



COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LAS EXPORTACIONES Y EL TURISMO

EVALUACIÓN DEL PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL

III TRIMESTRE 2010

EVALUACIÓN DEL PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL

Al Tercer Trimestre de 2010

1. INTRODUCCIÓN

El presente documento tiene por finalidad evidenciar los avances alcanzados en la ejecución de las actividades del Plan Operativo Institucional—POI, al tercer trimestre de 2010; esta verificación permite apreciar la progresión en el desempeño que asegure el razonable cumplimiento de los objetivos estratégicos y específicos señalados en el Plan Estratégico Institucional—PEI. La presente evaluación está basada en la información coordinada con las unidades orgánicas responsables de la ejecución de las actividades, y en los reportes del Sistema Apex y el Módulo de Proceso Presupuestario.

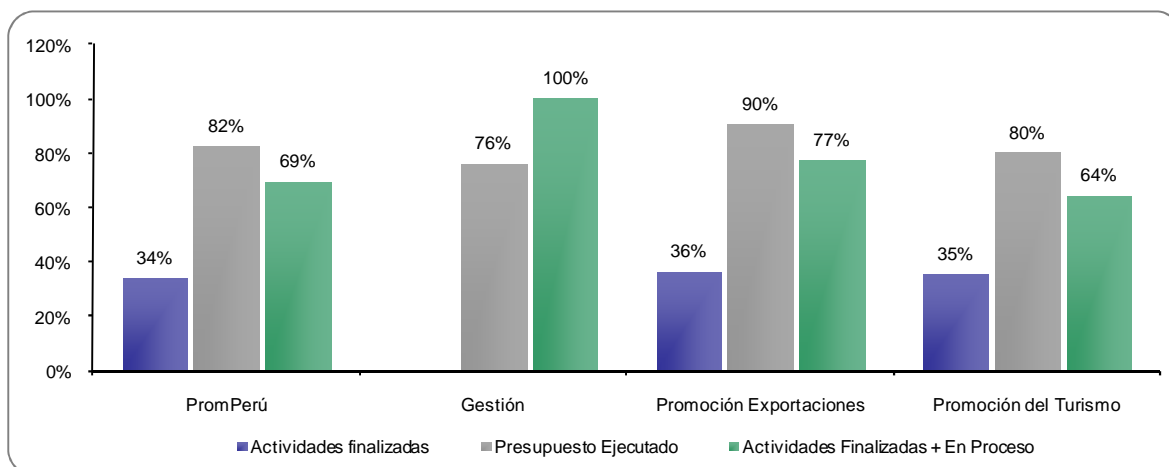
2. ANTECEDENTES

El Plan Operativo del 2010 fue aprobado por el Consejo Directivo en la Sesión N° 02 del 21 de diciembre de 2009 y oficializado mediante Resolución de Secretaría General N° 163-2009-PROMPERU/SG.

3. EVALUACIÓN DEL PLAN OPERATIVO AL TERCER TRIMESTRE 2010

Al finalizar el trimestre, se concluyeron 196 actividades de un total de 576 programadas para el año, lo que representa un avance del 34%. Incluyendo a éstas las actividades que se encuentran en proceso de ejecución, suman un total de 400 actividades, representando un avance de 69% de las programadas.

Gráfico N° 1
Ejecución del Plan Operativo por Objetivo Estratégico



Fuente: Sistema Apex

Nota: La ejecución incluye pre compromisos (SBS)

En relación con el presupuesto asignado para la realización de las actividades programadas, la ejecución al tercer trimestre ascendió a S/. 78.5 millones. Esta cifra incluye las órdenes generadas (incluso los servicios contratados durante todo el año) y los pagos realizados. Por esta razón, dicho monto se diferencia de la ejecución presupuestal (compromisos) que se observa en el Sistema Integrado de Administración Financiera (SIAF), donde la ejecución presupuestal al tercer trimestre de 2010 por toda fuente ascendió a S/. 68.8 millones, lo que representa un 56.2% del presupuesto anual aprobado, como se aprecia en el cuadro N° 1.

