

IVAI PERÚ

Iniciativas de
VINCULACIÓN
para **ACCELERAR**
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



IVAI

**Turismo
cultural
natural y aventura**

**TERCER DIÁLOGO
PÚBLICO – PRIVADO**

**INICIATIVAS DE
VINCULACIÓN PARA
ACELERAR LA
INNOVACIÓN**

**16
NOVIEMBRE**



un
proceso
liderado
por:



Con el apoyo de:



Agenda

- Palabras de apertura
- Objetivos del Proyecto y Plan de Trabajo
- Recordatorio de la Estrategia
- Presentación de Plan de acción
 - Línea de Acción 1
 - Línea de Acción 2
 - Línea de Acción 3
 - Línea de Acción 4
 - Línea de Acción 5
- Espacio de reflexión y siguientes Pasos



Agenda



- **Palabras de apertura**
- Objetivos del Proyecto y Plan de Trabajo
- Recordatorio de la Estrategia
- Presentación de Plan de acción
 - Línea de Acción 1
 - Línea de Acción 2
 - Línea de Acción 3
 - Línea de Acción 4
 - Línea de Acción 5
- Espacio de reflexión y siguientes Pasos

Agenda

- Palabras de apertura
- **Objetivos del Proyecto y Plan de Trabajo**
- Recordatorio de la Estrategia
- Presentación de Plan de acción
 - Línea de Acción 1
 - Línea de Acción 2
 - Línea de Acción 3
 - Línea de Acción 4
 - Línea de Acción 5
- Espacio de reflexión y siguientes 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

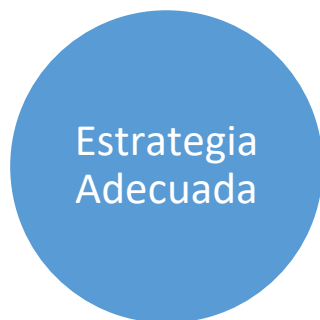
Entorno

- **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



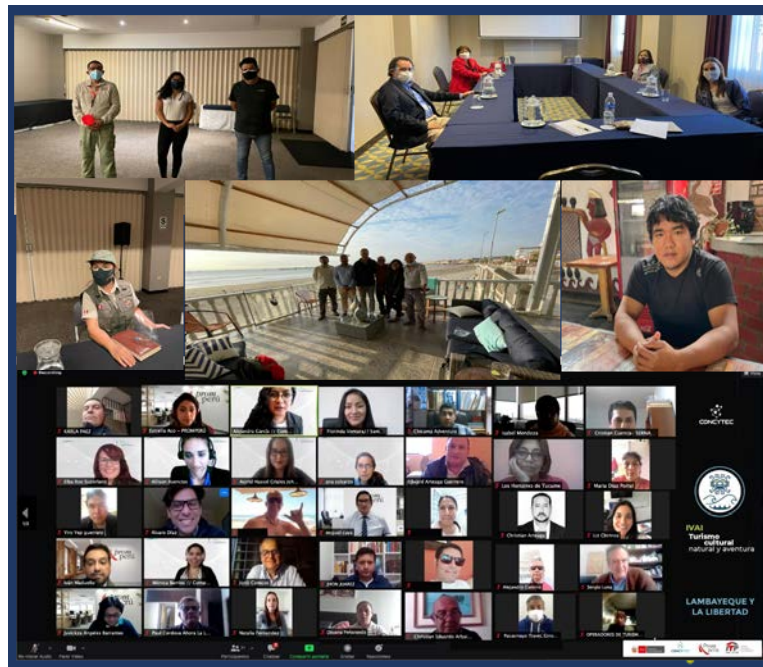
Plan de Trabajo de la IVAI

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



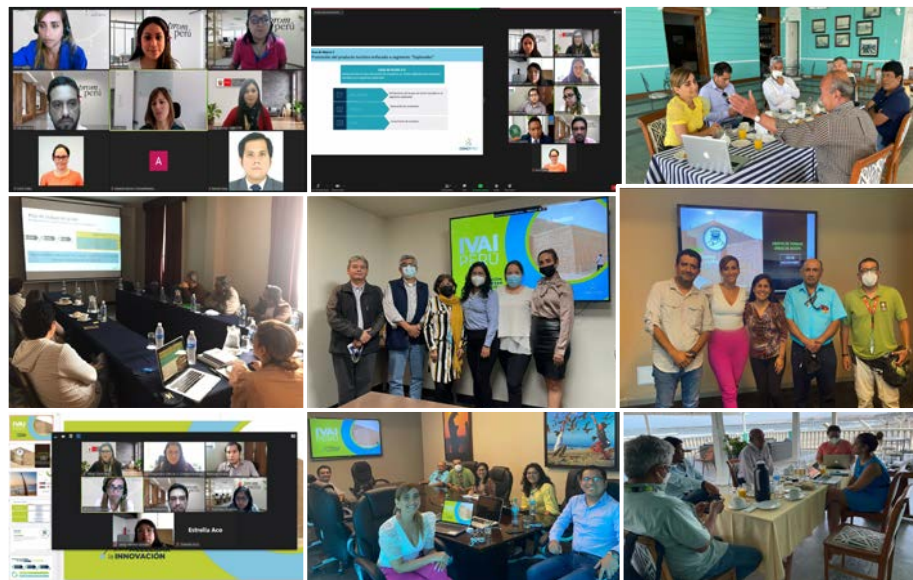
Plan de Trabajo de la IVAI

El calendario



3ª reunión
16 de noviembre de
2021

- Grupos de trabajo con empresarios para definición de planes de acción.
- Entrevistas con expertos nacionales e internacionales
- Reuniones de gestión pública



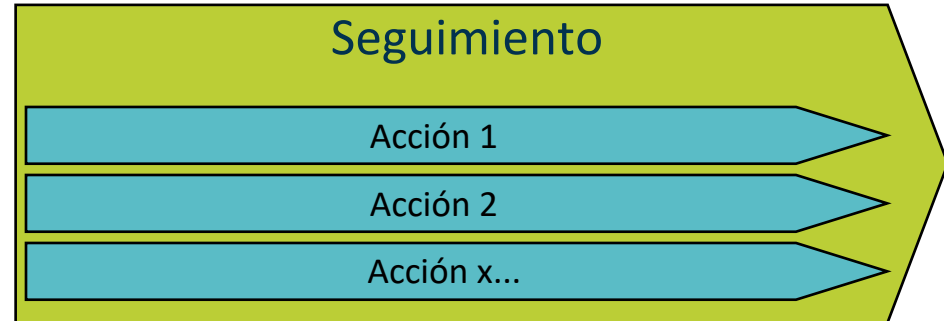
Plan de Trabajo de la IVAI

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

Agenda

- Palabras de apertura
- Objetivos del Proyecto y Plan de Trabajo
- **Recordatorio de la Estrategia**
- Presentación de Plan de acción
 - Línea de Acción 1
 - Línea de Acción 2
 - Línea de Acción 3
 - Línea de Acción 4
 - Línea de Acción 5
- Espacio de reflexión y siguientes Pasos





Recordatorio de la estrategia

Tendencias que obligan a cambiar



El **turismo doméstico** ha registrado ha crecido a nivel mundial como consecuencia de la pandemia COVID-19

01 TURISMO
DOMÉSTICO



La **naturaleza, el turismo rural y los 'road trip'** crecieron por la búsqueda de experiencias al aire libre.

02 NATURALEZA
Y AVENTURA



Sostenibilidad y descubrimiento de lo local. La búsqueda de un impacto positivo en las comunidades y experiencias auténticas.

03 RESPONSABILIDAD
Y SOSTENIBILIDAD



Cambio demográfico, la reactivación ha tenido más fuerza entre los más jóvenes. La conectividad y uso de herramientas digitales se convierte clave.

04 GEN Z Y
MILLENNIALS



Negocio más atractivo para la Ruta La Libertad - Lambayeque



Turistas cuya principal motivación es “salir de paseo”.

Las empresas que compiten en este negocio ofrecen únicamente visitas y servicios por sí solos, existe poca articulación entre los componentes de la cadena de valor. No se diferencian y compiten por precio.



Turistas que tienen un interés especial por conocer el destino.

Las empresas que compiten en este negocio generan “productos” enfocados a generar experiencias. Su factor de especialización y diferenciación se genera a través de la articulación con diferentes elementos de la cadena de valor.



Turistas que tienen un interés específico para conocer el destino.

Las empresas que compiten en este negocio tienen un alto grado de especialización en equipo, personal y servicios. Su factor de diferenciación se da a través de satisfacer necesidades específicas.

