

# COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ—PROMPERU

---

## MEMORIA 2001—2006

Abril de 2006

INDICE

| DETALLE  | PÁGINA |
|--|--------|
| INDICE   | 02     |
| 1. DESCRIPCIÓN DE PROMPERU   | 03     |
| 1.1. DISPOSITIVOS LEGALES DE CREACIÓN DE LA ENTIDAD  | 03     |
| 1.2. MISIÓN  | 04     |
| 1.3. FUNCIONES   | 04     |
| 2. ORGANIGRAMA DE PROMPERU   | 06     |
| 3. SITUACIÓN GENERAL AL INICIO DE LA GESTIÓN DE GOBIERNO   | 07     |
| 4. OBJETIVOS Y METAS DEL PERÍODO DE GOBIERNO   | 08     |
| 5. RESULTADOS OBTENIDOS DURANTE LA GESTIÓN DE GOBIERNO   | 10     |
| 6. TEMAS PENDIENTES Y RECOMENDACIONES  | 18     |
| 7. CUADRO RESÚMEN DEL PERSONAL CONTRATADO BAJO CUALQUIER MODALIDAD   | 20     |
| 8. PRESUPUESTO INSTITUCIONAL DEL AÑO 2006, PROGRAMADO Y EJECUTADO AL 31 DE MARZO DE 2006   | 20     |
| 9. PLAN ANUAL DE ADQUISICIONES Y CONTRATACIONES APROBADO DETALLANDO LA SITUACIÓN DE LOS PROCESOS DE SELECCIÓN AL 31 DE MARZO DE 2006 | 24     |
| 10. PROYECTOS DE INVERSIÓN, EN EJECUCIÓN, ASÍ COMO AQUELLOS PROGRAMADOS EN ETAPA DE PREINVERSIÓN O DECLARADOS VIABLES                | 24     |
| 11. SITUACIÓN CONTABLE AL CIERRE DEL AÑO INMEDIATO ANTERIOR Y AL CIERRE DEL PRIMER TRIMESTRE DE 2006                                 | 25     |

## 1. DESCRIPCIÓN DE PROMPERU

Unidad Ejecutora: Comisión de Promoción del Perú—PROMPERU

Dirección:

Calle Uno N° 50, Urbanización Corpac, San Isidro—Lima, Perú.

Pisos 13 y 14

Edificio del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo—MINCETUR.

Apartado Lima 100—56

Departamento : Lima

Provincia : Lima

Distrito : San Isidro

Tipo de Entidad : Gobierno Nacional

### 1.1. Dispositivos Legales de creación de la Entidad:

La Comisión de Promoción del Perú—PROMPERU fue creada por Decreto Supremo N° 010-93-PCM, del 19 de febrero de 1993, norma que adquirió el rango de Ley en virtud del Decreto Legislativo N° 833, del 17 de julio de 1996, siendo su finalidad la de formular la política informativa y centralizar la toma de decisiones para la difusión de la Imagen y la Realidad del Perú, así como para orientar la estrategia de Promoción de las Inversiones, el Turismo y las Exportaciones.

Mediante Ley N° 27790, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo MINCETUR, se incorpora a la Comisión de Promoción del Perú—PROMPERU dentro de la Estructura Orgánica Básica del MINCETUR.

Con el Decreto Supremo N° 005-2002-MINCETUR, que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, la Comisión de Promoción del Perú—PROMPERU, se convierte en una Unidad Ejecutora del Pliego MINCETUR, cuyo objetivo principal es el de ejecutar las políticas y estrategias de Promoción del Turismo Interno y Receptivo, así como desarrollar y ejecutar la difusión de la Imagen del Perú en el Exterior en materia de promoción turística.

El artículo 3° del Decreto de Urgencia N° 083-96, del 1° de noviembre de 1996, autoriza a la Comisión de Promoción del Perú—PROMPERU a negociar y suscribir una carta convenio con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo—PNUD, a fin de administrar los fondos recibidos del Ministerio de Economía y Finanzas, utilizándose para ello la modalidad de aplicación de Transferencias al Exterior, firmándose la Autorización Anticipada para el funcionamiento del Proyecto PER/00/013, “Diseño de Estrategias de Promoción de la Realidad Peruana”.

Posteriormente, mediante Decreto de Urgencia N° 024-99, se autoriza a las entidades del Sector Público que hayan celebrado convenios con Organismos Internacionales a continuar operando y asegurar la continuidad de los programas y proyectos.

Asimismo, mediante Ley N° 27889 del 17 de diciembre de 2002, se crea el Fondo y el Impuesto Extraordinario para la Promoción y Desarrollo Turístico Nacional, considerando a la Comisión de Promoción del Perú—PROMPERU como perceptora de parte de los ingresos recaudados producto de la aplicación del impuesto, cuyos fondos están destinados a financiar las actividades y proyectos de promoción y desarrollo del turismo nacional. El reglamento de la Ley N° 27889 es aprobado mediante Decreto Supremo N° 007-2003-MINCETUR del 12 de febrero de 2003.

El Reglamento de Organización y Funciones (ROF) de la Comisión de Promoción del Perú—PROMPERU, fue aprobado mediante Decreto Supremo N° 012-2003-MINCETUR el 14 de junio del 2003.

El Cuadro de Asignación de Personal (CAP) de la Comisión de Promoción del Perú—PROMPERU fue aprobado mediante Resolución Suprema N° 029-2003-MINCETUR de fecha 6 de agosto del 2003.

El Manual de Organización de Funciones (MOF), la Política Remunerativa y la Escala Salarial de PROMPERU, fueron aprobados por el Directorio en la Sesión N° 12-2003/PROMPERU, de fecha 13 de octubre del 2003 mediante los Acuerdos N° 01/12/2003/PP y N° 02/12/2003/PP, respectivamente.

## **1.2. MISIÓN**

Liderar la promoción del producto turístico peruano y la imagen del país, tanto en el ámbito nacional como internacional, con la participación concertada de todos los actores de la sociedad involucrados en el sector turismo y la población en general, optimizando la utilización de los recursos.

