



Resolución Directoral

R.D. N° 119-2020-CENFOTUR/DN

Barranco, 11 de diciembre de 2020

VISTO:

El Memorando N° 140-2020-GG/OPPD de fecha 10 de diciembre de 2020, emitido por la Oficina de Planificación, Presupuesto y Desarrollo y el Informe N° 092-2020-GG/OPPD/UPD de fecha 10 de diciembre de 2020, emitido por la Unidad de Planeamiento y Desarrollo, Memorando N° 153-2020-GG-OMI de fecha 02 de diciembre de 2020 y Memorando N° 148-2020-GG-OMI de fecha 26 de noviembre de 2020, emitido por la Oficina de Marketing Institucional e Informe N° 029-2020-CENFOTUR-GG-NGQA de fecha 02 de diciembre de 2020, emitido por la Especialista de Calidad de los Programas de CENFOTUR, sobre la Actualización del Procedimiento del MAPRO de la Oficina de Marketing Institucional denominado: "Promoción para el Proceso de Admisión", en el marco del Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001-2015;



CONSIDERANDO:

Que, el Centro de Formación en Turismo – CENFOTUR es un Organismo Público Ejecutor adscrito al 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, la Ley N° 27658, Ley Marco de Modernización de la Gestión del Estado declara al Estado Peruano en proceso de modernización en sus diferentes instancias, dependencias, entidades, organizaciones y procedimientos, con la finalidad de mejorar la gestión pública y construir un Estado democrático, descentralizado y al servicio del ciudadano;

Que, mediante el Decreto Legislativo N° 1246, se aprobaron diversas medidas de simplificación administrativa para la mejora de los procedimientos administrativos y servicios prestados en exclusividad por las entidades de la Administración Pública;

Que, el Centro de Formación en Turismo – CENFOTUR cuenta desde el año 2014 con un Sistema de Gestión de la Calidad, en adelante SGC, certificado bajo la norma ISO 9001:2008, cuyo alcance fue ampliado progresivamente;



Resolución Directoral

Que, mediante Resolución Directoral N° 116-2020-CENFOTUR/DN de fecha 19 de noviembre de 2020, Dirección Nacional actualiza el procedimiento de la Oficina de Marketing Institucional denominado "Promoción para el Proceso de Admisión" en el marco del ISO 9001:2015;



Que, mediante Memorando N° 148-2020-GG-OMI de fecha 26 de noviembre de 2020, emitido por la Oficina de Marketing Institucional, señala que a fin de alinearnos a las nominaciones de la Presidencia del Consejo de Ministros – PCM – Secretaria de Comunicación Social, que es el órgano de línea con autoridad técnico normativa, responsable de desarrollar coordinar e implementar la política de comunicación social del Poder Ejecutivo, se solicita cambiar la nominación que figura en el MAPRO "El Plan de Publicidad", por el de " Plan de Estrategia Publicitaria";

Que, mediante Informe N° 029-2020-CENFOTUR-GG-NGQA de fecha 02 de diciembre de 2020, la Especialista de Calidad de los Programas del CENFOTUR, recomienda continuar con el proceso administrativo para la actualización de la Oficina de Marketing Institucional denominado:" Promoción para el Proceso de Admisión", código: PR-OMI-001, versión 06;

Que, mediante Memorando N° 153-2020-GG-OMI de fecha 02 de diciembre de 2020, emitido por la Oficina de Marketing Institucional, con la finalidad de solicitar la actualización del procedimiento "Promoción para el Proceso de Admisión" código: PR-OMI-001-V.6, señala que en el documento adjunto, se está procediendo a cambiar de denominación, de Plan de Publicidad a Plan de Estrategia Publicitaria; asimismo, se incorpora el informe presupuestal emitido por la OPPD a la OAJ para la resolución del Plan de Estrategia Publicitaria;

Que, mediante Memorando N° 140-2020-CENFOTUR-GG/OPPD emitido por la Oficina de Planificación, Presupuesto y Desarrollo, remite el Informe N° 092-2020-GG/OPPD/UDP de fecha 10 de diciembre de 2020, emitido por la Unidad de Planeamiento y Desarrollo, señala que la solicitud propuesta por la Oficina de Marketing Institucional, se encuentran acorde a la normativa y procedimientos internos de la Entidad y concluye que la propuesta de Actualización del Procedimiento del MAPRO de la Oficina de Marketing Institucional se encuentra acorde en cuanto a estructura y contenido a la Norma ISO 9001:2015;