Negocio más atractivo para la Ruta La Libertad - Lambayeque



Turistas cuya principal motivación es “salir de paseo”.

Las empresas que compiten en este negocio ofrecen únicamente visitas y servicios por sí solos, existe poca articulación entre los componentes de la cadena de valor. No se diferencian y compiten por precio.



Turistas que tienen un interés especial por conocer el destino.

Las empresas que compiten en este negocio generan “productos” enfocados a generar experiencias. Su factor de especialización y diferenciación se genera a través de la articulación con diferentes elementos de la cadena de valor.



Turistas que tienen un interés específico para conocer el destino.

Las empresas que compiten en este negocio tienen un alto grado de especialización en equipo, personal y servicios. Su factor de diferenciación se da a través de satisfacer necesidades específicas.

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.

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

Agenda

- Palabras de apertura
- Objetivos del Proyecto y Plan de Trabajo
- Recordatorio de la Estrategia
- **Presentación de Plan de acción**
 - Línea de Acción 1
 - Línea de Acción 2
 - Línea de Acción 3
 - Línea de Acción 4
 - Línea de Acción 5
- Espacio de reflexión y siguientes Pasos





Presentación de Planes de Acción

Grupos de Trabajo del 4 de octubre al 4 de noviembre



Se llevaron a cabo las sesiones de trabajo en Trujillo, Pacasmayo y Chiclayo.

- **9 sesiones de trabajo con empresarios y academia**
- **15 empresarios** participaron en sesiones
- **5 propuestas de proyectos**
- **6 sesiones de trabajo con instituciones públicas nacionales y locales**

Nuestros expositores



Natalia Fernández
Trujillo Tours



**Ma. Alejandra
Bustamante**
GERCETUR
La Libertad



Ulises Ponte
GERCETUR
Lambayeque



Carlos Urquizo
Travel Life Perú



Rosse Esparza
USIL



Paúl Córdova
AHORA

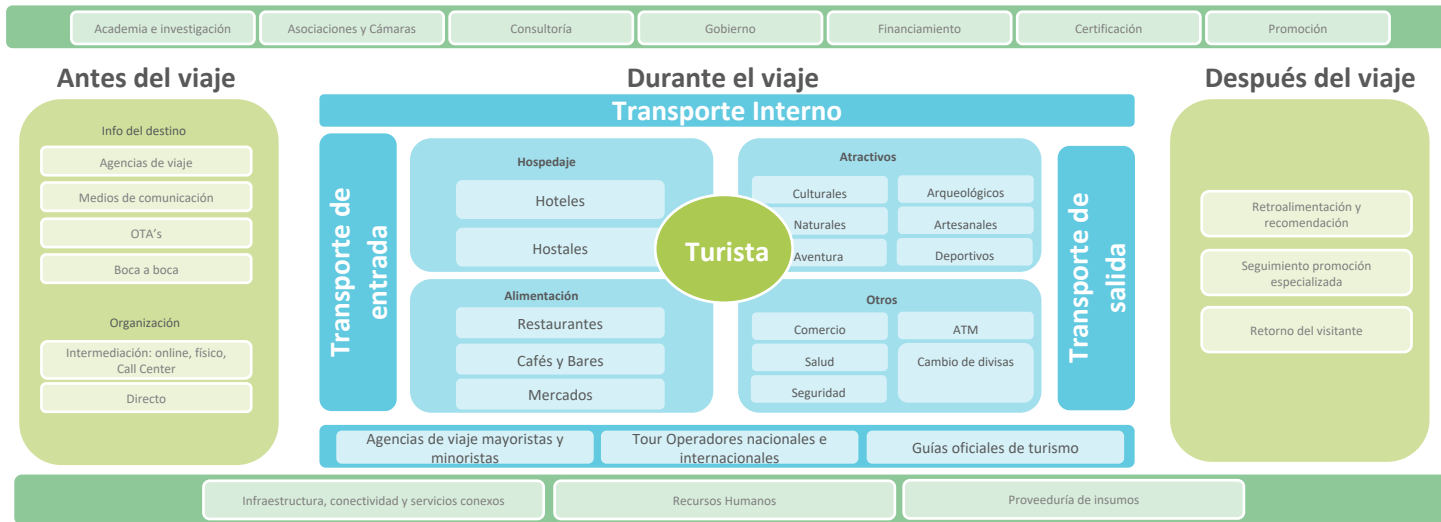


Christian Arbaiza
Comité de Gestión de
Turismo de Pacasmayo



Gino Horna
Pacasmayo Travel

Cadena de valor de Turismo



Área de Mejora 1

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



Natalia Fernández

Trujillo Tours

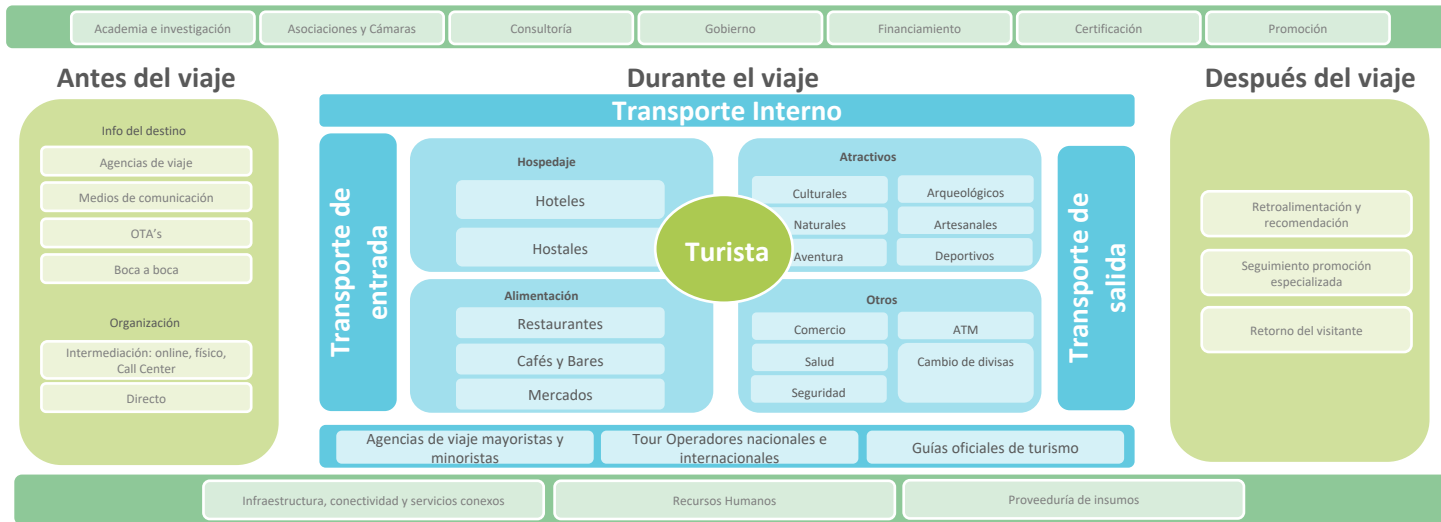
Línea de Acción 1: Programa de desarrollo de nuevas experiencias y productos turísticos orientados al segmento explorador

Objetivo: Brindar de las herramientas y elementos necesarias a la cadena de valor para promover el desarrollo e innovación de productos turísticos enfocados al negocio de explorador.

