

INFORME

"RENDICIÓN DE CUENTAS DE TITULARES POR TÉRMINO DE GESTIÓN"

COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU

SAN ISIDRO - LIMA – LIMA

diciembre 2022

INFORME DE RENDICIÓN DE CUENTAS DE TITULARES

- I. INFORMACIÓN GENERAL DEL PROCESO DE RENDICIÓN DE CUENTAS DEL PLIEGO
 - 1.1 Información general del titular del pliego
 - 1.2 Información de los titulares de las unidades ejecutoras
 - 1.3 Misión, visión, valores y organigrama
 - 1.4 Logros alcanzados en el periodo de gestión
 - 1.5 Limitaciones en el periodo a rendir
 - 1.6 Recomendaciones de mejora
- II. SECCIÓN I: INFORMACIÓN DE SISTEMAS ADMINISTRATIVOS DE GESTIÓN PÚBLICA
- III. SECCIÓN II: INFORMACIÓN DE INDICADORES SOCIALES Y ECONÓMICOS
- IV. SECCIÓN III: INFORMACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS ENTREGADOS POR LA ENTIDAD
- V. SECCIÓN IV: INFORMACIÓN DE AUTOEVALUACIÓN DE LA GESTIÓN DE BIENES Y SERVICIOS ENTREGADOS POR LA ENTIDAD
- VI. ANEXOS DE LOS SISTEMAS DE ADMINISTRATIVOS

I. INFORMACIÓN GENERAL DEL PROCESO DE RENDICIÓN DE CUENTAS DEL PLIEGO.

1.1 Información general de titular de pliego.

Código de la entidad	5610		
Nombre de la entidad	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU		
Apellidos y nombres del titular de la entidad	CARBAJAL SCHUMACHER AMORA DIANA MARIA AUSCARIA		
Cargo del titular	PRESIDENTE EJECUTIVO		
Tipo de documento de identidad	DNI		
N° de documento de identidad	10221387		
Teléfonos:	016167300		
Correo electrónico	ACARBAJAL@PROMPERU.GOB.PE		
Tipo de informe	POR TÉRMINO DE GESTIÓN		
INFORME A REPORTAR			
Fecha de inicio del periodo reportado:	12/12/2022	Nro. documento de nombramiento / designación	RESOLUCIÓN MINISTERIAL N° 049-2021-MINCETUR
Fecha de fin del periodo reportado:	16/01/2023	Nro. documento de cese de corresponder	continua en el cargo
Fecha de Generación del Informe:	21/12/2022 15:15:37		

1.2 Información de los titulares de las unidades ejecutoras

Titulares de las unidades ejecutoras que intervienen en la elaboración del Informe						
N°	Unidad ejecutora	Tipo de documento de identidad	N° de documento de identidad	Apellidos y nombres	Fecha de inicio en el cargo	Remitió información (si/no)
1	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	DNI	10221387	CARBAJAL SCHUMACHER AMORA DIANA MARIA AUSCARIA	01/04/2022	SI

Comentarios

PROMPERÚ es pliego y unidad ejecutora a la vez.

1.3 Misión, visión, valores y organigrama

a. Misión

Posicionar al Perú en el mundo a través de la promoción de bienes y servicios exportables, destinos turísticos y de las inversiones empresariales de conformidad con las políticas, estrategias y objetivos sectoriales en beneficio de la población nacional mediante la asistencia especializada y oportuna a operadores turísticos, exportadores y empresas receptoras de inversión extranjera directa.

b. Visión

NO APLICA

c. Valores

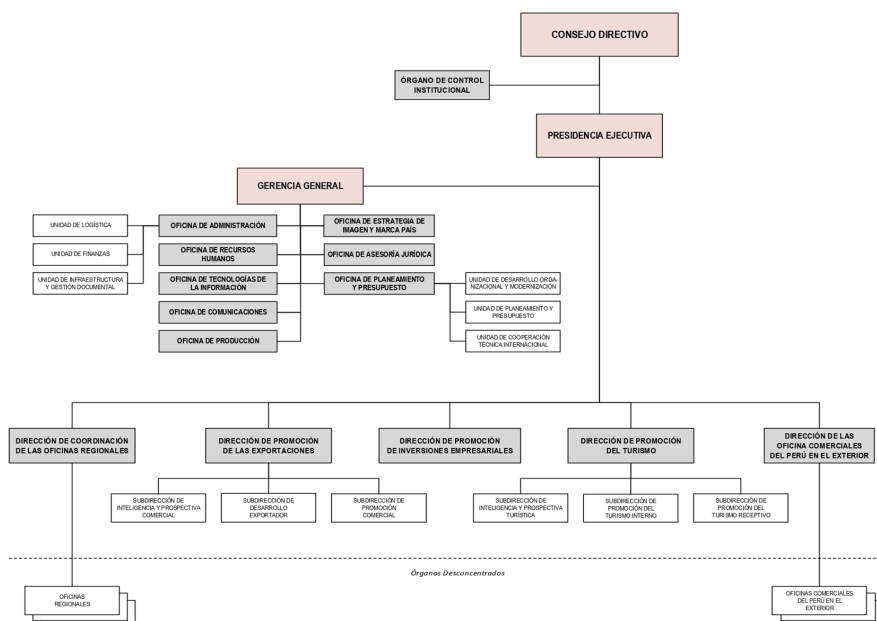
- Compromiso: Estamos 100% comprometidos con nuestro trabajo, nuestra institución en especial nuestro país. Trabajamos con entusiasmo porque sabemos que cada tarea que hacemos ayuda a construir un mejor Perú.
- Orientación al cliente: Somos una Organización de servicios. Es por ello que buscamos ofrecer valor para nuestros clientes externos e internos, anticipándonos a sus necesidades y excediendo sus expectativas.
- Liderazgo: Predicamos con el ejemplo. Nuestros Líderes promueven nuestros valores a través de cada acción que realizan. Siempre con sencillez y apertura, guiamos a nuestros colaboradores para su crecimiento profesional personal.
- Respeto y trabajo en equipo: Somos un equipo. Valoramos las ideas de otros buscando en conjunto discutir e intercambiar opiniones que nos fortalecen como organización como personas.
- Integridad: Hacemos las cosas que son correctas; porque creemos en ellas, no porque nos observan. Actuamos con honradez y honestidad en la realización de nuestras funciones.
- Innovación: Buscamos la excelencia como estándar y lo mejora continuo en todo lo que hacemos. Innovamos constantemente buscando nuevas formas de generar valor

d. Organigrama

se aprobó en conjunto con el ROF.



ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



1.4 Logros alcanzados en el periodo de gestión

DIRECCIÓN DE PROMOCIÓN DEL TURISMO

En materia de Promoción de Turismo Receptivo

- 1,602,637 de turistas internacionales arribaron al Perú, hacia el mes de octubre de 2022, superándose en 29%, la meta prevista para el 2022.
- Más de 31 millones de potenciales turistas impactados por campaña de publicidad "Empieza tu Aventura en Perú" en EEUU, Chile, Colombia, México y España.
- Más de 491,000 potenciales turistas impactados por campaña de publicidad "Cruza la Frontera" en Chile y Ecuador.
- Más de 1.4 millones en ventas de paquetes turísticos como resultado de la campaña digital "Perú Week" en Estados Unidos, Brasil y Argentina.
- Más de 11.5 millones de potenciales turistas impactados por campaña de publicidad "Despierta en Perú 2021" en México, Chile, Ecuador, Colombia y Brasil.
- Más de 1.3 millones de vistas de clips promocionales (Video publicidad) en Youtube, Facebook e Instagram, más de 60 mil clips en la publicidad online y más de 3 millones de páginas vistas en el minisitio, obtenidos de la campaña digital My Perú Story.
- Más de 44 mil pasajeros movilizados, gracias a Alianzas Estratégicas suscritas con SKY Airlines y LATAM en España, USA, México, Argentina y Chile.
- Más de 36 millones de dólares de potencial de negocios resultantes de nuestra participación en Ferias Internacionales de Promoción Turística.
- Más de 18 millones de dólares de potencial de negocio derivados de la participación del empresario peruano en Ruedas de Negocios desarrollado en los principales mercados receptivos.
- Más de 81.5 millones de alcance por Viajes de Prensa de 38 medios periodísticos con una valorización económica de US\$ 4 millones.

En materia de Promoción de Turismo Interno

- Campaña 2022 Siente Lo Bueno de Viajar: Con el objetivo de incentivar los viajes a nivel nacional en el público final (turistas nacionales). Se impulsará el turismo interno en las 25 regiones, la campaña se llevó a cabo del 19 de septiembre al 30 de noviembre.
- 17 campañas tácticas realizadas para promover eventos, festividades y acciones especializadas, con despliegue de publicidad.

En materia de Inteligencia y Prospectiva Turística

- Más de 81 mil beneficiarios a nivel nacional han accedido al Sistema integral de información estratégica ¿ Turismo In, plataforma que cuenta con información estratégica y especializada sobre la demanda turística nacional y mundial que permite la toma de decisiones y orientación de estrategias basadas en información de mercado.
- Más de 9,900 usuarios capacitados en todo el país, a través del aula virtual de turismo de PROMPERÚ, el 46% de los beneficiarios no pertenece a Lima.

DIRECCIÓN DE PROMOCIÓN DE LAS EXPORTACIONES

En materia de Inteligencia y Prospectiva Comercial

- Identificación de más de 867 nuevos compradores, mediante 25 estudios de mercado para 19 productos/líneas en 21 mercados.
- 49 reportes de vigilancia tecnológica para 08 líneas/productos para innovar y mejorar la competitividad de la oferta exportable peruana.

- Promoción de 777 tiendas virtuales de empresas peruanas y 5,999 productos en Peru Marketplace, 69,813 visitas, 414 compradores registrados y 458 cotizaciones y solicitudes de información.

- Difusión de 1,289 nuevos recursos de información (estudios de mercado, estadísticas, eventos de promoción comercial, capacitaciones, asistencias técnicas, podcast, infografías, boletines, entre otros) en la plataforma Exportemos.pe, se logró 874,071 visitas.

En materia de Desarrollo Exportador

- 8,589 empresas participaron en la Ruta Exportadora.

- 32,234 usuarios en el aula virtual, con más de 669 mil visitas a la plataforma.

En materia de Promoción Comercial

- Las exportaciones del sector agropecuario, alcanzaron más de USD 6,761 millones, crecieron 18,7%. Las paltas frescas lideraron las exportaciones, registrando un valor de USD 912 millones, seguido por café sin tostar (USD 863 millones), arándanos frescos (USD 772 millones), uvas (USD 594 millones) y espárragos frescos (USD 240 millones). Asimismo, Estados Unidos (USD 2 247 millones) y Países Bajos (USD 903 millones) mantienen su liderazgo.

- Las exportaciones pesqueras sumaron USD 3,328 millones durante los primeros nueve meses de 2022, lo cual significa un crecimiento de +1,3% respecto a similar periodo del año anterior. Ello es consecuencia de los mayores envíos a destinos como Estados Unidos y España para este sector.

- Las exportaciones textiles y confecciones totalizaron USD 1,427 millones, logrando un crecimiento de +30.2%. Un total de 1597 empresas las que exportaron 683 productos a 105 mercados. El producto que más destacó fue los T-shirts de algodón (USD 352 millones / +37,5%).

- Respecto de las exportaciones de manufacturas diversas, estas en su conjunto, superaron envíos por más de USD 4,692 millones, con un crecimiento del 28.3% en el avance del año. Es importante precisar que casi todos los subsectores que componen los envíos peruanos en este sector, presentan comportamientos muy positivos, como son los casos del sector químico (+35%), sidero-metalúrgico (+17%), minería no metálica (+52%), metalmecánico (+22.0%), entre otros.

- La exportación total de servicios, al I semestre del 2022 superaron los USD 2,204 millones de dólares y creció un 77,1% respecto al 2021. Dentro del total de exportación de servicios se encuentra la categoría Otros Servicios que superó los USD 540 millones al I semestre del 2022, aumentando un 5,0% respecto al 2021.

DIRECCIÓN DE LAS OFICINAS COMERCIALES DEL PERÚ EN EL EXTERIOR

- 171 informes de mercado (fichas mercado-producto e informes de prospección) elaborados.

- 199 notas generadas para boletines institucionales y en el mercado.

- 82 potenciales inversionistas identificados.

- 591 seminarios realizados para la difusión de las exportaciones peruana y la atracción del turismo.

- 40 eventos RICE (Reuniones, Incentivos, Congresos y Exhibiciones) comprometidos para realizarse en el Perú.

- 1,899 agendas de negocios y 11868 reuniones concretadas.

DIRECCIÓN DE COORDINACIÓN DE LAS OFICINAS REGIONALES

Oficinas Macro Regionales de Exportación

- 83 empresas de regiones con Licenciamiento de Marcas País y Marca Sectorial.

- Rueda de Negocios Expoamazónica. Participaron 45 empresas en 98 citas de negocios. Negociación de US\$6,4 millones.

- Rueda de Negocios Expo Perú Los Andes (Abancay). Participaron 60 empresas en 168 citas de negocios. Negociación US\$6,8 millones.

- Rueda de Negocios Expo Perú Norte. Participaron 57 empresas en 130 citas de negocios. Negociación US\$4,7 millones.

- Encuentro Binacional Perú ¿ Chile. Participaron 28 empresas en 225 citas de negocios. Negociación US\$3,6 millones.
- Visitas complementarias en el marco de la rueda de negocios Industria Perú: 35 PERUMIN - Arequipa. Participación de 09 empresas de Arequipa en 31 citas de negocios. Negociación US \$350,000.00.
- Misión de compradores de café de Alemania hacia Perú, desarrollado en La Convención (Santa Teresa, Quellouno, Echarati y Santa Ana), participaron 5 empresas importadoras, de Alemania y Polonia. Visita a regiones de Cusco y Puno, siendo 18 organizaciones las beneficiadas. Proyecciones de negociación US\$ 102,800 dólares.

Oficinas de IPERÚ

- Se realizaron 513 acciones de promoción turística y difusión del servicio de IPERÚ, con la Instalación de 340 Módulos informativos, 132 Activaciones BTL y 41 módulos por campañas de Turismo Interno, registrándose la atención de 62,315 usuarios.
- Convenios para instalación de puntos de atención:
 - La Libertad: Huanchaco / Convenio con Municipalidad Distrital de Huanchaco.
 - Lima: Miraflores (02 puntos de atención) / Convenio con Municipalidad Distrital de Miraflores.
 - Apurímac: Andahuaylas (Plaza de Armas) / Municipalidad Provincial de Andahuaylas.

DIRECCIÓN DE PROMOCIÓN DE INVERSIONES EMPRESARIALES

- Promoción de 77 proyectos multisectoriales, con una inversión conjunta requerida de USD 807 millones.
- 94 inversionistas captados (fichas de inversionistas).
- 205 documentos (estudios e investigaciones) elaborados.
- Campaña de publicidad de promoción de inversiones, en la Expo Dubai 2020, en revista Gulf Business de un tiraje de 28,000 y la revista Business Traveller con un tiraje de 20000.
- Implementación de Minisitio <https://investperu.peru.info/es-pe/> y actualización del minisitio Film In Perú: <https://filminperu.peru.info/>.

1.5 Limitaciones en el periodo a rendir

DIRECCIÓN DE PROMOCIÓN DEL TURISMO

- Las actividades ejecutadas por la DT, se han desarrollado en un contexto caracterizado por la aprobación de mandatos y medidas extraordinarias para la reactivación del sector turismo como consecuencia de los efectos adversos de la COVID-19. A pesar de la progresiva recuperación de la economía peruana, los operadores del sector turismo aun experimentan un lento restablecimiento de las actividades del sector turismo, lo que motivó, entre otros aspectos, al MINCETUR a declarar en emergencia el sector turismo a nivel nacional hasta el 31 de diciembre de 2022 a través de la promulgación del Decreto Supremo N° 04-2022-MINCETUR, Decreto Supremo que declara en Emergencia el Sector Turismo y dicta medidas para mitigar la grave crisis que atraviesa el turismo como consecuencia de la COVID-19; aprobado en el marco de la Ley N° 31103, Ley que declara de interés nacional la reactivación del sector turismo y establece medidas para su desarrollo sostenible, se declara de interés nacional la reactivación económica, preservación y desarrollo sostenible del sector turismo, en el marco de la declaratoria de emergencia nacional por la COVID-19, en los tres (3) niveles de gobierno.
- Es importante mencionar que un aspecto que puso en riesgo la consecución de la misión institucional a cargo de la DT fue la baja capacidad de ejecución presupuestal registrada al 30 de octubre de 2022, y que conllevó posteriormente a desplegar los esfuerzos necesarios para revertir esta situación durante el último bimestre del año.

DIRECCIÓN DE PROMOCIÓN DE LAS EXPORTACIONES

- Los cambios en los procedimientos y en los procesos administrativos implicaron demoras en la ejecución de

algunos proyectos, sobre todo en la primera parte del 2022. Sumado a lo anterior, la falta de recursos humanos en la DX y en las áreas administrativas y de comunicaciones impactó negativamente en la programación de las actividades.

- Retrasos en la gestión de servicios por la articulación con áreas transversales.
- Generación de procedimientos engorrosos para gestionar alianzas y convenios que retrasan las actividades.

DIRECCIÓN DE PROMOCIÓN DE INVERSIONES EMPRESARIALES

- La Dirección de Promoción de Inversiones Empresariales (DI) inició funciones en agosto del 2020; sin embargo, no se aprobó una estructura de la DI con Subdirecciones, y a la fecha cuenta con 07 colaboradores CAS y 12 locadores, lo cual limita y, en algunos casos, impide realizar algunas de las funciones, en especial las relacionadas a servicios al inversionista, policy advocacy, análisis y monitoreo del marco legal de Inversión Extranjera Directa (IED) y de los sectores, estudios de prospectiva e impacto económico.
- Se ha recolectado información sobre inversionistas interesados en el Perú, por ello se cuenta con una base de datos para la convocatoria de actividades y para dar seguimiento a los inversionistas y proyectos, sin embargo, aún no se encuentra sistematizada.
- La DI ha elaborado y cuenta con información sobre IED, la cual se comparte en las actividades o a solicitud de interesados; sin embargo, el minisitio elaborado para la promoción de esta información y actividades de la DI, no puede ser promocionado pues el personal para su mantenimiento fue contratado en noviembre del 2022, por lo que se espera tenerlo en funcionamiento en el primer trimestre del 2023.

1.6 Recomendaciones de mejora

DIRECCIÓN DE PROMOCIÓN DE LAS EXPORTACIONES

- Dotar de recursos adecuados a las áreas de soporte para que puedan atender las necesidades de todas las áreas usuarias.
- Efectuar las contrataciones de plazas CAS vacantes en la DX para contar con el personal necesario para implementar el Plan.
- Impulsar una metodología de planeamiento operativo para el año 2023 de manera que se generen indicadores de impacto sobre la intervención realizada a través de las acciones de PROMPERÚ.
- Mejora de la comunicación con las áreas transversales a fin de facilitar la consecución de metas en los plazos establecidos.

DIRECCIÓN DE LAS OFICINAS COMERCIALES DEL PERÚ EN EL EXTERIOR

- Focalización en el agendamiento de reuniones en la atención a las empresas peruanas exportadoras u operadores turísticos que buscaban relacionamiento con su contra parte en los mercados internacionales.
- Mantener las actividades permanentes de inteligencia de mercados para abastecer de manera oportuna al Sector Comercio Exterior peruano sobre los cambios y tendencias en sus respectivos mercados de asignación. La información se distribuye a través de seminarios especializados y documentos denominados fichas mercado-producto.

DIRECCIÓN DE PROMOCIÓN DE INVERSIONES EMPRESARIALES

- Es necesario modificar el ROF de PROMPERÚ para la creación e inclusión de las Subdirecciones y Coordinaciones respectivas, en base a la nota técnica final que se encuentra en revisión de la DI, elaborada en el marco de la asistencia técnica del IFC y Banco Mundial.
- Se requiere contratar mayor cantidad de personal para cada equipo según recomendación del BM, como lo tienen las APIs (Agencia de Promoción de Inversiones) de alto rendimiento con estándares internacionales.
- Se sugiere establecer una estructura de sueldos para el personal de la DI que sea atractiva y competitiva

similar a la del sector privado (Los datos que se arrojan para las APIs dedicadas a IED en este sentido, muestran que estas cuentan con salarios ligeramente superiores, ya que el grueso indica que sus salarios son comparables al sector privado (+15%). Fuente: Banco Mundial (BM).

- Se requiere elaborar y aprobar una Política Nacional de Promoción de las Inversiones Extranjeras Directas Empresariales, la cual señale la Entidad o entidades encargadas de su ejecución.

- Se requiere diseñar e implementar la Ventanilla Única de Inversiones (VUI) en el Perú, en coordinación con el MINCETUR y el MEF.

- Se requiere continuar con el proyecto de Banco de Proyectos (VUCE 2.0) para tener un sistema donde se califiquen y almacenen los proyectos que son parte del portafolio que utilizará la DI para sus actividades de promoción; asimismo se debe formalizar un procedimiento para esta actividad.

