

IVAI PERÚ

Iniciativas de
VINCULACIÓN
para **ACELERAR**
la **INNOVACIÓN**



CONCYTEC

¡Bienvenido!

Para esta sesión considerar:



Ingrese con su
micrófono silenciado



Tendremos un espacio
para debate



La presentación se
enviará posterior a la
sesión



Favor de ingresar sus
datos en el formulario
de registro



IVAI

**Turismo
cultural
natural y aventura**

**SEGUNDO DIÁLOGO
PÚBLICO – PRIVADO**

**INICIATIVAS DE
VINCULACIÓN PARA
ACELERAR LA
INNOVACIÓN**

**14
SEPTIEMBRE**



un
proceso
liderado
por:



Con el apoyo de:



Agenda

- Palabras de apertura
- Objetivos del Proyecto y Plan de Trabajo
- Las tendencias de la industria de turismo
- ¿Cómo podemos competir en la industria de turismo?
- Cadena de Valor ideal del negocio más atractivo
- Áreas de mejora en la cadena actual
- Espacio de diálogo público
- Siguietes Pasos



Agenda



- **Palabras de apertura**
- Objetivos del Proyecto y Plan de Trabajo
- Las tendencias de la industria de turismo
- ¿Cómo podemos competir en la industria de turismo?
- Cadena de Valor ideal del negocio más atractivo
- Áreas de mejora en la cadena actual
- Espacio de diálogo público
- Siguiendo Pasos

Agenda



- Palabras de apertura
- **Objetivos del Proyecto y Plan de Trabajo**
- Las tendencias de la industria de turismo
- ¿Cómo podemos competir en la industria de turismo?
- Cadena de Valor ideal del negocio más atractivo
- Áreas de mejora en la cadena actual
- Espacio de diálogo público
- Siguiendo Pasos



Objetivos del Proyecto

¿Qué es una IVAI?

IVAI es una propuesta estratégica para impulsar un **proceso de cambio** en **cadenas de valor** seleccionadas con el fin de **potenciar la productividad**, promover la inserción en mercados más atractivos e impactar en la competitividad.





industria

Permitirá a las empresas desarrollar nuevas habilidades para competir y para moverse hacia nuevos mercados



academia

El sector académico podrá potenciar una investigación más focalizada hacia las necesidades de cada cadena de valor



estado

El sector público podrá identificar reformas necesarias para promover una productividad y competitividad

Objetivos del proyecto

¿Cómo se refuerza la competitividad?

Reforzar la competitividad de los actores del sector Turismo cultural, natural y aventura de las regiones La Libertad y Lambayeque

Estrategia empresarial

- Lograr que cada actor, de manera individual, **innove** y mejore de forma continua para satisfacer las necesidades de sus clientes

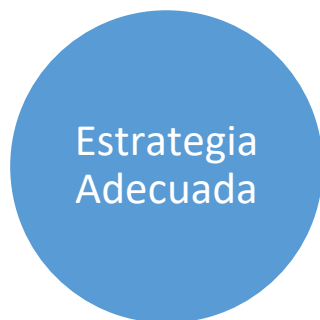
Entorno

- **Favorecer y estimular** la innovación y el desarrollo de las empresas

Objetivos del proyecto

¿Cómo se refuerza la competitividad?

Reforzar la competitividad de los actores del negocio de Turismo cultural, natural y aventura de las regiones de La Libertad y Lambayeque



Objetivos del proyecto

Resultado del proyecto

Estrategia empresarial	Entorno
Integrar las perspectivas individuales hacia una visión consensuada de futuro	Poner en marcha acciones necesarias para favorecer el desarrollo competitivo de las empresas

~~ESTUDIO~~

Objetivos del proyecto

Resultado del proyecto

Estrategia empresarial	Entorno
Integrar las perspectivas individuales hacia una visión consensuada de futuro	Poner en marcha acciones necesarias para favorecer el desarrollo competitivo de las empresas

El proyecto tiene un objetivo práctico: generar una dinámica de cambio empresarial



Plan de trabajo

Proceso de cambio en cada **IVAI**

Cada IVAI tendrá
3 fases de trabajo:



Análisis estratégico

Proceso de cambio - Generación de capital social

Plan de Trabajo de la IVAI

El calendario

6 meses



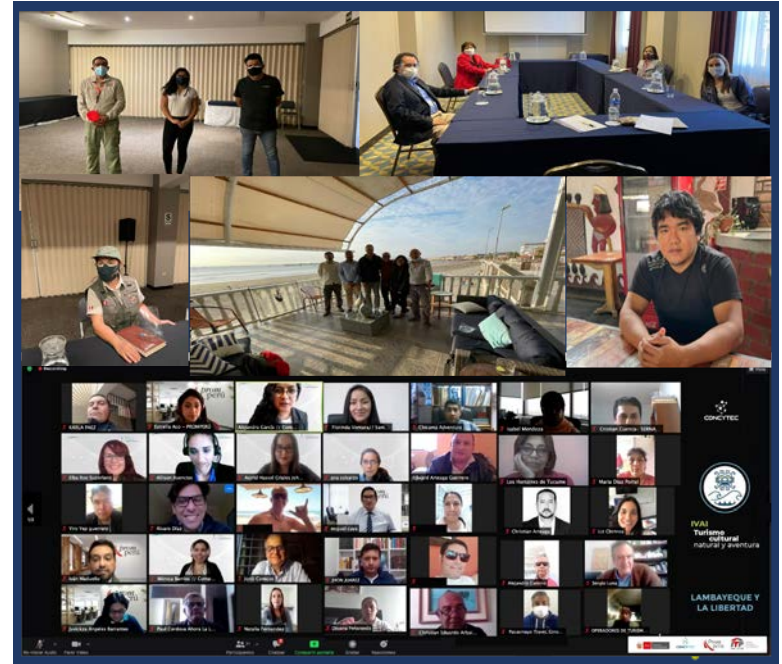
Plan de Trabajo de la IVAI

El calendario



1ª reunión
13 de julio de
2021

- Entrevistas con empresas e instituciones
- Análisis de informes y estudios previos



Plan de Trabajo de la IVAI

El calendario



2ª reunión
14 de septiembre de
2021

- Entrevistas internacionales virtuales con compradores sofisticados
- Grupos estratégicos



Plan de Trabajo de la IVAI

El calendario

6 meses



3ª reunión

16 de noviembre de
2021

- Entrevistas con empresarios y expertos
- Grupos de trabajo con agentes del sector