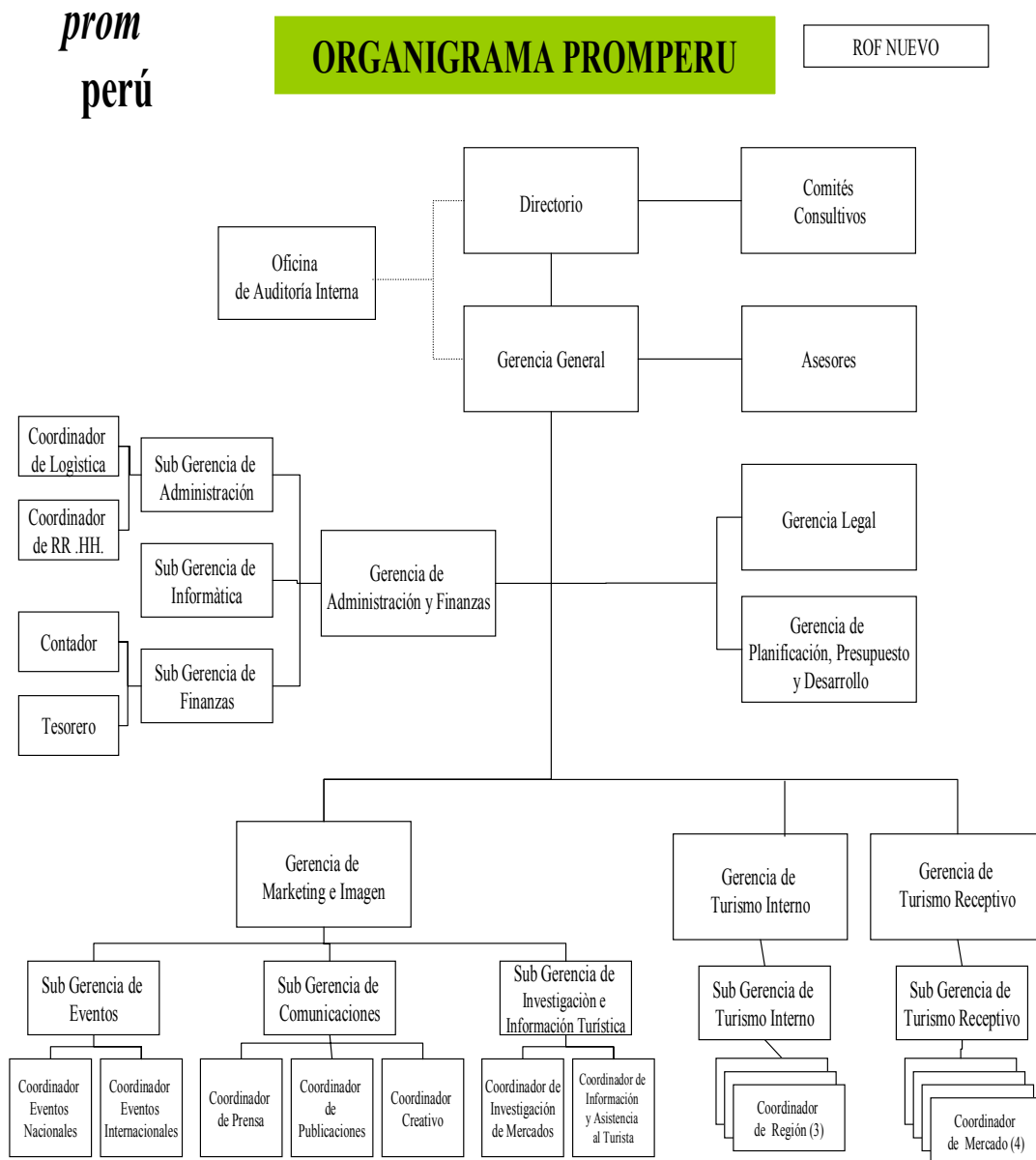
## **1.3. FUNCIONES**

La Comisión de Promoción del Perú—PROMPERU constituye una Unidad Ejecutora dependiente del Pliego Ministerio de Comercio Exterior y Turismo cuyas funciones son las siguientes:

- 1.3.1. Evaluar, proponer, conducir y ejecutar las políticas y estrategias destinadas a la promoción del turismo interno y del turismo receptivo.
- 1.3.2. Proponer y difundir la política nacional sobre la imagen del Perú en relación con la promoción turística, cautelando su ejecución a nivel de Gobierno Central, Regional y Local.
- 1.3.3. Coordinar con el Ministerio de Relaciones Exteriores y con las entidades del sector público y privado las acciones necesarias para el desarrollo de sus funciones.
- 1.3.4. Coadyuvar a la obtención de recursos de cooperación técnica y financiera para la promoción del turismo y la difusión de la imagen del Perú, en relación con la promoción turística, los mismos que serán coordinados y canalizados de acuerdo a la normatividad vigente.

- 1.3.5. Emitir opinión técnica en la formulación de políticas, estrategias, acciones y propuestas normativas que tengan incidencia determinante respecto a las materias o actividades del ámbito de su competencia.
- 1.3.6. Brindar servicios de información dentro del ámbito de su competencia.
- 1.3.7. Otras funciones que se le otorgue por ley.

2. ORGANIGRAMA DE PROMPERU



### 3. SITUACIÓN GENERAL AL INICIO DE LA GESTIÓN DE GOBIERNO

La Comisión de Promoción del Perú—PROMPERU, al inicio de la gestión del Gobierno, tuvo problemas de carácter estructural y funcional, los cuales fueron resueltos en los años siguientes.

Cuando se formuló el Presupuesto Institucional del Ejercicio Fiscal del 2001, en el mes de Junio del 2000, no existían el Estatuto, Reglamento de Organización de Funciones ni el Manual de Organización de Funciones, que permitieran una adecuada formulación de las actividades que desarrollaba.

La Formulación del Presupuesto Institucional se hizo sobre la base de una Estructura Funcional Programática que está dada por la Dirección Nacional de Presupuesto Público del Ministerio de Economía y Finanzas, la misma que no se ajustaba a la Estructura Organizacional y Funcional de PROMPERU, (Decreto Legislativo N° 833), hecho que se reflejó cuando se aprobó el Estatuto y el Reglamento de PROMPERU. Estos instrumentos diferían con la funcionalidad en la determinación y clasificación de actividades que se concibieron en la formulación del Presupuesto.

El replanteo de metas presupuestaria a nivel de actividades se hizo efectiva con la nueva estructura del 2001 y en algunos casos se tuvo que rebajar como consecuencia de la reducción presupuestal originada por la Ley N° 27427.

El Personal de la Comisión de Promoción del Perú—PROMPERU se encontraba, y se encuentra, con contrato de Locación de Servicios No Personales, incluyendo los cargos de directivos, funcionarios, profesionales y técnicos.

#### **Medidas Correctivas**

Si bien los Estatutos de PROMPERU se aprobaron en el mes de noviembre del 2000, con lo que se dio un gran paso para una buena gestión presupuestaria, ya que ello deriva a una serie de acciones, todavía se encontraban pendientes de aprobación documentos importantes que permitieran asegurar la permanencia Institucional, como es el caso del Reglamento de Organización y Funciones (ROF), el Presupuesto Analítico del Personal (PAP), el Manual de Organización de Funciones (MOF) y la Escala de las remuneraciones del Personal.

Con la aprobación de la Escala de Remuneraciones y del Presupuesto Analítico del Personal (PAP) por parte del Directorio de PROMPERU, el Personal de la Comisión de Promoción del Perú—PROMPERU, se podría asegurar la continuidad de las funciones que se encuentran delimitadas en el Manual de Organización y Funciones (MOF) en concordancia con los Estatutos y la Estructura Orgánica de la Institución.

Algunos de estos problemas fueron resueltos recién en el año 2003 con la Reorganización Institucional y la aprobación de los actuales Reglamento de Organización y Funciones (ROF), Cuadro para Asignación de Personal (CAP), Manual de Organización de Funciones (MOF), Política Remunerativa y Escala Salarial de PROMPERU (estos documentos de gestión fueron aprobados por el Directorio en la Sesión N° 12-2003/PROMPERU, de fecha 13 de octubre del 2003 mediante los Acuerdos N° 01/12/2003/PP y N° 02/12/2003/PP respectivamente).

Cabe señalar que el expediente solicitando la aprobación de la Escala Remunerativa fue remitido al Director Nacional de Presupuesto Público mediante Oficio N° 1189-2003-MINCETUR/SG, del 19 de diciembre de 2003. Hasta la fecha del presente informe, PROMPERU ha solicitado en reiteradas oportunidades al MEF la opinión favorable para la modificación presupuestal en grupo genérico de Gasto 1: Personal y Obligaciones Sociales y habilitar este grupo genérico para la ulterior aprobación de la Escala Remunerativa. En el presente año de 2006, se solicitó nuevamente al MEF opinión favorable y con fecha 1<sup>o</sup> de febrero de 2006 nos informa que no procede la aprobación de Escalas Remunerativas por expresa prohibición de la Ley N° 28652, Ley de Presupuesto del Sector Público para el ejercicio fiscal 2006, por lo no procede opinión favorable para modificación presupuestal.

