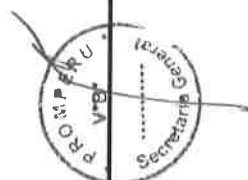
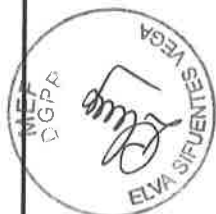


ANEXO 01
Matriz de Compromisos de Mejora de Desempeño de PROMPERU

Matriz de Compromisos PROMPERU

Área de Mejora	Recomendación	Compromiso	Medio de Verificación	Supuestos y/o comentarios
Carencia de Oficinas Comerciales propias al exterior del País	- Evaluación de impacto de ofic. propias en el exterior. - Cuantificación de recursos necesarios a fin de tener oficinas propias en el exterior. - Análisis de costos/beneficios del establecimiento de oficinas propias en el exterior. - Priorización de los países objetivo.	13.- Plan Estratégico de PROMPERU, incluyendo el funcionamiento de las Oficinas Comerciales en el exterior. POI 2013 incluyendo las actividades de las Oficinas Comerciales en el Exterior. Manual de Gestión Estratégica (Planeamiento, Presupuesto y Control de Gestión) que incluya el proceso y los criterios de priorización de mercados.	Resolución de Secretaría General y aprobación del Consejo Directivo del Plan Estratégico Institucional con los contenidos señalados para este compromiso, a Mayo del 2013. Aprobación del Consejo Directivo del POI 2013 que incorpora las actividades para las Oficinas Comerciales, a Junio del 2013. Resolución de Secretaría General que aprueba el Manual de Gestión Estratégica con los contenidos señalados para este compromiso, a Abril del 2013.	
TURISMO				
Falta de manuales de producción de servicios 	- Establecimiento de manuales los cuales hagan los servicios homogéneos y predecibles. - Comparación de los manuales con otras oficinas de promoción de turismo a fin de hacerlos más eficientes.	14.- Elaborar: 4 Documentos (manuales o procedimientos) de promoción de turismo (Ferias de Turismo, Press Tours, Door to Door, Alianzas Estratégicas). 4 Documentos (manuales o procedimientos) de promoción de turismo (Workshops, Campañas de Publicidad, Seminarios).	Resolución de Secretaría General que aprueba: 4 documentos de producción de servicios de promoción del turismo aprobados a Diciembre del 2013. 4 documentos de producción de servicios de promoción del turismo aprobados a Diciembre del 2014.	
	Desarrollar una consultoría que tenga por objetivos: - Estimar los impactos de PROMPERU analizando los factores que han influido para superar (o no) los objetivos planteados. - Identificar los principales beneficiarios de las acciones de PROMPERU y brindar herramientas a la entidad para analizar y fijar prioridades de público objetivo. - Brindar herramientas a PROMPERU para analizar la posibilidad de mejorar el impacto de sus intervenciones mediante la participación de los beneficiarios identificados.	15.- Manual de Gestión Estratégica (Planeamiento, Presupuesto y Control de Gestión) con una metodología que establece los criterios para priorizar el público objetivo (turista extranjero) tanto por país como por tipo de turista.	Resolución de Secretaría General que aprueba el Manual de Gestión Estratégica con los contenidos señalados para este compromiso, a Abril del 2013.	