CONCYTEC

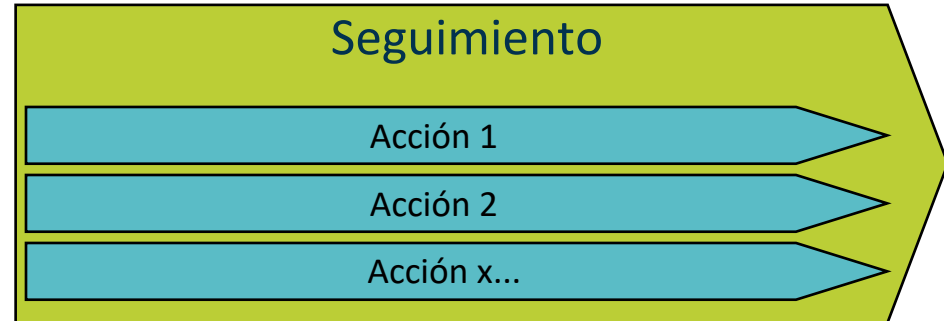
Plan de Trabajo de la IVAI

El refuerzo de la competitividad es un objetivo a largo plazo

6 meses



+ 2 años



Tras 6 meses intensivos de trabajo conjunto se ponen en marcha las acciones de mejora

Recordatorio:

Lo invitamos a ingresar su información de contacto en el formulario facilitado en el chat



Agenda



- Palabras de apertura
- Objetivos del Proyecto y Plan de Trabajo
- **Las tendencias de la industria de turismo**
- ¿Cómo podemos competir en la industria de turismo?
- Cadena de Valor ideal del negocio más atractivo
- Áreas de mejora en la cadena actual
- Espacio de diálogo público
- Siguiendo Pasos



Las tendencias de la industria del turismo

El turista busca destinos y productos que sean responsables social, ambiental e institucionalmente.

- Un reporte de Skift en 2020, demostró que **53% de los viajeros mundiales está dispuesto a pagar más por productos y servicios que demuestren responsabilidad Ambiental.**
- Aquellos destinos que hagan un esfuerzo más grande para mitigar su impacto ambiental tendrán una ventaja competitiva más grande en el futuro.



Millennials: La generación que más viaja con 35 días al año en promedio de vacaciones utilizados



- Los millennials* en 2019, invirtieron un promedio de **35 días de vacaciones para viajes al año**.
- Uno de los principales intereses mostrados por los millennials en sus viajes, es **vivir la historia y cultura a través de experiencias vivenciales**.
- **Gen Z's** y Millennials*** son los grupos generacionales que más gastan cuando viajan. Se estima que gastan alrededor de \$3,500 USD (incluye ticket) por viaje.
- Alrededor del **90% de viajeros millennials y Gen Z** eligieron un destino inspirados por contenidos en **Facebook, Instagram y Snapchat**.

* Nacidos entre 1981 y 1996

** Nacidos entre 1997 y 2016

Fuente: Condor Ferries, Business Insider, SKIFT

De acuerdo a la OMT, las tendencias que marcarán el turismo serán “viaje de cercanía”, “turismo responsable y “viajeros más jóvenes”



El **turismo doméstico** ha registrado un desarrollo positivo en muchos mercados debido a que la gente viaja por las áreas más próximas.

De acuerdo a la OMT, las tendencias que marcarán el turismo serán “viaje de cercanía”, “turismo responsable y “viajeros más jóvenes”



El **turismo doméstico** ha registrado un desarrollo positivo en muchos mercados debido a que la gente viaja por las áreas más próximas.



Cambio demográfico, la recuperación del viajar ha tenido más fuerza entre los segmentos más jóvenes. Los viajeros 'senior' y los jubilados son los segmentos más afectados en esta reactivación.

De acuerdo a la OMT, las tendencias que marcarán el turismo serán “viaje de cercanía”, “turismo responsable y “viajeros más jóvenes”



El **turismo doméstico** ha registrado un desarrollo positivo en muchos mercados debido a que la gente viaja por las áreas más próximas.



Cambio demográfico, la recuperación del viajar ha tenido más fuerza entre los segmentos más jóvenes. Los viajeros 'senior' y los jubilados son los segmentos más afectados en esta reactivación.



La **naturaleza, el turismo rural y los 'road trip'** se han convertido en elecciones populares debido a las limitaciones de viaje y la búsqueda de experiencias al aire libre.

De acuerdo a la OMT, las tendencias que marcarán el turismo serán “viaje de cercanía”, “turismo responsable y “viajeros más jóvenes”



El **turismo doméstico** ha registrado un desarrollo positivo en muchos mercados debido a que la gente viaja por las áreas más próximas.



Cambio demográfico, la recuperación del viajar ha tenido más fuerza entre los segmentos más jóvenes. Los viajeros 'senior' y los jubilados son los segmentos más afectados en esta reactivación.



La **naturaleza, el turismo rural y los 'road trip'** se han convertido en elecciones populares debido a las limitaciones de viaje y la búsqueda de experiencias al aire libre.



Sostenibilidad, autenticidad y descubrimiento de lo local: los viajeros han priorizado crear un impacto positivo en las comunidades locales a través de una creciente búsqueda de lo auténtico.

Agenda



- Palabras de apertura
- Objetivos del Proyecto y Plan de Trabajo
- Las tendencias de la industria de turismo
- **¿Cómo podemos competir en la industria de turismo?**
- Cadena de Valor ideal del negocio más atractivo
- Áreas de mejora en la cadena actual
- Espacio de diálogo público
- Siguiendo Pasos



**¿Cómo podemos
competir en la
industria del
turismo?**

“El principal factor determinante de éxito de un destino será el entender a qué tipo de turista se busca atraer, entender sus necesidades, qué le gusta, qué le interesa y sus preferencias. Y una vez entendido eso, todas las estrategias giran alrededor de él.”

Marti Sarrate – Julia Tours

Formas de Competir en la Industria

Visita de Paseo

1. Turistas cuya principal motivación es “salir de paseo”.
1. No investigan a profundidad sobre el destino a visitar. Búsquedas rápidas en la web.
1. Consumen servicios y atracciones por separado. Investiga por su cuenta estas atracciones.
1. Estancias cortas o del mismo día.



Formas de Competir en la Industria

Visita de Paseo

¿Cómo se compite?

- Para entrar a este negocio, **no se requiere mucha especialización ni diferenciación**. Un destino solo con atracciones y servicios puede competir aquí.
- Los turistas pueden guiarse por precio, cercanía o por accesibilidad al **no tener un interés especial por visitar un destino**.
- La oferta turística que **ofrecen las empresas no es diferenciada** (Guerra de precios).
- **Rentabilidad baja**, el turista únicamente paga por el servicio específico o entrada de atracción.

Atractividad baja

Formas de Competir en la Industria.