Cuadro N° 1
Presupuesto vs Ejecución al Tercer Trimestre 2010
(En Nuevos Soles)

Programa	Presupuesto				Ejecución				Avance %			
	RO	RDR	DyT	Total	RO	RDR	DyT	Total	RO	RDR	DyT	Total
- 006. Gestión	12,850,827	3,744,083	0	16,594,910	9,279,403	1,023,818	0	10,303,221	72.2%	27.3%	-	62.1%
- 021. Comercio	28,111,727	2,179,625	116,416	30,407,768	18,782,295	731,786	79,212	19,593,293	66.8%	33.6%	68.0%	64.4%
- 022. Turismo	75,035,446	444,694	0	75,480,140	38,833,227	66,429		38,899,656	51.8%	14.9%	-	51.5%
Total	115,998,000	6,368,402	116,416	122,482,818	66,894,925	1,822,033	79,212	68,796,170	57.7%	28.6%	68.0%	56.2%

Fuente: Modulo de Proceso Presupuestario
Nota: La ejecución es de compromisos

Sin embargo, dicho avance no es real puesto que en Mayo se aprobó el Decreto de Urgencia N° 037-2010, el cual establece medidas en materia económica y financiera en los Pliegos del Gobierno Nacional para el cumplimiento de los Metas Fiscales del año 2010. Dicho Decreto establece un límite de gasto inferior al marco presupuestal en 19.4%, por toda fuente de financiamiento. El avance real es de 69.5%, tal como se detalla a continuación en el cuadro N° 2.

Cuadro N° 2
Presupuesto vs Ejecución al Tercer Trimestre 2010
(En Nuevos Soles)

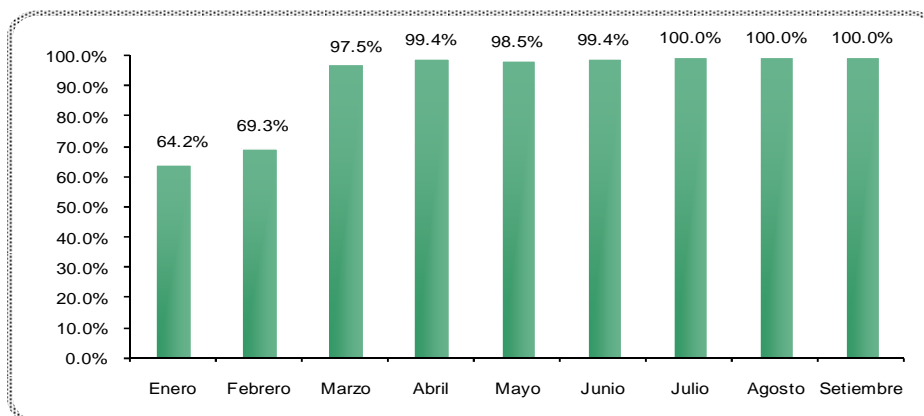
Programa	Presupuesto				Ejecución				Avance %			
	RO	RDR	DyT	Total	RO	RDR	DyT	Total	RO	RDR	DyT	Total
- 006. Gestión	11,418,946	3,271,456	0	14,690,402	9,279,403	1,023,818	0	10,303,221	81.3%	31.3%	-	70.1%
- 021. Comercio	25,362,246	1,440,760	116,416	26,919,422	18,782,295	731,786	79,212	19,593,293	74.1%	50.8%	68.0%	72.8%
- 022. Turismo	57,251,555	104,290	0	57,355,845	38,833,227	66,429		38,899,656	67.8%	63.7%	-	67.8%
Total	94,032,747	4,816,506	116,416	98,965,669	66,894,925	1,822,033	79,212	68,796,170	71.1%	37.8%	68.0%	69.5%

Fuente: Modulo de Proceso Presupuestario
Nota: La ejecución es de compromisos.

El programa "Gestión" muestra un avance del 70.1%, concordante con la naturaleza de sus gastos (principalmente servicios básicos, alquileres y mantenimiento). De otro lado, los programas "Comercio" y "Turismo" ejecutaron 72.8% y 67.8% respectivamente, para la atención de actividades de promoción como ferias internacionales, Expo Perú y gastos en publicidad (campañas de promoción del turismo).

En cuanto al desempeño en la ejecución del gasto, a partir de este año se estableció el Calendario Institucional que funciona como un calendario de pagos. Ello quiere decir que se solicita a la Dirección Nacional de Presupuesto Público – DNPP el monto total de pagos a realizar para cada mes. Durante el tercer trimestre el desempeño en la ejecución ha sido en promedio 100%.