- Se considera necesario a corto plazo sistematizar la base de datos de potenciales inversionistas, para realizar un seguimiento efectivo de los inversionistas; además, seguir impulsando el proyecto CRM institucional que incluirá esta información, y formalizar un procedimiento para esta actividad.

- Se debe implementar a largo plazo, una página web para la promoción de inversiones empresariales, pues a la fecha solo se ha implementado un minisitio en la página de peru.info.

II. SECCIÓN I: INFORMACIÓN DE SISTEMAS DE GESTIÓN PÚBLICA

Comprende la información relevante de los 11 Sistemas Administrativos del estado mediante los cuales se organizan las actividades de la administración pública y que tienen por finalidad promover la eficacia y eficiencia siendo de aplicación nacional; Planeamiento Estratégico, Presupuesto Público, Inversión Pública, Abastecimiento, Contabilidad, Tesorería, Endeudamiento Público, Gestión de Recursos Humanos, Defensa Judicial del Estado, Control y Modernización de la Gestión Pública.

1. Sistema Nacional de Planeamiento Estratégico

1.1. Información General del PEI (REGISTRADO POR PLIEGO)

Horizonte temporal del PEI

Año Inicio	2022	Año Fin	2025
Resolución que aprueba el PEI vigente	RESOLUCION de presidencia ejecutiva N° 000031-2022-PROMPERU/PE	Fecha de resolución	09/03/2022
Informe técnico CEPLAN	Informe Técnico N° D000248-2021-CEPLAN-DNCPPEI	Fecha de informe técnico	25/11/2021
Cantidad objetivos estratégicos institucionales del PEI	8	Cantidad objetivos estratégicos Institucionales del PEI con ejecución presupuestal	7
Link del PEI en el portal de transparencia estándar	https://media.peru.info/pei/PEI-2022-2025.pdf		

1.2. Presupuesto asignado a objetivos estratégicos institucionales del plan estratégico institucional (PEI)

N°	Unidad ejecutora responsable	Código de OEI	Descripción del OEI	Período reportado	POI Modificado consistente con el PIA	PIM	POI Modificado (en ejecución)	Devengado
	A	B	C	D	E	F	G	H
1	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	OEI. 07	FORTALECER LA GESTIÓN INSTITUCIONAL	2022	140,906,838.00	133,253,101.00	128,196,048.00	88,773,719.00

2	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	OEI. 06	PROMOVER OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN EMPRESARIAL EN SECTORES PRIORIZADOS	2022	4,000,010.00	4,297,010.00	4,297,010.00	3,950,000.00
3	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	OEI. 05	IMPULSAR LA PROFESIONALIZACIÓN Y COMPETITIVIDAD COMERCIAL DEL SECTOR TURISMO	2022	2,730,000.00	3,269,549.00	3,269,549.00	2,950,000.00
4	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	OEI. 08	REDUCIR LA VULNERABILIDAD ANTE RIESGOS DE DESASTRES	2022	0.00	0.00	0.00	0.00
5	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	OEI. 03	RECUPERAR LOS VIAJES INTERNACIONALES Y LAS DIVISAS GENERADAS PARA EL SECTOR TURISMO	2022	49,655,640.00	49,498,140.00	49,498,140.00	20,323,584.00
6	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	OEI. 02	CONTRIBUIR AL INCREMENTO DE LA BASE EXPORTADORA	2022	12,500,000.00	13,100,000.00	13,100,000.00	10,950,000.00
7	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	OEI. 01	CONTRIBUIR AL INCREMENTO DE LA CIFRA DE EXPORTACIONES NO MINERO ENERGÉTICAS DE LAS EMPRESAS	2022	26,526,218.00	32,941,206.00	32,941,206.00	30,540,000.00
8	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	OEI. 04	INCREMENTAR LOS FLUJOS DE VIAJES NACIONALES PARA EL SECTOR TURISMO	2022	17,644,373.00	17,604,073.00	17,604,073.00	10,604,000.00

Nota:

A, B y C provienen de la información PEI. Información corresponde a pliegos presupuestales.

D, es ingresado por el usuario al momento de crear el informe de rendición de cuentas.

E, F, G y H provienen de la información del POI.

Reglas:

A, B y C son obtenidos de la información del PEI.

E es obtenida de la columna Total Fn(CS) de información del POI y se agrupan por objetivo estratégico y pliego presupuestal.

G es obtenida de la columna Total Fn(RE) de información del POI y se agrupan por objetivo estratégico y pliego presupuestal.

H es obtenida de la columna Total Fn(SE) de información del POI y se agrupan por objetivo estratégico y pliego presupuestal.

Leyenda:

A: La unidad ejecutora responsable corresponde a la unidad ejecutora responsable del primer indicador de la primera acción estratégica institucional del objetivo estratégico institucional.

1.3. Cumplimiento de metas de indicadores de objetivos estratégicos institucional del plan estratégico institucional (PEI)

N°	Unidad Ejecutora responsable	Código de Objetivo Estratégico Institucional	Descripción del Objetivo Estratégico Institucional	Código del indicador	Nombre del Indicador	Unidad de Medida	Línea Base Año (*)	Línea Base Valor (*)	Periodo reportado	Valor esperado del indicador al final del período reportado	Valor obtenido del indicador al final del período reportado	% de avance del indicador en el período reportado	Unidad Orgánica Responsable
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
1	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	OEI. 01	CONTRIBUIR AL INCREMENTO DE LA CIFRA DE EXPORTACIONES NO MINERAS ENERGÉTICAS DE LAS EMPRESAS	NA	VALOR DE EXPORTACIONES NO MINERAS ENERGÉTICAS EN USD FOB	MILLONES USD	2020	13,513.00	2022	17,500.00	0.00	0.00	SUBDIRECCIÓN DE INTELIGENCIA Y PROSPECTIVA COMERCIAL
2	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	OEI. 04	INCREMENTAR LOS FLUJOS DE VIAJES NACIONALES PARA EL SECTOR TURISMO	NA	NÚMERO DE VIAJES POR TURISMO INTERNO	VIAJES EN MILLONES	2020	14.40	2022	27.10	0.00	0.00	SUBDIRECCIÓN DE PROMOCIÓN DEL TURISMO INTERNO

3	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	OEI. 02	CONTRIBUIR AL INCREMENTO DE LA BASE EXPORTADORA	NA	INCREMENTO ANUAL DE EMPRESAS PERUANAS EXPORTADORAS EN EL PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN	PORCENTAJE	2020		2022	14.00	0.00	0.00	SUBDIRECCIÓN DE INTELIGENCIA Y PROSPECTIVA COMERCIAL
4	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	OEI. 03	RECUPERAR LOS VIAJES INTERNACIONALES Y LAS DIVISAS GENERADAS PARA EL SECTOR TURISMO	NA	FLUJO DE VIAJES TURISMO RECEPTIVO	ARRIBOS	2020	896.523.00	2022	1,240.000.00	0.00	0.00	SUBDIRECCIÓN DE PROMOCIÓN DEL TURISMO RECEPTIVO
5	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	OEI. 03	RECUPERAR LOS VIAJES INTERNACIONALES Y LAS DIVISAS GENERADAS PARA EL SECTOR TURISMO	NA	DIVISAS GENERADAS POR TURISMO RECEPTIVO	MILES DE MILLONES USD	2020	1.00	2022	1.34	0.00	0.00	SUBDIRECCIÓN DE PROMOCIÓN DEL TURISMO RECEPTIVO
6	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	OEI. 08	REDUCIR LA VULNERABILIDAD ANTE RIESGOS DE DESASTRES	NA	PORCENTAJE DE AVANCE DE IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE GESTIÓN DE RIESGO DE DESASTRES	PORCENTAJE	2020		2022	30.00	0.00	0.00	OFICINA DE ADMINISTRACIÓN

7	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	OEI. 05	IMPULSAR LA PROFESIONALIZACIÓN Y COMPETITIVIDAD COMERCIAL DEL SECTOR TURISMO	NA	ALCANCE ONLINE DE LOS REPORTE EMITIDOS SOBRE INFORMACIÓN TURÍSTICA	NÚMERO DE VISITAS WEB	2020	981,00 0.00	2022	1,050,00 0.00	0.00	0.00	SUBDIRECCIÓN DE INTELIGENCIA Y PROSPECTIVA TURÍSTICA
8	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	OEI. 06	PROMOVER OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN EMPRESARIAL EN SECTORES PRIORIZADOS	NA	INVERSIÓN REAL CAPTADA (USD)	USD	2020		2022	1,000,00 0.00	0.00	0.00	DIRECCIÓN DE PROMOCIÓN DE INVERSIONES EMPRESARIALES
9	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	OEI. 06	PROMOVER OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN EMPRESARIAL EN SECTORES PRIORIZADOS	NA	INVERSIÓN POTENCIAL CAPTADA (USD)	USD	2020		2022	105,945, 000.00	0.00	0.00	DIRECCIÓN DE PROMOCIÓN DE INVERSIONES EMPRESARIALES
10	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	OEI. 07	FORTALECER LA GESTIÓN INSTITUCIONAL	NA	NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS SERVICIOS DE ASESORÍA Y APOYO A USUARIOS INTERNOS	PORCENTAJE	2020		2022	65.00	0.00	0.00	OFICINA DE RECURSOS HUMANOS

11	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	OEI. 07	FORTALECER LA GESTIÓN INSTITUCIONAL	NA	PORCENTAJE DE AVANCE EN LA EJECUCIÓN DEL PIM (PRESUPUESTO INSTITUCIONAL MODIFICADO)	PORCENTAJE	2020	90.30	2022	95.00	0.00	0.00	OFICINA DE PLANEAMIENTO Y PRESUPUESTO
12	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	OEI. 05	IMPULSAR LA PROFESIONALIZACIÓN Y COMPETITIVIDAD COMERCIAL DEL SECTOR TURISMO	NA	CONSTANCIAS OTORGADAS A LOS PRINCIPALES ACTORES DEL SECTOR TURISMO	CONSTANCIAS	2020	400.00	2022	420.00	0.00	0.00	SUBDIRECCIÓN DE INTELIGENCIA Y PROSPECTIVA TURÍSTICA

Ver Anexo 1.1 al 1.2 (Adjunto en PDF)

Nota:

(*) Línea Base - Valor. Es el valor del indicador de objetivo estratégico previo a la entrada en vigor del Plan Estratégico Institucional de la Entidad.

Reglas:

Columnas de la A a la M, provienen de la información PEI.

Columnas de la G a la L, provienen directamente de CEPLAN, no requieren cálculos.

Leyenda:

A: La unidad ejecutora responsable corresponde a la unidad ejecutora responsable de cada indicador de acción estratégica institucional de objetivo estratégico institucional.

F: POI modificado consistente con el PIA: Plan Operativo Institucional consistente con el Presupuesto Institucional de Apertura.

G: PIM: Presupuesto actualizado de la entidad a consecuencia de las modificaciones presupuestarias, tanto a nivel institucional como a nivel funcional programático, efectuadas durante el año fiscal a partir del PIA.

H: POI Modificado en Ejecución: Plan Operativo Institucional Modificado en Ejecución registrado por la entidad en el aplicativo CEPLAN.

I: Devengado: Fase del registro del gasto donde se registra la obligación de pago a consecuencia del compromiso respectivo contraído.

2. Sistema Nacional de Presupuesto Público

N°	Ejecutora	Año	PIA	PIM	Compromiso	Devengado	Girado	Avance % Compromiso	Avance % Devengado	Avance % Girado
	TOTAL GENERAL		253,963,079.00	248,906,026.00	219,863,824.00	168,091,303.00	165,078,861.00	88.3	67.5	66.3

1	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	2022	253,963,079.00	248,906,026.00	219,863,824.00	168,091,303.00	165,078,861.00	88.3	67.5	66.3
---	--	------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	------	------	------

Ver Anexo 2.1 al 2.4 (Adjunto en PDF)

Nota: Se toman en consideración las denominaciones usadas en sistema de consulta amigable del SIAF.

Reglas: La información se carga automáticamente en base a los rangos de fecha del periodo del informe (año-mes, inicio-fin)

3. Sistema Nacional de Programación Multianual y Gestión de Inversiones

3.1. Inversión pública

N°	Unidad Ejecutora Presupuestal	Cantidad total de inversiones cerradas	Cantidad total inversiones Activas	Costo Total de las Inversiones activas	Monto devengado acumulado de las inversiones activas	Monto devengado de las inversiones activas del periodo reportado
	TOTAL GENERAL	0	1	27,018,569.00	1,216,139.00	25,802,430.00
1	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	0	1	27,018,569.00	1,216,139.00	25,802,430.00

Ver Anexo 3.1 (Adjunto en PDF)

Nota: Se toman en consideración las denominaciones usadas en sistema de consulta avanzada del MEF, debido a la variedad de tipos de formatos que existen en el Banco de Inversiones

Reglas: La cantidad de inversiones que forman parte del reporte, se conforma de todas las inversiones en estado Activo a la fecha de corte, más las inversiones con estado Cerrado dentro de periodo a rendir

3.2. Obras públicas

N°	Unidad Ejecutora Presupuestal	Cantidad de obras	Cantidad de obras en Ejecución	Cantidad de obras Sin Ejecución	Cantidad de obras Finalizadas	Cantidad de obras Paralizadas	Monto Total de Exp. Técnico	Montos Total Adicionales al Exp. Técnico	Monto Valorizado Real
	TOTAL GENERAL	0	0	0	0	0	0.00	0.00	0.00

Ver Anexo 3.2 (Adjunto en PDF)

4. Sistema Nacional de Contabilidad (REGISTRADO POR PLIEGO)

4.1. COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU INFORMACIÓN FINANCIERA

4.1.1 Estados de situación Financiera por pliego.

Ver Anexo 4.1: EF-1 (Adjunto en PDF)

Activo Corriente	58,875,390.94	Pasivo Corriente	15,988,970.92
Activo No Corriente	21,955,316.11	Pasivo No Corriente	2,446,889.14
		Patrimonio	62,394,846.99
Total Activo	80,830,707.05	Total Pasivo y Patrimonio)	80,830,707.05

4.1.2 Estados de Gestión por pliego.

Ver Anexo 4.2: EF-2 (Adjunto en PDF)

Ingresos	119,483,696.69
Costos y Gastos	-114,089,812.14
Resultado del Ejercicio Superávit (Déficit)	5,393,884.55

4.1.3 Estado de Cambios de Patrimonio Neto por pliego.

Ver Anexo 4.3: EF-3 (Adjunto en PDF)

Hacienda Nacional	62,394,846.99
Hacienda Nacional Adicional	0.00
Resultados No Realizados	17,544,672.12
Reservas	0.00
Resultados Acumulados	-17,439,895.81
Total	62,394,846.99

4.1.4 Estado de Flujo de Efectivo por pliego.

Ver Anexo 4.4: EF-3 (Adjunto en PDF)

A. ACTIVIDADES DE OPERACIÓN

Entradas de Efectivo	159,576,239.64
(-) Salidas de Efectivo	-155,592,805.20

	Aumento (Disminución) del Efectivo y Equivalentes al Efectivo	3,983,434.44
B.	ACTIVIDADES DE INVERSIÓN	
	Entradas de Efectivo	0.00
	(-) Salidas de Efectivo	-383,026.96
	Aumento (Disminución) del Efectivo y Equivalentes al Efectivo	-383,026.96
C.	ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO	
	Entradas de Efectivo	356,594.84
	(-) Salidas de Efectivo	0.00
	Aumento (Disminución) del Efectivo y Equivalentes al Efectivo	356,594.84
D.	Total Aumento (Disminución) del Efectivo y Equivalentes al Efectivo	3,957,002.32
E.	Diferencia de Cambio	609.73
F.	Saldo Efectivo y Equivalentes al efectivo al inicio del ejercicio	3,659,917.30
G.	Saldo Efectivo y Equivalentes al efectivo al finalizar el ejercicio	7,617,529.35

NOTA: Para fines de este Anexo, la información a presentar, corresponde a la del semestre culminado al 30 de junio de 2021 con una sola columna (periodo que se informa).

INFORMACIÓN PRESUPUESTARIA

4.1.5 PP-1 Presupuesto Institucional de Ingresos

Ver Anexo 4.5 : PP-1 (Adjunto en PDF)

	Presupuesto Institucional de Apertura	Presupuesto Institucional Modificado
Recursos Ordinarios	253,525,783.00	0.00
Recursos Directamente Recaudados	0.00	0.00
Recursos por Operaciones Oficiales de Crédito	437,296.00	0.00
Donaciones y Transferencias	0.00	0.00
Recursos Determinados	0.00	0.00
Total	253,963,079.00	0.00

4.1.6 PP-2 Presupuesto Institucional de Gastos

Ver Anexo 4.6: PP-2 (Adjunto en PDF)

	Presupuesto Institucional de Apertura	Presupuesto Institucional Modificado
Recursos Ordinarios	253,525,783.00	0.00
Recursos Directamente Recaudados	437,296.00	0.00

Recursos por Operaciones Oficiales de Crédito
 Donaciones y Transferencias
 Recursos Determinados

	0.00
	0.00
	0.00
Total	253,963,079.00

	0.00
	0.00
	0.00
	0.00

4.1.7 EP-1 Estado de Ejecución del Presupuesto de Ingresos y Gastos

Ver Anexo 4.7 – EP-1 (Adjunto en PDF)

INGRESOS

Recursos Ordinarios
 Recursos Directamente Recaudados
 Recursos por Operaciones Oficiales de Crédito
 Donaciones y Transferencias
 Recursos Determinados
Total

	Acumulado
Recursos Ordinarios	115,366,961.59
Recursos Directamente Recaudados	2,415,337.75
Recursos por Operaciones Oficiales de Crédito	0.00
Donaciones y Transferencias	2,483,083.21
Recursos Determinados	0.00
Total	120,265,382.55

GASTOS

Recursos Ordinarios
 Recursos Directamente Recaudados
 Recursos por Operaciones Oficiales de Crédito
 Donaciones y Transferencias
 Recursos Determinados
Total

	Acumulado
Recursos Ordinarios	115,366,961.59
Recursos Directamente Recaudados	377,700.00
Recursos por Operaciones Oficiales de Crédito	0.00
Donaciones y Transferencias	0.00
Recursos Determinados	0.00
Total	115,744,661.59

5. Sistema Nacional de Tesorería

5.1. Cartas Fianzas

N°	Unidad Ejecutora Presupuestal	Cantidad Total de Cartas Fianza
	TOTAL GENERAL	30
1	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	30

Ver Anexo 5.1 (Adjunto en PDF)

5.2. Documentos Valorados

N°	Unidad Ejecutora Presupuestal	Cantidad de Letras	Cantidad de Pagarés	Cantidad de Facturas negociables	Cantidad de otros documentos
	TOTAL GENERAL	0	0	0	0
1	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	0	0	0	0

Ver Anexo 5.2 (Adjunto en PDF)

5.3. Fideicomisos

N°	Unidad Ejecutora Presupuestal	Cantidad de Cuentas
	TOTAL GENERAL	0
1	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	0

Ver Anexo 5.3 (Adjunto en PDF)

5.4. Saldos de Cuentas

N°	Unidad Ejecutora Presupuestal	Cantidad de Cuentas
	TOTAL GENERAL	19
1	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	19

Ver Anexo 5.4 (Adjunto en PDF)

5.5. Titulares y Suplentes de las Cuentas

N°	Unidad Ejecutora Presupuestal	Cantidad de Titulares	Cantidad de Suplentes
	TOTAL GENERAL	2	2
1	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	2	2

Ver Anexo 5.5 (Adjunto en PDF)

5.6. Últimos Giros realizados

N°	Unidad Ejecutora Presupuestal	Cantidad de Últimos Documentos Girados en la Fecha de Corte
	TOTAL GENERAL	395
1	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	395

Ver Anexo 5.6 (Adjunto en PDF)

6. Sistema Nacional de Endeudamiento

N°	Unidad Ejecutora Presupuestal	Cantidad de Contratos de Préstamos
	TOTAL GENERAL	0
1	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	0

Ver Anexo 6 (Según formato adjunto por PDF)

7. SISTEMA NACIONAL DE ABASTECIMIENTO

7.1. Procedimientos de selección

Información por Pliego

N°	Objeto	Valor Referencial / Valor Estimado en soles S/.	Cantidad de Procedimiento de selección	Cantidad de Procedimiento de selección (adjudicadas o consentidas)	Cantidad de Contratos vigentes	Monto Contratado S/.
			A	B	C	
	TOTAL GENERAL	75,032,588.00	847	847	39	6,653,705.36
1	BIEN	4,086,050.00	34	34	0	0.00
2	SERVICIO	70,946,537.00	813	813	39	6,653,705.36

Leyenda

A: Cantidad de Convocatorias o Procesos de Selección

B: Cantidad de Convocatorias adjudicadas o consentidas con Buena Pro

C: Solo número total de Contratos vigentes

Información por Unidad Ejecutora

N°	Unidad Ejecutora Presupuestal	Objeto	Valor Referencial / Valor Estimado en soles S/.	Cantidad de Procedimiento de selección	Cantidad de Procedimiento de selección (adjudicadas o consentidas)	Cantidad de Contratos vigentes	Monto Contratado S/.
				D	E	F	
	TOTAL GENERAL		75,032,588.00	847	847	39	6,653,705.36

1	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	BIEN	4,086,050.00	34	34	0	0.00
2	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	SERVICIO	70,946,537.00	813	813	39	6,653,705.36

Ver Anexo 7.1 (Adjunto en PDF)

Legenda:

A: Nombre de Ejecutora individual

B: Tipo de objeto (Bien, Consultoría de Obra, Servicio)

C: Cantidad de Convocatorias o Procesos de Selección

D: Valor Referencial / Valor Estimado en soles S/.