Explorador



1. Turistas que tienen un interés especial por conocer el destino.
1. Investigan el destino en la web y redes sociales, estas influyen su decisión de itinerario.
1. Tienen intereses específicos y particulares. Buscan productos que combinen varios de esos intereses.
1. Pueden tener una estancia de corta a media y existe la posibilidad de que vuelva.
1. Demanda actividades variadas en el destino, busca experiencias.

Formas de Competir en la Industria.

Explorador

¿Cómo se compite?

- Para entrar a este negocio, **se requiere un grado de coordinación y diferenciación del producto turístico**. El destino ofrece una oferta coordinada y enfocada a las necesidades e intereses del turista.
- Los turistas identifican al destino por su oferta turística y se interesan por conocerla. No tan fácilmente cambian de opinión de destino.
- Las **empresas compiten con productos turísticos innovadores**, que mezclan varias actividades y servicios para diferenciarse o complementarse entre ellas.
- Presencia digital, las empresas cuentan con contenido de calidad e información detallada en la red.
- **Rentabilidad alta**, el turista busca la experiencia que la oferta de este destino pueda ofrecerle.

Atractividad Alta

Formas de Competir en la Industria.

Especializado

1. Segmento de nicho.
1. Tienen necesidades muy específicas, enfocadas a un atributo en especial.
1. Todas las actividades que realiza están alrededor de esa actividad.
1. Busca información en sitios web y foros especializados.
1. Requiere alto grado de especialización de los proveedores de servicio.



Formas de Competir en la Industria.

Especializado

¿Cómo se compite?

- Para entrar a este negocio, **se requiere un alto grado de coordinación y especialización del producto turístico**. El turista es considerado de “nicho” por su grado de conocimiento y demanda.
- Los turistas identifican al destino por una actividad o interés en particular que no pueden encontrar en otro lugar. No cambian fácilmente de opinión del destino.
- Las **empresas compiten con productos especializado**. Cuentan con expertos, equipo y servicios que permiten satisfacer el interés del turista.
- **Rentabilidad alta**, el turista buscará el producto especializado que se le ofrece.

Atractividad Alta

Negocio más atractivo para la Ruta La Libertad - Lambayeque



Visita de Paseo

- Margen Bajo
- Potencial de crecimiento limitado

Atractividad Baja



Explorador

- Margen Medio-Alto
- Potencial crecimiento alto

Atractividad Alta



Especializado

- Margen Alto
- Potencial de crecimiento alto

Atractividad Alta

Negocio más atractivo para la Ruta La Libertad - Lambayeque



Visita de Paseo

- Margen Bajo
- Potencial de crecimiento limitado

Atractividad Baja



Negocio en el que compiten **la mayoría de las empresas** en La Libertad Lambayeque



Explorador

- Margen Medio-Alto
- Potencial crecimiento alto

Atractividad Alta



Especializado

- Margen Alto
- Potencial de crecimiento alto

Atractividad Alta

Negocio más atractivo para la Ruta La Libertad - Lambayeque



Visita de Paseo

- Margen Bajo
- Potencial de crecimiento limitado

Atractividad Baja



Explorador

- Margen Medio-Alto
- Potencial crecimiento alto

Atractividad Alta



Especializado

- Margen Alto
- Potencial de crecimiento alto

Atractividad Alta



Las brechas para la mayoría de las empresas de la región para competir en este negocio son muy altas.

Negocio más atractivo para la Ruta La Libertad - Lambayeque



Visita de Paseo

- Margen Bajo
- Potencial de crecimiento limitado

Atractividad Baja



Explorador

- Margen Medio-Alto
- Potencial crecimiento alto

Atractividad Alta



Especializado

- Margen Alto
- Potencial de crecimiento alto

Atractividad Alta



Con los elementos que cuenta actualmente la región, compitiendo en el segmento del turista “Explorador” se pueden obtener mayores márgenes y crecer de forma sostenida en el tiempo.

Este segmento podría potenciar el posicionamiento del destino a nivel nacional.

Agenda

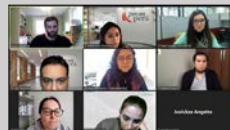


- Palabras de apertura
- Objetivos del Proyecto y Plan de Trabajo
- Las tendencias de la industria de turismo
- ¿Cómo podemos competir en la industria de turismo?
- **Cadena de Valor ideal del negocio más atractivo**
- Áreas de mejora en la cadena actual
- Espacio de diálogo público
- Siguiendo Pasos



Cadena de valor ideal

Benchmarking internacional



Tour Operador en México

- **Viajes personalizados a las necesidades del turista.**
- Plataforma tecnológica especializada que agiliza la comercialización.
- Combinación de **actividades culturales, naturales, sociales y de aventura**, que son organizadas por “locales”.



“Para nosotros es clave el encontrar esos talleres, restaurantes, hoteles y actividades que **puedan ofrecer la experiencia que nuestro turista está solicitando**”

Marisol Herrera – COO



Día 1: ¡Bienvenido a Yucatán! Noche en Valladolid

Al salir del Aeropuerto de Cancún, tu anfitrión local te estará esperando para ayudarte a recoger tu coche de alquiler, desde aquí te dirigirá al pueblo mágico de Valladolid listo libre para el comienzo de tu vuelo. Descansa por la noche.

Lugares Valladolid **Hospedaje** Hotel con encanto **Alimentos** No incluidos



Día 2: Ría Lagartos: entre manglares y flamencos

Desayuno, dirígete a Ría Lagartos. Allí, tu guía local te estará esperando para tomar un bote y adentrarse en la reserva de la biosfera, un área natural protegida donde se concentra la mayor diversidad biológica de la península de Yucatán. En este recorrido verás una gran diversidad de aves, incluido los flamencos, que se reproducen en gran cantidad y por tanto el ruido del plumaje de estas hermosas aves contrasta con el verde del fondo creado por el follaje. Regreso a Valladolid.

Lugares Ría Lagartos **Hospedaje** Hotel con encanto **Alimentos** Desayuno



Día 3: Noche en Chichén Itzá

Desayuno, día libre para disfrutar del pueblo mágico de Valladolid, fíjate en Yucatán por su deliciosa gastronomía regional y por sus edificios coloniales, te sugerimos dar un paseo por su pequeño pero muy colorido centro, por la tarde te dirigirá a Chichén Itzá donde pasarás la noche de lujo, en el camino hay varios centros de espectáculo, ¡basta que puedas visitar! Descansa.

