



COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO

**MANUAL**  
**PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL**

**Octubre 2007**

**OFICINA DE PLANEAMIENTO Y PRESUPUESTO - OPP**

# MANUAL DEL PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL - POI

## I. Objetivo

- 1.1 Definir los mecanismos, procedimientos y responsabilidades en el proceso de planificación, a fin de asegurar la racionalidad de la gestión y la optimización de los recursos asignados con la mayor eficiencia en el logro de los objetivos institucionales, utilizando como herramienta el Plan Operativo Institucional.

## II. Finalidad

- 2.1 Asegurar que las unidades orgánicas tengan un instrumento de gestión como es el Plan Operativo Institucional que les permita ejercer su función directiva y toma de decisiones en forma racional, coherente, oportuna, con eficiencia y eficacia en base a las funciones asignadas en el ROF.
- 2.2 Lograr que la gestión institucional se efectúe respetando el Plan Operativo Institucional (POI) a fin de alcanzar los objetivos y metas previstas.
- 2.3 Asegurar que la asignación de recursos previstos para el ejercicio anual guarde relación con las actividades y metas consignadas en el POI.

## III. Base Legal

- 3.1 Decreto Supremo N° 009-2007-MINCETUR de fecha 28 de setiembre de 2007, que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones (ROF) de PROMPERÚ.
- 3.2 Plan Estratégico Institucional del Sector Exportaciones (PEI) 2007-2011 aprobado por el Consejo Directivo de la ex PROMPEX en Sesión XLIV y oficializada mediante Resolución del Titular de la Entidad N° 081-2006-PROMPEX/DE del 21 de diciembre del 2006
- 3.3 Plan Estratégico Nacional de Turismo - PENTUR 2005 -2015
- 3.4 Resolución Jefatural N° 003-94-INAP/DNR del 14 de enero del 1994, que aprueba la Directiva N° 002-94-INAP/DNR: "Orientación, Formulación, Aplicación, Evaluación y Actualización del Plan de Trabajo Institucional"

## IV. Disposiciones Generales

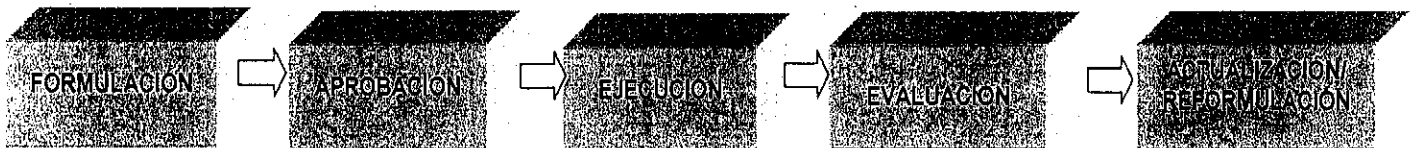
- 4.1 La Oficina de Planeamiento y Presupuesto-OPP se encargará de la conducción, supervisión y orientación de la formulación, consolidación y edición del Plan Operativo Institucional-POI.
- 4.2 La Secretaría General designará a los miembros de la Comisión de Programación y Formulación del Presupuesto, en adelante la "Comisión", que actuarán durante la etapa de formulación presupuestal del POI.
- 4.3 Las Direcciones de Promoción de las Exportaciones y Promoción del Turismo y jefes de cada unidad orgánica son los responsables de formular y evaluar adecuada y oportunamente el POI, en coordinación permanente con la OPP.
- 4.4 Las actividades que se programen deben responder a la visión, misión, objetivos estratégicos y estrategias contenidos en el Plan Estratégico Institucional-PEI.



- 4.5 Las actividades deberán permitir el logro de resultados que puedan cuantificarse y medirse y estarán en función de los recursos (humanos, materiales y financieros) que disponga la unidad orgánica para cumplirlas. Se deben precisar indicadores para cada actividad (unidad de medida y metas anuales cuantificadas).
- 4.6 Las actividades deben ser coherentes con las funciones asignadas a las unidades orgánicas en el Reglamento de Organización y Funciones-ROF.
- 4.7 Las actividades serán seleccionadas de acuerdo a su importancia, debiéndose considerar las actividades inconclusas del ejercicio anterior así como aquellas que son objeto de adelantos.
- 4.8 El POI es aprobado por el Consejo Directivo para lo cual la OPP alcanzará a la Secretaría General un proyecto de POI durante el último trimestre del ejercicio fiscal del año anterior.