E: Cantidad de Convocatorias adjudicadas o consentidas con Buena Pro

F: Solo número total de Contratos vigentes

G: Monto en soles contratado

7.2. Contratos

Información por Pliego

N°	Objeto	Número total de contratos vigentes	Monto en soles S/.
1	BIEN	0	0.00
2	SERVICIO	39	6,653,705.36

Información por Unidad ejecutora

N°	Unidad Ejecutora Presupuestal	Objeto	Número total de contratos vigentes	Monto en soles S/.
	TOTAL GENERAL		39	6,653,705.36
1	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	BIEN	0	0.00
2	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	SERVICIO	39	6,653,705.36

Ver Anexo 7.2.1 y 7.2.2 (Adjunto en PDF)

7.3. Bienes inmuebles y predios

N°	Unidad Ejecutora Presupuestal	Cantidad Inmuebles y Predios Propios (En Propiedad)	Cantidad Inmuebles y Predios alquilados	Cantidad Inmuebles y Predios con Administración Gratuita (Afectación en Uso)	Cantidad Inmuebles y Predios bajo otros derechos	Total de Inmuebles y Predios
	TOTAL GENERAL	1	6	0	0	7

1	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	1	6	0	0	7
---	--	---	---	---	---	---

Ver Anexo 7.3. (Adjunto en PDF)

7.4. Bienes muebles: Cumplimiento con ente rector de bienes muebles - MEF

N°	Verificación de Cumplimiento Legal	SI/NO	Rendición de Cuentas / Motivos de la no presentación o no realización	Unidad Ejecutora
1	¿Ha cumplido con presentar el Inventario patrimonial de bienes muebles correspondiente al último año fiscal, al MEF?(1)	S	0	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU
2	¿Ha cumplido con realizar el Inventario masivo en el almacén en lo correspondiente al último año fiscal?(2)	S	0	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU

N° Base Normativa

1

* Decreto Supremo N° 007-2008-VIVIENDA, que aprueba el Reglamento de la Ley N° 29151, artículo 121°.

* Decreto Supremo N° 344-2020-EF que disponen medida sobre la presentación del inventario patrimonial de bienes muebles correspondiente al Año Fiscal 2020 y lo prórroga hasta el 31 de mayo de 2021, artículo 1°.

* Resolución N° 046-2015/SBN, que aprueba la Directiva N° 001-2015/SBN, numeral 6.7.3.12.

* Decreto Legislativo N° 1439, Decreto Legislativo del Sistema Nacional de Abastecimiento.

* Decreto Supremo N° 217-2019-EF, Reglamento del Decreto Legislativo N° 1439, Decreto Legislativo del Sistema Nacional de Abastecimiento.

2

* Resolución Jefatural N° 335-90-INAP/DNA, que aprueba el Manual de Administración de Almacenes para el Sector Público Nacional, numeral 1, del literal C) inventario físico del almacén del título II Procedimientos, en el literal a se prescribe que el inventario masivo del almacén forma parte del Inventario Físico General.

7.5. Bienes muebles por grupo y clase

N°	Unidad Ejecutora Presupuestal	Grupo	Clase	Cantidad Total por Grupo/Clase	Cantidad Total por Grupo/Clase adquiridos por la gestión
	A	B	C	D	E
	TOTAL GENERAL			975	975
1	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	AIRE ACONDICIONADO Y REFRIGERACIÓN	EQUIPO DE AIRE ACONDICIONADO Y REFRIGERACIÓN	12	12
2	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	COCINA Y COMEDOR	EQUIPO DE COCINA Y COMEDOR	33	33
3	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	ELECTRICIDAD Y ELECTRÓNICA	EQUIPO DE ELECTRICIDAD Y ELECTRÓNICA	34	34
4	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	MAQUINARIA, VEHÍCULOS Y OTROS	AERONAVE	1	1
5	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	MAQUINARIA, VEHÍCULOS Y OTROS	EQUIPO OTRAS ESPECIALIDADES	3	3

6	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	MAQUINARIA, VEHÍCULOS Y OTROS	MOBILIARIO PARA TALLERES Y METALMECÁNICA	9	9
7	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	OFICINA	CÓMPUTO	631	631
8	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	OFICINA	EQUIPO DE OFICINA	16	16
9	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	OFICINA	MOBILIARIO DE OFICINA	170	170
10	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	SEGURIDAD INDUSTRIAL	EQUIPO DE SEGURIDAD INDUSTRIAL	4	4
11	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	TELECOMUNICACIONES	EQUIPO DE TELECOMUNICACIONES	62	62

Ver Anexo 7.4 Muebles (Adjunto en PDF)

Ver Anexo 7.5 Vehículos/Maquinarias (Adjunto en PDF)

LEYENDA GRUPO

- A: Nombre de Ejecutora Presupuestal
B: 04 Agrícola y Pesquero
11 Aire Acondicionado Y Refrigeración
18 Animales
25 Aseo Y Limpieza
32 Cocina Y Comedor
39 Cultura Y Arte
46 Electricidad Y Electrónica
53 Hospitalización
60 Instrumento De Medición
67 Maquinaria Vehículos Y Otros
74 Oficina
81 Recreación Y Deporte
88 Seguridad Industrial
95 Telecomunicaciones
C: 04 Aeronave
08 Cómputo
22 Equipo
29 Ferrocarril
36 Maquinaria Pesada
50 Máquina
64 Mobiliario
71 Nave o Artefacto Naval
78 Producción Y Seguridad
82 Vehículo
D: Cantidad Total por Grupo
E: Cantidad Total por grupo adquiridos por la gestión

7.6. Aplicativos informáticos de la entidad.

N°	Unidad Ejecutora Presupuestal	Cantidad Total de Aplicativos Informáticos	Cantidad Desarrollados o Adquiridos en la Gestión
1	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	120	15

Ver Anexo 7.6 (Adjunto en PDF)

7.7. Licencias de software.

N°	Unidad Ejecutora Presupuestal	Tipos de Licencia de Software	Cantidad Total	Cantidad adquirida en la Gestión
	A	B	C	D
1	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	AUTOCAD	3	3
2	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	LICENCIA DE ADMINISTRACION DE BASE DE DATOS	2	0
3	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	LICENCIA DE USO DE SISTEMA ADMINISTRATIVO	1	1
4	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	SISTEMA OPERATIVO INCLUYE LICENCIA	638	0
5	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	SISTEMA OPERATIVO PARA SERVIDOR INCLUYE LICENCIA	4	0
6	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	SOFTWARE DE COMUNICACIÓN REMOTA	8	0
7	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	SOFTWARE (INC. LICENCIA) DE DISEÑO GRÁFICO, EDICIÓN DE VIDEO, DISEÑO WEB Y SERVICIOS EN LA	60	0
8	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	SOFTWARE (INC. LICENCIA) DE GENERACIÓN DE FIRMA DIGITAL PARA CLIENTE SERVIDOR	1	0
9	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	SOFTWARE (INC. LICENCIA) DE GESTION DE SEGURIDAD DE INFORMACION	1	1
10	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	SOFTWARE (INC. LICENCIA) DE GESTION DE VIDEOS	1	1
11	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	SOFTWARE (INC. LICENCIA) DE OFIMATICA	638	0
12	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	SOFTWARE (INC. LICENCIA) DE PLATAFORMA DE APLICACIONES	1	0
13	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	SOFTWARE (INC. LICENCIA) DE PLATAFORMA DE TRABAJO COLABORATIVO	1	0
14	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	SOFTWARE (INC. LICENCIA) GESTOR DE BASE DE DATOS	1	0

15	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	SOFTWARE (INC. LICENCIA) PARA ANALISIS DE VULNERABILIDADES DE APLICACIONES WEB	1	0
16	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	SOFTWARE (INC. LICENCIA) PARA APLICACIONES Y BASE DE DATOS	1	0
17	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	SOFTWARE (INC. LICENCIA) PARA CONTROL DE ASISTENCIA	1	0
18	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	SOFTWARE (INC. LICENCIA) PARA GESTION DE MODELOS DE SELECCION DE MINERIA DE DATOS	1	1
19	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	SOFTWARE (INC. LICENCIA) PARA MODELAMIENTO DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN	9	0
20	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	SOFTWARE (INC. LICENCIA) PARA SISTEMA DE PROTECCION Y SEGURIDAD PARA RED - FIREWALL	2	0
21	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	SOFTWARE (INC. LICENCIA) PARA VIRTUALIZACION	1	0
22	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	SOFTWARE DE ADMINISTRACION DE BASE DE DATOS	1	0
23	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	SOFTWARE DE ADMINISTRACION DE VIDEO DIGITAL	1	0
24	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	SOFTWARE DE CORREO ELECTRONICO	600	0
25	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	SOFTWARE DE DISEÑO GRAFICO PARA DISEÑO 2D Y 3D	2	0
26	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	SOFTWARE DE PLANIFICACION DE RECURSOS EMPRESARIALES (ERP)	600	0
27	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	SOFTWARE DE VIDEO CONFERENCIA	13	8
28	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	SOFTWARE DISEÑO ASISTIDO POR COMPUTADORA 2D 3D	3	0
29	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	SOFTWARE ESTADISTICO	1	0
30	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	SOFTWARE PARA GESTION DE PROYECTOS	15	0
31	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	SOFTWARE SISTEMA DE INTELIGENCIA DE NEGOCIOS	27	0

Leyenda

A Nombre de Ejecutora Presupuestal

B Descripción de La Licencia De Software

C Cantidad Total por Tipo De Licencias
D Cantidad Total adquirida en la Gestión

7.8. Programación multianual de bienes, servicios y obras.

N°	Verificación de Cumplimiento Legal	SI/NO	Rendición de Cuentas / Motivos de la no presentación o no realización	Unidad ejecutora
1	¿Ha cumplido a la fecha con efectuar la Fase de la Programación Multianual de bienes, Servicios y Obras: Fase de Identificación, en el SIGA-MEF?(1)	S		COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU
2	¿Ha cumplido a la fecha con efectuar la Fase de la Programación Multianual de bienes, Servicios y Obras: Fase de Clasificación y Priorización, en el SIGA-MEF?(2)	S		COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU
3	¿Ha cumplido a la fecha con efectuar la Tercera Fase de la Programación Multianual de bienes, Servicios y Obras: Fase de Consolidación y Aprobación? (3)	N	AUN NO, EN VISTA QUE ESTA TERCERA FASE REQUIERE QUE SE TENGA APROBADO EL PIA 2023	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU

Base Normativa

- Artículo 14 de la "Directiva para la Programación Multianual de Bienes, Servicios y Obras" Resolución Directoral N° 0003-2021-EF-54.01
- Artículo 19 de la "Directiva para la Programación Multianual de Bienes, Servicios y Obras" Resolución Directoral N° 0003-2021-EF-54.01
- Artículo 22 de la "Directiva para la Programación Multianual de Bienes, Servicios y Obras" Resolución Directoral N° 0003-2021-EF-54.01

8. Sistema administrativo de gestión de recursos humanos

8.1. Plazas cubiertas/no cubiertas y remuneraciones.

N°	Unidad Ejecutora	N° de plazas programadas por la entidad en el periodo a rendir	N° de personal contratado por la entidad en el periodo a rendir	Modalidad de contratación del personal de la entidad en el periodo a rendir			N° de plazas no cubiertas por la entidad (vacantes)	Total de remuneración de plazas programadas por la entidad en el periodo a rendir (S/)	Total de remuneración de plazas cubiertas por la entidad en el periodo a rendir (S/)	N° de personal que se desvinculó (cesó) en el periodo a rendir	Total de liquidación asignada por desvinculación (cese) en el periodo a rendir (S/)
				CAS	CAP	Otras modalidades (1)					
	TOTAL GENERAL	449	0	425	0	24	0	3,464,928.54	0.00	46	0.00
1	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	449	0	425	0	24	0	3,464,928.54	0.00	46	0.00

Ver Anexo 8.1 (Adjunto en PDF)

Leyenda

1: De corresponder, considerar otras modalidades como: Personal Altamente Calificado - PAC, Fondo de Apoyo Gerencial - FAG, Convenios de Administración, Promotoras u otras.

8.2. Sanciones en el ejercicio de la función pública.

N°	Unidad Ejecutora	N° total de personal en la entidad, en periodo a rendir	N° total de personal con sanción vigente en el periodo a rendir	Tipos de sanción			
				Suspensión	Inhabilitación	Destitución	Otra sanción
	TOTAL GENERAL	449	6	6	0	0	0
1	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	449	6	6	0	0	0

9. Sistema Nacional de Control**9.1. Resumen general por servicios de control simultáneo (entidad y sus ejecutoras) (registrado por pliego)**

Año de Emisión del Informe	Número de Informes de Control Simultáneo con Situaciones adversas en proceso y sin acciones (1)	Cantidad de situaciones adversas en proceso y sin acciones (2)
2016	2	5
2017	1	1
TOTAL DEL PERIODO (2016-2017)	3	6

(1) Cantidad de todos los informes de control simultáneo con situaciones adversas en proceso y sin acciones a la fecha de corte

(2) Cantidad de situaciones adversas en proceso y sin acciones según fecha de vencimiento registrada en el SAGU, a la fecha de corte

9.2. Resumen general por servicios de control posterior (entidad y sus ejecutoras) (registrado por pliego)

Año de Emisión del Informe	Número Informes de Control Posterior con recomendaciones Pendientes y en Proceso (1)	Cantidad de recomendaciones Pendientes y en Proceso (2)
2019	1	1
2021	2	2
2022	2	3
TOTAL DEL PERIODO (2019-2022)	5	6

(1) Cantidad de informes de control posterior con recomendaciones Pendientes y en Proceso según fecha de vencimiento registrada en el SAGU, hasta la fecha de corte

(2) Cantidad de recomendaciones Pendientes y en Proceso según fecha de vencimiento registrada en el SAGU, a la fecha de corte

9.3. Resumen de informes de control posterior por Unidad ejecutora (registrado por pliego)

AÑO	Unidad Ejecutora Presupuestal	Número Informes de Control Posterior con recomendaciones Pendientes y en Proceso (1)	Cantidad de recomendaciones Pendientes y en Proceso (2)
2019	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	1	1
2021	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	2	2
2022	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	2	3
TOTAL DEL PERIODO (2019-2022)		5	6

Ver Anexo 9.1 al 9.2 (Adjunto en PDF)

Leyenda

(1) Cantidad de informes de control posterior con recomendaciones no implementadas según fecha de vencimiento registrada en el SAGU, hasta la fecha de corte

(2) Cantidad de recomendaciones no implementadas según fecha de vencimiento registrada en el SAGU, a la fecha de corte

9.4. Resumen de informes de control simultáneo por unidad ejecutora (registrado por pliego)

AÑO	Unidad Ejecutora Presupuestal	Número Control Simultaneo con situaciones adversas en proceso y sin acciones	Cantidad de situaciones adversas en proceso y sin acciones
2016	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	2	5
2017	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	1	1
TOTAL DEL PERIODO (2016-2017)		3	6

Ver Anexo 9.3(Adjunto en PDF)

Leyenda

(1) Cantidad de informes de control simultáneo con situaciones adversas no superadas según fecha de vencimiento registrada en el SAGU, hasta la fecha de corte

(2) Cantidad de situaciones adversas no superadas según fecha de vencimiento registrada en el SAGU, a la fecha de corte

10. Sistema de modernización de la gestión pública

Avances en la Implementación del Sistema de Modernización de la Gestión Pública (por pliego)

10.1. Estructura Organización y Funcionamiento del Estado (registrado por pliego)

Reglamento de Organización y Funciones (aplica a Ministerios, organismos públicos y Universidades)

Adecuación al D.S N° 054- 2018 - PCM (Si/No)	Norma de aprobación del ROF (D.S N°)
SI	DECRETO SUPREMO N°009-2019-MINCETUR, RESOLUCIÓN DE PRESIDENCIA EJECUTIVA N° 059-2019-PROMPERU/PE

10.2. Documentos de gestión organizacional para Programas, Proyectos especiales, órganos desconcentrados, órganos académicos y fondos

N°	Nombre del Programa/Proyecto/Órgano o Fondo	Tipo de documento de Gestión Organizacional (ROF/MOP)	Adecuación al D.S N° 054- 2018 -PCM (Si/No)	Norma de aprobación del MOP (*)
No se encontraron registros.				

Leyenda

(*) Señalar el N° del Decreto Supremo, Resolución Ministerial, Resolución del Titular de la Entidad u Otros (especificar).

10.3. Simplificación administrativa (registrado por pliego)

Implementación del Sistema único de Trámite de Adecuación al Nuevo Formato TUPA (Por iniciar/En proceso /Finalizado)	Porcentaje del registro de información de trámite del Texto Único de Procedimientos Administrativos (TUPA) en el Sistema Único de Trámite (SUT) (%)
FINALIZADO	100

10.4. Gestión de reclamos (registrado por pliego)

Tramo de Implementación (Tramo I, II o III)	Estado de Implementación (Por iniciar/En proceso /Finalizado)	% de avance de Implementación del Libro de Reclamaciones (*)
TRAMO I		100

Leyenda:

(*) No corresponde (en aquellos casos en donde el tramo no haya iniciado)

Nota: El proceso de implementación de la plataforma digital "Libro de Reclamaciones" establecida en el Decreto Supremo N° 007-2020-PCM y en la Norma Técnica aprobada en el artículo 1 precedente, se efectúa en forma progresiva a través de cinco (5) tramos, según se detalla a continuación:

a) Primer tramo: Poder Ejecutivo, que incluye a ministerios, organismos públicos, Fuerzas Armadas y Policía Nacional del Perú, cuyo plazo máximo de implementación vence el 31 de julio de 2021.

b) Segundo tramo: Programas y proyectos del Poder Ejecutivo, Fondo Nacional de Financiamiento de la Actividad Empresarial del Estado - FONAFE y las empresas bajo su ámbito a las cuales les aplique el Decreto Supremo N° 007-2020-PCM, cuyo plazo máximo de implementación vence el 31 de diciembre de 2021.

c) Tercer tramo: Poder Legislativo, Poder Judicial, Organismos Constitucionalmente Autónomos, universidades y municipalidades de Lima Metropolitana, cuyo plazo máximo de implementación vence el 30 de abril de 2022.

d) Cuarto tramo: Gobiernos regionales, proyectos y universidades regionales, cuyo plazo máximo de implementación vence el 31 de octubre de 2022.

e) Quinto tramo: Gobiernos locales (provinciales y distritales de tipo A, B y D), cuyo plazo máximo de implementación vence el 31 de diciembre de 2023.

11. Sistema de defensa jurídica del estado

11.1. Total de procesos y obligaciones pecuniarias a favor y contra el estado (registrado por pliego)

N°	Cantidad Total de Investigaciones (en el Ministerio Público) (2)	Cantidad total de Procesos (en el Poder Judicial) (3)	Cantidad de total de otros Procesos (4)	Cantidad Total de Procesos	Estado demandante/denunciante/agraviado/actor civil (5)			Estado demandado/denunciado/tercero civil (6)		
					Monto Total establecido en la sentencia	Monto Cobrado	Monto Pendiente de cobro	Monto Total establecido en la sentencia	Monto Pagado	Monto Pendiente de pago
	A	B	C	D	E			F		
1	6	13	1	20	17,707.20	0.00	17,707.20	0.00	0.00	0.00

Nota: El presente formato está orientado a recopilar la información en forma total y/o acumulada

(A) Total de investigaciones (en diligencias preliminares e investigación preparatoria). En caso del C. de PP de 1940, se debe consignar solo la data total referida a la investigación preliminar.