Lugares Chichén Itzá y Valladolid **Hospedaje** Hotel con encanto **Alimentos** Desayuno



Día 4: Amanecer en Chichén Itzá e inmersión al maíz en Yaxunah

Hoy te levantarás muy temprano para esperar el amanecer en una de las 7 maravillas del mundo, el sitio arqueológico de Chichén Itzá. Este momento es muy especial ya que precisamente el sitio se encuentra solo, aquí tu guía local te contará la maravillosa historia de este impresionante lugar. Después dirígete a la comunidad de Yaxunah para visitar una milpa, de la mano de Don Aniceto aprenderás sobre esta interesante actividad. Se hará una demostración de las técnicas que se pueden obtener a base del maíz, como es el caso del leudado, maíz y el dulce de maíz (como parte de elendres y los dioses). Finalmente continúa a Mérida para disfrutar de una noche libre.

Lugares Chichén Itzá y Yaxunah **Hospedaje** Hotel con encanto **Alimentos** Desayuno y zaimide



Tour Operador en México

- Viajes personalizados
- Plataforma tecnológica
- Combinación de aventura, que so

Alta coordinación y relación entre los diferentes eslabones de la cadena de valor que componen estas rutas.

Desarrollo de productos con conexión a la demanda y las tendencias de sustentabilidad y responsabilidad social.



...experiencia que nuestro turista está solicitando”

Marisol Herrera – COO

Día 1: ¡Bienvenido a Yucatán! Noche en Valladolid

El aeropuerto de Cancún te encontrará local te estará esperando para ayudarte a hacer el check-in desde aquí te dirigiremos al punto de partida de Valladolid y recibiremos de tu vuelo, concéntrate por la noche.

Hospedaje	Alimentos
Hotel con encanto	No incluidos

Día 2: Río Lagartos: entre manglares y coccos

En el río Lagartos, Añi, tu guía local te estará esperando para tomar un recorrido en la mañana, un área natural protegida donde se encuentra el hábitat de la península de Yucatán. En este recorrido tendrás la oportunidad de ver, incluido los flamencos, que se reproducen en gran número al norte del estado de Yucatán, así como con el agua con el agua con el agua, después a Valladolid.

Hospedaje	Alimentos
Hotel con encanto	Desayuno

Noche en Chichén Itzá

Te será difícil ver el pueblo más grande de Valladolid, famoso en Yucatán por su arquitectura regional y por sus edificios coloniales, te sugerimos que te dirijas al río para disfrutar de la noche, por la noche te dirigiremos a Chichén Itzá, un sitio de gran importancia histórica y cultural en Yucatán.

Hospedaje	Alimentos
Hotel con encanto	Desayuno

Día 4: Amanecer en Chichén Itzá e inmersión al maíz en Yaxunah

Hoy te levantaras muy temprano para esperar el amanecer en una de las 7 maravillas del mundo, el gran templo maya de Chichén Itzá. Esta hora es muy especial ya que precisamente el sitio se encuentra solo, aquí tu guía local te contará la maravillosa historia de este impresionante lugar. Después dirigiremos a la comunidad de Yaxunah para vivir una experiencia única de la mano de Don Alejandro que te enseñará a sembrar maíz, una actividad que se ha mantenido viva desde tiempos antiguos. Se hará una demostración de los trabajos que se pueden obtener a base del maíz, como es el caso de la elaboración de maíz como parte de alimentos y sus derivados, finalmente continuamos a Mérida para disfrutar de una noche libre.

Lugares	Hospedaje	Alimentos
Chichén Itzá y Yaxunah	Hotel con encanto	Desayuno y comida

Tour Operador que ofrece productos gastronómicos en diferentes países de Europa.

- Acceso a **experiencias gastronómicas exclusivas**, desarrolladas por los establecimientos de alimentos y bebidas para Devour (proveedores como aliados estratégicos clave).
- **Alto conocimiento de su público objetivo** (turista estadounidense), sus necesidades y preferencias.
- Desarrollo de productos **entorno a una historia, calidad y experiencia** de la gastronomía y los establecimientos, con los guías como intérpretes clave.



“Si un turista fuera a un restaurante gastarían en promedio 30 euros. Con nosotros paga 100 euros por un show gastronómico.”

James Blick – COO & Co-founder

LIKELY TO SELL OUT



Tapas, Taverns & History Tour

Small Group Evening Tour 4 hours, 1.7 miles

Pair classic tapas with Madrid's history as we show you how the story of Madrid can't be told without its food.

€109

MEET THE LOCALS!



Ultimate Spanish Cuisine Tour

Small Group Daytime 4 Hours

Get a crash course in Spanish food by tasting all of Madrid's star dishes in one morning.

€109

MOST POPULAR



Gourmet Tapas & Wine Tasting Tour

Small Group Evening 3 hours

€119



Tour Operador que ofrece productos gastronómicos en diferentes países de Europa.

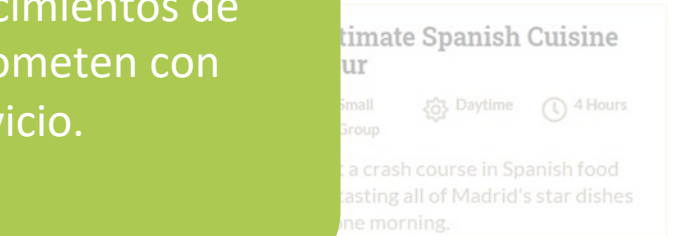
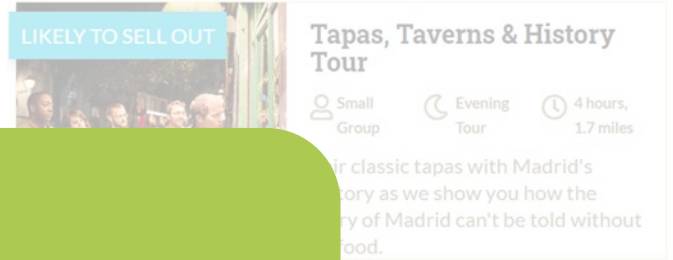
- Acceso a **experiencias gastronómicas exclusivas**, desarrolladas por los establecimientos de alimentos y bebidas. Devour / Devour Tours es un aliado estratégico para los establecimientos de alimentos y bebidas.
- **Alto conocimiento** de las **necesidades y preferencias** de los clientes.
- Desarrollo de **relaciones** con establecimientos de alimentos y bebidas de **historia y calidad**.

Relaciones estratégicas con establecimientos de alimentos y bebidas que se comprometen con estándares de calidad y servicio.



“... 30 euros. Con nosotros para 100 euros por un show gastronómico.”

James Blick – COO & Co-founder



Tour Operador que ofrece experiencias exclusivas en Europa y EE.UU.