## V. Etapas del Plan Operativo Institucional

5.1 El Plan Operativo comprende las siguientes etapas o procesos:



- 5.2 La etapa de formulación comprende la programación presupuestaria, la definición de lineamientos y prioridades de política institucional, selección de objetivos estratégicos, estrategias e identificación de actividades a ser desarrolladas. En esta etapa participan los miembros de la Comisión, las Direcciones de Promoción de las Exportaciones y Promoción del Turismo, los jefes de las unidades orgánicas y la OPP. Durante esta etapa la Secretaría General nombra la Comisión, cuyos miembros revisarán las actividades formuladas por las áreas.
- 5.3 La etapa de aprobación se inicia cuando el proyecto del POI es remitido por la OPP a la Secretaría General para su revisión y visado, solicitando posteriormente su aprobación al Consejo Directivo. Aprobado éste, es de cumplimiento obligatorio para toda la institución.
- 5.4 La etapa de ejecución comprende el desarrollo de las actividades a través de la ejecución del presupuesto. Para los órganos de línea de las Direcciones de Promoción de las Exportaciones y del Turismo, los procedimientos para ejecutar actividades del POI se rigen por la Directiva "Procedimiento para la Planificación, Aprobación, Ejecución y Evaluación de las Actividades de Promoción de Exportaciones—APEX".
- 5.5 La etapa de evaluación permite medir el grado de avance del POI y comprende el monitoreo y seguimiento de las actividades programadas e indicadores y de los resultados obtenidos que son consignadas en el documento de Evaluación del POI.
- 5.6 La etapa de actualización es el proceso donde se incorpora modificaciones al POI. La última actualización puede tener lugar hasta culminado el mes de octubre, salvo excepciones por causas de fuerza mayor autorizadas por la Secretaría General.



## VI. Formulación del Plan Operativo

- 6.1 La Secretaría General, durante la primera quincena del mes de junio, conformará un grupo de trabajo con el fin de determinar la propuesta de plan de actividades para el siguiente ejercicio fiscal, en congruencia con la política institucional.
- 6.2 El POI deberá estar articulado con el proyecto de presupuesto y con el plan operativo tentativo que se inicia en el mes de junio de cada año con el nombramiento de la Comisión. La Comisión estará conformada de acuerdo a la Directiva de Programación y Formulación de Presupuesto para cada año fiscal.
- 6.3 La Comisión tendrá como funciones, entre otras, analizar y proponer actividades en concordancia con los objetivos estratégicos del Pliego y la Directiva emitida por el MEF.
- 6.4 Durante esta etapa (julio), la OPP sustenta ante el MEF el proyecto de presupuesto.
- 6.5 En el mes de julio, la Unidad de Asuntos Administrativos o la que haga de sus veces solicitará a las unidades orgánicas el "Cuadro de Necesidades de Bienes y Servicios", que será devuelto en forma impresa y por correo electrónico para su consolidación en el "Plan Anual de Adquisiciones y Contrataciones-PAAC". El PAAC consolidado es remitido a la OPP para verificar su financiamiento en el sistema informático.
- 6.6 En base al presupuesto sustentado, las unidades orgánicas proceden a definir y ajustar el presupuesto inicial y el proyecto de Plan Operativo en el sistema informático.
- 6.7 El Proyecto del POI comprende:
- Redacción del Resumen Ejecutivo para cada Dirección de Promoción (máximo 3 páginas)
  - Registro en el sistema informático de las actividades, sus indicadores, conceptos de gastos y fuentes de financiamiento.

### Redacción de Resumen Ejecutivo:

- 6.7.1 La parte textual será redactada en texto en Word con letra "arial", tamaño 11 y enviado por correo electrónico a la OPP.
- 6.7.2 La redacción del "Resumen Ejecutivo" para la Dirección de Promoción de las Exportaciones, en lo que le corresponda, comprende la siguiente estructura:

PLAN OPERATIVO AÑO: .....

UNIDAD ORGANICA: .....

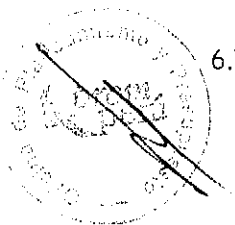
- 1) Diagnóstico del Sector: .....
  - a) Evolución de las exportaciones de los 2 años precedentes.
  - b) Cuadros y gráficos.
- 2) Principales mercados de destino
- 3) Principales productos de exportación
- 4) Principales empresas exportadoras

- 6.7.3 La redacción del "Resumen Ejecutivo" para la Dirección de Promoción de Turismo, en lo que le corresponda, comprende la siguiente estructura:

PLAN OPERATIVO AÑO: .....

UNIDAD ORGANICA: .....

- 1) Diagnóstico del Sector: .....
  - a) Evolución del turismo de los 2 años precedentes.
  - b) Cuadros y gráficos.
- 2) Mercados Prioritarios, Potenciales y Exploratorios



6.7.4 Para ambas Direcciones de Promoción de las unidades orgánicas de línea, se requiere un texto (de preferencia una carilla) exponiendo:

- ✓ Relación entre actividades y su articulación con las estrategias del PEI, acciones del Plan Operativo Sectorial - POS, del Plan Nacional de Competitividad - PNC o del PENTUR, según sea pertinente.
- ✓ Principales cambios con respecto al POI del año anterior.
- ✓ Metas e indicadores significativos para su sector.