(B) Total de procesos en el PJ (precisar la carga total acumulada entre todas las materias que conozca la procuraduría y que se encuentren judicializadas)

(C) Total de procesos que no se encuentren o no se tramiten ante el Ministerio Público ni ante el Poder Judicial (procesos arbitrales, arbitrales laborales, administrativos, conciliaciones y similares)

(D) Cantidad procesos de la sumatoria de A+B+C

(E) Pagos exigidos por el Estado

(F) Pagos reclamados al Estado

11.2. Total de casos emblemáticos y casos con montos mayores a 100 UIT (registrado por pliego)

Órgano Jurisdiccional /Fiscal/otros	Distrito Judicial/Distrito Fiscal/Otros	Sujeto Procesal (3)	Naturaleza/Especialidad (4)	Materia/Delitos (5)	Fecha del Auto Admisorio / Fecha de Inicio de Diligencias Preliminares/ otros similares	Estado Procesal (6)	Pretensión Económica S/. (7)	Monto establecido en la Sentencia S/.	Monto Pagado S/.	Monto por pagar S/.	Número personas investigadas/procesadas/demandadas en cada caso emblemático
A		B	C	D		E	F				
ORGANO JURISDICCIONAL	JUZGADO ESPECIALIZADO DE TRABAJO PERMANENTE	DEMANDADO	LABORAL	PAGO DE BENEFICIOS SOCIALES	13/09/2022	TRAMITE	787,214.50	0.00	0.00	0.00	1
ORGANO JURISDICCIONAL	JUZGADO ESPECIALIZADO DE TRABAJO PERMANENTE	DEMANDADO	LABORAL	PAGO DE BENEFICIOS SOCIALES	10/10/2022	TRAMITE	349,098.00	0.00	0.00	0.00	1
ORGANO JURISDICCIONAL	JUZGADO ESPECIALIZADO DE TRABAJO PERMANENTE	DEMANDADO	LABORAL	PAGO DE BENEFICIOS SOCIALES	26/09/2022	TRAMITE	484,080.00	0.00	0.00	0.00	1

ORGANO JURISDICCIONAL	JUZGADO ESPECIALIZADO DE TRABAJO PERMANENTE	DEMANDADO	LABORAL	PAGO DE BENEFICIOS SOCIALES	07/09/2022	TRAMITE	134,931.24	0.00	0.00	0.00	1
ORGANO JURISDICCIONAL	JUZGADO ESPECIALIZADO DE TRABAJO PERMANENTE	DEMANDADO	LABORAL	PAGO DE BENEFICIOS SOCIALES	02/09/2022	TRAMITE	143,005.25	0.00	0.00	0.00	1
ORGANO JURISDICCIONAL	JUZGADO ESPECIALIZADO DE TRABAJO PERMANENTE	DEMANDADO	LABORAL	PAGO DE BENEFICIOS SOCIALES	11/06/2021	TRAMITE	446,819.94	0.00	0.00	0.00	1
ORGANO JURISDICCIONAL	JUZGADO ESPECIALIZADO PERMANENTE DE LIMA	DEMANDADO	LABORAL	PAGO DE BENEFICIOS SOCIALES	16/11/2022	TRAMITE	706,785.00	0.00	0.00	0.00	1
ORGANO JURISDICCIONAL	JUZGADO ESPECIALIZADO PERMANENTE DE LIMA	DEMANDADO	LABORAL	PAGO DE BENEFICIOS SOCIALES	30/05/2022	TRAMITE	444,600.00	0.00	0.00	0.00	1
ORGANO JURISDICCIONAL	JUZGADO ESPECIALIZADO PERMANENTE DE LIMA	DEMANDADO	LABORAL	PAGO DE BENEFICIOS SOCIALES	09/03/2022	TRAMITE	1,285,978.41	0.00	0.00	0.00	1
ORGANO JURISDICCIONAL	JUZGADO ESPECIALIZADO PERMANENTE LABORAL DE LIMA	DEMANDADO	LABORAL	PAGO DE BENEFICIOS SOCIALES	30/12/2021	TRAMITE	1,241,300.00	0.00	0.00	0.00	1

Nota: El presente formato está orientado a recopilar información por cada caso emblemático (en las diferentes especialidades o materias que conoce la procuraduría pública).

(A) Precisar el órgano fiscal, jurisdiccional, árbitro y otros que tiene a cargo el caso.

(B) Situación de la entidad en el caso o proceso (denunciante, denunciado, demandado, demandante, agraviado, actor civil, tercero civil y otros)

(C) Precisar en cada caso emblemático su naturaleza o especialidad (penal, civil, laboral, contencioso administrativo y otros)

(D) Precisar en cada caso emblemático la materia o delitos (beneficios sociales, responsabilidad contractual, peculado, colusión, banda criminal, tráfico ilícito de drogas y otros)

(E) Precisar si el caso emblemático se encuentra en trámite, apelación o ejecución.

(F) Precisar la pretensión económica total del caso emblemático (presentada por el Estado o por la parte contraria). Consignar información solo cuando la pretensión

III. SECCIÓN II: INFORMACIÓN DE INDICADORES SOCIALES Y ECONÓMICOS

Información estructurada y automatizada de los principales indicadores sectoriales y sociales relacionados a la Entidad y tiene por finalidad servir de referencia a la ejecución de los principales servicios públicos que brinda la Entidad.

Entre los principales rubros de información se tienen indicadores relacionados a los sectores: Transporte, Educación, Vivienda, Salud, Trabajo, Producción y Energía.

Este cuadrante proporcionara información de fuente pública como del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) así como las generadas por la propia entidad previamente aprobados por la Contraloría General.

La información tendrá criterios de búsqueda por UBIGEO, departamento, provincia y distrito e indicadores sociales importantes.

Sector:

UNIDAD EJECUTORA	Sector	Indicador	Unidad Medida	Fuente	Año (*)	Porcentaje / Valor de Indicador
No se encontraron registros.						

Nota: (*) Se registrará el año de evaluación del indicador

Territorial:

UNIDAD EJECUTORA	Región	Indicador	Unidad Medida	Fuente	Año (*)	Porcentaje / Valor de Indicador
No se encontraron registros.						

Nota: (*) Se registrará el año de evaluación del indicador

IV. SECCIÓN III: INFORMACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS ENTREGADOS POR LA ENTIDAD.

Cuenta con información de Productos de bienes, servicios o actividades agregadas que responden a las necesidades de las personas y que son entregadas por las entidades públicas, en cumplimiento de sus funciones misionales hacia sus usuarios o ciudadanía. Estos productos misionales pueden tomarse como fuente de información del Planeamiento Estratégico Institucional, Sistema de Control Interno, Programas Presupuestales y otros.

N°	Unidad Ejecutora Presupuestal	Nombre del Producto (Bien / Servicio/ Actividad)	Fuente
1	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	CENTRO DE INFORMACIÓN COMERCIAL - INFOCENTER	

2	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	ORIENTACIÓN Y ASESORÍA EN EXPORTACIONES - PLATAFORMA	
3	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	PARTICIPACIÓN EN FERIAS DE TURISMO ESCOLAR Y UNIVERSITARIO	
4	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	PARTICIPACIÓN EN FERIAS INTERNACIONALES DE EXPORTACIONES	
5	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	PARTICIPACIÓN EN FERIAS INTERNACIONALES DE TURISMO	
6	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	PARTICIPACIÓN EN MISIONES COMERCIALES	
7	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	PARTICIPACIÓN EN RUEDAS DE NEGOCIOS	
8	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	PARTICIPACIÓN EN RUEDAS DE NEGOCIOS PARA LA PROMOCIÓN DE INVERSIONES EMPRESARIALES	
9	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	PARTICIPACIÓN EN WORKSHOPS INTERNACIONALES DE TURISMO	
10	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	PROGRAMA COMERCIAL PARA EMPRESAS TURÍSTICAS	
11	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	PROGRAMAS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD	
12	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	PROGRAMAS DE PLANES DE NEGOCIOS DE EXPORTACIÓN - PLANEX	
13	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	PROGRAMAS Y TALLERES ESPECIALIZADOS ADOC (CENTRO DE OPORTUNIDADES DIGITALES DE APEC) PERÚ.	
14	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	PROMOCIÓN INTERNACIONAL Y FORTALECIMIENTO DE LA OFERTA EXPORTABLE PERUANA	
15	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	PUBLICACIÓN DE OFERTAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS Y COMPLEMENTARIOS EN LA PLATAFORMA DIGITAL Y TÚ QUÉ PLANES	
16	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	SEMINARIOS DE MIÉRCOLES DEL EXPORTADOR	

Leyenda

Bien:	Bien entregado a ciudadanos usuarios.
Servicio	Servicio que brinda la entidad a ciudadanos usuarios o servicios misionales entregados por la entidad.
Actividad	Actividad misional(actividad agrupadora) de la entidad que encontramos en los instrumentos de gestión del POI/PEI

V. SECCIÓN IV: INFORMACIÓN DE AUTOEVALUACIÓN DE LA GESTIÓN DE BIENES Y SERVICIOS ENTREGADOS POR LA ENTIDAD

Contiene información cualitativa de la gestión de los servicios públicos de la Entidad transparentando la información y el cumplimiento de los objetivos establecidos por la entidad y de la gestión efectuada en el uso de los fondos previstos para cada uno de ellos.

Asimismo, bajo un criterio de rendición de cuentas registra las limitaciones como las medidas que adopta para la mejora continua.

Cumplimiento de productos:

N°	Unidad Ejecutora Presupuestal	Nombre del producto	¿Se cumplió con los objetivos en el periodo a rendir?
1	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	CENTRO DE INFORMACIÓN COMERCIAL - INFOCENTER	
2	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	ORIENTACIÓN Y ASESORÍA EN EXPORTACIONES - PLATAFORMA	
3	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	PARTICIPACIÓN EN FERIAS DE TURISMO ESCOLAR Y UNIVERSITARIO	
4	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	PARTICIPACIÓN EN FERIAS INTERNACIONALES DE EXPORTACIONES	
5	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	PARTICIPACIÓN EN FERIAS INTERNACIONALES DE TURISMO	
6	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	PARTICIPACIÓN EN MISIONES COMERCIALES	
7	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	PARTICIPACIÓN EN RUEDAS DE NEGOCIOS	
8	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	PARTICIPACIÓN EN RUEDAS DE NEGOCIOS PARA LA PROMOCIÓN DE INVERSIONES EMPRESARIALES	
9	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	PARTICIPACIÓN EN WORKSHOPS INTERNACIONALES DE TURISMO	
10	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	PROGRAMA COMERCIAL PARA EMPRESAS TURÍSTICAS	
11	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	PROGRAMAS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD	
12	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	PROGRAMAS DE PLANES DE NEGOCIOS DE EXPORTACIÓN - PLANEX	
13	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	PROGRAMAS Y TALLERES ESPECIALIZADOS ADOC (CENTRO DE OPORTUNIDADES DIGITALES DE APEC) PERÚ.	
14	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	PUBLICACIÓN DE OFERTAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS Y COMPLEMENTARIOS EN LA PLATAFORMA DIGITAL Y TÚ QUÉ PLANES	
15	COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU	SEMINARIOS DE MIÉRCOLES DEL EXPORTADOR	

Nota: La relación de productos a evaluar es la definida en la sección III "Información de bienes y servicios entregados por la entidad".

Detalle del cumplimiento del servicio: CENTRO DE INFORMACIÓN COMERCIAL - INFOCENTER

1. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO EN EL CARGO PARA INCREMENTAR LA COBERTURA EN EL SERVICIO ?

1.1 ESTADO EN QUE SE ENCONTRÓ EL SERVICIO PUBLICO

Es un servicio, parte de la Ruta Exportadora donde, a julio del 2021, se encontraban participando 2895 empresas, de las cuales el 30% son empresas exportadoras; estas empresas participaron en 108 actividades a nivel nacional siendo los principales sectores Agronegocios con una participación del 52%, Industria de la vestimenta y decoración con 22%, Manufactura Diversas con 15%, Servicios con 6% y Pesca y Acuicultura con 5%.

1.2 PRINCIPALES INDICADORES

Número de usuarios y publicaciones.

1.3 MEDIDAS ADOPTADAS

Virtualización del servicio.

1.4 RESULTADOS LOGRADOS EN LA POBLACIÓN

Se consolidó el Centro de Información Comercial ¿ INFOCENTER, servicio que permite a la comunidad exportadora consultar bibliografía especializada en exportaciones, medio ambiente, género y servicios. Actualmente cuenta con más de 5400 publicaciones digitales especializadas y ha recibido 3.5 millones de visitas de clientes y público en general. Se incorporó como nuevos servicios el sistema de atención chat box en la Biblioteca Virtual y el de alertas bibliográficas que han permitido lograr una base depurada de usuarios seguidores del servicio.

1.5 LIMITACIONES Y DIFICULTADES

Los cambios en los procedimientos y en los procesos administrativos implicaron demoras en la ejecución de algunos proyectos, sobre todo en la primera parte del 2022. Sumado a lo anterior, la falta de recursos humanos en las áreas usuarias y en las áreas administrativas y de apoyo impactó negativamente en la programación de las actividades.

2. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO EN EL CARGO PARA LOGRAR EFICIENCIA EN LA PROVISIÓN DEL SERVICIO ?

2.1 MEJORA DE PROCESOS (REDUCCIÓN DE PASOS EN EL PROCESO)

Virtualización del servicio.

2.2 REDUCCIÓN DE TIEMPOS

Eficiencia logística por reducción de tiempos.

2.3 REDUCCIÓN DE COSTOS

Reducción de costos por virtualización del servicio.

2.4 ATENCIÓN OPORTUNA A LA POBLACIÓN

Puntualidad, pertinencia y oportunidad

en la dación del servicio.

3. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO EN EL CARGO PARA INCREMENTAR LA CALIDAD EN EL SERVICIO ?

3.1 ESTADO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL INICIAR LA GESTIÓN

Optimo.

3.2 MEDIDAS ADOPTADAS

Encuestas de satisfacción.

3.3 ESTADO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL FINALIZAR LA GESTIÓN

Optimo.

4. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO PARA QUE LA PROVISIÓN DEL SERVICIO , RESUELVE EL PROBLEMA DE LA POBLACIÓN (EFICACIA) DURANTE EL PERÍODO EN EL CARGO?

4.1 OBJETIVOS ESTABLECIDOS AL INICIO DE LA GESTIÓN

Acceso masivo del servicio.

4.2 OBJETIVOS LOGRADOS AL FINAL DE LA GESTIÓN

Masificación del servicio por virtualización.

5. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO PARA QUE EL SERVICIO MEJORE SU ENTREGA A TIEMPO O CONVENIENTE (OPORTUNIDAD) DURANTE EL PERÍODO EN EL CARGO?

5.1 LA SITUACIÓN DE ENTREGA DEL SERVICIO AL INICIAR LA GESTIÓN

Optima.

5.2 MEDIDAS ADOPTADAS PARA BRINDAR UN SERVICIO OPORTUNO

Encuestas de satisfacción.

5.3 LA SITUACIÓN DE ENTREGA DEL SERVICIO A FINALIZAR LA GESTIÓN

Optima.

6. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO A CARGO PARA ASEGURAR EL USO ADECUADO DE RECURSOS FINANCIEROS (ECONOMÍA) EN LA GESTIÓN DEL SERVICIO ?

6.1 SITUACIÓN DE LOS RECURSOS FINANCIEROS AL INICIAR LA GESTIÓN

Recursos asignados de acuerdo al Plan Operativo Institucional aprobado.

6.2 MEDIDAS ADOPTADAS PARA EL USO ADECUADO DE LOS RECURSOS FINANCIEROS

Ejecución

presupuestal del Plan Operativo Institucional aprobado.

6.3 SITUACIÓN DE LOS RECURSOS FINANCIEROS AL FINALIZAR LA GESTIÓN

Recursos eficientemente ejecutados, de acuerdo al Plan Operativo Institucional aprobado.

1. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO EN EL CARGO PARA INCREMENTAR LA COBERTURA EN EL SERVICIO ?

1.1 ESTADO EN QUE SE ENCONTRÓ EL SERVICIO PÚBLICO

Es un servicio, parte de la Ruta Exportadora donde, a julio del 2021, se encontraban participando 2895 empresas, de las cuales el 30% son empresas exportadoras; estas empresas participaron en 108 actividades a nivel nacional siendo los principales sectores Agronegocios con una participación del 52%, Industria de la vestimenta y decoración con 22%, Manufactura Diversas con 15%, Servicios con 6% y Pesca y Acuicultura con 5%.

1.2 PRINCIPALES INDICADORES

Número de usuarios.

1.3 MEDIDAS ADOPTADAS

Virtualización del servicio.

1.4 RESULTADOS LOGRADOS EN LA POBLACIÓN

En el período del Informe se brindaron a través de la Plataforma de Atención vía presencial, telefónica y virtual (correo, WhatsApp y videoconferencia), 6,133 atenciones absueltas en información comercial, a empresas exportadoras, con potencial exportador, interesados en exportar y compradores internacionales, principalmente, en temas relacionados al proceso de exportación, actividades de capacitación y promoción comercial que desarrolla PROMPERÚ y servicios de inteligencia comercial. De dichas atenciones, durante la cuarentena los principales canales utilizados fueron los canales virtuales (Whatsapp y videoconferencias), con estos se llegaron a resolver 2,311 consultas.

1.5 LIMITACIONES Y DIFICULTADES

Los

cambios en los procedimientos y en los procesos administrativos implicaron demoras en la ejecución de algunos proyectos, sobre todo en la primera parte del 2022. Sumado a lo anterior, la falta de recursos humanos en las áreas usuarias y en las áreas administrativas y de apoyo impactó negativamente en la programación de las actividades.

2. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO EN EL CARGO PARA LOGRAR EFICIENCIA EN LA PROVISIÓN DEL SERVICIO ?

2.1 MEJORA DE PROCESOS (REDUCCIÓN DE PASOS EN EL PROCESO)

Virtualización del servicio.

2.2 REDUCCIÓN DE TIEMPOS

Eficiencia logística por reducción de tiempos.

2.3 REDUCCIÓN DE COSTOS

Reducción de costos por virtualización del servicio.

2.4 ATENCIÓN OPORTUNA A LA POBLACIÓN

Puntualidad, pertinencia y oportunidad en la dación del servicio.

3. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO EN EL CARGO PARA INCREMENTAR LA CALIDAD EN EL SERVICIO ?

3.1 ESTADO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL INICIAR LA GESTIÓN

Optimo.

3.2 MEDIDAS ADOPTADAS

Encuestas de satisfacción.

3.3 ESTADO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL FINALIZAR LA GESTIÓN

Optimo.

4. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO PARA QUE LA PROVISIÓN DEL SERVICIO , RESUELVE EL PROBLEMA DE LA POBLACIÓN (EFICACIA) DURANTE EL PERÍODO EN EL CARGO?

4.1 OBJETIVOS ESTABLECIDOS AL INICIO DE LA GESTIÓN

Acceso masivo del servicio.

4.2 OBJETIVOS LOGRADOS AL FINAL DE LA GESTIÓN

Masificación del servicio por virtualización.

5. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO PARA QUE EL SERVICIO MEJORE SU ENTREGA A TIEMPO O CONVENIENTE (OPORTUNIDAD) DURANTE EL PERÍODO EN EL CARGO?

5.1 LA SITUACIÓN DE ENTREGA DEL SERVICIO AL INICIAR LA GESTIÓN

Optima.

5.2 MEDIDAS ADOPTADAS PARA BRINDAR UN SERVICIO OPORTUNO

Encuestas de satisfacción.

5.3 LA SITUACIÓN DE ENTREGA DEL SERVICIO A FINALIZAR LA GESTIÓN

Optima.

6. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO A CARGO PARA ASEGURAR EL USO ADECUADO DE RECURSOS FINANCIEROS (ECONOMÍA) EN LA GESTIÓN DEL SERVICIO ?

6.1 SITUACIÓN DE LOS RECURSOS FINANCIEROS AL INICIAR LA GESTIÓN

Recursos asignados de acuerdo al Plan

Operativo Institucional aprobado.

6.2 MEDIDAS ADOPTADAS PARA EL USO ADECUADO DE LOS RECURSOS FINANCIEROS

Ejecución

presupuestal del Plan Operativo Institucional aprobado.

6.3 SITUACIÓN DE LOS RECURSOS FINANCIEROS AL FINALIZAR LA GESTIÓN

Recursos eficientemente ejecutados, de acuerdo al Plan Operativo Institucional aprobado.

Detalle del cumplimiento del servicio: PARTICIPACIÓN EN FERIAS DE TURISMO ESCOLAR Y UNIVERSITARIO

1. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO EN EL CARGO PARA INCREMENTAR LA COBERTURA EN EL SERVICIO ?

1.1 ESTADO EN QUE SE ENCONTRÓ EL SERVICIO PUBLICO

No se han realizado acciones dirigidas a

estos segmentos debido a la coyuntura sanitaria originada por el COVID19

iniciado en marzo del 2020 y que ha durado hasta el presente año.

Las estrategias de promoción para el

turismo interno, en el marco de la reactivación del sector turístico, se han dirigido principalmente a los segmentos compuestos por grupos de viaje en familia y en pareja.

1.2 PRINCIPALES INDICADORES

No se presentan indicadores

1.3 MEDIDAS ADOPTADAS

No se presentan medidas

1.4 RESULTADOS LOGRADOS EN LA POBLACIÓN

No se presentan resultados.

1.5 LIMITACIONES Y DIFICULTADES

Debido a la coyuntura sanitaria originada

por el COVID 19, no se han realizado acciones de promoción en el mercado nacional, como ferias dirigidas a escolares y/o universitarios, se han priorizado otros segmentos.

2. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO EN EL CARGO PARA LOGRAR EFICIENCIA EN LA PROVISIÓN DEL SERVICIO ?

