



# *Resolución Directoral*

**R.D. N° 082-2020-CENFOTUR/DN**

Barranco, 8 de setiembre de 2020

## **VISTO:**

El Acta de Consejo Directivo de la Sesión N° 358, de fecha 18 de agosto de 2020, que aprueba la Modificación del Plan Operativo Institucional 2020 del CENFOTUR, y el Informe N° 034-2020-GG/OPPD, de fecha 12 de agosto de 2020, emitido por la Oficina de Planificación Presupuesto y Desarrollo;

## **CONSIDERANDO:**

Que, el Centro de Formación en Turismo – CENFOTUR es un Organismo Público Ejecutor del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR, con autonomía académica, económica, financiera y administrativa de conformidad con el Decreto Ley N° 22155 – Ley Orgánica del Centro de Formación en Turismo – CENFOTUR, precisado por el Decreto Legislativo N° 1451; destinado a la formación, capacitación, especialización y certificación de los recursos humanos en el campo de la actividad turística;

Que, el literal t) del artículo 16° del Reglamento de Organización y Funciones del Centro de Formación en Turismo – CENFOTUR, aprobado mediante Decreto Supremo N° 016-2011-MINCETUR, establece entre otras, que es función de la Dirección Nacional presentar al Consejo Directivo el Presupuesto Anual, los Estados Financieros, la Memoria Anual Institucional, así como los Planes Anuales Académicos y Operativos;

Que, conforme al inciso l) del artículo 7° del mencionado Reglamento de Organización y Funciones del CENFOTUR, el Consejo Directivo tiene como función aprobar el Reglamento Interno de Trabajo, el Código de Ética, el Reglamento Académico, así como los Planes Anuales Académicos, Estratégicos y Operativos de la Entidad;

Que, mediante Resolución Directoral N° 032-2020-CENFOTUR/DN de fecha 20 de febrero de 2020, se formalizó la aprobación del Plan Operativo Institucional (Consistenciado) 2020, del Centro de Formación en Turismo – CENFOTUR aprobado por Consejo Directivo en la Sesión 355;



# Resolución Directoral

Que, mediante Informe N° 034-2020-GG/OPPD, de fecha 12 de agosto de 2020, la Oficina de Planificación, Presupuesto y Desarrollo, remite el Informe N° 043-2020-CENFOTUR/DN/GG/OPPD/UPD, de fecha 10 de agosto de 2020, emitido por la Unidad de Planeamiento y Desarrollo, en la que solicita modificar el Plan Operativo Institucional 2020, formalizado mediante Resolución Directoral N° 032-2020-CENFOTUR/DN, de fecha 20 de febrero de 2020;

Que, con fecha 18 de agosto de 2020, se llevó a cabo la Sesión N° 358 del Consejo Directivo, en la cual la Directora Nacional informa a los consejeros acerca de la planificación de los programas de estudio dentro de esta coyuntura, como se están manejando los cursos de extensión y cursos a medida, así como los cursos de competencias laborales que se estaban llevando de manera virtual, además se informó de la solicitud que se está haciendo al Ministerio de Economía y Finanzas de nuestra demanda adicional y los motivos que la sustentan, en ese sentido solicita la modificación del Plan Operativo Institucional - POI 2020;

Que, el Consejo Directivo luego de escuchar la propuesta por parte de la Dirección Nacional con relación a la modificación del Plan Operativo Institucional – POI 2020, los miembros del consejo directivo la aprobaron por unanimidad, emitiéndose el Acuerdo N° 462-358-2020;

Que, de acuerdo con los considerandos precedentes resulta necesario emitir la resolución correspondiente que formalice la Modificación del Plan Operativo Institucional;

Con la visación de Gerencia General, Oficina de Asesoría Jurídica y Oficina de Planificación, Presupuesto y Desarrollo;

De conformidad con el Decreto Ley N° 22155 - Ley Orgánica del CENFOTUR, precisado por el Decreto Legislativo N° 1451 y su Reglamento de Organización y Funciones aprobado por Decreto Supremo N° 016-2011-MINCETUR;

## **SE RESUELVE:**

**Artículo Primero.** - **FORMALIZAR** la modificación del Plan Operativo Institucional - POI 2020 del Centro de Formación en Turismo - CENFOTUR, aprobado por el Consejo Directivo mediante Acuerdo N° 462-358-2020 en Acta de Sesión N° 358, según se detalla en los anexos adjuntos (34 folios), los cuales forman parte integrante de la presente resolución.



# Resolución Directoral

**Artículo Segundo.** - **PONER** en conocimiento de todos los jefes de las oficinas, direcciones, subdirecciones y unidades del Centro de Formación en Turismo - CENFOTUR, el citado Plan para su correspondiente ejecución.

**Artículo Tercero.** - **ENCARGAR** a la Gerencia General la comunicación de la presente Resolución a las áreas respectivas, a fin de que implementen las acciones que estén en el ámbito de su competencia.

**Artículo Cuarto.** - **ENCARGAR** al responsable del Portal de Transparencia, la publicación de la presente Resolución en la página web del Centro de Formación en Turismo - CENFOTUR.

**Regístrese y comuníquese.**

Una firma manuscrita en azul que parece decir 'MB' o similar, con un trazo largo y horizontal que se extiende a la derecha.