#### Registro en el Sistema Informático:

6.7.5 Las unidades orgánicas registrarán su programación presupuestal sobre la base de un Plan Operativo tentativo. Para el efecto, el sistema de informática provee el módulo "Proyecto de Presupuesto del Plan Operativo" con los objetivos y estrategias del PEI.

6.7.6 Los responsables de cada unidad orgánica identificarán y seleccionarán el tipo de actividad (ver anexos 1 y 2) y registrarán las actividades (con o sin presupuesto) que se programarán para el siguiente año.

6.7.7 La OPP la consolida, edita, imprime y presenta a la Secretaría General, previa visación de cada uno de los funcionarios responsables o quien ellos deleguen.

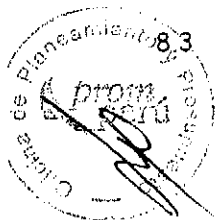
### **VII. Aprobación del Plan Operativo**

- 7.1 La Secretaría General revisará y dará su conformidad al proyecto.
- 7.2 La Secretaría General convocará, a más tardar en el mes de diciembre, al Consejo Directivo y propondrá el Proyecto del POI para su aprobación, remitiendo un ejemplar a cada Director del Consejo.
- 7.3 Aprobado el POI por el Consejo Directivo, la OPP procede a su difusión interna (miembros del Consejo Directivo, Secretaría General, Direcciones de Promoción de las Exportaciones y del Turismo, subdirecciones y jefes de las unidades orgánicas) y difusión externa a través del portal institucional.

### **VIII. Evaluación del Plan Operativo**

- 8.1 La OPP realiza el seguimiento y evaluación del POI con la finalidad de establecer y verificar el grado de avance de las actividades planificadas en cuanto a ejecución presupuestal y con respecto a las metas de las actividades del Plan.
- 8.2 El avance en el cumplimiento de las actividades así como el de la ejecución presupuestal, deberá ser informada por las unidades orgánicas de manera trimestral utilizando la "Matriz de Programación Anual y Evaluación del POI" dentro de los 15 días de finalizado el trimestre. (ver anexo 5)

La OPP consolida esta información mediante un informe trimestral, a ser presentado a la Secretaría General dentro de los 45 días de finalizado el trimestre.

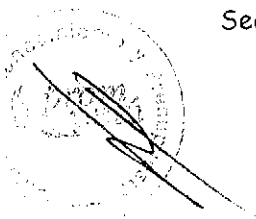


- 8.4 Las unidades orgánicas registrarán:
- Las principales actividades ejecutadas.
  - Las situaciones de la actividad en el trimestre, que puede ser:
    - Finalizada
    - En Proceso
    - Cancelada
    - Suspendida
    - Pendiente por Cronograma (aún no le corresponde su ejecución) y,
    - Pendiente por Postergación (por motivos justificados se posterga una actividad)
  - La condición de la actividad puede ser programada o no programada.
  - Resumen de los principales logros o acciones durante el desarrollo (grado de avance) de cada actividad; así como las conclusiones y recomendaciones una vez concluida.
- 8.5 La evaluación será remitida en forma impresa y visada por el responsable de la unidad orgánica a la OPP.

8.6 En caso que alguna unidad orgánica no cumpliera con la remisión oportuna de su evaluación en los plazos señalados en el numeral 8.2., la OPP presentará a la Secretaría General el Informe Trimestral con la información alcanzada a la fecha de cierre, siendo de responsabilidad del jefe de dicha unidad orgánica la omisión de evaluación correspondiente; lo cual deberá ser regularizado en la evaluación del siguiente trimestre.

#### IX. Actualización del POI (Reformulación)

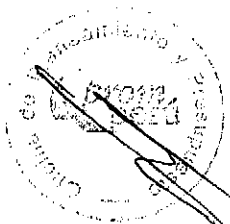
- 9.1 La actualización al POI se produce paralelamente con la etapa de ejecución, como resultado de las modificaciones que solicitan realizar las unidades orgánicas a sus planes operativos inicialmente aprobados por el Consejo Directivo.
- 9.2 La reformulación es el proceso en paralelo a la ejecución a través del cual se incorpora modificaciones a nivel de actividades, según nivel de autorización de compromiso de gasto y se solicita para:
- Crear nuevas actividades (no programadas).
  - Suspender actividades.
  - Cancelar actividades.
  - Realizar modificaciones presupuestarias que alteran los límites presupuestarios, y
  - Realizar transferencias presupuestarias entre actividades. (Directiva de e-Apex).
- 9.3 La reformulación de actividades es coordinada con la OPP y autorizado por la Dirección de Promoción de las Exportaciones o del Turismo, según el área de su competencia. En el caso de los órganos de asesoramiento, apoyo y control, deberán ser autorizadas por la Secretaría General.