#### **4. OBJETIVOS Y METAS DEL PERÍODO DE GOBIERNO**

##### **4.1. OBJETIVO GENERAL**

Diseñar y ejecutar estrategias de marketing e imagen para la promoción integral del país, cuyo valor a alcanzar es lograr una imagen positiva del país en el exterior que contribuya a incrementar el turismo; posicionar al Perú como destino turístico líder en Sudamérica, sobre la base de un incremento constante y sostenido de la llegada de turistas al Perú, y, promocionar el turismo interno y mejorar su competitividad.

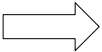

##### **4.2. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS**

- 4.2.1. Identificar y generar información veraz, oportuna y completa para crear y difundir un mensaje que contribuya a mejorar la imagen de estabilidad social y política del país, a fin de estimular el turismo receptivo.
- 4.2.2. Proveer soporte para la participación en eventos internacionales a otras instituciones y/o agentes de promoción de la imagen turística del Perú en el exterior.
- 4.2.3. Promoción del Turismo Receptivo a través de la participación del país en acciones promocionales en mercados prioritarios y potenciales.
- 4.2.4. Incrementar el número de visitantes al Perú.
- 4.2.5. Fortalecer la presencia del Perú en los mercados prioritarios a través de acciones promocionales.
- 4.2.6. Promocionar nuevos destinos turísticos para el turismo interno.
- 4.2.7. Fomentar la participación de mayor número de prestadores de servicios turísticos locales.
- 4.2.8. Mejorar la promoción turística de las Regiones con asesoría técnica en marketing turística.
- 4.2.9. Incorporar nuevos segmentos de mercado hacia el turismo interno.
- 4.2.10. Promover el turismo social: tercera edad y universitario.



#### 4.3. METAS

Las Metas institucionales se derivan de las actividades presupuestales que corresponden a PROMPERU, a saber:

| ACTIVIDADES   | 1. Gestión Administrativa | 2. Promoción de la Imagen del Perú en el Exterior | 3. Promoción del Turismo Interno | 4. Promoción Turística del Perú en el Exterior | Total |
|--|---------------------------|---|----------------------------------|--|-------|
| METAS   |                           |   |                                  |  |       |
| Número de Documentos   | <b>96</b><br>Documentos   |   |                                  |  | 96    |
| a. Eventos Gerencia General (1 Acción)<br>b. Festivales Gastronómicos (1 Acción)<br>c. Oficinas de Promoción Turística en el Exterior (1 Acción)   |                           | <b>03</b><br>Acciones                             |                                  |  | 03    |
| 30 Acciones  |                           |   | <b>30</b><br>Acciones            |  | 30    |
| a. Press Tour (1 Acción)<br>b. Fam Trips (1 Acción)<br>c. Ferias Turísticas Internacionales (1 Acción)<br>d. Workshops (1 Acción)<br>e. Estudios de Investigación de Mercados (1 Acción)<br>f. Campañas de Promoción y Comunicación en distintos mercados (1 Acción)<br>g. Publicaciones (1 Acción)<br>h. Apoyo a Eventos de terceros (1 Acción) |                           |   |                                  | <b>08</b><br>Acciones                          | 08    |

## 5. RESULTADOS OBTENIDOS DURANTE LA GESTIÓN DE GOBIERNO

Se realizaron acciones promocionales de turismo interno y un agresivo programa para mejorar la imagen del Perú en el Exterior, en las siguientes actividades:

### **PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL PERÚ EN EL EXTERIOR:**

- 5.1. **INVESTIGACIÓN DE MERCADOS:** Durante el período 2001/2006, el Área de Investigación de Mercados adquirió los siguientes estudios e investigaciones, en apoyo de las Gerencias de Marketing e Imagen, Turismo Receptivo y Turismo Interno:

#### **Año 2001:**

"Perfil del Turista Extranjero 2001", "Perfil del Turista Nacional 2001", "Perfil de canales de distribución internacional", "Perfiles Turísticos", "Perfil del potencial turista norteamericano".

#### **Año 2002:**

"Estudio Sistemático Turista Extranjero 2002", "Perfil del Turista Extranjero 2002", "Perfil del Potencial Turista Chileno"; "Perfil del potencial turista Español"; "Perfil del potencial turista Alemán", "Perfil del potencial Turista Francés".

#### **Año 2003:**

"Perfil del Visitante de Frontera"; "Perfil del Turista Extranjero 2003"; "Nivel de Satisfacción del Turista Extranjero que visita Lima, Cusco y Puno"; "Perfil del Potencial Turista Americano" y el "Perfil del Turista Nacional".

#### **Año 2004:**

Publicación en la Web del estudio "Nivel de Satisfacción del Turista Extranjero 2003", publicación en la Web del estudio "Perfil del Turista Extranjero 2003", evaluación de 150 manuales de tour operadores que ofrecen el Perú en el extranjero, finalización del estudio "Perfil del Potencial Turista Americano", procesamiento y presentación de resultados de las encuestas realizadas a público y profesionales asistentes a la feria FITUR (España), BIT (Italia), ITB (Alemania) y PTM (Perú Travel Mart) y en el workshop realizado en Sao Paulo—Brasil.

#### **Año 2005:**

Estudio Turismo Receptivo 2005, estudio Nivel de Satisfacción del Turista Extranjero 2005, estudio Perfil del Turista de Naturaleza, evaluación de Manuales de TTOO de mercados prioritarios, compras de estudios de mercado de los países prioritarios y potenciales (Francia, España, Holanda, Bélgica, Suiza, Canadá, China, Japón, Brasil e India), compra de reportes "MIDT" (Market Information Data Tapes).

#### **Año 2006:**

Estudio Nivel de Satisfacción del Turista Extranjero 2006, estudio de Demanda Potencial y medición de campañas en el Exterior.

- 5.2. VIAJES CON PERIODISTAS EXTRANJEROS PARA LA COBERTURA DEL DESTINO PERÚ (PRESS TOUR): Viajes de familiarización diseñados especialmente para la prensa que tienen como objeto central la publicación y difusión de atractivos turísticos del país o temas colaterales que conciten la atención de los potenciales viajeros hacia el Perú. Esta a cargo de la Gerencia de Marketing e Imagen y se han realizado los siguientes viajes en el período 2001/2006:

**Año 2001:**

PROMPERU organizó 12 Press Tours.

**Año 2002:**

PROMPERU organizó 7 Press Tours y apoyó la realización de 14 Press Tours.

**Año 2003:**

PROMPERU organizó 7 Press Tours, 1 Press Tour Temático (naturaleza) y apoyó la realización de otros 14 Press Tours.

**Año 2004:**

PROMPERU organizó 9 Press Tours, 2 Press Tour Temático (ecoturismo y birdwatchers) y apoyó la realización de 16 Press Tours.

**Año 2005:**

PROMPERU organizó 15 Press Tours y apoyó la realización de 13 Press Tours.

**Año 2006:**

PROMPERU organizó 5 Press Tour y apoyó la realización de 1 Press Tour.

- 5.3. CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN EN DISTINTOS MERCADOS: Comprende una serie de actividades de promoción y publicidad en diversos medios escritos y televisivos, como diarios, revistas al consumidor y al trade, TV cable e Internet. Las principales actividades realizadas en el período 2001/2006, se detallan a continuación:

**Año 2001:**

Posicionamiento de la Marca Turística Perú: Evaluación de 4 cuatro diseños; elaboración de Material Promocional para nueve destinos en seis idiomas; realización de 6 documentales turísticos en cuatro idiomas; atención al turista en nuevos módulos instalados en los aeropuertos Jorge Chávez (Lima), Cusco y Ayacucho.

**Año 2002:**

Difusión de videos promocionales en: Aerocontinente; KLM; Varig; Lan Perú; Alitalia y Avianca; estrategia de posicionamiento de la “Marca Perú” expresando los tres grandes pilares del Perú: Histórico—Arqueológico—Biodiversidad—culturas vivas; desarrollo del Plan de Posicionamiento de caballos peruanos de paso en Europa.