**MADELINE BURNS VIDAURRÁZAGA**

Directora Nacional  
Centro de Formación en Turismo



**PLAN OPERATIVO  
INSTITUCIONAL  
(MODIFICADO)**

**2020**

**CENTRO DE FORMACIÓN EN TURISMO  
CENFOTUR**



## CONTENIDO

<b>DECLARACIÓN DE POLÍTICA INSTITUCIONAL</b> .....	<b>3</b>
<b>MARCO ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL</b> .....	<b>4</b>
VISION, MISION Y VALORES .....	4
<b>PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES</b> .....	<b>5</b>
DIRECCIÓN NACIONAL.....	6
GERENCIA GENERAL.....	8
DIRECCIÓN DE FORMACIÓN ACADÉMICA.....	10
DIRECCIÓN DE EXTENSIÓN EDUCATIVA .....	13
DIRECCIÓN DE GESTIÓN ACADÉMICA.....	16
OFICINA DE MARKETING INSTITUCIONAL.....	19
OFICINA DE PLANIFICACIÓN, PRESUPUESTO Y DESARROLLO .....	21
OFICINA DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS.....	23
OFICINA DE ASESORÍA JURÍDICA .....	26
OFICINA DE CONTROL INSTITUCIONAL .....	28
FILIAL CHICLAYO .....	30
FILIAL CUSCO .....	33



## DECLARACIÓN DE POLÍTICA INSTITUCIONAL

POLÍTICA INSTITUCIONAL	LINEAMIENTOS INSTITUCIONALES
<p>Diseñar y fortalecer políticas y modelos de intervención pública en el ámbito educativo y laboral, promoviendo una formación por competencias que facilita la movilidad educativa para la profesionalización del potencial humano e impulsando el fortalecimiento de la evaluación y certificación de las competencias laborales, con la finalidad de incrementar la productividad laboral y la competitividad de las empresas en la actividad turística. Generar, asimismo, espacios para la investigación, innovación y gestión del conocimiento que incentiven la reflexión, comprensión y valoración de la actividad turística, mejorando las propuestas educativas y laborales. Su accionar se desarrolla bajo un enfoque de inclusión social, gestión para resultados y estándares de calidad.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Promover el acceso inclusivo a la formación profesional, técnica y ocupacional.</li> <li>2. Garantizar la formación por competencias acorde a las necesidades del sector turismo.</li> <li>3. Fortalecer la evaluación y certificación de las competencias laborales.</li> <li>4. Fortalecer las empresas para la mejora de la calidad del servicio turístico.</li> <li>5. Promover investigación e innovación en la actividad turística.</li> <li>6. Incrementar el desempeño y capacidad de la gestión institucional con estándares de calidad que garanticen resultados para la sociedad.</li> <li>7. Cumplir con las disposiciones legales aplicables y con los sistemas de gestión implementados, mejorando continuamente su eficacia.</li> </ol>



## MARCO ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL

### VISION, MISION Y VALORES

#### Declaración de Visión

Al 2021, CENFOTUR lidera la planificación y ejecución de la política pública de formación, capacitación, perfeccionamiento e investigación aplicada para la mejora de la competitividad del capital humano requerido por el sector turismo.

#### Declaración de Misión

Organismo técnico especializado del MINCETUR responsable de la formación técnica, capacitación y perfeccionamiento del capital humano vinculado al turismo, que ofrece una propuesta innovadora y acorde a las necesidades del sector.

#### Declaración de Valores

Disciplina	actuar de acuerdo a las normas institucionales, sectoriales, locales y nacionales.
Compromiso	implicarse activamente en el éxito de la institución.
Lealtad	actuar sin intereses ocultos, con mensajes transparentes y únicos para todos.
Respeto	realizar las actividades con cortesía y amabilidad para todos.
Excelencia	procurar siempre resultados de alta calidad.
Responsabilidad	realizar las actividades a tiempo, generando valor para nuestros grupos de interés.
Honestidad	decir y actuar de acuerdo a la verdad asumiendo las consecuencias.
Empatía	actuar de la forma como se desea que se actúe con uno mismo.



**PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES**

**- DIRECCIÓN NACIONAL -**





## DIRECCIÓN NACIONAL

DIRECCIÓN NACIONAL																	
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS				ACCIONES ESTRATÉGICAS													
4. Fortalecer el rol del sector turismo.				4.2 Conducir la gestión institucional.													
ACCIÓN ESTRATÉGICA	ACTIVIDAD	INDICADOR	Medición		Meses												
			UM	Q	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
4.1	Conducir la gestión institucional.	Acciones para el cumplimiento de los acuerdos de las sesiones del Consejo Directivo.	N° de documentos	Documento	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1



**- GERENCIA GENERAL -**



### GERENCIA GENERAL

GERENCIA GENERAL																
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS										ACCIONES ESTRATÉGICAS						
3. Promover la innovación en la actividad turística.										3.2 Fortalecer el sistema de gestión de la calidad.						
4. Fortalecer el rol del sector turismo.										4.2 Conducir la gestión institucional.						
ACCIÓN ESTRATÉGICA	ACTIVIDAD	INDICADOR	Medición				Meses									
			UM	Q	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
4.1	Conducir la gestión institucional.	Implementar el Sistema de Control Interno.	Sistema de Control Interno implementado.	Reuniones	9				1	1	1	1	1	1	1	1
				Talleres	3						1		1		1	



