



Resolución Directoral

R.D. N° 010-2021-CENFOTUR/DN

Barranco, 25 de enero de 2021



VISTO:

El Acta de Consejo Directivo de la Sesión N° 360, de fecha 08 de enero de 2021, que aprueba el Plan Operativo Institucional 2021 del CENFOTUR y el Informe N° 093-2020-OPPD/UPD de fecha 14 de diciembre de 2020, emitido por la Unidad de Planeamiento y Desarrollo de la Oficina de Planificación Presupuesto y Desarrollo;

CONSIDERANDO:

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

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

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

Que, mediante Informe N° 093-2020-GG/OPPD de fecha 14 de diciembre de 2020, la Unidad de Planeamiento y Desarrollo de la Oficina de Planificación, Presupuesto y Desarrollo, es la que solicita aprobar el Plan Operativo Institucional 2021;



Resolución Directoral

Que, con fecha 08 de enero de 2021, se llevó a cabo la Sesión N° 360 del Consejo Directivo, en la cual la Directora Nacional informa a los consejeros acerca del Plan Operativo Institucional y los objetivos estratégicos para el 2021;

Que, el Consejo Directivo luego de escuchar la propuesta por parte de la Dirección Nacional al plan operativo institucional y a los objetivos planteados por CENFOTUR para el año 2021, los miembros del consejo directivo la aprobaron por unanimidad, emitiéndose el Acuerdo N° 470-360-2021;

Que, de acuerdo con los considerandos precedentes resulta necesario emitir la resolución correspondiente que formalice la aprobación del Plan Operativo Institucional para el año 2021;

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

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

SE RESUELVE:

Artículo Primero. - FORMALIZAR la aprobación del Plan Operativo Institucional – POI-2021 del Centro de Formación y Turismo – CENFOTUR, aprobado por el Consejo Directivo mediante Acuerdo N° 370-360-2021 en Acta de Sesión N° 360, según se detalla en los anexos adjuntos (36 folios), los cuales forman parte integrante de la presente resolución.

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

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



Resolución Directoral

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

Regístrese y comuníquese,



MADELINE BURNS VIDAURRÁZAGA
Directora Nacional
Centro de Formación en Turismo





**PLAN OPERATIVO
INSTITUCIONAL
CONSISTENCIADO**

2021

**CENTRO DE FORMACIÓN EN TURISMO
CENFOTUR**



Diciembre, 2020

CONTENIDO

PRESENTACIÓN	4
DECLARACIÓN DE POLÍTICA INSTITUCIONAL	5
MARCO ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL	6
VISION, MISION Y VALORES	6
PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES	7
DIRECCIÓN NACIONAL.....	8
GERENCIA GENERAL.....	10
DIRECCIÓN DE FORMACIÓN ACADÉMICA.....	12
DIRECCIÓN DE EXTENSIÓN EDUCATIVA	15
DIRECCIÓN DE GESTIÓN ACADÉMICA.....	17
OFICINA DE MARKETING INSTITUCIONAL.....	20
OFICINA DE PLANIFICACIÓN, PRESUPUESTO Y DESARROLLO	23
OFICINA DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS.....	25
OFICINA DE ASESORÍA JURÍDICA	28
OFICINA DE CONTROL INSTITUCIONAL	30
FILIAL CHICLAYO	32
FILIAL CUSCO	35





CENFOTUR es el Órgano Ejecutor que tiene como finalidad planificar y ejecutar en el país la política de formación, capacitación y perfeccionamiento del personal en los diferentes niveles ocupacionales de la actividad turística, es encomendada a CENFOTUR mediante el D.L. N° 22155 – Ley Orgánica de Formación en Turismo.

El Plan Operativo Institucional 2021 del Centro de Formación en Turismo – CENFOTUR ha sido elaborado tomando como referencia el Plan Estratégico Institucional, la normatividad actual establecida por CEPLAN y la política sectorial vigente. Representa la propuesta de gestión institucional que promoverá el logro de la política pública sectorial.

En esta propuesta, CENFOTUR desarrolla su modelo de Formación por Competencias que promueve la profesionalización mediante la transitabilidad educativa, el mismo que representa la base para la propuesta de política pública en materia educativa, la cual mejorará la formación profesional, técnica, técnica-productiva y continua en el ámbito educativo para el desarrollo de la actividad turística.

Promueve un modelo de intervención que busca mejorar la competitividad y productividad laboral de las empresas en el ámbito turístico, a través de la normalización de las competencias laborales con la creación y actualización de los mapas funcionales y perfiles ocupacionales, brindando asimismo evaluación y certificación de competencias laborales que articuladas con las capacitaciones para el fortalecimiento de competencias, serán base para la propuesta de política pública en el ámbito laboral.

Además, CENFOTUR orienta su propuesta al esfuerzo por asegurar la investigación, innovación y el conocimiento en el proceso formativo y en el ámbito laboral turístico, así como promover la reflexión, comprensión y valoración de la actividad turística.

En diciembre de los corrientes, se aprobó el Presupuesto Institucional de Apertura - PÍA, el cual asciende al monto de s/. 17'041,528 a toda fuente.