**Año 2003:**

Promoción del Pisco en España; presentación del Libro Pisco; participación y coorganización de Peru Export; firma del Convenio con CANATUR para el manejo de la comercialización de los productos turísticos a través de la página web, con el dominio de Experience Peru y link con go2peru; lanzamiento de la Campaña en USA: “Despierta tus seis sentidos”.

**Año 2004:**

Lanzamiento de la Campaña “Despierta tus seis sentidos” en Reino Unido, España y Brasil y mantenimiento de la misma en USA. Se lanzó un nuevo diseño del sitio web de PROMPERU en seis idiomas (español, inglés, francés, italiano, alemán y portugués). Se crearon las Comisiones Consultivas del Deporte y Gastronomía, en base a una política institucional que defina al deporte y gastronomía como instrumentos de desarrollo turístico a través del aprovechamiento de nuestras ventajas competitivas y comparativas; presentación de estampas peruanas y entrega de material promocional y souvenir para los pasajeros del vuelo inaugural de Air Canadá procedentes de Toronto y del vuelo inaugural de Air Plus Comet procedente de Madrid.

**Año 2005:**

Lanzamiento de la Campaña “Despierta tus seis sentidos” en Alemania e Italia y mantenimiento de la misma en USA, Reino Unido, España y Brasil. En USA se trabajó en 28 medios; En Reino Unido se continuó la campaña en 6 medios; se lanzó una campaña en las principales 2 revistas de Francia; se continuó la campaña en España en 5 medios; en Alemania se lanzó la campaña en el Metro de Berlín y se continuó la campaña en 6 medios ; en Italia se lanzó campaña publicitaria el Metro de Milán y se continuó la campaña en 6 medios; en Brasil se lanzó una campaña en las 4 principales revistas, así como una importante campaña en Internet; PAUTA DE CABLE: Se lanzó una campaña en los principales canales de Cable en Latinoamérica (TNT, FOX NEWS, NAT GEO, HISTORY, DISCOVERY, WARNER y SONY).

**Año 2006:**

Inicio del lanzamiento de la Campaña “Despierta tus seis sentidos” en China y Francia y mantenimiento de la Campaña en USA, Reino Unido, España, Brasil, Alemania e Italia.

- 5.4. PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN PERMANENTE Y GLOBAL DE MATERIAL IMPRESO, AUDIOVISUAL Y MULTIMEDIA: Esta actividad, también a cargo de la Gerencia de Marketing e Imagen, ha desarrollado las siguientes principales piezas publicitarias durante el período 2001/2006:

**Año 2001:**

Material Promocional elaborado para nueve destinos en seis idiomas, publicaciones: Mapa Perú, Guía Perú, Guías básicas del viajero, Datos útiles para viajes y Guías de hospedaje (Convenio con Dirección Nacional de Turismo).

**Año 2002:**

Elaboración, edición e impresión del documento promocional “Productos Turísticos sostenibles: Experiencias en el Perú”.

**Año 2003:**

Elaboración, edición, impresión y/o adquisición de diverso material Promocional elaborado para diferentes destinos en varios idiomas, entre los que destacan: guías de Región, Afiches, Mapas, libros, manuales, trípticos, dípticos y otros.

**Año 2004:**

Elaboración, edición e impresión de diverso material Promocional elaborado para diferentes destinos en varios idiomas, entre los que destacan: guías de Región, Afiches, Mapas, manuales, trípticos, dípticos y otros.

**Año 2005:**

Elaboración, edición e impresión de diverso material promocional, entre los que destacan: kit turístico básico; guías de Región; Perú incentivos, convenciones y eventos; gastronomía; observación de aves; afiches turísticos; material especializado y libros temáticos; material multimedia y merchandising en general.

**Año 2006:**

Elaboración y diseño de archivo fotográfico, audiovisual, marketing electrónico, impresión de publicaciones y merchandising varios.

- 5.5. ORGANIZACIÓN Y PARTICIPACIÓN EN FERIAS DE TURISMO: Se participó en múltiples Ferias alrededor del mundo entre los años 2001a 2006, cuyos eventos constituyen una de las herramientas más importante de promoción turística masiva en el exterior. Esta actividad esta a cargo de la Gerencia de Turismo Receptivo:

**Año 2001:**

Se facilitó la presencia de empresas de servicios turísticos del Perú en 6 Ferias Turísticas Internacionales en los siguientes países: Brasil, Francia, Argentina, Canadá, Inglaterra y Japón.

**Año 2002:**

Se facilitó la presencia de empresas de servicios turísticos del Perú en 10 Ferias Turísticas Internacionales en los siguientes países: Ecuador, España, Holanda, Italia, Estados Unidos, Alemania, Francia, Costa Rica, Suiza e Inglaterra.

**Año 2003:**

Se facilitó la presencia de empresas de servicios turísticos del Perú en 12 Ferias Turísticas Internacionales en los siguientes países: España, Italia, Alemania, Ecuador, Suiza, Inglaterra, Estados Unidos, Francia, Japón y Canadá y la participación en tres Encuentros Turísticos Sudamericanos realizados en Perú, Venezuela y Brasil.

**Año 2004:**

Se facilitó la presencia de empresas de servicios turísticos del Perú en 34 Ferias Turísticas Internacionales en los siguientes países: España, Inglaterra, Italia, Holanda, Alemania, Francia, Bélgica, Estados Unidos, Canadá, Colombia, Argentina, Ecuador, Brasil, Chile, China y Japón.

**Año 2005:**

Se facilitó la presencia de empresas de servicios turísticos del Perú en 45 Ferias Turísticas Internacionales en los siguientes países: Estados Unidos, Canadá, Colombia, Argentina, Brasil, Alemania, España, Holanda, Bélgica, Italia, Inglaterra, Francia, Rusia, Suiza, China, Corea y Japón.

**Año 2006:**

Se facilitó la presencia de empresas de servicios turísticos del Perú en 13 Ferias Turísticas Internacionales en los siguientes países: Estados Unidos, Colombia, Italia, Inglaterra, España, Alemania, Rusia, Francia, Canadá, Suecia y Holanda.

- 5.6. RUEDA DE NEGOCIOS (WORK SHOPS): Son reuniones de trabajo en donde se brinda información actualizada sobre la situación del turismo en el Perú y se realizan negociaciones directas entre operadores turísticos nacionales y extranjeros. Está a cargo de la Gerencia de Turismo Receptivo y entre el 2001 y el 2006 ha desarrollado las siguientes reuniones internacionales:

**Año 2001:**

Organización de 14 Workshops en los siguientes países: Inglaterra, Brasil, Alemania, España, Argentina, Uruguay y Argentina.

**Año 2002:**

Organización de 12 Workshops en los siguientes países: Brasil, Chile, Alemania, Inglaterra, España, Estados Unidos y Canadá; adicionalmente se apoyó la realización de 10 Workshops en los siguientes países: México, Colombia, Chile y República Checa.

**Año 2003:**

Organización de 12 Workshops en los siguientes países: Estados Unidos, Chile, Brasil, España, adicionalmente se apoyó la realización de 7 workshops en los siguientes países: Suiza, Chile y, Argentina.

**Año 2004:**

Organización de 12 Workshops en los siguientes países: Inglaterra, Alemania, Francia, Italia, España, Suiza, Bélgica, Estados Unidos, Canadá, Brasil, PTM—Perú, Chile, Colombia, Ecuador y Argentina.

**Año 2005:**

Organización de 61 Workshops en los siguientes países: Holanda, Alemania, Reino Unido, Francia, España, Italia, Suiza, Canadá, México, Estados Unidos, Brasil, Colombia, Argentina y PTM Peru.

**Año 2006:**

Organización de 3 Workshops en los siguientes países: China y Estados Unidos.

