



COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LAS EXPORTACIONES Y EL TURISMO

EVALUACIÓN DEL PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL

I TRIMESTRE 2010

EVALUACIÓN DEL PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL

Al Primer Trimestre de 2010

1. INTRODUCCIÓN

El presente documento tiene por finalidad evidenciar los avances hechos en la ejecución de las actividades del Plan Operativo Institucional, al primer trimestre del 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 a los reportes del Sistema Apex y el Módulo de Proceso Presupuestario.

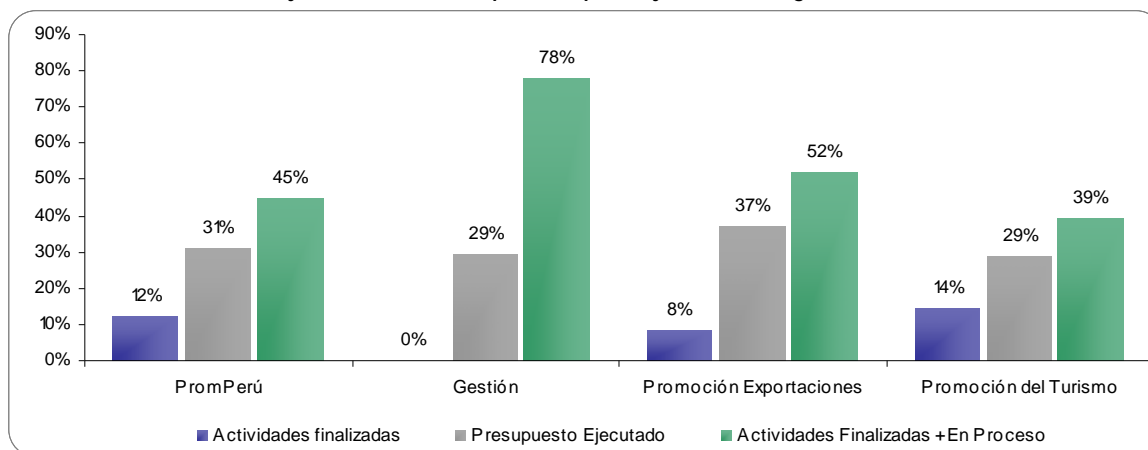
2. ANTECEDENTES

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

3. EVALUACIÓN DEL PLAN OPERATIVO AL PRIMER TRIMESTRE 2010

Al finalizar el trimestre, se concluyeron 60 actividades de un total de 503 programadas para el año lo que representa un avance del 12%. Sumando las actividades que se encuentran en proceso de ejecución, suma un total de 224 actividades representando un avance en el 45% 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 actividades, la ejecución del primer trimestre ascendió a S/. 35.3 millones, un 29% del total. Es importante aclarar que 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) y que se aprecia en el cuadro N° 1.

La ejecución presupuestal al I Trimestre del 2010 por toda fuente ascendió a S/. 21.5 millones, lo que representa un 17.9% del presupuesto anual. El programa "Gestión" muestra un avance del 24.5%, concordante con la naturaleza de sus gastos (principalmente servicios básicos, alquileres y mantenimiento). Por otro lado, los programas "Comercio" y "Turismo" ejecutaron 18.8% y 16.2%, respectivamente, para la atención de actividades de promoción como ferias internacionales y gastos en publicidad.

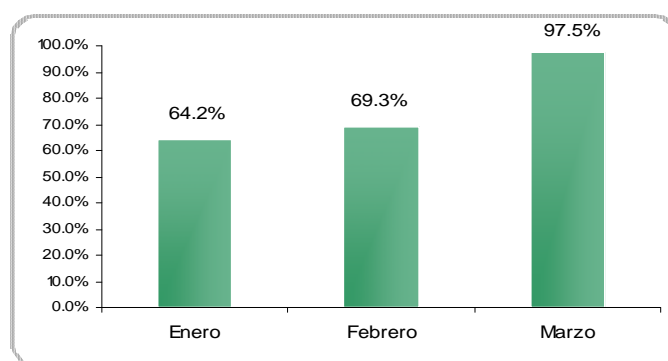
Cuadro N° 1
Presupuesto vs Ejecución al Primer Trimestre 2010
(En Nuevos Soles)