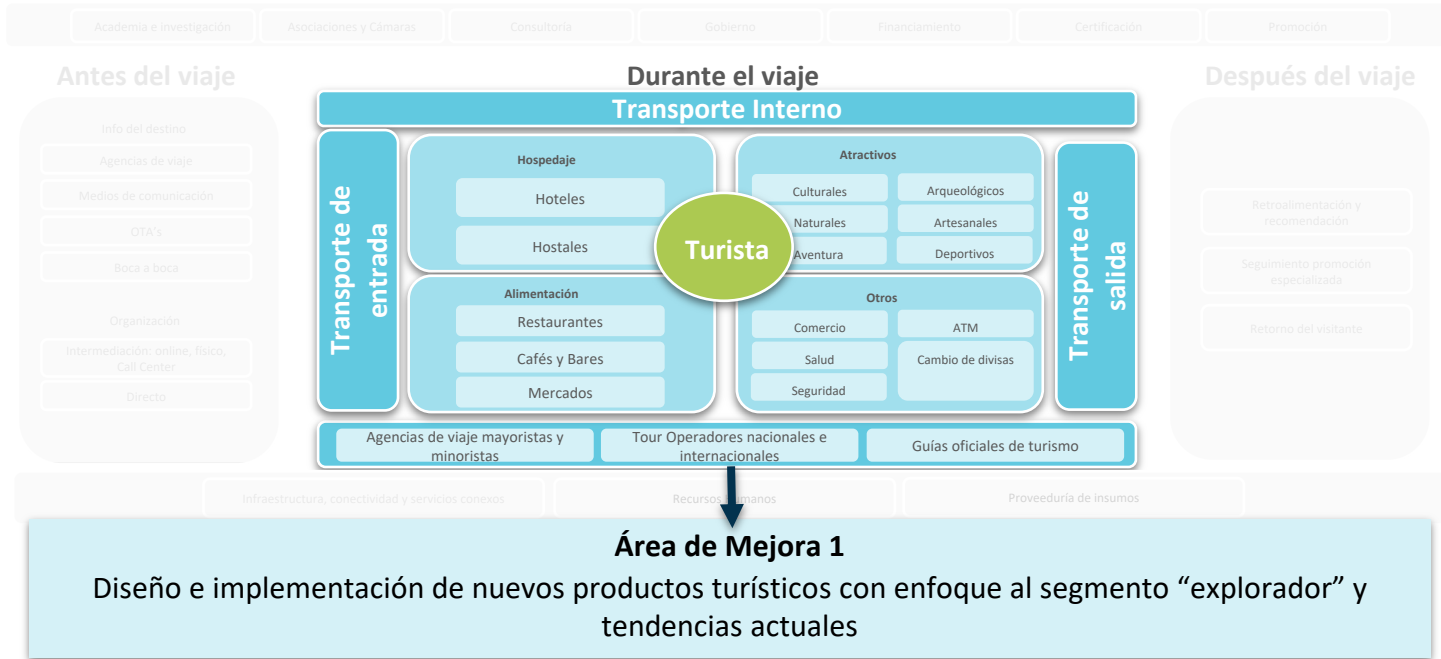


CONCYTEC

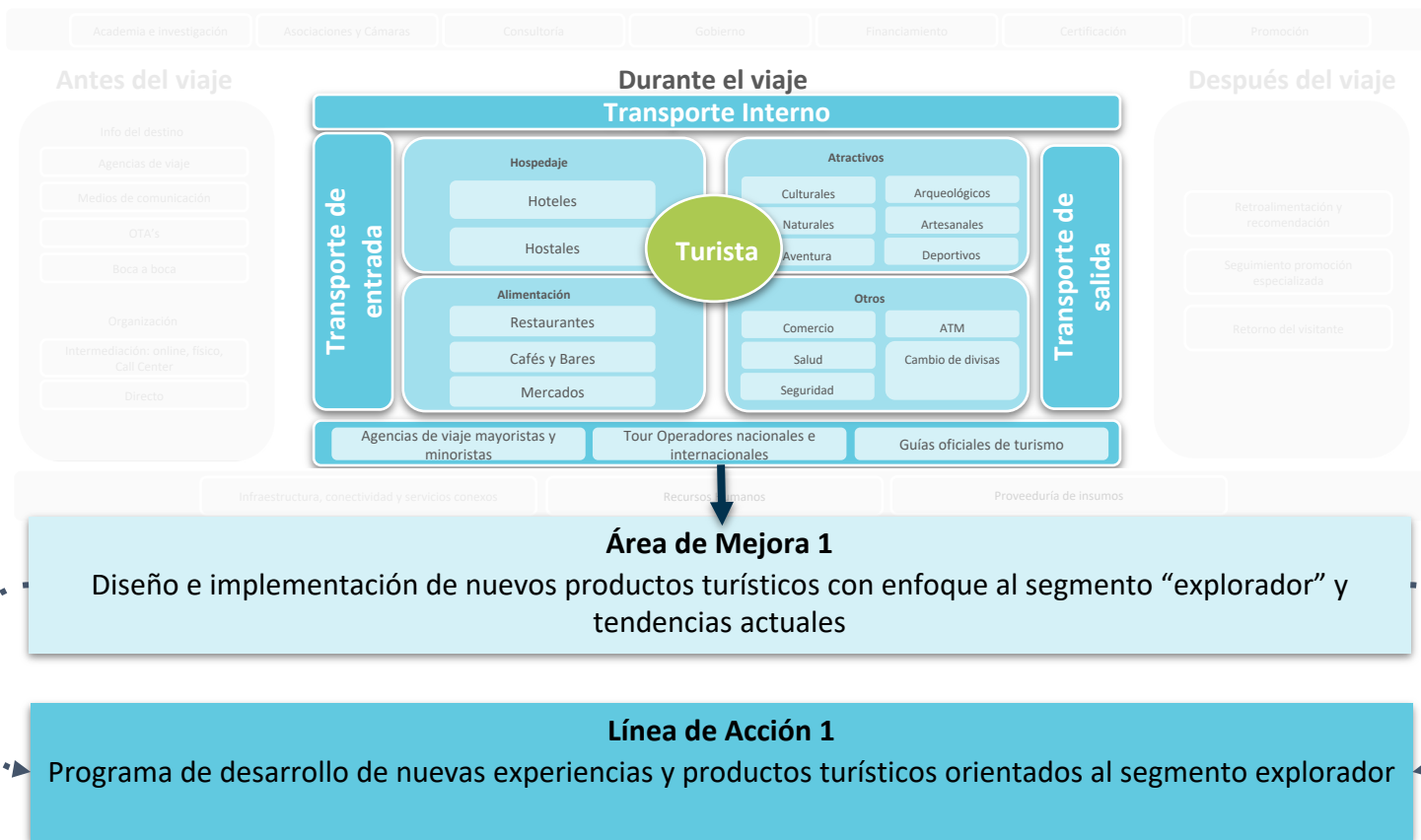
Cadena de valor de Turismo



Cadena de valor de Turismo



Cadena de valor de Turismo



LÍNEA DE ACCIÓN 1

Programa de desarrollo de nuevas experiencias y productos turísticos orientados al segmento explorador

Programa de Promoción de creación de producto turístico Newfoundland, Canada



Newfoundland es una región en Canadá que a través de un Plan Provincial de Desarrollo de Productos Turísticos, buscó **fomentar la innovación en la generación de nuevos productos en la región.**

El objetivo es acelerar la creación de productos premium y de alta calidad que pueda otorgar experiencias locales culturales únicas. Esto busca lograrlo a través del **fortalecimiento de la articulación de actores privados, gubernamentales y organizaciones** para atraer más turistas, extender su estadía y que consuman más productos en la región.

Estos esfuerzos a nivel regional permitieron que en 2018, Newfoundland and Labrador ganó **19 premios a en el evento Innovation, Creativity and Enterprise Advertisement Awards (ICE) en Canadá.**

LÍNEA DE ACCIÓN 1

Programa de desarrollo de nuevas experiencias y productos turísticos orientados al segmento explorador

Clúster de Turismo en Islandia



La Dirección de Turismo de Islandia se encarga de trabajar en seguir manteniendo a Islandia como un referente del turismo, sin comprometer sus estándares de calidad y sustentabilidad.

Uno de los proyectos que más impacto ha tenido, se llevó a cabo en 2018 y su objetivo era **desarrollar productos turísticos en conjunto con 7 oficinas de turismo regionales**. Este esfuerzo fue acompañado de **capacitación a los actores de la cadena** y también se implementó un mapa interactivo en el cual los turistas podían identificar diferentes rutas y productos que se tenían en las cercanías.

En 2018, Islandia superó los dos millones de turistas extranjeros.

LÍNEA DE ACCIÓN 1

Programa de desarrollo de nuevas experiencias y productos turísticos orientados al segmento explorador

PASO 1

Definición del módulo y selección del proveedor

PASO 2

Lanzamiento de convocatoria en La Libertad y Lambayeque

PASO 3

Ejecución de capacitación

PASO 4

Selección de proyectos para asistencia técnica

PASO 5

Ejecución de asistencia técnica y acompañamiento



Se buscará identificar a nivel internacional **consultoras y/o profesionales líderes en el ámbito de desarrollo de productos turísticos.**

Este programa mezclará los elementos y capacidades requeridas para poder competir en el segmento “Explorador” aprovechando el potencial de la región.