- 5.7. VIAJES PARA CONOCER EL DESTINO PERÚ (FAM TRIPS): Viajes de familiarización diseñados especialmente para los tour operadores y/o agentes de viajes extranjeros con el fin de promocionar al Perú como un destino turístico atractivo, invitándolos a conocer “in situ” la variedad de productos turísticos, modo de operación y potencialidad de nuevos productos. Esta a cargo de la Gerencia de Turismo Receptivo y se han organizados los siguientes Press entre los años 2001 a 2006:

**Año 2001:**

Organización de 4 Fam Trips para agentes de República Checa, Argentina, España, Chile, Argentina y Brasil.

**Año 2002:**

Organización de 4 Fam Trips para agentes de Argentina, China, República Checa, Suiza, Hungría y Grecia.

**Año 2003:**

Organización de 7 un Fam Trip para agentes de Estados Unidos, Canadá, Rusia, Noruega y Argentina.

**Año 2004:**

Organización de 9 Fam Trips para agentes de Alemania, Francia, Italia, España, Bélgica, Holanda, Suiza, Estados Unidos, Canadá y dos Fam Trips Temáticos (Ecoturismo y Birdwatchers).

**Año 2005:**

Organización de 10 Fam Trips para agentes de Holanda, Suiza, Inglaterra, Alemania, Italia, Estados Unidos, Canadá y Brasil.

**Año 2006:**

Organización de 7 Fam Trips para agentes de Inglaterra, Francia, Estados Unidos, Brasil, Japón y China.

**PROMOCIÓN DE LA IMAGEN DEL PERÚ EN EL EXTERIOR**

- 5.8. FESTIVALES GASTRONÓMICOS: Mediante el desarrollo de esta actividad damos a conocer la gastronomía peruana como una de las manifestaciones culturales más atractivas de nuestro país, posicionando al Perú como un paraíso gastronómico, pero sobre todo como un destino turístico privilegiado, está a cargo de la Gerencia de Turismo Receptivo y ha desarrollado los siguientes festivales durante el período 2001/2006:

**Año 2001:**

Organización y participación en 3 Festivales Gastronómicos: Buenos Aires—Argentina, Quito—Ecuador y Sao Paulo—Brasil.

**Año 2002:**

Organización y participación en 5 Festivales Gastronómicos: Lafayette París—Francia; Río de Janeiro—Brasil; Sao Paulo—Brasil; Londres—Inglaterra y apoyo de 6 Festivales Gastronómicos: Zurich—Suiza; New York—Estados Unidos; Ciudad de Panamá—Panamá; Frankfurt—Alemania; Buenos Aires—Argentina y Montreal—Canadá.

**Año 2003:**

Organización de un Festival Gastronómico en el Hotel Ritz de Madrid--España.

**Año 2004:**

Organización de 3 Festivales Gastronómicos: Japón, China, San Francisco—Estados Unidos, Madrid Fusión Madrid—España y otros festivales en Europa.

**Año 2005:**

Organización de 12 Festivales Gastronómicos: MADRID FUSIÓN Madrid—España; LISBOA Lisboa—Portugal; GIROTONNO Cerdeña—Italia; RADISSON SAS Hamburgo—Alemania; JORNADAS GASTRONÓMICAS París—Francia; SUIZA Ginebra—Suiza; ITALIA Milán—Italia; PRESENTACIÓN DE LA GASTRONOMÍA PERUANA Madrid—España; VANCOUVER Vancouver—Canadá; SEATTLE Seattle y Tacoma—Estados Unidos; BOGOTÁ Bogotá—Colombia y Festival Gastronómico SAO PAULO Sao Paulo—Brasil.

**Año 2006:**

Organización de 2 Festivales Gastronómicos: CHINA Hong Kong—China y MADRID FUSIÓN Madrid—España.

**PROMOCIÓN DEL TURISMO INTERNO**

**Año 2001:**

Realización de campañas promocionales; organización de Mercados Turísticos; organización de Press Tours; edición de Publicaciones y realización de estudios de mercado.

**Año 2002:**

Edición del calendario mensual de fiestas Turísticas del Perú; realización del Programa de Asesoramiento a Regiones; organización de Ferias Turísticas Universitarias, Feria Distritales, Mercados Turísticos; elaboración, edición e impresión de piezas promocionales; organización de Press Tour Nacionales y lanzamiento de campañas de promoción.

**Año 2003:**

Organización de Ferias Turísticas; Ferias Universitarias; Ferias Distritales; programa de Asesoría a Regiones; validación de circuitos Turísticos; desarrollo de campañas de Promoción de Turismo Interno; elaboración del Manual de Señalización Turística Nacional y organización de Press Tour nacionales.

**Año 2004:**

Desarrollo de programas de capacitación, talleres de marketing y asesoría a las Regiones; edición del calendario mensual de Fiestas Turísticas; realización de Estudios de mercado; desarrollo de campañas promocionales en las Regiones; realización de Ferias Turísticas Nacionales, Regionales, Universitarias y Distritales, realización de Press Tour nacionales; elaboración, edición y distribución de material promocional, organización de la Feria Turismo Perú 2004 y organización y funcionamiento de las Comisiones Multisectoriales para el Desarrollo Turístico.

**Año 2005:**

Organización de Ferias Regionales, Feria Turismo Perú 2005; realización de Talleres de Marketing y capacitación, Pasantías y reuniones de trabajo con las Regiones; organización de Press Tour nacionales así como Workshops y Fam Trips; actividades de evaluaciones regionales y levantamiento fotográfico y elaboración, edición y distribución de material promocional.



**Año 2006:**

Realización de Programas de Promoción de Destinos Turísticos; campañas de Promoción de Regiones; elaboración, impresión y distribución de material promocional; reconocimiento de rutas; levantamiento fotográfico; organización de Press Tours nacionales; realización de programas de Desarrollo de Capacidades Gerenciales, talleres de Marketing, Fortalecimiento Gremial talleres de promoción; pasantías; calendario Fiestas; organización de Ferias turísticas Regionales.

**6. TEMAS PENDIENTES Y RECOMENDACIONES**

Con respecto a las actividades de Promoción de la Imagen del Perú en el Exterior y la Promoción Turística del Perú en el Exterior, actividades que son ejecutadas por las Gerencias de Marketing e Imagen y de Turismo Receptivo, a la fecha quedan como temas pendientes: la culminación de plan editorial programado para el 2006 el cual se está llevando a cabo de acuerdo a lo programado; consolidar la participación de otras instancias del sector público y privado (en las Regiones) en el desarrollo de nuevas publicaciones.; el contrato con la agencia de publicidad vence en junio del 2006, se están confeccionando los términos de referencia y el brief para la realización de un nuevo concurso; el contrato de la agencia de medios vence en diciembre de 2006, se recomienda ampliar en un 20% el actual mientras se convoca a una nueva agencia; en el área de trabajo creativo (artes finales), para la culminación de trabajos menores , se recomienda contratar una agencia in-house. Culminación del Plan 2006 de Turismo Receptivo, para lo cual se debe continuar con la estrategia desarrollada y la programación del Plan Anual así como continuar con las reuniones con el sector privado y los representantes de las Regiones. Poco personal para cubrir todas las regiones geográficas en las que se realizan las acciones promocionales, debido a la falta de presupuesto y a medidas presupuestales de austeridad. Modificación del Plan de Viajes dispuesto por el Decreto de Urgencia N° 002-2006-PCM, ya que esta medida afecta el plan de actividades de Turismo Receptivo y nos obliga a no asistir a una serie de actividades en el exterior que habían sido previamente coordinadas con el sector privado.