DECLARACIÓN DE POLÍTICA INSTITUCIONAL

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



MARCO ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL

VISION, MISION Y VALORES

Declaración de Visión

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

Declaración de Misión

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

Declaración de Valores

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



PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES

- DIRECCIÓN NACIONAL -



DIRECCIÓN NACIONAL

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



- GERENCIA GENERAL -



GERENCIA GENERAL

GERENCIA GENERAL																		
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS					ACCIONES ESTRATÉGICAS													
3. Promover la innovación en la actividad turística.					3.2 Fortalecer el sistema de gestión de la calidad.													
4. Fortalecer el rol del sector turismo.					4.2 Conducir la gestión institucional.													
					4.8 Promover el sistema integrado de gestión.													
ACCIÓN ESTRATÉGICA	ACTIVIDAD	INDICADOR	Medición		Meses													
			UM	Q	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D		
4.1	Conducir la gestión institucional.	Implementar el Sistema de Control Interno.	Sistema de Control Interno implementado.	Informes	2						1					1		
4.8	Promover el sistema integrado de gestión.	Realizar mantenimiento del Sistema de Gestión de la Calidad - SGC ISO 9001 del CENFOTUR para todos los procesos que se encuentran dentro del alcance.	Sistema de Gestión de la Calidad mantenido.	Informe	1											1		
		Realizar la auditoría de seguimiento del Sistema de Gestión de Calidad.	Auditoría de seguimiento realizada.	Informe	1										1			
		Realizar auditorías internas para el mantenimiento del Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001	Auditorías internas realizadas.	Informe	1								1					
		Realizar charlas de sensibilización y difusión del Sistema de Gestión de la Calidad en las filiales del CENFOTUR.	Filiales sensibilizadas y capacitadas.	Charla	1						1							
		Ampliar el alcance del Sistema de Gestión de la Calidad a nuevos procesos críticos.	Sistema de Gestión de Calidad implementado en nuevos procesos.	Informe técnico	1											1		
		Participar en reuniones de coordinación de Sistemas de Gestión del CENFOTUR	Asistencia a reuniones.	Reuniones	4			1				1		1			1	
		Implementar el Modelo para la Gestión de Calidad de Servicio	Plan Implementado.	Informe	2						1						1	
		Participar en Comités Técnicos de Normalización.	Participación en reuniones del Comité Técnico de Normalización en Turismo (CTN 73 "Turismo").		Informe	2						1						1
			Participación en reuniones del Comité Técnico de Gestión de la Calidad (CTN 024 "Gestión y aseguramiento de la calidad").		Informe	2						1						1
Participar en la Semana de la Calidad.	Asistencia		Informe	1										1				



- DIRECCIÓN DE FORMACIÓN ACADÉMICA -



DIRECCIÓN DE FORMACIÓN ACADÉMICA

DIRECCIÓN DE FORMACIÓN ACADÉMICA																	
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS				ACCIONES ESTRATÉGICAS													
1. Fortalecer la formación por competencias de los estudiantes.				1.2 Formación profesional y técnica de los estudiantes.													
3. Promover investigación e innovación en la actividad turística.				1.5 Certificación y titulación acorde a lineamientos vigentes para estudiantes y trabajadores.													
				3.1 Investigación aplicada adecuada a niveles de competitividad turística de la Entidad.													
				3.2 Modelos de innovación pertinentes a niveles de competitividad turística.													
				3.3 Asistencia técnica a empresas u organismos públicos del sector turismo.													
				3.4 Promoción de los productos de investigación e innovación generados por la Entidad.													
ACCIÓN ESTRATÉGICA	ACTIVIDAD	INDICADOR	Medición														
			UM	Meses													
			Q	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D		
1.2	Formación profesional y técnica de los estudiantes.	Profesional-Técnica de Administración Turística	N° de Estudiantes	Estudiantes Regulares	125	112		183			180	133				125	
			N° de Egresados	Egresados Regulares	60						22					38	
		Profesional-Técnica de Administración Hotelera	N° de Estudiantes	Estudiantes Regulares	101	136		138			138	105				101	
			N° de Egresados	Egresados Regulares	33						11					22	
		Profesional-Técnica de Guía Oficial de Turismo	N° de Estudiantes	Estudiantes Regulares	64	77		84			84	68				64	
			N° de Egresados	Egresados Regulares	16						4					12	
		Profesional-Técnica de Gastronomía Peruana	N° de Estudiantes	Estudiantes Regulares	101	57		107			107	104				101	
			N° de Egresados	Egresados Regulares	20						7					13	
		Profesional Administración Hotelera	N° de Estudiantes	Estudiantes Regulares	60			30			30						
			Fortalecer el programa de actualización docente (Formación de Formadores)	Número de docentes participantes	Número de docentes participantes en Lima	148		70				78					
					Número de docentes participantes Filiales	190		93				97					
			Elaboración e implementación del plan de supervisión y evaluación docente.	Informe de avance de planes elaborados e implementados supervisión y evaluación docente	Informe Plan en Lima	2	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
			Informe Plan en Filiales	2	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1		
	Fortalecer el Plan Formativo relacionado al marco de cualificaciones	N° de planes de estudio actualizados	Plan de estudio	4	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0		
	Creación o actualización de Programas	N° de Carreras Profesionales creadas	Carrera	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1		
		N° de Carreras Profesional - técnico creadas	Carrera	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1		
1.5	Certificación y titulación acorde a lineamientos vigentes para estudiantes y trabajadores.	Desarrollo de modalidades de titulación.	N° de modalidades de titulación	Convocatorias para Examen por competencia laboral	5	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0		
				Convocatorias Evaluación de trabajos de investigación	2	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	
				Convocatorias examen de suficiencia profesional	2	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	