Programa	Presupuesto			Ejecución			Avance %		
	RO	RDR	Total	RO	RDR	Total	RO	RDR	Total
- 006. Gestión	12,338,061	1,870,940	14,209,001	3,387,773	100,374	3,488,147	27.5%	5.4%	24.5%
- 021. Comercio	28,258,767	2,179,060	30,437,827	5,411,656	299,998	5,711,654	19.2%	13.8%	18.8%
- 022. Turismo	75,401,172	450,000	75,851,172	12,289,981	22762	12,312,743	16.3%	5.1%	16.2%
Total	115,998,000	4,500,000	120,498,000	21,089,410	423,134	21,512,544	18.2%	9.4%	17.9%

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

En cuanto al desempeño en la ejecución del gasto, hasta el año pasado se medía a través de la ejecución del Calendario de Compromisos; sin embargo, para el 2010 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. Por la implementación de este importante cambio metodológico, el nivel de ejecución de pagos fue bajo en los dos primeros meses del año; a partir de Marzo se ajustó la programación de pagos mensuales.

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

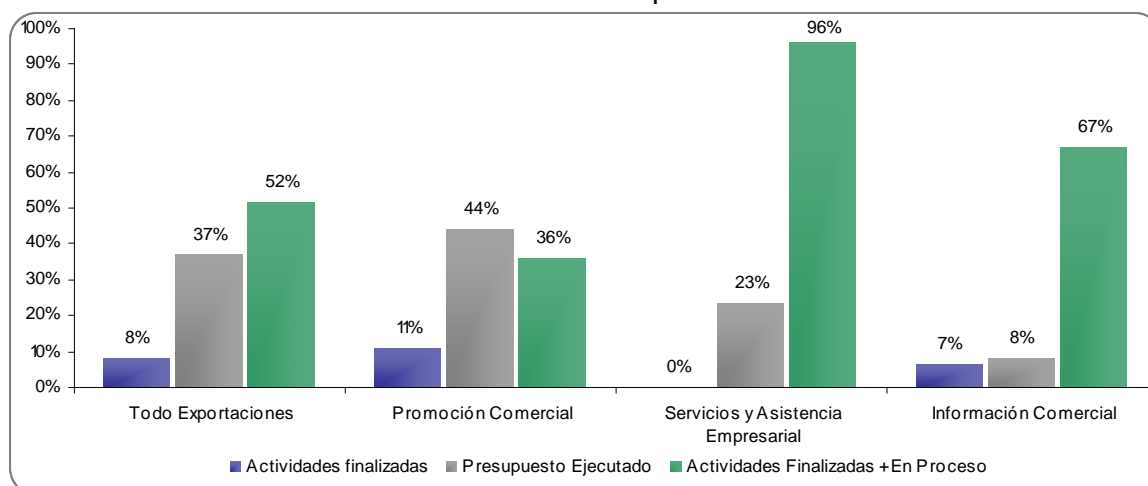


Fuente: Modulo de Proceso Presupuestario

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 11 actividades de las 135 programadas, mientras que 59 se encuentran en proceso. Sumando las actividades finalizadas y en proceso, logró un avance del 52% del total de actividades programadas. En términos presupuestales, estas actividades significaron el 37% del presupuesto anual programado para esta Dirección.

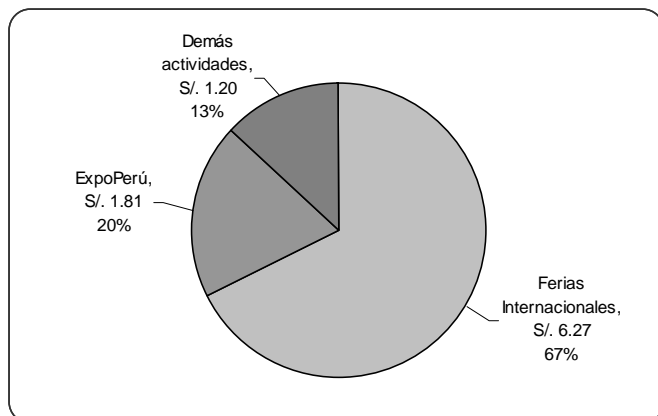
Gráfico N° 3
Dirección de Promoción de Exportaciones



Fuente: Sistema Apex
 Nota: La ejecución incluye pre compromisos (SBS)

En cuanto a la distribución del gasto por tipo de actividad (ver Cuadro N° 5), se observa una preponderancia de las ferias internacionales, las cuales representaron el 67% del presupuesto ejecutado durante el primer trimestre, otra importante actividad fueron las Expo Perú que representaron 20%. Muy por debajo figuran actividades como información comercial, misiones comerciales, asesoría y asistencia, y otras que sumadas representaron tan sólo el 13% del total.