- Experiencias exclusivas en torno a un atractivo turístico (British Museum, Catedral de San Marcos).
- Alianzas estratégicas con atractivos y museos locales para ofrecer productos únicos.
- Desarrollo constante de productos de acuerdo a intereses de la demanda

“Constantemente buscamos rediseñar y lanzar productos nuevos que interesen a nuestro turista, necesitamos estar conectados con los intereses y evolucionar con sus necesidades”

Ignacio Casanova - Executive Advisor



Closing Time at the Louvre: Mona Lisa at Her Most Peaceful



Tour Operador que ofrece experiencias exclusivas en Europa y EE.UU.

- Experiencias exclusivas y de alto valor turístico (British Museum)
- Alianzas estratégicas con actores locales para ofrecer experiencias diferenciadas
- Desarrollo constante de nuevos productos que respondan a los intereses de la clientela

Rediseño y búsqueda constante de productos de interés del mercado meta.

Alianzas estratégicas con atracciones locales para ofrecer productos diferenciados.



Titulo: Mona Lisa at Her



“Constantemente estamos rediseñando y lanzando productos nuevos que interesen a nuestro turista, necesitamos estar conectados con los intereses y evolucionar con sus necesidades”

Ignacio Casanova - Executive Advisor



Extensión de la visita a atractivos turísticos

- Ofrecer experiencias diferentes en un atractivo turístico icónico, incrementando las visitas sin superar la capacidad de carga.
- Fomenta repetir la visita.
- Generación de ingresos adicionales.



TEHOTIHUACÁN (MÉXICO)
EXPERIENCIA NOCTURNA



CATARATAS DE IGUAZÚ (ARGENTINA)
CENAS DE LUNA LLENA



PALACIO DE VERSALLES (FRANCIA)
LA SERENATA REAL DE LA GALERIE DES GLACES

Extensión de la visita a atractivos turísticos

- Ofrecer experiencias diferentes en un atractivo turístico icónico, incrementando las visitas sin superar la capacidad de carga.
- Fomenta repe
- Generación d

Alianzas estratégicas de atracciones con el sector privado para ofrecer productos diferenciados.



TEHOTIHUACÁN (MÉXICO)
EXPERIENCIA NOCTURNA



CATARATAS DE IGUAZÚ (ARGENTINA)
CENAS DE LUNA LLENA



PALACIO DE VERSALLES (FRANCIA)
LA SERENATA REAL DE LA GALERIE DES GLACES



Iniciativa del Ente de Turismo de Buenos Aires con Montevideo, Santiago de Chile y São Paulo:



- Red de intercambio de ciudades para promover los flujos de turistas regionales, que contribuye a la **desestacionalización de los destinos y a la repetición de viajes cortos**.
- Políticas de integración regional, **promoción y cooperación en forma conjunta** con líneas aéreas, ferries, hoteles, tarjetas de crédito, agencias de viajes, establecimientos A&B y gremios.
- Programa para la promoción de los viajes de corta duración desde destinos cercanos:
 - Paquetes de 4 días – 3 noches.
 - Pasaje aéreo con un descuento.
 - Entrelazar feriados regionales con el calendario cultural y deportivo de cada una de las ciudades.
 - Oferta gastronómica.



Iniciativa del Ente de Turismo de Buenos Aires con Montevideo, Santiago de Chile y São Paulo:



Generación de estrategias de posicionamiento y alianzas estratégicas entre actores de la cadena.

● Red de intercambio de ciudades para promover los flujos de

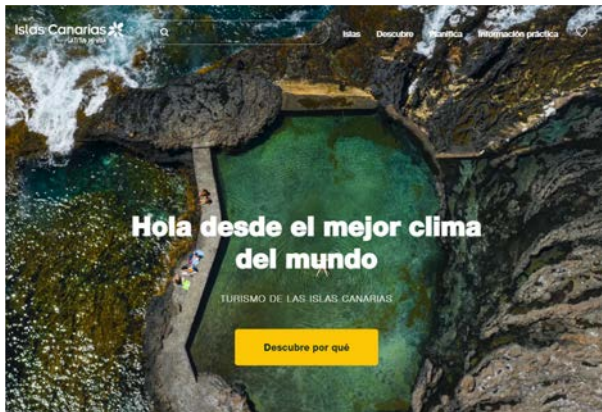
- Operación en
- s, tarjetas de
- y gremios.
- a duración
- Pasaje aéreo con un descuento.
- Entrelazar feriado regionales con el calendario cultural y deportivo de cada una de las ciudades.
- Oferta gastronómica

* Viaje corto a alguna ciudad con atractivos turísticos que dura regularmente dos o tres días, dirigido al público de los mercados situados a menos de 3h de distancia.

Ejemplos Internacionales
Islas Canarias (España)



La marca turística española más premiada a nivel nacional e internacional.



- Estrategia de promoción basada en los **medios digitales**, la personalización de contenidos a través del tratamiento del **big data** y la **microsegmentación motivacional**.
- Premios a la *'Estrategia más innovadora'*, por los **resultados conseguidos** gracias a la **acción de comunicación** (eficacia como auténtico fin de la actividad publicitaria).
- Importancia de conocer realmente los gustos de quienes los visitan y los de los que nunca lo habían hecho.

“La competencia por la audiencia se ha incrementado mucho y sólo con innovación y creatividad es posible destacar entre tanto ruido publicitario”

Sara Sánchez-Romo - Promotor



La marca turística española más premiada a nivel nacional e internacional.

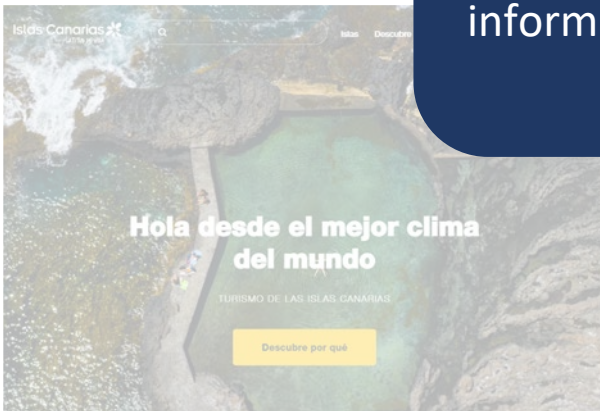
Estrategia de promoción basada en los **medios digitales**, la
del **big data**

Conexión con la demanda a través de utilización de
herramientas digitales y *big data*.

Desarrollo de contenido (videos, fotografías,
información) atractivo para el segmento que quieren
atraer.

