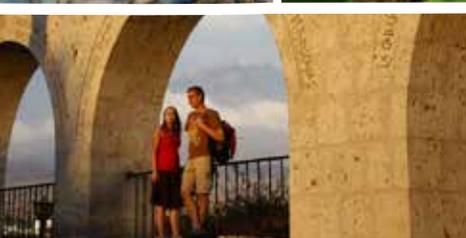


Agenda:

# Desarrollo e Innovación de Productos Turísticos en Regiones 2014



PERÚ

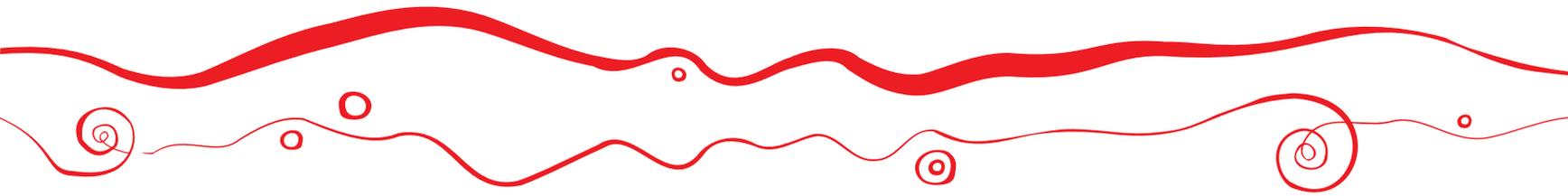
Ministerio de  
Comercio Exterior  
y Turismo





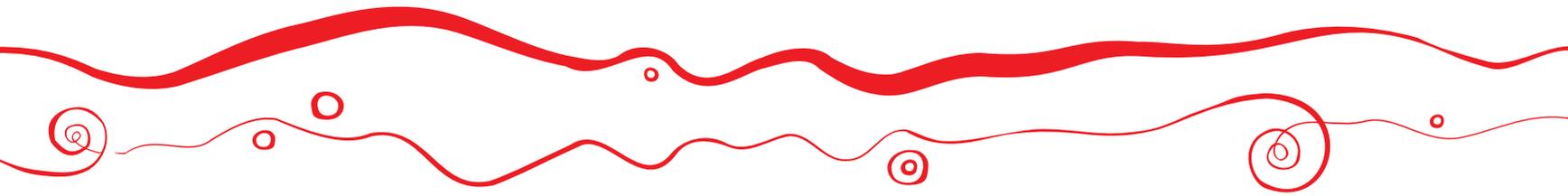




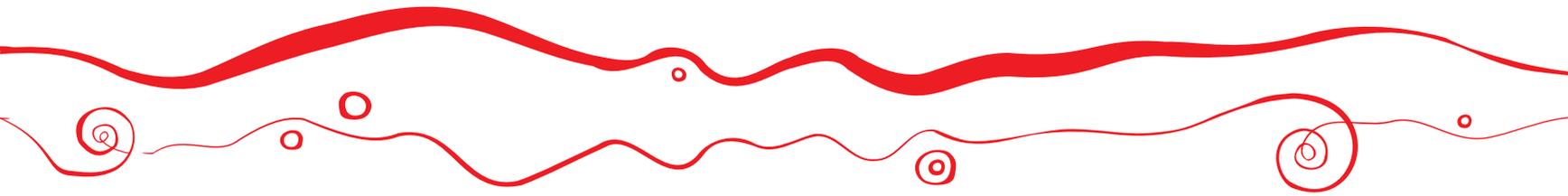


## Contenido

⊙ <b>Presentación</b> .....	9
⊙ <b>Prólogo</b> .....	11
⊙ <b>AMAZONAS</b>	
<i>Chachapoyas: Fe, Tradición y Cultura</i> .....	13
⊙ <b>ANCASH</b>	
<i>Vive la Cordillera Blanca</i> .....	19
⊙ <b>APURÍMAC</b>	
<i>Tierra de los Chancas</i> .....	25
⊙ <b>AREQUIPA</b>	
<i>Centro Histórico: Cultura y Sillar</i> .....	31
⊙ <b>AYACUCHO</b>	
<i>Ayacucho, Ciudad de las Iglesias</i> .....	37
⊙ <b>CAJAMARCA</b>	
<i>Cajamarca: La Ciudad del Encuentro de Dos Mundos</i> .....	43
⊙ <b>CALLAO</b>	
<i>Callao Monumental</i> .....	49

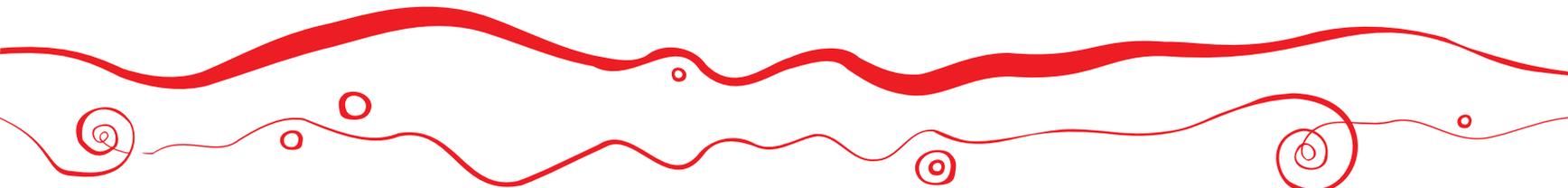


⊙ <b>CUSCO</b>	
<i>Machu Picchu, más de lo que ya conoces</i> .....	55
⊙ <b>HUÁNUCO</b>	
<i>Tingo María, Aventura al natural</i> .....	61
⊙ <b>HUANCAVELICA</b>	
<i>Descubriendo Huancavelica: Cultura y Naturaleza</i> .....	67
⊙ <b>ICA</b>	
<i>Ruta Ecoturística: Del mar al desierto (Pisco – Paracas)</i> .....	73
⊙ <b>JUNÍN</b>	
<i>Şatipo, la Selva que no conoces</i> .....	79
⊙ <b>LA LIBERTAD</b>	
<i>Los Dioses del Mar</i> .....	85
⊙ <b>LAMBAYEQUE</b>	
<i>Bosques y Pirámides de Lambayeque</i> .....	91
⊙ <b>LIMA</b>	
<i>Lunahuaná, Canotaje y Ruta del pisco</i> .....	97
⊙ <b>LORETO</b>	
<i>Ruta de las Casonas de la Época del Caucho</i> .....	103



◎ <b>MADRE DE DIOS</b>	
<i>Corredor Turístico: Tambopata – Ciudad</i> .....	109
◎ <b>MOQUEGUA</b>	
<i>Moquegua, Capital de Dulces y Pisco</i> .....	115
◎ <b>PASCO</b>	
<i>Oxapampa, Selva Encantadora</i> .....	121
◎ <b>PIURA</b>	
<i>Observación de fauna marina, aves y naturaleza</i> .....	127
◎ <b>PUNO</b>	
<i>Puno, Ciudad del Lago</i> .....	133
◎ <b>SAN MARTÍN</b>	
<i>Morro de Calzada: Mirador del Altomayo</i> .....	139
◎ <b>TACNA</b>	
<i>Corredor turístico Valle Viejo - Miculla</i> .....	145
◎ <b>TUMBES</b>	
<i>Playas de Tumbes: Zorritos - Punta Sal</i> .....	151
◎ <b>UCAYALI</b>	
<i>Yarinacocha: Cuna del Camu Camu</i> .....	157





## Presentación

El turismo es uno de los sectores que, cuando se trabaja con responsabilidad como lo venimos haciendo, se convierte en un enorme motor de inclusión y progreso de las poblaciones más alejadas de nuestro país. Por ello, estoy convencido de la importancia de la actividad turística como elemento clave para el crecimiento y desarrollo del Perú.

Nuestra política de inclusión social en el turismo, se sustenta en el desarrollo de programas que buscan contribuir a la reducción de la pobreza, promover la generación de ingresos y estimular las oportunidades económicas asociadas con las comunidades establecidas a lo largo y ancho de nuestro país. De esta forma, los Programas Turismo Rural Comunitario, Al Turista Lo Nuestro y De Mi Tierra un Producto, tienen como objetivo hacer de estas comunidades locales los principales receptores de los beneficios del turismo.

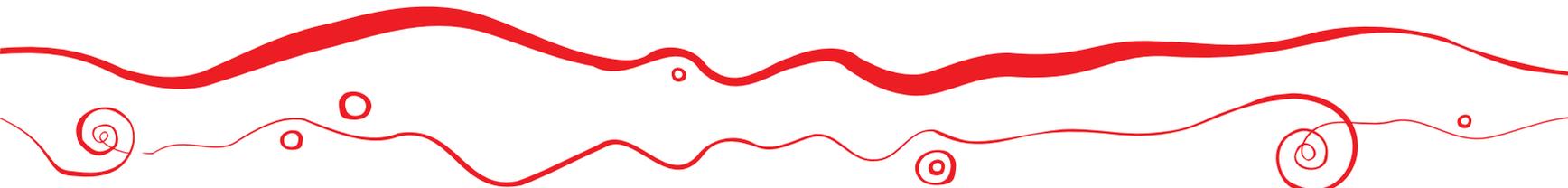
Son diversos los efectos positivos producidos por el turismo. Desde la generación de ingresos, el incremento del empleo y la mejora de la calidad de vida de la población, hasta la exposición en el Perú y el mundo de nuestra mejor imagen como Destino turístico que concentra en sus múltiples formas de vida y maravillas naturales, la oportunidad de ofrecer al Turista la mejor de las experiencias. Por ello tenemos el compromiso de promover el desarrollo de la actividad turística.

El Perú es uno de los países que ofrece la mayor variedad y riqueza de manifestaciones artesanales, que con orgullo se muestran en distintas manifestaciones a lo largo y ancho del país. Por tal motivo es imprescindible apoyar a los miles de artesanos del Perú para que sus productos se vinculen más directamente con los mercados, generando mayores ingresos directos para ellos. A través del turismo estamos trabajando en diversas iniciativas para lograrlo.

A los programas de inclusión ya referidos, se suman nuestros objetivos de diversificación de la oferta turística, mediante el desarrollo de nuevos productos. En ese marco, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo ha iniciado, a fines del año pasado, un proceso que concreta el esfuerzo de todos los actores públicos y privados de diversos sectores, permitiendo particularmente a los gobiernos regionales y locales y a la población vinculada, la oportunidad de resaltar sus atractivos turísticos y promover el dinamismo económico local a través de productos turísticos bien estructurados, que no sólo les brinde los beneficios que la actividad turística genera en sus territorios, sino además contribuyan a esa motivación humana promovida por la Cultura del Encuentro que nos alienta a recorrer el Perú y reconocer su progreso.

**Ollanta Humala Tasso**  
Presidente de la República del Perú





## Prólogo

Desarrollar un producto turístico requiere de una serie de elementos y esfuerzos. Por tal motivo, en noviembre del 2013, el MINCETUR convocó a instituciones educativas con especialización en turismo a una primera reunión de trabajo con el objetivo de diseñar conjuntamente una metodología que condujera a la creación de productos turísticos regionales en cada una de las 25 regiones del Perú. A partir de ese momento se mantuvieron coordinaciones que permitieron al Mincetur incorporar las sugerencias y observaciones de las diversas instituciones académicas que fueron enriqueciendo los planteamientos iniciales.

Después de algunas semanas de coordinaciones, el 4 de diciembre se reunieron en Lima representantes de instituciones públicas y privadas de cada una de las regiones, destacando la participación de la academia, autoridades regionales y municipales, Congresistas de La República, empresarios del rubro hotelero, operadores turísticos, agencias de viajes, Promperú y Mincetur, siendo importante destacar el gran apoyo y participación activa de los principales gremios de la actividad turística nacional.

El objetivo era establecer, a través del diálogo e intercambio de planteamientos, cuáles eran, en la perspectiva de los actores locales de cada región, los productos turísticos a ser desarrollados. Así, cada mesa regional concluyó la jornada de trabajo presentando un plan de acción en el que se identificaba de manera consensuada un producto turístico nuevo o el fortalecimiento de uno ya existente que contribuyera a la diversificación de la oferta turística regional dirigida al turismo interno y/o receptivo.

Una vez planteados los productos regionales, se definieron las responsabilidades de las distintas partes que habían intervenido en cada una de las mesas, estableciéndose un cronograma para la ejecución de las responsabilidades encomendadas y fechas para los encuentros de los miembros de las mesas en cada una de las regiones para evaluar los avances en cada caso y definir los pasos siguientes. Las 25 mesas regionales acordaron realizar dos reuniones macro-regionales antes de la nueva reunión nacional a desarrollarse en diciembre de 2014. Por ello, cumpliendo con dichos acuerdos, durante el mes de mayo se realizarán encuentros macro regionales en las ciudades de Tacna, Huancayo y Trujillo, correspondientes a las regiones sur, centro y norte, respectivamente.

El Segundo Encuentro Nacional para el Desarrollo de Productos Turísticos se llevará a cabo en diciembre de 2014. En él se presentarán los productos terminados planteados en el Primer Encuentro Nacional del pasado 4 de diciembre, se definirán los productos turísticos a ser desarrollados en el 2015 y se hará un balance de la agenda pendiente con miras al futuro.

Los invitamos a explorar estos productos turísticos en cada una de nuestras regiones, que en breve serán una maravillosa realidad...

**Magali Silva Velarde -Álvarez**  
Ministra de Comercio Exterior y Turismo





# Chachapoyas: Fe, Tradición y Cultura

**AMAZONAS**

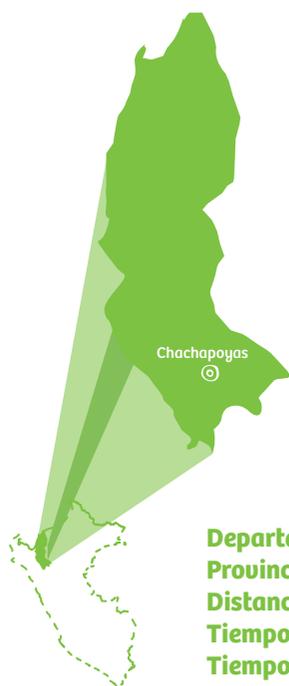
# Embellecimiento del Centro histórico de Chachapoyas y del pueblo artesanal de Huancas



La intervención permitirá señalar los puntos de interés comprendidos en el city tour Chachapoyas, ciudad colonial de arquitectura tradicional, con calles empedradas, hermosas casonas típicas e interesantes museos llenos de historia y tradición; además de señalar el acceso al pueblo alfarero de Huancas.

Otras acciones previstas son la mejora paisajística - turística del centro de la ciudad histórica de Chachapoyas, mediante el pintado de fachadas y mejora del mobiliario urbano; así como la implementación de las buenas prácticas para la mejora de la calidad en la prestación de los servicios turísticos de los rubros de hospedaje y restauración.

## UBICACIÓN DEL PROYECTO



**Departamento:** Amazonas  
**Provincia:** Chachapoyas  
**Distancia desde Lima:** 1185 Km  
**Tiempo por tierra:** 22 horas (bus)  
**Tiempo por aire:** 1 hora (De Tarapoto)

## DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

### TIPO DE PRODUCTO

Historia  
Naturaleza  
Cultura viva  
Religioso

### ATRATIVOS PRINCIPALES

Centro Histórico Ciudad de Chachapoyas  
Museo Santa Ana, Pozo de Yanayacu, Casa de las Dos Rosas, Casa de Don Toribio Rodríguez de Mendoza, Pueblo de Huancas.

### ATRATIVOS SECUNDARIOS

Pueblo histórico de Levanto  
Museo de Leymebamba

### ACTIVIDADES

Visitas guiadas  
Caminatas  
Observación de flora y fauna  
Participación en la elaboración de artesanía  
Compra de artesanía.



## ENTIDADES INVOLUCRADAS EN EL DESARROLLO DEL PRODUCTO

- ⊙ Municipalidad Provincial de Chachapoyas
- ⊙ Municipalidad Distrital de Huancas
- ⊙ Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Amazonas
- ⊙ Cámara Regional de Turismo de Amazonas - CARETUR
- ⊙ Asociación Peruana de Agencia de Viajes y Turismo de Amazonas
- ⊙ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
- ⊙ PromPerú

## RESPALDO REGIONAL



## BENEFICIOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PRODUCTO

- ⊙ Dinamización y diversificación de la economía local.
- ⊙ Generación de oportunidades de inversión.
- ⊙ Incremento del flujo turístico.
- ⊙ Revalorización del patrimonio natural y cultural.



## CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014												
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
<b>DISEÑO DEL PRODUCTO</b>															
Conceptualización de contenidos interpretativos de puntos de recorrido del producto turístico	Diez conceptos interpretativos de puntos de visita del producto turístico	Oferta turística ordenada y con valor interpretativo					⊙	⊙							
Instalación de puntos de interpretación turística	Veinte puntos de interpretación							⊙	⊙	⊙	⊙	⊙			
Desarrollo de una propuesta para la mejora paisajística-turística en la ciudad de Chachapoyas	Una propuesta técnica desarrollada e implementada							⊙	⊙	⊙	⊙	⊙			
Elaboración del guión interpretativo para el desarrollo de la visita.	Un guión interpretativo elaborado.	Determinar el concepto de la experiencia turística					⊙	⊙	⊙						
Actualización e implementación de Plan de Trabajo de la Red de Protección al Turista de Chachapoyas.	Un Plan de Seguridad Turística actualizado e implementado	Mejora de la percepción de seguridad en la zona de visita						⊙	⊙						
<b>ACTIVIDADES CONEXAS</b>															
Implementación del Plan Nacional de Calidad Turística mediante el Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas	Veinte restaurantes capacitadas y veintitrés empresas reciben asistencia técnica	Mejora en la prestación de los servicios turísticos						⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙		
Mejora de la Gestión Empresarial para prestadores de servicios turísticos	Ocho empresas asistidas y diez y nueve empresas monitoreadas							⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙		
Capacitación en la operación y comercialización de productos turísticos en el marco del City Tours Chachapoyas y Huancas	Diez operadores turísticos capacitados	Validar conceptual y operativamente la experiencia turística					⊙	⊙							
Testeo y validación del producto por tour operadores nacionales y regionales	Diez operadores turísticos con capacidad para la operación y comercialización del producto turístico de Amazonas								⊙	⊙					



Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014												
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
<b>PROMOCIÓN</b>															
Sensibilización sobre atractivos turísticos de Chachapoyas (insertos en City Tours y Huancas)	Una campaña orientada a empresas turísticas y actores vinculados con la actividad turística.	Difusión nacional del Producto Turístico				⊙	⊙	⊙	⊙						
Viaje de prensa a la zona de intervención del producto	Cinco publicaciones en prensa.						⊙	⊙							
Difusión del producto en medios virtuales (Redes Sociales PromPerú)	Cinco publicaciones en redes sociales (PromPerú)							⊙	⊙		⊙	⊙	⊙		
Desarrollo de acciones de promoción turística del producto.	Tres actuaciones turísticas en centros comerciales de los principales mercados emisores de turismo ( Trujillo, Chiclayo y Piura)						⊙	⊙							
Elaboración de material promocional del producto de la Región Amazonas	Material de difusión y promoción del producto Chachapoyas (City Tours y Huancas)							⊙	⊙	⊙					
Inclusión del producto turístico en las campañas de turismo de interno	Una campaña promocional que difunde el producto desarrollado	Incorporación del Producto en la oferta turística comercial							⊙	⊙	⊙	⊙	⊙		
Presentación del producto en la Feria Internacional de Turismo Muchik	Seis empresas turísticas y diez negociaciones efectivas de cada una.										⊙				
Presentación del producto en la Feria Internacional de Turismo de Arequipa-AVIT 2014	Seis empresas turísticas y diez negociaciones efectivas de cada una.												⊙		
Presentación del producto turístico en el Workshop de Productos Turísticos del Perú 2014	Un producto presentado y puesto en oferta	Producto turístico incorporado en la oferta comercial												⊙	



Ciudad de Chachapoyas  
Renzo Tasso - PromPerú



Cerámica de Huancas  
Miguel Mejía - PromPerú

“Chachapoyas: Fe, Tradición y Cultura” es el resultado del arduo trabajo de un pueblo que busca mostrar su cultura viva, expresada en sus tradiciones y arte alfarero, enmarcado en paisajes de belleza inconfundible.

# Vive la Cordillera Blanca

**ANCASH**

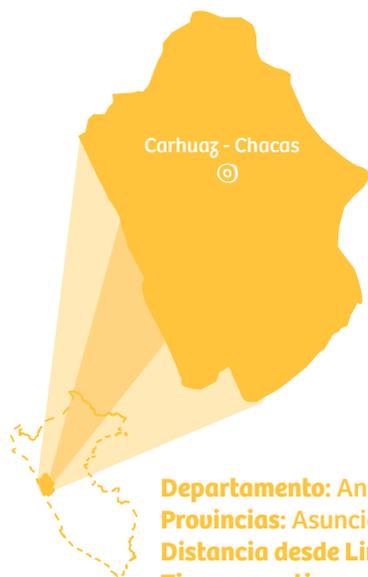
# Mejoramiento de Miradores Turísticos e instalación de paneles interpretativos del producto turístico: Vive la Cordillera Blanca



La intervención consistirá en el mejoramiento de los miradores turísticos ubicados lo largo del recorrido Carhuaz – Chacas, permitiendo al viajero apreciar la majestuosa vista de los nevados de la Cordillera Blanca y ser parte del paisaje montañoso del Parque Nacional Huascarán.

Además, se instalará paneles interpretativos a fin de señalar el recorrido turístico mencionado, facilitando al viajero el camino hacia los pueblos llenos de tradiciones y costumbres religioso – culturales. Finalmente, se iniciarán procesos de mejora en la prestación de los servicios turísticos, se sensibilizará a la población y se orientarán acciones de vigilancia en los accesos y en los atractivos.

## UBICACIÓN DEL PROYECTO



**Departamento:** Ancash  
**Provincias:** Asunción y Carhuaz  
**Distancia desde Lima:** 524 Km  
**Tiempo por tierra:** 8 horas (bus)  
**Tiempo por aire:** 1 hora (Lima- Huaraz)

## DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

- ⊙ **TIPO DE PRODUCTO**  
Naturaleza  
Cultura viva
- ⊙ **ATRATIVOS PRINCIPALES**  
Parque Nacional Huascarán  
Mirador del Huascarán  
Pueblo de Chacas  
Callejón de Huaylas
- ⊙ **ATRATIVOS SECUNDARIOS**  
Callejón de Conchucos  
Pueblo de Carhuaz  
Laguna de Auquiscocha  
Catarata de Hualli
- ⊙ **ACTIVIDADES**  
Observación de flora y fauna  
Paseos en acémilas  
Paseos en bicicleta  
Vistas panorámicas  
Participación en actividades comunitarias  
Compra de artesanías  
Trekking



## ENTIDADES INVOLUCRADAS EN EL DESARROLLO DEL PRODUCTO

- ⊙ Gobierno Regional de Ancash
- ⊙ Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Ancash
- ⊙ Asociación Ancash
- ⊙ Swisscontact
- ⊙ Cooperativa Artesanal Don Bosco
- ⊙ Servicio Nacional de Áreas Protegidas por el Estado-SERNANP
- ⊙ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
- ⊙ PromPerú

## RESPALDO REGIONAL

SGR  
REG. DOC. 0001111111  
REG. EXP. 1111111111

"Alianza de la Promoción de la Industria Responsable y del Comercio Ético"

Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo

25 FEB 2014

OFICIO N° 0377 /2014-GRA-ANCASH-PTRE

Señora  
**MAGALI SILVA VELARDE-ÁLVAREZ**  
Ministra de Comercio Exterior y Turismo  
Presente.

Asunto: Implementación del Producto Turístico "Vive la Cordillera Blanca"

De mi consideración:

Tengo el agrado de dirigirme a Usted a fin de hacer de su conocimiento que el Gobierno Regional de Ancash, comprometido con el desarrollo turístico de la región, ha priorizado la implementación del producto turístico "Vive la Cordillera Blanca", identificado por los representantes del sector público y privado de la región, durante la jornada de trabajo convocada por el MINCETUR el pasado 04 de diciembre.

En tal sentido, ponemos en conocimiento que en cumplimiento de los acuerdos tomados en el referido evento, el Gobierno Regional de Ancash, a través de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Ancash, se compromete a garantizar el cumplimiento de las actividades identificadas en el Plan de Trabajo elaborado para la implementación del producto turístico, con el objetivo de innovar y diversificar la oferta turística en nuestra región.