- 9.4 La unidad orgánica sustenta los cambios detallando:
- **Actividades Nuevas o No Programadas:** aquellas no contempladas en el POI. Se debe indicar la meta de la actividad, su fuente de financiamiento y el sustento de su incorporación.
  - **Actividades Suspendidas:** aquellas que se han ejecutado parcialmente a nivel presupuestal y que no serán completadas.
  - **Actividades Canceladas:** aquellas que no hayan iniciado su ejecución y se decide no ejecutar.
  - Para las actividades suspendidas y canceladas se debe precisar los recursos que se deja de utilizar y las razones de la cancelación.
- 9.5 El proyecto de Reformulación del POI es visado y sellado por la OPP y por las Direcciones de Promoción de las Exportaciones y Promoción del Turismo responsables de las unidades orgánicas.
- 9.6 La OPP presenta el proyecto de Reformulación del POI a la Secretaría General para su visado correspondiente, quien lo eleva ante el Consejo Directivo para su conocimiento.
- 9.7 La reformulación puede requerir la actualización de los "Cuadros de Necesidades" y de ser necesario del PAAC, incorporando los nuevos procesos de selección y anulando los que corresponda, lo cual debe ser informado a la OAF.
- 9.8 La OPP procederá a difundir las actividades del POI reformulado una vez aprobado.

#### **X. Responsabilidades**

- 10.1 Las Direcciones de Promoción de las Exportaciones y Promoción del Turismo son responsables de hacer llegar a la OPP sus planes y evaluaciones en las fechas correspondientes o cuando lo requiera la OPP.
- 10.2 La OPP es responsable de consolidar y difundir los planes operativos de las unidades orgánicas, así como la evaluación de los informes trimestrales.
- 10.3 Los miembros de la Comisión son responsables de cumplir las funciones encargadas por la Secretaría General.



## Anexo N° 1

### CLASIFICADOR DE ACTIVIDADES - Exportaciones (1)

ÍTEM	TIPOS DE ACTIVIDAD	DESCRIPCION
<b>Desarrollo de Mercados</b>		
1	Estudios y Perfiles de Mercado	Investigación comercial de mercados externos que permite responder a algunas de las siguientes preguntas: (1) donde ir, (2) cómo llegar, (3) a quién ofrecer, (4) qué ofertar. Los perfiles de mercado son estudios breves que brindan el marco general socio-económico, político o comercial de un mercado o producto.
2	Prospección de Mercados	Actividad realizada para recoger información primaria que permitirá el conocimiento in-situ del mercado y el contacto directo con posibles compradores. Incluye prospección de nuevas ferias.
3	Show Room y Centro de Ventas	Presentación de productos en instalaciones muy reducidas y con personal limitado, para acceder a nuevos clientes y recoger su opinión sobre el producto y sus posibilidades de ingreso al mercado. Centro de Ventas incluye venta de productos y puede suponer una mayor permanencia.
4	Prueba de Ventas	Técnica de evaluación de producto a través de reuniones directas con potenciales compradores para probar las posibilidades de compra del producto.
5	Feria	Instrumento de promoción comercial eficaz por el número de contactos profesionales que se establecen en un corto periodo de tiempo, con diversidad de origen geográfico. Permite la localización de posibles clientes, distribuidores y agentes.
6	Misión Comercial y Rueda de Negocios	<u>De vendedores</u> : visita de un grupo de empresarios a mercados externos para un encuentro comercial en un recinto determinado, a fin de mostrar la oferta exportable e identificar la demanda extranjera. <u>De compradores</u> (misión inversa): invitación al país de compradores profesionales extranjeros seleccionados para establecer relaciones comerciales con empresarios y visitar empresas. Las misiones pueden derivar en <u>ruedas de negocios</u> , que son encuentros de compradores y vendedores en un recinto, con agendas de negocio predeterminadas.
<b>Desarrollo de Gestión Empresarial</b>		
7	Asesoría y Apoyo Empresarial	Servicio brindado a las empresas con el fin de proporcionar información especializada sobre temas comerciales y de gestión. Adicionalmente, busca promover la formación de grupos empresariales con miras a la exportación.
8	Capacitación	Actividad dirigida a la formación de capacidades y adquisición de conocimientos en gestión comercial y en aspectos técnicos y productivos. Tiene lugar mediante talleres, foros, seminarios y otros.
9	Servicios de Información Comercial	Servicio dirigido a brindar a los empresarios exportadores y potenciales exportadores y al público en general, información con valor agregado sobre oportunidades de negocio, noticias sobre mercados externos, precios, problemas de acceso a mercados y demás información especializada en aspectos comerciales, mediante boletines, portales, páginas web y publicaciones, entre otros.