# **- DIRECCIÓN DE FORMACIÓN ACADÉMICA -**



## DIRECCIÓN DE FORMACIÓN ACADÉMICA

DIRECCIÓN DE FORMACIÓN ACADÉMICA																		
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS										ACCIONES ESTRATÉGICAS								
1. Fortalecer la formación por competencias de los estudiantes.										1.2 Formación profesional y técnica de los estudiantes.								
3. Promover la investigación en la actividad turística.										1.3 Formación continua, ocupacional y a medida de los estudiantes.								
										1.5 Certificación y titulación acorde a lineamientos vigentes para estudiantes y trabajadores.								
										3.1 Investigaciones articuladas al Sector turismo.								
ACCIÓN ESTRATÉGICA	ACTIVIDAD	INDICADOR	Medición				Meses											
			UM	Q	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D		
1.2  Formación profesional y técnica de los estudiantes	Profesional de Administración Turística	N° de Estudiantes	Estudiantes Regulares	140				146				145		147	144		140	
		N° de Egresados	Estudiantes por Inclusión	20				20				20						
	Profesional de Administración Hotelera	N° de Estudiantes	Egresados Regulares	16														16
		N° de Egresados	Estudiantes Regulares	195				252				247		202	199			195
	Profesional de Guía Oficial de Turismo	N° de Estudiantes	Estudiantes por Inclusión	24				24				24						
		N° de Egresados	Egresados Regulares	28														28
	Profesional de Gastronomía Peruana	N° de Estudiantes	Estudiantes Regulares	96				117				116		98	97			96
		N° de Egresados	Estudiantes por Inclusión	5				5				5						
	Desarrollo de clases virtuales	N° de Estudiantes	Egresados Regulares	13														13
		N° de Egresados	Estudiantes Regulares	110				86				85		112	111			110
	Unificación de sedes	N° de Egresados	Estudiantes por Inclusión	9				9				9						
		N° de Egresados	Egresados Regulares	10														10
	Unificación de sedes	Ruta de Aprendizaje	Documento	1														1
		Informe de seguimiento	Informe	1														1
	Unificación de sedes	Plan de recuperación	Plan	1														1
		N° de secciones	Unidad	41														41
	Unificación de sedes	Ocupabilidad	Porcentaje	0.83														0.83
		N° de horas	Hora	15,776														15,776
	Unificación de sedes	N° de asignaturas	Asignatura	291														291
		Fortalecer el programa de actualización docente (Formación de Formadores)	Porcentaje de docentes participantes del programa de actualización docente (Formación de Formadores)	Porcentaje de docentes participantes en lima	90					50						30	30	40
Porcentaje de docentes participantes filiales	Porcentaje de docentes participantes filiales		90					50						30	30	40		
Elaboración e implementación del plan de supervisión y evaluación docente.	Porcentaje de avance de planes elaborados e implementados supervisión y evaluación docente	Avance de ejecución del plan en Lima	Avance de ejecución del plan en Lima	100							100		40	70	100			
		Avance de ejecución del plan en filiales	Avance de ejecución del plan en filiales	100							100		40	70	100			



DIRECCIÓN DE FORMACIÓN ACADÉMICA																
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS				ACCIONES ESTRATÉGICAS												
1. Fortalecer la formación por competencias de los estudiantes.				1.2 Formación profesional y técnica de los estudiantes.												
				1.3 Formación continua, ocupacional y a medida de los estudiantes.												
3. Promover la investigación en la actividad turística.				1.5 Certificación y titulación acorde a lineamientos vigentes para estudiantes y trabajadores.												
				3.1 Investigaciones articuladas al Sector turismo.												
ACCIÓN ESTRATÉGICA	ACTIVIDAD	INDICADOR	Medición				Meses									
			UM	Q	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
	Fortalecer el Plan Formativo relacionado al marco de cualificaciones	N° de planes de estudio actualizados	Plan de estudio	9		4						4				1
	Actualización de Carreras Técnico - Productivo y Cursos de Especialización.	N° de Carreras Técnicas	Carreras técnicas	6		4									1	1
1.5	Certificación y titulación acorde a lineamientos vigentes para Estudiantes y trabajadores.	Desarrollo de modalidades de titulación.	N° de modalidades de titulación	convocatorias para Examen por competencia laboral	2		1									1
				Convocatorias para evaluación de trabajos de investigación	2			1				1				
				Convocatorias para examen de suficiencia profesional	1							1				
3.1	Innovaciones e investigaciones articuladas al Sector turismo.	Desarrollo de propuestas de investigación	N° de propuestas de investigación	Investigación propuestas aprobadas	9							4	1	1	1	1
				N° de actividades de difusión	9			1	1	2	1	1	1	1	1	1
				N° de participantes en actividades de difusión	550			100	200	30	30	30	30	30	30	30



## **- DIRECCIÓN DE EXTENSIÓN EDUCATIVA-**



## DIRECCIÓN DE EXTENSIÓN EDUCATIVA

DIRECCIÓN DE EXTENSIÓN EDUCATIVA																			
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS										ACCIONES ESTRATÉGICAS									
1. Fortalecer la formación por competencias de los estudiantes.										1.2 Formación profesional y técnica de los estudiantes.									
										1.3 Formación continua, ocupacional y a medida de los estudiantes.								2.1 Normalización de las Competencias Laborales de los Trabajadores.	
2. Mejorar la productividad laboral del capital humano en turismo.										2.2 Evaluación de las Competencias Laborales de los Trabajadores.									
										2.3 Asistencia y capacitación focalizada de operadores para la mejora de la calidad del servicio turístico.								2.4 Perfeccionamiento especializado a trabajadores para el fortalecimiento de competencias.	
										2.5 Homologación de Competencias Laborales de Trabajadores de bloques de integración regional.									
ACCIÓN ESTRATÉGICA	ACTIVIDAD	INDICADOR	Medición	UM	Q	Meses													
						E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D		
1.2	Formación profesional y técnica de los estudiantes.	Nuevas carreras, especializaciones y cursos.	N° de cursos a medida	Cursos	5		2					3							
1.3	Formación continua, ocupacional y a medida de los estudiantes.	Desarrollo de Cursos de Extensión	Cantidad de capacitados	Estudiantes	705	15	60	90	0	90	120	90	60	60	90	30	0		
		Desarrollo de Cursos a Medida.	Personas Capacitadas	Personas	145		30	15	0	0	0	20	20	20	20	20	0		
2.2	las Competencias Laborales de los Trabajadores.	Desarrollo de intervenciones para la evaluación de competencias laborales.	Personas Evaluadas	Personas	220	20	100	100											
2.3	Asistencia y capacitación focalizada de operadores para la mejora de la calidad del servicio turístico.	Promover alianzas estratégicas.	N° de convenios suscritos	Convenios	1									1					
		Fortalecer las competencias del recurso humano a través de intervenciones especializadas, con incidencia en el sector turismo (Convenios, Programas o Proyectos)	Número de atenciones en capacitación	Beneficiarios	70	30						20	20						
			Número de atenciones en intervenciones especializadas (Ats, Evas, Mon, Pasantías)	Empresas / Beneficiarios	20									20					
			Número de atenciones totales	Atenciones	90	30						20	20	20					
		Fortalecimiento de capacidades en la aplicación de protocolos sanitarios	Capacitación en la aplicación de protocolos.	Beneficiario	1,945								1,945						
				Sesión	11								11						
			Asistencia Técnica en la aplicación de protocolos.	Beneficiario	166								166						
Sesión	15									15									
2.4	Perfeccionamiento especializado a trabajadores para el	Actualización de instrumentos del Programa para el Fortalecimiento de Competencias.	Programa actualizado	Programa	2	1					1								