DIRECCIÓN DE FORMACIÓN ACADÉMICA																	
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS				ACCIONES ESTRATÉGICAS													
1. Fortalecer la formación por competencias de los estudiantes.				1.2 Formación profesional y técnica de los estudiantes.													
				1.5 Certificación y titulación acorde a lineamientos vigentes para estudiantes y trabajadores.													
3. Promover investigación e innovación en la actividad turística.				3.1 Investigación aplicada adecuada a niveles de competitividad turística de la Entidad.													
				3.2 Modelos de innovación pertinentes a niveles de competitividad turística.													
				3.3 Asistencia técnica a empresas u organismos públicos del sector turismo.													
				3.4 Promoción de los productos de investigación e innovación generados por la Entidad.													
ACCIÓN ESTRATÉGICA	ACTIVIDAD	INDICADOR	Medición			Meses											
			UM	Q	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
3.1	Investigación aplicada adecuada a niveles de competitividad turística de la Entidad.	Desarrollo de habilidades de investigación aplicada en los estudiantes.	Número de consultas a las bases de datos académicas con suscripción vigente	Consulta	520												520
		Desarrollo de producción de investigación aplicada de la Entidad.	Número de docentes inscritos en el registro DINA de CONCYTEC	Docente	1												1
	Desarrollo de actividades de difusión en Innovación e Investigación.	Número de artículos enviados a revistas indizadas en Latindexb	Unidad	1													1
		Número de artículos enviados a congresos y conferencias nacionales	Unidad	1													1
	Articulación con organismos y empresas de la actividad turística.	Número de actividades de difusión	Actividad	24	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
		Número de participantes en actividades de difusión	Participante	480	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Modelos de innovación pertinentes a niveles de competitividad turística.	Desarrollo de habilidades para participar en fondos concursables.	Número Proyectos con representantes de organismos públicos o empresas nacionales	Unidad	1												1	
		Número artículos periodísticos en coautoría con representantes de empresas nacionales	Participantes	1													1
3.2	Capacitación para el desarrollo de modelos de innovación.	Número de Proyectos de investigación presentados en convocatorias nacionales	Sitio web/ documentos normativos	1												1	
		Número de proyectos en convocatorias nacionales para fondos concursables	Atenciones	1													1
		Número de profesores que asistieron a cursos nacionales sobre innovación	Usuarios	1													1
3.3	Diseño de propuesta de asistencia técnica.	Número Convenios de asistencia técnica con actores locales del sector turismo	Convenio	1												1	
		Número de propuestas de asistencia técnica.	Propuesta	1													1
3.4	Evaluación de repercusión de los resultados de investigación e innovación generados.	Número aportes intelectuales de miembros de Cenfortur difundidos en redes sociales	Unidad	1												1	
		Número Entrevistas realizadas a miembros de la comunidad Cenfortur en medios locales	Unidad	1													1
		Número Aportes intelectuales difundidos en sitios web de noticias locales	Unidad	1													1

- DIRECCIÓN DE EXTENSIÓN EDUCATIVA-



DIRECCIÓN DE EXTENSIÓN EDUCATIVA

DIRECCIÓN DE EXTENSIÓN EDUCATIVA																	
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS				ACCIONES ESTRATÉGICAS													
1. Fortalecer la formación por competencias de los estudiantes.				1.2 Formación profesional y técnica de los estudiantes.													
				1.3 Formación continua, ocupacional y a medida de los estudiantes.													
2. Mejorar la productividad laboral del capital humano en turismo.				2.1 Normalización de las Competencias Laborales de los Trabajadores.													
				2.2 Evaluación de las Competencias Laborales de los Trabajadores.													
				2.3 Asistencia y capacitación focalizada de operadores para la mejora de la calidad del servicio turístico.													
				2.4 Perfeccionamiento especializado a trabajadores para el fortalecimiento de competencias.													
ACCIÓN ESTRATÉGICA	ACTIVIDAD	INDICADOR	Medición UM	Meses													
				Q	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
1.2	Formación profesional y técnica de los estudiantes.	Nuevas carreras, especializaciones y cursos.	N° de especializaciones	Especializaciones	2	1	1										
			N° de cursos a medida	Cursos	2	1				1							
1.3	Formación continua, ocupacional y a medida de los estudiantes.	Desarrollo de Cursos de Extensión	Cantidad de capacitados	Estudiantes	480		40	60	40	40	60	40	40	60	60	40	
		Desarrollo de Cursos a Medida.	Personas Capacitadas	Personas	350		20	40	20	40	60	60	20	30	40	20	
2.1	Normalización de las Competencias Laborales de los Trabajadores.	Elaboración y actualización de Perfiles Ocupacionales	Perfiles Ocupacionales Elaborados o actualizados	Perfil Ocupacional	7				1		1		1	1		2	1
		Elaboración y actualización de Mapas Ocupacionales	Mapas Funcionales Elaborados o actualizados	Mapas Funcionales	1					1							
		Elaboración y actualización de Instrumentos de evaluación	Instrumentos de Evaluación Elaborados o actualizados	Instrumentos de Evaluación	7				1		1		1	1		2	1
2.2	Evaluación de las Competencias Laborales de los Trabajadores.	Desarrollo de intervenciones para la evaluación de competencias laborales.	Personas Evaluadas	Personas	100						30				50	20	
2.3	Asistencia y capacitación focalizada de operadores para la mejora de la calidad del servicio turístico.	Fortalecer las competencias del recurso humano a través de intervenciones especializadas, con incidencia en el sector turismo (Convenios, Programas o Proyectos)	Número de personas beneficiadas	Beneficiario	265	45			120					100			
			Número de atenciones en capacitación	Atención	645	45			300					300			
			Número de empresas en intervenciones especializadas (Ats, Evas, Mon, Pasantías)	Empresa	60		30					30					
			Número de atenciones a empresas en intervenciones especializadas (Ats, Evas, Mon, Pasantías)	Atención	60		30					30					
		Capacitaciones y Asistencias Técnicas en perfiles ocupacionales para la Reactivación Económica.	Capacitación en perfiles ocupacionales	Beneficiarios	4,680												
			Sesión	156													156