## CLASIFICADOR DE ACTIVIDADES - Exportaciones (2)

ÍTEM	TIPOS DE ACTIVIDAD	DESCRIPCION
<b>Desarrollo de Oferta Exportable</b>		
10	Visitas Tecnológicas	Mecanismo dirigido a la observación presencial del estado de desarrollo del nivel tecnológico en organizaciones, plantas e instalaciones en el exterior. Tiene como fin permitir al sector empresarial nacional, mediante el intercambio de experiencias, conocer y adaptar estas tecnologías y técnicas de vanguardia a los bienes o servicios que brindan sus empresas.
11	Asistencia Técnica	Trabajo de asesoramiento en las áreas de producción y logística de las empresas, que permite la propuesta de métodos y acciones conducentes al incremento de la productividad, desarrollo de productos, calidad, diseño y tecnología, entre otros.
12	Servicios de Normalización	Acciones para formular y difundir normas, especificaciones técnicas o códigos de práctica internacional, regional o nacional, aprobados por un organismo reconocido, dirigidas a obtener un alto grado de estandarización de procesos o productos.
<b>Todos los Componentes</b>		
13	Impresos y Difusión	Diseño, elaboración o reproducción de material impreso, digital o audiovisual que requieran las empresas para reforzar su imagen y difundirla en diferentes medios de comunicación.
14	Evento Institucional, Nacional o Internacional	Organización o participación en actividades de coordinación interinstitucional con entidades públicas o privadas.
15	Apoyo a Instituciones Públicas y Privadas Regionales	Acciones tendientes a identificar, evaluar y fortalecer a instituciones tanto públicas como privadas con ámbito de influencia regional y local, con el objeto de sumarlos al esfuerzo de descentralización y desconcentración de actividades.
16	Otras Actividades	Cualquier actividad no comprendida en las anteriores.



## Anexo N° 2

### CLASIFICADOR DE ACTIVIDADES - Turismo (1)

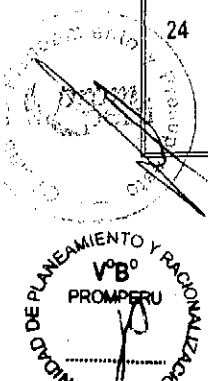
ÍTEM	TIPOS DE ACTIVIDAD	DESCRIPCION
<b>Promoción y Desarrollo de Mercados Turísticos</b>		
1	Alianzas Estratégicas	Establecer alianzas de largo plazo con operadores extranjeros de los mercados prioritarios mediante campañas de co-promoción del destino Perú.
2	Fam Trips	Viajes de familiarización diseñados especialmente para los tour operadores y agentes de viajes extranjeros con el fin de promocionar al Perú como un destino turístico atractivo, invitándolos a conocer "in situ" la variedad de productos turísticos, modo de operación y potencialidad de nuevos productos.
3	Ferias Turísticas Internacionales	Herramientas promocionales únicas que permiten exponer la oferta turística del país a operadores turísticos, medios de comunicación y miles de clientes potenciales.
4	Material Promocional Turismo Receptivo	Desarrollo de publicaciones o material promocional e informativo para los mercados del turismo receptivo. Se establece estrategias de distribución que permitan optimizar los resultados buscados. Estas publicaciones son <b>impresas</b> (brochures, folletos, guías, manuales, afiches), <b>multimedia y audiovisual</b> (CDs interactivos y mantenimiento de los sitios web de la Institución: Portal de Promoción del Perú: <a href="http://www.peru.info">www.peru.info</a> y web Institucional <a href="http://www.PromPeru.gob.pe">www.PromPeru.gob.pe</a> ).
5	Representantes en Mercado	Contar con personas o empresas en los mercados prioritarios para que realicen acciones de promoción de acuerdo a los lineamientos de PromPerú.
6	Seminarios/ Workshops	Reuniones de trabajo donde se brinda información actualizada sobre el turismo peruano y se realizan negociaciones directas entre operadores turísticos peruanos y extranjeros.
<b>Promoción del Turismo Interno</b>		
7	Campanas de Comunicación Masiva	Fortalecer la conciencia turística y promover los viajes a destinos nacionales
8	Door to Door (D2D)	Incrementar los viajes en el segmento de jóvenes y promover una cultura de viajes enfocando las actividades en jóvenes de universidades públicas y privadas para ofrecerles productos adaptados a sus intereses.
9	Ferias Turísticas Nacionales	Incrementar el flujo turístico en los destinos receptores, promoviendo la oferta turística de las diferentes regiones del país y fomentando una cultura de viaje.
10	Festivales Gastronómicos	Promover en los medios masivos de Lima la imagen turística de algunos destinos ricos en gastronomía, ofreciendo a los limeños la gastronomía regional de los destinos para la promoción de los viajes turísticos.
11	Material Promocional Turismo Interno	Desarrollo de publicaciones o material promocional e informativo para los mercados internos. Las publicaciones son <b>impresas</b> (brochures, folletos, guías, manuales, afiches), <b>multimedia y audiovisual</b> (CDs interactivos y mantenimiento de los sitios web de la Institución: Portal de Promoción del Perú: <a href="http://www.peru.info">www.peru.info</a> y web Institucional <a href="http://www.PromPeru.gob.pe">www.PromPeru.gob.pe</a> )
12	Press Tour Nacionales	Diversificar la oferta de atractivos turísticos de los destinos en medios de prensa nacionales (televisión, diarios, revistas especializadas). No genera retribución y/o pago de honorarios y/o servicios a los periodistas y/o empresa de estos que asisten al mismo.
13	Seminarios/ Workshops de Destino	Diversificar la oferta de programas de viajes hacia el interior del país, promoviendo el intercambio comercial entre los tour operadores de diferentes regiones con los profesionales del mercado potencial de Lima.
14	Talleres de Capacitación	Transferir conocimientos e información y apoyar al fortalecimiento de capacidades regionales, posibilitando el acceso a la información de calidad a un segmento específico del sector privado y público de las regiones.