Matriz de Compromisos PROMPERU

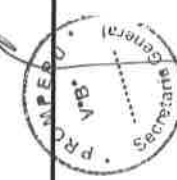
Área de Mejora	Recomendación	Compromiso	Medio de Verificación	Supuestos y/o comentarios
La asignación del presupuesto a la Subdirección de Promoción Comercial es mucho mayor a la de la Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial o la Subdirección de Servicios y Asistencia Empresarial (SAE). En ese sentido, PROMPERÚ centra sus actividades en la organización de ferias	Realizar una evaluación del impacto de los servicios proporcionados.	No aplica.	No aplica.	La efectividad de los instrumentos de promoción comercial depende de las estrategias que se adopten por país, por mercado, por tipo de producto. Por ello, no es posible determinar la efectividad de los instrumentos de manera individual sin tomar en cuenta el contexto específico en el que se aplica.
	- Modificar la priorización de los servicios proporcionados. Enfatizar el trabajo de generación de información y capacitación al sector productivo. - Incrementar el presupuesto de inteligencia y prospectiva comercial y de servicios y asistencia empresarial que responda a la evaluación o estudio realizado.	10.- Manual de Gestión Estratégica (Planeamiento, Presupuesto y Control de Gestión) que incluye los criterios y pasos para la determinación de las asignaciones presupuestales al interior de la Dirección de Promoción de Exportaciones y los criterios para la selección de herramientas de promoción de exportaciones en base a la estrategia que se plantee para cada caso.	Resolución de Secretaría General que aprueba el Manual de Gestión Estratégica con los contenidos señalados para este compromiso, a Abril del 2013.	
La división de la Subdirección de Promoción Comercial es en sectores productivos, cuyos funcionarios se encuentran agrupados principalmente a la organización de ferias.	- Evaluar el costo beneficios de que los sectores productivos sean transversales a la Dirección de Promoción de Comercio. - Implementar una organización en los cuales pueda existir mayor "chorreo" de información.	11.- Plan Estratégico de PROMPERÚ, que incorpore en su funcionamiento una lógica matricial con tres perspectivas (sectores, mercados y regiones).	Resolución de Secretaría General y aprobación del Consejo Directivo del Plan Estratégico Institucional con los contenidos señalados para este compromiso, a Mayo del 2013.	
Falta de Estrategias Interinstitucionales	- Diseño de Planes, a través de un análisis FODA de un sector específico, trabajo en áreas estratégicas, identificación de objetivos generales y acciones para el logro de dichos objetivos. - Reuniones intersectoriales con determinada frecuencia. - Establecimiento de cadenas productivas.	12.- Manual de Gestión Estratégica (Planeamiento, Presupuesto y Control de Gestión) que incluya la participación de las empresas y de otros sectores involucrados en materia empresarial (MINAG, PRODUCE, etc.).	Resolución de Secretaría General que aprueba el Manual de Gestión Estratégica con los contenidos señalados para este compromiso, a Abril del 2013.	
Duplicación de funciones con otras instituciones, tales como MINCETUR y PRODUCE	Reuniones de trabajo a fin de que se delimiten las funciones de cada institución de acuerdo con sus competencias y propósito de creación.	No aplica.	No aplica.	PROMPERÚ no está facultado para establecer el marco normativo y los mecanismos de coordinación entre las entidades que conforman el Sector Comercio Exterior Y Turismo.

Matriz de Compromisos PROMPERU

Área de Mejora	Recomendación	Compromiso	Medio de Verificación	Supuestos y/o comentarios
Desconocimiento de la población potencial	Contratación de una consultoría especializada para este propósito y así poder diseñar una estrategia ad-hoc.	4.- Diseño de una nueva metodología para identificar y cuantificar nuevas empresas con potencial exportador (cuya aplicación será coordinada con MINCETUR, MINAG, PRODUCE, Gobiernos Regionales, Gremios, Sierra Exportadora).	Resolución de Secretaría General que aprueba el diseño de la nueva metodología para identificar y cuantificar nuevas empresas con potencial exportador, a Diciembre del 2013.	
		5.- Diseño de un procedimiento que permitirá hacer seguimiento a los principales beneficiarios de los servicios de PROMPERU con miras a la implementación del sistema de Gestión de Relaciones con los Clientes (CRM).	Resolución de Secretaría General que aprueba el diseño del procedimiento que permitirá hacer seguimiento a los principales beneficiarios de los servicios de PROMPERU, a Diciembre del 2013.	
		6.- Aplicación del "Test del Exportador" a 800 nuevas empresas en el 2012; 800 nuevas empresas el 2013 y 500 nuevas empresas el 2014. Aplicación del "Test del Exportador" anualmente a las empresas ya identificadas previamente por PROMPERU, con potencial exportador.	Documento con los resultados de la aplicación del test del exportador a las empresas a Abril 2013, Febrero 2014 y Febrero 2015, respectivamente.	
	Identificar los principales beneficiarios de los servicios de PROMPERU. - Aplicación del "Test del exportador" de manera masiva. - Sistematizar esta información a fin de conocer las necesidades de los usuarios. - Establecimiento de una ruta del exportador clara con etapas bien definidas. - Establecimiento de criterios homogéneos a fin de seleccionar a los clientes.	7.- Implementación y operación del sistema de Gestión de Relaciones con los Clientes (CRM) por parte de la Dirección de Promoción de Exportaciones para Noviembre del 2014.	Documento sobre la implementación y puesta en marcha del CRM, a Diciembre del 2014.	
Desconocimiento de las características de la población atendida		8.- Diseño de una "Ruta del exportador" mejorada. Servicios de la "Ruta del exportador" incorporados dentro del CRM.	Resolución de Secretaría General que aprueba la "Ruta del exportador mejorada", a Setiembre del 2013. Servicios de la Ruta del exportador incorporados dentro del CRM a Noviembre del 2014.	
		9.- Manual o Procedimiento de Gestión de Relaciones con los Clientes (CRM) incluyendo criterios de ingreso y salida para las empresas que reciben servicios de PROMPERU. Este manual debe incluir como criterios: a) Los índices del test del exportador, b) El compromiso de la empresa manifestando su voluntad de fortalecerse a través de los servicios de PROMPERU y, c) Otros criterios objetivos para la selección de clientes.	Resolución de Secretaría General que aprueba el Manual o Procedimiento de Gestión de Relaciones con los Clientes (CRM) con los contenidos señalados para este compromiso, a Diciembre del 2013.	La primera etapa de la "Ruta del Exportador" contempla la realización del "Test del Exportador" y el "Mapa de Competitividad". Ambas encuestas tienen por objetivo determinar la potencialidad y actual capacidad de las empresas exportadoras nacionales o interesadas en exportar.