- DIRECCIÓN DE GESTIÓN ACADÉMICA -



DIRECCIÓN DE GESTIÓN ACADÉMICA

DIRECCIÓN DE GESTIÓN ACADÉMICA																	
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS				ACCIONES ESTRATÉGICAS													
1. Fortalecer la formación por competencias de los estudiantes.				1.4 Tutoría especializada e integral de los estudiantes.													
				1.5 Certificación y titulación acorde a lineamientos vigentes para Estudiantes y trabajadores.													
				1.6 Inserción y vinculación laboral de Estudiantes y egresados.													
3. Promover la innovación en la actividad turística.				3.2 Facilitar el acceso al conocimiento relacionado a la actividad turística.													
				ACCIÓN ESTRATÉGICA	ACTIVIDAD	INDICADOR	Medición				Meses						
			UM	Q	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
1.4	Tutoría especializada e integral de los estudiantes.	Perfil de los Ingresantes (LB): aspectos psicopedagógicos y socioeconómico.	N° de Ingresantes con perfil psicopedagógico y socioeconómico.	Perfil de ingresante (Regular)	180	0	0	0	100	0	0	0	80	0	0	0	
		Cobertura del servicio psicopedagógico.	N° de estudiantes con perfil psicopedagógico evolutivo	Estudiantes	270	0	0	0	50	50	50	0	40	40	40	0	0
			N° de estudiantes atendidos en orientación psicopedagógica individual	Estudiantes	190	0	0	0	20	25	25	15	15	25	25	25	15
			N° de estudiantes participantes en talleres preventivos o remediales	Estudiantes	300	0	0	0	0	150	0	0	0	150	0	0	0
			N° de estudiantes participantes en los talleres de desarrollo personal	Estudiantes	1,800	0	0	0	250	250	250	250	200	200	200	200	0
		Cobertura de solicitudes de becas y estudios socioeconómicos.	N° de beneficiarios de Becas	Beca Regular	20	0	0	12	0	0	0	0	8	0	0	0	0
				Contraprestación	4	0	0	2	0	0	0	0	2	0	0	0	0
				Beca Excelencia	2	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0
		Gestión de alianzas con instituciones académicas complementarias	N° de alianzas vigentes	Alianzas	6	0	0	0	0	3	0	0	0	0	3	0	0
		Desarrollo de habilidades blandas.	N° de Estudiantes participantes en talleres	Estudiantes	640	0	0	60	60	60	60	0	100	100	100	100	0
Facilitación de atención de la salud.	N° de Estudiantes con atención de la salud	Estudiantes	270	0	0	20	30	30	30	20	30	30	30	30	20		
	N° de Estudiantes con seguro contra accidentes personales	Estudiantes	400	0	0	0	200	0	0	0	200	0	0	0	0		
1.5	Certificación y titulación acorde a lineamientos vigentes para Estudiantes y trabajadores.	Gestión y emisión de Títulos y Certificados-DFA.	N° de certificados modulares por competencia.	Certificados	902	50	60	50	50	60	53	30	100	120	100	90	139
			N° de Bachilleres Técnicos	Alumnos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
			N° de Títulos a nombre de la nación	Títulos	21	0	0	0	0	0	0	0	11	0	0	0	10
		Organización del proceso de selección	N° de Documentos emitidos	Documento	2,000	200	100	100	300	100	300	100	200	100	100	100	300
Gestión y emisión de Certificados y Diplomas - DEE	N° de Certificados emitidos	Certificados	5,020	15	200	500	350	450	600	1,200	400	400	350	350	205		

DIRECCIÓN DE GESTIÓN ACADÉMICA																		
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS				ACCIONES ESTRATÉGICAS														
1. Fortalecer la formación por competencias de los estudiantes.				1.4 Tutoría especializada e integral de los estudiantes.														
				1.5 Certificación y titulación acorde a lineamientos vigentes para Estudiantes y trabajadores.														
				1.6 Inserción y vinculación laboral de Estudiantes y egresados.														
3. Promover la innovación en la actividad turística.				3.2 Facilitar el acceso al conocimiento relacionado a la actividad turística.														
				ACCIÓN ESTRATÉGICA	ACTIVIDAD	INDICADOR	Medición		Meses									
UM	Q	E	F				M	A	M	J	J	A	S	O	N	D		
1.6	Inserción y vinculación laboral de Estudiantes y egresados.	Colocación de Estudiantes en pasantías.	N° de Estudiantes en pasantías	Estudiantes	360	0	0	30	50	60	0	0	40	90	90	0	0	
		Colocación de Estudiantes en prácticas profesionales.	N° de Estudiantes colocados en prácticas profesionales	Estudiantes	64	0	0	5	5	8	8	10	8	5	5	5	5	
		Colocación de Estudiantes y egresados laboralmente.	N° de Estudiantes colocados N° de egresados colocados	Estudiantes Egresados	120 178	0	5	10 8	10 8	10 12	10 20	15 25	15 15	10 25	10 25	10 15	10 15	15
		Actualización de la base de datos de egresados.	N° de egresados con datos actualizados	Egresados	360	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
3.2	Facilitar el acceso al conocimiento relacionado a la actividad turística.	Gestión estratégica del Repositorio	Repositorio implementado	Sitio web/ documentos normativos	30	0	0	0	0	0	0	0	5	5	5	10	5	
		Atención a usuarios del centro de documentación	N° de atenciones a usuarios	Atenciones	2,531	12	18	90	246	366	480	120	219	320	384	246	30	
			N° de usuarios atendidos	Usuarios	905	4	12	54	89	146	160	40	73	107	128	82	10	
		Catálogo público actualizado	N° de registros nuevos	Registros	50	0	0	5	5	5	5	5	5	5	5	5		