## Anexo N° 2

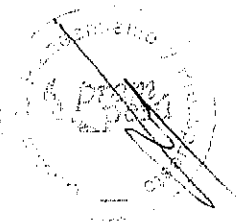
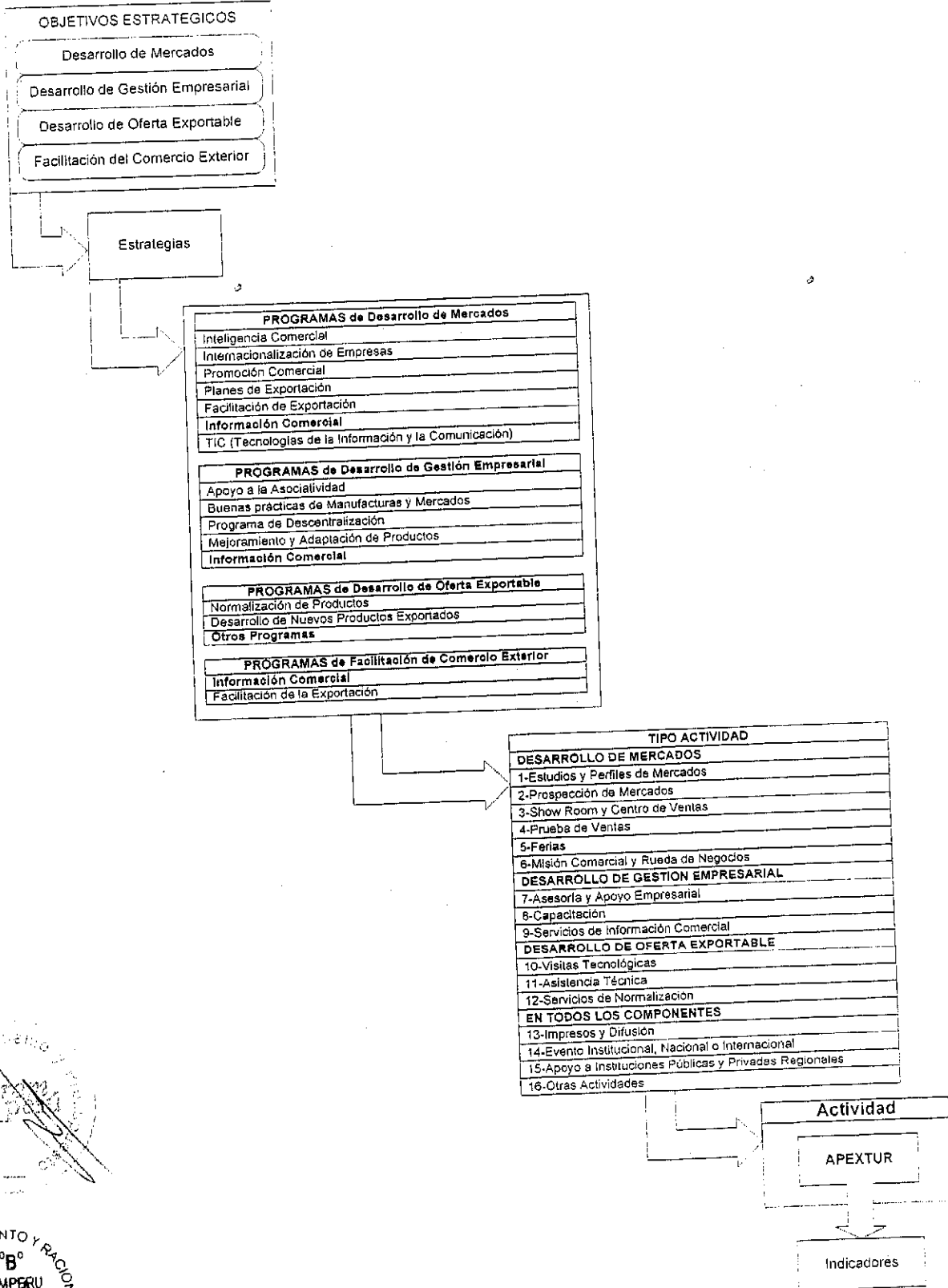
### CLASIFICADOR DE ACTIVIDADES - Turismo (2)