En otro particular, hago propicia la ocasión para manifestarle los sentimientos de mi consideración y estima.

Atentamente,

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO  
DESPECHO MINISTERIAL  
27 FEB 2014  
RECEPCION

REPUBLICA DEL PERÚ  
GOBIERNO REGIONAL DE ANCASH  
SR. MAGALI SILVA VELARDE-ÁLVAREZ  
MINISTRA DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO  
PRESIDENTE

MINCETUR RECIBIDO  
27 FEB 2014  
OFICINA ROSAS GRANADA  
OFICINA DE TRÁFICO COMERCIAL Y TURISMO

Comunicación Vial por Intermedios (Calle) 9 (2011) (111) - 1111111111 Email: direccion@grancor.gov.pe  
Módulo Graf. Nº 011 (Calle) 9 (2011) (111) - 1111111111

## BENEFICIOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PRODUCTO

- ⊙ Fortalecimiento de la oferta turística local.
- ⊙ Integración de las comunidades en la actividad turística.
- ⊙ Generación de oportunidades laborales.
- ⊙ Revalorización de la zona intervenida.
- ⊙ Promoción del producto.
- ⊙ Incremento del flujo turístico .





Acción	Meta	Resultado	Periodo de ejecución 2014											
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
<b>PROMOCIÓN</b>														
Montaje de exposición fotográfica en Huaraz y Lima	Dos exposiciones fotográficas	Difusión y posicionamiento de los valores diferenciales del producto turístico propuesto					⊙	⊙	⊙	⊙				
Diseño de material promocional del producto turístico	Determinación de la línea gráfica del producto								⊙	⊙	⊙	⊙		
Instalación de paneles publicitarios en Lima y Huaraz	Diez paneles publicitarios en Lima y seis paletas publicitarias en Huaraz											⊙	⊙	⊙
Difusión del producto turístico entre agentes de intermediación (operadores y agencias de viajes) prensa local y otros segmentos (colegios)	Treinta agentes de intermediación, cinco medios de comunicación										⊙	⊙		
Participación en la Feria Escolar y Universitaria descentralizada Macro Región Centro	Una campaña de turismo interno (feria)	Incorporación del producto en la oferta turística comercial						⊙	⊙	⊙	⊙			
Realización de Fam Trip a Operadores Turísticos	Diez operadores turísticos incluyeron este producto en su oferta.										⊙			
Realización de Press Tour	Quince rebotes en prensa escrita y televisiva											⊙		
Participación en campañas de promoción	Una campaña promocional										⊙	⊙	⊙	⊙
Presentación del producto turístico en el Workshop de Productos Turísticos del Perú 2014	Un producto presentado y puesto en oferta	Producto turístico incorporado en la oferta comercial												⊙



Vitrals de Chacas  
Dirección Ancash



Religiosidad en Chacas  
PromPerú

“Vive la Cordillera Blanca” mostrará en toda su plenitud los diversos matices y singulares atractivos de este destino para posicionarlo como uno de los favoritos, tanto para los amantes de la naturaleza y la aventura como para quienes valoran la cultura y las tradiciones.



# Tierra de los Chancas

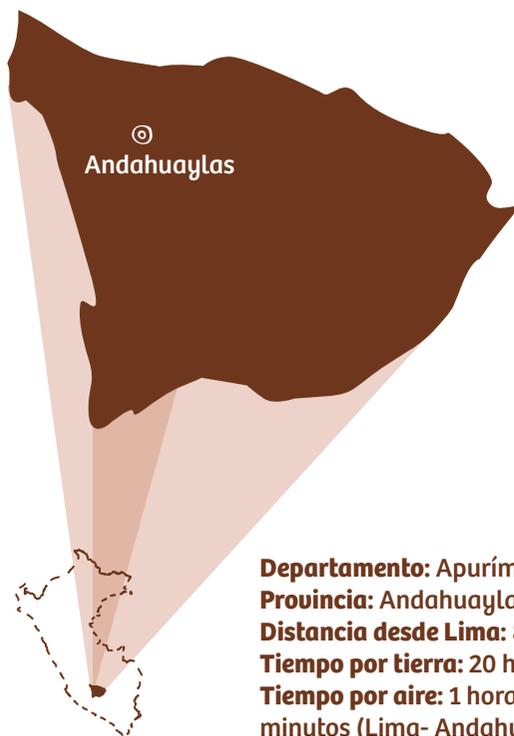
**APURÍMAC**

# Instalación de paneles de interpretación turística en el Centro Histórico de Andahuaylas, Laguna Pacucha y Centro Arqueológico de Sónдор



La intervención permitirá señalar los principales atractivos de Andahuaylas, Laguna de Pacucha y el Sitio Arqueológico de Sónдор. Ello contribuirá a destacar los escenarios que caracteriza a la “Tierra de los Chancas”, resaltando su amplio legado cultural e histórico, así como el medio natural que los rodea. Asimismo, se implementarán procesos de mejora en la prestación de los servicios turísticos, se desarrollarán itinerarios de visita, se impulsará la correcta disposición de residuos sólidos y se orientarán acciones de control en los accesos y en los atractivos.

## UBICACIÓN DEL PROYECTO



**Departamento:** Apurímac  
**Provincia:** Andahuaylas  
**Distancia desde Lima:** 832 Km  
**Tiempo por tierra:** 20 horas (bus)  
**Tiempo por aire:** 1 hora 20 minutos (Lima- Andahuaylas)

## DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

- ⊙ **TIPO DE PRODUCTO**  
Cultura  
Naturaleza  
Aventura
- ⊙ **ATRATIVOS PRINCIPALES**  
Conjunto Arqueológico de Sónдор  
Laguna de Pacucha
- ⊙ **ATRATIVOS COMPLEMENTARIOS**  
Ciudad de Andahuaylas: Plaza de Armas, Templo de San Pedro, Paccha de José María Arguedas
- ⊙ **ACTIVIDADES**  
Visita a complejos arqueológicos  
Paseos en bote  
Caminatas  
Parapente  
Observación de flora y fauna



## ENTIDADES INVOLUCRADAS EN EL DESARROLLO DEL PRODUCTO

- ⊙ Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Apurímac
- ⊙ Dirección Subregional de Comercio Exterior y Turismo de Andahuaylas
- ⊙ Cámara de Turismo de Andahuaylas.
- ⊙ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
- ⊙ PromPerú

## BENEFICIOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PRODUCTO

- ⊙ Mejora de la experiencia de visita.
- ⊙ Revalorización del patrimonio cultural y natural.
- ⊙ Diversificación de la oferta turística de Apurímac.

## RESPALDO REGIONAL



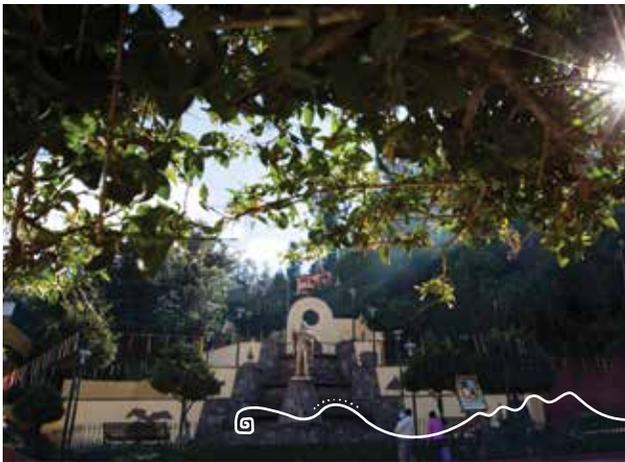


## CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014											
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
<b>DISEÑO DEL PRODUCTO</b>														
Instalación de puntos de interpretación (atractivos de ciudad, Complejo Arqueológico de Sónдор y Laguna Pacucha)	Diez puntos de interpretación	Oferta Turística ordenada, con disposición de información y con valor interpretativo				⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙		
Instalación de mapas de interpretación del producto turístico	Dos mapas interpretativos					⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙		
Elaboración de Itinerario de visita (guión interpretativo de visita)	Un guión elaborado	Establecer un itinerario que permita disfrutar de una experiencia turística inolvidable.				⊙	⊙							
<b>ACTIVIDADES CONEXAS</b>														
Limpieza de residuos en sitios turísticos	Dos sitios turísticos	Sitios turísticos adecuados para visitantes			⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙
Vigilancia en los accesos y atractivos turísticos	Un Plan de vigilancia	Percepción de seguridad en el recorrido turístico								⊙	⊙	⊙	⊙	⊙
Desarrollo de Buenas Prácticas para prestadores de servicios turísticos	Veinte empresas capacitadas	Prestadores Turísticos aplican buenas practicas							⊙	⊙				



Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014													
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D		
<b>PROMOCIÓN</b>																
Diseño de material informativo y promocional del producto turístico	Elaboración de material informativo y promocional del producto	Difusión y posicionamiento de los valores diferenciales del Producto "Tierra de los Chancas"										⊙	⊙			
Realización de Press Tour	Un Press Tour realizado										⊙					
Seminario turístico: "Apurímac, Tierra de los Chancas"	Treinta agentes de intermediación (operadores y agencias de viajes) conocen el Producto Turístico												⊙			
Presentación del producto turístico en el Workshop de Productos Turísticos del Perú 2014	Un producto presentado y puesto en oferta	Producto turístico incorporado en la oferta comercial													⊙	



Tumba de J.M. Arguedas  
Miguel Mejía - PromPerú



Complejo Arqueológico de Sónдор  
Miguel Mejía - PromPerú

La “Tierra de los Chancas” ofrecerá la experiencia de descubrir una cultura milenaria arraigada en un paisaje andino inexplorado y de cautivadora belleza para los visitantes.



# Centro Histórico: Cultura y Sillar

**AREQUIPA**

# Embellecimiento del Centro Histórico de Arequipa



La intervención permitirá mejorar el entorno del Centro Histórico de la ciudad de Arequipa, a través del ordenamiento del tránsito vehicular, el retiro de letreros y la limpieza de monumentos, calles y veredas.

Asimismo, se capacitará a los prestadores de servicios turísticos en Buenas Prácticas en gestión del servicio, se sensibilizará a la población local y se desarrollarán itinerarios para el recorrido nocturno.

## UBICACIÓN DEL PROYECTO



**Departamento:** Arequipa  
**Provincia:** Arequipa  
**Distancia desde Lima:** 1030 Km  
**Tiempo por tierra:** 15 horas (bus)  
**Tiempo por aire:** 1 hora 25 minutos

## DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

- ⊙ **TIPO DE PRODUCTO**  
Descanso y relax  
Cultura - Historia
- ⊙ **ATRATIVOS PRINCIPALES**  
Centro Histórico de Arequipa, Catedral de la Ciudad de Arequipa, Iglesia y Complejo de La Compañía, Monasterio de Santa Catalina, Iglesia y Convento de Santo Domingo, Convento de La Recoleta, Barrio de San Lázaro
- ⊙ **ATRATIVOS SECUNDARIOS**  
Sabandía  
Mirador de Yanahuara
- ⊙ **ACTIVIDADES**  
Visita a museos y casonas  
Gastronomía  
Compra de artesanías  
Paseos en bicicleta



## ENTIDADES INVOLUCRADAS EN EL DESARROLLO DEL PRODUCTO

- ⊙ Gobierno Regional de Arequipa
- ⊙ Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo de Arequipa
- ⊙ Superintendencia del Centro Histórico de la Ciudad de Arequipa - SCHCA
- ⊙ Municipalidad Provincial de Arequipa
- ⊙ Asociación de Agencias de Viajes - Ahora Arequipa
- ⊙ Organización de Gestión de Destinos - ODG Arequipa
- ⊙ Asociación de Agencias de Viajes, AVIT Arequipa
- ⊙ PromPerú
- ⊙ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

## DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA EXISTENTE

- ⊙ Mejoramiento paisajístico.
- ⊙ Diversificación de la oferta turística existente.
- ⊙ Satisfacción del turista .
- ⊙ Incremento del flujo turístico.

## RESPALDO REGIONAL





## CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014													
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D		
<b>DISEÑO DEL PRODUCTO</b>																
Elaboración del guión de visita del recorrido nocturno del Centro Histórico	Un guión interpretativo	Determinar el concepto de la experiencia turística: Arequipa Nocturna							⊙	⊙	⊙					
Inscripción del Proyecto Plaza de Armas en Función Turismo	Un proyecto de inversión inscrito en Función Turismo	Acondicionamiento turístico de La Plaza de Armas de Arequipa													⊙	
Validación y desarrollo de la marca ciudad para apoyar las acciones de posicionamiento del producto	Una imagen-marca	Producto turístico con identidad e imagen marca							⊙	⊙	⊙					
<b>ACTIVIDADES CONEXAS</b>																
Buenas Prácticas en Gestión del servicio para hoteles, restaurantes y agencias de viaje	Veinte restaurantes, veinte establecimientos de hospedaje y veinte agencias de viajes capacitadas	Restaurante, hoteles y agencias vinculados al producto prestan adecuados servicios al visitante							⊙		⊙					
Puesta en valor de la imagen visual del Centro Histórico (retiro de letreros, limpieza de monumentos, calles y veredas)	Cien por ciento de letreros retirados de la zona de intervención del Centro Histórico	Mejora de las condiciones, accesos y de los servicios de soporte a la actividad turística			⊙	⊙	⊙	⊙	⊙							
	Doce manguas puestas en valor con limpieza de fachadas					⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙
	Cuarenta y seis cuadros puestas en valor con limpieza de calles y veredas					⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙
Elaboración, modificación y ejecución de normas complementarias de ordenamiento y control	Diez instrumentos (normas)								⊙							
Optimización del sistema de seguridad: monitoreo y mejora continua	Treinta por ciento de disminución de denuncias de turistas por robos/asalto								⊙							



Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014											
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Racionalización de ingreso de vehículos en el Centro Histórico	Racionalizar el ingreso al cuarenta por ciento de vehículos que actualmente ingresan al Centro Histórico	Ordenamiento del tránsito vehicular				⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙
Semaforización peatonal	Diez semáforos peatonales							⊙	⊙	⊙				
Desarrollo de una agenda cultural con actividades permanentes (bioferia, artesanía, rescate de patrimonio inmaterial)	Una agenda cultural con actividades existentes incorporadas y dos nuevas actividades desarrolladas	Disposición de oferta complementaria al producto			⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙
Desarrollo de capacitaciones en cultura turística	Dos talleres desarrollados	Oferta turística con buenos anfitriones				⊙			⊙					
<b>PROMOCIÓN</b>														
Promoción del centro histórico (convenio con aeropuertos andinos)	Dos misiones comerciales: Brasil y Chile	Difusión y posicionamiento de los valores diferenciales del producto turístico				⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙
Promoción de la ciudad como centro de eventos y convenciones	Cinco nuevos eventos anuales				⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙
Misiones de negociación para posicionamiento del producto	Veinte negociaciones efectivas para posicionar el producto turístico	Incorporación del producto en la oferta turística comercial											⊙	
Participación en campañas de promoción	Producto turístico incorporado en Campaña "Y tú qué planes?"												⊙	
Presentación del producto turístico en el Workshop de Productos Turísticos del Perú 2014	Un producto presentado y puesto en oferta													⊙



Mirador de Yanahuara  
PromPerú



Gastronomía arequipeña  
PromPerú

"Centro Histórico: Cultura y Sillar" revaloriza la importancia de la Ciudad Blanca, bautizada así por sus construcciones a base de piedra volcánica con un estilo sin igual en el mundo. Por su clima y ambiente, es el espacio ideal para la realización de eventos y convenciones que permitirán al visitante disfrutar de la cultura arequipeña: su historia, arte culinario y tradicional arquitectura.

# Ayacucho, Ciudad de las Iglesias



**AYACUCHO**



# Instalación de mapa interpretativo en la Plaza de Armas y paneles interpretativos en 9 iglesias del producto turístico “Ayacucho, Ciudad de las Iglesias”



La implementación de un mapa interpretativo permitirá mostrar al visitante el recorrido del producto; así como la ubicación de las principales iglesias coloniales, casonas, museos, talleres artesanales y los principales servicios turísticos ofertados en la ciudad de Ayacucho. Adicionalmente, se instalarán en las iglesias paneles interpretativos que darán a conocer la historia de cada una de ellas, con el fin de destacar su valor cultural-religioso.

A esta intervención se sumarán los procesos de mejora en la prestación de los servicios turísticos, además de la sensibilización a los artesanos para integrarlos a la actividad turística.

## UBICACIÓN DEL PROYECTO



**Región:** Ayacucho  
**Provincia:** Huamanga  
**Distancia desde Lima:** 559 Km.  
(Vía Pisco) / 556 Km. (Vía Huancayo)  
**Tiempo por tierra:** 10 horas (bus)  
**Tiempo por aire:** 1 hora y 10 minutos

## DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

- ⊙ **TIPO DE PRODUCTO**  
Cultural (Histórico – Religioso)
- ⊙ **ATRATIVOS PRINCIPALES**  
Catedral de Ayacucho, Iglesias de Santo Domingo, Santa Ana, Santa Clara, La Buena Muerte, La Merced, Compañía de Jesús, San Agustín y Santa María Magdalena
- ⊙ **ATRATIVOS COMPLEMENTARIOS**  
Museos y casonas coloniales  
Talleres artesanales: tejido en telar, retablos, cerámica, platería, piedra de Huamanga
- ⊙ **ACTIVIDADES**  
Visitas guiadas  
Degustación gastronómica  
Actividades participativas: elaboración de artesanías



## ENTIDADES INVOLUCRADAS EN EL DESARROLLO DEL PRODUCTO

⊙	Gobierno Regional de Ayacucho
⊙	Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Ayacucho
⊙	Municipalidad Provincial de Huamanga
⊙	Dirección Departamental de Cultura - DDC de Ayacucho
⊙	Asociación Profesional de Guías Oficiales de Turismo – APGOT Ayacucho
⊙	Cámara de Comercio, Industria y Turismo – CCITA de Ayacucho
⊙	Asociación Peruana de Agencias de Viajes y Turismo - APAVIT Ayacucho
⊙	Asociación de Hoteles, Restaurantes y Afines - AHORA Ayacucho
⊙	Policía de Turismo – PNP
⊙	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR
⊙	PromPerú

## RESPALDO REGIONAL



### GOBIERNO REGIONAL DE AYACUCHO PRESIDENCIA REGIONAL



Jr. Callao N° 122 – Teléfono – (086)-312905 – Ayacucho  
Año de la Promoción de la Industria Responsable y del Compromiso Climático.

Ayacucho, 18 FEB. 2014

OFICIO N° 099 -2014-GR/PRES

Señora:  
**MAGALI SILVA VELARDE-ALVAREZ**  
Ministra de Comercio Exterior y Turismo

Lima-

Asunto: Implementación del Producto Turístico "Ayacucho Ciudad de las Iglesias"

Con singular agrado me dirijo a usted, para hacerle llegar cordiales saludos y comunicarle que el Gobierno Regional de Ayacucho, comprometido con el desarrollo turístico de la región, ha priorizado la implementación del producto turístico "Ayacucho Ciudad de Las Iglesias", identificado por los representantes del sector público y privado de la región, en la jornada de trabajo convocada por el MINCETUR el pasado 04 de diciembre.

En tal sentido, ponemos en conocimiento que en cumplimiento de los acuerdos tomados en el referido evento, el Gobierno Regional de Ayacucho, a través de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, se compromete a garantizar el cumplimiento de las actividades identificadas en el Plan de Trabajo elaborado para la implementación del producto turístico, con el objetivo de innovar y diversificar la oferta turística en nuestra región.

Sin otro particular, hago propicia la ocasión para expresarle mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,



GOBIERNO REGIONAL AYACUCHO  
WILFREDO ESCOBINA NUÑEZ  
PRESIDENTE

c.c.:  
Arch.

## BENEFICIOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PRODUCTO

- ⊙ Sostenibilidad del proyecto "Iluminación de las Iglesias" (Plan Copesco - I Fase).
- ⊙ Diversificación de la oferta turística existente.
- ⊙ Incremento del flujo turístico.
- ⊙ Generación de oportunidades laborales.



## CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014												
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
<b>DISEÑO DEL PRODUCTO</b>															
Mejoramiento de fachadas de templos que forman parte del producto turístico (La Catedral, Compañía de Jesús, Santa María Magdalena, Santa Ana, Buena Muerte, La Merced, San Agustín, Santa Clara, Santo Domingo)	Nueve templos con mejoramiento de fachada	Producto turístico mejorado y embellecido		⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	
Gestionar la vigilancia en los templos ubicados dentro del producto turístico	Nueve templos que cuente con vigilancia	Percepción de seguridad en templos que forman parte del producto turístico		⊙	⊙			⊙	⊙	⊙					
Implementación de puntos de interpretación en el recorrido del producto turístico	Nueve puntos interpretativos	Producto turístico señalizado y con valor interpretativo								⊙	⊙		⊙	⊙	
Elaboración del guión interpretativo para el desarrollo de la visita	Un guión elaborado	Determinar el concepto de la experiencia turística											⊙		
Gestionar y coordinar la implementación de un boleto turístico	Un boleto turístico	Producto turístico con gestión articulada en base a iglesias												⊙	
<b>ACTIVIDADES CONEXAS</b>															
Sensibilización y capacitación sobre el producto turístico a la Policía Nacional (Ayacucho)	Plan de vigilancia en la zona del producto	Percepción de seguridad en las zonas de acceso y recorrido del producto turístico						⊙							
Sensibilización a los artesanos sobre el desarrollo de la actividad turística	Treinta artesanos de la ciudad de Huamanga	Artesanos sensibilizados con la actividad turística				⊙									
Desarrollo de capacitaciones en cultura turística y buen anfitrión	Cincuenta actores vinculados al producto capacitados	Oferta turística con buenos anfitriones				⊙			⊙						



Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014													
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D		
Desarrollo de capacidades en la prestación de servicios de alimentación (manipulación de alimentos, servicios en salón y atención al cliente)	Veinte prestadores de servicios de restaurantes capacitados	Prestadores de servicios turístico capacitados para brindar un servicio de calidad						⊙								
Asistencia técnica en la implementación de las 5 "S" y la Norma Técnica Peruana del tapiz artesanal a pedal y de la cerámica decorativa	Dos productos artesanales directamente ligados a la propuesta del producto turístico	Mejora la artesanía representativa del producto turístico											⊙			
Capacitación en Seguridad Turística	Un Plan de Seguridad Turística	Mejorar la seguridad al visitante				⊙										
<b>PROMOCIÓN</b>																
Seminario de comercialización del producto turístico "Ayacucho, ciudad de las Iglesias" a realizarse en Lima	Treinta agentes de intermediación (operadores y agencias de viajes) conocen el producto turístico	Incorporación del producto en la oferta turística regional											⊙			
Desarrollo de charlas de sensibilización y difusión del producto turístico dirigido a operadores y prensa regional	Cinco agentes de intermediación y dos medios de comunicación conocen el producto turístico														⊙	
Desarrollo de herramientas de difusión del producto turístico	Dos mil folletos turísticos, un vídeo y un prototipo para redes sociales															⊙
Gestionar y coordinar la implementación de un boleto turístico	Un boleto turístico		Producto turístico con gestión articulada en base a iglesias													⊙
Presentación del producto turístico en el Workshop de Productos Turísticos del Perú 2014	Un producto presentado y puesto en oferta		Producto turístico incorporado en la oferta turística comercial													⊙



Templo de Santo Domingo en Ayacucho  
Rengo Tasso – Prom Perú



Cerámica ayacuchana  
Rengo Tasso – Prom Perú

La “Ciudad de las Iglesias” brindará al visitante un reencuentro con la fe expresada en sus templos coloniales de gran belleza arquitectónica; y con la cultura representada en sus museos o piezas artesanales reconocidas por su calidad y originalidad.

# Cajamarca: La Ciudad del Encuentro de Dos Mundos



**CAJAMARCA**

# Señalización turística en el Centro Histórico de Cajamarca



El producto incluye la instalación de puntos interpretativos en los atractivos que forman parte del Centro Histórico como la Iglesia Santa Catalina (Catedral), la Iglesia de Belén y la Iglesia de San Francisco, con la finalidad de desarrollar un recorrido peatonal para los turistas nacionales y/o extranjeros, que los remonte a los años en donde ambas culturas, de oriente y occidente, se encontraron.