Que, mediante Informe N° 148-2020-CENFOTUR-GG-OAJ emitido por la Oficina de Asesoría Jurídica, se opina que se debe emitir la Resolución Directoral de Actualización del Procedimiento del MAPRO de la Oficina de Marketing Institucional denominado: "Promoción para el Proceso de Admisión", se encuentra acorde en cuanto a estructura y contenido a la Norma ISO 9001:2015 del Centro de Formación en Turismo – CENFOTUR;



Resolución Directoral

Que, resulta necesario la Actualización del Procedimiento del MAPRO de la Oficina de Marketing Institucional denominado: "Promoción para el Proceso de Admisión", se encuentra acorde en cuanto a estructura y contenido a la Norma ISO 9001:2015 del Centro de Formación en Turismo – CENFOTUR;



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

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

SE RESUELVE:

Artículo Primero. – ACTUALIZAR el Procedimiento del MAPRO "Promoción para el Proceso de Admisión" de la Oficina de Marketing Institucional, en el Marco del Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001:2015, cuyo anexo (04 folios) forma parte de la presente resolución.

Artículo Segundo. – DISPONER, que todos los órganos y unidades orgánicas del Centro de Formación en Turismo – CENFOTUR, adopten las medidas que sean necesarias para el cumplimiento de la presente resolución.


Artículo Tercero. - DISPONER que la Oficina de Marketing Institucional adopte las medidas que sean necesarias para el cumplimiento de la presente resolución.

Artículo Cuarto. - 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 Quinto. – ENCARGAR al responsable del Portal de Transparencia, la publicación de la presente resolución en la página web del Centro de Formación en Turismo.

Regístrese y comuníquese,

MADELEINE BURNS VIDAURRÁZAGA
Directora Nacional
Centro de Formación en Turismo

	CENTRO DE FORMACION EN TURISMO MANUAL DE PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS MAPRO-CENFOTUR	Código: PR-OMI-001
		Versión: 06
		Página: 1 de 4

(1) DENOMINACIÓN: Promoción para el Proceso de Admisión**(2) UNIDAD RESPONSABLE:** Oficina de Marketing Institucional (OMI)**(3) FINALIDAD:** Establecer los lineamientos y el procedimiento a seguir para difundir los programas de estudio del nivel profesional técnico que ofrece CENFOTUR a través de los diferentes medios y multiplicar su repercusión.**(4) BASE LEGAL:**

- 4.1 Decreto Ley N° 22155, Ley Orgánica del Centro de Formación en Turismo, precisado por el D.L. N° 1451.
- 4.2 Decreto Supremo N° 016-2011-MINCETUR que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones del CENFOTUR
- 4.3 Resolución Directoral N° 111-2012-CENFOTUR/DN que aprueba el Manual de Organización y Funciones del CENFOTUR.
- 4.4 Resolución Directoral N° 046-2019-CENFOTUR/DN, que aprueba el Texto Único Ordenado del Reglamento Académico del CENFOTUR
- 4.5 Resolución Directoral N° 018-2016-CENFOTUR/DN, que aprueba la modificación del Reglamento de Admisión del Centro de Formación en Turismo - CENFOTUR.
- 4.6 Decreto Legislativo N° 1246, Decreto Legislativo que aprueba diversas medidas de Simplificación Administrativa.
- 4.7 Decreto Legislativo N° 1451, Decreto Legislativo que fortalece el funcionamiento de las entidades del gobierno nacional, del gobierno regional o del gobierno local, a través de precisiones de sus competencias, regulaciones y funciones.

(5) REQUISITOS DEL PROCEDIMIENTO:

- 5.1 Resolución Directoral formalizando la aprobación del Cronograma de Actividades Académicas de los Programas de Estudios de las diferentes modalidades.

(6) DEFINICIONES:

- 6.1 **Promoción:** Técnicas integradas de marketing, cuya finalidad consiste en alcanzar una serie de objetivos específicos a través de diferentes estímulos y acciones limitadas en el tiempo y dirigidas a un target determinado (público objetivo). El objetivo de una promoción es ofrecer al cliente las ventajas competitivas de su oferta educativa.