DIRECCIÓN DE EXTENSIÓN EDUCATIVA																	
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS					ACCIONES ESTRATÉGICAS												
1. Fortalecer la formación por competencias de los estudiantes.					1.2 Formación profesional y técnica de los estudiantes.												
					1.3 Formación continua, ocupacional y a medida de los estudiantes.												
2. Mejorar la productividad laboral del capital humano en turismo.					2.1 Normalización de las Competencias Laborales de los Trabajadores.												
					2.2 Evaluación de las Competencias Laborales de los Trabajadores.												
					2.3 Asistencia y capacitación focalizada de operadores para la mejora de la calidad del servicio turístico.												
					2.4 Perfeccionamiento especializado a trabajadores para el fortalecimiento de competencias.												
					2.5 Homologación de Competencias Laborales de Trabajadores de bloques de integración regional.												
ACCIÓN ESTRATÉGICA	ACTIVIDAD	INDICADOR	Medición		Meses												
			UM	Q	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
fortalecimiento de competencias.	Ejecución de actividades del Programa para el Fortalecimiento de Competencias.	Número de beneficiarios	Beneficiarios	728			728										
	Sistematización y evaluación del Programa para el Fortalecimiento de Competencias.	Sistematización y evaluación realizada	Evaluación	1									1				



# **- DIRECCIÓN DE GESTIÓN ACADÉMICA -**



## DIRECCIÓN DE GESTIÓN ACADÉMICA

DIRECCIÓN DE GESTIÓN ACADÉMICA																	
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS					ACCIONES ESTRATÉGICAS												
1. Fortalecer la formación por competencias de los estudiantes.					1.4 Tutoría especializada e integral de los estudiantes.												
					1.5 Certificación y titulación acorde a lineamientos vigentes para Estudiantes y trabajadores.												
					1.6 Inserción y vinculación laboral de Estudiantes y egresados.												
3. Promover la innovación en la actividad turística.					3.2 Facilitar el acceso al conocimiento relacionado a la actividad turística.												
ACCIÓN ESTRATÉGICA		INDICADOR	Medición		Meses												
			UM	Q	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
1.4	Tutoría especializada e integral de los estudiantes.	Perfil de los Ingresantes (LB): aspectos psicopedagógicos y socioeconómico.	N° de Ingresantes con perfil psicopedagógico y socioeconómico.	Perfil de ingresante (Regular)	170						50	50		70			
		Cobertura del servicio psicopedagógico.	N° de estudiantes con perfil psicopedagógico evolutivo	Estudiantes	200						50	50		50	50		
			N° de estudiantes atendidos en orientación psicopedagógica individual	Estudiantes	140		20	30	5	15	10	10	10	10	10	10	10
			N° de estudiantes participantes en talleres preventivos o remediales	Estudiantes	400							200				200	
			N° de estudiantes participantes en los talleres de desarrollo personal	Estudiantes	1,800					200	200	200	200	200	200	200	200
		Cobertura de solicitudes de becas y estudios socioeconómicos.	N° de beneficiarios de Becas	Beca Regular	30						15			15			
		Gestión de alianzas con instituciones académicas complementarias	N° de alianzas vigentes	Alianzas	3												3
		Desarrollo de habilidades blandas.	N° de Estudiantes participantes en talleres	Estudiantes	350			350									
Facilitación de atención de la salud.	N° de Estudiantes con atención de la salud	Estudiantes	791	6	20	25	40	100	100	50	100	100	100	100	50		
	N° de Estudiantes con seguro contra accidentes personales	Estudiantes	300												300		
1.5	Certificación y titulación acorde a lineamientos vigentes para Estudiantes y trabajadores.	Gestión y emisión de Títulos y Certificados-DFA.	N° de certificados modulares por competencia.	Certificados	50											50	
			N° de Títulos a nombre de la nación	Títulos	40									20			20
		Organización del proceso de selección	N° de Documentos emitidos	Documento	1,329	33	50	66	80	80	60	300	100	100	80	80	300
	Gestión y emisión Certificados y Diplomas - DEE	N° de Certificados emitidos	Certificados	2,004	320	286	198				100	300	300	200	150	150	
1.6	Inserción y vinculación laboral	Colocación de Estudiantes en pasantías.	N° de Estudiantes en pasantías	Estudiantes	15		15										