Asimismo, se desarrollará el Programa de Calidad Turística en sus dos componentes: Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas y Mejora en la Gestión Empresarial, dirigido a los prestadores de servicios turísticos de los rubros de alimentación y hospedaje.

## UBICACIÓN DEL PROYECTO



**Departamento:** Cajamarca  
**Provincia:** Cajamarca  
**Distancia desde Lima:** 870 Km  
**Tiempo por tierra:** 16 horas (bus)  
**Tiempo por aire:** 1 hora

## DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

- ⊙ **TIPO DE PRODUCTO**  
Cultural
- ⊙ **ATRATIVOS PRINCIPALES**  
Casonas y templos coloniales  
El Cuarto de Rescate  
Cerro Santa Apolonia
- ⊙ **ATRATIVOS COMPLEMENTARIOS**  
Ventanillas de Otuzco  
Baños del Inca
- ⊙ **ACTIVIDADES**  
Visitas peatonales  
Caminatas  
Gastronomía  
Compra de artesanía y productos locales



## ENTIDADES INVOLUCRADAS EN EL DESARROLLO DEL PRODUCTO

- ⊙ Gobierno Regional de Cajamarca
- ⊙ Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo
- ⊙ Municipalidad Provincial de Cajamarca
- ⊙ Dirección Desconcentrada de Cultura de Cajamarca
- ⊙ Proturismo Cajamarca
- ⊙ Asociación Peruana de Turismo de Aventura y Ecoturismo
- ⊙ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
- ⊙ PromPerú

## BENEFICIOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PRODUCTO

- ⊙ Revalorización de la zona intervenida.
- ⊙ Incremento del flujo turístico (intrarregional).
- ⊙ Rescate de la identidad cultural.

## RESPALDO REGIONAL



GOBIERNO REGIONAL CAJAMARCA

PRESIDENCIA REGIONAL

"Año de la promoción de la industria responsable y del compromiso climático"

Cajamarca, 13 de febrero 2014

OFICIO N° 050-2014-GR-CAJAP

Señora  
Magali SILVA VELARDE-ALVAREZ  
MINISTRA DE ESTADO EN EL DESPACHO DE COMERCIO EXTERIOR Y  
TURISMO

Calle Uno Oeste N° 1440 - San Isidro  
LIMA

ASUNTO: Implementación del Producto Turístico "Ruta del Inca: Cultura, Naturaleza y Termalismo"

De mi consideración:

Es altamente grato dirigirme a usted, para saludarla y hacer de su conocimiento que el Gobierno Regional de Cajamarca, comprometido con el desarrollo turístico de la región, ha priorizado la implementación del producto turístico "Ruta del Inca: Cultura, Naturaleza, y Termalismo", identificado por los representantes del sector público y privado de la región, en la jornada de trabajo convocada por el MINCETUR el pasado 04 de diciembre.

En tal sentido y en cumplimiento de los acuerdos tomados en el referido evento, el Gobierno Regional de Cajamarca, a través de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, se compromete a garantizar el cumplimiento de las actividades identificadas en el Plan de Trabajo elaborado para la implementación del producto turístico, con el objetivo de innovar y diversificar la oferta turística en nuestra región.

Sin otro en particular, hago propicia la ocasión para manifestarle los sentimientos de mi consideración y estima.

Aseñtamento,





## CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

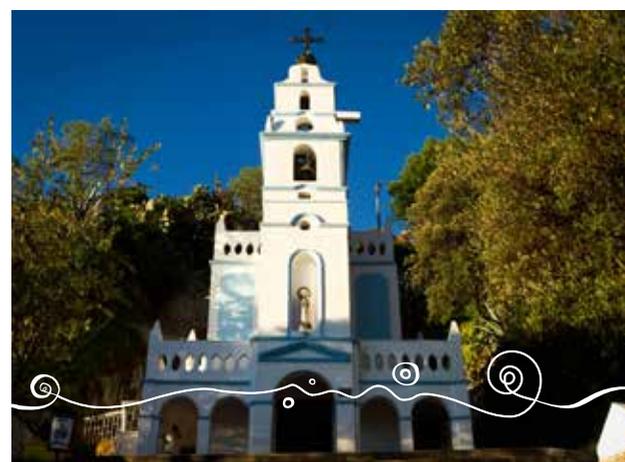
Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014											
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
<b>DISEÑO DEL PRODUCTO</b>														
Conceptualización de contenidos interpretativos del Centro Histórico de Cajamarca	Quince conceptos interpretativos de puntos de visita en el Centro Histórico	Producto turístico mantenido y adecuado para la visita					⊙	⊙						
Instalación de puntos de interpretación turística a lo largo del recorrido de la visita	Quince puntos de interpretación turística instalados							⊙	⊙	⊙				
Instalación de paneles guía en la Plaza de Armas explicando el circuito desarrollado	Un panel guía instalado								⊙	⊙				
Elaboración del guión interpretativo para el desarrollo de la visita	Un guión interpretativo elaborado	Conceptualizar el producto a desarrollar					⊙	⊙						
<b>ACTIVIDADES CONEXAS</b>														
Instalación de tachos de basura en el Centro Histórico	Diez tachos de basura instalados	Mejorar la limpieza del Centro Histórico					⊙	⊙						
Limpieza continua y permanente de la zona de intervención	Un plan de limpieza elaborado y ejecutado						⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙
Sensibilización y capacitación a la Policía Nacional sobre protección y orientación al turista	Ocho talleres de capacitación desarrollados	Reforzar la seguridad al turista en los alrededores de la ciudad						⊙	⊙	⊙				
Aplicación del Sistema de Buenas Prácticas (SABP) para prestadores de servicios turísticos	Cuarenta empresas evaluadas aplican el SABP	Mejorar la prestación de los servicios turísticos en la zona de intervención						⊙	⊙	⊙				
Desarrollo de asesoramiento técnico en Mejora de Gestión Empresarial (MGE)	Quince empresas evaluadas aplican el sistema MGE							⊙	⊙	⊙				
Capacitación en técnicas de guiado dirigido a guías u orientadores turísticos locales	Treinta guías u orientadores turístico locales capacitados para el guiado del circuito implementado									⊙	⊙			
Sensibilización sobre cultura turística y atención al turista a la población de Cajamarca	Diez campañas de sensibilización en instituciones educativas y cinco en medios de comunicación local	Oferta turística con buenos anfitriones					⊙	⊙	⊙	⊙	⊙			



Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014													
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D		
<b>PROMOCIÓN</b>																
Elaboración del material promocional para el producto turístico	Un folleto promocional del producto turístico	Difusión nacional del producto turístico: "Cajamarca, ciudad del encuentro de dos mundos"											⊙	⊙	⊙	
Difusión del producto en medios virtuales (redes sociales PromPerú)	Cinco publicaciones en redes sociales (PromPerú)													⊙	⊙	⊙
Realización de un viaje de familiarización de operadores turísticos a la zona de intervención del producto.	Veinte agentes de intermediación conocen el producto turístico: diez agentes nacionales y diez regionales.													⊙	⊙	⊙
Difusión del producto en medios de prensa	Cinco publicaciones en prensa													⊙	⊙	⊙
Presentación del producto en el Workshop Norte	Un producto presentado en las principales regiones emisoras de turismo	Producto turístico incorporado a la oferta turística comercial											⊙			
Presentación del producto en La Feria Internacional de Turismo de Arequipa-AVIT 2014	Un producto presentado en las principales regiones emisoras de turismo														⊙	
Presentación del producto turístico en el Workshop de Productos Turísticos del Perú 2014	Un producto presentado y puesto en oferta														⊙	



Bosque de Piedras de Cumbemayo  
Omar Carbajal - PromPerú



Capilla del Cerro Santa Apolonia  
Renzo Tasso - PromPerú

"Cajamarca, Ciudad del Encuentro de Dos Mundos" transporta al visitante en el tiempo llevándolo a conocer la historia y leyendas sobre el encuentro de dos culturas; así como disfrutar de sus verdes campiñas en armonía con edificaciones pre incas, símbolo de su amplia riqueza arqueológica.

# Callao Monumental



CALLAO

# Mejoramiento de la señalización turística del Callao Monumental y del distrito de La Punta



Esta intervención permitirá una sustancial mejora en la señalización de los atractivos más representativos del Centro Histórico del Callao y del distrito de La Punta, de modo que se facilite el recorrido turístico de sus visitantes nacionales o extranjeros, por sus museos, casonas y plazas llenas de historia colonial y republicana.

El trabajo será complementado con acciones de mejora del ornato, en la prestación de servicios turísticos, y en la información y orientación al turista, a las que se sumarán acciones de mayor control en los atractivos para elevar el nivel de satisfacción del visitante.

## UBICACIÓN DEL PROYECTO



**Región:** Callao  
**Provincia:** Provincia Constitucional del Callao  
**Distancia desde Lima:** 12 Km  
**Tiempo por tierra:** 45 minutos (bus)  
**Tiempo por aire:** Ninguno

## DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

- ⊙ **TIPO DE PRODUCTO**  
Cultural  
Naturaleza
- ⊙ **ATRATIVOS PRINCIPALES**  
Fortaleza Real Felipe  
Museo Submarino Abtao  
Museo Naval
- ⊙ **ATRATIVOS SECUNDARIOS**  
Islas Palomino, Cavingas  
Balneario de La Punta
- ⊙ **ACTIVIDADES**  
Visitas guiadas a museos  
Birdwatching  
Paseos en yate y bote  
Buceo y natación con Lobos marinos  
Degustación gastronómica



## ENTIDADES INVOLUCRADAS EN EL DESARROLLO DEL PRODUCTO

- ⊙ Gobierno Regional del Callao
- ⊙ Municipalidad Provincial del Callao
- ⊙ Asociación Peruana de Agencias de Viajes y Turismo - APAVIT
- ⊙ Plan COPESCO Nacional
- ⊙ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
- ⊙ PromPerú

## BENEFICIOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PRODUCTO

- ⊙ Mejora paisajística.
- ⊙ Reordenamiento de los servicios turísticos prestados.
- ⊙ Satisfacción del turista.

## RESPALDO REGIONAL

"Año de la Promoción de la Industria Responsable y del Compromiso Climático"

Gobierno Regional  
del Callao

Callao, 17 MAR. 2014

OFICIO N° 047-2014-GRC-PR

Señora Ministra  
MAGALI SILVA VELARDE-ÁLVAREZ  
MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO  
Presenta:

Asunto: Implementación del Producto Turístico "Callao Monumental"

De mi consideración:

Tengo el agrado de dirigirme a usted a fin de hacer de su conocimiento que el Gobierno Regional del Callao, comprometido con el desarrollo turístico del Callao ha priorizado con visión de futuro, la implementación del producto turístico "Callao Monumental" conformado por la Fortaleza del Real Felipe y el Centro Histórico del Callao, el cual ha sido reafirmado e identificado por los representantes del sector público y privado de Turismo del Callao, en la jornada de trabajo sobre Producto Turístico convocada por el MINCETUR el pasado 04 de diciembre.

En tal sentido, ponemos en conocimiento que en cumplimiento de los acuerdos tomados en el referido evento, el Gobierno Regional del Callao, a través de su Oficina de Comercio Exterior, Turismo, Energía y Minas de la Gerencia Regional de Desarrollo Económico, se compromete a garantizar el cumplimiento de las actividades a ser identificadas en el Plan de Trabajo que se elabore para la implementación del mencionado producto turístico, con el objetivo de posicionar la oferta turística en la Región Callao.

Sin otro en particular, hago propicia la ocasión para manifestarle los sentimientos de mi consideración y estima.

Atentamente,

GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO  
FELIX MORENO CABALLERO  
PRESIDENTE

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO  
DESPACHO MINISTERIAL  
18 MAR 2014  
RECEPCION  
1195

MINCETUR  
RECEPCION  
18 MAR 2014  
JUDISICA ROJAS GRANDA  
OFICINA DE TRAMITE  
EDUCACIONARIO Y ARCHIVO

MINCETUR - OTM  
EXP: 785324  
FECHA: 18/03/2014 HORAS: 10:10 AM  
RECIBIDO POR: JVA/1490  
REVISADO POR: TRAMITE EN NUESTRO PARTAL:  
MANCETUR SUB-PE



## CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014												
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
<b>DISEÑO DEL PRODUCTO</b>															
Pintado y mantenimiento de fachadas del Callao Monumental y Chucuito	Cien fachadas pintadas en Callao Monumental y Chucuito	Mejora y embellecimiento del entorno de visita del producto			⊙	⊙									
Reforzamiento de vigilancia en zonas comprendidas en el producto (fachada del Real Felipe, tramo Fortaleza Real Felipe - Plaza Grau y restaurantes cercanos a Plaza Grau, calle Constitución)	Cuatro efectivos asignados a la zona comprendida en el producto	Mejora de la orientación del visitante (peatón o en vehículo) en el Callao Monumental					⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	
Implementación de puntos de interpretación turística (Plaza Grau, Fortaleza Real Felipe, Museo Naval, Museo Submarino Abtao, servicios turísticos, restaurantes y paseos en lancha)	Once puntos interpretativos									⊙	⊙				
Implementación de panel en vía de acceso a la zona de ubicación del producto (Óvalo de La Perla con Av. La Marina)	Un panel implementado en vía de acceso		Mejora de la orientación del visitante que ingresa en vehículo a visitar el producto								⊙	⊙			
Implementación de una oficina de información y orientación al turista	Una oficina de turismo	Mejora de la imagen del Callao y de la percepción de seguridad y disposición de información del producto							⊙	⊙	⊙				
Elaboración del guión interpretativo para el desarrollo de la visita	Un guión elaborado	Determinar el concepto de la experiencia turística							⊙	⊙					
<b>ACTIVIDADES CONEXAS</b>															
Capacitación en cultura turística y asistencia al turista a miembros del Serenazgo y de la Policía de Turismo.	Veinte efectivos capacitados	Mejora de la calidad en la prestación del servicio							⊙	⊙			⊙		
Capacitación en atención al turista a personal de la oficina de información de la Municipalidad Provincial del Callao y museos locales	Treinta personas capacitadas									⊙	⊙				



Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014														
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D			
Desarrollo de capacitaciones en técnicas de restaurante para mozos (Centro Histórico y La Punta)	Treinta mozos capacitados	Mejora de la calidad en la prestación del servicio					⊙	⊙									
Organización de servicio ofrecido por lancheros en Muelle de Plaza Grau y del Malecón Pardo	Registro de los lancheros que brindan servicio al turista						⊙	⊙	⊙								
Desarrollo de capacitación en cultura turística y asistencia al turista a operadores de lancha (Plaza Grau y Malecón Pardo)	Veinte operadores de lancha capacitados							⊙									
<b>PROMOCIÓN</b>																	
Diseño de material promocional del producto turístico	Determinación de la línea gráfica del producto	Difusión y posicionamiento de los valores diferenciales del producto "Historia y Cultura, Fortaleza del Callao"					⊙	⊙									
Difusión del producto en medios virtuales: web PromPerú, redes sociales, blog de Turismo Escolar	Diez notas en medios virtuales							⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙				
Seminarios turísticos	Ochenta personas capacitadas (entre agentes y profesionales del sector)											⊙					
Viaje de prensa	Cuatro medios nacionales participantes, seis notas generadas												⊙				
Alianzas estratégicas con otras municipalidades - programas turísticos	Cinco alianzas con municipalidades	Incorporación del producto turístico innovado e incremento del número de visitas al Centro Histórico del Callao				⊙	⊙	⊙	⊙	⊙							
Feria Escolar en Ancash: participación de operadores turísticos que comercializan el producto Callao	Cinco agencias de viajes/ operadores que ofrecen el producto como expositoras																
	Cinco negociaciones efectivas en promedio de cada operador								⊙								
	Veinticinco contactos comerciales en promedio por cada operador																
Acciones de promoción en colegios y universidades (activaciones BTL, boletines)	Diez colegios y universidades visitadas en Lima (alcance a diez mil estudiantes aprox.)	Incremento del número de visitas del segmento escolar / universitario										⊙	⊙	⊙	⊙		
Presentación del producto turístico en el Workshop de Productos Turísticos del Perú 2014	Un producto presentado y puesto en oferta	Producto turístico incorporado en la oferta comercial														⊙	



Fortaleza Real Felipe  
PromPerú



Museo Submarino Abtao  
PromPerú

"Callao Monumental" representa la mayor manifestación del pueblo chalaco donde el visitante disfrutará, muy cerca de Lima, del buen comer y descubrirá la belleza de un paisaje marino diverso oculto entre sus islas.

An aerial photograph of the Machu Picchu archaeological site, showing terraced stone walls, stone staircases, and lush green vegetation on a steep mountain slope. The ruins are built with dark grey stone blocks. The text 'Machu Picchu, más de lo que ya conoces' is overlaid in white on the left side of the image.

Machu Picchu,  
más de lo que  
ya conoces

CUSCO

# Elaboración de contenidos y diseño de Audioguías para la visita multitemática de Machu Picchu (infoguía)



Se implementarán procesos de mejora en la prestación de los servicios turísticos y se desarrollarán herramientas como audioguías e infoguías, las cuales mejorarán la experiencia de visita a esta ciudadela, considerada como una de las maravillas del mundo moderno.

La intervención permitirá acercar a segmentos que gustan de caminatas en la montaña y el misticismo, fortaleciendo así la propuesta de que "Machu Picchu es más de lo que ya conoces"

## UBICACIÓN DEL PROYECTO



⊙  
Santuario Histórico  
de Machu Picchu

**Departamento:** Cusco

**Provincia:** Urubamba

**Distancia desde Lima:** 1277 Km

**Tiempo por tierra:** 20 horas (bus) +  
1.5 horas (tren)

**Tiempo por aire:** 1 hora 20 minutos

## DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

- ⊙ **TIPO DE PRODUCTO**  
Cultural  
Naturaleza  
Aventura
- ⊙ **ATRATIVOS PRINCIPALES**  
Santuario Histórico de Machu Picchu
- ⊙ **ATRATIVOS COMPLEMENTARIOS**  
Camino Inca
- ⊙ **ACTIVIDADES**  
Observación de flora y fauna  
Visitas guiadas al sitio arqueológico  
Rituales místicos  
Caminata leve y moderada

## ENTIDADES INVOLUCRADAS EN EL DESARROLLO DEL PRODUCTO

- ⊙ Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Cusco
- ⊙ Organización de Gestión del Destino Turístico – OGD Tur Cusco
- ⊙ Cámara Regional de Turismo de Cusco – CARTUC
- ⊙ Dirección Desconcentrada de Cultura de Cusco
- ⊙ Asociación de Agencias de Turismo del Cusco
- ⊙ Unidad de Gestión del Santuario Histórico de Machupicchu
- ⊙ Jefatura del Santuario Histórico de Machupicchu – SERNANP
- ⊙ Municipalidad Distrital de Machupicchu
- ⊙ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
- ⊙ PromPerú

## BENEFICIOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PRODUCTO

- ⊙ Mejora de la experiencia de visita en el Santuario Histórico de MachuPicchu.
- ⊙ Diversificación de la oferta turística en el Santuario Histórico de MachuPicchu.
- ⊙ Conservación del Patrimonio Cultural y Natural.

## RESPALDO REGIONAL


**GOBIERNO REGIONAL DEL CUSCO**  
 Gerencia Regional de Desarrollo Económico  
 DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO CUSCO  
 "Alto de la Promoción de la Industria Responsable y del Compromiso Climático"
 

Cusco, 13 MAR 2014.

**OFICIO N° 198-2014-GR-CUSCO/DIRCETUR-DT**

Señora  
**Magali Silva Velarde-Alvarez**  
 Ministra  
 Ministerio de Comercio Exterior y Turismo  
 Calle Uno Oeste N° 50. Urbanización CORPAC  
 Lima.-

Asunto: Implementación del Producto Turístico  
 "Machupicchu, más de lo que conoces".

De mi consideración:

Tengo el agrado de dirigirme a usted, a fin de hacer de su conocimiento que el Gobierno regional de Cusco, comprometido con el desarrollo turístico de la región, ha priorizado la implementación del producto turístico "Machupicchu, más de lo que conoces", identificado por los representantes del sector público y privado de la región, en la jornada de trabajo convocado por el MINCETUR el pasado 4 de Diciembre.

En tal sentido, ponemos en conocimiento que el cumplimiento de los acuerdos tomados en el referido evento, el Gobierno Regional del Cusco, a través de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, se compromete a garantizar el cumplimiento de las actividades identificadas en el Plan de Trabajo elaborado para la implementación del producto turístico, con el objeto de innovar y diversificar la oferta turística de nuestra región.

Sin otro particular, hago propicia la oportunidad para expresar los sentimientos de mi consideración y estima personal

Atentamente,






## CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014														
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D			
<b>DISEÑO DEL PRODUCTO</b>																	
Identificación de circuitos y/o recorridos turísticos en la ciudadela de Machupicchu	Cuatro propuestas nuevas de visita validadas	Oferta Turística diversificada y optimizada, con valor interpretativo y diversos conceptos de experiencia turística.		⊙	⊙												
Elaboración de propuesta de recorridos de visita según segmentos (interés de visita)	Un informe final diagramado e impreso						⊙	⊙	⊙								
Elaboración de itinerario de visita (guión interpretativo)	Una infoguía en 4 idiomas								⊙	⊙	⊙	⊙					
Instalación de mapas de interpretación del producto turístico	Cinco mapas interpretativos								⊙	⊙	⊙	⊙					
<b>ACTIVIDADES CONEXAS</b>																	
Capacitación a guías oficiales de Turismo sobre las nuevas propuestas del Santuario Histórico de Machupicchu.	Trescientos guías capacitados	Prestadores de servicios y gestores realizan sus actividades de manera adecuada e implementando procesos de calidad											⊙				
Capacitación sobre propuestas de innovación (productos segmentados) a actores públicos vinculados	Cincuenta funcionarios conocen la diversificación del producto por segmento													⊙			
Capacitación y monitoreo del Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas - SABP, a los prestadores de servicios turísticos (Machupicchu pueblo)	Treinta empresas capacitadas y monitoreadas									⊙	⊙	⊙					
Capacitación y monitoreo en la Mejora de Gestión Empresarial - MGE, a los prestadores de servicios turísticos (Machupicchu pueblo)	Diez empresas capacitadas y monitoreadas									⊙	⊙	⊙					
Desarrollo de cursos cortos en servicio de restaurante y atención al cliente	Diez empresas capacitadas									⊙	⊙	⊙					



Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014												
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
<b>PROMOCIÓN</b>															
Press Tour	Un press tour realizado	Incorporación del Producto en la oferta turística comercial y en la propuesta de visita del Santuario Histórico de Machupicchu													⊙
Presentación del producto turístico en el Workshop de Productos Turísticos del Perú 2014	1 producto presentado y puesto en oferta														



Santuario Histórico Machu Picchu  
PromPerú



Camino al Acallahuasi  
PromPerú

"Machu Picchu, más de lo que ya conoces" tiene como objetivo redescubrir el ícono más importante del Perú ofreciendo nuevas alternativas temáticas y lugares para visitar dentro del Santuario, haciendo de este recorrido, un viaje místico y revelador.

# Tingo María, Aventura al natural



**HUÁNUCO**

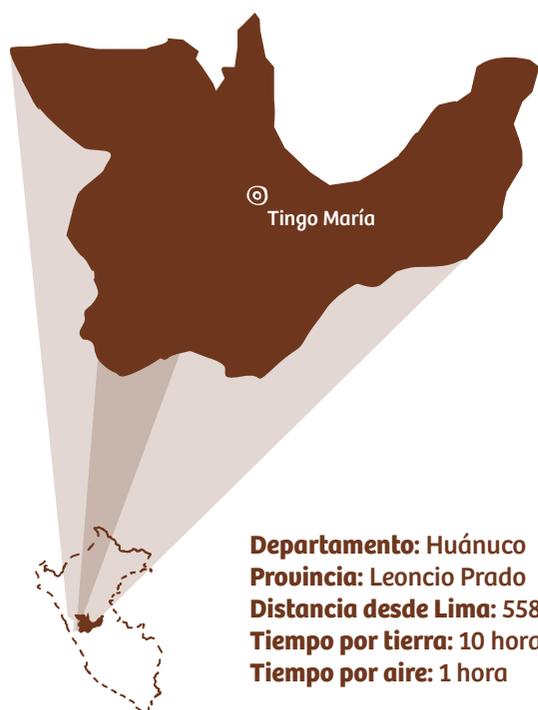
# Instalación de Parador Turístico e implementación de paneles interpretativos de la Ruta de las Cascadas (Tingo María)



Esta intervención comprende la implementación de un ambiente adecuado para el descanso del turista durante su viaje por la Ruta de las Cascadas, facilitando las paradas entre las ciudades de Las Palmas y Aucayacu, y permitiendo disfrutar de su paisaje destacable por sus cataratas y su fauna (principalmente avifauna).