ÍTEM	TIPOS DE ACTIVIDAD	DESCRIPCION
		<b>Mercadeo Turístico</b>
15	Estudios de Investigación de Mercados para Turismo Receptivo	Estudios de mercado que permiten generar, analizar y difundir información sobre el comportamiento de la demanda turística hacia el Perú, así como identificar, potenciar y desarrollar nuevos segmentos y nichos de mercado que apunten a fomentar un turismo alternativo y sostenible en el Perú, para la promoción del turismo receptivo.
16	Estudios de Investigación de Mercados para Turismo Interno	Estudios de mercado que permiten generar, analizar y difundir información sobre el comportamiento de la demanda turística en el Perú, así como identificar, potenciar y desarrollar nuevos segmentos y nichos de mercado que apunten a fomentar un turismo alternativo y sostenible en el Perú, para la promoción del turismo interno.
17	Fam Trip Especializados	Viajes de familiarización diseñados especialmente para los tour operadores y agentes de viajes extranjeros <b>especializados en los ejes temáticos</b> con el fin de promocionar al Perú como un destino turístico atractivo, invitándolos a conocer "in situ" la variedad de <b>segmentos o nichos turísticos</b> , modo de operación y <b>potencialidad de nuevos segmentos o nichos</b> .
18	Ferias Internacionales Temáticas	Herramientas promocionales únicas que permiten exponer la <b>oferta de segmentos y nichos turísticos</b> del país a operadores turísticos, medios de comunicación y clientes potenciales.
19	Material Promocional Temático	Herramientas de comunicación en diferentes formatos (afiches, infografías, manuales, libros, folletos, guías, postales, audiovisuales), incluyendo su distribución a nivel nacional e internacional, de los segmentos y nichos turísticos del país.
20	Promoción del Turismo Gastronómico "PERÚ MUCHO GUSTO"	Desarrollar actividades en ferias y eventos especializados en gastronomía, a fin de dar a conocer la gastronomía peruana como una de las manifestaciones culturales más atractivas de nuestro país, posicionando al Perú como un paraíso gastronómico, pero sobre todo como un destino turístico privilegiado.
21	Promoción On Line	Desarrollar piezas informativas y promocionales interactivas que permitan diversificar la oferta y contribuyan a la mejora de imagen del país, dándole tono y contenidos más promocionales al portal <a href="http://www.peru.info">www.peru.info</a> , reforzando la promoción de Perú a través de ejes temáticos.
22	Merchandising	Posicionar la marca Perú mediante la utilización piezas que representen nuestro arte popular (esculturas de madera troquelada, cerámica Chulucanas, tarjeteros de madera, cajas de madera con tapa de huayruros y plata, polos estampados, gorros bordados y chalecos con bordado, todos ellos con la marca Perú).
23	Publicidad	Incrementar el awareness y la recordación de la marca turística del Perú, aumentando la cantidad de contactos, mejorando la relación beneficio - costo de la inversión publicitaria, incrementando valores agregados obtenidos en negociaciones y manteniendo una línea creativa, que muestre de manera óptima la cultura peruana y los atractivos del país, a fin de concentrar esfuerzos en los mercados prioritarios (contar con mayor proyección, gasto de turistas y conectividad).
24	Press Tour Internacionales	Viaje de familiarización para la prensa extranjera que tiene como objetivo central la publicación y difusión de los atractivos turísticos del país o de temas colaterales que conciten la atención de los potenciales viajeros hacia el Perú. Se invita a periodistas de planta (editores, fotógrafos, camarógrafos o periodistas) o free lances, quienes realizan un itinerario turístico, pero planteado desde la perspectiva periodística, para posteriormente publicar un artículo o elaborar algún material audiovisual relacionado con el viaje efectuado. No genera retribución y/o pago de honorarios y/o servicios a los periodistas y/o empresa de estos que asisten al mismo.