“La competencia por la audiencia se ha incrementado mucho
y sólo con innovación y creatividad es posible destacar entre
tanto ruido publicitario”

Sara Sánchez-Romo - Promotur



Creta es un destino que se ha posicionado en Grecia y a nivel internacional en los últimos 6 años a partir de desarrollar estrategias de embellecimiento y seguridad

- Limpieza de playas y espacios
- Manejo de residuos
- Involucramiento local
- Embellecimiento de fachadas
- Seguridad del turista
- Desarrollo social a partir del turismo

2010



2021



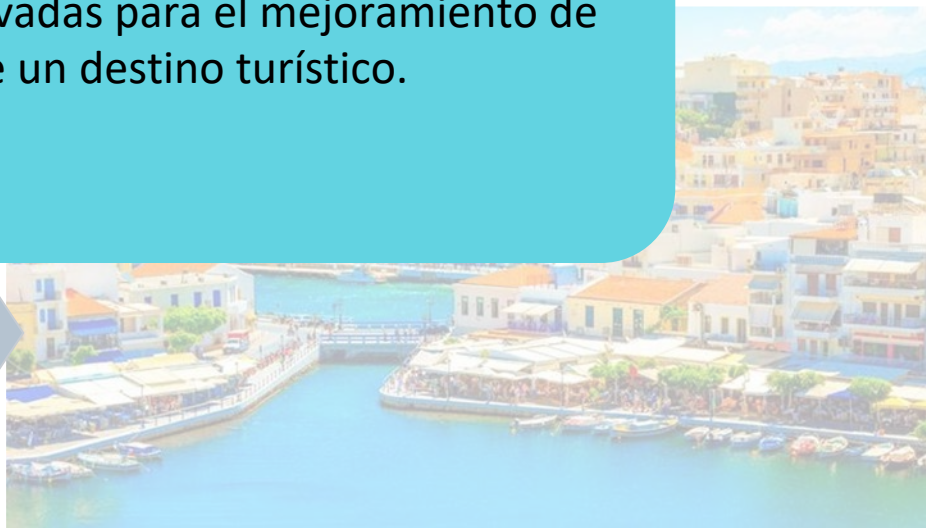
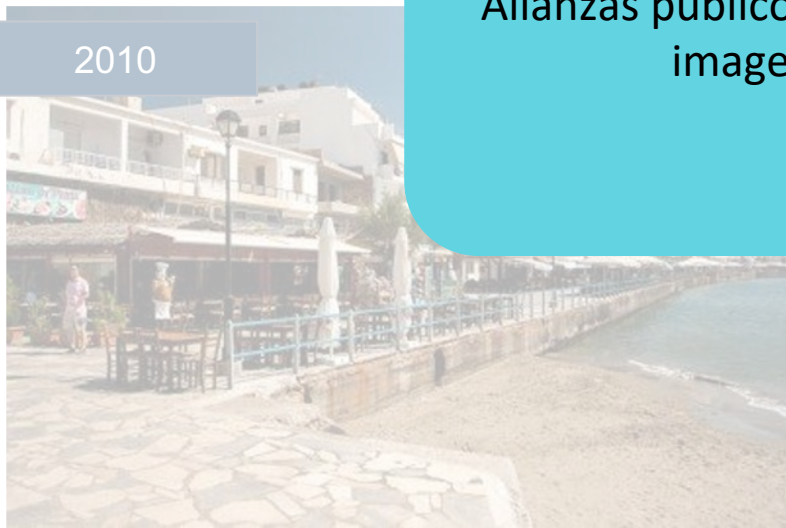
Destino: Creta

Creta es un destino que se ha posicionado en Grecia y a nivel internacional en los últimos 6 años a partir de desarrollar estrategias de embellecimiento y seguridad

- Limpieza de playas y espacios
- Manejo de residuos
- Involucramiento local
- Embellecimiento

Alianzas público-privadas para el mejoramiento de imagen de un destino turístico.

2010

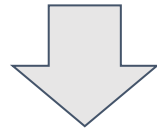


Cadena de Valor Ideal de Turismo



Alianzas público-privadas para el mejoramiento de imagen de un destino turístico.

Cadena de Valor Ideal de Turismo



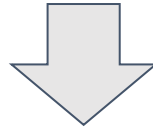
Relaciones estratégicas con eslabones de la cadena que se comprometen con estándares de calidad y servicio.

Alianzas estratégicas de atracciones con el sector privado para ofrecer productos diferenciados.

Rediseño y búsqueda constante de productos de interés del mercado meta.
Alianzas estratégicas con atracciones locales para ofrecer productos diferenciados.

Conexión con las tendencias y demandas para el desarrollo de productos turísticos

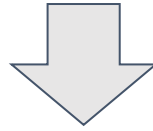
Cadena de Valor Ideal de Turismo



Generación de estrategias de posicionamiento y alianzas estratégicas entre actores de la cadena.

Conexión con la demanda a través de utilización de herramientas digitales y *big data*.
Desarrollo de contenido (videos, fotografías, información) atractivo para el segmento que quieren atraer.

Cadena de Valor Ideal de Turismo



Alianzas público-privadas para el mejoramiento de imagen de un destino turístico.

Agenda

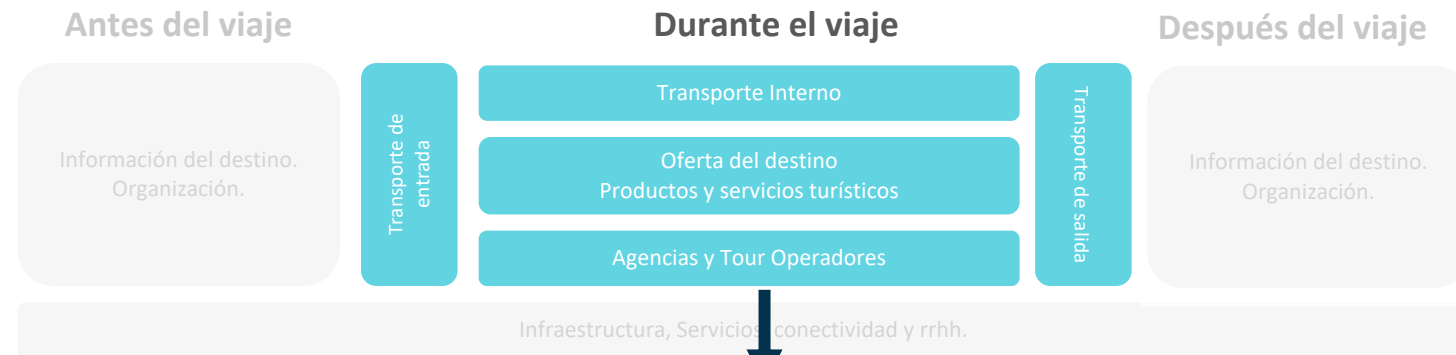
- Palabras de apertura
- Objetivos del Proyecto y Plan de Trabajo
- Las tendencias de la industria de turismo
- ¿Cómo podemos competir en la industria de turismo?
- Cadena de Valor ideal del negocio más atractivo
- **Áreas de mejora en la cadena actual**
- Espacio de diálogo público
- Siguiendo Pasos