Matriz de Compromisos PROMPERU

Área de Mejora	Recomendación	Compromiso INSTITUCIONAL	Medio de Verificación	Supuestos y/o comentarios
Diseño e implantación de una Gestión por Resultados de la Institución	Elaboración de un Presupuesto por Productos que reemplace o, por lo menos, complemente al típico Presupuesto por insumos (line-item budget).	1.- Propuesta de Mejora del Diseño del Programa Presupuestal en materia de Promoción de las Exportaciones identificando productos, actividades e indicadores que concuerden a PROMPERU.	Informe con una Propuesta de Mejora del Diseño del Programa Presupuestal en materia de Promoción de las Exportaciones a Abril del 2013.	Dicha propuesta se realizará en el marco de la Directiva para los Programas Presupuestales en el Marco de la Programación y Formulación del Presupuesto del Sector Público para el Año Fiscal 2014.
Implantación de una Gestión por Resultados de la institución	Una vez elaborado el Presupuesto por Productos, definir indicadores de seguimiento a cada nivel de la cadena lógica para, en el futuro, empezar a asignar recursos por productos y resultados, y no basados sólo en insumos.			
Mejorar el sistema de medición de metas y objetivos y metas de mediano y largo plazo.	De acuerdo a las reuniones sostenidas con la Oficina de Presupuesto, se deberá consolidar la implementación de un sistema de indicadores que ya está en marcha. Es de esperar que la implementación del sistema esté complementado por procesos, procedimientos y reportes para control interno y para difusión pública.	2.- Primera etapa del Sistema de Gestión Estratégica en funcionamiento (involucra el Plan e Indicadores de la Dirección de Promoción de Exportaciones). Segunda etapa del Sistema de Gestión Estratégica en funcionamiento (involucra Plan e Indicadores de la Dirección de Promoción del Turismo).	Informe sobre la implementación del Sistema de Gestión Estratégica para su primera y segunda etapa para Diciembre 2013 y Diciembre 2014, respectivamente.	
Mejorar la medición de la eficiencia de las acciones de PROMPERÚ para la optimización de su gestión.	El sistema podría ser implementado a partir de las estadísticas de costos y metas físicas que genera la oficina de apoyo administrativo para contrataciones, adquisiciones y otras acciones principales para la consecución de las metas de PROMPERÚ.			
COMERCIO				
Falta de manuales de producción de servicios	- Establecimiento de manuales los cuales hagan los servicios homogéneos y predecibles. - Comparación de los manuales con otras oficinas de promoción comercial a fin de hacerlos más eficientes.	3.- Elaborar: 6 Documentos (manuales o procedimientos) de producción de servicios de promoción de exportaciones (Ferias de Exportaciones, Plataforma de Atención al Exportador, CENDOC, Seminarios Miércoles del Exportador, Programa Talleres Especializados ADOC, Programa de BPM). 4 Documentos (manuales o procedimientos) de producción de servicios de promoción de exportaciones (Misiones Comerciales, Días del Exportador, Planex, Test del Exportador). 4 Documentos (manuales o procedimientos) de producción de servicios de promoción de exportaciones (Ruedas de Negocio, Perfiles de Mercado, Mapa de Competitividad, Programa Coaching).	Resolución de Secretaría General que aprueba: 6 documentos de producción de servicios de promoción de exportaciones aprobados a Abril 2013. 4 documentos de producción de servicios de promoción de exportaciones aprobados a Diciembre del 2013. 4 documentos de producción de servicios de promoción de exportaciones aprobados a Diciembre del 2014.	   

MEF
DGPP
CARLOS CALDERON SEMINARIO

Oficina de Planeamiento y Presupuesto
PROMPERU