TRAINING



LÍNEA DE ACCIÓN 1

Programa de desarrollo de nuevas experiencias y productos turísticos orientados al segmento explorador

PASO 1

Definición del módulo y selección del proveedor

PASO 2

Lanzamiento de convocatoria en La Libertad y Lambayeque

PASO 3

Ejecución de capacitación

PASO 4

Selección de proyectos para asistencia técnica

PASO 5

Ejecución de asistencia técnica y acompañamiento



Se hará un lanzamiento de **convocatoria abierta a empresarios de MiPyMEs de las regiones de La Libertad y Lambayeque.**

Esta convocatoria va enfocada a empresas que sean formales.



25 empresas inscritas de La Libertad



25 empresas inscritas de Lambayeque

INSCRIPCIONES



LÍNEA DE ACCIÓN 1

Programa de desarrollo de nuevas experiencias y productos turísticos orientados al segmento explorador

PASO 1

Definición del módulo y selección del proveedor

PASO 2

Lanzamiento de convocatoria en La Libertad y Lambayeque

PASO 3

Ejecución de capacitación

PASO 4

Selección de proyectos para asistencia técnica

PASO 5

Ejecución de asistencia técnica y acompañamiento



La capacitación tendrá lugar vía virtual y se estima que se ejecute durante 2 semanas.

Durante esta capacitación, se pedirá como **entregable el desarrollo de un producto aplicando lo aprendido en la capacitación.**



LÍNEA DE ACCIÓN 1

Programa de desarrollo de nuevas experiencias y productos turísticos orientados al segmento explorador

PASO 1

Definición del módulo y selección del proveedor

PASO 2

Lanzamiento de convocatoria en La Libertad y Lambayeque

PASO 3

Ejecución de capacitación

PASO 4

Selección de proyectos para asistencia técnica

PASO 5

Ejecución de asistencia técnica y acompañamiento



En el marco del término de la capacitación, **se elegirán 5 proyectos de los entregados por los asistentes a la capacitación para recibir la asistencia técnica, acompañamiento y desarrollo de piloto.**

Experiencia

Innovación

Articulación



LÍNEA DE ACCIÓN 1

Programa de desarrollo de nuevas experiencias y productos turísticos orientados al segmento explorador

PASO 1

Definición del módulo y selección del proveedor

PASO 2

Lanzamiento de convocatoria en La Libertad y Lambayeque

PASO 3

Ejecución de capacitación

PASO 4

Selección de proyectos para asistencia técnica

PASO 5

Ejecución de asistencia técnica y estrategias de posicionamiento



Los ganadores recibirán la **asistencia técnica y acompañamiento para la estructuración de la propuesta, evaluación de factibilidad y piloteo** por parte de la empresa capacitadora.

Podrán acceder a una asesoría para postular el producto al financiamiento de **“Turismo Emprende”, fam trips y press tours.**

Pilotos de proyecto

Fam Trips

Press Tours

Turismo Emprende

LÍNEA DE ACCIÓN 1

Programa de desarrollo de nuevas experiencias y productos turísticos orientados al segmento explorador

Descripción de Actividades	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8
Definición del módulo y selección del proveedor	■	■	□	□	□	□	□	□
Lanzamiento de convocatoria en La Libertad y Lambayeque	□	■	□	□	□	□	□	□
Ejecución de capacitación	□	□	■	■	□	□	□	□
Selección de proyectos para asistencia técnica	□	□	□	□	■	□	□	□
Ejecución de asistencia técnica y acompañamiento	□	□	□	□	□	■	□	□
Piloto de productos desarrollados con tour oper. Nacionales enfocados al segmento explorador	□	□	□	□	□	■	■	■

+ 6 meses

Esta línea de acción se buscará ejecutar en 6 meses. Más 6 meses de seguimiento de los proyectos seleccionados para el acompañamiento y asistencia técnica.

Área de Mejora 2

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



María Alejandra Bustamante
GERCETUR La Libertad

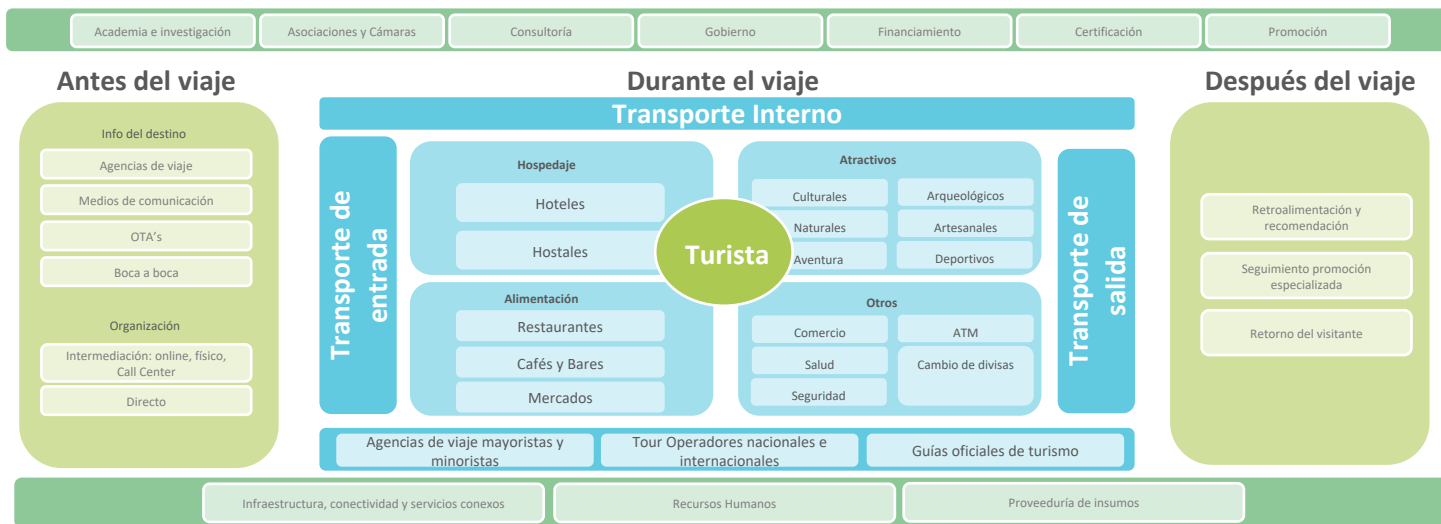


Ulises Ponte
GERCETUR Lambayeque

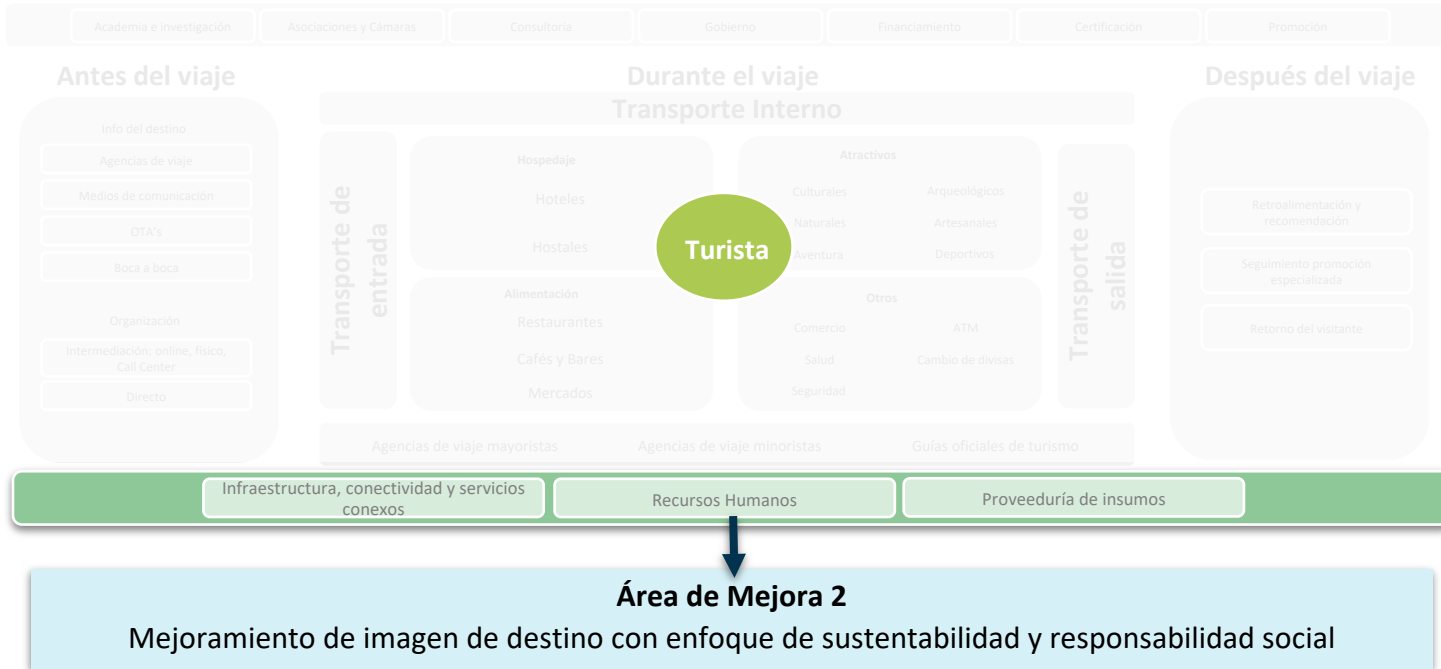
Línea de Acción 2: Piloto de mejoramiento urbano enfocado a imagen y limpieza pública

Objetivo: Generar piloto de estrategias de embellecimiento de la ciudad a través de una adecuada gestión de residuos sólidos y la implementación de un plan de mejoramiento urbano

Cadena de valor de Turismo



Cadena de valor de Turismo



Cadena de valor de Turismo



Cadena de valor de Turismo



LÍNEA DE ACCIÓN 2

Piloto de mejoramiento urbano enfocado a imagen y limpieza pública

Orizaba, Pueblo Mágico.