Áreas de mejora en la cadena de valor

Cadena de Valor Ideal de Turismo



Área de Mejora 1

Diseño e implementación de nuevos productos turísticos con enfoque al segmento “explorador” y tendencias actuales

Área de Mejora 1

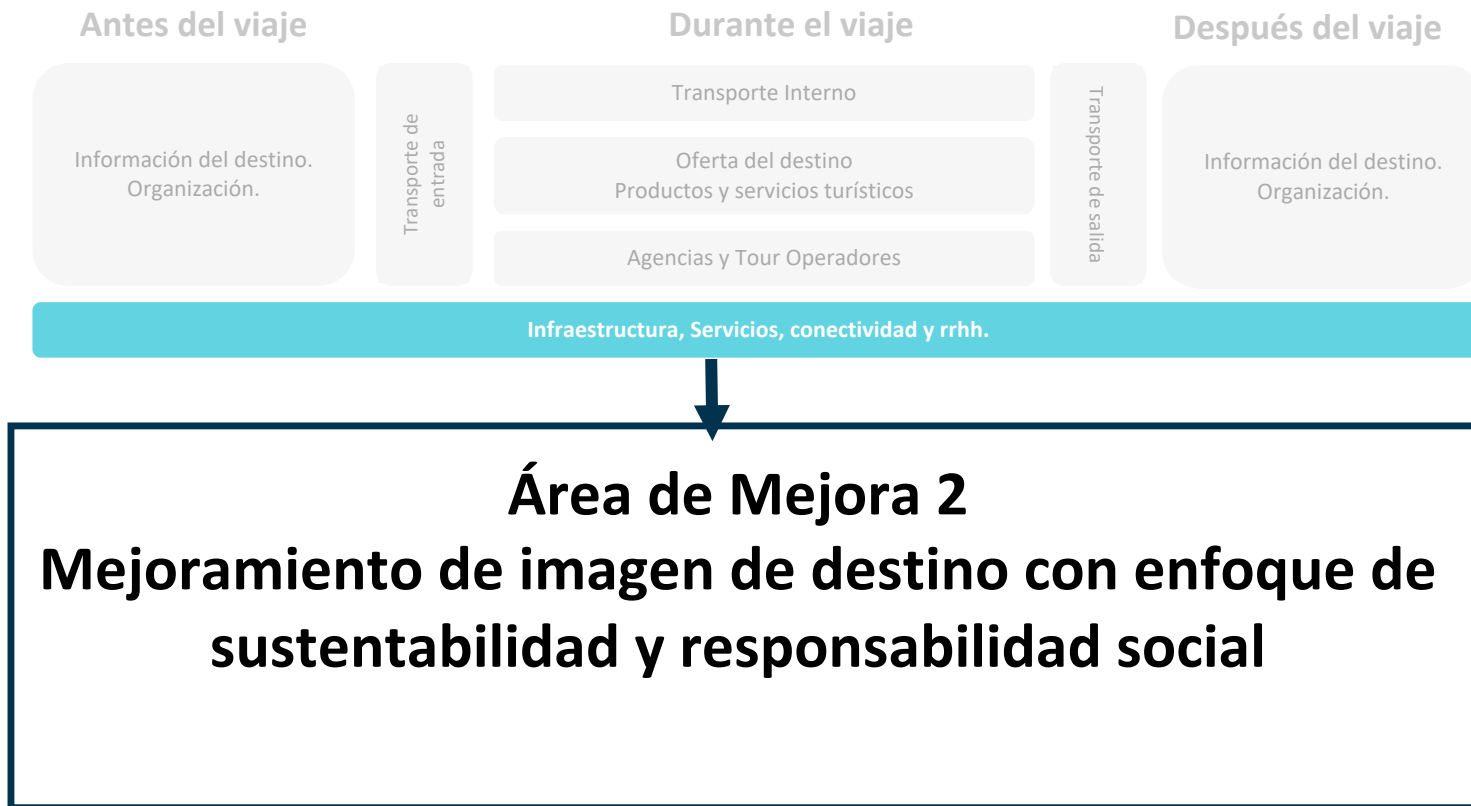
Diseño e implementación de nuevos productos turísticos con enfoque al segmento “explorador” y tendencias actuales.

La presente área de mejora busca concentrar esfuerzos en dos grandes áreas:

- **Perfilamiento constante del turista “explorador”** que queremos atraer a la región enfocado a sus patrones de compra, acceso a la información, intereses y tendencias que lo rigen.
- Desarrollo de **prototipos de producto turístico con grupos de empresas** para testeo y lanzamiento al mercado.



Cadena de Valor Ideal de Turismo



Área de Mejora 2

Mejoramiento de imagen de destino con enfoque de sustentabilidad y responsabilidad social