DIRECCIÓN DE GESTIÓN ACADÉMICA

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS				ACCIONES ESTRATÉGICAS													
1. Fortalecer la formación por competencias de los estudiantes.				1.4 Tutoría especializada e integral de los estudiantes.													
				1.5 Certificación y titulación acorde a lineamientos vigentes para Estudiantes y trabajadores.													
				1.6 Inserción y vinculación laboral de Estudiantes y egresados.													
3. Promover la innovación en la actividad turística.				3.2 Facilitar el acceso al conocimiento relacionado a la actividad turística.													
				ACCIÓN ESTRATÉGICA	INDICADOR	Medición				Meses							
UM	Q	E	F			M	A	M	J	J	A	S	O	N	D		
de Estudiantes y egresados.	Colocación de Estudiantes en prácticas profesionales.	N° de Estudiantes colocados en prácticas profesionales	Estudiantes	13	3	5	5										
	Colocación de Estudiantes y egresados laboralmente.	N° de Estudiantes colocados	Estudiantes	30	15	15											
		N° de egresados colocados	Egresados	35	5	15	15										
	Actualización de la base de datos de egresados.	N° de egresados con datos actualizados	Egresados	350	20	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
3.2	Gestión estratégica del Repositorio	Repositorio implementado	Sitio web/ documentos normativos	15									5		5		5
	Atención a usuarios del centro de documentación	N° de atenciones a usuarios	Atenciones	1,555	10	30	100	165	200	200	150	150	150	150	150	150	100
		N° de usuarios atendidos	Usuarios	505	5	10	50	23	67	67	50	50	50	50	50	33	
	Catálogo público actualizado	N° de registros nuevos	Registros	80						10	10	10	10	10	10	10	10



# **- OFICINA DE MARKETING INSTITUCIONAL -**



## OFICINA DE MARKETING INSTITUCIONAL

OFICINA DE MARKETING INSTITUCIONAL																		
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS				ACCIONES ESTRATÉGICAS														
1. Fortalecer la formación por competencias de los estudiantes.				1.1 Acceso socio económico y geográfico de la población.														
4. Fortalecer el rol del sector turismo.				1.3 Formación continua, ocupacional y a medida de los estudiantes.														
4.2 Posicionar la imagen de la Entidad en el ámbito turístico.				4.2 Posicionar la imagen de la Entidad en el ámbito turístico.														
ACCIÓN ESTRATÉGICA	ACTIVIDAD	INDICADOR	Medición					Meses										
			UM	Q	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D		
1.1	Acceso socio económico y geográfico de la población.	Organización del Proceso de Admisión.	N° de Procesos de Admisión	Proceso de Admisión	2			1					1					
			N° de captados proceso de admisión	Captados Regulares	500					150			300			50		
			N° de ingresantes	Ingresantes regulares	321			321					0					
			N° de postulantes	Postulantes Regulares	339			339					0					
			N° de matriculados	Matriculados	342			302					40					
1.3	Formación continua, ocupacional y a medida de los estudiantes.	Captación de alumnos para Extensión Educativa (Sujeto a Comité de Calidad)	N° de matriculados en Programas de Especialización, Cursos de Capacitación, Talleres, etc. - Sede: Lima.	Matriculados	558	15	60	82	87	70	117	67	0	40	0	0	20	
4.2	Posicionar la imagen de la Entidad en el ámbito turístico.	Difusión a través de las redes sociales.	N° de publicaciones de Carreras Profesionales	Unidad	210	30	30	30	30	30	30	30						
		Gestionar el marketing digital - Google Adwords	N° de interacciones hacia la página web de la institución (miles)	Unidad	130			130										
		Gestión de Marketing Relacional	N° de envíos de e-mailings	Envíos	28	4	4	4	4	4	4	4						
		Gestión y difusión de la oferta educativa en el punto de venta y punto de contacto.	N° de acciones: Ferias vocacionales, Visitas a colegios y Charlas vivenciales	Acción	81	2	2	1	6	25	31	6		6			2	
		Desarrollo de piezas promocionales e información de Lima y Filiales	Piezas elaboradas de material promocional	Unidad	7			3	3	1				0	0	0	0	0
		Campaña de promoción de marca y carreras en medios tradicionales y alternativos Lima y filiales	Campaña realizada: Publicidad en pantallas digitales, radio y redes (Facebook, Google y YouTube).	Campaña	12			4	4			4						
		Ejecución del Programa Anual de Relaciones Públicas con instituciones públicas y privadas	N° menciones en medios de Televisión y prensa escrita	Acción	9	1	1	3	0	1	1	2						
			N° apariciones en radio	Acción	14	2	2	2	2	2	2	2						
		Plan de Ventas	Plan de Ventas realizado	Informe	1			1										
Promoción de marca y oferta educativa	Conceptualización de piezas	Acción	36	12	12	12												

# **- OFICINA DE PLANIFICACIÓN, PRESUPUESTO Y DESARROLLO -**



## OFICINA DE PLANIFICACIÓN, PRESUPUESTO Y DESARROLLO

OFICINA DE PLANIFICACIÓN, PRESUPUESTO Y DESARROLLO																	
OBJETIVO ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL				ACCIONES ESTRATÉGICAS													
4. Fortalecer el rol del sector turismo.				4.7 Fomentar una cultura de planeamiento.													
ACCIÓN ESTRATÉGICA		INDICADOR	Medición		Meses												
			UM	Q	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
4.7	Fomentar una cultura de planeamiento.	Evaluación del Plan Estratégico Institucional	PEI formulado	Actualización	1		1										
			PEI evaluado	Evaluación	1	1											
		Formulación y Evaluación del Plan Operativo Institucional	POI multianual	Plan	1			1									
			POI anual	Plan	1												1
			POI evaluado	Evaluación	4	1			1			1			1		
		Formulación de la Memoria Institucional.	Memoria Institucional formulada.	Documento	1			1									
		Formulación del Presupuesto Multianual	Presupuesto Multianual formulado	Documento	1							1					
		Evaluación de la Ejecución presupuestal.	Presupuesto evaluado	Informe	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Rendición de Cuentas a Contraloría	Rendición de Cuentas a Contraloría realizadas.	Informe	1							1							