A ello se suma la instalación de paneles interpretativos, con información importante de los principales atractivos y las actividades turísticas sugeridas. Otras actividades a desarrollar consisten en la asistencia y asesoría técnica a los proveedores de servicios turísticos para generar mejoras en sus procesos.

## UBICACIÓN DEL PROYECTO



**Departamento:** Huánuco  
**Provincia:** Leoncio Prado  
**Distancia desde Lima:** 558 Km  
**Tiempo por tierra:** 10 horas (bus)  
**Tiempo por aire:** 1 hora

## DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

- ⊙ **TIPO DE PRODUCTO**  
Naturaleza  
Aventura
- ⊙ **ATRATIVOS PRINCIPALES**  
Parque Nacional Tingo María - Cueva de las lechuzas (la cueva de las lechuzas se encuentra en el interior del parque)  
Catarata de Santa Carmen  
Cascada Velo de las Ninfas  
Balneario Cueva de las pavas  
Catarata Gloriapata
- ⊙ **ATRATIVOS COMPLEMENTARIOS**  
Ciudad de Tingo María  
Aguas sulfurosas de Jacintillo  
Laguna de los milagros
- ⊙ **ACTIVIDADES**  
Observación de flora y fauna  
Caminatas  
Baños en cataratas

## ENTIDADES INVOLUCRADAS EN EL DESARROLLO DEL PRODUCTO

- ⊙ Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Huánuco
- ⊙ Dirección Zonal de Comercio Exterior y Turismo de Leoncio Prado - Tingo María
- ⊙ Municipalidad Provincial de Leoncio Prado
- ⊙ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
- ⊙ PromPerú

## BENEFICIOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PRODUCTO

- ⊙ Reacondicionamiento del corredor turístico de Tingo María.
- ⊙ Mejora de la orientación al turista durante su visita (señalización).
- ⊙ Colaboración e involucramiento de la población local en la actividad turística.
- ⊙ Impulso a la inversión privada en Tingo María.
- ⊙ Oportunidades de empleo para la población local.
- ⊙ Revalorización de la oferta turística de Tingo María por parte del empresariado.

## RESPALDO REGIONAL



PRESIDENCIA  
"AÑO DE LA PROMOCIÓN DE LA INDUSTRIA RESPONSABLE Y DEL COMPROMISO CLIMÁTICO"  
"AÑO INTERNACIONAL DE LA AGRICULTURA FAMILIAR"

HUÁNUCO, 06 DE MARZO DE 2014

OFICIO N° 193 -2014-GRH/PR

Señora:  
MAGALI SILVA VELARDE-ÁLVAREZ  
MINISTRA DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO  
Lima.-

ASUNTO: IMPLEMENTACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO "TINGO MARÍA, MISTURA DE NATURALEZA Y AVENTURA"

Tengo el agrado de dirigirme a usted, para saludarla cordialmente, a su vez manifestarle que el Gobierno Regional Huánuco, comprometido con el desarrollo turístico de la región, ha priorizado la implementación del producto turístico "Tingo María, Mistura de Naturaleza y Aventura", identificado por los representantes del sector público y privado de la región, en la jornada de trabajo convocada por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR, el pasado 04 de diciembre de 2013.

En tal sentido, ponemos en conocimiento que en cumplimiento de los acuerdos tomados en el referido evento, el Gobierno Regional Huánuco, a través de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo y su Dirección Zonal, se comprometen a garantizar el cumplimiento de las actividades identificadas en el Plan de Trabajo, elaborado para la implementación del producto turístico, con el objetivo de innovar y diversificar la oferta turística en nuestra región.

Sin otro en particular, hago propicia la ocasión para manifestarle los sentimientos de mi consideración y estima.

Atentamente,



GOBIERNO REGIONAL HUÁNUCO

Mod. Luis R. Pezón Queiro  
PRESIDENTE

MINISTERIO DE COMERCIO  
EXTERIOR Y TURISMO  
DESPACHO MINISTERIAL

11 MAR 2014

RECEPCION

MINCETUR - OTOR  
EXP: 764038  
FECHA: 11/03/2014 HORA: 11:54:24  
RECIBIDO POR: MURCAN  
NÚMERO DE TRANSITO EN NUESTRO PORTAL:  
WWW.MINCETUR.GOB.PE

MINCETUR  
RECIBIDO  
11 MAR 2014  
MAGALI SILVA VELARDE-ÁLVAREZ  
ORIGEN: OF. PRESIDENTE

## CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014												
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
<b>DISEÑO DEL PRODUCTO</b>															
Identificación de actividades al aire libre a realizar en Leoncio Prado, Rupa Rupa, Mariano Damaso Beraún y José Crespo y Castillo	Cuatro índices de actividades identificados	Actividades identificadas para su incorporación en los itinerarios de visita								⊙	⊙	⊙			
Elaboración del guión interpretativo para el desarrollo de la visita	Un guión elaborado	Determinar el concepto de la experiencia turística											⊙	⊙	
Mantenimiento de los espacios de uso público de la Catarata Velo de las Ninfas, Catarata de Santa Carmen, Parque Nacional Tingo María - Cueva de las pavas, Laguna de los milagros	Cinco atractivos turísticos mejorados	Producto turístico mantenido y adecuado para la visita							⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	
Instalación de mapas de interpretación dentro del aeropuerto, centro de la ciudad de Tingo María e ingresos al Parque Nacional Tingo María	Cuatro puntos de interpretación	Oferta turística ordenada y con valor interpretativo								⊙	⊙	⊙			
<b>ACTIVIDADES CONEXAS</b>															
Manejo de desechos sólidos en los espacios de uso público de la Catarata de Santa Carmen, Catarata Velo de las Ninfas, Cueva de las Pavas, Parque Nacional Tingo María - Cueva de las lechugas y Laguna de los Milagros	Tres planes de manejo de residuos por distrito (Rupa Rupa, Mariano Damaso Beraún y José Crespo y Castillo)	Producto turístico adecuado para la visita								⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙
Sensibilización y capacitación sobre el producto turístico a la Policía Nacional y a la Policía de Turismo (Leoncio Prado)	Un plan de vigilancia en la zona de producto	Percepción de seguridad en el acceso y durante el recorrido del producto. Reforzamiento de la seguridad turística durante la visita											⊙		
Desarrollo de capacitaciones en cultura turística y técnicas de atención al turista, dirigidas a operadores turísticos	Treinta personas capacitadas	Oferta turística con buenos anfitriones								⊙	⊙	⊙			



Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014													
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D		
Desarrollo de capacitaciones en técnicas de manipulación de alimentos dirigidas a alojamientos y restaurantes	Treinta personas capacitadas	Empresas que ofrecen sus servicios aplicando buenas prácticas										⊙				
Desarrollo de talleres de comercialización dirigidos a operadores de la Macro Región Centro (PromPerú)	Cincuenta agentes de intermediación (agencias y operadores) promueven el producto turístico	Transferencia de herramientas comerciales para el fortalecimiento de la venta del producto turístico			⊙											
Desarrollo de talleres de marketing turístico dirigido a operadores de la Macro Región Centro (PromPerú)								⊙								
<b>PROMOCIÓN</b>																
Desarrollo de folletería promocional	Un folleto promocional del producto turístico	Incorporación del producto turístico a la oferta turística comercial							⊙	⊙	⊙					
Participación de los operadores turísticos en actividades de promoción turística en el marco de la campaña Y TÚ QUE PLANES	Una campaña promocional que difunde el producto									⊙	⊙	⊙	⊙			
Realización de press tour (dos medios de TV, dos medios escritos)	Cuatro medios de comunicación familiarizados con el producto turístico	Producto turístico difundido mediante rebotes de prensa en principales medios de comunicación												⊙		
Concurso de fotografía dirigido a turistas nacionales que premia al ganador con un tour todo pagado	Cien participantes captados a través del Facebook de PromPerú	Fidelizar al turista con el producto turístico y alimentar el banco de imágenes del producto turístico												⊙	⊙	⊙
Presentación del producto turístico en el Workshop de Productos Turísticos del Perú 2014	Un producto presentado y puesto en oferta	Producto turístico incorporado en la oferta turística comercial														⊙



Catarata Santa Carmen  
José Jaimes - Mincetur



Catarata Velo de las Ninfas  
Franz Malpartida - Municipalidad Provincial de Leoncio Prado

"Tingo María, Aventura al natural " es el reto de los tingaleses por mostrar la belleza de sus paisajes, bendecidos con enormes caídas de agua que se combinan sabiamente con la melodía del cantar de su fauna más representativa.

# Descubriendo Huancavelica: Cultura y Naturaleza

A photograph of a stone archway in Huancavelica, Peru. The archway is constructed from large, rectangular stone blocks. In the background, there is a stone wall and a building with a blue door. The sky is clear and blue. The foreground shows some dry grass and a few small plants. The overall scene is a mix of natural and man-made elements.

**HUANCAVELICA**

# Embellecimiento e instalación de paneles interpretativos en la Plaza de Armas de Huancavelica y en el recorrido de la ciudad



La intervención permitirá mejorar la imagen de la ciudad de Huancavelica mediante el arreglo de la fachada de sus principales iglesias; así como la iluminación de las mismas. Adicionalmente, se instalarán paneles interpretativos en el recorrido turístico del producto con el fin de facilitar la identificación de los principales atractivos y servicios turísticos locales.

Como actividades complementarias se ha previsto asistencia técnica a los pequeños empresarios turísticos, así como a los artesanos locales; además de desarrollar acciones de control que garantizarán una grata estadía al visitante.

## UBICACIÓN DEL PROYECTO



**Departamento:** Huancavelica  
**Provincia:** Huancavelica  
**Distancia desde Lima:** 440 Km  
**Tiempo por tierra:** 13 horas (bus)  
**Tiempo por aire:** No disponible

## DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

- ⊙ **TIPO DE PRODUCTO**  
Cultura (Arqueología)  
Cultura viva
- ⊙ **ATRATIVOS PRINCIPALES**  
Catedral de Huancavelica  
Villa Cariño (agua termal)
- ⊙ **ATRATIVOS COMPLEMENTARIOS**  
Iglesias Coloniales  
Uchkus Inkañan  
Mina Santa Bárbara  
Pueblo de Sacsamarca
- ⊙ **ACTIVIDADES**  
Visitas a sitios arqueológicos  
Termalismo  
Compra de artesanía  
Caminatas

## ENTIDADES INVOLUCRADAS EN EL DESARROLLO DEL PRODUCTO

- ⊙ Gobierno Regional de Huancavelica
- ⊙ Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Huancavelica
- ⊙ Municipalidad Provincial de Huancavelica
- ⊙ Municipalidad Distrital de Yauli
- ⊙ CITE Huancavelica
- ⊙ Universidad Alas Peruanas Huancavelica
- ⊙ Policía de Turismo - POLTUR Huancavelica
- ⊙ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
- ⊙ PromPerú

## BENEFICIOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PRODUCTO

- ⊙ Mejora de la experiencia del visitante mediante una adecuada orientación e interpretación turística.
- ⊙ Puesta en valor del producto.
- ⊙ Mejora de la calidad de vida de los artesanos locales (mayores ingresos).
- ⊙ Incremento del flujo turístico.

## RESPALDO REGIONAL



"Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú"  
"Año de la Promoción de la Industria Responsable y del Compromiso Climático"



Huancavelica, 12 FEB. 2014

OFICIO N° 071-2014/GOB.REG.HVCA/PR.

Señora:  
MAGALI SILVA VELARDE ÁLVAREZ  
MINISTRA DEL MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

LIMA.

ASUNTO: IMPLEMENTACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO  
"DESCUBRIENDO HUANCVELICA CULTURA Y  
NATURALEZA".

Por el presente tengo el agrado de dirigirme a usted, a fin de expresarle el saludo cordial a nombre del Gobierno Regional de Huancavelica que me honro en presidir; asimismo, hacer de su conocimiento que mi representada comprometido con el desarrollo turístico de la región, ha priorizado la implementación del producto turístico "Descubriendo Huancavelica Cultura y Naturaleza", identificado por los representantes del sector público y privado de la región, en la jornada de trabajo convocada por el MINCETUR el pasado 04 de diciembre.

En tal sentido, ponemos en conocimiento que en cumplimiento de los acuerdos tomados en el referido evento, el Gobierno Regional de Huancavelica, a través de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, se compromete a garantizar el cumplimiento de las actividades identificadas en el Plan de Trabajo elaborado para la implementación del producto turístico, con el objetivo de innovar y diversificar la oferta turística en nuestra región.

Sin otro particular, es ocasión propicia para expresarle las muestras de mi especial consideración.

Atentamente,





## CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014											
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
<b>DISEÑO DEL PRODUCTO</b>														
Instalación de puntos de interpretación en los atractivos turísticos priorizados	Treinta puntos de interpretación	Producto turístico ordenado y con valor interpretativo							⊙	⊙				
Iluminación de plaza e iglesias, fachadas de iglesias de Huancavelica monumental	Una plaza y ocho iglesias								⊙	⊙				
Actualización del plan de seguridad de la Red de Protección al turista	Un plan de seguridad implementado	Mejor cobertura de orientación, asistencia y seguridad al turista				⊙								
Elaboración del guión interpretativo para el desarrollo de la visita	Un guión elaborado	Determinar el concepto de la experiencia turística						⊙	⊙	⊙	⊙			
<b>ACTIVIDADES CONEXAS</b>														
Capacitación en acabado y presentación - línea textil a los artesanos de Huancavelica y Yauli	Cuatro talleres de mejora artesanal	Mejora del acabado y presentación de la artesanía				⊙	⊙	⊙	⊙					
Desarrollo del Programa CULTUR en alojamiento	Veinte prestadores de servicios turísticos	Alojamientos prestan el servicio con aplicación de buenas prácticas						⊙			⊙			
Desarrollo del Programa CULTUR en manipulación de alimentos a restaurantes	Diecinueve prestadores de servicios turísticos	Restaurantes prestan el servicio con aplicación de buenas prácticas							⊙					
Desarrollo de capacitaciones en cultura turística	Dos talleres desarrollados	Actores regionales se constituyen en buenos anfitriones									⊙			
Mejora del manejo de residuos sólidos en la ciudad de Huancavelica	Un plan de recojo de residuos	Ciudad limpia y adecuada para la visita							⊙					
Curso de Inglés básico dirigido a policías de turismo Dictado por la Universidad Alas Peruanas	01 Curso de inglés técnico a 6 policías de turismo	Visitantes extranjeros informados en su idioma							⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	



Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014												
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
<b>PROMOCIÓN</b>															
Publicidad del producto turístico en radio y TV de mercado emisor principal	Dos spots publicitarios	Difusión del producto turístico									⊙	⊙		⊙	
Difusión del producto turístico en prensa escrita	Dos reportes periodísticos											⊙		⊙	
Seminario de comercialización del producto turístico "Descubriendo Huancavelica: Color, cultura y naturaleza" a realizarse en Lima	Treinta agentes de intermediación (operadores y agencias de viajes) conocen el producto turístico													⊙	
Diseño de material promocional del producto turístico	Determinación de la línea gráfica del producto	Posicionamiento de los valores diferenciales del producto									⊙	⊙			
Presentación del producto turístico en el Workshop de Productos Turísticos del Perú 2014	Un producto presentado y puesto en oferta	Incorporación del producto en la oferta turística comercial													⊙



Complejo Arqueológico Uchku Incañan  
Musuk Nolte - PromPerú



Danzante de Tijeras y Arpista  
Juan Puelles - PromPerú

"Descubriendo Huancavelica: Cultura y Naturaleza" cautivará al visitante con lo más representativo de sus expresiones artísticas y arqueológicas custodiadas por la belleza de un paisaje andino que invita a ser recorrido.

# Ruta Ecoturística: Del mar al desierto (Pisco – Paracas)



ICA

# Señalización turística del Corredor Turístico Pisco – Paracas



La intervención permitirá integrar la ciudad de Pisco como parte del destino Paracas, incorporando los parques, plazas y plazuelas de Pisco al recorrido turístico convencional, para lo cual se tiene previsto mejorar el entorno urbano del trayecto Pisco-Paracas a través de la implementación de señalización turística.

Asimismo, se capacitará a los prestadores de servicios turísticos en Buenas Prácticas en gestión del servicio y se sensibilizará a la población local.

## UBICACIÓN DEL PROYECTO



**Departamento:** Ica  
**Provincia:** Pisco  
**Distancia desde Lima:** 250 Km  
**Tiempo por tierra:** 5 horas (bus)  
**Tiempo por aire:** 45 mMinutos

## DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

- ⊙ **TIPO DE PRODUCTO**  
Descanso y relax  
Naturaleza  
Aventura
- ⊙ **ATRATIVOS PRINCIPALES**  
Islas Ballestas  
Reserva Nacional de Paracas
- ⊙ **ATRATIVOS COMPLEMENTARIOS**  
Ciudad de Pisco: parque temáticos  
Humedales de Pisco playa
- ⊙ **ACTIVIDADES**  
Actividades recreacionales en parques  
Caminatas en la playa  
Paseos en yate  
Deportes náuticos  
Paseo en cuatrimoto  
Compra de artesanía

## BENEFICIOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PRODUCTO

- ⊙ Mejora de la experiencia del visitante mediante una adecuada orientación e interpretación turística.
- ⊙ Integración de la ciudad de Pisco como parte del destino turístico Paracas.
- ⊙ Incremento del gasto del visitante (mayor estadía)
- ⊙ Generación de oportunidades laborales.



## ENTIDADES INVOLUCRADAS EN EL DESARROLLO DEL PRODUCTO

- ⊙ Gobierno Regional de Ica
- ⊙ Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo Ica
- ⊙ Municipalidad Provincial de Pisco
- ⊙ Municipalidad Distrital de Paracas
- ⊙ Reserva Nacional de Paracas
- ⊙ Reserva Nacional Sistema de Islas, Islotes y Puntas Guaneras - Sede Sur Medio (Islas Ballestas)
- ⊙ Policía de Turismo de Ica - POLCAR
- ⊙ Capitanía Guardacosta Marítima de Pisco
- ⊙ Universidad Nacional San Luis Gonzaga
- ⊙ Universidad Particular Alas Peruanas
- ⊙ Colegio de Licenciados en Turismo - Ica
- ⊙ Asociación de Guías Oficiales en Turismo - Ica
- ⊙ Asociación de Hoteles, Restaurantes y Conexos - Ica
- ⊙ Asociación de Agencias de Viajes y Turismo - APAVIT Ica
- ⊙ Asociación de Artesanos "Manos Emprendedoras" - Paracas
- ⊙ Asociación Única de Transporte Turístico Acuático de Paracas
- ⊙ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
- ⊙ PromPerú

## RESPALDO REGIONAL

**Gobierno Regional Ica**

"DECENIO DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD EN EL PERÚ"  
"AÑO DE LA PROMOCIÓN DE LA INDUSTRIA RESPONSABLE Y DEL COMPROMISO CLIMÁTICO"

Ica, 10 de Marzo del 2014

OFICIO N° 111 -2014-GORE-ICA/PR-GRDE

Señora:  
MAGALI SILVA VELARDE ALVAREZ  
Ministra de Comercio Exterior y Turismo  
LIMA

Presente -

Asunto : Implementación del Producto Turístico "Del Mar al Desierto"  
Fase 1: Pisco - Paracas

Tengo el agrado de dirigirme a Ud. para saludarla cordialmente, así mismo, para manifestarle que el Gobierno Regional de Ica, comprometido con el desarrollo turístico de la región, ha priorizado la implementación del producto turístico "Del Mar al Desierto" Fase 1: Pisco - Paracas, identificado por los representantes del sector público y privado de la Región Ica, en la jornada de trabajo convocada por vuestro Ministerio de Comercio Exterior y Turismo el pasado 04 de Diciembre del 2013.

En tal sentido, ponemos en conocimiento que en concordancia con los acuerdos tomados en el referido evento, nuestra Representada a través de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, se compromete a garantizar el cumplimiento de las actividades establecidas en el Plan de Trabajo elaborado para la implementación del referido producto turístico, con el objetivo de innovar y diversificar la oferta turística en la Región Ica.

Sin otro particular, hago propicia la oportunidad para expresarle los sentimientos de mi consideración y estima.

Atentamente,

**GOBIERNO REGIONAL DE ICA**  
ALONSO NAVARRO CABASILLAS  
PRESIDENTE REGIONAL

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO  
DESPACHO MINISTERIAL  
12 MAR 2014  
RECEPCION

MINICUR - CIDR  
EXP: 784290  
FECH: 12/03/2014 10:00:10 -05:00  
RECIBIDO POR: aduran  
RECIBIR TU FONTE EN NUESTRO PORTAL:  
WWW.PROMPERU.GOB.PE





Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014												
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
Desarrollo de capacitación en cultura turística para la población, prestadores de servicios y servicios conexos	Cuatro talleres de capacitación	Oferta turística con buenos anfitriones				⊙				⊙					
Desarrollo de la exposición y demostración en la elaboración de artesanía con iconografía Paracas	Dos Artesanos que disponen del servicio	Disposición de oferta complementaria e innovación del producto			⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙
<b>PROMOCIÓN</b>															
Socialización del producto turístico con operadores locales y nacionales	Dos presentaciones: Una a nivel local y una en Lima, a operadores y agencias de viaje.	Difusión y posicionamiento de los valores diferenciales del producto turístico						⊙		⊙					
Capacitación a Guías turísticos de la Región Ica sobre el producto turístico "Del mar al desierto"	Veinticinco guías turísticos debidamente informados y capacitados sobre el producto.											⊙	⊙		
Misiones de negociación para posicionamiento del Producto	Doce negociaciones efectivas para posicionar el Producto Del Mar al Desierto: Fase 1, Pisco - Paracas	Producto turístico incorporado en la oferta comercial												⊙	
Participación en campañas de promoción	Producto Turístico incorporado en Campaña "Y tú que planes?"													⊙	
Presentación del producto turístico en el Workshop de Productos Turísticos del Perú 2014	Un producto presentado y puesto en oferta	Producto turístico incorporado en la oferta comercial													⊙



Islas Ballestas  
PromPerú



Sandboarding en Dunas de Paracas  
Mincetur

"Del mar al desierto" es un recorrido que permite disfrutar de un paraje costero privilegiado con sol todo el año donde la práctica de actividades de esparcimiento e interacción con la fauna marina en su hábitat se convierten en una experiencia inolvidable.

# Satipo, la Selva que no conoces



**JUNÍN**

# Instalación de mesas temáticas en la Plaza de Satipo y construcción de Parador Turístico en el Pueblo de Mariposa de Pampa Hermosa



La intervención en Satipo, apoyará el conocimiento y difusión de sus atractivos turísticos gracias a la instalación de mesas temáticas en la Plaza de Satipo, principal punto de partida de los recorridos hacia Pangoa y Pampa Hermosa, distritos turísticos por excelencia.

Asimismo, el Parador Turístico en el Pueblo de Mariposa ofrecerá la posibilidad de descanso al turista que accede por la Provincia de Concepción, vía Huancayo. Se ha previsto también sensibilizar a la población local y asistir técnicamente a los proveedores de servicios turísticos para impulsar la comercialización del producto.

## UBICACIÓN DEL PROYECTO



**Departamento:** Junín  
**Provincia:** Satipo  
**Distancia desde Lima:** 415 Km  
**Tiempo por tierra:** 9 horas (bus)  
**Tiempo por aire:** 1 hora y media hasta Jauja. De ahí por tierra hasta Satipo

## DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

- ⊙ **TIPO DE PRODUCTO**  
Naturaleza  
Aventura
- ⊙ **ATRATIVOS PRINCIPALES**  
Catarata "Gallito de las Rocas"  
Catarata Tina de Piedra ("Imperitaja")
- ⊙ **ATRATIVOS COMPLEMENTARIOS**  
Parque Ecológico de San Martín de Pangoa  
Laguna de Tuctuca  
Plaza de la Interculturalidad de Río Negro
- ⊙ **ACTIVIDADES**  
Observación de flora y fauna  
Caminatas  
Baño en cataratas  
Birdwatching



## ENTIDADES INVOLUCRADAS EN EL DESARROLLO DEL PRODUCTO

- ⊙ Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Junín
- ⊙ Municipalidad Provincial de Satipo
- ⊙ Comité Multisectorial de Satipo
- ⊙ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
- ⊙ PromPerú
- ⊙ Municipalidad Distrital de Pangoa
- ⊙ Municipalidad Distrital de Pampa Hermosa

## BENEFICIOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PRODUCTO

- ⊙ Diversificación de la oferta convencional de selva de Junín para el empresariado del sector.
- ⊙ Impulso a la inversión pública y privada.
- ⊙ Colaboración e involucramiento de la población local en la actividad turística.
- ⊙ Oportunidades de empleo para la población local.