2.1 MEJORA DE PROCESOS (REDUCCIÓN DE PASOS EN EL PROCESO)

No se han realizado acciones dirigidas a

estos segmentos debido a la coyuntura sanitaria originada por el COVID19 iniciado en marzo del 2020 y que ha durado hasta el presente año.

Las estrategias de promoción para el

turismo interno, en el marco de la reactivación del sector turístico, se han dirigido principalmente a los segmentos compuestos por grupos de viaje en familia y en pareja.

2.2 REDUCCIÓN DE TIEMPOS

No se presentan indicadores

2.3 REDUCCIÓN DE COSTOS

No se presentan indicadores

2.4 ATENCIÓN OPORTUNA A LA POBLACIÓN

No se presentan indicadores

3. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO EN EL CARGO PARA INCREMENTAR LA CALIDAD EN EL SERVICIO ?

3.1 ESTADO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL INICIAR LA GESTIÓN

No se han realizado acciones dirigidas a

estos segmentos debido a la coyuntura sanitaria originada por el COVID19 iniciado en marzo del 2020 y que ha durado hasta el presente año.

Las estrategias de promoción para el

turismo interno, en el marco de la reactivación del sector turístico, se han dirigido principalmente a los segmentos compuestos por grupos de viaje en familia y en pareja.

3.2 MEDIDAS ADOPTADAS

No se presentan indicadores

3.3 ESTADO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL FINALIZAR LA GESTIÓN

No se presentan indicadores

4. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO PARA QUE LA PROVISIÓN DEL SERVICIO , RESUELVE EL PROBLEMA DE LA POBLACIÓN (EFICACIA) DURANTE EL PERÍODO EN EL CARGO?

4.1 OBJETIVOS ESTABLECIDOS AL INICIO DE LA GESTIÓN

No se han realizado acciones dirigidas a

estos segmentos debido a la coyuntura sanitaria originada por el COVID19 iniciado en marzo del 2020 y que ha durado hasta el presente año.

Las estrategias de promoción para el turismo interno, en el marco de la reactivación del sector turístico, se han dirigido principalmente a los segmentos compuestos por grupos de viaje en familia y en pareja.

4.2 OBJETIVOS LOGRADOS AL FINAL DE LA GESTIÓN

No se presentan indicadores

5. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO PARA QUE EL SERVICIO MEJORE SU ENTREGA A TIEMPO O CONVENIENTE (OPORTUNIDAD) DURANTE EL PERÍODO EN EL CARGO?

5.1 LA SITUACIÓN DE ENTREGA DEL SERVICIO AL INICIAR LA GESTIÓN

No se han realizado acciones dirigidas a

estos segmentos debido a la coyuntura sanitaria originada por el COVID19 iniciado en marzo del 2020 y que ha durado hasta el presente año.

Las estrategias de promoción para el turismo interno, en el marco de la reactivación del sector turístico, se han dirigido principalmente a los segmentos compuestos por grupos de viaje en familia y en pareja.

5.2 MEDIDAS ADOPTADAS PARA BRINDAR UN SERVICIO OPORTUNO

No se presentan indicadores

5.3 LA SITUACIÓN DE ENTREGA DEL SERVICIO A FINALIZAR LA GESTIÓN

No se presentan indicadores

6. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO A CARGO PARA ASEGURAR EL USO ADECUADO DE RECURSOS FINANCIEROS (ECONOMÍA) EN LA GESTIÓN DEL SERVICIO ?

6.1 SITUACIÓN DE LOS RECURSOS FINANCIEROS AL INICIAR LA GESTIÓN

No se han realizado acciones dirigidas a estos segmentos debido a la coyuntura sanitaria originada por el COVID19 iniciado en marzo del 2020 y que ha durado hasta el presente año.

Las estrategias de promoción para el turismo interno, en el marco de la reactivación del sector turístico, se han dirigido principalmente a los segmentos compuestos por grupos de viaje en familia y en pareja.

6.2 MEDIDAS ADOPTADAS PARA EL USO ADECUADO DE LOS RECURSOS FINANCIEROS

No se presentan indicadores

6.3 SITUACIÓN DE LOS RECURSOS FINANCIEROS AL FINALIZAR LA GESTIÓN

No se presentan indicadores

Detalle del cumplimiento del servicio: PARTICIPACIÓN EN FERIAS INTERNACIONALES DE EXPORTACIONES

1. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO EN EL CARGO PARA INCREMENTAR LA COBERTURA EN EL SERVICIO ?

1.1 ESTADO EN QUE SE ENCONTRÓ EL SERVICIO PUBLICO

Durante pandemia el servicio de ferias internacionales de exportaciones migró de presencial a virtual debido a que los principales operadores feriales internacionales modificaron el formato de ferias en el cual participamos como entidad de promoción. En el 2022, muchas de estas ferias internacionales volvieron a formato presencial.

1.2 PRINCIPALES INDICADORES

N° de empresas participantes por actividad

N° de citas de negocios

Monto USD de expectativas de negocios

1.3 MEDIDAS ADOPTADAS

Se brindó descuentos especiales para que las empresas no paguen el servicio de feria internacional de exportaciones de la Carta de servicios de Promperu

1.4 RESULTADOS LOGRADOS EN LA POBLACIÓN

Se desarrollaron 65 ferias internacionales entre virtuales y presenciales durante el período de gestión.

Participaron más de 1500 empresas entre ellas 85% pymes a nivel nacional.

1.5 LIMITACIONES Y DIFICULTADES

Los

cambios en los procedimientos y en los procesos administrativos implicaron

demoras en la ejecución de algunos proyectos, durante julio 2021 hasta la primera parte del 2022.

2. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO EN EL CARGO PARA LOGRAR EFICIENCIA EN LA PROVISIÓN DEL SERVICIO ?

2.1 MEJORA DE PROCESOS (REDUCCIÓN DE PASOS EN EL PROCESO)

Se brindó la opción de ferias internacionales formato virtual para que los empresarios exportadores puedan continuar haciendo negocios internacionales.

2.2 REDUCCIÓN DE TIEMPOS

N/A

2.3 REDUCCIÓN DE COSTOS

Se brindó descuentos especiales para que las empresas no paguen el servicio de feria internacional de exportaciones de la Carta de servicios de PROMPERÚ.

2.4 ATENCIÓN OPORTUNA A LA POBLACIÓN

Se mantuvo activa la plataforma <https://match.promperu.gob.pe/> para que las empresas puedan seleccionar las actividades de promoción para participar.

3. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO EN EL CARGO PARA INCREMENTAR LA CALIDAD EN EL SERVICIO ?

3.1 ESTADO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL INICIAR LA GESTIÓN

Al iniciar la gestión, nos encontrábamos en pandemia del COVID 19 por lo que las actividades se llevaban a cabo en formato virtual.

3.2 MEDIDAS ADOPTADAS

Durante el desarrollo de la gestión, empezó la reapertura de los mercados y las actividades presenciales por lo que poco a poco las ferias internacionales fueron migrando de virtual a presencial.

3.3 ESTADO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL FINALIZAR LA GESTIÓN

Durante el 2022 la mayoría de las ferias internacionales volvieron a su formato original presencial donde las empresas obtienen más oportunidades de exhibición de sus productos en las ferias y salones de innovación de las ferias internacionales en las que participamos.

4. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO PARA QUE LA PROVISIÓN DEL SERVICIO , RESUELVE EL PROBLEMA DE LA POBLACIÓN (EFICACIA) DURANTE EL PERÍODO EN EL CARGO?

4.1 OBJETIVOS ESTABLECIDOS AL INICIO DE LA GESTIÓN

Objetivos del nuevo Plan Estratégico Institucional 2022-2025 es: Contribuir al incremento de la base exportadora y Contribuir al incremento de la cifra de exportaciones no minero energéticas.

4.2 OBJETIVOS LOGRADOS AL FINAL DE LA GESTIÓN

US\$ 1,664 millones

en expectativas de negocios a nivel internacional para 2,546 empresas exportadoras.

5. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO PARA QUE EL SERVICIO MEJORE SU ENTREGA A TIEMPO O CONVENIENTE (OPORTUNIDAD) DURANTE EL PERÍODO EN EL CARGO?

5.1 LA SITUACIÓN DE ENTREGA DEL SERVICIO AL INICIAR LA GESTIÓN

Optima.

5.2 MEDIDAS ADOPTADAS PARA BRINDAR UN SERVICIO OPORTUNO

Encuesta de satisfacción.

5.3 LA SITUACIÓN DE ENTREGA DEL SERVICIO A FINALIZAR LA GESTIÓN

Optimo.

6. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO A CARGO PARA ASEGURAR EL USO ADECUADO DE RECURSOS FINANCIEROS (ECONOMÍA) EN LA GESTIÓN DEL SERVICIO ?

6.1 SITUACIÓN DE LOS RECURSOS FINANCIEROS AL INICIAR LA GESTIÓN

Recursos asignados de acuerdo al Plan

Operativo institucional aprobado.

6.2 MEDIDAS ADOPTADAS PARA EL USO ADECUADO DE LOS RECURSOS FINANCIEROS

Ejecución

presupuestal del Plan Operativo aprobado.

6.3 SITUACIÓN DE LOS RECURSOS FINANCIEROS AL FINALIZAR LA GESTIÓN

Recursos eficientemente ejecutados, de acuerdo

al plan operativo institucional aprobado.

Detalle del cumplimiento del servicio: PARTICIPACIÓN EN FERIAS INTERNACIONALES DE TURISMO

1. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO EN EL CARGO PARA INCREMENTAR LA COBERTURA EN EL SERVICIO ?

1.1 ESTADO EN QUE SE ENCONTRÓ EL SERVICIO PUBLICO

Las ferias internacionales de promoción turística

a julio 2021 se encontraban en un estado híbrido en su mayoría y con posibles

cancelaciones debido a que todavía

existían riesgos sanitarios por el Covid-19 y cierre repentino de fronteras.

1.2 PRINCIPALES INDICADORES

Potencial de Negocios, Citas Comerciales,

Contactos Comerciales

1.3 MEDIDAS ADOPTADAS

Debido a la propagación de la pandemia

por COVID-19 en el Perú, mediante Resolución de Gerencia General N°

055-2020-PROMPERÚ/GG, de fecha 11 de abril de 2020, se aprueba como medida

excepcional, exceptuar a las empresas del requisito de ¿pago de la cuota de

participación¿ para acceder a diversos servicios, comprendidos en la Carta de Servicios.

Que, con Resolución de Gerencia General N° 000015-2021-PROMPERU/GG, de fecha 2 de enero de 2021, se prorroga dicha medida hasta el 31 de julio de 2021.

Que, con Resolución de Gerencia General N° 000109-2021-PROMPERU/GG, de fecha 05 de junio de 2021, se prorroga nuevamente dicha medida hasta el 31 de diciembre de 2021.

Que, con Resolución de Gerencia General N° 000197-2021-PROMPERU/GG, de fecha 10 de noviembre de 2021, en su artículo 2° se prorroga dicha medida de la siguiente manera:

¿
Sección Dirección de Promoción del Turismo y sus servicios hasta el 31 de diciembre de 2022.

¿
Sección Dirección de Promoción de las Exportaciones y sus servicios hasta el 31 de marzo de 2022.

Por último, con Resolución de Gerencia General N° 000264-2022-PROMPERU/GG, de fecha 04 de noviembre de 2022, se resuelve prorrogar hasta el 31 de diciembre de 2023 el plazo de exoneración contemplado en la RGG N° 197-2021- PROMPERU/GG, a favor de las empresas respecto al requisito de ¿pago de la cuota de participación¿ únicamente de los Servicios N° 1 y N° 2 correspondientes a las Secciones de la DT de la Carta de Servicios.

1.4 RESULTADOS LOGRADOS EN LA POBLACIÓN

Se tiene diversidad de empresas Coexpositoras, las que se distribuyen en Tipo A referente a MYPES y en Tipo B, medianas y grandes. En el 2020, debido a la pandemia se registró una menor participación con un total de 59 empresas.

Por otro lado, se puede verificar en la Tabla 1 (Archivo adjunto) que gracias a las medidas adoptadas para exceptuar el cobro de inscripción a las FIT, a partir del tercer trimestre del 2021 se incrementaron en un 70% las nuevas empresas Coexpositoras Tipo A (MYPES) que participaron en los eventos promovidos por PROMPERU respecto al año anterior. Asimismo, mencionar que estas empresas continuaron con sus participaciones durante el 2022.

1.5 LIMITACIONES Y DIFICULTADES

Las limitaciones iniciales fueron no poder contar con eventos presenciales y la incertidumbre que ocasiona cada ola de covid 19, especialmente con el constante

cambio de reglas para entrar y poder salir del país para los turistas extranjeros. Otra de las limitaciones fue la performance de las plataformas donde se realizaban las ferias virtuales que no dejaban satisfechos a los participantes en sus reuniones con potenciales compradores por lo que los resultados no eran óptimos. Por último, también es una limitación cuando los participantes no realizan el trabajo previo, es decir no se informan en detalle del mercado y de las empresas con las que tendrán citas por lo que los resultados alcanzados no son los mejores pues falta preparación.

2. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO EN EL CARGO PARA LOGRAR EFICIENCIA EN LA PROVISIÓN DEL SERVICIO ?

2.1 MEJORA DE PROCESOS (REDUCCIÓN DE PASOS EN EL PROCESO)

El no pagar por parte de los coexpositores, la participación en las ferias internacionales redujo el trámite administrativo correspondiente al pago.

2.2 REDUCCIÓN DE TIEMPOS

De igual manera, al no haber pago para participación, redujo el tiempo de aceptación de aplicaciones, sin embargo al no haber pago se recibieron más inscripciones que en años que si se cobraba.

2.3 REDUCCIÓN DE COSTOS

En cuanto a la reducción de costos, gracias a las medidas excepcionales implementadas en la Resolución de Gerencia General N° 055-2020-PROMPERÚ/GG y sus respectivas prórrogas, para la sección Dirección de Promoción del Turismo Servicio N° 1 Ferias Internacionales de Turismo, se ha adoptado que el pago de la cuota de participación sea de costo 0 hasta el 31 de diciembre de 2023.

2.4 ATENCIÓN OPORTUNA A LA POBLACIÓN

Se mantuvo el contacto con los empresarios peruanos para que puedan participar de manera gratuita en los eventos de promoción turística internacional de PROMPERÚ, a través de sus diferentes Especialistas de Turismo.

3. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO EN EL CARGO PARA INCREMENTAR LA CALIDAD EN EL SERVICIO ?

3.1 ESTADO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL INICIAR LA GESTIÓN

Las ferias se encontraban en modo virtual o híbrido debido a la pandemia del covid-19 y su consecuente emergencia sanitaria. Se reactivaron en su totalidad de manera presencial a partir del año 2022 de acuerdo a las aprobaciones de los organizadores de cada evento.

3.2 MEDIDAS ADOPTADAS

Se trabajó en una mejora en la

distribución del stand de ferias internacionales, brindando la posibilidad de poder contar con un mayor número de co-expositores. Asimismo, se pudo promocionar las regiones peruanas de manera diversificada y en conjunto se exhibió también alguno de nuestros productos bandera dentro de nuestra barra gastronómica como el pisco, cafés, cacao y superfoods entre otros, reforzando el posicionamiento logrado en la gastronomía internacional.

3.3 ESTADO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL FINALIZAR LA GESTIÓN

Debido a que las ferias propuestas en el cronograma 2021 y 2022 son de las más importantes del sector turismo, la calidad de citas comerciales fue muy buena, especialmente porque se retomó el contacto comercial con los empresarios extranjeros y el potencial de negocios aumentó de manera considerable. 2021: Top Resa y WTM Londres: Potencial de negocios US\$ 4,790,050

2022: FITUR, ANATO, ITB Berlín, WTMLA, Top Resa y WTM Londres. Se espera un potencial de negocios de US\$ 36,752,850

4. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO PARA QUE LA PROVISIÓN DEL SERVICIO , RESUELVE EL PROBLEMA DE LA POBLACIÓN (EFICACIA) DURANTE EL PERÍODO EN EL CARGO?

4.1 OBJETIVOS ESTABLECIDOS AL INICIO DE LA GESTIÓN

Poder

trabajar de la mano con el sector privado coadyuvando a su participación en eventos de promoción internacional comerciales del sector turismo. Para tal fin, y teniendo en cuenta la coyuntura durante este periodo, se ha resuelto prorrogar la excepción del cobro de la cuota de participación en Ferias Internacionales de Turismo a través de la Resolución de Gerencia General N° 000264-2022-PROMPERU/GG.

4.2 OBJETIVOS LOGRADOS AL FINAL DE LA GESTIÓN

Desde

el segundo semestre del año 2021, se han ejecutado 5 Ferias Internacionales de Turismo y en el 2022, 9 ferias. Así también, se detalla en la Tabla 2 que de agosto a noviembre 2021 participaron en total 70 empresas Coexpositoras y durante el 2022, 160.

5. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO PARA QUE EL SERVICIO MEJORE SU ENTREGA A TIEMPO O CONVENIENTE (OPORTUNIDAD) DURANTE EL PERÍODO EN EL CARGO?

5.1 LA SITUACIÓN DE ENTREGA DEL SERVICIO AL INICIAR LA GESTIÓN

Las ferias internacionales se encontraban dentro del Plan Operativo Institucional 2021 y 2022 por lo que se contaba con el presupuesto para poder ejecutarlo. El poder separar los espacios para nuestro destino nos daba la oportunidad de una buena locación de piso como preferencia para acciones de visibilidad de la marca país.

5.2 MEDIDAS ADOPTADAS PARA BRINDAR UN SERVICIO OPORTUNO

Los procesos administrativos se trabajan tan pronto empieza el año fiscal con el presupuesto asignado para dicha

actividad. Se brindó el servicio de manera oportuna para que los empresarios peruanos participantes puedan tener una agenda de citas robusta con un potencial de negocios a mediano plazo.

5.3 LA SITUACIÓN DE ENTREGA DEL SERVICIO A FINALIZAR LA GESTIÓN

Se lograron las siguientes metas: Top Resa y WTM Londres: Potencial de negocios US\$ 4,790,050

2022: FITUR, ANATO, ITB Berlín, WTMLA, Top Resa y WTM Londres. Se espera un potencial de negocios de US\$ 36,752,850

6. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO A CARGO PARA ASEGURAR EL USO ADECUADO DE RECURSOS FINANCIEROS (ECONOMÍA) EN LA GESTIÓN DEL SERVICIO ?

6.1 SITUACIÓN DE LOS RECURSOS FINANCIEROS AL INICIAR LA GESTIÓN

Disponibilidad de los recursos financieros aprobados por el Consejo Directivo de PROMPERÚ para la realización de ferias internacionales en los principales mercados emisores e incluidos en el plan operativo institucional de la Dirección de Promoción del Turismo.

6.2 MEDIDAS ADOPTADAS PARA EL USO ADECUADO DE LOS RECURSOS FINANCIEROS

Seguimiento de los procesos administrativos a través de la Gerencia General hacia la Oficina General de Administración para la contratación de espacios e implementación de stands.

6.3 SITUACIÓN DE LOS RECURSOS FINANCIEROS AL FINALIZAR LA GESTIÓN

De lo proyectado en las actividades del Plan Operativo Institucional 2021 y 2022 se ha comprometido el total del presupuesto asignado.

Detalle del cumplimiento del servicio: PARTICIPACIÓN EN MISIONES COMERCIALES

1. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO EN EL CARGO PARA INCREMENTAR LA COBERTURA EN EL SERVICIO ?

1.1 ESTADO EN QUE SE ENCONTRÓ EL SERVICIO PUBLICO

Durante pandemia el servicio de misiones comerciales de exportaciones migró de presencial a virtual debido a que los principales mercados en los que desarrollamos misiones comerciales se encontraban cerrados al turista de negocios, por lo que no se desarrollaron misiones comerciales durante el período de pandemia, pero se optó por reforzar los servicios de ruedas de negocios virtuales, así como ferias internacionales virtuales para que los exportadores continúen conectados con sus potenciales compradores internacionales.

En el 2022, muchas de las misiones comerciales se reactivaron a formato presencial.

1.2 PRINCIPALES INDICADORES

N° de empresas participantes por actividad

N° de compradores participantes

N° de citas de negocios

Monto USD de expectativas de negocios

1.3 MEDIDAS ADOPTADAS

Se brindó descuentos especiales para que las empresas no paguen el servicio de feria internacional de exportaciones de la Carta de servicios de PROMPERÚ.

1.4 RESULTADOS LOGRADOS EN LA POBLACIÓN

Se desarrollaron 8 misiones comerciales presenciales durante el año 2022.

Participaron más de 500 empresas entre ellas 85% pymes a nivel nacional.

1.5 LIMITACIONES Y DIFICULTADES

Los

cambios en los procedimientos y en los procesos administrativos implicaron demoras en la ejecución de algunos proyectos, durante julio 2021 hasta la primera parte del 2022.

2. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO EN EL CARGO PARA LOGRAR EFICIENCIA EN LA PROVISIÓN DEL SERVICIO ?

