	5/10.000.00			Jornadas	3	Talleres y jornadas de trabajo.
DIRECCION DE COMERCIO EXTERIOR								Jornadas	3	Jornadas de trabajo
DIRECCION DE COMERCIO EXTERIOR	Lograr una Oferta estrategicamente diversificada con significativo valor agregado, calidad y volúmenes que permitan tener presencia competitiva en los Mercados Internacionales.	Promover el Desarrollo de Comercio Exterior en la Region Tumbes		OFERTA EXPORTABLE. Gestion de asistencia tecnica y BPM para Banano Organico, Cacao, Limon, Arroz, Productos Hidrobiologicos, con las mesas tecnicas.	5/20.000.00			Jornadas	5	Jornadas de trabajo de capacitaciones.
DIRECCION DE COMERCIO EXTERIOR								Jornadas de Capacitacion	5	Jornadas y talleres de sensibilizacion.
DIRECCION DE COMERCIO EXTERIOR	Diversificar y consolidar la presencia de las empresas, productos y servicios peruanos en los mercados de destinos priorizados.	Promover y fortalecer el Comercio Exterior		MERCADOS Promocionar los productos de la region, Cacao, Limon, Banano organico, Arroz en eventos Nacionales e Internacionales.	5/20.000.00			Ferias	2	Participacion en Ferias Regionales y Nacionales
DIRECCION DE COMERCIO EXTERIOR								Ferias	2	Participacion en Ferias Regionales y Nacionales
TOTAL ACTIVIDADES Y PRESUPUESTO EN SOLES					9				22	



Copia fiel del Original



GOBIERNO REGIONAL TUMBES

PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL 2014

LINEAMIENTOS DE POLÍTICA:
Fomentar y desarrollar proyectos, programas y otros mecanismos para promover la competitividad y productividad de la Actividad de la Región Tumbes.

OBJETIVOS: 0000041 Promover el Desarrollo de la Actividad Artesanal en la Región Tumbes
OBJETIVO GENERAL: Fortalecer las Capacidades Técnicas, Productivas y Empresariales de los Artesanos de la Región.

CADENA FUNCIONAL DE PLANIFICACIÓN: ACCIONES DE PROMOCIÓN EN ARTESANÍA

FUNCION : 09 - DIREC. REG. DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO - TUMBES

PROGRAMA FUNCIONAL : 022

SUB PROGRAMA FUNCIONAL : 008

UNIDAD ORGANICA : DIRECCION DE ARTESANIA

Nº ORD.	UNIDAD ORGNICA	OBJETIVO ESTRATEGICO	OBJETIVO OPERATIVO	PESO RELATIVO %	NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	PRESUPUESTO			META OPERATIVA		TAREA/TRABAJO A REALIZAR	
						R.O.	R.D.R.	CANON	OTROS	UNID. MED.		CANT.
1	Dirección de Artesanía	Fortalecimiento Institucional en el ámbito regional.	Promover la implementación plena de la Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal		Actualizar el PERDAR Tumbes al 2021 alineado al PENDAR...	S/. 20,000.00	0	0	0	Ordenanza Regional	1	Taller(s)
					Implementar el COREFART de la región.	S/. 1,000.00	0	0	0	Ordenanza Regional	2	Jornada
					Cumplir la creación e implementación de los Consejos Locales de Fomento Artesanal - COLOFAR	S/. 1,000.00	0	0	0	Accion	4	Jornada
			Lograr la articulación y alineamiento con los principales sectores y entidades públicas involucradas en el sector artesania y fortalecer la coordinación y comunicación con entidades privadas involucradas en el sector.		Realizar convenios y coordinaciones necesarias, con las entidades públicas y privadas, para la implementación del PERDAR: Univ. César Vallejo Pedagógico - PRODUCC (MI EMPRESA) y Operadores Turísticos.	S/. 2,000.00	0	0	0	Convenio	3	Jornada
2	Dirección de Artesanía	Incorporar a los artesanos, empresas artesanales y asociaciones de artesanos de la región en el Registro Nacional del Artesano	Contar con una data para la estadística del sector artesanal e impulsar los programas de promoción artesanal		Inscripción de los artesanos y asociaciones artesanales en el Reistro Nacional de Artesano (RNA)	S/. 2,000.00	0	0	0	Documento	30	Difusión
3	Dirección de Artesanía	Fortalecer las empresas de artesanía y la asociatividad en el sector, en el ámbito regional.	Fortalecer a las empresas y asociaciones de artesanía y promover emprendimiento en artesanía		Diseñar e implementar un programa de desarrollo de capacidades empresariales para las asociaciones de artesanía en la región, con apoyo de PRODUCE (MI EMPRESA)	S/. 3,000.00	0	0	0	Talleres	2	Jornada
		VAN...			SUB TOTAL	S/. 29,000.00	0	0	0			