Gráfico N° 2
Ejecución del Calendario Institucional al Tercer Trimestre 2010

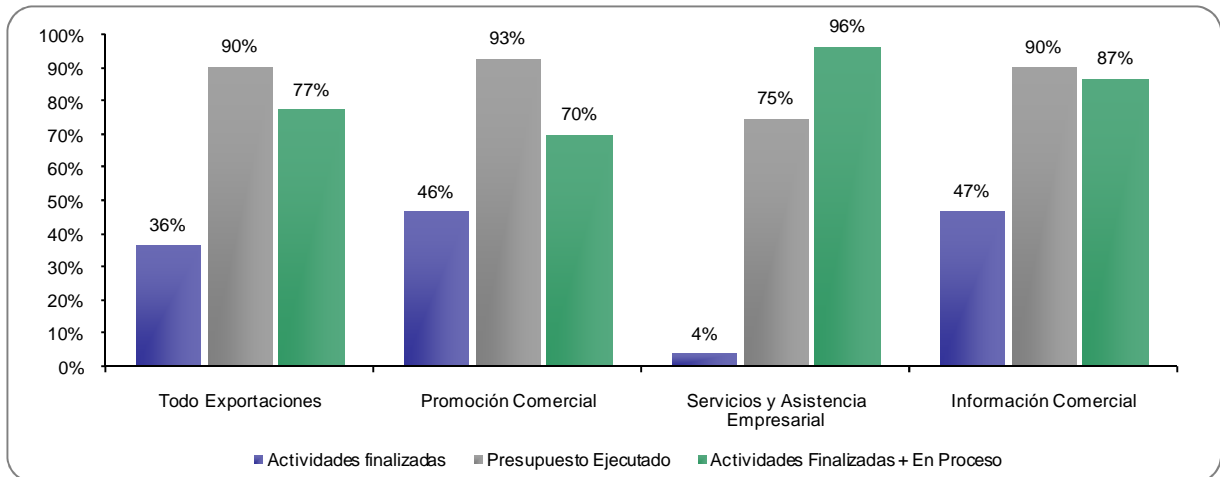


Fuente: Módulo de Proceso Presupuestario

3.1 Promoción de Exportaciones

Para el cumplimiento del objetivo estratégico "Promocionar las exportaciones de bienes y servicios no tradicionales contribuyendo al posicionamiento del Perú como país exportador" relacionado con la Dirección de Promoción de las Exportaciones, se finalizó 55 actividades de las 149 programadas, mientras que 60 se encuentran en proceso. Sumando las actividades finalizadas y en proceso, se logró un avance del 77% del total de actividades programadas. En términos presupuestales, estas actividades significaron el 90% del presupuesto anual programado para esta Dirección.

Gráfico N° 3
Dirección de Promoción de Exportaciones

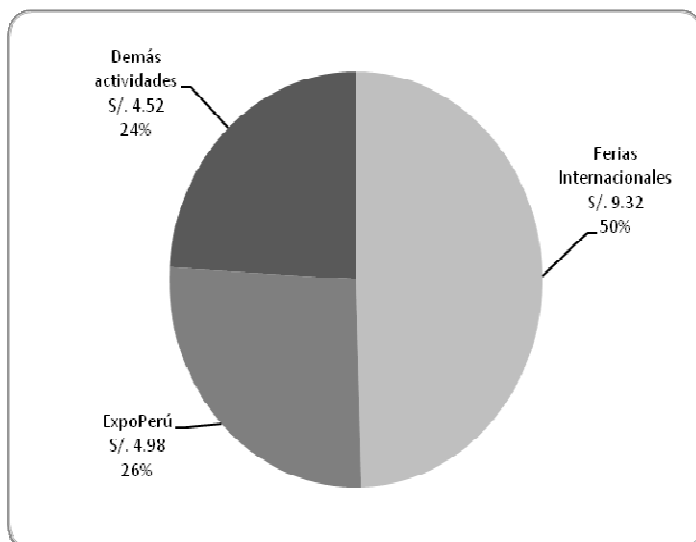


Fuente: Sistema Apex

Nota: La ejecución incluye pre compromisos (SBS)

En cuanto a la distribución del gasto por tipo de actividad (ver Gráfico N° 4), se observa una preponderancia de las ferias internacionales, las cuales representaron el 50% del presupuesto ejecutado al tercer trimestre. De otro lado, las Expo Perú fueron otras de las actividades relevantes en cuanto a la ejecución del presupuesto, representando el 26%. Por debajo figuran actividades como información comercial, misiones comerciales, asesoría y asistencia, y otras que sumadas representaron tan sólo el 24% del total.

Gráfico N° 4
Promoción de Exportaciones: Distribución del Gasto
Por Tipo de Actividad
(En millones)



Se realizaron cinco Expo Perú; en Ecuador, Centroamérica (Panamá y República Dominicana), México, Bolivia, y Colombia. En dichos eventos participaron en total 320 empresas exportadoras. Este tipo de evento busca generar oportunidades de negocio e inversión a través de la realización de ruedas de negocios, foros, desfiles de moda y eventos gastronómicos.