(7) OBSERVACIONES:

- 7.1 La Oficina de Marketing Institucional es la encargada de planificar, gestionar y ejecutar las actividades que permitan la comunicación, difusión y/o posicionamiento de los productos educativos, así como de los atributos del CENFOTUR.
- 7.2 El Ejecutivo de Ventas debe participar representando a CENFOTUR en las ferias vocacionales, visitas a colegios y visitas corporativas, utilizando para ello la **Ficha de Datos (FO-OMI-001)**, a fin de alimentar y actualizar diariamente la **Base Maestra de Ventas (FO-OMI-002)** de los diferentes canales de atención.
- 7.3 Para el caso de los Centros Filiales, los responsables de las actividades del presente procedimiento, pueden variar de acuerdo a los puestos establecidos y ejercidos.
- 7.4 El **Plan de Estrategia Publicitaria** anual es aprobado mediante Resolución Directoral emitida el año anterior a su ejecución.

(8) ETAPAS DEL PROCEDIMIENTO		UNIDAD		DURACION		RESPONSABLE
		OPERATIVA	HORAS	DIAS		
PLANIFICACIÓN						
1	Elabora el Plan de Estrategia Publicitaria , definiendo los canales de comunicación a utilizar y las pautas. Esta actividad se realiza en el cuarto trimestre del año anterior a su ejecución.	OMI				Jefe de la Oficina de Marketing Institucional / Asistente de Marketing
2	Aprueba el Plan de Estrategia Publicitaria y remite este último a la Gerencia General para su validación.	OMI				Jefe de la Oficina de Marketing Institucional
3	Valida el Plan de Estrategia Publicitaria , lo deriva a la Oficina de Planificación, Presupuesto y Desarrollo para determinar que cuenta con la disponibilidad presupuestal.	GG				Gerencia General
4	De contar con disponibilidad presupuestal, elabora un Informe y deriva a la Oficina de Asesoría Jurídica para la elaboración del proyecto de Resolución Directoral.	OPPD				Jefe de la Oficina de Planificación, Presupuesto y Desarrollo
5	Elabora el proyecto de Resolución Directoral.	OAJ				Jefe de la Oficina de Asesoría Jurídica
6	Emite la Resolución Directoral que aprueba el Plan de Estrategia Publicitaria del CENFOTUR.	DN				Director Nacional
7	El Plan de Estrategia Publicitaria del CENFOTUR aprobado puede ser modificado, de ser el caso, elabora un informe y lo deriva a la Gerencia General para su validación.	OMI				Jefe de la Oficina de Marketing Institucional
8	Elabora el Calendario de Inicio de Programas anual, en coordinación con la Comisión del Proceso de Admisión (COPAD), a fin de establecer las campañas de promoción.	OMI				Jefe de la Oficina de Marketing Institucional
9	Actualiza las Cartillas Informativas de los Programas de Estudio del nivel profesional técnico , en coordinación con la Dirección de Formación Académica.	OMI				Coordinador de Prensa y Comunicaciones
10	Aprueban las Cartillas Informativas de los Programas de Estudio del nivel profesional técnico .	OMI / DFA				Jefe de la Oficina de Marketing Institucional, Director de Formación Académica
11	Actualiza la Cartilla Informativa del Proceso de Admisión de los Programas de Estudio del nivel profesional técnico , coordinando con la COPAD.	OMI				Coordinador de Prensa y Comunicaciones
12	Aprueban la Cartilla Informativa del Proceso de Admisión .	OMI / DFA				Jefe de la Oficina de Marketing Institucional, Director de Formación Académica
13	Gestiona y revisa la elaboración de los contenidos del material impreso y digital y/o contenidos de anuncios publicitarios en medios de comunicación (televisión, radio, prensa escrita, internet) y/o contenidos del promomail, en base al Plan Curricular de cada programa y en función a los Planes de Campaña.	OMI				Asistente de Marketing / Coordinador de Prensa y Comunicaciones

LA REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL DE ESTE DOCUMENTO SIN LA AUTORIZACIÓN DE LA GERENCIA GENERAL DEL CENFOTUR, SE CONSIDERA UN DOCUMENTO NO CONTROLADO