Copia fiel del Original



GOBIERNO REGIONAL
PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL 2014

01 FEB 2014

FUNCION : 09 - DIREC. REG. DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO - TUMBES
PROGRAMA FUNCIONAL : 022
SUB PROGRAMA FUNCIONAL : 008
UNIDAD ORGANICA : DIRECCION DE ARTESANIA

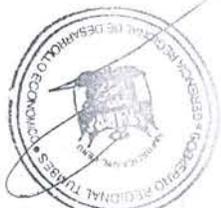
LINEAMIENTOS DE POLITICA:
Fomentar y desarrollar proyectos, programas y otros mecanismos para promover la competitividad y productividad de la Actividad de la Región Tumbes.
Promover el Desarrollo de la Actividad Artesanal en la Región Tumbes
Fortalecer las Capacidades Técnicas, Productivas y Empresariales de los Artesanos de la Región.

OBJETIVOS: 00000041
OBJETIVO GENERAL:

Nº ORD.	UNIDAD ORGANICA	OBJETIVO ESTRATEGICO	OBJETIVO OPERATIVO	PESO RELATIVO %	NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	PRESUPUESTO					META OPERATIVA		TAREA/TRABAJO A REALIZAR	
						R.O.	R.D.R.	CANON	OTROS	UNID. MED.	CANT.			
VIENEN...						S/.	29,000.00	0	0	0	0			
4	Direccion de Artesania	Preservar el valor cultural de la artesanía regional, para su puesta en valor	Promover la mejora de la estructura y organización de premiaciones para revalorizar al artesano regional.		Premiaciones y reconocimientos a la labor del artesano por el Dia del Artesano Peruano.	S/.	10,000.00	0	0	0	0	Resoluciones	5	Jornada
					IV Concurso Artesanal Regional	S/.	8,000.00	0	0	0	0	Acción	1	Jornada
					II Concurso de Nacimientos Navideños "Navidad es Jesús"	S/.	8,000.00	0	0	0	0	Acción	1	Jornada
5	Direccion de Artesania	Impulsar la innovación, la calidad y la productividad de la oferta de artesanía regional de acuerdo a los requerimientos del mercado.	Impulsar la mejora de diseños y desarrollo de productos artesanales.		Difundir a las asociaciones artesanales los concursos actuales y nuevos concursos de diseño y desarrollo de productos que promueva el MINCETUR y otras instituciones.	S/.	2,000.00	0	0	0	0	Documento	30	Difusión
					Brindar asistencia técnica por línea artesanal para mejorar la mano de obra del artesano.	S/.	15,000.00	0	0	0	0	Talleres	2	Jornada
SUB TOTAL						S/.	72,000.00	0	0	0	0			



Copia fiel del Original



GOBIERNO REGIONAL
PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL 2014

11 FEB 2014

CADENA FUNCIONAL PROGRAMATICA: ACCIONES DE PROMOCION EN ARTESANIA
 FUNCION : 09 - DIREC. REG. DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO - TUMBES
 PROGRAMA FUNCIONAL : 022
 SUB PROGRAMA FUNCIONAL : 008

LINEAMIENTOS DE POLITICA:
 Fomentar y desarrollar proyectos, programas y otros mecanismos para promover la competitividad y productividad de la Actividad de la Region Tumbes.
 OBJETIVOS: **00000041** Promover el Desarrollo de la Actividad Artesanal en la Region Tumbes
 OBJETIVO GENERAL: Fortalecer las Capacidades Técnicas, Productivas y Empresariales de los Artesanos de la Region.

UNIDAD ORGANICA : DIRECCION DE ARTESANIA

ORD.	UNIDAD ORGANICA	OBJETIVO ESTRATEGICO	OBJETIVO OPERATIVO	PESO RELATIVO %	NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	PRESUPUESTO				META OPERATIVA		TAREA/TRABAJO A REALIZAR		
						R.O.	R.D.R.	CANON	OTROS	UNID.MED.	CANT.			
VIENEN...														
6	Dirección de Artesanía	Contribuir a la tecnificación y profesionalización del artesano y otros actores del sector en el ámbito regional.	Crear el Sistema de Certificación de Competencias del Artesano.		Certificar anualmente tres artesanos de la región, por línea artesanal priorizada.	S/.	3,000.00	0	0	0		Documento	3	Inspección
7	Dirección de Artesanía	Propiciar y fortalecer la inversión en el sector, el financiamiento a las unidades artesanales y la cobertura social en el sector artesanal en el ámbito regional.	Promover que los artesanos estén informados sobre los mecanismos de acceso a financiamiento a unidades productivas.		Diffundir las condiciones necesarias para que los artesanos estén informados sobre los mecanismos de acceso al financiamiento.	S/.	3,000.00	0	0	0		Notas de Prensa y/o charlas	15	Difusión Jornada
TOTAL GENERAL						S/.	78,000.00	0	0	0				



Copia fiel del Original