2.1 MEJORA DE PROCESOS (REDUCCIÓN DE PASOS EN EL PROCESO)

Se brindó la opción de ruedas de negocios y ferias internacionales en formato virtual para que los empresarios exportadores puedan continuar haciendo negocios internacionales, mientras se aperturaban los mercados internacionales para las misiones respectivas.

2.2 REDUCCIÓN DE TIEMPOS

N/A

2.3 REDUCCIÓN DE COSTOS

Se brindó descuentos especiales para que las empresas no paguen el servicio de misiones comerciales de exportaciones de la Carta de servicios de PROMPERÚ.

2.4 ATENCIÓN OPORTUNA A LA POBLACIÓN

Se mantuvo activa la plataforma <https://match.promperu.gob.pe/> para que las empresas puedan seleccionar las actividades de promoción para participar.

3. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO EN EL CARGO PARA INCREMENTAR LA CALIDAD EN EL SERVICIO ?

3.1 ESTADO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL INICIAR LA GESTIÓN

Al iniciar la gestión, nos encontrábamos en pandemia del COVID 19 y muchos de los mercados que visitamos

en misiones comerciales se encontraban cerrados, por lo que invitamos a los empresarios a participar en ferias internacionales y ruedas de negocios ambos en formato virtual.

3.2 MEDIDAS ADOPTADAS

Durante el desarrollo de la gestión, empezó la reapertura de los mercados y las actividades presenciales por lo que durante el 2022 se retomó las visitas a los mercados internacionales a través de misiones comerciales.

3.3 ESTADO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL FINALIZAR LA GESTIÓN

Durante el 2022 se retomó las visitas a los mercados internacionales a través de misiones comerciales.

4. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO PARA QUE LA PROVISIÓN DEL SERVICIO , RESUELVE EL PROBLEMA DE LA POBLACIÓN (EFICACIA) DURANTE EL PERÍODO EN EL CARGO?

4.1 OBJETIVOS ESTABLECIDOS AL INICIO DE LA GESTIÓN

Objetivos del nuevo Plan Estratégico

Institucional 2022-2025 es: Contribuir al incremento de la base exportadora y Contribuir al incremento de la cifra de exportaciones no minero energéticas.

4.2 OBJETIVOS LOGRADOS AL FINAL DE LA GESTIÓN

US\$ 1,664 millones

en expectativas de negocios a nivel internacional para 2,546 empresas exportadoras.

5. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO PARA QUE EL SERVICIO MEJORE SU ENTREGA A TIEMPO O CONVENIENTE (OPORTUNIDAD) DURANTE EL PERÍODO EN EL CARGO?

5.1 LA SITUACIÓN DE ENTREGA DEL SERVICIO AL INICIAR LA GESTIÓN

Optima.

5.2 MEDIDAS ADOPTADAS PARA BRINDAR UN SERVICIO OPORTUNO

Encuesta de satisfacción.

5.3 LA SITUACIÓN DE ENTREGA DEL SERVICIO A FINALIZAR LA GESTIÓN

Optima.

6. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO A CARGO PARA ASEGURAR EL USO ADECUADO DE RECURSOS FINANCIEROS (ECONOMÍA) EN LA GESTIÓN DEL SERVICIO ?

6.1 SITUACIÓN DE LOS RECURSOS FINANCIEROS AL INICIAR LA GESTIÓN

Recursos asignados de acuerdo al Plan

Operativo Institucional aprobado.

6.2 MEDIDAS ADOPTADAS PARA EL USO ADECUADO DE LOS RECURSOS FINANCIEROS

Ejecución

presupuestal del Plan Operativo Institucional aprobado.

6.3 SITUACIÓN DE LOS RECURSOS FINANCIEROS AL FINALIZAR LA GESTIÓN

Recursos eficientemente ejecutados, de acuerdo al Plan Operativo Institucional aprobado.

Detalle del cumplimiento del servicio: PARTICIPACIÓN EN RUEDAS DE NEGOCIOS

1. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO EN EL CARGO PARA INCREMENTAR LA COBERTURA EN EL SERVICIO ?

1.1 ESTADO EN QUE SE ENCONTRÓ EL SERVICIO PUBLICO

Durante pandemia el servicio de ruedas de negocios migró de presencial a virtual debido a que los principales mercados se encontraban cerrados al turista de negocios, por lo que no pudimos recibir la visita presencial de potenciales compradores de la oferta exportable peruana, pero rápidamente se rediseñó el servicio brindando la opción de ruedas de negocios virtuales lo que permitió que los exportadores mantengan las oportunidades de apertura de negocios internacionales.

En el 2022, muchas de las ruedas de negocios se reactivaron a formato presencial.

1.2 PRINCIPALES INDICADORES

N° de empresas participantes por actividad

N° de compradores participantes

N° de citas de negocios

Monto USD de expectativas de negocios

1.3 MEDIDAS ADOPTADAS

Se brindó descuentos especiales para que las empresas no paguen el servicio de ruedas de negocios de la Carta de servicios de PROMPERÚ.

1.4 RESULTADOS LOGRADOS EN LA POBLACIÓN

Se desarrollaron 35 misiones comerciales presenciales durante el año 2022.

Participaron más de 1800 empresas entre ellas 85% pymes a nivel nacional.

1.5 LIMITACIONES Y DIFICULTADES

Los

cambios en los procedimientos y en los procesos administrativos implicaron demoras en la ejecución de algunos proyectos, durante julio 2021 hasta la primera parte del 2022.

2. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO EN EL CARGO PARA LOGRAR EFICIENCIA EN LA PROVISIÓN DEL SERVICIO ?

2.1 MEJORA DE PROCESOS (REDUCCIÓN DE PASOS EN EL PROCESO)

Se brindó la opción de ruedas de negocios en formato virtual para que los empresarios exportadores puedan continuar haciendo negocios internacionales, mientras se aperturaba la opción de visita de los compradores internacionales.

2.2 REDUCCIÓN DE TIEMPOS

N/A

2.3 REDUCCIÓN DE COSTOS

Se brindó descuentos especiales para que las empresas no paguen el servicio de ruedas de negocios de la Carta de servicios de PROMPERU.

2.4 ATENCIÓN OPORTUNA A LA POBLACIÓN

Se mantuvo activa la plataforma <https://match.promperu.gob.pe/> para que las empresas puedan seleccionar las actividades de promoción para participar.

3. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO EN EL CARGO PARA INCREMENTAR LA CALIDAD EN EL SERVICIO ?

3.1 ESTADO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL INICIAR LA GESTIÓN

Al iniciar la gestión, nos encontrábamos en pandemia del COVID 19 y muchos de los mercados se encontraban cerrados, por lo que invitamos a los empresarios a participar en ruedas de negocios ambos en formato virtual.

3.2 MEDIDAS ADOPTADAS

Se desarrollaron opciones de ruedas de negocios virtuales durante el 2021 y en el 2022 se retomó las ruedas de negocios en formato presencial.

3.3 ESTADO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL FINALIZAR LA GESTIÓN

Se retomaron las rueda de negocios presenciales para que los exportadores peruanos puedan recibir en Perú a los compradores interesados con su oferta, además se complementó con visitas de los compradores a las plantas, fábricas, campos de producción para que conozcan donde se produce la oferta.

4. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO PARA QUE LA PROVISIÓN DEL SERVICIO , RESUELVE EL PROBLEMA DE LA POBLACIÓN (EFICACIA) DURANTE EL PERÍODO EN EL CARGO?

4.1 OBJETIVOS ESTABLECIDOS AL INICIO DE LA GESTIÓN

Objetivos del nuevo Plan Estratégico

Institucional 2022-2025 es: Contribuir al incremento de la base exportadora y Contribuir al incremento de la cifra de exportaciones no minero energéticas.

4.2 OBJETIVOS LOGRADOS AL FINAL DE LA GESTIÓN

US\$ 1,664 millones

en expectativas de negocios a nivel internacional para 2,546 empresas exportadoras.

5. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO PARA QUE EL SERVICIO MEJORE SU ENTREGA A TIEMPO O CONVENIENTE (OPORTUNIDAD) DURANTE EL PERÍODO EN EL CARGO?

5.1 LA SITUACIÓN DE ENTREGA DEL SERVICIO AL INICIAR LA GESTIÓN

Optima.

5.2 MEDIDAS ADOPTADAS PARA BRINDAR UN SERVICIO OPORTUNO

Encuesta de satisfacción.

5.3 LA SITUACIÓN DE ENTREGA DEL SERVICIO A FINALIZAR LA GESTIÓN

Optimo.

6. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO A CARGO PARA ASEGURAR EL USO ADECUADO DE RECURSOS FINANCIEROS (ECONOMÍA) EN LA GESTIÓN DEL SERVICIO ?

6.1 SITUACIÓN DE LOS RECURSOS FINANCIEROS AL INICIAR LA GESTIÓN

Recursos asignados de acuerdo al Plan

Operativo Institucional aprobado.

6.2 MEDIDAS ADOPTADAS PARA EL USO ADECUADO DE LOS RECURSOS FINANCIEROS

Ejecución

presupuestal del Plan Operativo Institucional aprobado.

6.3 SITUACIÓN DE LOS RECURSOS FINANCIEROS AL FINALIZAR LA GESTIÓN

Recursos eficientemente ejecutados, de

acuerdo al Plan Operativo Institucional aprobado.

Detalle del cumplimiento del servicio: PARTICIPACIÓN EN RUEDAS DE NEGOCIOS PARA LA PROMOCIÓN DE INVERSIONES EMPRESARIALES

1. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO EN EL CARGO PARA INCREMENTAR LA COBERTURA EN EL SERVICIO ?

1.1 ESTADO EN QUE SE ENCONTRÓ EL SERVICIO PUBLICO

Servicio nuevo creado a través de la RGG N°195-2022-PROMPERÚ/GG en setiembre del 2022

1.2 PRINCIPALES INDICADORES

Número de empresas que participan en ruedas de negocios.

1.3 MEDIDAS ADOPTADAS

Creación del servicio e inclusión en la carta de servicios.

1.4 RESULTADOS LOGRADOS EN LA POBLACIÓN

Ninguno, aun está en etapa de implementación para el 2023.

1.5 LIMITACIONES Y DIFICULTADES

Ninguno

2. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO EN EL CARGO PARA LOGRAR EFICIENCIA EN LA PROVISIÓN DEL SERVICIO ?

2.1 MEJORA DE PROCESOS (REDUCCIÓN DE PASOS EN EL PROCESO)

El proceso se creó a través de la RGG N°195-2022-PROMPERÚ/GG en setiembre del 2022.

2.2 REDUCCIÓN DE TIEMPOS

Al tener el proceso 03 meses de creación no se ha evaluado mejora de tiempos.

2.3 REDUCCIÓN DE COSTOS

Al tener el proceso 03 meses de creación no se ha evaluado mejora de costos.

2.4 ATENCIÓN OPORTUNA A LA POBLACIÓN

Se va evaluar eficacia cuando se utilice en las actividades del 2023 de la DI.

3. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO EN EL CARGO PARA INCREMENTAR LA CALIDAD EN EL SERVICIO ?

3.1 ESTADO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL INICIAR LA GESTIÓN

Aún no se está brindando.

3.2 MEDIDAS ADOPTADAS

Se creo el servicio.

3.3 ESTADO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL FINALIZAR LA GESTIÓN

Se encuentra en implementación.

4. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO PARA QUE LA PROVISIÓN DEL SERVICIO , RESUELVE EL PROBLEMA DE LA POBLACIÓN (EFICACIA) DURANTE EL PERÍODO EN EL CARGO?

4.1 OBJETIVOS ESTABLECIDOS AL INICIO DE LA GESTIÓN

Creación del servicio para brindarlo a empresas que buscan Inversiones extranjeras directas en proyectos.

4.2 OBJETIVOS LOGRADOS AL FINAL DE LA GESTIÓN

Implementación del servicio.

5. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO PARA QUE EL SERVICIO MEJORE SU ENTREGA A TIEMPO O CONVENIENTE (OPORTUNIDAD) DURANTE EL PERÍODO EN EL CARGO?

5.1 LA SITUACIÓN DE ENTREGA DEL SERVICIO AL INICIAR LA GESTIÓN

Se entrega un servicio creado y aprobado en la carta de servicios de PROMPERÚ.

5.2 MEDIDAS ADOPTADAS PARA BRINDAR UN SERVICIO OPORTUNO

Se ha implementado para que se logre su gestión en el 2023.

5.3 LA SITUACIÓN DE ENTREGA DEL SERVICIO A FINALIZAR LA GESTIÓN

Servicio en implementación.

6. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO A CARGO PARA ASEGURAR EL USO ADECUADO DE RECURSOS FINANCIEROS (ECONOMÍA) EN LA GESTIÓN DEL SERVICIO ?

6.1 SITUACIÓN DE LOS RECURSOS FINANCIEROS AL INICIAR LA GESTIÓN

La creación del servicio no ha implicado el uso de servicios financieros.

6.2 MEDIDAS ADOPTADAS PARA EL USO ADECUADO DE LOS RECURSOS FINANCIEROS

No se han utilizado en la implementación del servicio.

6.3 SITUACIÓN DE LOS RECURSOS FINANCIEROS AL FINALIZAR LA GESTIÓN

No se ha utilizado recursos financieros.

Detalle del cumplimiento del servicio: PARTICIPACIÓN EN WORKSHOPS INTERNACIONALES DE TURISMO

1. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO EN EL CARGO PARA INCREMENTAR LA COBERTURA EN EL SERVICIO ?

1.1 ESTADO EN QUE SE ENCONTRÓ EL SERVICIO PUBLICO

Durante julio a diciembre del 2021 las

Ruedas de negocios de promoción turística en su mayoría se encontraban en modo virtual debido a que todavía existían riesgos sanitarios por el Covid-19 y cierre repentino de fronteras de los principales emisores, sin embargo a partir del año 2022 se pudieron retomar las actividades de manera presencial principalmente en mercados emisores latinoamericanos y europeos. Contando con la participación de los co-expositores peruanos.

1.2 PRINCIPALES INDICADORES

Potencial de Negocios, Citas Comerciales,
Contactos Comerciales

1.3 MEDIDAS ADOPTADAS

Los Workshops Internacionales de Turismo corresponden al Servicio N° 2 de la Sección Dirección de Promoción del Turismo que está contemplada en la Carta de Servicios de PROMPERÚ, aprobada por Resolución de Secretaría General N° 178-2015-PROMPERÚ/SG y modificatorias. Para tal caso, las medidas adoptadas son las mismas que se detallan para las Ferias Internacionales de Turismo. Medidas que están vigentes hasta el 31 de diciembre de 2023 y aprobadas mediante Resolución de Gerencia General N° 000264-2022-PROMPERU/GG, de fecha 04 de noviembre de 2022, que prorroga el plazo de exoneración contemplado en la Resolución de Gerencia General N° 197-2021- PROMPERÚ/GG.

1.4 RESULTADOS LOGRADOS EN LA POBLACIÓN

Se pudo convocar a más empresas internacionales especializadas en segmentos para cubrir las diversas necesidades del mercado emisor y poder mantener el relacionamiento entre la cadena comercial extranjera y los co-expositores peruanos generando ese vínculo comercial que se debilitó durante la pandemia.

1.5 LIMITACIONES Y DIFICULTADES

Las limitaciones iniciales fueron no poder contar con eventos presenciales y la incertidumbre que ocasionaba cada ola de covid 19, especialmente con el constante cambio de reglas para entrar y poder salir del país para los turistas extranjeros.

2. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO EN EL CARGO PARA LOGRAR EFICIENCIA EN LA PROVISIÓN DEL SERVICIO ?

2.1 MEJORA DE PROCESOS (REDUCCIÓN DE PASOS EN EL PROCESO)

El no pagar la participación en los

workshops o ruedas de negocios redujo el trámite administrativo correspondiente al pago.

2.2 REDUCCIÓN DE TIEMPOS

De igual manera, al no haber pago para participación, redujo el tiempo de aceptación de aplicaciones, sin embargo al no haber pago se recibieron más inscripciones que en años que sí se cobraba.

2.3 REDUCCIÓN DE COSTOS

Dadas las medidas establecidas en la Resolución de Gerencia General N° 055-2020-PROMPERÚ/GG y sus prórrogas adoptadas, para la sección Dirección de Promoción del Turismo Servicio N° 2 Workshops Internacionales de Turismo, se ha exceptuado a las empresas Coexpositoras del pago de la cuota de participación hasta el 31 de diciembre de 2023.

2.4 ATENCIÓN OPORTUNA A LA POBLACIÓN

Se mantuvo el contacto con los empresarios peruanos para que puedan participar de manera gratuita en los eventos de promoción turística internacional de PROMPERÚ, a través de sus diferentes Especialistas de Turismo.

3. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO EN EL CARGO PARA INCREMENTAR LA CALIDAD EN EL SERVICIO ?

3.1 ESTADO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL INICIAR LA GESTIÓN

Las ruedas de negocios y workshops se encontraban en modo virtual o híbrido debido a la pandemia del covid-19 y su consecuente emergencia sanitaria. Se reactivaron en su totalidad de manera presencial a partir del año 2022 de acuerdo a las aprobaciones de los organizadores de cada evento. La calidad de los eventos fue óptima ya que PROMPERÚ invita a tour operadores internacionales que no vendan Perú o que puedan ampliar su cartera de productos de nuestro país diversificando regiones o ampliando los días de estadía. La meta siempre es que Perú sea vendido como mono-destino.

3.2 MEDIDAS ADOPTADAS

Las ruedas de negocios y workshops se reactivaron en su totalidad de manera presencial a partir del año 2022 de acuerdo a las aprobaciones de los organizadores de cada evento.

3.3 ESTADO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL FINALIZAR LA GESTIÓN

Durante el 2021 y 2022 la calidad de compradores internacionales que participaron en las ruedas de negocios o workshops gestionados por PROMPERÚ fue óptima, Los co expositores peruanos tuvieron citas comerciales que ayudan a mantener el posicionamiento de nuestro destino en su cartera de productos, así como la actualización de nuestros circuitos turísticos post covid. El objetivo es generar nuevos negocios para la captación de más turistas internacionales. Estas ruedas de negocios se desarrollan en los principales mercados receptivos. 2021: Potencial de negocios US\$ 8,501,53 2022 Potencial de negocios esperado US\$ 18 806 900.00

4. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO PARA QUE LA PROVISIÓN DEL SERVICIO , RESUELVE EL PROBLEMA DE LA POBLACIÓN (EFICACIA) DURANTE EL PERÍODO EN EL CARGO?

4.1 OBJETIVOS ESTABLECIDOS AL INICIO DE LA GESTIÓN

Poder

trabajar de la mano con el sector privado incentivando y siendo guías para su participación en eventos de promoción internacional comerciales del sector turismo. Para efectos de la coyuntura durante este periodo, se ha visto por conveniente prorrogar el plazo que exceptúa el cobro de la cuota de participación en Workshops Internacionales de Turismo a través de la Resolución de Gerencia General N° 000264-2022-PROMPERU/GG.

4.2 OBJETIVOS LOGRADOS AL FINAL DE LA GESTIÓN

Dada

la exoneración y a efectos de la pandemia, durante el 2021 se han implementado los workshops virtuales, en los que se tuvo la participación de 138 empresas Coexpositoras. Así también, durante el 2022 en el retorno a la modalidad presencial se obtuvo una participación de 97 empresas, que al detalle se muestran en la Tabla 1.

5. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO PARA QUE EL SERVICIO MEJORE SU ENTREGA A TIEMPO O CONVENIENTE (OPORTUNIDAD) DURANTE EL PERÍODO EN EL CARGO?

5.1 LA SITUACIÓN DE ENTREGA DEL SERVICIO AL INICIAR LA GESTIÓN

Las Ruedas de negocios y workshops se encontraban dentro del Plan Operativo Institucional 2021 de manera virtual e híbrida en el 2022 por lo que se contaba con el presupuesto para poder ejecutarlo de manera oportuna.

5.2 MEDIDAS ADOPTADAS PARA BRINDAR UN SERVICIO OPORTUNO

Los procesos administrativos se trabajan tan pronto empieza el año fiscal con el presupuesto asignado para dicha actividad. Se brindó el servicio de manera oportuna para que los empresarios peruanos participantes puedan tener una agenda de citas robusta con un potencial de negocios a mediano plazo.

5.3 LA SITUACIÓN DE ENTREGA DEL SERVICIO A FINALIZAR LA GESTIÓN

Se obtuvieron las siguientes metas: 2021:

Potencial de negocios US\$ 8,501,53 2022 Potencial de negocios esperado US\$ 18 806 900.00

6. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO A CARGO PARA ASEGURAR EL USO ADECUADO DE RECURSOS FINANCIEROS (ECONOMÍA) EN LA GESTIÓN DEL SERVICIO ?

6.1 SITUACIÓN DE LOS RECURSOS FINANCIEROS AL INICIAR LA GESTIÓN

Disponibilidad de los recursos

financieros aprobados por el Consejo Directivo de PROMPERÚ para la realización de ferias internacionales en los principales mercados emisores e incluidos en el plan operativo institucional de la Dirección de Promoción del Turismo.