- OFICINA DE MARKETING INSTITUCIONAL -



OFICINA DE MARKETING INSTITUCIONAL

OFICINA DE MARKETING INSTITUCIONAL																	
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS				ACCIONES ESTRATÉGICAS													
1. Fortalecer la formación por competencias de los estudiantes.				1.1 Acceso socio económico y geográfico de la población.													
4. Fortalecer el rol del sector turismo.				1.3 Formación continua, ocupacional y a medida de los estudiantes.													
4.2 Posicionar la imagen de la Entidad en el ámbito turístico.				4.2 Posicionar la imagen de la Entidad en el ámbito turístico.													
ACCIÓN ESTRATÉGICA	ACTIVIDAD	INDICADOR	Medición					Meses									
			UM	Q	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
1.1	Acceso socio económico y geográfico de la población.	Organización del Proceso de Admisión.	N° de Procesos de Admisión	Proceso de Admisión	2			1					1				
			N° de captados	Captados Regulares	400			200					200				
			N° de postulantes	Postulantes Regulares	235			140					95				
			N° de ingresantes	Ingresantes regulares	223			133					90				
			N° de matriculados	Matriculados	210			125					85				
1.3	Formación continua, ocupacional y a medida de los estudiantes.	Captación de alumnos para Extensión Educativa (Sujeto a Comité de Calidad)	N° de matriculados en Programas de Especialización, Cursos de Capacitación, Talleres, etc. - Sede: Lima.	Matriculados	580		40	80	40	60	60	60	40	80	60	60	
4.2	Posicionar la imagen de la Entidad en el ámbito turístico.	Difusión a través de las redes sociales.	N° de publicaciones de Carreras Profesionales	Unidad	360	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
		Gestionar el marketing digital - Google Adwords	N° de interacciones hacia la página web de la institución (miles)	Unidad	250			125						125			
		Gestión de Marketing Relacional	N° de envíos de e-mailings	Envíos	48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
		Gestión y difusión de la oferta educativa en el punto de venta y punto de contacto.	N° de acciones: Ferias vocacionales, Visitas a colegios y Charlas vivenciales	Acción	25			1	3	3	3	3	3	3	3	3	
		Desarrollo de piezas promocionales e información de Lima y Filiales	Piezas elaboradas de material promocional	Unidad	4					2					2		
		Campaña de promoción de marca y carreras en medios tradicionales y alternativos Lima y filiales	Campaña realizada: Publicidad en pantallas digitales, radio y redes (Facebook, Google y YouTube).	Campaña	6			3						3			
		Ejecución del Programa Anual de Relaciones Públicas con instituciones públicas y privadas	N° menciones en medios de Televisión y prensa escrita	Acción	13	1	1	3	0	1	1	2	0	1	1	0	2
			N° apariciones en radio	Acción	25	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3
		Plan de Ventas	Plan de Ventas realizado	Informe	1	1											
Promoción de marca y oferta educativa	Conceptualización de piezas digitales	Acción	144	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12		

OFICINA DE MARKETING INSTITUCIONAL																	
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS				ACCIONES ESTRATÉGICAS													
1. Fortalecer la formación por competencias de los estudiantes.				1.1 Acceso socio económico y geográfico de la población.													
4. Fortalecer el rol del sector turismo.				1.3 Formación continua, ocupacional y a medida de los estudiantes.													
				4.2 Posicionar la imagen de la Entidad en el ámbito turístico.													
ACCIÓN ESTRATÉGICA	ACTIVIDAD	INDICADOR	Medición				Meses										
			UM	Q	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
		Conceptualización de piezas audiovisuales	Acción	1			1										



- OFICINA DE PLANIFICACIÓN, PRESUPUESTO Y DESARROLLO -



OFICINA DE PLANIFICACIÓN, PRESUPUESTO Y DESARROLLO

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



- OFICINA DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS-



OFICINA DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

OFICINA DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS																
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS				ACCIONES ESTRATÉGICAS												
4. Fortalecer el rol del sector turismo.				4.3 Fortalecer las competencias y habilidades del Potencial Humano.												
				4.4 Mejorar las instalaciones educativas y administrativas.												
				4.5 Desarrollar el servicio e-government y TIC.												
				4.7 Fortalecer la gestión de recursos físicos, financieros y contables.												
ACCIÓN ESTRATÉGICA	ACTIVIDADES	INDICADOR	Medición		Meses											
			UM	Q	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
4.3 Fortalecer las competencias y habilidades del Potencial Humano.	Alineamiento de la normatividad a SERVIR.	Implementación de la Resolución de incorporación régimen SERVIR.	Informe	2				1							1	
	Plan de Gestión de Clima Organizacional.	Plan 2020 formulado	Plan aprobado	1			1									
		Avance del Plan	Evaluación	3					1				1			1
	Fortalecer la cultura organizacional con enfoque de género	Número de talleres	Talleres	4						2					2	
		Evaluación de personal.	Evaluación programada y realizada	Informe	2						1					
	Plan de Desarrollo de Personas-PDP	Evaluación de personal.	N° de evaluaciones de rendimiento	Informe	2						1					
			Plan formulado y aprobado	Plan aprobado	1			1								
		Avance del plan	Informe	8						1	1	1	1	1	1	1
4.4 Mejorar las instalaciones educativas y administrativas.	Mantenimiento, rehabilitación anual de la infraestructura de las sedes.	N° de mantenimientos realizados	Informe	33	4	9	4	1	2	2	5	2	1	1	1	1
4.5 Desarrollar el servicio e-government y TIC.	Implementación de normativas de estado en materia de Gobierno Digital	Normativas implementadas	Informe	1							1					
	Propuesta y Desarrollo del Plan de Gobierno Digital de la Entidad	Propuesta de Plan	Plan	1												1
		Evaluación de Plan	Informe	1												1
	Implementación de servicios para apoyo a la educación bi-learning	Servicios implementados	Informe	1								1				
		Evaluación de servicios	Informe	1												1
	Adecuación y Renovación de infraestructura para el CENTRO DE DATOS del CENFOTUR	Propuesta de Plan	Informe	1			1									
		Evaluación de Plan	Plan	1												1
Adecuación y Renovación de infraestructura para estaciones de trabajo del CENFOTUR	Propuesta de Plan	Informe	0													

OFICINA DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS																		
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS				ACCIONES ESTRATÉGICAS														
4. Fortalecer el rol del sector turismo.				4.3 Fortalecer las competencias y habilidades del Potencial Humano.														
				4.4 Mejorar las instalaciones educativas y administrativas.														
				4.5 Desarrollar el servicio e-government y TIC.														
				4.7 Fortalecer la gestión de recursos físicos, financieros y contables.														
ACCIÓN ESTRATÉGICA	ACTIVIDADES	INDICADOR	Medición		Meses													
			UM	Q	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D		
4.7	Fortalecer la gestión de recursos físicos, financieros y contables.	Formulación y Evaluación del PAC.	Plan 2019 evaluado	Informe	1	1												
			Plan 2020 formulado	Informe	4				1			1			1		1	
			Acciones de control previo.	Actividad permanente	Informe	4			1			1			1			1
			Desarrollo de una cultura para el uso ecoeficiente de los recursos.	Capacitación	Capacitación	0												
			Gestión del control patrimonial.	Inventario físico	Informe	1					1							
			Formulación de Estados Financieros y Presupuestales.	Estados Financieros	Informe	10				1	1	1	1	1	1	1	1	1
			Ejecución de Ingresos y gastos	Avance del presupuesto aprobado PIM	Informe	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1



- OFICINA DE ASESORÍA JURÍDICA-



OFICINA DE ASESORÍA JURÍDICA

OFICINA DE ASESORÍA JURÍDICA																	
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS					ACCIONES ESTRATÉGICAS												
4. Fortalecer el rol del sector turismo.					4.1 Conducir la gestión institucional.												
ACCIÓN ESTRATÉGICA	ACTIVIDADES	INDICADOR	Medición		Meses												
			UM	Q	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
4.1	Conducir la gestión institucional.	Atención de consultas legales.	Consultas solicitadas atendidas	Informe	300	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
		Atención de consultas de Procesos Judiciales.	Consultas solicitadas atendidas	Informe	132	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11
		Seguimiento a los Informes de Control.	Memos de Seguimiento	Memos	132	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11
		Revisión de Contratos de Procesos de Contrataciones	Contratos recibidos revisados	Contrato	6	0	2	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0
		Revisión de proyectos de directivas institucionales con informes técnicos favorables	Directivas atendidas con Informe	Directivas	10	2	1	0	1	0	1	0	0	1	2	1	1
		Revisión de proyectos de convenios institucionales con informes técnicos favorables	Convenios atendidos con informe	Convenios	19	2	2	1	1	0	2	2	2	2	1	2	2



- OFICINA DE CONTROL INSTITUCIONAL -



OFICINA DE CONTROL INSTITUCIONAL

OFICINA DE CONTROL INSTITUCIONAL																
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS				ACCIONES ESTRATÉGICAS												
4. Fortalecer el rol del sector turismo.				4.1 Conducir la gestión institucional.												
ACCIÓN ESTRATÉGICA	INDICADOR	Medición	UM	Meses												
				Q	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
4.1 Conducir la gestión institucional.	Control Concurrente	N° de informes emitidos	Informe	8		1	1	1	1	1	1	1		1		
	Visita de control	N° de informes emitidos	Informe	5		1		1		1		1			1	
	Orientación de Oficio	N° de informes emitidos	Informe	11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
	Implementación y seguimiento a las recomendaciones derivadas de los Informes de Auditoría y su publicación en el Portal de Transparencia estándar de la entidad. (R.C. N° 120-2016-CG)	N° de informes emitidos	Informe	6	1		1		1		1		1		1	
	Seguimiento de las acciones para el tratamiento de los riesgos resultantes del Control Simultáneo.	N° de informes emitidos	Informe	2	1						1					
	Servicio de control específico	N° de informes emitidos	Informe	1												1
	Verificación mensual de Registros de INFOBRAS	N° de informes emitidos	Informe	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Participación en Comisión de Cautela	N° de informes emitidos	Informe	1					1							
	Actividades Operativas Sin Producto Identificado	N° de informes emitidos	Informe	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Seguimiento a la implementación del Sistema de Control Interno.	N° de informes emitidos	Informe	3	1								1			1
	Verificación de los cargos obligados a la presentación de Declaraciones Juradas de Ingresos, Bienes y Rentas.	N° de informes emitidos	Informe	2			1							1		
	Evaluación de denuncias	N° de informes emitidos	Informe	1												1
Elaboración carpeta de servicio	N° de informes emitidos	Informe	1									1				