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



Se llevaron a cabo las ferias “Winter Fancy Food”, “Biofach” y “Fruit Logística” en el sector agroindustrial; “Boston Seafood” en pesca, “Magic Show” en textil; “Ambiente” en manufacturas diversas (artesanías) con la asistencia de más de 40 empresas exportadoras.

Asimismo, se realizó una Expo Perú en Ecuador con la asistencia de más de 70 empresas peruanas. Este tipo de evento, Expo Perú, son eventos de promoción del Perú que incluye la realización de ruedas de negocios, desfiles de moda, foros y eventos gastronómicos.

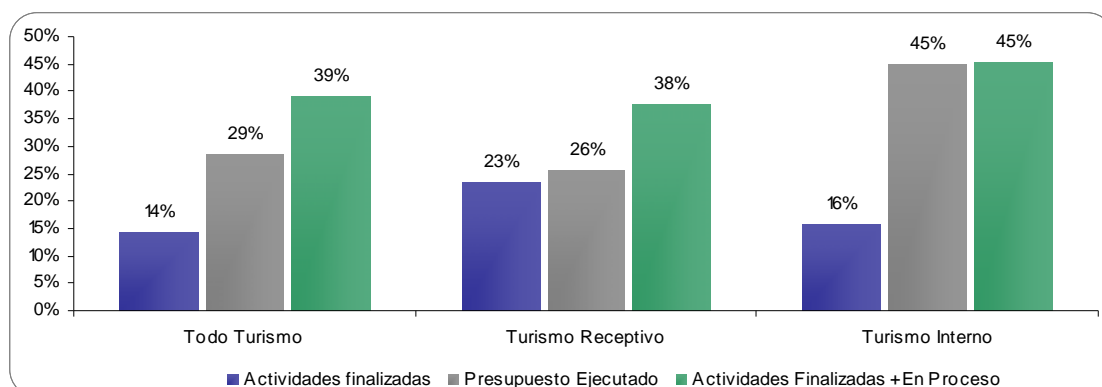
Fuente: Sistema Apex

En cuanto a las actividades de asesoría y capacitación destacaron el “Miércoles Exportador” y las realizadas en el Centro ADOC Perú. Asimismo, se continuó brindando asistencia e información en las regiones a través de los Centros de Promoción Empresarial (CPE) en 06 regiones y los Centros de Información Regional (CIR) en otras 10 regiones.

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 49 actividades, lo cual representó el 14% de las actividades programadas para el año. Incluyendo las actividades en proceso se ejecutaron 133 actividades, lo cual representó el 39% del total de las programadas, así como una ejecución presupuestal de S/. 19.7 millones que significó el 29% del presupuesto anual programado para este objetivo.

Gráfico N° 5
Dirección de Promoción del Turismo

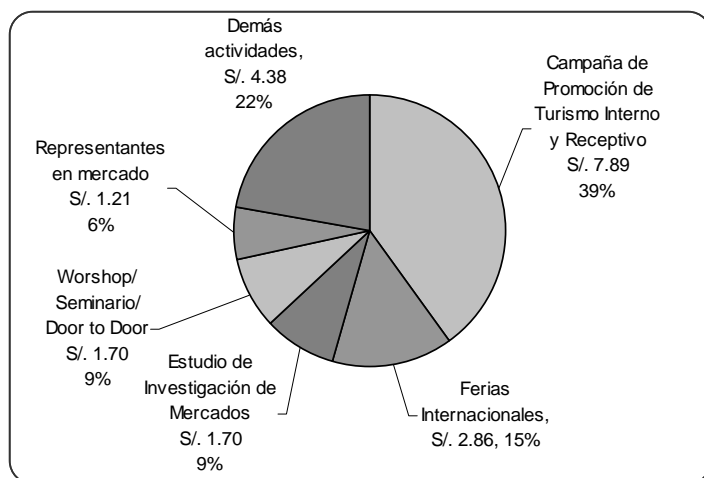


Fuente: Sistema Apex

Nota: La ejecución incluye pre compromisos (SBS)

En cuanto a la distribución del gasto por tipo de actividad (ver Gráfico N° 6), destacaron durante este primer trimestre el gasto en campañas de promoción (publicidad) con 39%, ferias turísticas Internacionales 15%, workshops y estudios de investigación de mercados con 9% cada uno.