Orizaba es una ciudad en el estado de Veracruz, México que ha ganado la distinción de Pueblo Mágico y ha impulsado como proyecto el posicionarse a nivel nacional como un destino turístico.

Desde 2008 inició su proceso de “embellecimiento y creación de atractivos turísticos”, su principal enfoque durante 5 años fue el mejoramiento de la imagen de la ciudad a través de señalética, mantenimiento de espacios públicos y limpieza pública.

En 2021, Orizaba logró el galardón de La Escoba de Oro otorgado por La Asociación Técnica para la Gestión de Residuos y Medio Ambiente (Ategrus). Esto ganó su promoción a nivel nacional por sus estrategias de desechos sólidos y manejo de residuos.

Orizaba en 2010 tenía alrededor de 400 000 visitantes anuales, en 2019 alcanzó los 978 000 visitantes

LÍNEA DE ACCIÓN 2

Piloto de mejoramiento urbano enfocado a imagen y limpieza pública

Creta, Grecia



Creta es un destino que se ha posicionado en Grecia y a nivel internacional en los últimos 10 años a partir de desarrollar estrategias de embellecimiento y seguridad implementado por las oficinas de turismo. **Su estrategia consistió pintar la ciudad con vista a la playa, mantenimiento de caminos y señalética, incremento de calidad en el servicio y limpieza pública.**

La isla de Creta se ha posicionado como el destino turístico con más crecimiento en Grecia, **en los últimos 6 años el número de visitantes ha crecido hasta en un 60%**. Actualmente el turismo representa el 47% del PBI de la isla.

LÍNEA DE ACCIÓN 2

Piloto de mejoramiento urbano enfocado a imagen y limpieza pública



A través del Gobierno Regional, se lanzará la **convocatoria a las municipalidades de La Libertad y Lambayeque.**



1 municipalidad en La Libertad



1 municipalidad en Lambayeque



PASO 1

Convocatoria y selección de municipalidades para piloto

PASO 2

Diagnóstico y definición de estrategias y planes de acción

PASO 3

Capacitación y asistencia técnica para implementación

PASO 4

Seguimiento y réplica

LÍNEA DE ACCIÓN 2

Piloto de mejoramiento urbano enfocado a imagen y limpieza pública



Se ejecutará el **diagnóstico de los retos actuales a los que se enfrenta en temas de mejoramiento de imagen y limpieza pública (manejo de residuos)**.

Con este diagnóstico, en conjunto con la municipalidad se construirán los planes de acción y estrategias a implementar.



PASO 1

Convocatoria y selección de municipalidades para piloto

PASO 2

Diagnóstico y definición de estrategias y planes de acción

PASO 3

Capacitación y asistencia técnica para implementación

PASO 4

Seguimiento y réplica

LÍNEA DE ACCIÓN 2

Piloto de mejoramiento urbano enfocado a imagen y limpieza pública



La hoja de ruta definida para el logro de objetivos para ejecución de la municipalidad, **incluirá por parte de la consultora una capacitación y asistencia técnica para su implementación.**



PASO 1

Convocatoria y selección de municipalidades para piloto

PASO 2

Diagnóstico y definición de estrategias y planes de acción

PASO 3

Capacitación y asistencia técnica para implementación

PASO 4

Seguimiento y réplica

LÍNEA DE ACCIÓN 2

Piloto de mejoramiento urbano enfocado a imagen y limpieza pública



Una vez que la hoja de ruta esté siendo ejecutada y se puedan observar los primeros resultados, **se buscará el invitar a municipalidades interesadas a conocer y replicar el esfuerzo realizado en el piloto.**



PASO 1

Convocatoria y selección de municipalidades para piloto

PASO 2

Diagnóstico y definición de estrategias y planes de acción

PASO 3

Capacitación y asistencia técnica para implementación

PASO 4

Seguimiento y réplica

LÍNEA DE ACCIÓN 2

Piloto de mejoramiento urbano enfocado a imagen y limpieza pública

Descripción de Actividades	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12
Convocatoria y selección de municipalidades en La Libertad y Lambayeque	■											
Diagnóstico y definición de estrategia de parte de la consultora		■	■	■								
Capacitación y asistencia técnica para implementación de estrategia					■	■	■	■	■	■	■	■
Seguimiento y réplica de programa	24 meses posterior a término de piloto											

Este piloto busca desarrollarse en 12 meses para aquellas actividades priorizadas por parte de la consultoría. Posterior, se busca un seguimiento 24 meses después del término del piloto.

Área de Mejora 2

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



Paúl Córdova
AHORA

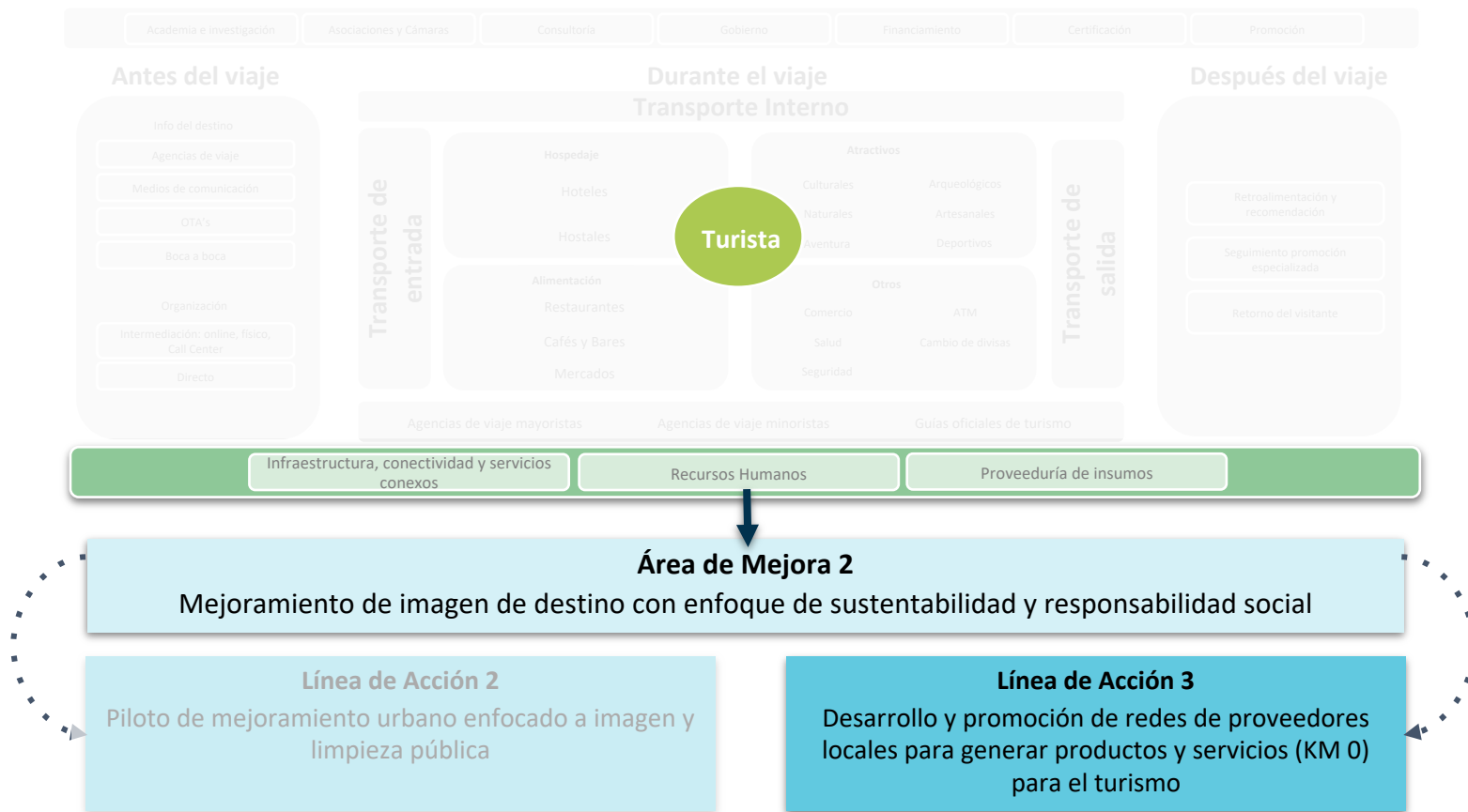


Rosse Esparza
USIL

Línea de Acción 3: Desarrollo y promoción de redes de proveedores locales para generar productos y servicios (KM 0) para el turismo