## RESPALDO REGIONAL




GOBIERNO REGIONAL JUNÍN  
 PRESIDENCIA  
 Año de la Promoción de la Industria Responsable y del Comercio Ético y Año de la Promoción de los Derechos Culturales y del Fomento Agrario para los Pueblos de Junín

Huancayo, 24 FEB. 2016  
 OFICIO N° 150-2014-GR/JIPR

Señora:  
 BLANCA MAGALI SILVA VELARDE-ÁLVAREZ  
 MINISTRA DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO  
 Lima

Asunto: Implementación del Producto Turístico "Selva Andina"

De mi consideración:

Tengo el agrado de dirigirme a usted a fin de hacer de su conocimiento que el Gobierno Regional de Junín, comprometido con el desarrollo turístico de la región, ha priorizado la implementación del producto turístico "Selva Andina", identificado por los representantes del sector público y privado de la región en la jornada de trabajo convocada por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR, el pasado 04 de diciembre de 2013.

En tal sentido, ponemos en conocimiento que en cumplimiento de los acuerdos tomados en el referido evento, el Gobierno Regional de Junín, a través de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, se compromete a garantizar el cumplimiento de las actividades identificadas en el Plan de Trabajo elaborado para la implementación del producto turístico, con el objetivo de innovar y diversificar la oferta turística en nuestra región.

Sin otro en particular, hago propicia la ocasión para manifestarle los sentimientos de mi consideración y estima.

Atentamente,

  
 D. VLADIMIR DOY CERÓN ROJAS  
 PRESIDENTE  
 GOBIERNO REGIONAL JUNÍN

VCRM/MP  
 C. Arch.









## CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

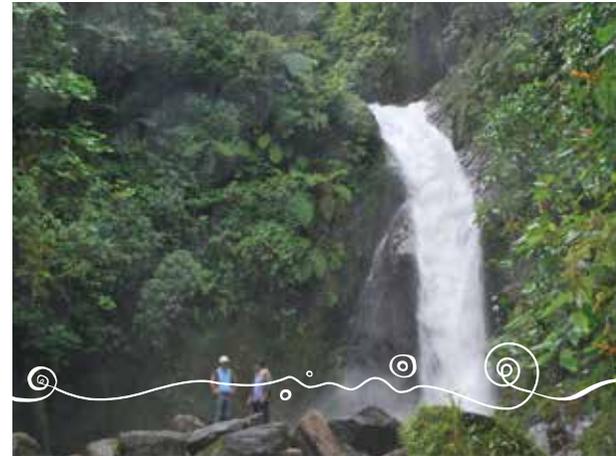
Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014												
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
<b>DISEÑO DEL PRODUCTO</b>															
Identificación de actividades al aire libre a realizar en las cataratas y sus alrededores (a cargo de operadores turísticos)	Un índice de actividades identificadas	Actividades identificadas para su incorporación en los itinerarios de visita								⊙					
Elaboración del guión interpretativo para el desarrollo de la visita	Un guión elaborado	Determinar el concepto de la experiencia turística								⊙	⊙	⊙			
Instalación de puntos de interpretación para identificar los servicios turísticos en la Catarata Gallito de las Rocas (ingreso, boletería, senderos, áreas de descanso, mapas) y Catarata Tina de Piedra (ingreso, boletería, senderos y mapas)	Veinte puntos de interpretación implementados	Producto turístico identificado								⊙	⊙	⊙	⊙		
<b>ACTIVIDADES CONEXAS</b>															
Manejo de desechos sólidos en los espacios de uso público de la Catarata Gallito de las Rocas y Tina de Piedra	Dos planes de manejo de residuos	Producto turístico adecuado para la visita								⊙	⊙				
Sensibilización y capacitación sobre el Producto Turístico a la Policía Nacional (Satipo)	Un plan de vigilancia en la zona del producto	Percepción de seguridad en el acceso y durante el recorrido del producto (Reforzamiento de seguridad turística durante la visita)								⊙	⊙	⊙	⊙		
Desarrollo de capacitaciones en cultura turística y técnicas de atención al turista dirigidas a operadores turísticos	Treinta representantes capacitados	Oferta turística con buenos anfitriones								⊙	⊙	⊙			



Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014												
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
Desarrollo de capacitaciones en técnicas de manipulación de alimentos dirigidas a alojamientos y restaurantes	Treinta representantes capacitados	Empresas que ofrecen sus servicios aplicando buenas prácticas						⊙				⊙			
Desarrollo de talleres de comercialización dirigidos a operadores de la Macro Región Centro (PromPerú)	Cincuenta agentes de intermediación (agencias y operadores) promueven el producto turístico	Transferencia de herramientas comerciales para el fortalecimiento de la venta del producto turístico			⊙										
Desarrollo de talleres de marketing turístico dirigido a operadores de la Macro Región Centro (PromPerú)						⊙									
<b>PROMOCIÓN</b>															
Desarrollo de folletería promocional	Un folleto promocional del producto turístico	Incorporación del producto turístico a la oferta turística comercial													⊙
Participación de los operadores en acciones de promoción en el marco de la campaña Y TÚ QUE PLANES.	Una campaña promocional que difunde el producto							⊙	⊙	⊙	⊙	⊙			
Realización de press tour (dos medios de TV, dos medios escritos)	Cuatro medios de comunicación familiarizados con el producto turístico	Producto turístico difundido y promocionado mediante rebotes de prensa en principales medios de comunicación								⊙	⊙				
Concurso de fotografía dirigido a turistas nacionales que premia al ganador (mejor foto - con más "likes") con un tour todo pagado	Cien participantes como mínimo captados a través del Facebook de PromPerú	Fidelizar al turista con el producto turístico y alimentar el banco de imágenes del producto turístico											⊙	⊙	⊙
Presentación del producto turístico en el Workshop de Productos Turísticos del Perú 2014	Un producto presentado y puesto en oferta	Producto turístico incorporado en la oferta turística comercial													⊙



Catarata Imperitaja  
Henry Gines - DIRCETUR Junin



Catarata Gallito de las Rocas  
Dircetur Junin

"Satipo, la Selva que no conoces" es el orgullo de sus anfitriones quienes invitan a explorar este destino y descubrir sus secretos celosamente protegidos por la naturaleza.

# Los Dioses del Mar



LA LIBERTAD

# Señalización Turística del recorrido Chan Chan-Huanchaco- El Brujo



La intervención permitirá señalar el recorrido turístico que integra los atractivos de la Ciudadela de Barro Chan Chan, el Balneario de Huanchaco y el Complejo Arqueológico El Brujo, además de implementar el Centro de Interpretación de Huanchaco. Todo ello permitirá que el visitante se familiarice y viva la experiencia de aquellas tradiciones ancestrales y de la convivencia desarrollada entre los pobladores pre incas de esta parte del país y el mar.

Complementariamente, se implementarán procesos de mejora en la prestación de los servicios turísticos, se sensibilizará a la población, se diversificarán las actividades náuticas como vela ligera, windsurf, kayaks, embarcación, entre otras; a la vez que se fomentará la limpieza y se orientarán acciones de control y seguridad en los accesos y en los atractivos.

## UBICACIÓN DEL PROYECTO

## DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO



- ⊙ **TIPO DE PRODUCTO**  
Cultural
- ⊙ **ATRACTIVO PRINCIPAL**  
Ciudadela de Chan Chan  
Complejo Arqueológico El Brujo  
Balneario de Huanchaco
- ⊙ **ATRACTIVOS SECUNDARIOS**  
Huacas del Sol y de La Luna
- ⊙ **ACTIVIDADES**  
Visitas guiadas  
Pesca en caballitos de totora  
Gastronomía



## ENTIDADES INVOLUCRADAS EN EL DESARROLLO DEL PRODUCTO

- ⊙ Gobierno Regional de La Libertad
- ⊙ Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo de La Libertad
- ⊙ Municipalidad Provincial de Trujillo
- ⊙ Municipalidad Distrital de Huanchaco
- ⊙ Cámara de las Organizaciones de Turismo de La Región La Libertad - CADETUR
- ⊙ ONG Minka
- ⊙ Asociación de Guías Oficiales de Turismo - AGOTUR
- ⊙ Fundación Wiese
- ⊙ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
- ⊙ PromPerú

## BENEFICIOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PRODUCTO

- ⊙ Inversión y revalorización de la zona intervenida.
- ⊙ Mejora de la experiencia de visita del turista.
- ⊙ Mejora de la calidad de los servicios brindados por el empresariado local.
- ⊙ Incremento del flujo turístico.

## RESPALDO REGIONAL





## CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014												
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
<b>DISEÑO DEL PRODUCTO</b>															
Instalación de puntos de interpretación turística a lo largo del recorrido del producto (incluye Chan Chan, Huanchaco, El Brujo)	Quince puntos interpretativos	Oferta Turística diversificada, señalizada y con valor interpretativo						○	○	○	○	○	○		
Culminación de la puesta en valor de la plataforma superior de la Huaca Cao Viejo, cerca del recinto mausoleo de la Señora de Cao.	Un circuito turístico							○	○	○	○	○	○		
Implementación y Gestión del Centro de Interpretación de Huanchaco	Un centro implementado							○	○	○	○	○	○	○	
Construcción de una plataforma para la observación de totorales	Una plataforma construida							○	○	○	○				
Organización de las escuelas/ asociaciones de surf	Tres asociaciones/escuelas								○	○	○	○			
Organizar los paseos en caballo de totora con la asociación de pescadores de Huanchaco	Un circuito turístico								○	○	○	○			
Elaboración del guión de visita del producto turístico	Un guión elaborado	Determinar el concepto de la experiencia turística							○	○	○	○			
<b>ACTIVIDADES CONEXAS</b>															
Manejo de residuos sólidos (limpieza de playas y recojo de desmonte en Chan Chan), a cargo de las Municipalidades de Víctor Larco y Huanchaco.	Los municipios de Víctor Larco y de Huanchaco realizan labor de limpieza pública y recojo de basura en las zonas que comprende el producto	Producto Turístico mantenido y adecuado para la visita								○	○	○	○	○	○
Vigilancia en los accesos donde se desarrolla el Producto	Dos recorridos establecidos	Percepción de seguridad en el recorrido turístico								○	○	○	○	○	○



Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014												
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
Capacitación en nuevas técnicas a artesanos de Huanchaco y Magdalena de Cao	Cuatro talleres desarrollados por Mincetur	Mejora del producto artesanal						⊙	⊙				⊙		
Capacitación en Buenas Prácticas (SABP) y calidad turística (cursos cortos)	Dos talleres desarrollados	Mejora en la prestación de servicios turísticos					⊙	⊙							
Capacitación en Mejora de la Gestión Empresarial (MGE) dirigida a empresas de servicios turísticos	Veinticinco empresas capacitadas; diez y ocho empresas evaluadas Oferta turística con buenos anfitriones								⊙	⊙					
Capacitación en cultura turística dirigida a municipios, prestadores de servicios turísticos, taxistas, población en general	Dos talleres desarrollados	Oferta Turística con buenos anfitriones					⊙	⊙							
Mejoramiento del acceso que conduce de la plataforma mística hacia el Pozo Ceremonial en el Brujo	1 kms. mejorado para el acceso de turistas	Mejora de los servicios de soporte a la actividad turística					⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙			
Pintado de la iconografía a lo largo de la Ruta Mística en El Brujo	Diez iconografías pintadas		⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙							
<b>PROMOCIÓN</b>															
Socializar el producto turísticos con operadores turísticos y otros segmentos (colegios, universidades, centros de adulto mayor, prensa local)	Treinta agentes de intermediación conocen el Producto	Difusión y posicionamiento de los valores diferenciales del producto									⊙	⊙	⊙		
Instalación de un panel publicitario en el aeropuerto de la ciudad	Un panel publicitario										⊙	⊙	⊙		
Diseño de material promocional del producto turístico	Determinación de la línea gráfica del producto											⊙	⊙	⊙	
Presentación del producto en los Workshops descentralizados a realizarse en Trujillo y Arequipa	Un producto presentado en las principales regiones emisoras de turismo	Producto Turístico incorporado en la oferta comercial									⊙			⊙	
Presentación del producto turístico en el Workshop de Productos Turísticos del Perú 2014	Un producto presentado y puesto en oferta														



Complejo Arqueológico "El Brujo"  
Luis Gamero



Batnario de Huanchaco  
Alex Bryce

"Dioses del Mar" representa el esfuerzo de los liberteños por poner de manifiesto el esplendor de su cultura ancestral y el vínculo eterno de sus hombres con el mar.

# Bosques y Pirámides de Lambayeque

LAMBAYEQUE

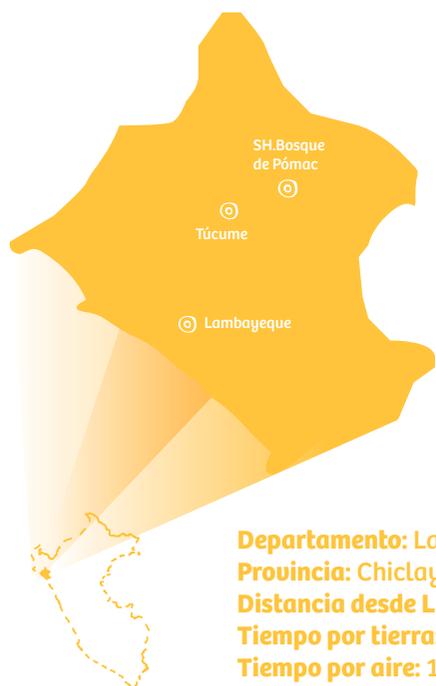
# Implementación de Sala de Interpretación en el Santuario Histórico Bosque de Pómac



La implementación de esta Sala de Interpretación permitirá contar con un ambiente idóneo para que los turistas conozcan de cerca la relación directa del hombre con un entorno natural de gran riqueza en términos de flora y fauna del Santuario Histórico.

Como complemento de esta intervención se prevé desarrollar una infraestructura museográfica adecuada a Túcume; además de sensibilizar a los prestadores de servicios turísticos, definir mejoras en sus procesos de atención al cliente e implementar efectivas acciones de control en los accesos y a lo largo del recorrido.

## UBICACIÓN DEL PROYECTO



**Departamento:** Lambayeque  
**Provincia:** Chiclayo  
**Distancia desde Lima:** 780 Km  
**Tiempo por tierra:** 12 horas (bus)  
**Tiempo por aire:** 1 hora

## DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

- ⦿ **TIPO DE PRODUCTO**  
Cultural  
Naturaleza
- ⦿ **ATRACTIVO PRINCIPAL**  
Santuario Histórico de Bosque de Pómac  
Complejo Arqueológico de Túcume
- ⦿ **ACTIVIDADES**  
Visitas guiadas  
Caminatas  
Observación de aves  
Compra de artesanía



## ENTIDADES INVOLUCRADAS EN EL DESARROLLO DEL PRODUCTO

- ⊙ Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo de Lambayeque
- ⊙ Municipalidad Distrital de Túcume
- ⊙ Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado - SERNANP
- ⊙ Museo Nacional Sicán
- ⊙ Dirección Ejecutiva del Complejo Arqueológico Túcume
- ⊙ Municipalidad Distrital de Pítipo
- ⊙ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
- ⊙ PromPerú

## BENEFICIOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PRODUCTO

- ⊙ Inversión y revalorización de las zonas intervenidas.
- ⊙ Mejora de las capacidades empresariales de los emprendimientos locales.
- ⊙ Promoción del producto turístico.
- ⊙ Incremento en el flujo turístico.

## RESPALDO REGIONAL





## CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014												
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
<b>DISEÑO DEL PRODUCTO</b>															
Acondicionamiento de la sala de interpretación del Santuario Histórico Bosque de Pómac	Una Sala de exposiciones implementada	Oferta Turística acondicionada, diversificada, señalizada y con valor interpretativo					⊙	⊙	⊙						
Culminación de la infraestructura museográfica de Túcume	Un museo concluido						⊙	⊙	⊙	⊙	⊙				
Instalación de puntos de interpretación turística a lo largo del recorrido del producto propuesto (Plan Copesco Nacional)	Diez puntos interpretativos implementados por Copesco							⊙	⊙	⊙					
Mantenimiento de los letreros y zonas de descanso ubicados en la Ruta de Aves	Un Plan de mantenimiento						⊙	⊙	⊙	⊙					
Identificación de actividades complementarias, a cargo de prestadores de servicios turísticos	Cinco actividades incorporadas en la oferta turística.				⊙	⊙	⊙								
Elaboración del guión interpretativo para el desarrollo de la visita	Un guión elaborado		Determinar el concepto de la experiencia turística						⊙	⊙	⊙	⊙			
<b>ACTIVIDADES CONEXAS</b>															
Limpieza de los accesos de visita dentro de Pómac y Túcume (incluye sus centros soportes)	Dos Municipios (Túcume e Ilimo) realizan labor de limpieza pública y recojo de basura en las zonas que comprende el producto	Producto Turístico mantenido y adecuado para la visita					⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	
Vigilancia en los accesos donde se desarrolla el Producto	Dos recorridos establecidos	Percepción de seguridad en el recorrido turístico						⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙		
Desarrollo de cursos cortos en técnicas de atención al cliente y manipulación de alimentos a los prestadores de servicios	Dos talleres desarrollados	Mejora en la prestación de servicios turísticos					⊙		⊙						
Capacitación en Buenas Prácticas (SABP) y calidad turística (cursos cortos) a empresarios turísticos	Dos talleres desarrollados	Mejora en la prestación de servicios turísticos						⊙	⊙						



Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014																
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D					
Capacitación en Mejora de la Gestión Empresarial (MGE) dirigida a empresas de servicios turísticos	Veinticinco empresas capacitadas; diez y ocho empresas evaluadas	Oferta turística con buenos anfitriones									⊙	⊙							
<b>PROMOCIÓN</b>																			
Diseño de material promocional del producto turístico	Determinación de la línea gráfica del producto	Difusión y posicionamiento de los valores diferenciales del producto														⊙	⊙	⊙	
Difusión de Imagen Lambayeque (nuevo producto) a través de actuaciones de promoción en principales ciudades emisoras	Un plan de difusión por canales específicos																⊙	⊙	⊙
Difusión del nuevo producto a través de Red de Museos																			
Desarrollo de charlas de sensibilización y difusión del producto turístico dirigido a operadores y prensa regional	Diez agentes de intermediación y cinco medios de comunicación conocen el Producto Turístico								⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙				
Instalación de panel publicitario en el aeropuerto de la ciudad de Chiclayo	Un panel publicitario																⊙	⊙	
Desarrollo de capacitaciones en técnicas de ventas y elaboración de material promocional	Treinta agentes de intermediación																⊙	⊙	
Inclusión del producto dentro de la Campaña "Y tú que planes?"	Una campaña difunde el producto																⊙		⊙
Presentación del producto en los Workshops descentralizados a realizarse en Trujillo y Arequipa	Un producto presentado en las principales regiones emisoras de turismo		Producto Turístico incorporado en la oferta comercial															⊙	⊙
Presentación del producto turístico en el Workshop de Productos Turísticos del Perú 2014	Un producto presentado y puesto en oferta																		⊙



Pirámides de Lambayeque  
PromPerú



Santuario Histórico Bosque de Pómac  
PromPerú

Con "Bosques y Pirámides" los Lambayecanos, descendientes de los Moche, buscan revalorar su potencial turístico plasmado en la increíble riqueza orfebre heredada de sus antepasados, y en la grandeza de sus áreas naturales.

# Lunahuaná, Canotaje y Ruta del pisco



LIMA

# Señalización y paneles interpretativos de la Ruta del Pisco



Este producto comprende la señalización turística del recorrido de las bodegas que conforman la Ruta del Pisco, en el distrito de Lunahuaná, el cual destaca por su buen clima, el deporte de aventura y sus bodegas productoras de la bebida bandera del Perú, así como vinos para todos los gustos.

Las actividades previstas se resumen en el embellecimiento del pueblo de Lunahuaná, asistencia técnica a los propietarios de bodegas, la implementación de procesos de mejora en la prestación de servicios turísticos, así como acciones que brinden la seguridad del visitante durante su recorrido turístico.

## UBICACIÓN DEL PROYECTO



**Departamento:** Lima  
**Provincia:** Cañete  
**Distancia desde Lima:** 180 Km  
**Tiempo por tierra:** 2 horas 30 minutos (bus)  
**Tiempo por aire:** No disponible

## DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

- ⦿ **TIPO DE PRODUCTO**  
Naturaleza  
Aventura  
Gastronómico (Ruta del pisco)
- ⦿ **ATRATIVOS PRINCIPALES**  
Río Cañete  
Bodegas de pisco – Ruta del pisco
- ⦿ **ATRATIVOS SECUNDARIOS**  
Sitio Arqueológico de Incahuasi  
Pueblo de Lunahuaná
- ⦿ **ACTIVIDADES**  
Canotaje  
Kayak de río  
Degustación de pisco y vino  
Visita a sitios arqueológicos  
Degustación gastronómica  
Caminatas  
Paseos en bicicleta  
Tirolina



## ENTIDADES INVOLUCRADAS EN EL DESARROLLO DEL PRODUCTO

- ⊙ Gobierno Regional de Lima
- ⊙ Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Lima
- ⊙ Municipalidad Distrital de Lunahuaná
- ⊙ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
- ⊙ PromPerú

## RESPALDO REGIONAL

**GOBIERNO REGIONAL DE LIMA**

"Año de la Promoción de la Industria Responsable y del Compromiso Climático"

Huacho, 04 de Marzo de 2014

**DISCRO N° 112-2014-GRUPRES**

Señora  
**BLANCA MAGALI SILVA VELARDE-ALVAREZ**  
 Maestra  
 Ministerio de Comercio Exterior y Turismo  
 Lima.

  
 CODIGO: RE  
 06 MAR 2014  
 OFICINA DE TRAMITE

Asunto: Implementación del Producto Turístico "Lunahuaná: Canchaje y Ruta del Pisco"

Tengo el agrado de dirigirme a usted para saludarla cordalmente y a la vez, sacar de su conocimiento que el Gobierno Regional de Lima, comprometido con el desarrollo turístico de la región, ha priorizado la implementación del producto turístico "Lunahuaná: Canchaje y Ruta del Pisco", identificado por los representantes del sector público y privado de la región, en la jornada de trabajo convocada por el MINCETUR el pasado 04 de diciembre.

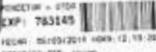
En tal sentido, ponemos en conocimiento que en cumplimiento de los acuerdos tomados en el referido evento, el Gobierno Regional de Lima, a través de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo - DIRCETUR Lima, se compromete a garantizar el cumplimiento de las actividades identificadas en el Plan de Trabajo elaborado para la implementación del producto turístico, con el objetivo de renovar y diversificar la oferta turística en nuestra región.

Sin otro en particular, hago propicia la ocasión para manifestarle los sentimientos de mi consideración y estima.

Atentamente,

  
**JAVIER ALVARADO GONZALEZ DEL VALLE**  
 PRESIDENTE REGIONAL

  
 MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO  
 DESPACHO MINISTERIAL  
 05 MAR 2014  
 RECEPCION

  
 MINCETUR - 0104  
 EXP: 763145  
 FECHA: 05/03/2014 10:49:12  
 RECEPCION PROF: 104000  
 OFICINA DE TRAMITE DE MARZO 2014  
 WWW.MINCETUR.GOB.PE

## BENEFICIOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PRODUCTO

- ⊙ Inversión y revalorización de la zona intervenida.
- ⊙ Mejora paisajística.
- ⊙ Mejora de la experiencia de visita del turista.
- ⊙ Generación de oportunidades laborales.
- ⊙ Incremento del flujo turístico.



## CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014											
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
<b>DISEÑO DEL PRODUCTO</b>														
Limpieza y pintado de fachadas	Veinte fachadas pintadas	Mejora y embellecimiento del entorno del producto				⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	
Instalación de puntos de interpretación a lo largo del recorrido de visita	Veintitrés puntos de interpretación	Producto turístico señalado y con valor interpretativo						⊙	⊙	⊙	⊙			
Implementación de módulo de información turística	Un módulo de atención al turista	Mejora de la atención al turista y disposición de información del producto							⊙	⊙	⊙			
<b>ACTIVIDADES CONEXAS</b>														
Capacitación en cultura turística dirigida a municipios, prestadores de servicios, transporte público y población en general	Veinticinco restaurantes y veinticinco establecimientos de hospedaje capacitados	Producto turístico con buenos anfitriones					⊙			⊙				⊙
Desarrollo de capacitación en Mejora de la Gestión Empresarial (MGE) en alojamiento y alimentación	Veinte personas capacitadas	Mejora de la calidad del servicio y fortalecimiento de la oferta turística						⊙	⊙					
Desarrollo de capacitación en buenas prácticas de servicios para alojamiento y alimentación	Cincuenta personas capacitadas							⊙	⊙					
Desarrollo de capacitación en atención al cliente	Cuatro talleres de capacitación								⊙	⊙				



Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014											
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Vigilancia en los accesos y recorridos donde se desarrolla el producto	Un plan de vigilancia implementado	Mejora de la seguridad al visitante durante el recorrido					⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	
<b>PROMOCIÓN</b>														
Diseño de material promocional del producto turístico	Determinación de la línea gráfica del producto	Posicionamiento de los valores diferenciales del producto							⊙	⊙	⊙	⊙		
Socializar el producto turístico con agentes de intermediación (operadores y agencias de viajes) prensa local y otros segmentos (colegios)	Treinta agentes de intermediación, cinco medios de comunicación	Difusión y posicionamiento de los valores diferenciales del producto turístico						⊙	⊙	⊙	⊙			
Fam trips de operadores turísticos	Diez operadores turísticos incluyeron este producto en su oferta	Incorporación del producto en la oferta turística comercial									⊙			
Realización de press tour	Quince rebotes en prensa escrita y televisiva											⊙		
Presentación del producto turístico en el Workshop de Productos Turísticos del Perú 2014	Un producto presentado y puesto en oferta													⊙



Canotaje en Lunahuaná  
PromPerú



Iglesia de Lunahuaná  
PromPerú

"Lunahuaná: Canotaje y Ruta del pisco" ofrecerá al visitante un producto innovador enmarcado en un paisaje cautivante y cercano a Lima donde la aventura mezclada con el aroma a pisco se encuentra a flor de piel.

# Ruta de las Casonas de la Época del Caucho



**LORETO**

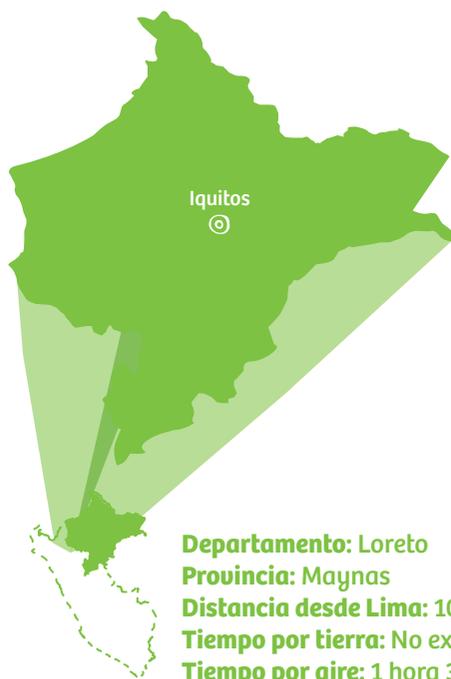
# Mejora de fachadas de las Casonas e instalación de un panel guía en la Plaza Ramón Castilla



La intervención incluye la instalación de placas enunciativas y puntos interpretativos en los inmuebles que fueron construidos en la época de boom del caucho como la Iglesia Matriz, la Casa de Fierro, el Ex Hotel Palace y la Casa Morey. Asimismo, se prevé la instalación de un panel guía en la Plaza Ramón Castilla y en la Plaza de Armas, mediante los cuales se detallará el circuito turístico desarrollado.

Complementariamente, se desarrollará el Programa de Calidad Turística en sus dos componentes: Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas y Mejora en la Gestión Empresarial, dirigido a los prestadores de servicios turísticos de los rubros de alimentación, hospedaje y agencia de viaje.

## UBICACIÓN DEL PROYECTO



## DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

- ⊙ **TIPO DE PRODUCTO**  
Cultural
- ⊙ **ATRACTIVO PRINCIPAL**  
Casonas: Ex Hotel Palace, Casa Morey, Iglesia Matriz y la Casa de Fierro.  
Plaza Ramón Castilla  
Museo de Iquitos
- ⊙ **ATRACTIVOS SECUNDARIOS**  
Distrito San Juan Bautista: Centro de Rescate de Manatíes  
Reserva Nacional Allpahuayo Mishana
- ⊙ **ACTIVIDADES**  
Visitas peatonales  
Observación de aves  
Gastronomía  
Compra de artesanía



## ENTIDADES INVOLUCRADAS EN EL DESARROLLO DEL PRODUCTO

- ⊙ Gobierno Regional de Loreto
- ⊙ Dirección Regional de Comercio Exterior, Turismo y Artesanía de Loreto
- ⊙ Dirección Desconcentrada de Cultura de Loreto
- ⊙ Municipalidad Provincial de Maynas
- ⊙ Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Loreto
- ⊙ Asociación de Guías Oficiales de Turismo - AGOTUR
- ⊙ Asociación Peruana de Hoteles, Restaurantes y Afines - AHORA
- ⊙ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
- ⊙ PromPerú

## BENEFICIOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PRODUCTO

- ⊙ Puesta en valor de la zona de intervención.
- ⊙ Diversificación de la oferta turística regional.
- ⊙ Rescate de la identidad cultural.

## RESPALDO REGIONAL





## CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014														
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D			
<b>DISEÑO DEL PRODUCTO</b>																	
Mantenimiento de la fachada de dos casonas, según la paleta de colores establecida por el Ministerio de Cultura	Dos fachadas refaccionadas y pintadas	Producto turístico mantenido y adecuado para la visita							⊙	⊙							
Instalación de placas descriptivas en cada una de las casonas identificadas	Diez placas instaladas en las puertas principales de las casonas									⊙	⊙						
Instalación de puntos de interpretación a lo largo del recorrido de la visita	Seis puntos de interpretación instalados									⊙	⊙	⊙					
Instalación de paneles guía en la Plaza de Armas y Plaza Ramón Castilla explicando el circuito desarrollado	Dos paneles guía instalados										⊙	⊙					
Elaboración del guión interpretativo para el desarrollo de la visita	Un guión interpretativo elaborado		Conceptualizar el producto a desarrollar							⊙	⊙						
<b>ACTIVIDADES CONEXAS</b>																	
Instalación de tachos de basura a lo largo del recorrido	Diez tachos instalados a lo largo del recorrido	Mejorar la limpieza y orden público a lo largo del recorrido							⊙	⊙	⊙	⊙					
Limpieza continua y permanente de la zona de intervención	Un plan de limpieza elaborado y ejecutado									⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙
Ordenamiento del tránsito vehicular en la zona donde se desarrollará el circuito	Una Ordenanza Municipal sobre el ordenamiento del tránsito vehicular vigente y en aplicación									⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙



Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014													
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D		
Sensibilización y capacitación sobre protección y orientación al turista a la Policía Nacional	Ocho talleres de capacitación desarrollados	Reforzar la seguridad al turista en los alrededores de la ciudad						⊙	⊙	⊙						
Aplicación del Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas (SABP) en la ciudad de Iquitos	Treinta y cuatro empresas evaluadas y cuarenta y tres monitoreadas aplican el SABP	Mejorar la prestación de los servicios turísticos en la zona de intervención					⊙	⊙	⊙	⊙	⊙					
Mejora de La Gestión Empresarial (MGE) para prestadores de servicios turísticos	Quince empresas evaluadas y cincuenta monitoreadas aplican el sistema MGE						⊙	⊙	⊙	⊙	⊙					
Capacitación en técnicas de guiado dirigido a guías u orientadores turísticos locales	Treinta guías u orientadores turístico locales capacitados para el guiado del circuito implementado								⊙	⊙						
Sensibilización sobre cultura turística y atención al turista a la población de Iquitos	Diez campañas de sensibilización en instituciones educativa y diez en medios de comunicación local	Oferta turística con buenos anfitriones					⊙	⊙	⊙	⊙	⊙					
<b>PROMOCIÓN</b>																
Realización de un viaje de familiarización de operadores turísticos a la zona de intervención del producto.	Veinte agentes de intermediación conocen el producto turístico: diez agentes nacionales y diez regionales.	Difusión y posicionamiento de los valores diferenciales del producto									⊙	⊙	⊙			
Elaboración del material promocional para el producto turístico	Un folleto promocional del producto turístico											⊙	⊙	⊙		
Difusión del producto en medios de prensa	Cinco publicaciones en prensa	Producto turístico incorporado a la oferta turística comercial										⊙	⊙	⊙		
Inclusión del producto dentro de la campaña "¿Y tú qué planes?"	Una campaña difunde el producto									⊙						⊙
Presentación del producto en los Workshops descentralizados a realizarse en Trujillo y Arequipa	Un producto presentado en las principales regiones emisoras de turismo												⊙		⊙	
Presentación del producto turístico en el Workshop de Productos Turísticos del Perú 2014	Un producto presentado y puesto en oferta															⊙



Casona de Iquitos  
PromPerú



Iglesia Matriz  
PromPerú

Los íconos culturales situados en el corazón de la Amazonía Peruana, como legado de una etapa próspera, constituyen el factor distintivo que los loretanos quieren posicionar mediante la "Ruta de las Casonas de la Época del Caucho" que recorre la zona monumental de la ciudad.

# Corredor Turístico: Tambopata – Ciudad

**MADRE DE DIOS**

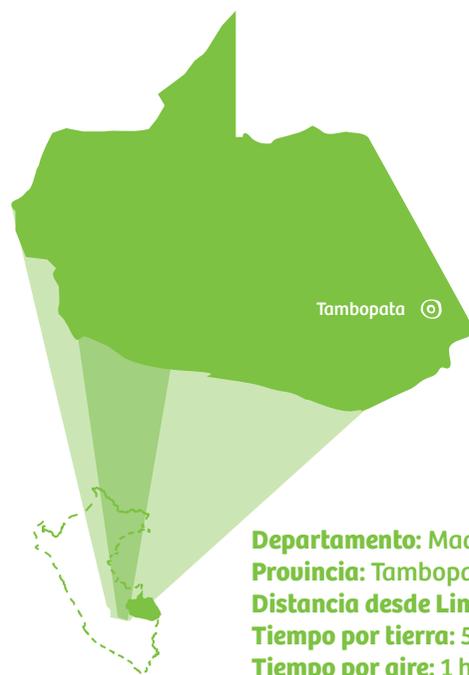
# Embellecimiento e instalación de mapas interpretativos en la Plaza de Armas de Puerto Maldonado



La intervención permitirá dar a conocer información turística sobre la ciudad de Puerto Maldonado, el Corredor Tambopata y La Reserva Nacional de Tambopata mediante la instalación de mapas interpretativos en la Plaza de Armas de la ciudad, además de la señalización del recorrido turístico que integra los principales atractivos.

Asimismo, se ha estimado desarrollar procesos de mejora en la prestación de los servicios turísticos y en calidad de atención al cliente; y sensibilizar a la población sobre la importancia de esta actividad para fomentar el orden y la limpieza en la ciudad.

## UBICACIÓN DEL PROYECTO



**Departamento:** Madre de Dios  
**Provincia:** Tambopata  
**Distancia desde Lima:** 2180 Km  
**Tiempo por tierra:** 51 horas (bus)  
**Tiempo por aire:** 1 hora 30 minutos

## DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

- ⊙ **TIPO DE PRODUCTO**  
Naturaleza y cultura viva
- ⊙ **ATRACTIVO PRINCIPAL**  
Corredor Turístico de Tambopata  
Plaza de Armas  
Plaza Grau  
Mariposario  
Puente Intercontinental  
Ríos Tambopata y Madre de Dios
- ⊙ **ACTIVIDADES**  
Observación de flora y fauna (mariposas)  
Visitas peatonales  
Compra de artesanía y productos locales  
Paseos en bicicleta en el Corredor Turístico Tambopata

## ENTIDADES INVOLUCRADAS EN EL DESARROLLO DEL PRODUCTO

- ⊙ Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo Madre de Dios
- ⊙ Municipalidad Provincial de Tambopata
- ⊙ Rainforest Alliance
- ⊙ Asociación de Operadores Agroecoturísticos del Bajo Tambopata- AOTAM
- ⊙ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
- ⊙ PromPerú

## BENEFICIOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PRODUCTO

- ⊙ Inversión y revalorización de las zonas intervenidas.
- ⊙ Promoción turística del destino.
- ⊙ Desarrollo de cultura turística local.
- ⊙ Fortalecimiento de capacidades del empresariado local.

## RESPALDO REGIONAL

 **GOBIERNO REGIONAL DE MADRE DE DIOS**  
Jr. Guillermo Billinghurst N° 460, Puerto Maldonado, Madre de Dios, Telf. (062)571199  
Oficina de Coordinación en Lima: Av. Alfonso Ugarte N°873 sexto piso (Ex Editora Perú)  
Telf: (01) 4244388

**"AÑO DE LA PROMOCIÓN DE LA INDUSTRIA RESPONSABLE Y DEL COMPROMISO CLIMÁTICO"**  
"Madre de Dios Capital de la Biodiversidad del Perú"

Puerto Maldonado, 07 de Marzo del 2014.

**OFICIO N° 2.800 -2014- GOREMADIPR**

Señor:  
**MAGALI SILVA VELARDE ALVAREZ**  
Ministra de Estado en el Despacho de Comercio Exterior y Turismo.

Lima.-

ASUNTO: Implementación del Producto Turístico "Corredor Turístico Tambopata y Ciudad"

*Distinguida Ministra:*

Es grato dirigirme a su digno Despacho, para saludarlo atentamente a nombre del Gobierno Regional de Madre de Dios y el mío propio y a la vez hacer de conocimiento que el Gobierno Regional de Madre de Dios, comprometido con el desarrollo turístico de la región, ha priorizado la implementación del producto turístico "Corredor Turístico Tambopata y ciudad", identificada por los representantes del sector público y privado de la región, en la jornada de trabajo convocada por el MINCETUR el pasado 04 de Diciembre.

E n tal sentido, ponemos en conocimiento que el cumplimiento de los acuerdos tomados en el referido evento, el Gobierno Regional de Madre de Dios, a través de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, se comprometo a garantizar el cumplimiento de la actividades identificadas en el Plan de Trabajo elaborado para la implementación del producto turístico, con el objetivo de innovar y diversificar la oferta turística en nuestra Región.

Si no otro en particular, aprovecho la oportunidad para expresarle la muestra de mi especial consideración.

Atentamente,  
  
Dr. Jorge Alberto Aldazabal Soto,  
PRESIDENTE REGIONAL

C.c:  
Archivo  
JAAS/

 **GOBIERNO REGIONAL DE MADRE DE DIOS**









## CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014												
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
<b>DISEÑO DEL PRODUCTO</b>															
Definición de puntos de visita comprendidos en el Producto Turístico (atractivos de ciudad y Corredor Turístico Tambopata)	Una propuesta de visita validada	Propuesta de visita implementado		⊙	⊙	⊙									
Instalación de puntos de orientación e interpretación (atractivos de ciudad y Corredor Turístico Tambopata) y mapas informativos	"Nueve puntos de orientación e interpretación y tres mapas interpretativos de: atractivos turísticos, Corredor Tambopata, Reserva Tambopata"	Oferta Turística ordenada, con disposición de información y con valor interpretativo							⊙	⊙	⊙	⊙	⊙		
Gestionar que el Municipio reafirme la ordenanza que restringe los usos y el desarrollo urbano para la conservación del Corredor Turístico Tambopata	Una Ordenanza Municipal reafirma el compromiso por el cuidado y preservación del entorno natural del Corredor Turístico Tambopata	Corredor Turístico Tambopata preserva sus bosques y diversidad biológica.						⊙	⊙	⊙					
Elaboración de Itinerario de visita (guión interpretativo de visita)	Un guión interpretativo elaborado	Establecer un itinerario que permita disfrutar de una experiencia turística inolvidable.								⊙	⊙	⊙			



Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014													
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D		
<b>ACTIVIDADES CONEXAS</b>																
Asistencia en Buenas Prácticas (SABP) dirigida a empresarios de los rubros de hoteles, restaurantes y agencias de viajes	Veinte restaurantes, establecimientos de hospedaje y agencias de viaje capacitados	Mejora de la calidad de la gestión del servicio turístico en hoteles, restaurantes y agencias de viajes						⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙			
Desarrollo de capacitaciones en cultura turística y técnicas de atención al cliente	Dos talleres desarrollados	Población amable con los visitantes, que conoce los beneficios del turismo en su comunidad								⊙		⊙				
<b>PROMOCIÓN</b>																
Diseño de material informativo y promocional del producto turístico	Elaboración de material informativo y promocional del producto	Difusión y posicionamiento de los valores diferenciales del Producto "Corredor Turístico Tambopata y ciudad"								⊙	⊙	⊙	⊙			
Difusión del producto en medios virtuales: web PromPerú, redes sociales, blog de Turismo Escolar	Diez notas en medios virtuales												⊙	⊙	⊙	
Viaje de Prensa	Cuatro de Medios Nacionales Participantes, Seis notas generadas														⊙	
Acciones de promoción en Colegios y Universidades en Lima y Arequipa (actuaciones, Boletines)	Diez Colegios y Universidades visitadas en Lima (alcance a aprox. diez mil estudiantes)	Incremento del número de visitas del segmento escolar / universitario.										⊙	⊙	⊙		
Presentación del Producto Turístico en el Workshop de Productos Turísticos del Perú 2014	Un producto presentado y puesto en oferta	Producto Turístico incorporado en la oferta comercial													⊙	

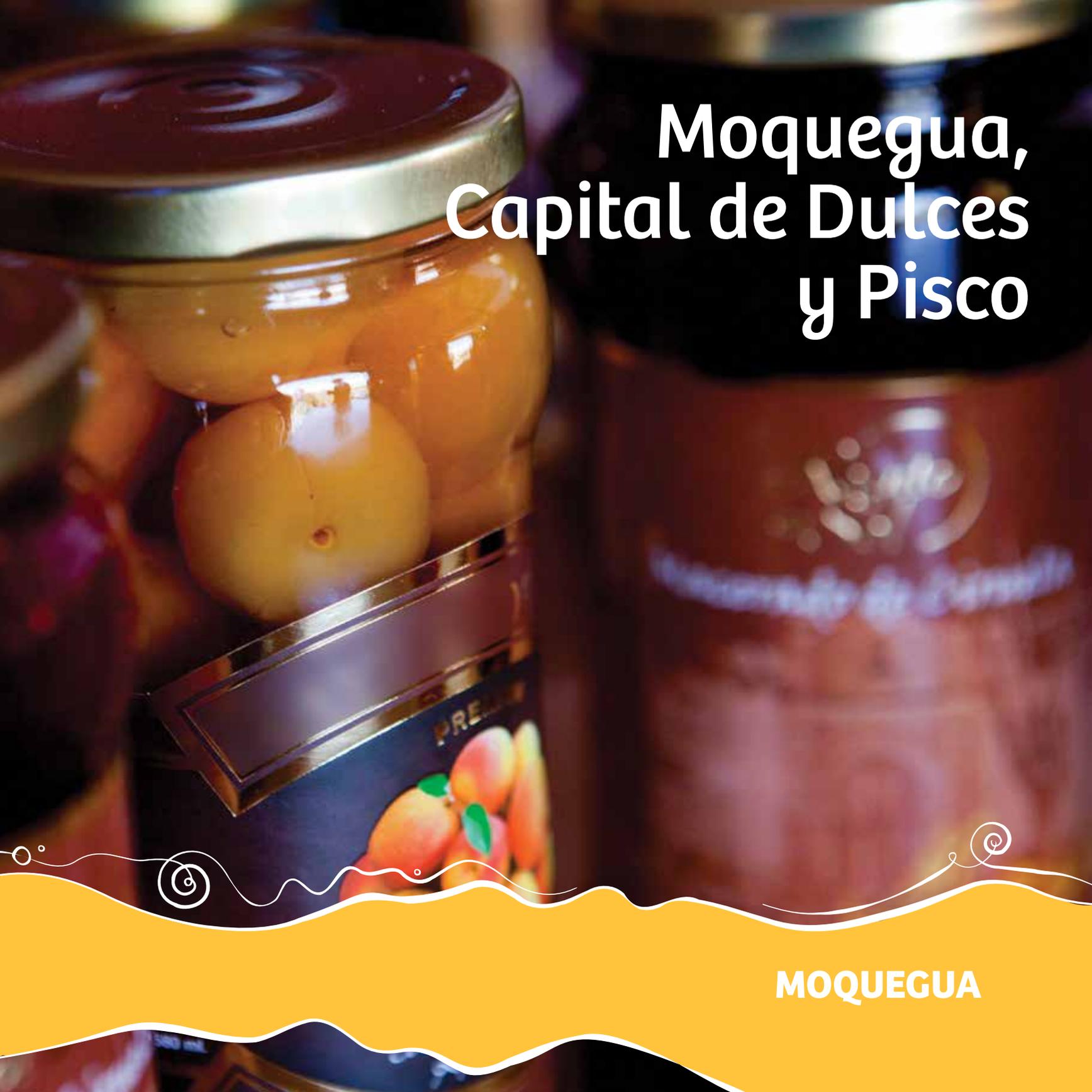


Fauna en Corredor Turístico Tambopata  
PromPerú



Plaza de Armas de Puerto Maldonado  
Heing Plenge - PromPerú

"El Corredor Turístico Tambopata - Ciudad" significará para el visitante una doble experiencia: conocer muy cerca a Puerto Maldonado y los diferentes esfuerzos privados que se realizan para la protección de los bosques amazónicos.



# Moquegua, Capital de Dulces y Pisco

**MOQUEGUA**

# Señalización turística y acondicionamiento de las Bodegas de la Ruta del Pisco



La intervención permitirá desarrollar La Ruta del Pisco en la Región Moquegua bajo un enfoque turístico, para lo cual se implementará señalización en el recorrido de la ruta y acceso a bodegas de Pisco, incorporando el logo de la Ruta Nacional del Pisco.

Asimismo, se brindará asistencia técnica a gestores de bodegas productoras de Pisco con la finalidad de contar con infraestructura turística básica: mejoramiento del área de recepción y estacionamiento, implementación de servicios turísticos, señalización interpretativa en sitios de visita, adecuada disposición de residuos, instalaciones en buenas condiciones de conservación y mantenimiento.

## UBICACIÓN DEL PROYECTO



**Departamento:** Moquegua  
**Provincia:** Mariscal Nieto  
**Distancia desde Lima:** 1225 Km  
**Tiempo por tierra:** 16 horas (bus)  
**Tiempo por aire:** 1 hora 45 minutos

## DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

- ⊙ **TIPO DE PRODUCTO**  
Descanso y relax  
Gastronomía (Ruta del pisco)
- ⊙ **ATRACTIVOS PRINCIPALES**  
Bodegas en el Valle de Moquegua
- ⊙ **ATRACTIVOS SECUNDARIOS**  
Cerro Baúl  
Torata: casonas tradicionales con techo de mojinete
- ⊙ **ACTIVIDADES**  
Degustación de pisco y dulces tradicionales  
Descanso y relax  
City Tour en el Centro Histórico de Moquegua



## ENTIDADES INVOLUCRADAS EN EL DESARROLLO DEL PRODUCTO

- ⊙ Gobierno Regional de Moquegua
- ⊙ Gerencia de Desarrollo Económico
- ⊙ Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Moquegua
- ⊙ Dirección Regional de Producción
- ⊙ Municipalidad Provincial de Mariscal Nieto
- ⊙ Asociación de Productores de Pisco de Moquegua
- ⊙ Comité Regional de Turismo, Moquegua
- ⊙ Anglo American Quellaueco
- ⊙ Organización de Gestión de Destinos - ODG Moquegua
- ⊙ Asociación de Hoteles de Moquegua
- ⊙ PromPerú
- ⊙ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

## BENEFICIOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PRODUCTO

- ⊙ Desarrollo de cultura turística en la población local.
- ⊙ Acondicionamiento turístico de las Bodegas de Pisco Locales.
- ⊙ Revalorización de la oferta productiva local (el Pisco como uno de sus principales representantes).
- ⊙ Promoción turística del destino Moquegua.
- ⊙ Incremento del flujo turístico (nacional y del visitante de frontera).