Se realizó la Feria PeruNatura con la participación de 27 empresas exportadoras, se lograron establecer 480 contactos con los compradores internacionales, permitiéndoles generar expectativas de negocio futuros. El monto negociado en PeruNatura ascendió a US\$ 5.7 millones habiéndose concretado negocios por US\$ 0.3 millones.

Fuente: Sistema Apex

Se realizó la Feria Expoalimentaria, en la que participaron más de 300 empresas exportadoras peruanas de los sectores Agroindustria, Pesca, Maquinaria, Envase y Embalaje, Equipos y Servicios; y 105 expositores internacionales provenientes de más de 15 países. Este evento convocó a cerca de 200,000 visitantes nacionales y 1,200 compradores provenientes de los 5 continentes. Asimismo, se contó con la presencia de 13 cadenas de supermercados internacionales, tales como Walmart, Carrefour, Woolworths, entre otros.

En la línea de confecciones se realizaron las siguientes ferias: “Colombiamoda”, en la que participaron 10 empresas exportadoras, estimando un volumen de ventas por un monto de US\$ 1.2 millones que se concretarán en los próximos 12 meses; la Feria Ethical Fashion Show (en asociación con la Alianza Francesa de Lima), participaron 10 empresas y se espera generar en los próximos 12 meses negocios por cerca de US\$ 0.2 millones; y la Feria Magic Show Agosto, en la que participaron 3500 empresas expositoras de 40 países (05 empresas peruanas y 1 stand informativo en el área Sourcing de Magic Show), el monto negociado en esta feria asciende a US\$ 0.03 millones y se estiman ventas por un monto de US\$ 2.0 millones.

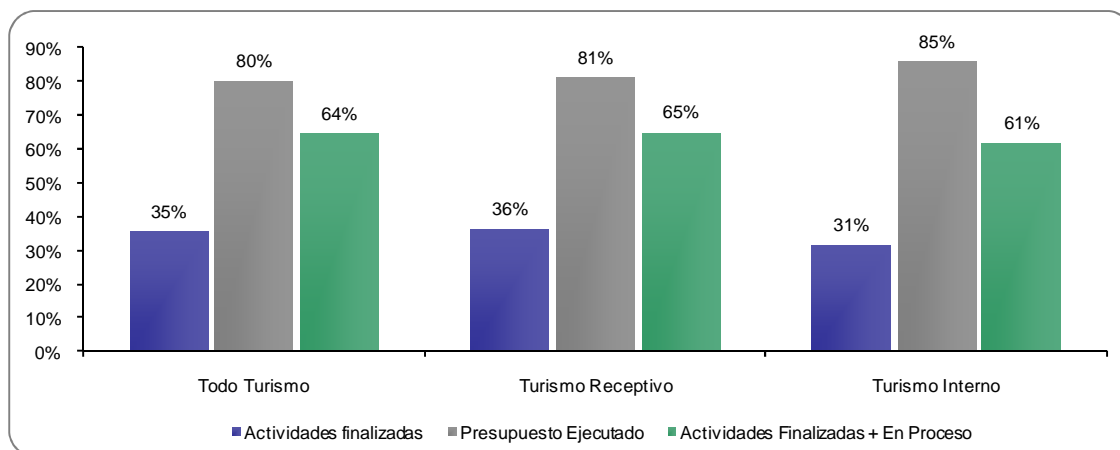
En relación a Información Comercial, se realizó el PROMO 2010, con la participación de 295 empresas en reuniones personalizadas. Asimismo, 1,216 participantes en seminarios de mercados, y 10 Regiones involucradas.

En cuanto a las actividades de asesoría y capacitación destacaron el “Miércoles Exportador” y otros similares en provincias, así como las realizadas en el Centro ADOC Perú. Se continuó brindando asistencia e información en las regiones a través de los Centros de Promoción Empresarial (CPE) en 06 regiones (Arequipa, Chiclayo, Loreto, Huancayo, cusco y Piura) y los Centros de Información Regional (CIR).