En lo que se refiera a las actividades de promoción del Turismo Interno, la Gerencia de Turismo Interno tiene como temas pendientes la Culminación del Plan de Trabajo 2006 ya que es un Plan de Trabajo que ha sido elaborado y concertado con el sector público y privado de cada Región; la mejora del formato y contenido de las ferias a nivel nacional, para ello se recomienda que los formatos contemplen la aplicación de los conceptos de educación ambiental, la prioridad de la conservación del medio ambiente y del patrimonio cultural para la sostenibilidad del turismo; campañas de Promoción del Turismo Interno con un enfoque en las celebraciones y eventos Regionales, se debe incentivar los viajes intra regionales y los interregionales, utilizando los medios de prensa locales; establecer un sistema de medición de impacto de acciones de promoción, por lo que se debe continuar con el proceso iniciado en la gestión anterior; fortalecer las relaciones institucionales con otras instituciones vinculadas a la conservación del medio ambiente y al desarrollo descentralizado, asegurando la presencia de estos en los grupos de trabajo y asistencia a eventos especializados.

En temas mas puntuales, en lo que respecta a las publicaciones a realizarse en el ejercicio 2007, se recomienda tomar contacto con APTAE y Conservación Internacional, con el fin de realizar manuales específicos de buenas prácticas para turismo sostenible; así mismo, tomar contacto con la Asociación Floralíes para auspiciar la publicación de una manual de formato económico de especies de flora que requieren poca agua (ornato de las ciudades). Apoyar publicaciones relacionadas con la conservación y buenas prácticas, de distribución masiva y de ser posible acompañadas de talleres; fortalecer las relaciones con los Gobiernos Regionales y Locales a fin de consolidar y coordinar el desarrollo de acciones de promoción.

En cuanto a la Gestión Administrativa e Institucional, quedan pendientes los siguientes puntos: aprobación por parte del MINCETUR de la propuesta modificatoria del artículo 2° en sus numerales 2.3 y 2.6 e incorporación de los numerales 2.15 y 2.16 al citado artículo, y modificación de los artículos 3°, 4°, 8° y 11° del Reglamento de la Ley N° 27889, ley que crea el Fondo y el Impuesto Extraordinario para la Promoción y Desarrollo Turístico Nacional, aprobado por Decreto Supremo N° 007-2003-MINCETUR; hacer el seguimiento respectivo y la gestión ante el MEF para la aprobación de la Escala Remunerativa de la Unidad Ejecutora 003: Comisión de Promoción del Perú—PROMPERU para el ejercicio fiscal 2007; hacer el seguimiento y gestiones ante el MEF y la PCM para la aprobación de la propuesta modificatoria del artículo 16° del Decreto de Urgencia N° 002-2006 “Autorizan Modificaciones al Presupuesto del Sector Público para el Año Fiscal 2006—Ley N° 28652 y Dictan Disposiciones Relativas a la Ejecución Presupuestaria y Otras Medidas”; seguimiento y gestiones ante el PCM para la aprobación de la propuesta modificatoria del Texto Único de Procedimientos Administrativos de PROMPERU vigente; aprobación por el Directorio y/o la Gerencia General de PROMPERU, según corresponda, de la propuesta del nuevo Reglamento General de Participación en Ferias Internacionales de Turismo así como de otras directivas internas de la institución; formulación y presentación del Plan Anual de Actividades y Presupuesto 2007 del Fondo Extraordinario para la Promoción y Desarrollo Turístico Nacional; hacer seguimiento ante el MINCETUR y el MEF para la aprobación del Crédito Suplementario por la mayor recaudación no entregada a PROMPERU del impuesto creado por Ley del Fondo Extraordinario para la Promoción y Desarrollo Turístico Nacional y la aprobación definitiva por parte de la Municipalidad de San Isidro que nos autorice la Licencia Municipal de funcionamiento a fin de iniciar la mudanza de PROMPERU a su sede institucional en la Av. Basadre en el distrito de San Isidro.

## **7. CUADRO RESUMEN DEL PERSONAL CONTRATADO BAJO CUALQUIER MODALIDAD**

En el año 2001 PROMPERU contaba con 117 personas laborando en la Institución, a marzo de 2006 estos se han incrementado en 35, lo que representa un crecimiento de 29,9 %, sin embargo, es preciso considerar que el presupuesto institucional de PROMPERU creció, en el mismo período, en mas del 100%. Por otro lado, el incremento que se observa en el personal que labora en Iperú se debe a que en el 2001 no existían oficinas descentralizadas, las misma que se han instalado en 8 en ciudades: Chachapoyas, Huaraz, Arequipa, Ayacucho, La Libertad, Cusco, Iquitos y Puno. El cuadro comparativo, por áreas, se muestra en la página siguiente:

| PROMPERU JULIO 2001                       |            | PROMPERU MARZO 2006   |            |
|---|------------|---|------------|
| Servicio                                  | N°         | Servicio  | N°         |
| SECRETARIA EJECUTIVA                      | 8          | GERENCIA GENERAL  | 10         |
| ORGANO DE CONTROL INTERNO                 | 2          | GERENCIA DE AUDITORIA INTERNA                               | 3          |
| ORGANO DE ASESORAMIENTO                   | 3          | GERENCIA LEGAL  | 4          |
| GERENCIA DE ADMINISTRACION Y FINANZAS     | 3          | GERENCIA DE ADMINISTRACION Y FINANZAS                       | 4          |
| Oficina Administrativa:                   | 21         | Subgerencia Administrativa                                  | 17         |
| Oficina Financiera:                       | 5          | Subgerencia Financiera                                      | 7          |
| Oficina Financiera:                       | 5          | Subgerencia Informatica                                     | 6          |
| GERENCIA DE PROMOCION ECONOMICA           | 6          | GERENCIA DE PLANIFICACIÓN, PRESUPUESTO Y DESARROLLO         | 4          |
| GERENICA DE TURISMO                       | 2          | GERENCIA DE TURISMO RECEPTIVO                               | 17         |
| Sub Gerencia de Información               | 3          | GERENCIA DE TURISMO INTERNO                                 | 9          |
| Sub Gerencia de Desarrollo                | 4          | GERENCIA DE MARKETING E IMAGEN                              | 5          |
| Sub Gerencia de Turismo                   | 10         | Subgerencia de Prensa y Comunicaciones.                     | 14         |
| GERENCIA DE MARKETING E IMAGEN            | 2          | Subgerencia de Investigación de Mercados                    | 3          |
| Sub Gerencia de Prensa y RR.PP.           | 3          | Subgerencia de Eventos                                      | 4          |
| Sub Gerencia de Investigación de Mercados | 4          | Subgerencia de Información y Asistencia al Turista (IPERU)* | 45         |
| Sub Gerencia de Comunicaciones            | 5          |   |            |
| Sub Gerencia de Servicios en Marketing    | 5          |   |            |
| *SIT / **SPT                              | 18         |   |            |
| Temporales                                | 8          |   |            |
| <b>TOTAL PERSONAS</b>                     | <b>117</b> | <b>TOTAL PERSONAS</b>                                       | <b>152</b> |

\*SIT ( Servicio de Información Turística)

\*\*SPT (Servicio de Protección al Turista)

\*Oficinas de Información y Asistencia al Turista

## 8. PRESUPUESTO INSTITUCIONAL DE LOS AÑOS 2001 AL 2006, PROGRAMADO Y EJECUTADO

### PRESUPUESTO DE GASTOS:

#### PERIODO 2001 (Presidencia del Consejo de Ministros—PCM):

El Presupuesto Institucional de Apertura (PIA) fue de S/. 30 000 000 por la fuente de financiamiento Recursos Ordinarios, cuyo desagregado fue aprobado mediante Resolución Ministerial N° 181-2000-PCM, en concordancia con el Decreto Legislativo N° 909 Ley de Presupuesto del Sector Público para el año 2001.