- FILIAL CHICLAYO-



FILIAL CHICLAYO

FILIAL CHICLAYO																	
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS				ACCIONES ESTRATÉGICAS													
1. Fortalecer la formación por competencias de los estudiantes.				1.1 Acceso socio económico y geográfico de la población.													
				1.2 Formación profesional y técnica de los estudiantes.													
4. Fortalecer el rol del sector turismo.				1.3 Formación continua, ocupacional y a medida de los estudiantes.													
				1.4 Tutoría especializada e integral de los estudiantes.													
				1.6 Inserción y vinculación laboral de Estudiantes y egresados.													
				4.2 Posicionar la imagen de la Entidad en el ámbito turístico.													
ACCIÓN ESTRATÉGICA		INDICADOR	Medición				Meses										
			UM	Q	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
1.1	Acceso socio económico y geográfico de la población.	Organización del Proceso de Admisión.	N° de Procesos de Admisión	Procesos de selección	2			1					1				
			N° de Captados	Captados	6,279			4,255					2,024				
			N° de Postulantes	Postulantes Regulares	74			37					37				
			N° de Ingresantes	Ingresantes Regulares	70			35					35				
			N° de Matriculados	Matriculados Regulares	66			33					33				
1.2	Formación profesional y técnica de los estudiantes.	Profesional-Técnica de Administración Turística	N° de Estudiantes	Estudiantes Regulares	0			0					0				
			N° de Egresados	Egresados Regulares	0							0				0	
		Profesional-Técnica de Administración Hotelera	N° de Estudiantes	Estudiantes Regulares	0			52						63			
			N° de Egresados	Egresados Regulares	10								0				10
		Profesional-Técnica de Guía Oficial de Turismo	N° de Estudiantes	Estudiantes Regulares	0			10						10			
			N° de Egresados	Egresados Regulares	0								0				0
		Profesional-Técnica de Gastronomía Peruana	N° de Estudiantes	Estudiantes Regulares	0			50						63			
			N° de Egresados	Egresados Regulares	8								1				7
N° de supervisiones realizadas	Supervisión	66						33							33		
1.3	Formación continua, ocupacional y a medida de los estudiantes.	Desarrollo de Cursos de Extensión	Cantidad de capacitados	Estudiantes	460		20	80	40	40	40	60	20	40	80	40	
		Desarrollo de Cursos a Medida.	Personas Capacitadas	Estudiantes	60			30					30				
1.4	Tutoría especializada e integral de los estudiantes.	Perfil de los Ingresantes (LB): aspectos psicopedagógicos y socioeconómico.	Perfil de ingresante (Regular)	74					37					37			
		Cobertura del servicio psicopedagógico.	N° de egresados con perfil psicopedagógico	Egresados	9				0					9			
			N° de Estudiantes atendidos en orientación psicopedagógica	Estudiantes	56					10	7	7	4	4	10	5	5



OBJETIVOS ESTRATÉGICOS				FILIAL CHICLAYO														
ACCIONES ESTRATÉGICAS				ACCIONES ESTRATÉGICAS														
1. Fortalecer la formación por competencias de los estudiantes.				1.1 Acceso socio económico y geográfico de la población.														
				1.2 Formación profesional y técnica de los estudiantes.														
				1.3 Formación continua, ocupacional y a medida de los estudiantes.														
				1.4 Tutoría especializada e integral de los estudiantes.														
				1.6 Inserción y vinculación laboral de Estudiantes y egresados.														
4. Fortalecer el rol del sector turismo.				4.2 Posicionar la imagen de la Entidad en el ámbito turístico.														
ACCIÓN ESTRATÉGICA		INDICADOR	Medición		Meses													
			UM	Q	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D		
		N° de Estudiantes certificados en los talleres de desarrollo personal	Estudiantes	150									75				75	
	Cobertura de solicitudes de becas y estudios socioeconómicos.	N° de beneficiarios de Becas	Beca Regular	10		5						5						
			Contraprestación	0														
			Beca Excelencia	0														
	Desarrollo de habilidades blandas.	N° de Estudiantes participantes en talleres	Estudiantes	110				60						50				
	Cobertura de atención de la salud.	N° de Estudiantes con atención de la salud	Estudiantes	22					3	4	3		3	3	3	3	3	
			N° de Estudiantes con seguro contra accidentes personales	Estudiantes	50					25				25				
1.6	Inserción y vinculación laboral de estudiantes y egresados.	Desarrollo de alianzas con instituciones de idiomas.	N° de alianzas vigentes	Estudiantes	2			1					1					
		Colocación de Estudiantes pasantías.	N° de Estudiantes en pasantías	Estudiantes	100				35						65			
		Colocación de Estudiantes en prácticas profesionales.	N° de Estudiantes colocados en prácticas profesionales	Estudiantes	80		10	10	10	10	11	9	10	10				
		Colocación de Estudiantes y egresados laboralmente.	N° de Estudiantes colocados	Estudiantes	10					4				4		2		
			N° de egresados colocados	Egresados	9							3		3	3			
4.2	Posicionar la imagen de la Entidad en el ámbito turístico.	Gestión y difusión de la oferta educativa en el punto de venta y punto de contacto.	N° de acciones.	Unidad	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	