3.2 Promoción del Turismo

Para el cumplimiento del objetivo estratégico “Atender la necesidad que tiene el sector turismo peruano de promocionar el destino país y sus atractivos turísticos tanto para el turismo interno como para el receptivo” relacionado con la Dirección de Promoción del Turismo, se finalizaron 141 actividades, lo cual representó el 35% de las actividades programadas para el año. Incluyendo las actividades en proceso se ejecutaron 257 actividades, lo cual representó el 64% del total de las programadas. De otro lado, la ejecución presupuestal ascendió a S/. 40.8 millones, monto que representó el 80% del presupuesto anual programado para este objetivo.

Gráfico N° 5
Dirección de Promoción del Turismo

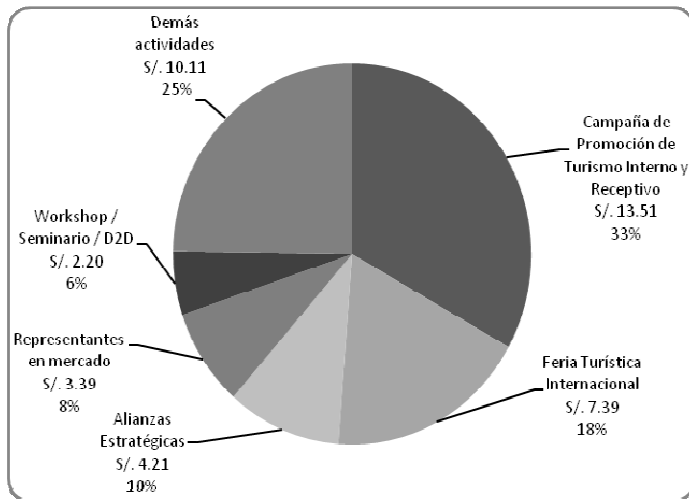


Fuente: Sistema Apex

Nota: La ejecución incluye pre compromisos (SBS)

En cuanto a la distribución del gasto por tipo de actividad (ver Gráfico N° 6), destacaron al tercer trimestre el gasto en Campañas de Promoción (publicidad) con 33%, Ferias Turísticas Internacionales 18%, Alianzas Estratégicas 10%, Representantes en mercado 8%, Workshop/Seminario/D2D con 6%, y las actividades restantes suman en conjunto el 25% del gasto.

Gráfico N° 6
Promoción del Turismo: Distribución del Gasto por Tipo de Actividad
 (En millones)



Fuente: Sistema Apex

Se realizó la Feria IFTM Top Resa – París, en la cual se logró informar al trade participante sobre la nueva oferta de turismo rural y turismo de alta gama, lo que muchos de ellos desconocían. Estuvieron muy interesados en contactar con los operadores que la vendían para conocer más acerca de la infraestructura. Se lograron entrevistas en diferentes medios de prensa escritos durante la feria, las mismas que resaltaron nuestra temática y dieron a conocer las novedades del destino. Se ha logrado elaborar una Base de datos de las empresas participantes; asimismo, identificar a los operadores más importantes en ventas del destino. El potencial de negocios estimado por la empresa que realizó el estudio (Vizarreta Consultores) fue de US\$ 5.9 millones.

Asimismo, se llevó a cabo la Feria JATA en la ciudad de Tokio, en la que se brindó atención al público general (111,232 visitantes). Se incluyó la promoción de aquellos destinos turísticos menos conocidos o que no son fácilmente asociados con el Perú, desarrollando un mayor enfoque en la Región Norte. Promperú contó con la participación de cuatro empresas co-expositoras peruanas: Perú Travel Bureau—PTB, Condor Travel, Graountour, e Inkaterra.

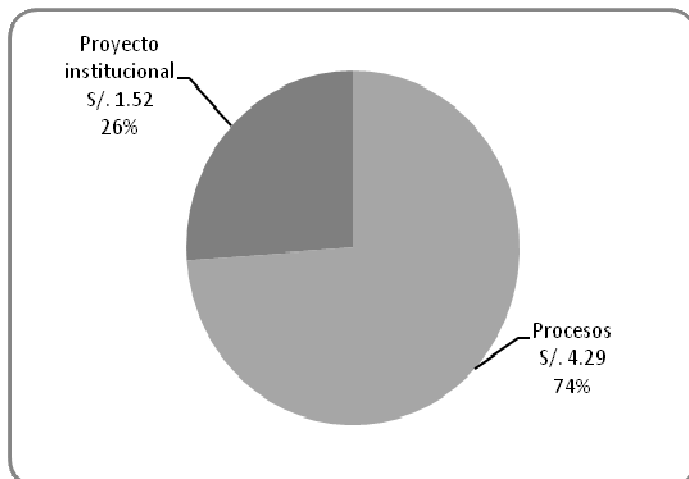
Se realizó el TravelMart Latinoamérica—TML, con la participación de 357 compradores, y 665 vendedores (1,022 delegados), superando así el estimado. De esta manera, se concretaron 8,150 citas de negocios, siendo el mayor número de citas concretadas en los últimos cinco años del TML. Se estima un monto de transacciones por negocios de US\$ 400 millones. De otro lado, las citas programadas para Promperú fueron en número de 43 (el máximo que podía programarse).