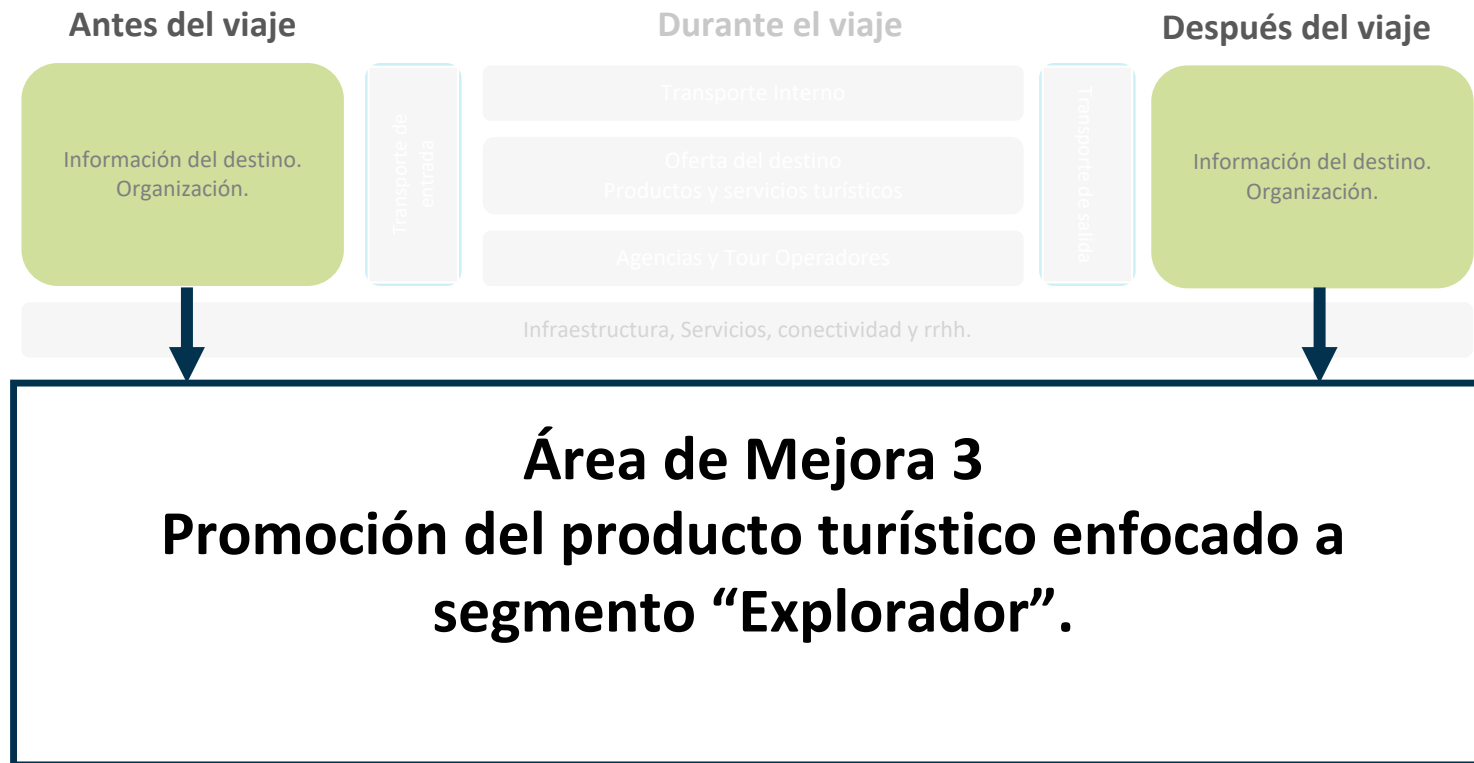
La presente área de mejora busca analizar **la implementación de conceptos de sustentabilidad y responsabilidad social** (grandes tendencias del futuro de turismo) desde dos frentes, **desde el punto de vista del entorno y desde la unidad empresarial.**

Desde la unidad empresarial, se busca promover el uso de **energías limpias, manejo de residuo, reciclaje y consumo de productos locales** (proveedores locales).

Desde el punto de vista de entorno, se busca encontrar y desarrollar proyectos enfocados a **manejo de residuos responsable, conservación de atractivos naturales y desarrollo social.**



Cadena de Valor Ideal de Turismo



Área de Mejora 3

Promoción del producto turístico enfocado a segmento “Explorador”.

La presente área de mejora busca enfocar sus esfuerzos en dos grandes ejes:

- Diseño de material promocional de calidad y atractivo al mercado meta (de acuerdo a intereses y tendencias)
- Aprovechamiento de herramientas de big data para focalizar y mejorar la efectividad de las campañas de promoción turística.



Agenda



- Palabras de apertura
- Objetivos del Proyecto y Plan de Trabajo
- Las tendencias de la industria de turismo
- ¿Cómo podemos competir en la industria de turismo?
- Cadena de Valor ideal del negocio más atractivo
- Áreas de mejora en la cadena actual
- **Espacio de diálogo público**
- Siguiendo Pasos



Espacio de diálogo público

¡Queremos escucharle!

Para intervenciones considerar:



Levante la mano para pedir la palabra. El moderador asignará turnos para hablar.



Mantener micrófono silenciado hasta que el moderador asigne la palabra



Intervenciones máximas de 3 minutos por participante



Al inicio de su participación mencione su nombre y empresa

Percepciones de la estrategia propuesta y áreas de mejora.

Área de Mejora 1

Diseño e implementación de nuevos productos turísticos con enfoque al segmento “explorador” y tendencias actuales

Área de Mejora 2

Mejoramiento de imagen de destino con enfoque de sustentabilidad y responsabilidad social

Área de Mejora 3

Promoción del producto turístico enfocado a segmento “Explorador”.



Agenda

- Palabras de apertura
- Objetivos del Proyecto y Plan de Trabajo
- Las tendencias de la industria de turismo
- ¿Cómo podemos competir en la industria de turismo?
- Cadena de Valor ideal del negocio más atractivo
- Áreas de mejora en la cadena actual
- Espacio de diálogo público
- **Siguientes Pasos**





**Siguientes
pasos**

Siguientes pasos

Próximo encuentro

6 meses



Grupos de Trabajo en
Campo

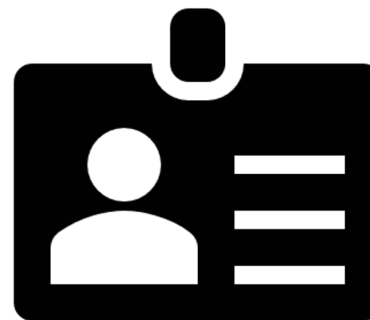
4 de Octubre al 11 de
noviembre



CONCYTEC

Grupos de Trabajo

Lo invitamos a inscribirse en el formulario adjunto para formar parte de alguno de los grupos de trabajo de las áreas de mejora.



Siguientes pasos

Próximo encuentro

6 meses



3ª reunión

16 de Noviembre 2021

- Líneas de acción
- Estrategia



CONCYTEC

¡Muchas gracias por su participación!

Los esperamos en el siguiente Diálogo Abierto Público-Privado de la IVAI
de Turismo

3ª reunión
16 de Noviembre 2021

<https://ivai.concytec.gob.pe/>

Información de contacto

Datos de contacto

Equipo local CONCYTEC

Allison Asencios
bm-aasencios@fondecyt.gob.pe

Astrid Criales
acriales@concytec.gob.pe

Manuel Isique
jisique@concytec.gob.pe

Equipo de apoyo de otras instituciones

Juvickza Ángeles
jangeles@promperu.gob.pe

Iván Madueño
imadueno@promperu.gob.pe

Estrella Aco
Eaco@promperu.gob.pe

Alejandra García
Alejandra.garcia@competitiveness.com

María del Pilar Sánchez
msanchezc@mincetur.gob.pe

JUNTOS ESTAMOS
TRANSFORMANDO
EL PERÚ

Calle Chinchón No 867
San Isidro, Lima
(051 1) 644-0004
www.concytec.gob.pe



PROYECTO
BICENTENARIO 2021