El Presupuesto Institucional Modificado (PIM), fue de S/. 23 907 804, correspondiéndole a la fuente de financiamiento Recursos Ordinarios la suma de S/.22'509,908; y Recursos Directamente Recaudados por S/.1 397 896.

La Ejecución Presupuestaria, por toda fuente de financiamiento, ascendió a la suma de S/. 23 010 650,74, que representa el 96,25% con respecto al Presupuesto Institucional Modificado (PIM); habiéndose ejecutado por Recursos Ordinarios el importe de S/. 22 256 519,53 y por Recursos Directamente Recaudados S/. 754 131,21.

#### PERIODO 2002:

Durante este período, PROMPERU, dependió como Unidad Ejecutora de la Presidencia del Consejo de Ministros—PCM del 01 de enero al 31 de agosto del 2002; y a partir del 01 de septiembre al 31 de diciembre del 2002 del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo—MINCETUR.

**Presidencia del Consejo de Ministros—PCM (2002):**

El Presupuesto Institucional de Apertura (PIA) fue de S/. 14 903 540 por la fuente de financiamiento Recursos Ordinarios, cuyo desagregado fue aprobado mediante Resolución Ministerial N° 249-2001-PCM, en concordancia con la Ley N° 27573 Ley de Presupuesto del Sector Público para el año 2002.

El Presupuesto Institucional Modificado (PIM), fue de S/. 9 917 229, correspondiéndole a la fuente de financiamiento Recursos Ordinarios el mismo importe.

La Ejecución Presupuestaria, por toda fuente de financiamiento, ascendió a la suma de S/. 9 913 414, que representa el 99,96% con respecto al Presupuesto Institucional Modificado (PIM).

**Ministerio de Comercio Exterior y Turismo—MINCETUR:**

El Presupuesto Institucional Modificado (PIM), se inicia en el mes de septiembre con la transferencia de partidas mediante Decreto de Urgencia N° 049-2002, por la suma de S/. 4 617 174 por la fuente de financiamiento Recursos Ordinarios cuyo importe, al 31 de diciembre del 2002, fue de S/. 6 223 364, correspondiéndole a la fuente de financiamiento Recursos Ordinarios la cantidad de S/. 5 117 174 y a Recursos Directamente Recaudados el importe de S/. 1 106 190.

La Ejecución Presupuestaria, por toda fuente de financiamiento, ascendió a la suma de S/. 4 683 721, que representa el 75,26% con respecto al Presupuesto Institucional Modificado (PIM); cuyo importe de S/. 4 583 721 corresponde a Recursos Ordinarios y S/. 100 000 a Recursos Directamente Recaudados.

**PERIODO 2003:**

El Presupuesto Institucional de Apertura (PIA) fue de S/.13 600 000 por la fuente de financiamiento Recursos Ordinarios, cuyo desagregado fue aprobado mediante Resolución Ministerial N° 005-2003-MINCETUR/DM.

El Presupuesto Institucional Modificado (PIM), fue de S/. 44 164 490, correspondiéndole a Recursos Ordinarios la suma de S/. 42 193 802, incluyéndose el crédito suplementario por S/. 29 273 802 de la Ley N° 27889, Ley que crea el Fondo y el Impuesto Extraordinario para la Promoción y Desarrollo Turístico Nacional; y por Recursos Directamente Recaudados por S/. 1 760 688.

La Ejecución Presupuestaria, por toda fuente de financiamiento, ascendió a la suma de S/. 38 140 327,93, que representa el 86,36% con respecto al Presupuesto Institucional Modificado (PIM); habiéndose ejecutado por Recursos Ordinarios el importe de S/. 36 610 266,25, y por Recursos Directamente Recaudados S/. 1 530 061,68.

**PERIODO 2004:**

El Presupuesto Institucional de Apertura (PIA) fue de S/.59 360 000 por la fuente de financiamiento Recursos Ordinarios, cuyo desagregado fue aprobado mediante Resolución Ministerial N° 463-2003-MINCETUR/DN, en concordancia con la Ley N° 28128 Ley de Presupuesto del Sector Público para el año 2004.

El Presupuesto Institucional Modificado (PIM), fue de S/. 61 214 438, correspondiéndole a la fuente de financiamiento Recursos Ordinarios la suma de S/. 59 360 000; y por la fuente de financiamiento Recursos Directamente Recaudados el importe de S/. 1 854 438.

La Ejecución Presupuestaria, por toda fuente de financiamiento, ascendió a la suma de S/. 59 019 716,48, que representa el 96,41% con respecto al Presupuesto Institucional Modificado (PIM); habiéndose ejecutado por Recursos Ordinarios el importe de S/. 58 646 584,54, y por Recursos Directamente Recaudados S/. 373 131,94.

#### **PERIODO 2005:**

El Presupuesto Institucional de Apertura (PIA) fue de S/. 58 014 289 por la fuente de financiamiento Recursos Ordinarios, cuyo desagregado fue aprobado mediante Resolución Ministerial N° 474-2004-MINCETUR/DM, en concordancia con la Ley N° 28427 Ley de Presupuesto del Sector Público para el año 2005.

El Presupuesto Institucional Modificado (PIM), fue de S/. 61 208 676, correspondiéndole a la fuente de financiamiento Recursos Ordinarios la suma de S/. 58 014 289; y por la fuente de financiamiento Recursos Directamente Recaudados S/. 3 194 387.

La Ejecución Presupuestaria, por toda fuente de financiamiento, ascendió a la suma de S/. 56 873 594,13, que representa el 92,92% con respecto al Presupuesto Institucional Modificado (PIM); habiéndose ejecutado por Recursos Ordinarios el importe de S/. 55 997 435,77, y por Recursos Directamente Recaudados S/. 876 158,36.

#### **PERIODO ENERO/MARZO DEL 2006:**

El Presupuesto Institucional de Apertura (PIA), para el Ejercicio Fiscal del 2006 es de S/. 63 611 621 por Recursos Ordinarios, correspondiéndole a las actividades aprobadas en el Plan Anual de Promoción y Desarrollo Turístico Nacional la suma de S/. 51 152 641; y para las actividades de la promoción del turismo interno y gastos operativos de la Institución la suma de S/. 12 458 980, cuyo desagregado fue aprobado mediante Resolución Ministerial N° 427-2005-MINCETUR/DM, en concordancia con los anexos de la Ley N° 28652 Ley de Presupuesto del Sector Público para el año 2006.

El Presupuesto Institucional Modificado (PIM), al 31 de marzo 2006, asciende a la suma de S/. 67 575 959, correspondiéndole a Recursos Ordinarios la suma de S/. 63 611 621; y por Recursos Directamente Recaudados por S/. 3 964 338. El presupuesto se modificó por lo siguiente:

- Incorporación del Crédito Suplementario por Saldos de Balance de Ejercicios Anteriores por la suma de S/. 2 326 694 en la F.F. Recursos Directamente Recaudados, aprobado con la Resolución Ministerial N° 032-2006-MINCETUR/DM del 26 de enero del 2006.
- Incorporación del Crédito Suplementario por la recaudación de los ingresos estimados para el año 2006, por la fuente de financiamiento Recursos Directamente Recaudados por la suma de S/. 1 637 644, aprobado con la Resolución Ministerial N° 113-2006-MINCETUR/DM del 28 de marzo del 2006.

La Ejecución Presupuestaria al 31 de marzo del 2006, asciende al monto de S/. 11 880 420,32, que representa el 17,58%, de los cuales el importe de S/. 11 704 847,31 corresponde a Recursos Ordinarios y S/. 175 573,01 a Recursos Directamente Recaudados.