## **- OFICINA DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS-**

## OFICINA DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

OFICINA DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS																	
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS				ACCIONES ESTRATÉGICAS													
4. Fortalecer el rol del sector turismo.				4.3 Fortalecer las competencias y habilidades del Potencial Humano.													
				4.4 Mejorar las instalaciones educativas y administrativas.													
				4.5 Desarrollar el servicio e-government y TIC.													
				4.7 Fortalecer la gestión de recursos físicos, financieros y contables.													
ACCIÓN ESTRATÉGICA		INDICADOR	Medición		Meses												
			UM	Q	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
4.3	Fortalecer las competencias y habilidades del Potencial Humano.	Alineamiento de la normatividad a SERVIR.	Implementación de la Resolución de incorporación régimen SERVIR.	Informe	1									1			
		Plan de Gestión de Clima Organizacional.	Plan 2019 evaluado	Informe	1		1										
			Plan 2020 formulado	Plan	3					1			1				1
		Evaluación de personal.	Evaluación programada y realizada	Informe	1								1				
			N° de evaluaciones de rendimiento	Informe	1	1											
		Plan de Desarrollo de Personas-PDP	Plan formulado	Evaluación	2							1					
N° de capacitaciones realizadas	Evaluación		1					1									
4.4	Mejorar las instalaciones educativas y administrativas.	Mantenimiento, rehabilitación anual de la infraestructura de las sedes.	N° de mantenimientos realizados	Informe	2							1				1	
4.5	Desarrollar el servicio e-government y TIC.	Implementación de normativas de estado en materia de Gobierno Digital	Normativas implementadas	Informe	2			1					1				
		Propuesta y Desarrollo del Plan de Gobierno Digital de la Entidad	Propuesta de Plan	Plan	1		1										
			Evaluación de Plan	Informe	1						1						
		Implementación de servicios para apoyo a la educación bi-learning	Servicios implementados	Informe	2			1						1			
			Evaluación de servicios	Informe	2				1						1		
		Adecuación y Renovación de infraestructura para el CENTRO DE DATOS del CENFOTUR	Propuesta de Plan	Informe	1				1								
Evaluación de Plan	Plan		1											1			
Adecuación y Renovación de infraestructura para estaciones de trabajo del CENFOTUR	Propuesta de Plan	Informe	1						1								
	Formulación y Evaluación del PAC.	Plan 2019 evaluado	Informe	1	1												
Plan 2020 formulado		Informe	3	1							1					1	

OFICINA DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS																	
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS				ACCIONES ESTRATÉGICAS													
4. Fortalecer el rol del sector turismo.				4.3 Fortalecer las competencias y habilidades del Potencial Humano.													
				4.4 Mejorar las instalaciones educativas y administrativas.													
				4.5 Desarrollar el servicio e-government y TIC.													
				4.7 Fortalecer la gestión de recursos físicos, financieros y contables.													
ACCIÓN ESTRATÉGICA		INDICADOR	Medición		Meses												
			UM	Q	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
físicos, financieros y contables.	Acciones de control previo.	Actividad permanente	Informe	4			1			1			1			1	
	Desarrollo de una cultura para el uso ecoeficiente de los recursos.	Capacitación	Capacitación	1													1
	Gestión del control patrimonial.	Inventario físico	Informe	1												1	
	Formulación de Estados Financieros y Presupuestales.	Estados Financieros	Informe	4			1			1			1				1
	Ejecución de Ingresos y gastos	Avance del presupuesto aprobado PIM	Informe	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Gestión del Almacén Institucional	Actividad permanente	Informe	4	1				1			1			1		



## **- OFICINA DE ASESORÍA JURÍDICA-**



## OFICINA DE ASESORÍA JURÍDICA

OFICINA DE ASESORÍA JURÍDICA																
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS					ACCIONES ESTRATÉGICAS											
4. Fortalecer el rol del sector turismo.					4.1 Conducir la gestión institucional.											
ACCIÓN ESTRATÉGICA	INDICADOR	Medición	Meses													
			UM	Q	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
4.1 Conducir la gestión institucional.	Atención de consultas legales.	Consultas solicitadas atendidas	Informe	2								1				1
	Atención de consultas de Procesos Judiciales.	Consultas solicitadas atendidas	Informe	2								1				1
	Seguimiento a los Informes de Control.	Memos de Seguimiento	Memos	60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
	Revisión de Contratos de Procesos de Contrataciones	Contratos recibidos revisados	Contrato	60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
	Revisión de proyectos de directivas institucionales con informes técnicos favorables	Directivas atendidas con Informe	Directivas	9	2	1	1					1		1	1	1
	Revisión de proyectos de convenios institucionales con informes técnicos favorables	Convenios atendidos con informe	Convenios	60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5