Se realizaron las campañas de promoción Cusco Pone, y Selva Pone, con el objetivo de promover el turismo interno.

3.3 Gestión

Para el cumplimiento del objetivo estratégico “Consolidar el posicionamiento de la Institución como una entidad orientada a brindar servicios de alta calidad y eficiencia a los usuarios en apoyo al logro de los objetivos institucionales” (Gestión) se programaron 28 actividades, de las cuales todas se encuentran en proceso. En relación a la ejecución presupuestal, ésta asciende a S/. 5.8 millones, monto que representa el 76.2% del presupuesto anual programado en este objetivo estratégico.

Gráfico N° 7
Distribución del Gasto por Categoría de Gestión
 (En millones)



Fuente: Sistema Apex

Como se observa en este Gráfico, durante el tercer trimestre el 74% de la ejecución se destinó a Procesos; es decir, aquellas actividades propias de la gestión administrativa que se realiza, en su mayoría, a lo largo del año de acuerdo a los sistemas administrativos y las normas legales vigentes.

Asimismo, observamos que 26% de la ejecución se destinó a la realización de Proyectos Institucionales transversales para el beneficio de la entidad. Entre ellos destacan los siguientes:

- Enterprise Resource Planning - ERP (S/. 1.2 millones), el cual inició el 19 de setiembre y se encuentra en la fase de diseño. Está programado concluir en junio del próximo año.
- El Business Intelligence (S/. 0.2 millones), dividido en dos etapas. La primera etapa tiene los alcances de los primeros modelos básicos de comercio exterior y presupuesto. La segunda etapa tiene como alcance los modelos de turismo, comercio exterior y administración, está programado concluirse el segundo trimestre de 2011.
- Gestión del Capital Humano (S/. 0.1 millones), Gestión por Procesos, y Gestión Estratégica.

De otro lado, Promperu obtuvo el Premio a las Buenas Prácticas en Gestión Pública 2010, en la Categoría Relación con la Prensa.

4. CONCLUSIONES

- Al tercer trimestre del 2010 se ha concluido 196 actividades (34%) de las 576 programadas para el año. Cabe destacar que otras 204 actividades (35%) se encuentran en proceso, la mayoría de las cuales se realizan de manera continua a lo largo del año.
- La ejecución de gasto ascendió a S/. 55.7 millones (45.5%) del Presupuesto Institucional Modificado, aplicando las restricciones del Decreto de Urgencia N° 037-2010, monto que difiere de la ejecución presupuestal de actividades, la misma que asciende a S/. 78.5 millones (63%), ya que ésta última cifra considera adicionalmente los contratos y solicitudes u órdenes de bienes y servicios a realizarse durante el resto año.
- Respecto a la Dirección de Promoción de las Exportaciones, destaca la ejecución presupuestal concentrada en Ferias Internacionales alcanzando 50% (S/. 9.3 millones) del total asignado para actividades. Asimismo, destacan las Expo Perú realizadas en Ecuador, Centroamérica (Panamá y República Dominicana), México, Bolivia, y Colombia que representaron 26% de la ejecución al tercer trimestre.
- Respecto a la Dirección de Promoción del Turismo, destaca la ejecución presupuestal de las Campañas de Promoción del Turismo (que incluye la campaña “Cusco Pone” y “Selva Pone”) ascendente a 33% (S/. 13.5 millones). También destacan las Ferias Turísticas Internacionales con 18%, las Alianzas Estratégicas, Representantes en mercados, y Workshops/Seminarios con 10%, 8% y 6%, respectivamente. Estas actividades se realizaron principalmente con recursos del Fondo de Promoción y Desarrollo Turístico Nacional – Ley N° 27889.
- Respecto a la Gestión, además de las actividades de asesoría y soporte administrativo, se están realizando Proyectos Institucionales en beneficio y mejora de la entidad, tales como: Gestión por Procesos, Gestión Estratégica, Gestión del Capital Humano, Business Intelligence y la implementación de un ERP.

Matriz de Evaluación del Plan Operativo

AI III TRIMESTRE 2010