Objetivo: Generar articulación entre los diferentes elementos que conforman la cadena de valor del turismo y cadenas productivas dentro de la región.

Cadena de valor de Turismo



LÍNEA DE ACCIÓN 3

Desarrollo y promoción de redes de proveedores locales para generar productos y servicios (KM 0) para el turismo

Consejo de Organización de Pequeñas Empresas de Australia



El Consejo de Organizaciones de pequeñas empresas de Australia lanzó una campaña nacional llamada Go local First **para alentar a los consumidores y empresas a comprar más de los proveedores de bienes y servicios locales.**

Las pequeñas empresas pueden adoptar la marca Go Local First proporcionada a través de la campaña junto con las ideas y materiales para apoyar a las pequeñas empresas. **Esta iniciativa se basa en una exhaustiva investigación de mercado y el conjunto de herramientas proporciona sugerencias de medios sociales y otros mensajes de comunicación diseñados para atraer a los consumidores y fortalecer la cooperación inter-sectorial.**

LÍNEA DE ACCIÓN 3

Desarrollo y promoción de redes de proveedores locales para generar productos y servicios (KM 0) para el turismo

Portland Buy Local

Portland Buy Local es una iniciativa privada cuyo objetivo es el **crecimiento de la economía local a través del fomento de la compra de productos y servicios locales de parte de toda la comunidad de Portland.**

Su misión es fortalecer el clima empresarial de Portland para apoyar las necesidades de las empresas locales a través de la educación, el marketing, la conexión y la promoción y su visión es que todos los que viven, trabajan y visitan Portland sepan cómo comprar local porque es importante y eligen primero lo local.

Sus cuatro áreas de enfoque son:

- **Abogacía:** crear relaciones sólidas con el gobierno local y los medios de comunicación para informar la toma de decisiones local y dar voz a la comunidad empresarial independiente de propiedad local.
- **Educación:** informar a los ciudadanos de los valores que brindan las empresas comunitarias y su importancia para la economía, la cultura y el tejido social locales.
- **Marketing:** Branding, promoción y publicidad de grupo para elevar el perfil colectivo de nuestros negocios comunitarios y brindarles algunas de las ventajas de las que disfrutaban las cadenas.
- **Conexión:** estableciendo relaciones, aumentando el sentido de comunidad y brindando oportunidades de establecer contactos para los propietarios y empleados de empresas locales.



LÍNEA DE ACCIÓN 3

Desarrollo y promoción de redes de proveedores locales para generar productos y servicios (KM 0) para el turismo

PASO 1

Estudio para identificación de la Oferta y Demanda

PASO 2

Generación y lanzamiento de directorio

PASO 3

Ruedas de Negocios para fomentar comercio local

PASO 4

Capacitación a empresas con brechas de certificación/permisos

PASO 5

Medición de resultados



Estudio para identificar:

Demanda: Identificar los requerimientos de volúmenes, criterios de calidad y las necesidades de las empresas que buscan proveedores locales.

Oferta: Identificar aquellas empresas que estén interesadas en abastecer a la demanda y que cumplan con aquellos requerimientos solicitados.

CITE's

Cámara de Comercio

GORE

Asociaciones



LÍNEA DE ACCIÓN 3

Desarrollo y promoción de redes de proveedores locales para generar productos y servicios (KM 0) para el turismo

PASO 1

Estudio para identificación de la Oferta y Demanda

PASO 2

Generación y lanzamiento de directorio

PASO 3

Ruedas de Negocios para fomentar comercio local

PASO 4

Capacitación a empresas con brechas de certificación/permisos

PASO 5

Medición de resultados



Generación de directorio electrónico (página web) en cada región en el que se publicarán las descripciones de productos, fotos y medios de contacto de todos los proveedores que cumplan con requisitos mínimos requeridos.



LÍNEA DE ACCIÓN 3

Desarrollo y promoción de redes de proveedores locales para generar productos y servicios (KM 0) para el turismo

PASO 1

Estudio para identificación de la Oferta y Demanda

PASO 2

Generación y lanzamiento de directorio

PASO 3

Ruedas de Negocios para fomentar comercio local

PASO 4

Capacitación a empresas con brechas de certificación/permisos

PASO 5

Medición de resultados



Ejecución de ruedas de negocio anuales entre proveedores y empresas de la región. El objetivo de estas ruedas de negocio es la creación de espacios entre la oferta y demanda local para cerrar reuniones alianzas.



LÍNEA DE ACCIÓN 3

Desarrollo y promoción de redes de proveedores locales para generar productos y servicios (KM 0) para el turismo

PASO 1

Estudio para identificación de la Oferta y Demanda

PASO 2

Generación y lanzamiento de directorio

PASO 3

Ruedas de Negocios para fomentar comercio local

PASO 4

Capacitación a empresas con brechas de certificación/permisos

PASO 5

Medición de resultados



Aquellos proveedores que **no hayan logrado cumplir con los requerimientos de certificaciones o permisos**, se buscará el promover la capacitación y asesoría para acceso a estos.



LÍNEA DE ACCIÓN 3

Desarrollo y promoción de redes de proveedores locales para generar productos y servicios (KM 0) para el turismo

PASO 1

Estudio para identificación de la Oferta y Demanda

PASO 2

Generación y lanzamiento de directorio

PASO 3

Ruedas de Negocios para fomentar comercio local

PASO 4

Capacitación a empresas con brechas de certificación/permisos

PASO 5

Medición de resultados



Posterior a cada rueda de negocios o cierre de año, se **hará una publicación de los resultados** que se hayan obtenido de la implementación de esta línea de acción

Ventas
logradas

Nuevos
contratos

Reuniones
de negocio

de
participantes

RESULTS



LÍNEA DE ACCIÓN 3

Desarrollo y promoción de redes de proveedores locales para generar productos y servicios (KM 0) para el turismo

Descripción de Actividades	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12
Diagnóstico para identificar la demanda	■	■	■	□	□	□	□	□	□	□	□	□
Diagnóstico para identificar la oferta	■	■	■	□	□	□	□	□	□	□	□	□
Generación y lanzamiento de Directorio de Oferta y Demanda de productos locales.	□	□	□	■	□	□	□	□	□	□	□	□
Rueda de negocios	□	□	□	□	■	□	□	□	□	□	□	■
Capacitación a proveedores candidatos a ser parte del Directorio	□	□	□	□	■	■	■	■	■	■	■	■
Medición de resultados	□	□	□	□	□	□	■	□	□	□	□	■

Las ruedas de negocio para fomentar el diálogo entre oferta y demanda se realizarán dos veces al año e irán previo a la publicación de resultados del proyecto.

Área de Mejora 3

Promoción del producto turístico enfocado a segmento “Explorador”.