# **- OFICINA DE CONTROL INSTITUCIONAL -**



## OFICINA DE CONTROL INSTITUCIONAL

OFICINA DE CONTROL INSTITUCIONAL																	
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS				ACCIONES ESTRATÉGICAS													
4. Fortalecer el rol del sector turismo.				4.1 Conducir la gestión institucional.													
ACCIÓN ESTRATÉGICA		INDICADOR	Medición	Meses													
			UM	Q	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
4.1	Conducir la gestión institucional.	Control Concurrente	N° de informes emitidos	Informe	11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		
		Visita de control	N° de informes emitidos	Informe	6	1		1		1		1		1		1	
		Orientación de Oficio	N° de informes emitidos	Informe	11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
		Implementación y seguimiento a las recomendaciones derivadas de los Informes de Auditoría y su publicación en el Portal de Transparencia estándar de la entidad. (R.C. N° 120-2016-CG)	N° de informes emitidos	Informe	6	1		1		1		1		1		1	
		Seguimiento de las acciones para el tratamiento de los riesgos resultantes del Control Simultáneo.	N° de informes emitidos	Informe	2	1					1						
		Verificar cumplimiento de Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública.	N° de informes emitidos	Informe	4			1			1			1			1
		Verificación mensual de Registros de INFOBRAS	N° de informes emitidos	Informe	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
		Participación en Comisión de Cautela	N° de informes emitidos	Informe	1					1							
		Actividades Operativas Sin Producto Identificado	N° de informes emitidos	Informe	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
		Seguimiento a la implementación del Sistema de Control Interno.	N° de informes emitidos	Informe	1											1	
		Verificación de los cargos obligados a la presentación de Declaraciones Juradas de Ingresos, Bienes y Rentas.	N° de informes emitidos	Informe	2		1									1	
		Evaluación de denuncias	N° de informes emitidos	Informe	1												1
		Verificar el cumplimiento de la Ley de Nepotismo	N° de informes emitidos	Informe	1		1										



**- FILIAL CHICLAYO-**





## FILIAL CHICLAYO

FILIAL CHICLAYO																		
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS					ACCIONES ESTRATÉGICAS													
1. Fortalecer la formación por competencias de los estudiantes.					1.1 Acceso socio económico y geográfico de la población.													
					1.2 Formación profesional y técnica de los estudiantes.													
4. Fortalecer el rol del sector turismo.					1.3 Formación continua, ocupacional y a medida de los estudiantes.													
					1.4 Tutoría especializada e integral de los estudiantes.													
					1.6 Inserción y vinculación laboral de Estudiantes y egresados.													
					4.2 Posicionar la imagen de la Entidad en el ámbito turístico.													
					4.3 Fortalecer las competencias y habilidades del Potencial Humano.													
					ACCIÓN ESTRATÉGICA	INDICADOR	Medición UM	Meses										
Q	E	F	M	A				M	J	J	A	S	O	N	D			
1.1	Acceso socio económico y geográfico de la población.	Organización del Proceso de Admisión.	N° de Procesos de Admisión	Procesos de selección	2			1					1					
			N° de Captados	Captados	2651						1,770						881	
			N° de Postulantes	Postulantes Regulares	150			150						0				
			N° de Ingresantes	Ingresantes Regulares	132			132						0				
			N° de Matriculados	Matriculados Regulares	130			120						10				
1.2	Formación profesional y técnica de los estudiantes.	Profesional de Administración Turística	N° de Estudiantes	Estudiantes Regulares	21			21			21							
				Estudiantes por Inclusión	23			23			23							
			N° de Egresados	Egresados Regulares	23							23						
			Profesional de Administración Hotelera	N° de Estudiantes	Estudiantes Regulares	52			91			91		52	52			52
					Estudiantes por Inclusión	34			34			34						
		N° de Egresados		Egresados Regulares	46							38					8	
		Profesional de Guía Oficial de Turismo	N° de Estudiantes	Estudiantes Regulares	5			22			22		5	5			5	
				Estudiantes por Inclusión	12			12			12							
			N° de Egresados	Egresados Regulares	20							20						
		Profesional de Gastronomía Peruana	N° de Estudiantes	Estudiantes Regulares	57			76			75		59	59			57	
				Estudiantes por Inclusión	9			9			9							
			N° de Egresados	Egresados Regulares	15							10					5	
Desarrollar un Plan de supervisión y evaluación docente.	N° de supervisiones realizadas	Supervisión	48							24					24			
1.3	Formación continua, ocupacional y a medida de los estudiantes.	Desarrollo de Cursos de Extensión.	Personas Capacitadas	Estudiantes	100	0	20	80										

FILIAL CHICLAYO																		
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS				ACCIONES ESTRATÉGICAS														
1. Fortalecer la formación por competencias de los estudiantes.				1.1 Acceso socio económico y geográfico de la población.														
				1.2 Formación profesional y técnica de los estudiantes.														
4. Fortalecer el rol del sector turismo.				1.3 Formación continua, ocupacional y a medida de los estudiantes.														
				1.4 Tutoría especializada e integral de los estudiantes.														
				1.6 Inserción y vinculación laboral de Estudiantes y egresados.														
				4.2 Posicionar la imagen de la Entidad en el ámbito turístico.														
				4.3 Fortalecer las competencias y habilidades del Potencial Humano.														
ACCIÓN ESTRATÉGICA		INDICADOR	Medición UM	Meses														
				Q	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D		
1.4	Tutoría especializada e integral de los estudiantes.	Perfil de los Ingresantes (LB): aspectos psicopedagógicos y socioeconómico.	N° de Ingresantes con perfil psicopedagógico y socioeconómico.	Perfil de ingresante (Regular)	160			80					80					
		Cobertura del servicio psicopedagógico.	N° de egresados con perfil psicopedagógico	Egresados	102							88						14
			N° de Estudiantes atendidos en orientación psicopedagógica	Estudiantes	120				15	15	15	15		15	15	15	15	
			N° de Estudiantes certificados en los talleres de desarrollo personal	Estudiantes	250									250				
			Cobertura de solicitudes de becas y estudios socioeconómicos.	N° de beneficiarios de Becas	Beca Regular	2				1						1		
		Cobertura de atención de la salud.	N° de Estudiantes con seguro contra accidentes personales	Estudiantes	100					50						50		
Desarrollo de alianzas con instituciones de idiomas.	N° de alianzas vigentes	Estudiantes	3			1				1				1				
1.6	Inserción y vinculación con sector productivo.	Colocación de Estudiantes pasantías.	N° de Estudiantes en pasantías	Estudiantes	82								82					
		Colocación de Estudiantes en prácticas profesionales.	N° de Estudiantes colocados en prácticas profesionales	Estudiantes	86									86				
		Colocación de Estudiantes y egresados laboralmente.	N° de Estudiantes colocados	Estudiantes	4								2		2			
			N° de egresados colocados	Egresados	12										6			6
4.2	Posicionar la imagen de la Entidad en el ámbito turístico.	Gestión y difusión de la oferta educativa en el punto de venta y punto de contacto.	N° de acciones.	Unidad	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	