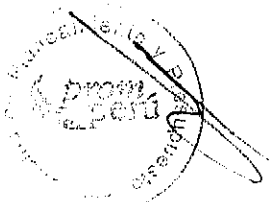
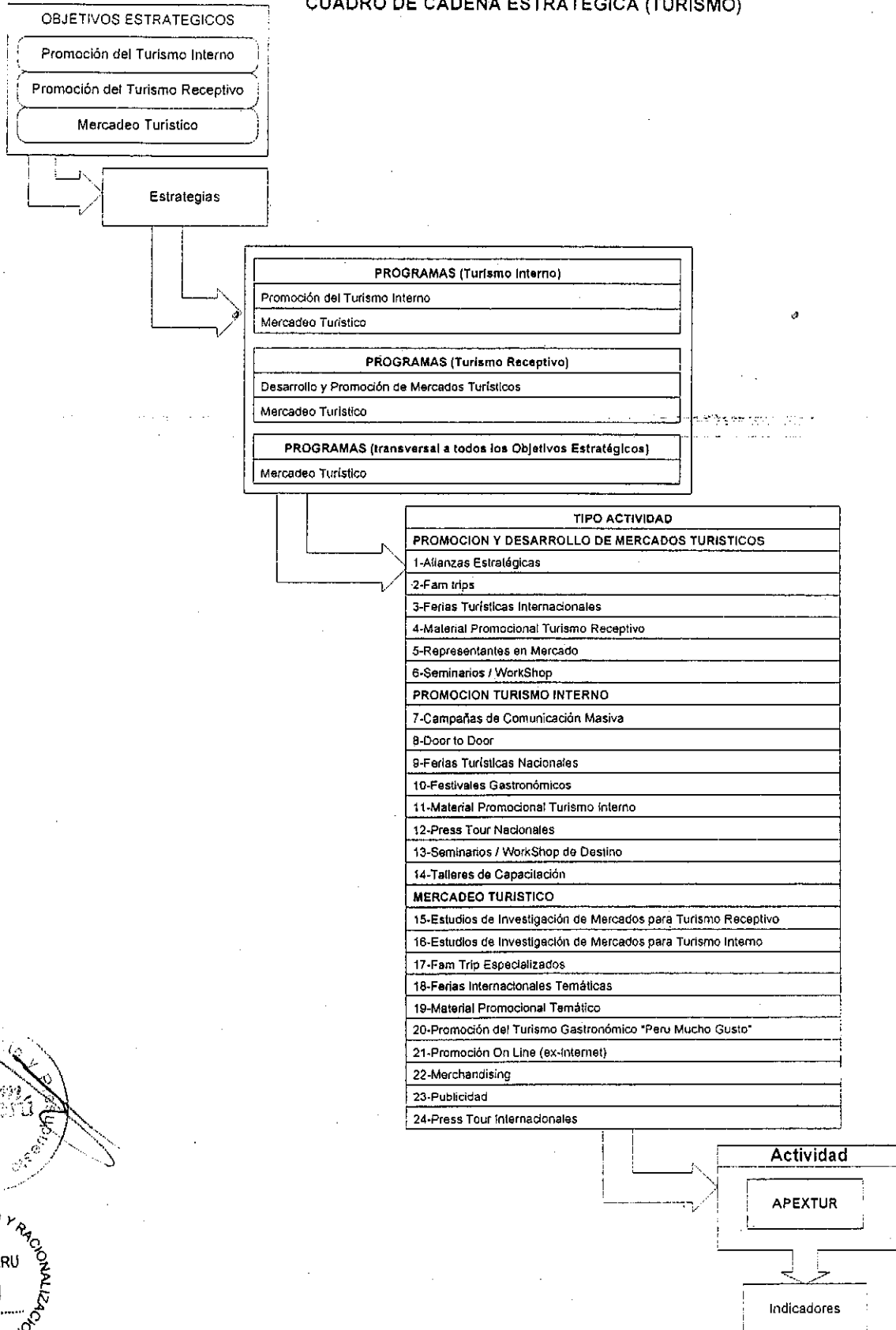
## Anexo N° 3

### CUADRO DE CADENA ESTRATEGICA (EXPORTACIONES)



## Anexo N° 4

**CUADRO DE CADENA ESTRATEGICA (TURISMO)**







# Resolución de Secretaría General

N° 027-2007-PROMPERU/SG

Lima, 16 de Noviembre de 2007

Visto, el Memorándum N° 034-2007/PROMPERU/SG-OPP de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto;

## CONSIDERANDO:

Que, la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERÚ, es un Organismo Público Descentralizado con personería jurídica de derecho público competente para proponer y ejecutar los planes y estrategias de promociones de bienes y servicios exportables, así como de turismo interno y receptivo, promoviendo y difundiendo la imagen del Perú en materia turística y de exportaciones, de conformidad con la política y los objetivos sectoriales;

Que, es necesario establecer disposiciones internas para la correcta marcha administrativa de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERÚ, regulando procedimientos cuando corresponda;

Que, conforme a lo informado por la Oficina de Planeamiento y Presupuesto, es de interés institucional se apruebe el Manual del Plan Operativo Institucional - POI, con la finalidad de articular el proceso de toma de decisiones de las actividades y metas programadas por las Direcciones de Promoción de las Exportaciones y del Turismo así como los órganos de asesoramiento y apoyo de la entidad, asegurando la optimización de los recursos asignados con la mayor eficiencia en el logro de los objetivos institucionales;


De conformidad con lo dispuesto en los incisos c), f) y n) del artículo 13° del Decreto Supremo N° 009-2007-MINCETUR que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones de la Comisión de Promoción del Perú – PROMPERÚ y la Resolución Ministerial N° 195-2007-MINCETUR-DM;

## SE RESUELVE:

**Artículo 1°.-** Aprobar el Manual del Plan Operativo Institucional - POI de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERÚ.

**Artículo 2°.-** Transcribir la presente Resolución a las Direcciones, Sub Direcciones y Oficinas de PROMPERÚ.

Regístrese, comuníquese y publíquese en la página web

  
PILAR PAJARES SAYAN  
SECRETARIA GENERAL