Christian Arbaiza

Comité de Turismo de
Pacasmayo



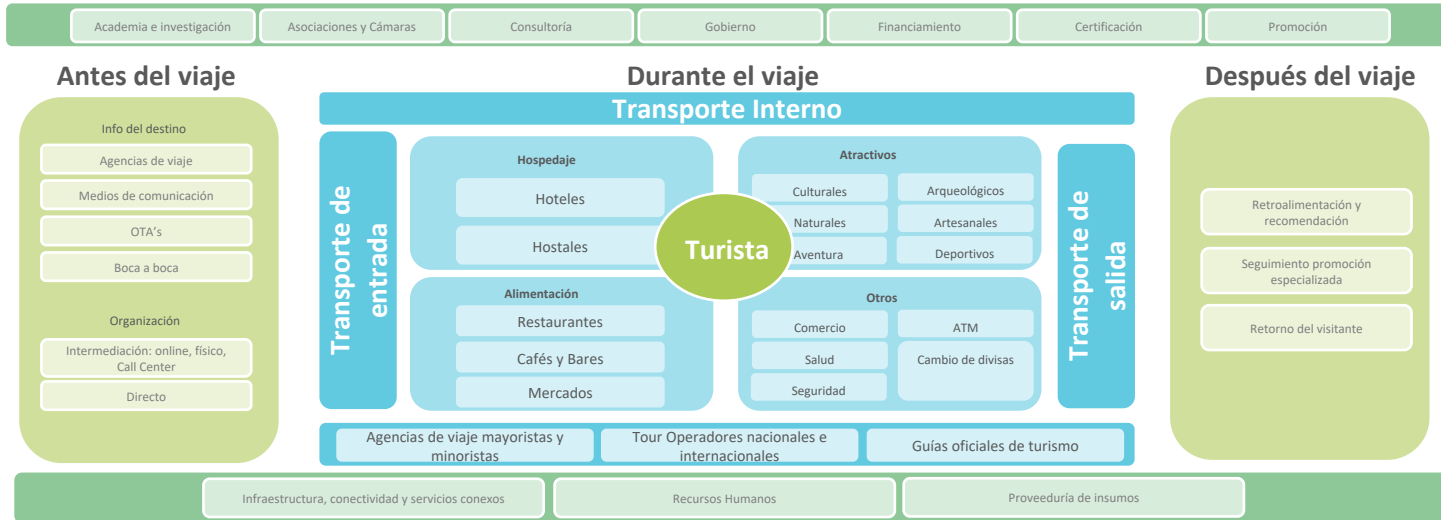
Rosse Esparza

USIL

Línea de Acción 4: Comité de la Ruta Turística de La Libertad y Lambayeque para fomentar la articulación

Objetivo: Fortalecer la articulación entre los actores de las cadenas de La Libertad y Lambayeque para generar estrategias de posicionamiento del corredor turístico a nivel nacional e internacional.

Cadena de valor de Turismo



Cadena de valor de Turismo



Cadena de valor de Turismo



Cadena de valor de Turismo



LÍNEA DE ACCIÓN 4

Comité de la Ruta Turística de La Libertad y Lambayeque

Icelandic Tourism Board

ICELANDIC
TOURIST
BOARD



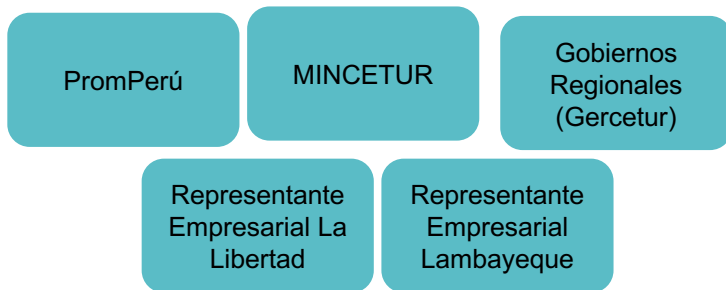
- La Junta de Turismo de Islandia es un **organismo público-privado** que se encuentra regulado por el Ministerio de Industrias.
- Se ha convertido en un pilar estratégico dentro de Islandia al enfocar esfuerzos en la administración de proyectos turísticos de la isla. Es un importante pilar para la **promoción económica y sostenible del turismo**.
- **Facilita la coordinación, análisis e investigación del sector turístico** de acuerdo a la política gubernamental.
- Su carácter público-privado le permite tomar una **posición activa con las empresas del sector y participar en la legislación y generación de políticas públicas**.

LÍNEA DE ACCIÓN 4

Comité de la Ruta Turística de La Libertad y Lambayeque



Formalización de Comité de Ruta Turística La Libertad y Lambayeque con la **asignación de representante por las instituciones públicas participantes**. Con MINCETUR se define figura legal de *Organismo de Gestión de Destino*.



Conformación Legal del Comité

PASO 1

Decisión y formalización de Comité

PASO 2

Asistencia técnica para definición de objetivos y plan de trabajo

PASO 3

Ejecución de plan de trabajo y seguimiento a resultados

PASO 4

Generación de estrategias de promoción conjunta

LÍNEA DE ACCIÓN 4

Comité de la Ruta Turística de La Libertad y Lambayeque



Asistencia técnica para la correcta **metodología de implementación del comité para la definición y logro de objetivos**, así como la **generación del plan de trabajo**.



PASO 1

Decisión y formalización de Comité

PASO 2

Asistencia técnica para definición de objetivos y plan de trabajo

PASO 3

Ejecución de plan de trabajo y seguimiento a resultados

PASO 4

Generación de estrategias de promoción conjunta

LÍNEA DE ACCIÓN 4

Comité de la Ruta Turística de La Libertad y Lambayeque



Ejecución de plan de trabajo de acuerdo a objetivos definidos. El Comité deberá involucrar y generar las actividades a través de los representantes del gremio.

A nivel semestral, **se buscará el presentar los resultados de las actividades ejecutadas.**



PASO 1

Decisión y formalización de Comité

PASO 3

Asistencia técnica para definición de objetivos y plan de trabajo

PASO 3

Ejecución de plan de trabajo y seguimiento a resultados

PASO 4

Generación de estrategias de promoción conjunta

LÍNEA DE ACCIÓN 4

Comité de la Ruta Turística de La Libertad y Lambayeque



Durante la ejecución del plan de trabajo que busca la articulación del sector. Se buscará desarrollar estrategias de promoción conjunta para posicionar el destino.



PASO 1

Decisión y formalización de Comité

PASO 2

Asistencia técnica para definición de objetivos y plan de trabajo

PASO 3

Ejecución de plan de trabajo y seguimiento a resultados

PASO 4

Generación de estrategias de promoción conjunta

LÍNEA DE ACCIÓN 4

Comité de la Ruta Turística de La Libertad y Lambayeque

Estrategia de promoción privada de Granada

- La Asociación Caribeña de Hotelería y Turismo, en conjunto con la Asociación Caribeña de Turismo y la Asociación de Hoteles y Turismo de Granada se unieron para generar una página de promoción de la isla.
- En esta página, las empresas que forman parte de estas asociaciones publican y actualizan contenido para mantener informados a los usuarios, promueven sus experiencias y publican promociones especiales.
- Esta página de promoción es 100% administrada por el sector privado.



LÍNEA DE ACCIÓN 4

Comité de la Ruta Turística de La Libertad y Lambayeque

Descripción de Actividades	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12
Definición y formalización del Comité	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Asistencia técnica para definición de objetivos y plan de trabajo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Ejecución del Plan de Trabajo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Generación de estrategias de promoción conjunta	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Este Comité buscará entregar resultados de manera semestral. La ejecución y la definición de las figuras jurídicas del Comité pueden completarse en 3 meses.

Área de Mejora 3

Promoción del producto turístico enfocado a segmento “Explorador”.



Carlos Urquiza
Travel Life Perú



Gino Horna
Pacasmayo Travel

Línea de Acción 5: Asistencia técnica para fortalecimiento de uso y aprovechamiento de herramientas en medios digitales

Objetivo: Brindar asistencia técnica y un acompañamiento a las empresas del sector turismo tales como Tour operadores, hoteles y restaurantes en el adecuado uso de herramientas tecnológicas y medios digitales para atraer al turista explorador.

Cadena de valor de Turismo



LÍNEA DE ACCIÓN 5

Asistencia técnica para fortalecimiento de uso y aprovechamiento de herramientas de en medios digitales para empresas basadas en el segmento explorador

Programa de Capacitación turística en Sudáfrica

El gobierno de Sudáfrica ha lanzado un programa para **promover el uso de herramienta digitales** en el sector turístico previo a la reapertura del destino post- COVID 19.