**PRESUPUESTO DE INGRESOS:**

**PERÍODO 2001 (Presidencia del Consejo de ministros—PCM):**

El Presupuesto Institucional Modificado (PIM) fue de S/. 1 397 896, en el que se incluye los Saldos de Balance de Ejercicios Anteriores la suma de S/. 89 396 y la estimación de los ingresos para el año 2001 por la suma de S/. 1 308 500.

La Ejecución del Presupuesto de Ingresos, ascendió a la suma de S/. 1 122 430,60.

**PERÍODO 2002 (PCM/MINCETUR):**

El Presupuesto Institucional Modificado (PIM) fue de S/. 1 106 190, en el que se incluye los Saldos de Balance de Ejercicios Anteriores la suma de S/. 368 300 y la estimación de los ingresos para el año 2002 por la suma de S/. 737 890.

La Ejecución del Presupuesto de Ingresos, ascendió a la suma de S/. 993 958,82, dentro de los cuales S/. 676 874,55 se realizó como Unidad Ejecutora dependiente de la Presidencia del Consejo de Ministros—PCM y la suma de S/. 317 084,27, como dependiente del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo—MINCETUR.

**PERÍODO 2003:**

El Presupuesto Institucional Modificado (PIM) fue de S/. 1 760 688, en el que se incluye los Saldos de Balance de Ejercicios Anteriores la suma de S/. 893 959 y la estimación de los ingresos para el año 2003 por la suma de S/. 866 729.

La Ejecución del Presupuesto de Ingresos, ascendió a la suma de S/. 218 941,04.

**PERÍODO 2004:**

El Presupuesto Institucional Modificado (PIM) fue de S/. 1 820 024, en el que se incluye los Saldos de Balance de Ejercicios Anteriores S/. 1 588 880 y la estimación de los ingresos para el año 2004 la suma de S/. 1 231 144.

La Ejecución del Presupuesto de Ingresos, ascendió a la suma de S/. 2 117 280,71.

**PERÍODO 2005:**

El Presupuesto Institucional Modificado (PIM) fue de S/. 3 194 387, en el que se incluye los Saldos de Balance de Ejercicios Anteriores S/. 1 744 149 y la estimación de los ingresos para el año 2005 S/. 1 450 238.

La Ejecución del Presupuesto de Ingresos, ascendió a la suma de S/. 3 202 851,84.

**PERÍODO ENERO/MARZO 2006:**

El Presupuesto Institucional Modificado (PIM) es de S/. 3 964 338, en el que se incluye los Saldos de Balance de Ejercicios Anteriores la suma de S/. 2 326 694, la estimación de los ingresos para el año 2006 por la suma de S/. 1 637 644.

La recaudación de los ingresos, al 31 de marzo del año 2006 asciende a la suma de S/. 2 769 981,77.

Recaudación del Impuesto Extraordinario Ley N° 27889:

En la fuente de financiamiento Recursos Ordinarios se encuentra incluido la ejecución presupuestaria del Plan Anual del Fondo de Promoción y Desarrollo Turístico Nacional creado mediante Ley N° 27889, la misma que se ejecuta en base al monto recaudado del Impuesto Extraordinario de los pasajes aéreos, que se efectúa a través de la SUNAT. La SUNAT informa al mes siguiente de producida la recaudación. El monto recaudado en los meses de diciembre de cada año se informan en el mes de enero del año siguiente. Esta recaudación y los mayores ingresos recaudados en cada año, se solicitan mediante un Crédito Suplementario. El importe neto recaudado que le correspondió a PROMPERU, asciende a:

| <b>AÑO</b>           | <b>MONTO RECAUDADO</b> |
|----------------------|------------------------|
| Mayo/diciembre/2003  | 27 171 168             |
| Enero/diciembre/2004 | 39 849 748             |
| Enero/diciembre/2005 | 57 832 906             |
| <b>SUB TOTAL</b>     | <b>S/. 124 853,822</b> |
| Ene/Mar 2006         | 12 865 965             |
| <b>TOTAL</b>         | <b>S/.137 719 787</b>  |

**9. PLAN ANUAL DE ADQUISICIONES Y CONTRATACIONES APROBADO DETALLANDO LA SITUACIÓN DE LOS PROCESOS DE SELECCIÓN AL 31 DE MARZO DE 2006**

El Plan Anual de Adquisiciones y Contrataciones de PROMPERU fue aprobado mediante Resolución de Gerencia General N° 001-2006/PP-GG de fecha 06 de enero de 2006 y ha sido modificado, a través de las siguientes Resoluciones de Gerencia General:

| <b>Resolución de Gerencia General N°</b> | <b>Fecha</b>          |
|--|-----------------------|
| 007-2006-PROMPERU/GG                     | 26 de enero de 2006   |
| 011-2006-PROMPERU/GG                     | 15 de febrero de 2006 |
| 014-2006-PROMPERU/GG                     | 01 de marzo de 2006   |
| 016-2006-PROMPERU/GG                     | 17 de marzo de 2006   |
| 020-2006-PROMPERU/GG                     | 31 de marzo de 2006   |

La situación de los procesos de selección, al 31 de marzo de 2006, se muestran en el cuadro que como Anexo 01, forma parte del presente informe.

**10. PROYECTOS DE INVERSIÓN EN EJECUCIÓN, ASÍ COMO AQUELLOS PROGRAMADOS EN ETAPA DE PREINVERSIÓN O DECLARADOS VIABLES**

No aplicable para PROMPERU.

**11. SITUACIÓN CONTABLE AL CIERRE DEL AÑO INMEDIATO ANTERIOR Y AL CIERRE DEL PRIMER TRIMESTRE DEL ÚLTIMO AÑO DE GOBIERNO**

**Año 2001: Presidencia del Consejo de Ministros—PCM:**

Los Estados Financieros y Presupuestarios e Información Complementaria para la Cuenta General de la República, de la Comisión de Promoción del Perú—PROMPERU, al 31 de diciembre del 2001, fue presentada a la Contaduría Pública de la Nación a través de la Presidencia del Consejo de Ministros—PCM, las misma que se encuentran auditadas por Sociedades de Auditoria Externa designados a través de la Contraloría General de la República y por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD, cuyo resultado de la auditoria externa, revelan un informe favorable de la gestión institucional.

**Años 2002 al 2005: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo—MINCETUR**

Los Estados Financieros y Presupuestarios e Información Complementaria para la Cuenta General de la República, de la Comisión de Promoción del Perú—PROMPERU, al 31 de diciembre del 2002, 2003, 2004 y 2005, fue presentada a la Contaduría Pública de la Nación a través del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo—MINCETUR, las mismas que se encuentran auditadas por la Sociedades de Auditoria Externa designados a través de la Contraloría General de la República y por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD, excepto las que se presentaron a la Contraloría General de la República para el año 2005 ya que la selección de la empresa auditora se encuentra en proceso de designación. El resultado de la auditoria externa, en esos años, revelan un informe favorable de la gestión institucional. En dichas informaciones se incluye los Inventarios Físicos y Contables de la cuenta Existencias de Almacén y Activo Fijo.

**Año 2006: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo—MINCETUR**

Los Estados Financieros y Presupuestarios de la Comisión de Promoción del Perú—PROMPERU, al primer trimestre del 2006, como Unidad Ejecutora dependiente del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo se encuentra en proceso de formulación sobre la base de los lineamientos y directivas emitidas por la Contaduría Pública de la Nación, la Dirección Nacional de Presupuesto Público, la Dirección Nacional del Tesoro Público, y el Manual de Gestión de Proyectos de Cooperación Técnica del Programa de las Naciones Unidas—PNUD, a través del módulo del Sistema Integrado de Administración Financiera del Sector Público SIAF—SP.

Esta información ha sido procesada hasta el mes de febrero de 2006, se espera concluir la información al 31 de marzo (primer trimestre) a más tardar el 19 de abril de 2006, para su presentación a la Contaduría Pública de la Nación a través del Pliego Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.