CONVOCATORIA				
13	Realiza el lanzamiento y seguimiento de la campaña y procede, dependiendo de los canales de comunicación utilizados, de la siguiente manera: 12.1 Si se trata de contenidos del material impreso, continúa con el paso 13. 12.2 Si se trata de contenidos y/o anuncios promocionales en medios de comunicación, continúa con el paso 14. 12.3 Si se trata de contenidos del promomail, continúa con el paso 15. 12.4 Si se trata de difusión por redes sociales, continúa con el paso 18.	OMI		Asistente de Marketing / Jefe de Marketing
14	Recepciona el material impreso y/o digital y lo remite al Área de Ventas para la información a los potenciales clientes. Continúa con el paso 20	OMI		Asistente de Marketing
15	Elabora y envía los contenidos de información de la oferta educativa del CENFOTUR a los medios de comunicación supervisando su correcta difusión.	OMI		Coordinador de Prensa y Comunicaciones
16	Segmenta la Base Maestra de Ventas (FO-OMI-002) de acuerdo al programa de estudios.	OMI		Asistente de Marketing
17	Realiza el envío del promomail, mediante el software de e-mailing vigente. Nota: El promomail contiene el link al Formulario Consulta del Portal Institucional del CENFOTUR.	OMI		Asistente de Marketing
18	Obtiene el reporte de e-mailing del promomail del software de e-mailing vigente; luego envía al Jefe(a) de la Oficina de Marketing Institucional.	OMI		Asistente de Marketing
19	Gestiona y supervisa la difusión en las redes sociales de los contenidos de la oferta educativa del CENFOTUR.	OMI		Asistente de Marketing
TOTAL TIEMPO EMPLEADO EN EL PROCEDIMIENTO				

(9) HOJA DE CONTROL DE CAMBIOS:

Nº de versión	Nº de capítulo/ ítem	Párrafo/ Figura/ Tabla/ Nota	Modificaciones
04	4	4.1.	Se modificó "modificado por el Decreto Legislativo N° 578" por "precisado por el D.L. N° 1451".
04	4	4.4.	Se reemplazó "Resolución Directoral N° 338-2011" por "Resolución Directoral N° 046-2019".
04	4	4.7	Se incorpora el Decreto Legislativo N° 1451, Decreto Legislativo que fortalece el funcionamiento de las entidades del gobierno nacional, del gobierno regional o del gobierno local, a través de precisiones de sus competencias, regulaciones y funciones.
04	7	7.2, 7.3.	Se eliminó el texto "el Registro de Ficha de Datos (FO-OMI-006). El Ejecutivo de Ventas deberán" Se eliminó la palabra: "Gestor".
04	8	1	Se eliminó el texto "Plan de Comunicaciones" y se modificó "último" por "cuarto" y en la columna de Responsable se modificó "Coordinador de Prensa y Comunicaciones" por "Jefe de Marketing"
04	8	2	Se eliminó el texto "Plan de Comunicaciones" y se modificaron: "Dirección Nacional" por "Gerencia General", "aprobación mediante Resolución Directoral" por "Validación."
04	8	3	Se modificaron en unidad operativa "DN" por "GG" y en el ítem de responsable "Director Nacional" por "Gerencia General" Se modifica de "Deriva el Plan de Publicidad" a "Valida el Plan de Publicidad"
04	8	6	Se inserta el texto completo y el personal responsable.
04	8	9	Se eliminó la frase "y la presenta al Jefe de la Oficina de Marketing Institucional para su aprobación".
04	8	12	Se modificó de "anuncios publicitarios" a "anuncios promocionales".
04	8	14	Se inserta el texto: material impreso y/o digital
04	8	15, 19,	Se modificó el responsable de la etapa de "Gestor de Ventas" a "Ejecutivo de Ventas".
04	8	20,21,22	Se elimina el texto completo
04	Pie de Página		Se inserta el texto: "LA REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL DE ESTE DOCUMENTO SIN LA AUTORIZACIÓN DE LA GERENCIA GENERAL DEL CENFOTUR, SE CONSIDERA UN DOCUMENTO NO CONTROLADO"
05	7,8	-	Se reemplazó: Plan de Publicidad por Plan de Estrategia Publicitaria
05	8	8.3, 8.4	Se modifica el texto Se inserta el texto completo



(10) DIAGRAMA DE FLUJO:

