



19 FEB 2018

Resolución de Secretaría General

N° *06*-2018-PROMPERU/SG

Lima, *19* de febrero de 2018

VISTO:

El Memorándum N° 030-2018-PROMPERÚ/SG-ORH, de la Oficina de Recursos Humanos de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERÚ.

CONSIDERANDO:

Que, la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERÚ, es un Organismo Técnico Especializado adscrito al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, competente para proponer y ejecutar los planes y estrategias de promoción de bienes y servicios exportables, así como de turismo interno y receptivo, promoviendo y difundiendo la imagen del Perú en materia turística y de exportaciones;

Que, mediante Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 141-2016-SERVIR-PE, del 08 de agosto de 2016, se aprobó la Directiva "Normas para la Gestión del Proceso de Capacitación en las Entidades Públicas", la cual tiene como finalidad desarrollar los procedimientos, reglas e instrumentos para la gestión del proceso de capacitación, con el propósito de mejorar el desempeño de los servidores civiles para brindar servicios de calidad a los ciudadanos;

Que, el numeral 5.1.2. de la Directiva mencionada, define la Acción de Capacitación como la "*actividad de enseñanza-aprendizaje destinada a cerrar brechas o desarrollar competencias o conocimientos en el servidor civil. En Formación Laboral pueden ser talleres, cursos, seminarios, diplomados u otros que no conduzcan a grado académico ni a título profesional*";

Que, mediante Memorándum N° 030-2018-PROMPERU/SG-ORH, de la Oficina de Recursos Humanos, el Comité para la Elaboración del Plan de Desarrollo de las Personas, conformado mediante Resolución de Secretaría General N° 016-2017-PROMPERÚ/SG, remite el Plan de Desarrollo de las Personas de PROMPERÚ 2018 para la aprobación y visación;



De conformidad con lo establecido por la Septuagésima Quinta Disposición Complementaria Final de la Ley de Presupuesto del Sector Público para el Año Fiscal 2014, Ley N° 30114, al inciso ñ) del artículo 10° de la Ley N° 30075, Ley de Fortalecimiento de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERÚ, la Directiva “Normas para la Gestión del Proceso de Capacitación en las Entidades Públicas”, aprobada por Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 141-2016-SERVIR-PE, y la Resolución Ministerial N° 237-2016-MINCETUR;

Con la visación de la Oficina de Recursos Humanos y la Oficina de Asesoría Jurídica de PROMPERÚ;

SE RESUELVE:

Artículo 1°.- Aprobar el Plan de Desarrollo de las Personas de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERÚ 2018, el cual consta de diecinueve (19) folios, los cuales forman parte integrante de la presente Resolución.

Artículo 2°.- Autorizar a la Oficina de Recursos Humanos de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERÚ, a poner en conocimiento el presente Plan de Desarrollo de las Personas de PROMPERÚ 2018 a SERVIR.

Regístrese y comuníquese.



ARACELLY LACA RAMOS
SECRETARIA GENERAL



PLAN DE DESARROLLO DE LAS PERSONAS DE PROMPERÚ 2018

PRIMERA PARTE: ASPECTOS GENERALES

I. Introducción sobre la importancia del Plan de Desarrollo de las Personas y los beneficios que se esperan alcanzar con dicho Plan.

El Plan de Desarrollo de las Personas – PDP del 2018 de la PROMPERÚ ha sido elaborado teniendo como referencia los objetivos estratégicos institucionales, así como las necesidades de capacitación expuestas por los órganos y unidades orgánicas de la entidad.

El objetivo del PDP es potenciar las capacidades, incrementar los conocimientos y desarrollar habilidades que permitan mejorar el desempeño y el cierre de brechas de nuestros servidores civiles, para así contribuir al logro de objetivos estratégicos y buscar la mejora de la calidad de los servicios en favor del ciudadano.

Sin perjuicio de lo expuesto en el párrafo anterior, se debe tener en cuenta que la capacitación no es un derecho que se exija para que sea acatado de acuerdo a los requerimientos particulares de servidores civiles que laboran en la entidad, sino que es resultado de un proceso de análisis y diagnóstico en favor de asegurar la cobertura de las principales necesidades de capacitación de la organización y de acuerdo a los recursos asignados para tal fin.

Las actividades de capacitación que involucran al personal de la Entidad son de competencia exclusiva de la Oficina de Recursos Humanos, pues ésta se constituye como responsable descentralizada de la gestión de capacitación del personal en las entidades según el marco nacional del sistema administrativo de gestión de recursos humanos.

II. Objetivos estratégicos institucionales

Los objetivos estratégicos generales de la Entidad son:

1. Contribuir efectivamente al crecimiento sostenido y descentralizado de las divisas generadas por el turismo.

Estrategias:

- Posicionar al Perú como destino turístico atractivo a nivel internacional, incrementando el flujo y gasto.
- Incrementar el flujo de viajes por vacaciones, recreación u ocio de los peruanos dentro del Perú.
- Diversificar la promoción de la oferta turística.

Lineamientos:

- Innovar en el uso de herramientas digitales y nuevas modalidades para impulsar la venta de destino.
- Fomentar el trabajo conjunto de nuevos aliados en nuevos segmentos y nichos de mercado que aporten al flujo y gasto.
- Optimizar el uso de la conectividad turística existente para vuelos nacionales e internacionales, considerando la disponibilidad de asientos, a través de acuerdos con líneas aéreas.
- Impulsar la competitividad comercial de las MYPEs peruanas al interior del país.



2. Contribuir a la competitividad, innovación, productividad e internacionalización de empresas.

Estrategias:

- Internacionalización de la empresa y diversificación de mercados.
- Oferta Exportable diversificada, competitiva y sostenible.
- Facilitación de comercio exterior y eficiencia de la cadena logística internacional.
- Generación de capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora.

Lineamientos:

- Digitalización de los servicios de promoción de exportaciones.
- Identificación y aprovechamiento de las oportunidades de negocio.
- Profesionalización de las empresas exportadoras.
- Aumentar la efectividad de las plataformas y herramientas de promoción comercial.

3. Contribuir efectivamente a mejorar la imagen y reputación del Perú a nivel internacional en materia de Turismo, Exportaciones e Inversiones.

Estrategias:

- Utilizar la Marca Perú como una herramienta para la promoción del país a nivel internacional y nacional, maximizando su visibilidad y comunicando de manera efectiva nuestras propuestas de valor y ventajas competitivas.
- Promocionar la Oferta Top Peruana: Actividades / atributos / talentos en los que el Perú destaca o puede destacar a nivel mundial, relacionados al turismo, las exportaciones y la atracción de inversiones.
- Generar sinergias y enfocar los esfuerzos marcarios para promocionar el país en el exterior, generando una imagen única, definida, capaz de ubicar al Perú en el mapa perceptual.
- Lograr cobertura positiva del Perú en la prensa mundial como destino turístico, país exportador y óptimo destino de inversiones.
- Generar orgullo entre los peruanos para incrementar la identidad nacional y motivarlos a sobresalir en actividades en las que el Perú destaca.

Lineamientos:

- Impulsar la exitosa internacionalización de la Marca Perú a través de asociaciones positivas con las que cuenta el país en turismo, exportaciones e inversiones.
- Posicionar el Perú como destino gastronómico y cultural por excelencia. La gastronomía peruana debe ser un referente mundial.
- Dar a conocer al país como un destino de locaciones para producciones audiovisuales extranjeras. Desarrollar una plataforma necesaria para tener una Comisión Fílmica.
- Aplicar el marketing estratégico para todas las campañas y acciones que se desarrollen en las distintas direcciones de PROMPERÚ.
- Buscar la innovación y la mejora continua en el trabajo. Optimizar la gestión de la información y apuntar hacia la transformación digital.



III. Misión y Visión:

Misión:

Posicionar al Perú en el mundo a través de la promoción de su imagen, sus destinos turísticos y sus productos de exportación con valor agregado, contribuyendo al desarrollo sostenible y descentralizado del país.

Visión:

Ser la agencia de promoción de las exportaciones, el turismo y la imagen del país número uno en Latinoamérica (en resultados y reconocimiento).

IV. Estructura orgánica:

- Consejo Directivo
- Órgano de Control Institucional
- Secretaría General
 - Oficina de Asesoría Jurídica
 - Oficina de Planeamiento y Presupuesto
 - Oficina General de Administración
 - Oficina de Tecnologías de la Información
 - Oficina de Recursos Humanos
- Dirección de Promoción de las Exportaciones
 - Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial
 - Subdirección de Desarrollo Exportador
 - Subdirección de Promoción Internacional de la Oferta Exportable
- Dirección de Promoción del Turismo
 - Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Turística
 - Subdirección de Promoción del Turismo Interno
 - Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo
- Dirección de Comunicaciones e Imagen País
 - Subdirección de Marca País
 - Subdirección de Mercadeo y Comunicaciones
 - Subdirección de Producción

V. Número de servidores civiles que conforman la entidad:

La cantidad de servidores en la entidad es de 385 al 01 de febrero del 2018:

- 381 pertenecen al régimen del D.L. 1057 (CAS).
- 03 servidores que pertenecen al régimen de Personal Altamente Calificado de la Ley N° 29806.
- 01 servidor designado por la Contraloría en el cargo de Jefe de Órgano de Control Institucional.

VI. Resultados del Diagnóstico de Necesidades de Capacitación:

La Matriz de Diagnóstico de Necesidades de Capacitación (DNC) contiene las necesidades de capacitación que los responsables de las áreas usuarias han solicitado para su personal. La información ha sido sistematizada y se ha adicionado información de acuerdo a lo sugerido por SERVIR. En el siguiente cuadro se presenta la cantidad de necesidades presentadas por órgano o unidad orgánica.



Cuadro 1: Cantidad de necesidades de capacitación

Órgano o Unidad orgánica	Necesidades de capacitación sistematizadas
Dirección de Comunicaciones e Imagen País	11
DC	2
SMC	7
SPR	2
Dirección de Promoción del Turismo	18
SIT	6
STI (Inc. iPerú)	8
STR	4
Dirección de Promoción de las Exportaciones	18
SDE (Inc. OMRE)	8
SIP	3
SPI	7
Secretaría General y OCI	28
OAJ	3
OTI	4
OGA	5
OPP	7
ORH	4
OCI	3
SG – Transversal en la Entidad	2
TOTAL GENERAL	75

A continuación se presenta el detalle del DNC donde se indican los nombres de las acciones de capacitaciones que radican en las necesidades expresadas por las áreas con su respectiva valorización de pertinencia:

Cuadro 2: Dirección de comunicaciones e Imagen País

N°	Órgano/ Unidad Orgánica	Describe la función u objetivo al que aporta la capacitación	Nombre de la Acción de la Capacitación	Código de prioridad	Pertinencia: Beneficio	Pertinencia: Tipo de función	Pertinencia: Objetivo	Rango de pertinencia total
1	DC	Potenciar la capacidad de innovación para la elaboración de nuevos productos y de acuerdo a las necesidades de los usuarios	Innovación / Design Thinking	C	3	3	2	8
2	DC	Conocer terminología de uso práctico para las labores de las áreas de la DC	Idiomas Ruso o Inglés	C	3	3	2	8
3	SMC	Obtener conocimientos actuales y de manera amplia para la gestión de las actividades que se realizan en la SMC	Marketing digital especializado	C	3	2	2	7



4	SMC	Conocer el proceso de planificación de medios digitales con énfasis en la compra programática	Planificación en medio digitales – Compra Programática	C	3	3	2	8
5	SMC	Manejar conceptos, herramientas y técnicas en el marco de las estrategias digitales con énfasis en en la cross y transmedia	Estrategias digitales: Cross y trasmedia	C	3	3	2	8
6	SMC	Potenciar la capacidad y habilidades del personal para el diseño y elaboración de videos a través de herramientas audiovisuales que se aplican en las redes sociales e internet	Creación y edición de videos para redes sociales	C	3	3	2	8
7	SMC	Potenciar la capacidad del personal en la redacción de los textos de prensa y relaciones públicas	Redacción	C	3	3	2	8
8	SMC	Diseñar las estrategias para gestionar las actividades de impacto de la entidad en los medios.	Plan estratégico de medios	C	1	3	2	6
9	SMC	Conocer diversas formas de trabajo que permitan la innovación dentro de la organización	Innovación y Design Thinking	C	1	3	2	6
10	SPR	Optimizar los tiempos, debates y acuerdos de reuniones de coordinación y de retroalimentación de los proyectos y actividades que se ejecutan de manera colaborativa	Colaboración y productividad	C	3	3	2	8
11	SPR	Desarrollar habilidades de gestión de equipos a cargo con técnicas de monitoreo de tareas	Trabajo con equipos y monitoreo de tareas	C	3	2	2	7

Cuadro 3: Dirección de Promoción del Turismo

N°	Órgano/Unidad Orgánica	Describe la función u objetivo al que aporta la capacitación	Nombre de la Acción de la Capacitación	Código de prioridad	Pertinencia: Beneficio	Pertinencia: Tipo de función	Pertinencia: Objetivo	Rango de pertinencia total
12	SIT	Planificar de manera estratégica las actividades identificar y utilizar herramientas presenciales y digitales que permitan difundir la información generada por la Subdirección	Planeación estratégica de marketing digital	C	3	3	2	8
13	SIT	Contar con herramientas analíticas avanzadas que permitan trabajar la información y elaborar con ella publicaciones, reportes y dashboards para optimizar la toma de decisiones de los usuarios internos y externos	Power BI	C	2	3	2	7
14	SIT	Producir, difundir y acompañar en el uso de información de inteligencia de mercados a los diferentes grupos de interés de los sectores públicos y privados.	Innovación y Design Thinking	C	2	3	2	7



15	SIT	Mejora en la gestión de proyectos y actividades del área	Gestión de Proyectos (SCRUM)	C	2	3	2	7
16	SIT	Mejorar la capacidad de comunicación con impacto y sintetizada	Técnicas de Pitch	C	1	3	2	6
17	SIT	Mejorar la capacidad de comunicación escrita	Redacción	C	1	1	2	4
18	STI	Desarrollar habilidades para la transmisión de información a través de técnicas gráficas	Manejo visual para potenciar la comunicación	C	3	3	2	8
19	STI	Potenciar la gestión del trabajo del personal y el manejo eficiente de reuniones.	Técnicas ágiles para la gestión de tareas	C	3	3	2	8
20	STI	Mejorar nivel de comunicación entre el personal que lidera equipos y con los colaboradores	Comunicación y Liderazgo (Integración de líderes de Turismo Interno)	C	3	2	2	7
21	STI	Estar informados de los avances y tendencias en materia de marketing	Tecnología aplicada al marketing y tendencias	C	3	2	1	6
22	STI	Obtener conocimiento de cómo crear y mantener la marca personal	Personal branding / Etiqueta e Imagen	C	3	1	1	5
23	STI	Mejorar nivel de comunicación con usuarios dirigido al personal de todos los puntos de información turística a nivel nacional	Habilidades blandas (Comunicación con usuarios)	C	3	3	2	8
24	STI	Obtener información de la aplicación del marketing digital en la Entidad	Marketing Digital aplicado en la Entidad	C	1	2	1	4
25	STI	Ejercitar el inglés hablado para un mejor entendimiento y respuesta al atender a turistas extranjeros	Inglés hablado	C	1	1	1	3
26	STR	Manejar conceptos y herramientas para optimizar la planeación de acuerdo al POI anual	Planeamiento Estratégico	C	2	3	2	7
27	STR	Conocer los conceptos y principales herramientas que permitan definir, diseñar e implementar indicadores periódicos de medición, para evaluar el desempeño de las estrategias de marketing de la organización.	Indicadores en el Marketing Digital	C	3	3	2	8
28	STR	Evaluar campañas a ser propuestas para su mercado e identificar indicadores relevantes	Publicidad de destinos turísticos: evaluación de casos e indicadores de impacto	C	1	2	1	4
29	STR	Mejorar sus estrategias y acciones de marketing dirigidas al consumidor final	Marketing del Consumidor Final	C	1	3	1	5



Cuadro 4: Dirección de Promoción de las Exportaciones

N°	Órgano/ Unidad Orgánica	Describe la función u objetivo al que aporta la capacitación	Nombre de la Acción de la Capacitación	Código de prioridad	Pertinencia: Beneficio	Pertinencia: Tipo de función	Pertinencia: Objetivo	Rango de pertinencia total
30	SDE	Manejo del e-commerce para brindar asistencia técnica a los usuarios a través de la atención directa y de la plataforma e-commerce de Promperú	E-commerce en el proceso de internacionalización de las empresas	C	3	3	1	7
31	SDE	Mejora de la comunicación con nuestros usuarios y clientes	Comunicación estratégica	C	2	3	2	7
32	SDE	Elaboración de proyectos orientados a la implementación de los procesos y servicios al exportador	Gestión de Proyectos	C	2	3	2	7
33	SDE	Optimizar la organización de los eventos de asesoría, asistencia y capacitación de la SDE	Protocolo para eventos	C	1	3	1	5
34	SDE	Permitir mejoras en el desempeño frente a entrevistas, reuniones,	Media Training	C	1	3	2	6
35	SDE - Regiones	Manejo del e-commerce para brindar asistencia técnica a los usuarios a través de la atención directa y de la plataforma e-commerce de Promperú	E-commerce en el proceso de internacionalización de las empresas	C	3	3	2	8
36	SDE - Regiones	Elaboración de términos de referencia y especificaciones técnicas de acuerdo a la normativa.	Elaboración de términos de referencia y/o especificaciones técnicas	C	3	3	2	8
37	SDE - Regiones	Mejora de la comunicación con nuestros usuarios y clientes	Comunicación estratégica	C	3	3	1	7
38	SIP	Fortalecer las capacidades estadísticas para la prospectiva de productos, mercados y empresas de exportación	Estadística Descriptiva e Inferencial (SPSS)	C	3	3	2	8
39	SIP	Explotar los canales digitales para una comunicación efectiva y eficaz de los productos de inteligencia y las plataformas web de información estadística y cualitativa, alineados a los objetivos institucionales.	Marketing Digital Estratégico	C	3	3	2	8
40	SIP	Incorporar metodología para genera soluciones, centradas en los clientes, así como la construcción y prueba de prototipos para obtener soluciones deseables, técnicamente factibles y presupuestalmente viables	Innovación / Desing Thinking	C	2	3	2	7
41	SPI	Gestión de actividades y proyectos	Herramientas ágiles para la gestión de proyectos y actividades	C	3	2	2	7
42	SPI	Desarrollar habilidades de comunicación verbal para la transmisión de información a usuarios y aliados de manera efectiva	Comunicación y marketing	C	2	3	2	7
43	SPI	Conocimiento y manejo de nuevos canales en la promoción comercial	E-commerce	C	2	3	2	7

[Handwritten signatures]



44	SPI	Mejorar la imagen y presentación del personal frente a autoridades, representantes, aliados y empresarios nacionales y extranjeros	Personal branding / Etiqueta e Imagen	C	1	1	1	3
45	SPI	Conocer cómo se realiza la gestión de los eventos y de acuerdo a estándares internacionales	Protocolo para eventos	C	1	3	1	5
46	SPI	Mejorar la calidad de los reportes, comunicados, documentos que se elaboran para su uso interno y externo	Redacción y ortografía	C	1	1	1	3
47	SPI	Conocer nuevas tendencias en la implementación de ferias a nivel internacionales	Gestión de ferias internacionales	C	1	3	1	5

Cuadro 5: Secretaría General y OCI

N°	Órgano/ Unidad Orgánica	Describe la función u objetivo al que aporta la capacitación	Nombre de la Acción de la Capacitación	Código de prioridad	Pertinencia: Beneficio	Pertinencia: Tipo de función	Pertinencia: Objetivo	Rango de pertinencia total
48	OAJ	Contribuir al desarrollo de conocimientos en aspectos de la gestión por resultados desde el ámbito de una entidad pública	Gestión por Resultados en la gestión Pública	C	3	3	1	7
49	OAJ	Aprender conceptos, prácticas y procesos propios de la dirección estratégica pública para lograr un mayor entendimiento planificación institucional	Planificación Estratégica en el Sector Público	C	3	3	1	7
50	OAJ	Conocer el nuevo régimen disciplinario y sancionador del servicio civil.	Procedimiento Disciplinario y Procedimiento Sancionador de la Ley de Servicio Civil	C	1	3	1	5
51	OGA	Mejorar la comunicación y relaciones interpersonales del personal de la OGA con los usuarios para el logro de los objetivos institucionales	Comunicación y asertividad orientado a la atención de clientes internos	C	3	3	2	8
52	OGA	Revisión y aporte de mejoras a los Términos de Referencia.	Elaboración de términos de referencia y/o especificaciones técnicas	C	3	3	2	8
53	OGA	Conocimiento de las modificaciones a la normativa respecto a los aspectos de modificación contractual.	Ejecución contractual.	C	3	3	1	7
54	OGA	Aplicación correcta de la legislación tributaria en los pagos a los proveedores no domiciliados.	Impuesto a la Renta No Domiciliados y Actualización Tributaria	C	2	3	2	7
55	OGA	Mejorar el control en las diferentes procesos, de control previo, tesorería y de contabilización.	Control Previo y Concurrente	C	1	3	1	5
56	OPP	Obtener información sobre la aplicación del BI para realizar el control de gestión en la Entidad	Business Intelligence	C	3	3	1	7
57	OPP	Apoyar a los órganos y unidades orgánicas en la implementación de	Implementación de la norma ISO 9001:2015	C	3	3	1	7

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



		acciones preventivas y correctivas para la mejora continua de los procesos de la entidad						
58	OPP	Conocer los factores económicos, sociales y culturales que influyen en el eficiente desempeño del Estado y el manejo de herramientas de gestión en administración pública	Efectividad en la Gestión Pública	C	3	3	1	7
59	OPP	Reforzar conocimientos de planeamiento estratégico para su aplicación en las actividades de la oficina.	Planeamiento Estratégico	C	3	3	1	7
60	OPP	Preparar al equipo para colaborar y aportar efectivamente en los proceso de transformación digital	Inmersión en/Introducción a, la Transformación Digital	C	2	2	1	5
61	OPP	Mejorar la gestión de iniciativas y proyectos de la OPP	Gestión de Proyectos (SCRUM)	C	1	3	2	6
62	OPP	Optimizar los procesos para generar mayor valor agregado a los productos y actividades de los clientes internos	Innovación y Desing Thinking	C	1	3	2	6
63	ORH	Aprender a contar con información precisa para la toma de decisiones y desarrollo de estrategias	Indicadores de gestión de recursos humanos	C	3	3	1	7
64	ORH	Gestionar los proyectos de la Oficina	Gestión de Proyectos	C	2	3	2	7
65	ORH	Mejorar los procesos de selección en la entidad	Selección de personal	C	2	3	2	7
66	ORH	Obtener información para mejorar las acciones que realiza la Oficina para beneficiar al personal y la calidad de la atención de los usuarios	Gestión de la felicidad	C	1	3	1	5
67	OTI	Mantenimiento de la Infraestructura de hardware y software	ITIL	C	3	3	1	7
68	OTI	Aplicar herramientas de gestión de los proyectos y actividades en el mantenimiento de la Infraestructura de hardware y software	Gestión de Proyectos (SCRUM)	C	3	3	2	8
69	OTI	Mantenimiento de la Infraestructura de hardware y software	PRINCE2	C	2	3	2	7
70	OTI	Mantenimiento de la Infraestructura de hardware y software	COBIT	C	1	3	1	5
71	SG	Gestión del personal a cargo para el logro de los objetivos estratégicos y las metas establecidas	Liderazgo	D	3	3	2	8
72	SG	Obtener conocimientos básicos, terminología, aplicaciones del marketing digital como pilar de las actividades que realiza la entidad	Básico de Marketing Digital	D	3	3	1	7
73	OCI	Desarrollar las competencias para evaluar el control de la gestión y auditorías administrativas reflejado en los informes y	Control y Auditoria Administrativa	C	3	3	1	7

[Handwritten signature]

[Handwritten initials]



		recomendaciones para mejorar la administración de la Entidad						
74	OCI	Actualizar el conocimiento relacionado a la auditoria interna	Actualización en materia de auditoria interna	C	3	3	1	7
75	OCI	Cumplimiento de funciones del OCI	Enfoques y herramientas cualitativas para el análisis y aplicación de las políticas públicas	C	1	2	1	4

VII. Fuentes de financiamiento

La capacitación se financia total o parcialmente con recursos de la entidad. También puede financiarse total o parcialmente con recursos de otras fuentes, nacionales o internacionales, públicas o privadas.

El presupuesto asignado por la Entidad para la ejecución del PDP 2018 es de S/ 450 000 soles (Cuatrocientos cincuenta mil soles).

21

[Handwritten signature]



SEGUNDA PARTE: MATRIZ DEL PLAN DE DESARROLLO DE LAS PERSONAS (MATRIZ PDP)

La Matriz del Plan de Desarrollo de las Personas contiene las acciones de capacitación que contribuirán al cierre de brechas de desempeño y logro de objetivos institucionales. Dichas acciones de capacitación se han decantado de la Matriz DNC luego de su revisión, priorización y organización para su ejecución durante el presente año.

Esta matriz no contiene charlas informativas de acuerdo a lo normado por SERVIR y tampoco las capacitaciones relacionadas al tema de salud ocupacional. En ese mismo sentido, temas relacionados a la "gestión de desastres", al "sistema de gestión de control interno", "políticas contra el hostigamiento sexual" u otros que fueran solicitados por el Estado para su difusión, sensibilización y/o capacitación del personal en las entidades no se han considerado como capacitaciones que contribuyan al logro de los objetivos estratégicos y cierre de brechas del desempeño por lo que se ha decidido no contemplarlas en el presente PDP, sin que ello repercuta su ejecución a través del órgano competente.

Cuadro 6: Cantidad de acciones de capacitación

Órgano o Unidad orgánica	Necesidades de capacitación sistematizadas
Dirección de Comunicaciones e Imagen País	8
DC	1
SMC	5
SPR	2
Dirección de Promoción del Turismo	9
SIT	4
STI (Inc. iPerú)	3
STR	2
Dirección de Promoción de las Exportaciones	12
SDE (Inc. OMRE)	6
SIP	3
SPI	3
Secretaría General y OCI	20
OAJ	2
OTI	3
OGA	4
OPP	4
ORH	3
OCI	2
SG – Transversal en la Entidad	2
TOTAL GENERAL	49



MATRIZ PDP - 2018 - DIRECCIÓN DE COMUNICACIONES E IMAGEN PAÍS

N°	Órgano/Unidad Orgánica	Puesto	Nombres del Beneficiario	Cantidad de Beneficiarios	Materia de la acción de capacitación	Nombre de la Acción de la Capacitación	Tipo de Capacitación	Tipo de Acción de Capacitación	Código de prioridad	Nivel de Evaluación	Modalidad	Oportunidad	Costos directos	Costos Indirectos
1	SPR	Transversal	Varios	15	J5	Colaboración y productividad	Formación Laboral	Taller	C	Satisfacción	Presencial	2do. Trimestre	20000	0
2	SPR	Transversal	Varios	15	J5	Trabajo con equipos y monitoreo de tareas	Formación Laboral	Taller	C	Satisfacción	Presencial	3er. Trimestre	20000	0
3	SMC	Subdirector	Rafael Tapia	1	J5	Marketing digital especializado	Formación Laboral	Curso	C	Satisfacción	Presencial	4to. Trimestre	4150	0
4	SMC	Transversal	Varios	5	J5	Planificación en medio digitales – Compra Programática	Formación Laboral	Curso	C	Satisfacción	Presencial	2do. Trimestre	6800	0
5	SMC	Transversal	Varios	5	J5	Estrategias digitales: Cross y trasmedia	Formación Laboral	Taller	C	Satisfacción	Presencial	3er. Trimestre	15000	0
6	SMC	Transversal	Lauren Villacorta, Especialista en Gestión de Medios Digitales	2	J5	Creación y edición de videos para redes sociales	Formación Laboral	Taller	B	Satisfacción	Presencial	4to. Trimestre	2400	0
7	SMC	Transversal	Especialista en Relaciones Públicas, Especialista en Prensa Especializada	2	J5	Redacción	Formación Laboral	Curso	C	Satisfacción	Presencial	2do. Trimestre	2400	0
8	DC	Transversal	Varios	20	J5	Innovación / design Thinking	Formación Laboral	Taller	C	Satisfacción	Presencial	3er. Trimestre	8000	0

R

[Handwritten signature]



MATRIZ PDP - 2018 - DIRECCIÓN DE PROMOCIÓN DEL TURISMO

N°	Órgano/Unidad Orgánica	Puesto	Nombres del Beneficiario	Cantidad de Beneficiarios	Materia de la acción de capacitación	Nombre de la Acción de la Capacitación	Tipo de Capacitación	Tipo de Acción de Capacitación	Código de prioridad	Nivel de Evaluación	Modalidad	Oportunidad	Costos directos	Costos Indirectos
1	SIT	Transversal	Leyge Villanueva, Julissa Roca, María José Rozas, Sonia Morey, Sonia García, Carlo Cusirramos, Nicole Dubois, Yuber Rojas, Franco Tenorio	9	J5	Planeación estratégica de marketing digital	Formación Laboral	Curso	C	Aprendizaje	Virtual o Semipresencial	4to. Trimestre	19000	0
2	SIT	Transversal	Leyge Villanueva, Julissa Roca, María José Rozas, Sonia Morey, Sonia García, Carlo Cusirramos, Nicole Dubois, Yuber Rojas, Franco Tenorio, Renzo Sotelo	9	J5	Power BI	Formación Laboral	Curso	C	Aprendizaje	Virtual o Semipresencial	2do. Trimestre	5000	0
3	SIT	Transversal	Leyge Villanueva, Julissa Roca, María José Rozas, Sonia Morey, Sonia García, Carlo Cusirramos, Nicole Dubois, Yuber Rojas, Franco Tenorio	9	J5	Innovación y design Thinking	Formación Laboral	Curso	C	Satisfacción	Presencial	3er. Trimestre	8000	0
4	SIT	Transversal	Sonia Morey y Clelia Durant	2	J5	Gestión de Proyectos (SCRUM)	Formación Laboral	Curso	C	Satisfacción	Presencial	4to. Trimestre	2000	0
5	STI	Transversal	Varios	18	J5	Manejo visual para potenciar la comunicación	Formación Laboral	Taller	C	Satisfacción	Presencial	4to. Trimestre	10000	0
6	STI	Centros Regionales	Susy Fuentes, Elvith del Castillo, Carolina Leon, Laura Rodriguez, Yermeth Murguía, Smith Pariona, Yoni Caballero, Karla Torres, Yisela Quispe, Lidia Vilca, Gina Rojas, Flor Chavez, Paola Martinez, Yegner Reyes, Willian Becerra	18	J5	Técnicas ágiles para la gestión de tareas	Formación Laboral	Taller	C	Satisfacción	Presencial	2do. Trimestre	1350	30000
7	STI	Transversal	Susy Fuentes, Elvith del Castillo, Carolina Leon, Laura Rodriguez, Yermeth Murguía, Smith Pariona, Yoni Caballero, Karla Torres, Yisela Quispe, Lidia Vilca, Gina Rojas, Flor Chavez, Paola Martinez, Yegner Reyes, Willian Becerra, Juana Lopez, Vanessa Orozco, Juliette Pacheco, Maribel Díaz, Evelyn Grados, Milagritos Vidal, Lizbeth Corrales, Laura Alegria	25	J5	Comunicación y Liderazgo en la gestión de actividades de la Subdirección de Turismo Interno	Formación Laboral	Taller	C	Satisfacción	Presencial	4to. Trimestre	8000	0
8	STR	Transversal	Varios	15	J5	Indicadores en el Marketing Digital	Formación Laboral	Curso	C	Satisfacción	Virtual o Semipresencial	2do. Trimestre	8000	0
9	STR	Transversal	Varios	15	J5	Planeamiento Estratégico	Formación Laboral	Curso	C	Satisfacción	Virtual o Semipresencial	3er. Trimestre	8000	0



[Handwritten signature]

MATRIZ PDP - 2018 - DIRECCIÓN DE PROMOCIÓN DE LAS EXPORTACIONES

N°	Órgano/Unidad Orgánica	Puesto	Nombres del Beneficiario	Cantidad de Beneficiarios	Materia de la acción de capacitación	Nombre de la Acción de la Capacitación	Tipo de Capacitación	Tipo de Acción de Capacitación	Código de prioridad	Nivel de Evaluación	Modalidad	Oportunidad	Costos directos	Costos Indirectos
1	SDE	Transversal	Varios	20	J5	E-commerce en el proceso de internacionalización de las empresas	Formación Laboral	Curso	B	Satisfacción	Presencial	2do. Trimestre	5000	0
2	SDE	Transversal	Varios	18	J5	Comunicación estratégica	Formación Laboral	Curso	C	Satisfacción	Presencial	3er. Trimestre	15000	0
3	SDE - Regiones	Transversal	Varios	25	J5	E-commerce en el proceso de internacionalización de las empresas	Formación Laboral	Curso	C	Satisfacción	Presencial	2do. Trimestre	10000	30000
4	SDE - Regiones	Transversal	Varios	25	J5	Comunicación estratégica	Formación Laboral	Charla	C	Satisfacción	Presencial	3er. Trimestre	3000	0
5	SDE	Transversal	Varios	4	J5	Gestión de Proyecto	Formación Laboral	Curso	C	Satisfacción	Presencial	2do. Trimestre	4000	0
6	SDE - Regiones	Asistente de Región I	Irma Vargas, Luis Leon, Junior Garcia, Laura Chavez, Jessica Gomez, Fiorella Tirado	6	A3	Elaboración de términos de referencia y/o especificaciones técnicas	Formación Laboral	Taller	C	Aprendizaje	Presencial o Semipresencial	4to. Trimestre	7000	15000
7	SIP	Transversal	Varios	13	J5	Estadística Descriptiva e Inferencial (SPSS)	Formación Laboral	Curso	C	Aprendizaje	Presencial	2do. Trimestre	5200	0
8	SIP	Transversal	Varios	9	J5	Marketing Digital Estratégico	Formación Laboral	Curso	C	Satisfacción	Presencial o Semipresencial	3er. Trimestre	20000	0
9	SIP	Transversal	Varios	18	J5	Innovación / design Thinking	Formación Laboral	Taller	C	Satisfacción	Presencial	4to. Trimestre	8000	0
10	SPI	Transversal	Varios	15	J5	Herramientas ágiles para la gestión de proyectos y actividades	Formación Laboral	Curso	C	Satisfacción	Presencial	2do. Trimestre	10000	0
11	SPI	Transversal	Varios	18	J5	Comunicación y marketing	Formación Laboral	Curso	C	Satisfacción	Presencial	4to. Trimestre	10000	0
12	SPI	Transversal	Varios	15	J5	E-commerce	Formación Laboral	Curso	C	Satisfacción	Online	2do. Trimestre	5000	0



[Handwritten signature]

R

MATRIZ PDP - 2018 - SECRETARÍA GENERAL

N°	Órgano/ Unidad Orgánica	Puesto	Nombres del Beneficiario	Cantidad de Beneficiarios	Materia de la acción de capacitación	Nombre de la Acción de la Capacitación	Tipo de Capacitación	Tipo de Acción de Capacitación	Código de prioridad	Nivel de Evaluación	Modalidad	Oportunidad	Costos directos	Costos Indirectos
1	OGA	Transversal	Varios	20	J5	Comunicación y asertividad orientado a la atención de clientes internos	Formación Laboral	Taller	C	Satisfacción	Presencial	3er. Trimestre	8000	0
2	OGA	Transversal	Varios	20	A3	Ejecución contractual.	Formación Laboral	Curso	C	Aprendizaje	Presencial	2do. Trimestre	10000	0
3	OGA	Transversal	Varios	20	A5	Impuesto a la Renta No Domiciliados y Actualización Tributaria	Formación Laboral	Curso	B	Aprendizaje	Presencial	3er. Trimestre	6000	0
4	OPP	Transversal	Carolina Rossi y (Esp. en Eval. de Gest.)	2	A1	Planeamiento Estratégico	Formación Laboral	Curso	C	Satisfacción	Presencial / Semipresencial / Online	3er. Trimestre	2000	0
5	OPP	Transversal	Inés Castro y José Guerra / Carolina Rossi Franklin Alvarez, María del Carmen Miranda	4	B1	Efectividad en la Gestión Pública	Formación Laboral	Curso	C	Satisfacción	Presencial / Semipresencial / Online	2do. Trimestre	2600	0
6	OPP	Transversal	Ángel Navarro, Edwin Carruitero, César Yarlaqué y María del Carmen Miranda, Carolina Rossi, Especialista de Evaluación, Fernando Ferrero	6	J5	Business Intelligence	Formación Laboral	Curso	C	Aprendizaje	Presencial	3er. Trimestre	6000	0
7	OPP	Transversal	Tatiana Peña, Gerardo Campoblanco, Franklin Álvarez y Cesar Freund	4	J5	Implementación de la norma ISO 9001:2015	Formación Laboral	Curso	C	Aprendizaje	Presencial / Semipresencial / Online	4to. Trimestre	6000	0
8	ORH	Transversal	Ramón Morante, Juan Carlos Zúñiga, Carlos Castañeda, Cecilia Zumaeta, Alejandra Barahona, Arón Hidalgo	5	B2	Indicadores de gestión de recursos humanos	Formación Laboral	Taller	C	Satisfacción	Presencial	4to. Trimestre	4000	0
9	ORH	Transversal	Ramón Morante, Juan Carlos Zúñiga, Carlos Castañeda, Cecilia Zumaeta, Alejandra Barahona, Arón Hidalgo	6	J5	Gestión de Proyectos	Formación Laboral	Curso	C	Satisfacción	Presencial	2do. Trimestre	8000	0
10	ORH	Transversal	Juan Carlos Zúñiga, Patricia Yovera	2	B2	Selección de personal	Formación Laboral	Curso	C	Satisfacción	Presencial	3er. Trimestre	2600	0
11	OTI	Transversal	Ciro Cabrera, Mario Alcazaba, Gino Fernandez, Rocio Chavez, Gregory Ochoa, Luis Muñoz	6	J5	ITIL (Information Technology Infrastructure Library)	Formación Laboral	Curso	C	Aprendizaje	Presencial	2do. Trimestre	7000	0
12	OTI	Transversal	Ciro Cabrera, Mario Alcazaba, Gino Fernandez, Rocio Chavez, Gregory Ochoa, Luis Muñoz	6	J5	Gestión de Proyectos (SCRUM)	Formación Laboral	Curso	C	Satisfacción	Presencial	3er. Trimestre	9000	0
13	OTI	Transversal	Ciro Cabrera, Mario Alcazaba, Gino Fernandez, Rocio Chavez, Gregory Ochoa, Luis Muñoz	6	J5	PRINCE2	Formación Laboral	Curso	C	Aprendizaje	Presencial	4to. Trimestre	9000	0
14	OAI	Transversal	Ricardo Iberico, Julia Rodriguez, Katia Arevalo, Cinthia Castañeda, Jimena Castillo, Fernando Urday, Miguel Vargas.	7	J5	Gestión por Resultados en la gestión Pública	Formación Laboral	Curso	C	Satisfacción	Presencial / Online / Semipresencial	2do. Trimestre	2450	0
15	OAI	Transversal	Ricardo Iberico, Julia Rodriguez, Katia Arevalo, Cinthia Castañeda, Jimena Castillo, Fernando Urday, Miguel Vargas.	7	A1	Planificación Estratégica en el Sector Público	Formación Laboral	Curso	C	Satisfacción	Presencial / Online / Semipresencial	3er. Trimestre	2450	0



Handwritten number '2' in the left margin.



Handwritten signature at the bottom of the page.

MATRIZ PDP - 2018 - TEMAS TRANSVERSALES Y DE LA OCI

N°	Órgano/ Unidad Orgánica	Puesto	Nombres del Beneficiario	Cantidad de Beneficiarios	Materia de la acción de capacitación	Nombre de la Acción de la Capacitación	Tipo de Capacitación	Tipo de Acción de Capacitación	Código de prioridad	Nivel de Evaluación	Modalidad	Oportunidad	Costos directos	Costos Indirectos
1	OCI	Transversal	Oscar Díaz castillo, César Hugo Taboada, Humberto Rojas Cuadra, Wilfredo León Jimenez	4	B5	Control y Auditoria Administrativa	Formación Laboral	Curso	C	Aprendizaje	Presencial / Semipresencial / Online	4to. Trimestre	4800	0
2	OCI	Transversal	Oscar Díaz castillo, César Hugo Taboada, Humberto Rojas Cuadra, Wilfredo León Jimenez	4	B5	Actualización en materia de auditoria interna	Formación Laboral	Congreso	C	Aprendizaje	Presencial / Semipresencial / Online	2do. Trimestre	2800	0
3	SG	Transversal	Varios	15	J5	Liderazgo	Formación Laboral	Taller	D	Satisfacción	Presencial	2do. Trimestre	19000	0
4	SG	Transversal	Varios	40	J5	Básico de Marketing Digital	Formación Laboral	Curso	D	Satisfacción	Online	3er. Trimestre	6000	0
5	OGA	Transversal	Varios	20	A3	Elaboración de términos de referencia y/o especificaciones técnicas	Formación Laboral	Taller	B	Satisfacción	Presencial	4to. Trimestre	7000	0

R



[Handwritten signature]



TERCERA PARTE: INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

I. Condiciones establecidas por la Ley del Servicio Civil

La capacitación se realizará de acuerdo a lo establecido en la normativa vigente y tomando de base la Directiva "Normas para la Gestión del Proceso de Capacitación en las entidades públicas", aprobada por Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 141-2016-SERVIR-PE así como sus modificatorias; además de considerar las recomendaciones que brinda Servir y que sean apropiadas para el desarrollo adecuado del proceso de Capacitación en la Entidad.

II. Acciones de la ORH para el aprovechamiento de oportunidades de capacitación

Se canalizarán oportunidades de capacitación a través de becas con financiamiento privado o público que estén de acuerdo a los objetivos de la entidad y al perfil.

En las acciones capacitación que le corresponden a un Órgano o Unidad Orgánica se contemplará la inclusión de beneficiarios de distintos órganos, mientras el tema de capacitación se encuentre relacionado a su actividad laboral o sean participantes de los procesos abordados en la capacitación de manera que se contribuya al logro de los objetivos de la institución. De esta manera podemos maximizar la inversión realizada, así como también aumentar los espacios de encuentro entre los trabajadores de la Entidad de distintas áreas buscando promover el intercambio de información, aprendizajes y el trabajo colaborativo.

En caso la ORH identifique que la acción de capacitación puede desarrollarse como una charla informativa, no será contemplada en la matriz de ejecución.

La ORH puede variar la cantidad de participantes, la denominación, la modalidad, la oportunidad de la acción de capacitación, el nivel de evaluación, entre otros aspectos de las acciones de capacitación contempladas en el presente Plan. Dichos cambios pueden derivar en variaciones con respecto al monto presupuestado de cada acción de capacitación y la Oficina de Recursos Humanos tendrá que administrar el presupuesto indicado en el presente Plan de tal manera que no incurra en el incremento del presupuesto total inicialmente asignado.

III. Requisitos para acceder a las acciones de capacitación

De acuerdo a la normativa vigente para la gestión de capacitaciones en las entidades, los beneficiarios de las acciones de capacitación, tendrán que cumplir con los siguientes requisitos:

- Prestar servicios en PROMPERÚ con una permanencia mínima en la institución de tres meses consecutivos, salvo para las acciones de capacitación sobre una nueva función, herramienta o cambios que afectan funcionamiento de la entidad.
- Cumplir con los requisitos o condiciones que la actividad de capacitación requiere, en caso estén estipuladas.
- No tener compromisos pendientes por acciones de capacitación anteriores.
- Firmar el formato de compromiso correspondiente a la capacitación.

El compromiso de permanencia por capacitación es con la entidad, más no con el puesto que ejerce el trabajador, si el servidor accede a otro puesto en la entidad ello no constituye un supuesto de incumplimiento al compromiso asumido. Para fines de capacitación se ha definido que la permanencia y continuidad laboral pueden medirse hasta un máximo de cinco (5) días hábiles entre el contrato preexistente y el nuevo contrato del servidor.



La Oficina de Recursos Humanos, luego de verificar los requisitos mínimos de cada beneficiario que haya sido propuesto para que participen en la acción de capacitación, solicitará que completen el formato de compromiso correspondiente. Dicho formato, es requisito para la participación del trabajador en la acción de capacitación.

El tipo de acciones de capacitación se ejecuten bajo las modalidades de charla, conferencia, panel o similares, realizadas a la medida y cuya duración sea igual o menor a las cuatro horas cronológicas, no requieren firma del formato de compromiso. En estos casos la ORH incluirá en la documentación de la acción de capacitación la relación de beneficiarios con su visto bueno.

Las acciones de capacitación en las que no será necesario la permanencia mínima de 3 meses son:

Acción de capacitación	Área	Justificación
Creación y edición de videos para redes sociales	DGMD	Las herramientas para la creación y edición de videos para redes sociales son herramientas nuevas que requieren dominio por parte del personal responsable de surtir de videos apropiados y actualizados en las distintas redes sociales de la Entidad.
e-Commerce en el proceso de internacionalización de las empresas	SDE	La implementación de las herramientas del e-Commerce es una de las principales estrategias del área para internacionalización de las empresas exportadores que son usuarias de la Entidad y permite además la diversificación de mercados, por ello es importante que el personal nuevo que esté involucrado en la gestión de los proyectos que trabajan con e-Commerce tenga los conocimientos básicos que esta nueva vertiente de la digitalización ha globalizado en las compras internacionales.
Elaboración de términos de referencia y/o especificaciones técnicas	UAAD	La modificación de la normatividad en el tema de las contrataciones y los cambios que se están efectuando en la entidad hace necesario que el personal involucrado en la elaboración de los términos de referencia participe en las capacitaciones para que puedan unificarse los criterios y contemplar las situaciones propias del tipo de contrataciones que realiza la Entidad.
Impuesto a la Renta No Domiciliados	UAFI	La modificación de la normatividad en el tema de impuesto a la renta hace necesario que el personal nuevo de finanzas y tesorería participe en las capacitaciones para asegurar que no se comentan errores por falta de conocimientos y la unificación de criterios con el resto del personal.

IV. Formas en la contratación de servicios de capacitación

En los casos que la capacitación requiera una contratación de un servicio, este podrá tener dos formas, contratación de un servicio de capacitación a la medida o abierta al público.

- A la medida: Es considerada toda acción de capacitación que se realice exclusivamente para PROMPERÚ contratando un proveedor del mercado nacional. Puede realizarse en instalaciones propias o ajenas y el pago se realiza posterior a la ejecución del servicio.
- Abierto al público: Es considerada toda acción de capacitación abierta al público por parte de un proveedor en el mercado nacional, y cuyo contenido se encuentra determinado por dicho proveedor. Su contratación está condicionada a los cambios que el proveedor pudiera hacer, tales como las cancelaciones, postergaciones, variaciones en los contenidos, entre otras. Asimismo cabe considerar que es factible la solicitud del pago anticipado de la inscripción o del servicio de capacitación.

V. Procedimiento para viabilizar la contratación de servicios de capacitación

El Órgano o Unidad Orgánica emitirá un memorándum a la Oficina de Recursos Humanos solicitando la ejecución del tema de capacitación que figura en el PDP incluyendo el nombre completo de los beneficiarios que van a participar, considerando que dicha participación no vaya a afectar la operatividad de su área o de la Entidad. El memorándum deberá contar con el visto bueno de la Dirección correspondiente en caso de los órganos de línea y



[Handwritten signature]



en el caso de los órganos de apoyo se tramitará la aprobación de la Secretaría General. Las acciones de capacitación que están dirigidas al personal de diversas áreas podrán ser gestionadas directamente por la Oficina de Recursos Humanos, es decir que no será necesario la elaboración de un memorándum pudiendo adjuntar una lista de los beneficiarios con su visto bueno.

En caso que el Órgano o Unidad Orgánica no solicite la ejecución de la acción de capacitación ésta podrá ser solicitada al año siguiente siempre y cuando se mantenga dicha necesidad en el área. Las acciones de capacitación que no lleguen a desarrollarse durante el año, no quedan automáticamente pendientes de ejecución para el siguiente año.

[Handwritten signature]

[Handwritten mark]





PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo



Secretaría General

ACTA DE VALIDACIÓN DE PDP 2018

Con fecha, 06 del mes de febrero del año 2018 los miembros del Comité de Planificación de Capacitación de PROMPERÚ, dejamos constancia que:

1. Se ha revisado el contenido del proyecto del Plan de Desarrollo de Personas, relacionado a los aspectos relevantes de la entidad (objetivos estratégicos, visión y misión, estructura orgánica de la entidad, número de servidores civiles que conforman la entidad, DNC y fuente de financiamiento).
2. Se ha revisado la Matriz de PDP que contiene las acciones de capacitación priorizadas para el presente ejercicio fiscal, verificando que las acciones contenidas en dicha matriz sean pertinentes con los objetivos estratégicos de la entidad.

En señal de conformidad suscribimos el presente documento y visamos el proyecto de PDP.

Juan Ramón Morante Silva
Responsable de la ORH

María Soledad Acosta Torrelly
Responsable del Órgano de Línea



Fernando José Ferrero Pavia
Responsable de OPP

Franz Joel Irigoín Dávila
Representante de los Servidores