6.2 MEDIDAS ADOPTADAS PARA EL USO ADECUADO DE LOS RECURSOS FINANCIEROS

Seguimiento de los procesos administrativos a través de la Gerencia General hacia la Oficina General de Administración para la contratación de espacios e implementación de workshops.

6.3 SITUACIÓN DE LOS RECURSOS FINANCIEROS AL FINALIZAR LA GESTIÓN

De lo proyectado en las actividades del Plan Operativo Institucional 2021 y 2022 se ha comprometido el total del presupuesto asignado.

Detalle del cumplimiento del servicio: PROGRAMA COMERCIAL PARA EMPRESAS TURÍSTICAS

1. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO EN EL CARGO PARA INCREMENTAR LA COBERTURA EN EL SERVICIO ?

1.1 ESTADO EN QUE SE ENCONTRÓ EL SERVICIO PUBLICO

Al 2021, el Programa Comercial para Empresas Turísticas constaba de 19 cursos. Cabe resaltar que la capacitación empezó en formato presencial en febrero del 2020, sin embargo, producto de la pandemia ocasionada por el COVID-19, migraron a formato virtual en abril del 2020. De esta manera, a julio del 2021, se habían dictado 17 cursos (13 en el 2020 y 4 en el 2021).

Es así que, la Subdirección de Inteligencia y Prospectiva turística hasta julio 2021, hacía seguimiento a 3 promociones:

Promoción 2020 - I Semestre: Había realizado 10 de 19 cursos

Promoción 2020 - II Semestre: Había realizado 6 de 19 cursos

Promoción 2021: Había realizado 1 de 19 cursos

El Programa formaba parte de la Ruta de la Competitividad Turística, la cual articulaba 5 programas ofrecidos por MINCETUR: Programa Comercial, Turismo Emprende, Sistema de aplicación de buenas prácticas (SABP), Programa para el fortalecimiento de competencias (PFC) y Evaluación y certificación de competencias laborales. De esta manera, se unían programas organizados de PROMPERÚ como de CENFOTUR y del Viceministerio de Turismo.

Sin embargo, después de la pandemia, los programas articulados que se mantuvieron vigentes fueron Turismo Emprende y el Programa Comercial.

1.2 PRINCIPALES INDICADORES

¿
Número de cursos dictados.

¿
Número de empresas mipymes capacitadas.

1.3 MEDIDAS ADOPTADAS

Se realizó un cambio de la carta de servicios y malla curricular del programa, optimizando el contenido de los 19 cursos planteados inicialmente a 10 cursos prácticos, reduciendo la cantidad de horas lectivas de 16 a 10 horas. Dicha modificación, facilitó dar espacio al ingreso de una nueva promoción de beneficiarios de 52 empresas beneficiarias.

Considerando la modificación en los servicios de la Ruta de la Competitividad, ya antes mencionada, se reorientó la estrategia de posicionamiento del programa a fin de facilitar la comunicación a las empresas interesadas. De esta manera, se cambió el nombre de Programa Comercial de la Ruta de la Competitividad Turística por ¿Programa Comercial para Empresas Turísticas¿.

Asimismo, los horarios de los cursos se reubicaron de acuerdo a la disponibilidad de las empresas beneficiarias en la etapa de reactivación a fin de que estas puedan cumplir con sus labores y al mismo tiempo contar con un espacio para la formación y profesionalización.

1.4 RESULTADOS LOGRADOS EN LA POBLACIÓN

¿
31 cursos realizados (11 cursos realizados en el 2021 y 20 cursos realizados en el 2022).

¿
123 empresas han aprobado al menos 1 curso del Prog. Comercial

1.5 LIMITACIONES Y DIFICULTADES

La pandemia trajo consigo que diversas empresas del sector migren a otro tipo de actividades así como enfoquen sus esfuerzos en actividades relacionadas a las ventas, dejando de lado las capacitaciones del equipo de trabajo, para lo cual se optó por la reorganización de los horarios.

La reactivación de la actividad turística ha reducido la disponibilidad de tiempo que cuentan los empresarios para capacitarse. Por ello, el cambio de la malla curricular ha sido clave, para adaptarse al contexto actual.

2. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO EN EL CARGO PARA LOGRAR EFICIENCIA EN LA PROVISIÓN DEL SERVICIO ?

2.1 MEJORA DE PROCESOS (REDUCCIÓN DE PASOS EN EL PROCESO)

Se modificó la carta de servicios del programa, haciendo cambios en:

¿
Malla curricular (de 19 a 10 cursos).

¿
Diferenciación del proceso de inscripción al programa, respecto a la matrícula de cada curso.

2.2 REDUCCIÓN DE TIEMPOS

El cambio en la carta de servicios permitió simplificar la inscripción a los cursos, anteriormente los beneficiarios debían completar una ficha (la cual era firmada por su representante legal) y remitida por ventanilla virtual, por cada curso.

Tras el cambio, la empresa sólo debe de presentar un formato de admisión firmado por su representante legal para inscribirse en el programa vía Ventanilla Virtual. Para la matrícula de cada curso, sólo debía completar un formulario online.

2.3 REDUCCIÓN DE COSTOS

La reducción de cursos por el cambio de la malla curricular, así como la disminución en la carga de horas lectivas redujo el presupuesto en el programa.

De igual manera, se recurrió a funcionarios de PROMPERU expertos en la materia para el dictado de sesiones que forman parte del programa comercial, no requiriendo la contratación de docentes adicionales para dichas sesiones y brindando experiencias propias del sector.

2.4 ATENCIÓN OPORTUNA A LA POBLACIÓN

Cada

promoción del programa comercial cuenta con un tutor, el cual los acompaña durante los 10 cursos que forman parte de la capacitación. Esta función es clave porque guía y resuelve las dudas y consultas que puedan tener los beneficiarios así como también sirve de nexo entre los docentes especializados y los alumnos.

3. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO EN EL CARGO PARA INCREMENTAR LA CALIDAD EN EL SERVICIO ?

A fin de brindar información actualizada, se optó por realizar actualizaciones de sílabos de los cursos y casos prácticos de acuerdo a la situación de mercado (diferenciando la situación pre y postcuarentena)

Se invitó a funcionarios públicos que trabajan en PROMPERU a compartir sus experiencias a través de diversas sesiones prácticas.

3.1 ESTADO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL INICIAR LA GESTIÓN

Incrementar la proporción de beneficiarios que provienen de otras regiones, distintas a Lima y Cusco.

3.2 MEDIDAS ADOPTADAS

Se priorizó la estrategia de difusión del programa en diversas regiones a fin de captar potenciales empresas a beneficiar.

3.3 ESTADO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL FINALIZAR LA GESTIÓN

Entre el periodo de

gestión, se incrementó la proporción de empresas que participan en el programa y no pertenecen a Lima o Cusco de 17% a 33%, siendo la región Arequipa quien encabeza la diversificación.

4. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO PARA QUE LA PROVISIÓN DEL SERVICIO , RESUELVE EL PROBLEMA DE LA POBLACIÓN (EFICACIA) DURANTE EL PERÍODO EN EL CARGO?

A través del diagnóstico

del sector así como el estudio de brechas digitales, se identificó que las empresas localizadas en las regiones tienen mayores brechas para el desarrollo sus acciones y estrategias comerciales. Asimismo, se determinó que la mayoría de las empresas beneficiadas del programa provenían de Lima y Cusco, es por ello, que se obtuvo por la diversificación de los beneficiarios optando por la difusión y captación de posibles empresas en otras regiones.

4.1 OBJETIVOS ESTABLECIDOS AL INICIO DE LA GESTIÓN

Incrementar la proporción de beneficiarios que provienen de otras regiones, distintas a Lima y Cusco.

4.2 OBJETIVOS LOGRADOS AL FINAL DE LA GESTIÓN

Antes del periodo de gestión, se

incrementó la proporción de empresas que participan en el programa y no pertenecen a Lima o Cusco de 17% a 33%, siendo la región Arequipa quien encabeza la diversificación.

5. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO PARA QUE EL SERVICIO MEJORE SU ENTREGA A TIEMPO O CONVENIENTE (OPORTUNIDAD) DURANTE EL PERÍODO EN EL CARGO?

5.1 LA SITUACIÓN DE ENTREGA DEL SERVICIO AL INICIAR LA GESTIÓN

Actualmente, las empresas beneficiadas únicamente requieren la realización de un curso para culminar el programa, el cual deberá de dictarse al inicio del 2023. Luego de ello, las empresas podrán optar por participar en la pasantía internacional. Adicionalmente, a inicios del 2023 se tiene planificado el inicio de la convocatoria de la primera promoción de 2023.

5.2 MEDIDAS ADOPTADAS PARA BRINDAR UN SERVICIO OPORTUNO

Se tiene planificado la conversión de 5 cursos a opción asincrónica lo cual permitirá que los beneficiarios lleven los cursos de acuerdo a sus horarios dispobiles.

5.3 LA SITUACIÓN DE ENTREGA DEL SERVICIO A FINALIZAR LA GESTIÓN

Actualmente se cuenta con 100 empresas próximas a culminar el programa.

6. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO A CARGO PARA ASEGURAR EL USO ADECUADO DE RECURSOS FINANCIEROS (ECONOMÍA) EN LA GESTIÓN DEL SERVICIO ?

6.1 SITUACIÓN DE LOS RECURSOS FINANCIEROS AL INICIAR LA GESTIÓN

El costo promedio de cada curso virtual del programa (de 16 horas lectivas) al inicios de la gestión era S/.3,162 soles

6.2 MEDIDAS ADOPTADAS PARA EL USO ADECUADO DE LOS RECURSOS FINANCIEROS

Debido a la tasa de deserción de los beneficiarios, producto de los acontecimientos de la crisis biosanitaria, se identificó aquellos grupos que se podían fusionar para llevar un mismo curso optimizando el aforo disponible, así como los recursos de financiamiento de los mismos. De esta manera, se optimizó la contratación de dictado de cursos, aprovechando mejor el aforo de los mismos.

Asimismo, hubo una reducción de horas lectivas y cantidad de los cursos por el cambio de malla curricular.

6.3 SITUACIÓN DE LOS RECURSOS FINANCIEROS AL FINALIZAR LA GESTIÓN

Las medidas adoptadas permitieron que se optimizara el presupuesto, siendo en la actualidad el costo promedio de cada curso virtual del programa (de 10 horas lectivas)S/.2,215. Lográndose una reducción cerca al 30% del costo, respecto al formato anterior.

Detalle del cumplimiento del servicio: PROGRAMAS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

1. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO EN EL CARGO PARA INCREMENTAR LA COBERTURA EN EL SERVICIO ?

1.1 ESTADO EN QUE SE ENCONTRÓ EL SERVICIO PUBLICO

Es un servicio, parte de la Ruta

Exportadora donde, a julio del 2021, se encontraban participando 2895 empresas, de las cuales el 30% son empresas exportadoras; estas empresas participaron en 108 actividades a nivel nacional siendo los principales sectores Agronegocios con una participación del 52%, Industria de la vestimenta y decoración con 22%, Manufactura Diversas con 15%, Servicios con 6% y Pesca y Acuicultura con 5%.

1.2 PRINCIPALES INDICADORES

Número de empresas asistidas.

1.3 MEDIDAS ADOPTADAS

Virtualización del servicio.

1.4 RESULTADOS LOGRADOS EN LA POBLACIÓN

Programa Buenas Prácticas de Mercadeo y

Manufacturas ¿BPMM: Se realizó auditorías internas a 05 empresas de la región Arequipa, quienes ya llevaron el Programa de Buenas Prácticas de Mercadeo y Manufactura; al finalizar el proceso de auditorías, las empresas quedaban listas para pasar la auditoría de certificación BPMM. Esta edición del Programa fue coordinada con la Oficina de la Macro-región Sur Oeste.

Programa ISO 9001: Se desarrolló un programa de implementación de la norma ISO 9001 en 09 empresas del sector servicios en coordinación con la Oficina Macro-Regional Sur Este. Este programa incluye la realización del diagnóstico inicial, capacitaciones, asistencia técnica y auditoría interna, previo a la auditoría de certificación ISO 9001. El programa tuvo una duración de 03 meses.

Apoyo a empresas al programa INNOVATE:

Se viene apoyando a 9 empresas exportadoras a realizar el expediente para postular a los fondos de INNOVATE para acceder a financiamiento para la implementación y certificación de sistemas de gestión de calidad.

1.5 LIMITACIONES Y DIFICULTADES

Los

cambios en los procedimientos y en los procesos administrativos implicaron demoras en la ejecución de algunos proyectos, sobre todo en la primera parte del 2022. Sumado a lo anterior, la falta de recursos humanos en las áreas usuarias y en las áreas administrativas y de apoyo impactó negativamente en la programación de las actividades.

2. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO EN EL CARGO PARA LOGRAR EFICIENCIA EN LA PROVISIÓN DEL SERVICIO ?

2.1 MEJORA DE PROCESOS (REDUCCIÓN DE PASOS EN EL PROCESO)

Virtualización del servicio.

2.2 REDUCCIÓN DE TIEMPOS

Eficiencia logística por reducción de tiempos.

2.3 REDUCCIÓN DE COSTOS

Reducción de costos por virtualización del servicio.

2.4 ATENCIÓN OPORTUNA A LA POBLACIÓN

Puntualidad, pertinencia y oportunidad en la dación del servicio.

3. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO EN EL CARGO PARA INCREMENTAR LA CALIDAD EN EL SERVICIO ?

3.1 ESTADO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL INICIAR LA GESTIÓN

Optimo.

3.2 MEDIDAS ADOPTADAS

Encuestas de satisfacción.

3.3 ESTADO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL FINALIZAR LA GESTIÓN

Optimo.

4. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO PARA QUE LA PROVISIÓN DEL SERVICIO , RESUELVE EL PROBLEMA DE LA POBLACIÓN (EFICACIA) DURANTE EL PERÍODO EN EL CARGO?

4.1 OBJETIVOS ESTABLECIDOS AL INICIO DE LA GESTIÓN

Acceso masivo del servicio.

4.2 OBJETIVOS LOGRADOS AL FINAL DE LA GESTIÓN

Masificación del servicio por virtualización.

5. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO PARA QUE EL SERVICIO MEJORE SU ENTREGA A TIEMPO O CONVENIENTE (OPORTUNIDAD) DURANTE EL PERÍODO EN EL CARGO?

5.1 LA SITUACIÓN DE ENTREGA DEL SERVICIO AL INICIAR LA GESTIÓN

Optima.

5.2 MEDIDAS ADOPTADAS PARA BRINDAR UN SERVICIO OPORTUNO

Encuestas de satisfacción.

5.3 LA SITUACIÓN DE ENTREGA DEL SERVICIO A FINALIZAR LA GESTIÓN

Optima.

6. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO A CARGO PARA ASEGURAR EL USO ADECUADO DE RECURSOS FINANCIEROS (ECONOMÍA) EN LA GESTIÓN DEL SERVICIO ?

6.1 SITUACIÓN DE LOS RECURSOS FINANCIEROS AL INICIAR LA GESTIÓN

Recursos asignados de acuerdo al Plan

Operativo Institucional aprobado.

6.2 MEDIDAS ADOPTADAS PARA EL USO ADECUADO DE LOS RECURSOS FINANCIEROS

Ejecución

presupuestal del Plan Operativo Institucional aprobado.

6.3 SITUACIÓN DE LOS RECURSOS FINANCIEROS AL FINALIZAR LA GESTIÓN

Recursos eficientemente ejecutados, de acuerdo al Plan Operativo Institucional aprobado.

Detalle del cumplimiento del servicio: PROGRAMAS DE PLANES DE NEGOCIOS DE EXPORTACIÓN - PLANEX

1. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO EN EL CARGO PARA INCREMENTAR LA COBERTURA EN EL SERVICIO ?

1.1 ESTADO EN QUE SE ENCONTRÓ EL SERVICIO PUBLICO

Es un servicio, parte de la Ruta Exportadora donde, a julio del 2021, se encontraban participando 2895 empresas, de las cuales el 30% son empresas exportadoras; estas empresas participaron en 108 actividades a nivel nacional siendo los principales sectores Agronegocios con una participación del 52%, Industria de la vestimenta y decoración con 22%, Manufactura Diversas con 15%, Servicios con 6% y Pesca y Acuicultura con 5%.

1.2 PRINCIPALES INDICADORES

Número de empresas asistidas.

1.3 MEDIDAS ADOPTADAS

Virtualización del servicio.

1.4 RESULTADOS LOGRADOS EN LA POBLACIÓN

Este programa se reconvirtió en la ruta exportadora desde el año 2012. La Ruta Exportadora es un sistema de gestión, con más de 120 servicios empresariales ofrecidos por PROMPERU para el fortalecimiento y consolidación de la competitividad de las empresas peruanas que buscan la internacionalización.

Modalidades:

Modalidad Ruta Exportadora Empresarial fueron 126, con una etapa de inducción exportadora, Ruta Básica, Ruta Intermedio, y Ruta Avanzada, las mismas que presentan servicios exclusivos en cada una de ellas.

Modalidad Ruta Exportadora Especializada fueron 224, compuesta por servicios exclusivos en cada una de ellas por tipo de productos y de acuerdo al sector exportador priorizado.

Modalidad Ruta Exportadora Producto ¿ Mercado fueron 39, compuesta por servicios exclusivos en cada una de ellas por tipo de productos orientado a un mercado internacional específico.

Entre el periodo indicado se desarrollaron las Rutas Exportadoras Especializadas, de acuerdo a las necesidades de las empresas sectoriales interesadas en incrementar su competitividad para ingresar al mercado internacional.

En ese sentido, se realizan las Rutas Exportadoras de Cacao y Chocolate, Café Especial, Jengibre, Granos Andinos, Superalimentos, Servicios de Exportación, Prendas de bebe, Prendas de Alpaca y Algodón, Decoración para el Hogar, Ingredientes Naturales, Equipamiento de Alimento, Metalmecánica, Maderas y sus Manufacturas y Trucha. Adicionalmente se desarrollaron rutas exportadoras por Producto ¿ Mercado, Brasil, Colombia, Bolivia, México, Ecuador y Panamá.

Fueron 8,589 las empresas que participaron en la Ruta Exportadora. De ellas, 2294 eran empresas exportadoras entre enero y diciembre del 2021. El número de mercados internacionales a donde se dirigieron sus exportaciones fueron 161 mercados.

1.5 LIMITACIONES Y DIFICULTADES

Los

cambios en los procedimientos y en los procesos administrativos implicaron demoras en la ejecución de algunos proyectos, sobre todo en la primera parte del 2022. Sumado a lo anterior, la falta de recursos humanos en las áreas usuarias y en las áreas administrativas y de apoyo impactó negativamente en la programación de las actividades.

2. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO EN EL CARGO PARA LOGRAR EFICIENCIA EN LA PROVISIÓN DEL SERVICIO ?

2.1 MEJORA DE PROCESOS (REDUCCIÓN DE PASOS EN EL PROCESO)

Virtualización del servicio.

2.2 REDUCCIÓN DE TIEMPOS

Eficiencia logística por reducción de tiempos.

2.3 REDUCCIÓN DE COSTOS

Reducción de costos por virtualización del servicio.

2.4 ATENCIÓN OPORTUNA A LA POBLACIÓN

Puntualidad, pertinencia y oportunidad en la dación del servicio.

3. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO EN EL CARGO PARA INCREMENTAR LA CALIDAD EN EL SERVICIO ?

3.1 ESTADO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL INICIAR LA GESTIÓN

Óptimo.

3.2 MEDIDAS ADOPTADAS

Encuestas de satisfacción.

3.3 ESTADO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL FINALIZAR LA GESTIÓN

Óptimo.

4. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO PARA QUE LA PROVISIÓN DEL SERVICIO , RESUELVE EL PROBLEMA DE LA POBLACIÓN (EFICACIA) DURANTE EL PERÍODO EN EL CARGO?

4.1 OBJETIVOS ESTABLECIDOS AL INICIO DE LA GESTIÓN

Acceso masivo del servicio.

4.2 OBJETIVOS LOGRADOS AL FINAL DE LA GESTIÓN

Masificación del servicio por virtualización.

5. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO PARA QUE EL SERVICIO MEJORE SU ENTREGA A TIEMPO O CONVENIENTE (OPORTUNIDAD) DURANTE EL PERÍODO EN EL CARGO?

5.1 LA SITUACIÓN DE ENTREGA DEL SERVICIO AL INICIAR LA GESTIÓN

Optima.

5.2 MEDIDAS ADOPTADAS PARA BRINDAR UN SERVICIO OPORTUNO

Encuestas de satisfacción.

5.3 LA SITUACIÓN DE ENTREGA DEL SERVICIO A FINALIZAR LA GESTIÓN

Optima.

6. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO A CARGO PARA ASEGURAR EL USO ADECUADO DE RECURSOS FINANCIEROS (ECONOMÍA) EN LA GESTIÓN DEL SERVICIO ?

6.1 SITUACIÓN DE LOS RECURSOS FINANCIEROS AL INICIAR LA GESTIÓN

Recursos asignados de acuerdo al Plan

Operativo Institucional aprobado.

6.2 MEDIDAS ADOPTADAS PARA EL USO ADECUADO DE LOS RECURSOS FINANCIEROS

Ejecución

presupuestal del Plan Operativo Institucional aprobado.

6.3 SITUACIÓN DE LOS RECURSOS FINANCIEROS AL FINALIZAR LA GESTIÓN

Recursos eficientemente ejecutados, de acuerdo al Plan Operativo Institucional aprobado.

Detalle del cumplimiento del servicio: PROGRAMAS Y TALLERES ESPECIALIZADOS ADOC (CENTRO DE OPORTUNIDADES DIGITALES DE APEC) PERÚ.

1. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO EN EL CARGO PARA INCREMENTAR LA COBERTURA EN EL SERVICIO ?

1.1 ESTADO EN QUE SE ENCONTRÓ EL SERVICIO PUBLICO

Es un servicio, parte de la Ruta

Exportadora donde, a julio del 2021, se encontraban participando 2895 empresas,

de las cuales el 30% son empresas exportadoras; estas empresas participaron en

108 actividades a nivel nacional siendo los principales sectores Agronegocios

con una participación del 52%, Industria de la vestimenta y decoración con 22%,

Manufactura Diversas con 15%, Servicios con 6% y Pesca y Acuicultura con 5%.

1.2 PRINCIPALES INDICADORES

Número de usuarios.

1.3 MEDIDAS ADOPTADAS

Virtualización del servicio.

1.4 RESULTADOS LOGRADOS EN LA POBLACIÓN

Los

programas y talleres especializados en exportaciones registraron en su conjunto

8279 participantes pertenecientes a 1879 empresas exportadoras y con potencial

exportador durante el período. Entre los programas más destacados se encuentran marketing digital, comercio electrónico transfronterizo, logística para comercio electrónico, técnicas de negociación a través de canales digitales y transformación digital. Asimismo, sobre las cifras presentadas es importante precisar que los talleres abiertos registraron para el mismo período 4116 participantes, dirigidos al público en general. Talleres especializados registraron la atención a 946 pymes y los programas registraron atención a un total de 587 pymes.

Por otro lado, es importante mencionar que actualmente desde el Laboratorio exportador se viene coordinando y gestionando la ejecución del Programa de Transformación Digital de la Pyme Exportadora (TDEX), el que fue creado en el 2019 como instrumento para promover la transformación digital de las pymes exportadoras y con potencial exportador, así como el desarrollo de estrategias digitales que le permita aprovechar oportunidades comerciales en la nueva economía digital. A la fecha el programa ha impactado a más de 175 empresas y ha realizado una medición del nivel de madurez digital a través de la herramienta Test de madurez digital, en más de 300 empresas de Lima y regiones.

1.5 LIMITACIONES Y DIFICULTADES

Los

cambios en los procedimientos y en los procesos administrativos implicaron demoras en la ejecución de algunos proyectos, sobre todo en la primera parte del 2022. Sumado a lo anterior, la falta de recursos humanos en las áreas usuarias y en las áreas administrativas y de apoyo impactó negativamente en la programación de las actividades.

2. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO EN EL CARGO PARA LOGRAR EFICIENCIA EN LA PROVISIÓN DEL SERVICIO ?

2.1 MEJORA DE PROCESOS (REDUCCIÓN DE PASOS EN EL PROCESO)

Virtualización del servicio.

2.2 REDUCCIÓN DE TIEMPOS

Eficiencia logística por reducción de tiempos.

2.3 REDUCCIÓN DE COSTOS

Reducción de costos por virtualización del servicio.

2.4 ATENCIÓN OPORTUNA A LA POBLACIÓN

Puntualidad, pertinencia y oportunidad en la dación del servicio.

3. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO EN EL CARGO PARA INCREMENTAR LA CALIDAD EN EL SERVICIO ?

3.1 ESTADO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL INICIAR LA GESTIÓN

Óptimo.

3.2 MEDIDAS ADOPTADAS

Encuestas de satisfacción.

3.3 ESTADO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL FINALIZAR LA GESTIÓN

Óptimo.

4. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO PARA QUE LA PROVISIÓN DEL SERVICIO , RESUELVE EL PROBLEMA DE LA POBLACIÓN (EFICACIA) DURANTE EL PERÍODO EN EL CARGO?

4.1 OBJETIVOS ESTABLECIDOS AL INICIO DE LA GESTIÓN

Acceso masivo del servicio.

4.2 OBJETIVOS LOGRADOS AL FINAL DE LA GESTIÓN

Masificación del servicio por virtualización.

5. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO PARA QUE EL SERVICIO MEJORE SU ENTREGA A TIEMPO O CONVENIENTE (OPORTUNIDAD) DURANTE EL PERÍODO EN EL CARGO?

5.1 LA SITUACIÓN DE ENTREGA DEL SERVICIO AL INICIAR LA GESTIÓN

Óptima.

5.2 MEDIDAS ADOPTADAS PARA BRINDAR UN SERVICIO OPORTUNO

Encuestas de satisfacción.

5.3 LA SITUACIÓN DE ENTREGA DEL SERVICIO A FINALIZAR LA GESTIÓN

Óptima.

6. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO A CARGO PARA ASEGURAR EL USO ADECUADO DE RECURSOS FINANCIEROS (ECONOMÍA) EN LA GESTIÓN DEL SERVICIO ?

6.1 SITUACIÓN DE LOS RECURSOS FINANCIEROS AL INICIAR LA GESTIÓN

Recursos asignados de acuerdo al Plan

Operativo Institucional aprobado.

6.2 MEDIDAS ADOPTADAS PARA EL USO ADECUADO DE LOS RECURSOS FINANCIEROS

Ejecución

presupuestal del Plan Operativo Institucional aprobado.

6.3 SITUACIÓN DE LOS RECURSOS FINANCIEROS AL FINALIZAR LA GESTIÓN

Recursos eficientemente ejecutados, de acuerdo al Plan Operativo Institucional aprobado.

Detalle del cumplimiento del servicio: PUBLICACIÓN DE OFERTAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS Y COMPLEMENTARIOS EN LA PLATAFORMA DIGITAL Y TÚ QUÉ PLANES

1. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO EN EL CARGO PARA INCREMENTAR LA COBERTURA EN EL SERVICIO ?

1.1 ESTADO EN QUE SE ENCONTRÓ EL SERVICIO PÚBLICO

El presente servicio ha sido recientemente incorporado en la Carta de Servicios de PROMPERÚ, a través de la Resolución 271-2022-PROMPERÚ/GG, con fecha del 10 de noviembre de este año.

1.2 PRINCIPALES INDICADORES

Número de ofertas y número de empresas inscritas.

1.3 MEDIDAS ADOPTADAS

Se dio a

conocer los nuevos procedimientos al equipo de la Subdirección de Turismo Interno y a las Oficinas de IPERÚ a nivel nacional, a fin de dar a conocer los nuevos requisitos y brindar asesoría sobre el proceso de inscripción de nuevas empresas y respecto a los procedimientos para la subida de ofertas en la plataforma digital Y TÚ QUÉ PLANES?.

1.4 RESULTADOS LOGRADOS EN LA POBLACIÓN

Se han recibido 11 ofertas y se han incorporado 08 empresas adicionales de las diferentes regiones del Perú, desde la fecha de publicación de la Resolución 271-2022-PROMPERÚ/GG el 10 de noviembre de este año.

1.5 LIMITACIONES Y DIFICULTADES

No se han encontrado dificultades a la fecha.

2. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO EN EL CARGO PARA LOGRAR EFICIENCIA EN LA PROVISIÓN DEL SERVICIO ?

2.1 MEJORA DE PROCESOS (REDUCCIÓN DE PASOS EN EL PROCESO)

El presente servicio ha sido recientemente incorporado en la Carta de Servicios de PROMPERÚ, a través de la Resolución 271-2022-PROMPERÚ/GG, con fecha del 10 de noviembre de este año, sin embargo; se han realizado las siguientes mejoras:

¿
Uso de un formulario virtual, disponible las 24 horas.

¿
Uso de la ventanilla virtual de PROMPERÚ para remitir el formato de Aceptación de Condiciones.

¿
Capacitaciones y asistencias virtuales para la inscripción y envío de ofertas.

2.2 REDUCCIÓN DE TIEMPOS

El proceso de inscripción, aprobación de la inscripción y publicación de una oferta se ha reducido a un máximo de 07 días hábiles.

2.3 REDUCCIÓN DE COSTOS

El servicio ¿Publicación de Ofertas de Servicios Turísticos y Complementarios en la Plataforma Digital Y TÚ QUÉ PLANES¿? no solicita un cobro de participación por lo que no se ha registrado reducción de costos.

2.4 ATENCIÓN OPORTUNA A LA POBLACIÓN

Se cuenta con un correo que se encuentra activo de lunes a viernes en horario de oficina (09:00 a.m. a 06:00 p.m.) para la atención de consultas del empresariado. Asimismo, se cuenta con un número de celular (991 769 166) el cual está habilitado para atender llamadas y consultas vía WhatsApp para una rápida atención.

3. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO EN EL CARGO PARA INCREMENTAR LA CALIDAD EN EL SERVICIO ?

3.1 ESTADO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL INICIAR LA GESTIÓN

El presente servicio ha sido recientemente incorporado en la Carta de Servicios de PROMPERÚ, a través de la Resolución 271-2022-PROMPERÚ/GG, con fecha del 10 de noviembre de este año.

3.2 MEDIDAS ADOPTADAS

No se presentan indicadores respecto a medidas adoptadas dado que el servicio ha sido recientemente incorporado en la Carta de Servicios de PROMPERÚ.

3.3 ESTADO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL FINALIZAR LA GESTIÓN

No se presentan indicadores

4. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO PARA QUE LA PROVISIÓN DEL SERVICIO , RESUELVE EL PROBLEMA DE LA POBLACIÓN (EFICACIA) DURANTE EL PERÍODO EN EL CARGO?

4.1 OBJETIVOS ESTABLECIDOS AL INICIO DE LA GESTIÓN

El presente servicio ha sido recientemente incorporado en la Carta de Servicios de PROMPERÚ, a través de la Resolución 271-2022-PROMPERÚ/GG, con fecha del 10 de noviembre de este año, por lo que el objetivo establecido para la gestión ha sido la incorporación de este instrumento de gestión en la Carta de servicios.

4.2 OBJETIVOS LOGRADOS AL FINAL DE LA GESTIÓN

No se tienen resultados obtenidos al cierre de la gestión, dado que este servicio ha sido recientemente incorporado en la Carta de Servicios de PROMPERÚ.

5. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO PARA QUE EL SERVICIO MEJORE SU ENTREGA A TIEMPO O CONVENIENTE (OPORTUNIDAD) DURANTE EL PERÍODO EN EL CARGO?

5.1 LA SITUACIÓN DE ENTREGA DEL SERVICIO AL INICIAR LA GESTIÓN

El presente servicio ha sido recientemente incorporado en la Carta de Servicios de PROMPERÚ, a través de la Resolución 271-2022-PROMPERÚ/GG, con fecha del 10 de noviembre de este año, por lo que al inicio de la gestión ha se contaba con este instrumento de gestión en la Carta de servicios.

5.2 MEDIDAS ADOPTADAS PARA BRINDAR UN SERVICIO OPORTUNO

No se presentan indicadores que nos permitan evaluar esta medida.

5.3 LA SITUACIÓN DE ENTREGA DEL SERVICIO A FINALIZAR LA GESTIÓN

No se presentan indicadores que nos permitan evaluar esta medida.

6. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO A CARGO PARA ASEGURAR EL USO ADECUADO DE RECURSOS FINANCIEROS (ECONOMÍA) EN LA GESTIÓN DEL SERVICIO ?

6.1 SITUACIÓN DE LOS RECURSOS FINANCIEROS AL INICIAR LA GESTIÓN

El presente servicio ha sido recientemente incorporado en la Carta de Servicios de PROMPERÚ, a través de la Resolución 271-2022-PROMPERÚ/GG, con fecha del 10 de noviembre de este año, no obstante este servicio no irroga en gastos ni recursos financieros para su ejecución.

6.2 MEDIDAS ADOPTADAS PARA EL USO ADECUADO DE LOS RECURSOS FINANCIEROS

Este servicio no irroga en gastos ni recursos financieros para su ejecución.

6.3 SITUACIÓN DE LOS RECURSOS FINANCIEROS AL FINALIZAR LA GESTIÓN

Este servicio no irroga en gastos ni recursos financieros para su ejecución.

Detalle del cumplimiento del servicio: SEMINARIOS DE MIÉRCOLES DEL EXPORTADOR

1. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO EN EL CARGO PARA INCREMENTAR LA COBERTURA EN EL SERVICIO ?

1.1 ESTADO EN QUE SE ENCONTRÓ EL SERVICIO PUBLICO

Es un servicio, parte de la Ruta Exportadora donde, a julio del 2021, se encontraban participando 2895 empresas, de las cuales el 30% son empresas exportadoras; estas empresas participaron en 108 actividades a nivel nacional siendo los principales sectores Agronegocios

con una participación del 52%, Industria de la vestimenta y decoración con 22%, Manufactura Diversas con 15%, Servicios con 6% y Pesca y Acuicultura con 5%.

1.2 PRINCIPALES INDICADORES

Número de asistentes.

1.3 MEDIDAS ADOPTADAS

Virtualización del servicio.

1.4 RESULTADOS LOGRADOS EN LA POBLACIÓN

En el período

del Informe se registraron 230 capacitaciones, registrando 10,432 visualizaciones vía streaming, 5,987 participantes en las sesiones de webinars, 12,656 espectadores únicos para las sesiones en vivo por Facebook Live. Los principales temas que se imparten están relacionados al proceso exportador y sus beneficios. Se incorporó en el presente año, para la dinámica de desarrollo del Miércoles del Exportador, jornadas temáticas por mes, que abordan tópicos como capacidad exportadora, aduanas y tributo, distribución física internacional, finanzas, comercio sostenible, gestión de calidad, tecnologías de la información y comunicación, marketing digital, transformación digital e innovación exportadora, comercio electrónico internacional y oportunidades en los mercados internacionales. Hoy en día los asistentes virtuales que cumplen ciertos requisitos de asistencia y permanencia en la conexión pueden contar también con una constancia digital que cuenta con registro blockchain, que permite certificar la autenticidad y existencia del documento en un momento del tiempo, mostrando evidencias digitales de registro en la blockchain.

1.5 LIMITACIONES Y DIFICULTADES

Los

cambios en los procedimientos y en los procesos administrativos implicaron demoras en la ejecución de algunos proyectos, sobre todo en la primera parte del 2022.

Sumado a lo anterior, la falta de recursos humanos en las áreas usuarias y en las áreas administrativas y de apoyo impactó negativamente en la programación de las actividades.

2. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO EN EL CARGO PARA LOGRAR EFICIENCIA EN LA PROVISIÓN DEL SERVICIO ?

2.1 MEJORA DE PROCESOS (REDUCCIÓN DE PASOS EN EL PROCESO)

Virtualización del servicio.

2.2 REDUCCIÓN DE TIEMPOS

Eficiencia logística por reducción de tiempos.

2.3 REDUCCIÓN DE COSTOS

Reducción de costos por virtualización del servicio.

2.4 ATENCIÓN OPORTUNA A LA POBLACIÓN

Puntualidad, pertinencia y oportunidad en la prestación del servicio.

3. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO EN EL CARGO PARA INCREMENTAR LA CALIDAD EN EL SERVICIO ?

3.1 ESTADO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL INICIAR LA GESTIÓN

Optimo.

3.2 MEDIDAS ADOPTADAS

Encuestas de satisfacción.

3.3 ESTADO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL FINALIZAR LA GESTIÓN

Optimo.

4. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO PARA QUE LA PROVISIÓN DEL SERVICIO , RESUELVE EL PROBLEMA DE LA POBLACIÓN (EFICACIA) DURANTE EL PERÍODO EN EL CARGO?

4.1 OBJETIVOS ESTABLECIDOS AL INICIO DE LA GESTIÓN

Acceso masivo del servicio.

4.2 OBJETIVOS LOGRADOS AL FINAL DE LA GESTIÓN

Masificación del servicio por

virtualización.

5. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO PARA QUE EL SERVICIO MEJORE SU ENTREGA A TIEMPO O CONVENIENTE (OPORTUNIDAD) DURANTE EL PERÍODO EN EL CARGO?

5.1 LA SITUACIÓN DE ENTREGA DEL SERVICIO AL INICIAR LA GESTIÓN

Optima.

5.2 MEDIDAS ADOPTADAS PARA BRINDAR UN SERVICIO OPORTUNO

Encuestas de

satisfacción.

5.3 LA SITUACIÓN DE ENTREGA DEL SERVICIO A FINALIZAR LA GESTIÓN

Optima.

6. ¿QUÉ DECISIONES HA TOMADO EN EL PERÍODO A CARGO PARA ASEGURAR EL USO ADECUADO DE RECURSOS FINANCIEROS (ECONOMÍA) EN LA GESTIÓN DEL SERVICIO ?

6.1 SITUACIÓN DE LOS RECURSOS FINANCIEROS AL INICIAR LA GESTIÓN

Recursos asignados de acuerdo al Plan Operativo Institucional aprobado.

6.2 MEDIDAS ADOPTADAS PARA EL USO ADECUADO DE LOS RECURSOS FINANCIEROS

Ejecución

presupuestal del Plan Operativo Institucional aprobado.

6.3 SITUACIÓN DE LOS RECURSOS FINANCIEROS AL FINALIZAR LA GESTIÓN

Recursos eficientemente ejecutados, de acuerdo

al Plan Operativo Institucional aprobado.

VI. ANEXOS DE LOS SISTEMAS DE ADMINISTRATIVOS POR UNIDAD EJECUTORA PRESUPUESTAL.

ANEXOS POR UNIDAD EJECUTORA:

COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU

Anexo 1: Sistema Nacional de Planeamiento estratégico.

Anexo 1.1 Presupuesto asignado para Acciones Estratégicas Institucionales (AEI) del Plan Estratégico Institucional (PEI)

Anexo 1.2 cumplimiento de metas de indicadores de Acciones Estratégicas Institucionales (AEI) del Plan Estratégico Institucional (PEI)

Anexo 2: Sistema Nacional de Presupuesto Público.

Anexo 2.1 A nivel de Unidad Ejecutora, toda Fuente de Financiamiento

Anexo 2.2 A nivel de Unidad Ejecutora por cada Fuente de Financiamiento.

Anexo 2.3 A Nivel de Unidad Ejecutora por Actividades y Proyectos

Anexo 2.4 Resumen a Nivel de Unidad Ejecutora por Función

Anexo 3: Sistema Nacional de Programación Multianual y Gestión de Inversiones

Anexo 3.1: Inversión pública

Anexo 3.2: Obras

Anexo 4: Sistema Nacional de Contabilidad

Anexo 4.1 Estados de situación Financiera por pliego

Anexo 4.2 Estados de Gestión por pliego.

Anexo 4.3 Estado de Cambios de Patrimonio Neto por unidad ejecutora

Anexo 4.4 Estado de Flujo de Efectivo por unidad ejecutora

Anexo 4.5 PP-1 Presupuesto Institucional de Ingresos

Anexo 4.6 PP-2 Presupuesto Institucional de Gastos

Anexo 4.7 EP-1 Estado de Ejecución del Presupuesto de Ingresos y Gastos

Anexo 5: Sistema Nacional de Tesorería

Anexo 5.1: Cartas Fianzas

Anexo 5.2: Documentos Valorados

Anexo 5.3: Fideicomisos

- Anexo 5.4: Saldos de Cuentas.
- Anexo 5.5: Titulares y Suplentes de las Cuentas
- Anexo 5.6: Últimos Giros Realizados en la Fecha de Corte.
- Anexo 6: Sistema Nacional de Endeudamiento
- Anexo 7: Sistema Nacional de Abastecimiento
 - Anexo 7.1: Procedimientos de selección (Convocados)
 - Anexo 7.2.1: Contratos
 - Anexo 7.2.2: Contratos de Terceros / Locación de Servicios
 - Anexo 7.3: Bienes Inmuebles y predios en propiedad
 - Anexo 7.4: Bienes Muebles:
 - Anexo 7.5: Bienes Muebles Vehículos / Maquinarias.
 - Anexo 7.6: Aplicativos Informáticos de la Entidad
- Anexo 8: Sistema Administrativo de Gestión de Recursos Humanos
 - Anexo 8.1 Personal CAP/CAS/Otras Modalidades
 - Anexo 8.2 Funcionarios Sancionados.
- Anexo 9: Sistema Nacional de Control
 - Anexo 9.1 Detalle de los informes de Control Posterior por Unidad Ejecutora
 - Anexo 9.2 Detalle de los informes de Control Simultáneo por Unidad Ejecutora
 - Anexo 9.3 Detalle de funcionarios con presunta responsabilidad administrativa - entidad