Entre los Módulos que promovió este programa se encuentran:

- Desarrollo de páginas web
- Herramientas digitales para el turismo
- Inteligencia artificial
- Marketing Digital
- Blockchain



LÍNEA DE ACCIÓN 5

Asistencia técnica para fortalecimiento de uso y aprovechamiento de herramientas de en medios digitales para empresas basadas en el segmento explorador

PASO 1

Diagnóstico tecnológico y definición de prioridades para asistencia técnica



Primero, se **ejecutará un diagnóstico general para poder definir las áreas prioritarias a fortalecer durante la asistencia técnica ejecutada en las regiones.**

PASO 2

Lanzamiento de convocatoria a MiPyMES del sector en ambas regiones

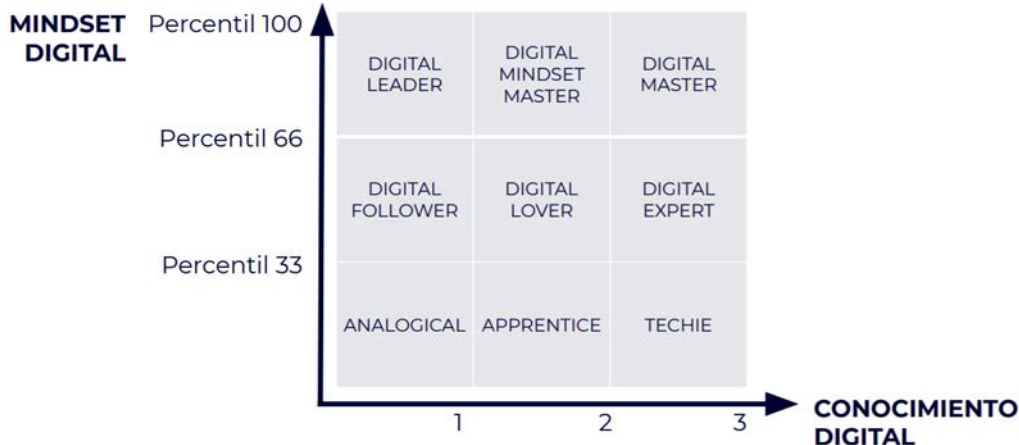
PASO 3

Ejecución de capacitación técnica

PASO 4

Generación y publicación de manual de recomendaciones

Los resultados de este diagnóstico serán publicados.



LÍNEA DE ACCIÓN 5

Asistencia técnica para fortalecimiento de uso y aprovechamiento de herramientas de en medios digitales para empresas basadas en el segmento explorador

PASO 1

Diagnóstico tecnológico y definición de prioridades para asistencia técnica

PASO 2

Lanzamiento de convocatoria a MiPyMES del sector en ambas regiones

PASO 3

Ejecución de capacitación técnica

PASO 4

Generación y publicación de manual de recomendaciones



Se lanzará la convocatoria en ambas regiones para elegir **15 empresas** que cumplan con los siguientes criterios:



Empresas que cuenten con experiencia en atención al turista explorador



Pertenezcan al rubro de Tour Operador, Atracciones, Hoteles y Restaurantes



Empresas formalizadas ante SUNAT



LÍNEA DE ACCIÓN 5

Asistencia técnica para fortalecimiento de uso y aprovechamiento de herramientas de en medios digitales para empresas basadas en el segmento explorador

PASO 1

Diagnóstico tecnológico y definición de prioridades para asistencia técnica

PASO 2

Lanzamiento de convocatoria a MiPyMES del sector en ambas regiones

PASO 3

Ejecución de capacitación técnica

PASO 4

Generación y publicación de manual de recomendaciones



Durante 7 a 10 semanas las empresas recibirán capacitación en temas de aprovechamiento de herramientas digitales. Entre estos temas se encuentran:

- Diseño de Estrategia Digital
- Potenciamiento del ecosistema y los canales digitales
- Content Marketing y Gestión de Redes
- Analítica digital para acelerar el crecimiento
- Fundamentos generales de la venta online

*Módulos propuestos, sujetos a proveedor.

LÍNEA DE ACCIÓN 5

Asistencia técnica para fortalecimiento de uso y aprovechamiento de herramientas de en medios digitales para empresas basadas en el segmento explorador

PASO 1

Diagnóstico tecnológico y definición de prioridades para asistencia técnica

PASO 2

Lanzamiento de convocatoria a MiPyMES del sector en ambas regiones

PASO 3

Ejecución de capacitación técnica

PASO 4

Generación y publicación de manual de recomendaciones



Como etapa final de esta línea de acción, se generará un **manual memoria de las asesorías técnicas** generadas al que podrán acceder aquellas empresas que tengan interés de fortalecerse en este rubro.



LÍNEA DE ACCIÓN 5

Asistencia técnica para fortalecimiento de uso y aprovechamiento de herramientas de en medios digitales para empresas basadas en el segmento explorador

Descripción de Actividades	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8
Definición de módulos y selección de proveedor	■	■	□	□	□	□	□	□
Lanzamiento de convocatoria en La Libertad y Lambayeque	□	□	■	■	□	□	□	□
Ejecución de capacitación y asistencia técnica en medios digitales	□	□	□	□	■	■	□	□
Generación y publicación de Manual para generación de estrategias	□	□	□	□	□	□	■	□

¡Muchas gracias a nuestros expositores!



Natalia Fernández
Trujillo Tours



**Ma. Alejandra
Bustamante**
GERCETUR
La Libertad



Ulises Ponte
GERCETUR
Lambayeque



Carlos Urquiza
Travel Life Perú



Rosse Esparza
USIL



Paúl Córdova
AHORA



Christian Arbaiza
Comité de Gestión de
Turismo de Pacasmayo



Gino Horna
Pacasmayo Travel



Resumen de Líneas de Acción

Línea de Acción	Tiempo	Aliados estratégicos
Acción 1: Programa de desarrollo de nuevas experiencias y productos turísticos orientados al segmento explorador	8 meses	- PROciencia - MINCETUR
Acción 2: Piloto de mejoramiento urbano enfocado a imagen y limpieza pública	5 meses + Ejecución	- MINCETUR - MINAM - MEF
Acción 3: Desarrollo y promoción de redes de proveedores locales para generar productos y servicios (KM 0) para el turismo	4 Meses + Continuidad	- MINCETUR - GOREs - PRODUCE
Acción 4: Comité de la Ruta Turística de La Libertad y Lambayeque	5 Meses + Continuidad	- MINCETUR
Acción 5: Asistencia técnica para fortalecimiento de uso y aprovechamiento de herramientas de en medios digitales	7 Meses	- MINCETUR - PROMPERÚ - GORE - PROciencia



¿Qué se requiere para mejorar el entorno competitivo del Turismo en La Libertad y Lambayeque?

Recomendaciones a política pública

Reforzar la administración pública enfocada al destino turístico.

Reforzar y promover con las administraciones de las municipalidades y gobiernos regionales de La Libertad y Lambayeque una visión enfocada hacia el fortalecimiento del destino. Esto incluye esfuerzos de manejo de residuos, mantenimiento y mejoramiento de de espacios públicos e imagen de los destinos.

Campañas de promoción y programas enfocados hacia la promoción de la innovación de productos y servicios turísticos.

Campañas de promoción y programas enfocados hacia la promoción de la innovación de productos y servicios turísticos desarrollados dentro de la región La Libertad y Lambayeque enfocado hacia el negocio “explorador”.

Infraestructura para el turismo

Fortalecer la infraestructura de las atracciones de las regiones dependientes del estado en términos de accesos, agua potable, iluminación.

Agenda

- Palabras de apertura
- Objetivos del Proyecto y Plan de Trabajo
- Recordatorio de la Estrategia
- Presentación de Plan de acción
 - Línea de Acción 1
 - Línea de Acción 2
 - Línea de Acción 3
 - Línea de Acción 4
 - Línea de Acción 5
- **Espacio de reflexión y siguientes 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

Área de Mejora 1

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

Líneas de Acción

- L1 - Programa de desarrollo de nuevas experiencias y productos turísticos orientados al segmento explorador

Área de Mejora 2

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

Líneas de Acción

- L2 - Piloto de mejoramiento urbano enfocado a imagen y limpieza pública
- L3 - Desarrollo y promoción de redes de proveedores locales para generar insumos KM0 de productos y servicios para el turismo

Área de Mejora 3

Promoción del producto turístico enfocado a segmento “Explorador”.

Líneas de acción

- L4 - Comité de la Ruta Turística de La Libertad y Lambayeque
- L5 - Asistencia técnica para fortalecimiento de uso y aprovechamiento de herramientas de en medios digitales

Percepción de Planes de Acción definidos



**Siguientes
pasos**

Siguientes pasos

Próximo encuentro

6 meses



Seguimiento a la implementación de las acciones



CONCYTEC

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

¡Muchas gracias por su participación!

¡Implementar las acciones de la IVAI es compromiso de toda la cadena!
Los invitamos a seguir participando activamente en los procesos de implementación de acciones.

<https://ivai.concytec.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