## RESPALDO REGIONAL





## CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014												
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
<b>DISEÑO DEL PRODUCTO</b>															
Desarrollo de la Identidad gráfica de la Ruta del Pisco como propuesta principal del producto Moquegua Capital de Pisco	Un Logo validado / Línea gráfica desarrollada	Identificación comercial del producto					⊙	⊙							
Guión de visita del recorrido Ruta del Pisco	Un guión interpretativo	Determinar el concepto de la experiencia turística						⊙	⊙	⊙					
Asesoramiento a bodegas para el acondicionamiento turístico interno (ambientes, interpretación turística, servicios)	Diez bodegas de Pisco asesoradas	Bodegas disponibles para la visita turística							⊙						
Instalación de puntos de interpretación turística en la propuesta de Ruta del Pisco	Veinticinco puntos de interpretación turística	Oferta turística señalizada y con valor interpretativo								⊙	⊙	⊙			
Instalación de Mapas de interpretación del recorrido turístico	Dos de Mapas interpretativos												⊙		
<b>ACTIVIDADES CONEXAS</b>															
Desarrollo de buenas prácticas para bodegas de pisco	Diez bodegas de Pisco	Bodegas prestan adecuado servicio al visitante											⊙		
Sistema de aplicación de buenas prácticas para hoteles y restaurantes	Veinte restaurantes y veinte establecimientos de hospedaje capacitados	Restaurante y hoteles vinculados al producto prestan adecuado servicio al visitante								⊙					



Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014														
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D			
Desarrollo de cursos de maridaje Pisco/dulces/gastronomía local	Diez restaurantes, Diez establecimientos de hospedaje, tres dulcerías	Restaurantes, hoteles y dulcerías de Moquegua cuentan con una oferta gastronómica tematizada vinculada al producto (Pisco)											⊙				
Desarrollo de capacitaciones en cultura turística y técnicas de atención al cliente	Dos talleres desarrollados	Oferta turística cuenta con buenos anfitriones						⊙		⊙							
Desarrollo de capacitación sobre el Producto Turístico y técnicas de comunicación acertiva	Dos funcionarios del Municipio capacitados	Servicio de información turística para el visitante							⊙	⊙	⊙						
<b>PROMOCIÓN</b>																	
Diseño de material promocional del producto turístico (banner digital, brochure, fan page de Facebook, videos, guías, otros)	Determinación de la línea gráfica del producto	Difusión y posicionamiento de los valores diferenciales del producto								⊙	⊙	⊙					
Participación en campañas de promoción	Producto turístico incorporado en Campaña "¿Y tú qué planes?"	Comercialización del producto "Moquegua: capital del dulce y pisco"														⊙	
Presentación del producto turístico en el Workshop de Productos Turísticos del Perú 2014	Un producto presentado y puesto en oferta	Producto turístico incorporado en la oferta comercial															⊙



Campiña de Torata  
Luis Yupanqui - PromPerú



Pisco sour  
PromPerú

"Moquegua, Capital de dulces y pisco" será un paseo para conocer la historia de nuestra bebida de bandera y el proceso de su producción artesanal en el soleado valle moqueguano así como la oportunidad de degustar inigualables postres con sabor a tradición.

A vibrant red bird with black wings is perched on a tree branch in a lush green forest. The background is filled with out-of-focus green leaves and bright light filtering through the canopy, creating a bokeh effect. The bird is the central focus, shown in profile facing left.

# Oxapampa, Selva Encantadora

**PASCO**

# Construcción de Centro de Interpretación Étnico (yanesha, andina y austroalemana) y mejoramiento de miradores naturales de los distritos de Oxapampa y Chontabamba

Este producto se orientará a la valoración étnica de los grupos de colonos austro-alemanes, yaneshas y ashánikas que se asentaron en este territorio, quienes con sus usos y costumbres contribuyeron con la riqueza del entorno urbano – rural de Oxapampa.

La mejora de los miradores naturales facilitará el disfrute los particulares paisajes entre Chontabamba y Oxapampa. A ellos se suma la sensibilización a la población local y el asesoramiento a los proveedores de servicios turísticos para impulsar la comercialización del producto.

## UBICACIÓN DEL PROYECTO



**Departamento:** Pasco  
**Provincia:** Oxapampa  
**Distancia desde Lima:** 398 Km  
**Tiempo por tierra:** 10 horas (bus)  
**Tiempo por aire:** No disponible

## DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

- ⊙ **TIPO DE PRODUCTO**  
Naturaleza  
Aventura
- ⊙ **ATRACTIVOS PRINCIPALES**  
Iglesia Santa Rosa  
Pueblo de Oxapampa  
Tunqui Cueva  
Recreo El Huarapo  
Parque Nacional Yanachaga Chemillén (sector San Alberto)
- ⊙ **ATRACTIVOS SECUNDARIOS**  
Barrio de Miraflores  
Pueblo de Chontabamba
- ⊙ **ACTIVIDADES**  
Caminatas  
Paseos en bicicleta o a caballo  
Degustación de platos típicos y bebida  
Observación de flora y fauna



## ENTIDADES INVOLUCRADAS EN EL DESARROLLO DEL PRODUCTO

- ⊙ Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Pasco
- ⊙ Dirección Zonal de Comercio Exterior y Turismo de Oxapampa
- ⊙ Municipalidad Provincial de Oxapampa
- ⊙ Centro de Estudios y Promoción del Desarrollo - DESCO Perú
- ⊙ Parque Nacional Yanachaga Chemillen - SERNANP
- ⊙ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
- ⊙ PromPerú

## BENEFICIOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PRODUCTO

- ⊙ Reacondicionamiento del corredor turístico de Oxapampa.
- ⊙ Impulso a la inversión pública.
- ⊙ Mejora de la experiencia de viaje.
- ⊙ Revalorización de la oferta turística por parte del empresariado del sector.

## RESPALDO REGIONAL





## CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014											
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
<b>DISEÑO DEL PRODUCTO</b>														
Elaboración del guión interpretativo para el desarrollo de la visita	Un guión elaborado	Determinar el concepto de la experiencia turística								⊙	⊙			
Mejora y mantenimiento de los mapas de los principales atractivos turísticos ubicados en los distritos de Oxapampa y Chontabamba	Dos mapas mejorados para su correcta lectura y visualización (puente de ingreso Llamaquigu, nueva berna)	Producto turístico mantenido y adecuado para la visita								⊙	⊙	⊙	⊙	
Mantenimiento de los espacios de uso público de la Plaza de Oxapampa, Plaza de Chontabamba, Mirador la Florida, puente colgante sobre el río Chontabamba y Parque Nacional Yanachaga Chemillen	Cinco atractivos turísticos mejorados									⊙	⊙			
Instalación de mapas de los atractivos turísticos en el terminal de colectivos, ingreso a Puente Paucartambo, CCNN Tsachopen, ingreso a Huancabamba - Pozuzo y en la Plaza de Oxapampa	Cinco mapas instalados	Oferta turística ordenada								⊙	⊙	⊙	⊙	
<b>ACTIVIDADES CONEXAS</b>														
Manejo de desechos sólidos en los espacios de uso público de la Plaza de Oxapampa, Plaza de Chontabamba, Mirador la Florida, puente colgante sobre el río Chontabamba y Parque Nacional Yanachaga Chemillen	Dos planes de manejo de residuos por distrito (Oxapampa, Chontabamba)	Producto turístico adecuado para la visita								⊙	⊙			
Sensibilización y capacitación sobre el producto turístico a la Policía Nacional (Oxapampa)	Un plan de vigilancia en la zona del producto	Percepción de seguridad en el acceso y durante el recorrido del producto. Reforzamiento de la seguridad turística durante la visita										⊙		





Plaza de Armas de Oxapampa  
Walter Siluera - PromPerú



Albergue de Oxapampa  
Walter Siluera - PromPerú

"Oxapampa, Selva Encantadora" ofrecerá al visitante ser parte de la maravillosa naturaleza enriquecida con las costumbres de descendientes austro-alemanes que, de generación en generación, asentaron su residencia en armonía con este lugar.

# Observación de fauna marina, aves y naturaleza



**PIURA**

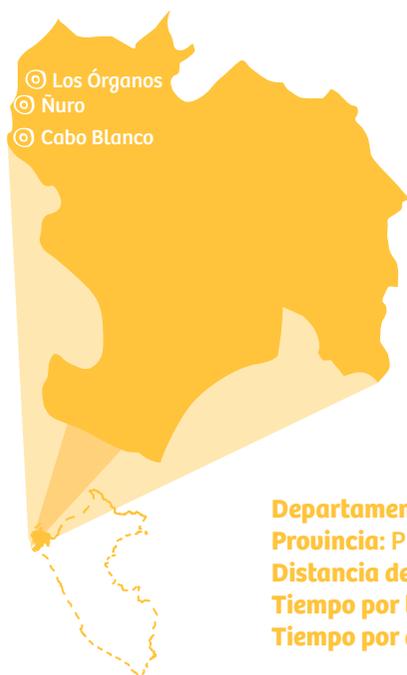
# Implementación de la Sala de Interpretación para la observación de tortugas marinas (Los Órganos)



Esta Sala de Interpretación se convertirá en el espacio de información idóneo para el visitante, en el cual se ha estimado contar con información relevante sobre la fauna local existente, su preservación y ubicación, entre otros. Su implementación será enriquecida con paneles informativos y un diseño gráfico de interiores atractivo para el visitante.

Otras actividades complementarias serán la asistencia técnica a los prestadores de servicios locales, la adopción de medidas de control que garanticen la seguridad del visitante; así como el mantenimiento de las playas y vías de acceso comprendidos en el producto.

## UBICACIÓN DEL PROYECTO



**Departamento:** Piura  
**Provincia:** Piura  
**Distancia desde Lima:** 1050  
**Tiempo por tierra:** 15 horas (bus)  
**Tiempo por aire:** 1 hora 15 minutos

## DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

- ⊙ **TIPO DE PRODUCTO**  
Naturaleza  
Aventura
- ⊙ **ATRATIVOS PRINCIPALES**  
Cabo Blanco  
Coto de Caza El Angolo  
Ñuro, Cabo Blanco, Órganos
- ⊙ **ACTIVIDADES**  
Observación de fauna marina: ballenas y tortugas  
Birdwatching  
Deportes náuticos: surf
- ⊙ **ATRATIVO SECUNDARIO**  
Coto de Caza El Angolo



## ENTIDADES INVOLUCRADAS EN EL DESARROLLO DEL PRODUCTO

⊙ Gobierno Regional de Piura
⊙ Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Piura
⊙ Municipalidad Provincial de Talara
⊙ Municipalidad Distrital de Los Órganos
⊙ Asociación de Vecinos de Vichayito
⊙ Asociación de Pescadores de Los Órganos y El Ñuro
⊙ Asociación Peruana de Agencias de Viajes y Turismo - APAVIT
⊙ Municipalidad Distrital de Máncora
⊙ Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado -
⊙ SERNANP
⊙ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
⊙ PromPerú
⊙ EcOceánica

## BENEFICIOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PRODUCTO

- ⊙ Diversificación de la oferta turística.
- ⊙ Difusión del valor de la fauna regional como la observación de ballenas y tortugas marinas.
- ⊙ Promover la protección de la fauna local.
- ⊙ Participación de los pobladores locales en la cadena de valor del turismo.
- ⊙ Impulso al desarrollo turístico de la Provincia de Talara.

## RESPALDO REGIONAL

**Piura**  
Región GOBIERNO REGIONAL PIURA

"Ministerio de Promoción de la Industria Registrada y del Comercio Exterior"  
"Sector de la Persona con Discapacidad y PwD"

Piura, 18 MAR 2014

OFICIO N° 170 -2014/GRP.100000

Señora  
**MAGALI SILVA VELARDE-ALVAREZ**  
Ministra en la Cartera de Comercio Exterior y Turismo  
LIMA-

Asunto: **Implementación del Producto Turístico "Observación de Fauna, Aves y Naturaleza"**

Tengo el agrado dirigirme a usted para manifestarle que el Gobierno Regional Piura, comprometido con el desarrollo turístico de la región, ha priorizado la implementación del producto turístico "Observación de Fauna, Aves y Naturaleza", identificado por los representantes del sector público y privado de la Región, en la jornada de trabajo realizada por MINCETUR, el pasado 04 de diciembre del 2013.

Al respecto se pone en conocimiento que en cumplimiento con los acuerdos tomados en el referido evento, este Gobierno Regional, a través de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, se compromete a garantizar el cumplimiento de las actividades identificadas en el Plan de Trabajo, elaborado para la implementación del producto turístico antes citado, con el objeto de diversificar la oferta turística en la Región y hacer de Piura uno de los principales destinos turísticos del país.

Hago propicia la ocasión para expresarle los sentimientos de mi consideración y estima.

Atentamente,  
GOBIERNO REGIONAL PIURA  
S.E. Javier Adonis Legros  
PRESIDENTE

En San Ramón Sur  
116, San Eduardo - El Chivo, Piura  
Cercas 173-28400 - Anexo  
913.0228900 ext.21

En República de Chile N° 224  
Oficina 211 - 212, José María  
4 Lata 11, Edificio 105-106  
tel: 56 21 2222222 ext. 21



## CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014														
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D			
<b>DISEÑO DEL PRODUCTO</b>																	
Diseño de recorridos para la visita del producto turístico identificado en la zona de Cabo Blanco, Organos, Vichayito y Máncora	Dos recorridos propuestos	Oferta Turística acondicionada, diversificada, señalizada y con valor interpretativo					⊙	⊙	⊙								
Desarrollo de talleres en monitoreo de tortugas marinas	Un taller realizado							⊙									
Instalación de puntos de interpretación turística a lo largo del recorrido de visita	Diez puntos interpretativos						⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙					
Equipamiento de la sala de interpretación para la observación de ballenas y tortugas en El Nuro	Una sala implementada									⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	
Identificación de actividades en el área natural Coto de Caza El Angolo para incorporarlo como propuesta complementaria del Producto	Dos actividades complementarias identificadas				⊙												
Habilitación y acondicionamiento turístico de un sendero dentro del Coto de Caza El Angolo	Un sendero habilitado						⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	
Elaboración del guión interpretativo para el desarrollo de la visita	Un guión elaborado		Determinar el concepto de la experiencia turística							⊙	⊙	⊙	⊙				
<b>ACTIVIDADES CONEXAS</b>																	
Vigilancia en los accesos donde se desarrolla el Producto	Dos accesos establecidos	Medición de la percepción de seguridad en el recorrido turístico			⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙			
Limpieza de las playas y acceso implicadas en el producto turístico (Cinco playas, desde Cabo Blanco hasta Máncora)	Dos Municipalidades Distritales realizan labor de limpieza pública y recojo de basura en las zonas que comprende el producto	Producto Turístico mantenido y adecuado para la visita			⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙		



Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014														
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D			
Desarrollo de cursos cortos en técnicas de atención al cliente, manipulación de alimentos y cultura turística a los prestadores de servicios, pescadores y otros actores vinculados al producto. (Cabo Blanco, Órganos, Vichayito, Mancora)	Tres talleres desarrollados	Mejora en la prestación de servicios turísticos						⊙	⊙	⊙							
<b>PROMOCIÓN</b>																	
Instalación de panel publicitario en el aeropuerto de la ciudad de Piura	Un panel publicitario instalado	Difusión y posicionamiento de los valores diferenciales del producto											⊙	⊙			
Diseño de material promocional del producto turístico	Determinación de la línea gráfica del producto													⊙	⊙	⊙	
Desarrollo de charlas de sensibilización y difusión del producto turístico dirigido a operadores y prensa regional	Veinte agentes de intermediación													⊙	⊙	⊙	
Inclusión del producto dentro de la Campaña "Y tú que planes?"	Una campaña difunde el producto	Producto turístico incorporado en la oferta comercial												⊙		⊙	
Presentación del producto en los Workshops descentralizados a realizarse en Trujillo y Arequipa	Un producto presentado en las principales regiones emisoras de turismo														⊙		⊙
Presentación del producto turístico en el Workshop de Productos Turísticos del Perú 2014	Un producto presentado y puesto en oferta																⊙



Avistamiento de ballenas  
PromPerú



Tortuga Ñuro  
PromPerú

La amplia diversidad de fauna marina y la riqueza natural existente complementados con el gran potencial para la práctica de deportes náuticos son algunos de los atributos que los piuranos valoran de su territorio y ofrecen hoy a sus visitantes.



# Puno, Ciudad del Lago

**PUNO**

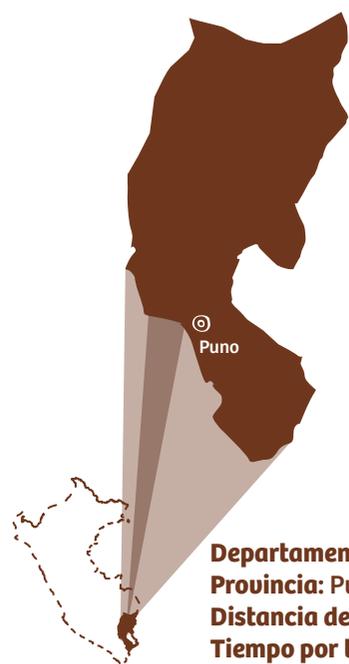
# Mejora y acondicionamiento turístico del Mirador Cerrito Huajsapata



Mediante esta intervención se revalorizará este importante mirador que ofrece una vista privilegiada de Puno y el lago Titicaca. Así mismo, los paneles informativos y de señalización instalados permitirán dar a conocer datos e información turística de los principales atractivos de la ciudad de Puno.

Como complemento, se implementarán procesos en la mejora de la calidad de servicios turísticos, y se impulsará una orientación al orden y limpieza en los atractivos locales.

## UBICACIÓN DEL PROYECTO



**Departamento:** Puno  
**Provincia:** Puno  
**Distancia desde Lima:** 1315 Km  
**Tiempo por tierra:** 21 Horas (bus)  
**Tiempo por aire:** 2 horas 15 minutos  
(Lima- Juliaca)

## DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

- ⊙ **TIPO DE PRODUCTO**  
Cultura viva  
Naturaleza
- ⊙ **ATRACTIVO PRINCIPAL**  
Ciudad de Puno: Plaza de Armas, Museo Dreyer, Cerrito Huajsapata, Arco Deustua, Santuario de La Virgen de La Candelaria, Museo Buque Yavarí, Parque Pino, Catedral, Balcón del Conde de Lemos.
- ⊙ **ATRACTIVOS SECUNDARIOS**  
Lago Titicaca  
Muelle y feria artesanal
- ⊙ **ACTIVIDADES**  
Visitas guiadas  
Circuito peatonal  
Compra de artesanía



## ENTIDADES INVOLUCRADAS EN EL DESARROLLO DEL PRODUCTO

- ⊙ Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo Puno
- ⊙ Municipalidad Provincial de Puno
- ⊙ Cámara Hotelera de Puno
- ⊙ Cámara Regional de Turismo de Puno - CARETUR
- ⊙ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y PromPerú
- ⊙ Asociación Regional de Agencias de Viajes y Turismo de Puno - ARAVIT

## BENEFICIOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PRODUCTO

- ⊙ Inversión y revalorización de las zonas intervenidas.
- ⊙ Optimización de la experiencia de viaje en el destino.
- ⊙ Mejora del paisaje y ornato local.
- ⊙ Fortalecimiento institucional y de capacidades que optimizan la mejor gestión de los atractivos turísticos.

## RESPALDO REGIONAL

"AÑO DE LA PROMOCIÓN DE LA INDUSTRIA RESPONSABLE Y DEL COMPROMISO CLIMÁTICO"



PUNO, 31 ABR. 2014

OFICIO N° 417 - 2014-GR-PUNO/PR

Señora  
MAGALI SILVA VELARDE-ÁLVAREZ  
Ministra  
MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

Presente.

Asunto: Implementación de Producto Turístico "Puno, Ciudad del Lago"

De mi consideración:

Tengo el agrado de dirigirme a usted a fin de hacer de su conocimiento que el Gobierno Regional de Puno, comprometido con el desarrollo turístico de la región, ha priorizado la implementación del producto turístico "Puno, Ciudad del Lago", identificado por los representantes del sector público y privado de la región, en la jornada de trabajo convocada por el MINCETUR el pasado 04 de diciembre.

En tal sentido, ponemos en conocimiento que en concordancia con los acuerdos tomados en el referido evento, el Gobierno Regional de Puno, a través de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, se compromete a garantizar el cumplimiento de las actividades identificadas en el Plan de Trabajo elaborado para la implementación del producto turístico, con el objetivo de innovar y diversificar la oferta turística en nuestra región.

Sin otro en particular, hago propicia la ocasión para manifestarle los sentimientos de mi consideración y estima.

Atentamente,

GOBIERNO REGIONAL PUNO  
*[Firma]*  
MAGALI SILVA VELARDE-ÁLVAREZ  
PRESIDENTE REGIONAL

CX: 0008  
(DIRECCIÓN REGIONAL)  
Arch.



## CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014												
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
<b>DISEÑO DEL PRODUCTO</b>															
Definición de puntos de visita que incluirán el Producto Turístico (ciudad de Puno)	Una propuesta de visita validada	Propuesta de visita implementado		⊙	⊙	⊙									
Instalación de puntos de orientación e interpretación y mapas informativos	Diez puntos de orientación e interpretación y seis mapas informativos	Oferta Turística ordenada, con disposición de información y con valor interpretativo						⊙	⊙	⊙	⊙	⊙			
Elaboración de Itinerario de visita (guión interpretativo de visita)	Un guión interpretativo								⊙	⊙	⊙				
Rehabilitación y Acondicionamiento Turístico del Cerrito Huajsapata	Atractivo turístico mejorado	Producto turístico mantenido y adecuado para la visita					⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙			
<b>ACTIVIDADES CONEXAS</b>															
Asistencia en Buenas Prácticas (SABP) dirigida a empresas de los rubros de hoteles, restaurantes y agencias de viajes	Cuarenta restaurantes, establecimientos de hospedaje y agencias de viaje capacitados	Mejora de la calidad de la gestión del servicio turístico en hoteles, restaurantes y agencias de viajes / operadores						⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙		



Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014												
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
<b>PROMOCIÓN</b>															
Diseño de material promocional del Producto Turístico	Determinación de la línea gráfica del producto	Difusión y posicionamiento de los valores diferenciales del Producto													
Viaje de prensa	Un viaje de prensa realizado														
Seminario de comercialización del Producto Turístico "Puno, ciudad del Lago"	Quince agentes de intermediación (operadores y agencias de viajes) conocen el Producto Turístico	Incorporación del Producto en la oferta turística regional													
Presentación del Producto Turístico en el Workshop de Productos Turísticos del Perú 2014	Un producto presentado y puesto en oferta														



Buque Museo Yauarí  
Renzo Giraldo - PromPerú



Ciudad de Puno y Lago Titicaca  
Flor Ruiz - PromPerú

"Puno, Ciudad del Lago" permitirá al turista disfrutar de los encantos mágicos del lago navegable más alto del mundo donde el arte popular y la energía se entremezclan para dar paso a experiencias fascinantes descubriendo las bondades de un servicio de primer nivel.



# “Morro de Calzada: Mirador del Altomayo”

**SAN MARTÍN**

# Instalación de servicios de orientación e información turística en el Morro de Calzada: Mirador del Alto Mayo



La intervención permitirá mejorar la imagen turística del pueblo de Calzada, que tiene como producto ancla al Morro de Calzada, mediante el pintado de fachadas, mejora del mobiliario urbano y la instalación de señalización turística en los senderos el Arenal y Sillón del Inca.

Simultáneamente, se implementará las buenas prácticas para la mejora de la calidad en la prestación de los servicios turísticos de los rubros de hospedaje y restauración.