- FILIAL CUSCO-



FILIAL CUSCO

FILIAL CUSCO																	
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS					ACCIONES ESTRATÉGICAS												
1. Fortalecer la formación por competencias de los estudiantes.					1.1 Acceso socio económico y geográfico de la población.												
					1.2 Formación profesional y técnica de los estudiantes.												
					1.3 Formación continua, ocupacional y a medida de los estudiantes.												
					1.4 Tutoría especializada e integral de los estudiantes.												
4. Fortalecer el rol del sector turismo.					1.6 Inserción y vinculación laboral de Estudiantes y egresados.												
					4.2 Posicionar la imagen de la Entidad en el ámbito turístico.												
ACCIÓN ESTRATÉGICA		INDICADOR	Medición				Meses										
			UM	Q	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
1.1	Acceso socio económico y geográfico de la población.	Organización del Proceso de Admisión.	N° de Procesos de Admisión	Procesos de selección	2			1					1				
			N° de Captados	Captados	220			120					100				
			N° de Postulantes	Postulantes Regulares	200			110					90				
			N° de Ingresantes	Ingresantes Regulares	189			104					85				
			N° de Matriculados	Matriculados Regulares	178			98					80				
1.2	Formación profesional y técnica de los estudiantes.	Profesional-Técnica de Administración Turística	N° de Estudiantes	Estudiantes Regulares	65			86	83	82	79	76	68	67	66	66	
			N° de Egresados	Egresados Regulares	29							16					13
		Profesional-Técnica de Administración Hotelera	N° de Estudiantes	Estudiantes Regulares	108			105	104	104	103	102	110	110	108	108	108
			N° de Egresados	Egresados Regulares	39							15					24
		Profesional-Técnica de Guía Oficial de Turismo	N° de Estudiantes	Estudiantes Regulares	185			204	203	203	202	201	188	188	185	185	185
			N° de Egresados	Egresados Regulares	57							23					34
		Profesional-Técnica de Gastronomía Peruana	N° de Estudiantes	Estudiantes Regulares	70			73	72	72	72	72	70	70	70	70	70
N° de Egresados	Egresados Regulares		24							9					15		
1.3	Formación continua, ocupacional y a medida de los estudiantes.	Carreras Ocupacionales	Cantidad de capacitados	Estudiantes	90							15	15	15	15	15	
			Desarrollo de Cursos de Extensión	Cantidad de capacitados	Estudiantes	210					15	45	15	30	45	45	15
1.4	Tutoría especializada e integral de los estudiantes.	Perfil de los Ingresantes (LB): aspectos psicopedagógicos y socioeconómico.	N° de Ingresantes con perfil psicopedagógico y socioeconómico.	Perfil de ingresante (Regular)	178			98				80					
			N° de egresados con perfil psicopedagógico	Egresados	149						63						86
		Cobertura del servicio psicopedagógico.	N° de Estudiantes atendidos en orientación psicopedagógica	Estudiantes	305			15	40	40	30	30	15	40	40	40	15
			N° de Estudiantes certificados en los talleres de desarrollo personal	Estudiantes	735						387						348
		Cobertura de solicitudes de becas y estudios socioeconómicos.	N° de beneficiarios de Becas	Beca Regular	10			5				5					
Desarrollo de habilidades blandas.	N° de Estudiantes participantes en talleres	Estudiantes	1,200			120	120	120	120	120	120	120	120	120	120		

FILIAL CUSCO																
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS				ACCIONES ESTRATÉGICAS												
1. Fortalecer la formación por competencias de los estudiantes.				1.1 Acceso socio económico y geográfico de la población.												
				1.2 Formación profesional y técnica de los estudiantes.												
				1.3 Formación continua, ocupacional y a medida de los estudiantes.												
				1.4 Tutoría especializada e integral de los estudiantes.												
4. Fortalecer el rol del sector turismo.				1.6 Inserción y vinculación laboral de Estudiantes y egresados.												
				4.2 Posicionar la imagen de la Entidad en el ámbito turístico.												
ACCIÓN ESTRATÉGICA		INDICADOR	Medición				Meses									
			UM	Q	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
	Cobertura de atención de la salud.	N° de Estudiantes con atención de la salud	Estudiantes	48			4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
		N° de Estudiantes con seguro contra accidentes personales	Estudiantes	700			350					350				
		Desarrollo de alianzas con instituciones de idiomas.	Estudiantes	2	2											
		Colocación de Estudiantes pasantías.	Estudiantes	26			2	3	3	3	3	3	3	3	3	
1.6	Inserción y vinculación laboral de estudiantes y egresados.	Colocación de Estudiantes en prácticas profesionales.	Estudiantes	19				1	2	2	3	3	4	3	1	
		Colocación de Estudiantes y egresados laboralmente.	Estudiantes	11				1	1	1	1	2	2	1	1	
		N° de egresados colocados	Egresados	12				1	1	1	1	2	2	1	2	
4.2	Posicionar la imagen de la Entidad en el ámbito turístico.	Gestión y difusión de la oferta educativa en el punto de venta y punto de contacto.	Unidad	48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	