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



Ante los acontecimientos en Cusco durante el mes de enero, PROMPERU realizó la campaña "Cusco Pone" (aprox. S/. 1.0 millón) a fin de relanzar el destino en la región Cusco con el apoyo del sector privado (gremios hotelero y turístico, y líneas aéreas).

Asimismo se consolidó dicha promoción con la realización de una Feria Gastronómica "Perú Mucho Gusto" y el lanzamiento del programa Celebrities, con el propósito de promover la presencia de reconocidas figuras mundiales y difusión en medios de prensa.

Fuente: Sistema Apex

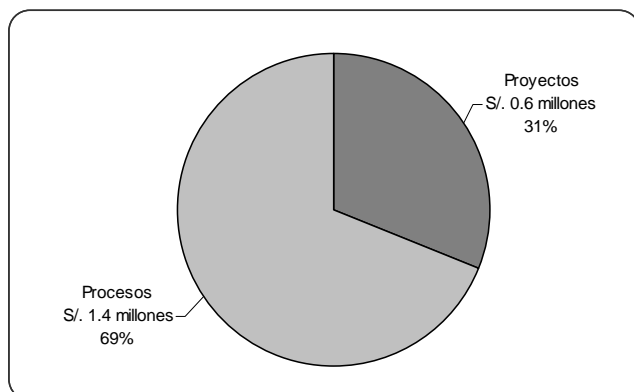
En relación a las ferias, el mercado europeo fue el más activo con un total de 7 ferias: Vankantiebeurs, CMT, FITUR, BIT, Mahana, ITB y BMT. Asimismo, se realizaron dos ferias para el mercado Asia y Oceanía (Holiday Travel Expo y Aime), dos para el mercado anglosajón (Destinations y New York Times) y uno para el mercado latinoamericano (Anato).

Se realizaron eventos de promoción de la gastronomía peruana en el exterior, destacando la participación peruana en la Feria Madrid Fusión; asimismo, la promoción a nivel nacional a través de Ferias gastronómicas "Perú Mucho Gusto" en Cusco (Marzo 2010) y Tacna (Mayo 2010) con una convocatoria que superó las 30 mil personas

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 27 actividades de las cuales se encuentran en proceso 21 lo cual representa el 78% de todas las actividades programadas. En relación a la ejecución presupuestal, esta asciende a S/. 2.0 millones, monto que representa el 29% del presupuesto anual programado en este objetivo estratégico.

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



Como se aprecia en este Gráfico, el 69% de la ejecución se destina 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, podemos visualizar que 31% de la ejecución se destina a la realización de Proyectos Institucionales transversales para el beneficio de la entidad. Entre ellos destacan los proyectos de Enterprise Resource Planning - ERP (S/. 0.6 millones), el de Business Intelligence, el de Gestión por Procesos y el de Gestión Estratégica.

Fuente: Sistema Apex

4. CONCLUSIONES

- Al primer trimestre del 2010 se ha concluido 60 actividades (12%) de las 503 programadas para el año. Cabe destacar que otras 164 actividades (33%) 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/. 21.5 millones (18%) del Presupuesto Institucional Modificado, monto que difiere de la ejecución presupuestal de actividades ascendente a S/. 35.3 millones (29%), 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 67% (S/. 6.3 millones) del total asignado para actividades. Asimismo, destaca la Expo Perú Ecuador y próximos eventos en otros países, que significaron 20% de la ejecución del primer 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") ascendente a 39% (S/. 7.9 millones). También destacan las Ferias Turísticas Internacionales con 15% y los Workshops, Estudios de Investigación de Mercados y Representantes en Mercado con 9%, 9% 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, Business Intelligence y la implementación de un ERP.

Matriz de Evaluación del Plan Operativo

AI I TRIMESTRE 2010