## UBICACIÓN DEL PROYECTO



**Departamento:** San Martín  
**Provincia:** Moyobamba  
**Distancia desde Lima:** 1385 Km  
**Tiempo por tierra:** 25 horas (bus)  
**Tiempo por aire:** 1 hora (de Tarapoto)

## DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

- ⊙ **TIPO DE PRODUCTO**  
Naturaleza
- ⊙ **ATRATIVOS PRINCIPALES**  
Morro de Calzada
- ⊙ **ATRATIVOS SECUNDARIOS**  
Ciudad de Moyobamba: Baños Termales de San Mateo  
Baños Sulfurosos de Oromina  
Miradores naturales
- ⊙ **ACTIVIDADES**  
Caminatas  
Observación de aves  
Observación de flora  
Camping  
Investigación



## ENTIDADES INVOLUCRADAS EN EL DESARROLLO DEL PRODUCTO

- ⊙ Municipalidad Distrital de Calzada
- ⊙ Asociación de Hoteles, Restaurantes y Afines - AHORA Moyobamba
- ⊙ Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de San Martín
- ⊙ Cámara Regional de Turismo de San Martín - CARETUR
- ⊙ Asociación Peruana de Agencia de Viajes y Turismo de San Martín - APAVIT
- ⊙ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
- ⊙ PromPerú

## BENEFICIOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PRODUCTO

- ⊙ Dinamización y diversificación de la economía local.
- ⊙ Conservación del paisaje natural, la flora y fauna.
- ⊙ Inversión en la zona intervenida.
- ⊙ Promoción del destino.

## RESPALDO REGIONAL



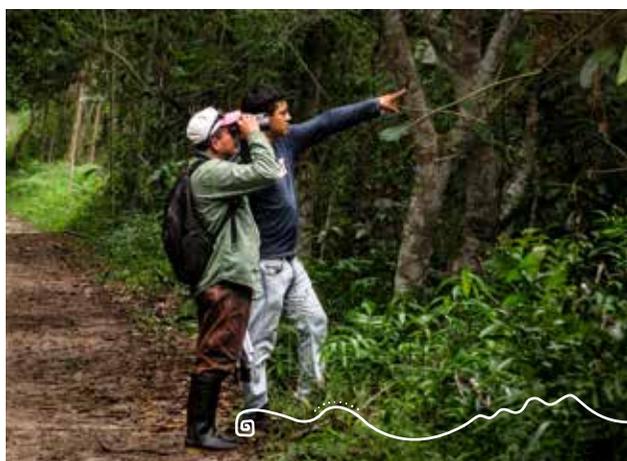


## CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014											
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
<b>DISEÑO DEL PRODUCTO</b>														
Desarrollo de una propuesta para la mejora paisajística-turística en la localidad de Calzada	Una propuesta técnica desarrollada e implementada	Producto Turístico ordenado y con valor interpretativo						⊙	⊙	⊙	⊙	⊙		
Instalación de Puntos de interpretación turística en el Morro Calzada	Veinte puntos de interpretación							⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	
Actualización e implementación del Plan de Trabajo de la Red de Protección al Turista de San Martín (Moyobamba - Calzada)	Un Plan de Seguridad turística actualizada e Implementada	Mejora de la percepción de seguridad en la zona de visita		⊙		⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙			
Elaboración del guión interpretativo para el desarrollo de la visita	Un guión Interpretativo elaborado	Determinar el concepto de la experiencia turística					⊙	⊙	⊙					
<b>ACTIVIDADES CONEXAS</b>														
Implementación del Plan Nacional de Calidad Turística mediante el Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas	Cuarenta empresas capacitadas y veintidós empresas reciben asesoramiento técnico especializado	Mejora en la prestación de los servicios turísticos					⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙		
Mejora de la Gestión Empresarial para prestadores de servicios turísticos	Veinte empresas capacitadas y quince empresas reciben asesoramiento técnico especializado						⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙		
Capacitación en la operación y comercialización de productos turísticos en destinos de naturaleza (Morro Calzada)	Diez operadores turísticos capacitados	Validar conceptual y operativamente la experiencia turística												
Testeo y validación del producto por tour operadores regionales	Diez operadores turísticos con capacidad para la operación y comercialización del producto turístico de Amazonas						⊙	⊙						



Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014													
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D		
<b>PROMOCIÓN</b>																
Material Informativo basado en valores turísticos - naturales del Morro Calzada	Un Cartilla de campo de especies de flora y fauna del Morro Calzada para guías y orientadores turísticos.	Material interpretativo de soporte para la estrategia de sensibilización, difusión y promoción del Producto Turístico					⊙	⊙								
Ilustración de valores naturales (especies icono de flora y fauna) del Morro Calzada para el desarrollo de material informativo.	Ciento diez ilustraciones naturalistas de especies singulares de flora , mamíferos y aves del Morro Calzada						⊙	⊙								
Desarrollo de folletería de promoción y Difusión	Un folleto promocional del producto							⊙	⊙							
Activaciones turísticas en las ciudades de Tarapoto y Moyobamba para la promoción del Morro Calzada	Dos activaciones para la promoción turística de Morro Calzada	Difusión regional y nacional del Producto Turístico "Morro Calzada, Mirador del Alto Mayo"				⊙		⊙								
Sensibilización sobre el Recurso Natural - Turístico de Morro Calzada orientadas a centros de educación primaria y secundaria en los Distritos de Calzada y Moyobamba	Dos talleres de sensibilización turística en los Distritos de Calzada y Moyobamba.								⊙			⊙				
Difusión del producto en medios de prensa	Cinco publicaciones en prensa local y regional.											⊙		⊙		
Difusión del producto en medios virtual (Redes Sociales PromPerú)	Cinco publicaciones en redes sociales (PromPerú)									⊙						
Participación en campañas de promoción	Seis operadores participantes en campaña Y tú que planes									⊙	⊙	⊙	⊙			
Presentación del producto en el Workshop Norte	Seis empresas turísticas y diez negociaciones efectivas de cada una.	Incorporación del Producto en la oferta turística comercial										⊙				
Presentación del producto en la Feria Internacional de Turismo de Arequipa-AVIT 2014	Seis empresas turísticas y diez negociaciones efectivas de cada una.													⊙		
Presentación del producto turístico en el Workshop de Productos Turísticos del Perú 2014	Un producto presentado y puesto en oferta	Producto turístico incorporado en la oferta comercial													⊙	



Morro Calzada  
Macoy Zapata - PromPerú



Morro Calzada  
Macoy Zapata - PromPerú

"Morro Calzada: Mirador del Altomayo" es el símbolo más valioso del cálido pueblo de San Martín que revela ante los ojos del visitante, su cautivante naturaleza siendo el lugar propicio para la observación de aves únicas en su especie.

# Corredor turístico Valle Viejo - Miculla



TACNA

# Instalación de señalización y paneles interpretativos en el corredor Valle Viejo - Miculla



La intervención permitirá mejorar la experiencia del visitante a través de la implementación de paneles interpretativos y señalización del recorrido.

Asimismo, se diversificará la oferta turística en Tacna a través del fortalecimiento de la Ruta del Pisco y se capacitará a los prestadores de servicios turísticos en Buenas Prácticas en gestión del servicio.

## UBICACIÓN DEL PROYECTO



**Departamento:** Tacna  
**Provincia:** Tacna  
**Distancia desde Lima:** 1293 Km  
**Tiempo por tierra:** 19 horas (bus)  
**Tiempo por aire:** 1 hora 45 minutos

## DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

- ⊙ **TIPO DE PRODUCTO**  
Gastronómico (Ruta del pisco)  
Cultural (Arqueología)
- ⊙ **ATRATIVOS PRINCIPALES**  
Complejo Arqueológico de Miculla  
Ruta del pisco
- ⊙ **ACTIVIDADES**  
Visitas guiadas  
Visita a bodegas artesanales (Ruta del pisco)  
Degustación gastronómica

## BENEFICIOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PRODUCTO

- ⊙ Inversión y revalorización de las zonas intervenidas.
- ⊙ Optimización de la experiencia de viaje en el destino.
- ⊙ Mejora del paisaje y ornato local.
- ⊙ Fortalecimiento institucional y de capacidades que optimizan la mejor gestión de los atractivos turísticos.



## CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014												
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
<b>DISEÑO DEL PRODUCTO</b>															
Elaboración del guión interpretativo para el desarrollo de la visita	Un guión elaborado	Determinar el concepto de la experiencia turística					⊙	⊙	⊙						
Desarrollo de la Identidad gráfica del corredor Valle Viejo - Miculla	Un Logo validado / Línea gráfica desarrollada	Identificación comercial del producto (corredor turístico)							⊙	⊙					
Desarrollo de la Identidad gráfica de la Ruta del Pisco como producto del corredor Valle Viejo - Miculla	Un Logo validado / Línea gráfica desarrollada	Identificación comercial de la Ruta del Pisco				⊙	⊙								
Instalación de puntos de interpretación turística del corredor Valle Viejo -Miculla	Veinte puntos interpretativos	Oferta turística señalizada y con valor interpretativo								⊙	⊙	⊙			
Instalación de Mapas de interpretación del Corredor Turístico	Dos de Mapas interpretativos									⊙	⊙	⊙			
<b>ACTIVIDADES CONEXAS</b>															
Buenas Prácticas para Bodegas de Pisco ubicadas en Corredor Valle Viejo -Miculla	Veinte bodegas de pisco	Bodegas prestan adecuado servicio al visitante											⊙		
Buenas Prácticas en gestión del servicio para hoteles Y restaurantes	Treinta restaurantes y treinta establecimientos de hospedaje	Mejora de la calidad de la gestión del servicio turístico en hoteles y restaurantes							⊙						
Instalación de la Red de Protección al Turista	Una Red de Protección al Turista de Tacna, con plan de acción	Monitoreo y seguimiento a la seguridad del visitante de Miculla y Valle Viejo				⊙	⊙								
Desarrollo de capacitación para el fortalecimiento de habilidades comunicativas para operadores locales	Diez operadores turísticos capacitados	Operadores locales conocen y comunican el valor diferencial del Producto Turístico											⊙		

Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014													
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D		
<b>PROMOCIÓN</b>																
Misiones de negociación para posicionamiento del Producto	Veinte negociaciones efectivas para posicionar el Producto Valle Viejo - Miculla	Producto turístico incorporado en la oferta comercial												⊙		
Participación en campañas de promoción	Producto Turístico incorporado en Campaña "¿Y tú que planes?"														⊙	
Road Show Chile	Cien empresas (tour operadores) conocen el Producto Turístico														⊙	
Viaje de prensa	Diez medios de prensa de los destinos de Arica, Iquique y Antofagasta														⊙	
Presentación del producto turístico en el Workshop de Productos Turísticos del Perú 2014	Un producto presentado y puesto en oferta	Producto turístico incorporado en la oferta comercial													⊙	



Complejo arqueológico de Miculla  
Juan Puelles



Adobo tacneño  
Rengo Tasso

“El Corredor Turístico Valle Viejo - Miculla” permitirá a los visitantes conocer la cultura de Tacna expresada en su enigmática arqueología y disfrutar de la belleza de su campiña matizada con aroma a pisco.

# Playas de Tumbes: Zorritos - Punta Sal



**TUMBES**

## Mejora y acondicionamiento de acceso a la Playa Punta Sal



La intervención estará centrada en facilitar un acceso directo a la playa Punta Sal, lo cual permitirá una circulación ordenada de los visitantes a la playa. Para ello, se ha considerado la mejora y acondicionamiento de este tramo que se constituirá a futuro en el principal acceso a la playa.

Se suman actividades como el asesoramiento a los prestadores de servicios turísticos, la sensibilización a la población local; así como otras relacionadas con la limpieza de sus playas y vías de acceso a la zona comprendida en el producto.

### UBICACIÓN DEL PROYECTO



Punta Sal

Playa Zorritos



**Departamento:** Tumbes

**Provincia:** Contralmirante Villar

**Distancia desde Lima:** 1283 Km

**Tiempo por tierra:** 19 horas (bus)

**Tiempo por aire:** 1 hora 50 minutos

### DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

- ⦿ **TIPO DE PRODUCTO**  
Descanso y relax
- ⦿ **ATRACTIVOS PRINCIPALES**  
Balneario de Punta Sal y Zorritos
- ⦿ **ATRACTIVOS SECUNDARIOS**  
Heruideros
- ⦿ **ACTIVIDADES**  
Deporte náutico: motonáutica, pesca de altura, surfing, buceo  
Avistamiento de ballenas  
Paseos a caballo  
Paseos en yate  
Ski acuático  
Pesca artesanal



## ENTIDADES INVOLUCRADAS EN EL DESARROLLO DEL PRODUCTO

- ⊙ Gobierno Regional de Tumbes
- ⊙ Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Tumbes
- ⊙ Municipalidad Provincial de Tumbes
- ⊙ Cámara Regional de Turismo de Tumbes - CARETUR
- ⊙ Asociación Peruana de Hoteles Restaurantes y Afines Tumbes - AHORA
- ⊙ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
- ⊙ PromPerú

## RESPALDO REGIONAL



## BENEFICIOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PRODUCTO

- ⊙ Fortalecimiento del atractivo playas con actividades complementarias y/o deportivas.
- ⊙ Mejora de los estándares de calidad de la oferta de servicios.
- ⊙ Participación de los pobladores locales en la cadena de valor del turismo.
- ⊙ Incentivo a la participación de las pymes locales a través de la oferta de servicios complementarios al recurso playa.



## CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014												
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
<b>DISEÑO DEL PRODUCTO</b>															
Identificar actividades náuticas y otras de sol y playa a cargo de prestadores de servicios turísticos	Seis actividades identificadas	Oferta Turística diversificada, señalizada y con valor interpretativo			○	○	○								
Diseño de recorridos para la visita al producto turístico (incluyendo actividades identificadas)	Dos recorridos turísticos						○	○	○						
Instalación de puntos de interpretación a lo largo del recorrido de visita	Cinco puntos de interpretación						○	○	○	○	○	○			
Vigilancia en los accesos	Dos accesos establecidos	Medición de la percepción de seguridad en la zona intervenida			○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
Elaboración del guión interpretativo para el desarrollo de la visita turística	Un guión interpretativo	Determinar el concepto de la experiencia turística							○	○	○	○			
<b>ACTIVIDADES CONEXAS</b>															
Desarrollo de capacitación en atención al cliente, manipulación y cultura turística a los prestadores de servicios y pescadores de la zona de Zorritos y Punta Sal.	Sesenta asistentes entre prestadores de servicios y pescadores de la zona.	Mejora en la prestación del servicio turístico. Pobladores locales como buenos anfitriones.								○		○			
Limpieza de las playas implicadas en el producto turístico y de los accesos por medio de las ciudades soporte (entre Canoas de Punta Sal y Zorritos)	Dos Municipalidades Distritales realizan labor de limpieza pública y recojo de basura en las zonas que comprende el producto	Producto Turístico mantenido y adecuado para la visita								○	○	○	○	○	



Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014												
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
<b>PROMOCIÓN</b>															
Instalación de panel publicitario en el aeropuerto de la ciudad de Tumbes	Un panel publicitario	Difusión y posicionamiento del producto turístico al mercado potencial de visitantes								⊙	⊙				
Desarrollo de charlas de sensibilización y difusión del producto turístico dirigido a operadores y prensa regional	Diez agentes de intermediación y cinco medios de comunicación conocen el Producto Turístico										⊙	⊙	⊙		
Diseño de material promocional del producto turístico	Determinación de la línea gráfica del producto												⊙	⊙	⊙
Inclusión del producto dentro de la Campaña "Y tú que planes?"	Una campaña difunde el producto	Producto turístico incorporado en la oferta comercial				⊙				⊙				⊙	
Presentación del producto en los Workshops descentralizados a realizarse en Trujillo y Arequipa	Un producto presentado en las principales regiones emisoras de turismo										⊙		⊙		
Presentación del producto turístico en el Workshop de Productos Turísticos del Perú 2014	Un producto presentado y puesto en oferta														⊙



Playa Zorritos  
PromPerú



Playa Punta Sal  
PromPerú

El producto "Playas de Tumbes" ofrece al visitante que gusta del sol y el mar, una experiencia de descanso, relax, gastronomía y diversión, elementos perfectos para un disfrute total en cualquier época del año.

# Yarinacocha: Cuna del camu camu

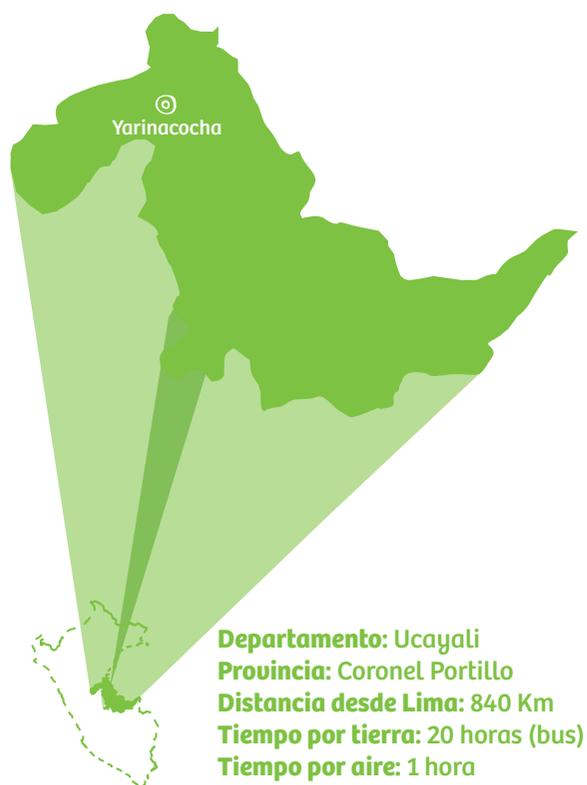
UCAYALI

# Instalación de mapas interpretativos en la Ruta del Camu Camu



La ruta del Camu Camu contará con mapas interpretativos necesarios para que el visitante pueda acceder al recorrido turístico y así ofrecerle un contacto puro con la naturaleza a través de actividades participativas donde el camu camu, fruto vitamínico y antioxidante por excelencia, es la estrella del lugar. Además, se sensibilizará a la población, se mejorará las técnicas para la elaboración de artesanía, se mejorará el entorno paisajístico y se orientarán acciones de vigilancia en el recorrido donde se desarrolla el producto.

## UBICACIÓN DEL PROYECTO



## DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

- ⊙ **TIPO DE PRODUCTO**  
Naturaleza y cultura viva
- ⊙ **ATRACTIVO PRINCIPAL**  
Laguna de Yarinacocha
- ⊙ **ATRATIVOS SECUNDARIOS**  
Isla del Amor  
Zoológico de Yarinacocha  
Centro artesanal  
Comunidad nativa de San Francisco  
Comunidad nativa de San Pablo  
Agroindustria Peruvian Amazon Green
- ⊙ **ACTIVIDADES**  
Actividades participativas: Paseo en bote  
Visita a comunidades nativas: siembra  
Cosecha y procesamiento del camu camu



## ENTIDADES INVOLUCRADAS EN EL DESARROLLO DEL PRODUCTO

- ⊙ Gobierno Regional de Ucayali
- ⊙ Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Ucayali
- ⊙ Municipalidad Provincial de Coronel Portillo
- ⊙ Municipalidad Distrital de Yarinacocha
- ⊙ Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
- ⊙ PromPerú

## BENEFICIOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PRODUCTO

- ⊙ Fortalecimiento de la oferta turística local.
- ⊙ Participación e integración de las comunidades en la actividad turística.
- ⊙ Generación de oportunidades laborales.
- ⊙ Revalorización de la zona intervenida.
- ⊙ Promoción del producto.
- ⊙ Incremento del flujo turístico.

## RESPALDO REGIONAL



GOBIERNO REGIONAL DE UCAYALI

"Año de la Promoción de la Industria Responsable y del Compromiso Climático"



Pucallpa, 19 de febrero de 2014

OFICIO N° 093-2014-GRU-P

Señora  
**MAGALI SILVA VELARDE-ÁLVAREZ**  
Ministra  
MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO  
Lima

ASUNTO IMPLEMENTACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO  
"YARINACOCHA: CUNA DEL CAMU CAMU"

Tengo el agrado de dirigirme a usted para saludarla cordialmente y manifestarle que el Gobierno Regional de Ucayali comprometido con el desarrollo turístico de la región, ha priorizado la implementación del producto turístico "Yarinacocha: cuna del camu camu", identificado por los representantes del sector público y privado de la región, durante la jornada de trabajo convocada por el MINCETUR el pasado 04 de diciembre.

En cumplimiento de los acuerdos tomados en el referido evento, el Gobierno Regional de Ucayali, a través de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo-DIRECTUR Ucayali, se compromete a garantizar el cumplimiento de las actividades identificadas en el Plan de Trabajo establecido para la implementación del producto turístico, con el objetivo de innovar y diversificar la oferta turística en nuestra región.

Sin otro en particular, hago propicia la ocasión para manifestarle los sentimientos de mi consideración y estima.

Atentamente,

GOBIERNO REGIONAL DE UCAYALI

MINISTRO REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

ING. JESSICA ESCOBAR

PROCESO ADMINISTRATIVO

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO  
DESPACHO MINISTERIAL

19 FEB 2014

RECEPCION

1655



## CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014												
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
<b>DISEÑO DEL PRODUCTO</b>															
Instalación de puntos de interpretación a lo largo del recorrido de visita	Veinte puntos de interpretación	Producto turístico señalizado y con valor interpretativo								⊙	⊙	⊙			
Elaboración del guión de visita del producto turístico	Un guión elaborado	Determinar el concepto de la experiencia turística								⊙	⊙				
<b>ACTIVIDADES CONEXAS</b>															
Vigilancia en los accesos y recorridos donde se desarrolla el Producto	Un Plan de vigilancia	Mejora de la percepción de seguridad					⊙	⊙	⊙	⊙					
Manejo de residuos sólidos en la Laguna de Yarinacocha	Ocho campañas de limpieza	Mejora del entorno paisajístico					⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙	⊙		
Capacitación en cultura turística dirigida a municipios, prestador de servicios, transporte público interprovincial y población en general	Tres talleres de capacitación	Población y proveedores de servicios locales ofrece atención de calidad al visitante					⊙		⊙				⊙		
Capacitación en atención al cliente	Veinte empresas capacitadas	Mejora en la prestación de servicios turísticos										⊙	⊙		
Capacitación en nuevas técnicas a artesanos de Yarinacocha	Seis talleres de capacitación	Mejora de la oferta artesanal					⊙	⊙	⊙						



Acción	Meta	Resultado	Período de ejecución 2014													
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D		
<b>PROMOCIÓN</b>																
Difusión del producto turístico con agentes de intermediación (operadores y agencias de viajes) prensa local y otros segmentos (colegios)	Treinta agentes de intermediación, cinco medios de comunicación	Difusión y posicionamiento de los valores diferenciales del producto turístico									⊙	⊙	⊙			
Elaboración y colocación de paneles publicitarios en Pucallpa y Huánuco	Cuatro paneles en Pucallpa y dos en Huánuco											⊙	⊙	⊙		
Diseño de material promocional del producto turístico	Determinación de la línea gráfica del producto											⊙	⊙	⊙		
Inclusión del producto turístico en las campañas de turismo de interno	Una campaña promocional que difunde el producto	Incorporación del producto en la oferta turística						⊙	⊙	⊙	⊙	⊙				
Presentación del producto turístico en el Workshop de Productos Turísticos del Perú 2014	Un producto presentado y puesto en oferta															⊙



Laguna de Yarinacocha  
Favio Ovalle - PromPerú



Niñas shipibo-conibo  
Magali del Solar - PromPerú

"Yarinacocha, Cuna del camu camu" representa uno de los productos más emblemáticos de la Amazonía conjugado con el disfrute de su incomparable paisaje y el intercambio entre culturas vivas.







**© MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO**  
**Viceministerio de Turismo**  
**Calle Uno Oeste N° 50 Urb. Corpac San Isidro – Piso 16**  
**[www.mincetur.gob.pe/](http://www.mincetur.gob.pe/)**

**Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2014 - 06985**

**FOTOGRAFÍAS**  
**PromPerù / Mincetur / Gobiernos Regionales**

**Diseño y diagramación:**  
Preciso Consultoría e Publicaciones, consultor del Programa Buen Gobierno y Reforma del Estado  
Enrique Olivero 190 San Borja - Lima

**IMPRESIÓN:**  
**Servicios Gráficos JMD SRL**  
**Au. Jose Gálvez 1549, Lince – Lima**

**Mayo 2014**



Perú