**- FILIAL CUSCO-**



## FILIAL CUSCO

FILIAL CUSCO																			
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS					ACCIONES ESTRATÉGICAS														
1. Fortalecer la formación por competencias de los estudiantes.					1.1 Acceso socio económico y geográfico de la población.														
					1.2 Formación profesional y técnica de los estudiantes.														
4. Fortalecer el rol del sector turismo.					1.3 Formación continua, ocupacional y a medida de los estudiantes.														
					1.4 Tutoría especializada e integral de los estudiantes.														
					1.6 Inserción y vinculación laboral de Estudiantes y egresados.														
					4.2 Posicionar la imagen de la Entidad en el ámbito turístico.														
					4.3 Fortalecer las competencias y habilidades del Potencial Humano.														
					ACCIÓN ESTRATÉGICA	INDICADOR	Medición UM	Q	Meses										
E	F	M	A	M					J	J	A	S	O	N	D				
1.1	Acceso socio económico y geográfico de la población.	Organización del Proceso de Admisión.	N° de Procesos de Admisión	Procesos de selección	2			1						1					
			N° de Captados	Captados	4664						2,617							2,047	
			N° de Postulantes	Postulantes Regulares	222			222											
			N° de Ingresantes	Ingresantes Regulares	213			213											
1.2	Formación profesional y técnica de los estudiantes.	Profesional de Administración Turística	N° de Estudiantes	Estudiantes Regulares	118			130			122		122	121			118		
			N° de Egresados	Egresados Regulares	46			10			10		23					23	
		Profesional de Administración Hotelera	N° de Estudiantes	Estudiantes Regulares	149			145			144		154	154					149
			N° de Egresados	Egresados Regulares	60							38							22
		Profesional de Guía Oficial de Turismo	N° de Estudiantes	Estudiantes Regulares	216			181			179		221	220					216
			N° de Egresados	Egresados Regulares	38							14							24
		Profesional de Gastronomía Peruana	N° de Estudiantes	Estudiantes Regulares	96			91			90		97	97					96
			N° de Egresados	Egresados Regulares	26			9			9		15						11
		1.3	Formación continua, ocupacional y a medida de los estudiantes.	Desarrollar un Plan de supervisión y evaluación docente.	N° de supervisiones realizadas	Supervisión	120			10	15	15	15	5	5	15	15	15	10
					Cantidad de capacitados	Estudiantes	30			15	15								
		1.4	Tutoría especializada e integral de los estudiantes.	Cobertura del servicio psicopedagógico.	N° de ingresantes con perfil psicopedagógico y socioeconómico.	Perfil de ingresante (Regular)	237			145					92				
					N° de egresados con perfil psicopedagógico	Egresados	163							89					



FILIAL CUSCO																			
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS					ACCIONES ESTRATÉGICAS														
1. Fortalecer la formación por competencias de los estudiantes.					1.1 Acceso socio económico y geográfico de la población.														
					1.2 Formación profesional y técnica de los estudiantes.														
					1.3 Formación continua, ocupacional y a medida de los estudiantes.														
					1.4 Tutoría especializada e integral de los estudiantes.														
4. Fortalecer el rol del sector turismo.					1.6 Inserción y vinculación laboral de Estudiantes y egresados.														
					4.2 Posicionar la imagen de la Entidad en el ámbito turístico.														
					4.3 Fortalecer las competencias y habilidades del Potencial Humano.														
ACCIÓN ESTRATÉGICA		INDICADOR	Medición		Meses														
			UM	Q	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D			
		N° de Estudiantes atendidos en orientación psicopedagógica	Estudiantes	210				10	20	20	20	10	20	30	30	30	20		
	Cobertura de solicitudes de becas y estudios socioeconómicos.	N° de beneficiarios de Becas	Beca Regular	4				4											
			Beca Excelencia	3					3										
	Cobertura de atención de la salud.	N° de Estudiantes con atención de la salud	Estudiantes	4				4											
		N° de Estudiantes con seguro contra accidentes personales	Estudiantes	800						450					350				
	Desarrollo de alianzas con instituciones de idiomas.	N° de alianzas vigentes	Estudiantes	1				1											
1.6	Inserción y vinculación con sector productivo.	Colocación de Estudiantes pasantías.	N° de Estudiantes en pasantías	Estudiantes	145				10	15	15	20	15	10	15	20	15	10	
		Colocación de Estudiantes en prácticas profesionales.	N° de Estudiantes colocados en prácticas profesionales	Estudiantes	43				2	5	8	8		10	5	5			
		Colocación de Estudiantes y egresados laboralmente.	N° de Estudiantes colocados	Estudiantes	12					1	2	2	2		2				3
			N° de egresados colocados	Egresados	7					1	1	1	1	1	1	1	1		
4.2	Posicionar la imagen de la Entidad en el ámbito turístico.	Gestión y difusión de la oferta educativa en el punto de venta y punto de contacto.	N° de acciones.	Unidad	40	5	5	5				5	5	5			5	5	

