

COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

Modifican el Reglamento de Organización y Funciones de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo

**DECRETO SUPREMO
N° 008-2013-MINCETUR**

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

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 - MINCETUR, competente para proponer y ejecutar los planes y estrategias de promoción de bienes y servicios exportables, así como de turismo interno y receptivo, promocionando y difundiendo la imagen del Perú en materia turística y de exportaciones;

Que, por Decreto Supremo N° 009-2007-MINCETUR, se aprobó el Reglamento de Organización y Funciones de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERÚ, modificado por Decreto Supremo N° 014-2010-MINCETUR;

Que, mediante la Sexagésima Séptima Disposición Complementaria Final de la Ley N° 29951, Ley de Presupuesto del Sector Público para el año fiscal 2013, modificatoria de la Ley N° 29890, se ha dispuesto que las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior, pasen a depender orgánica y administrativamente de PROMPERÚ, para cuyo efecto, se deben adecuar los documentos de gestión de esta entidad;

Que, las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior (OCEX), tienen como objetivo ofrecer un servicio económico comercial en el exterior, altamente especializado y activo, destinado a promover las exportaciones de bienes y servicios nacionales, las inversiones y el turismo receptivo, dentro del marco de las políticas sectoriales y nacionales del Estado peruano, y a través de una acción articulada con el sector privado y las diversas entidades públicas vinculadas al logro de estos objetivos;

Que, PROMPERÚ viene implementando el modelo de negocio con enfoque al cliente y a la gestión del conocimiento, establecido en su Plan Estratégico Institucional, lo que exige reordenar su estructura y funciones con el objeto de mejorar la gestión de la cartera de clientes, identificar los servicios más efectivos,

facilitar la gestión del conocimiento, así como mejorar la comunicación y la coordinación entre todos sus órganos y unidades orgánicas;

Que, por tales razones, resulta necesario modificar el Reglamento de Organización y Funciones de PROMPERU, a fin de adecuarlo a las nuevas funciones asumidas, reordenar su estructura orgánica y funciones e implementar las OCEX;

Con la opinión favorable de la Secretaría de Gestión Pública de la Presidencia del Consejo de Ministros;

De conformidad con la Ley N° 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo, la Ley N° 29951 Ley de Presupuesto del Sector Público para el año fiscal 2013, el Reglamento de Organización y Funciones de PROMPERU, aprobado por Decreto Supremo N° 009-2007-MINCETUR y su modificatoria, y los Lineamientos para la Elaboración del Reglamento de Organización y Funciones de las entidades públicas, aprobados por Decreto Supremo N° 043-2006-PCM;

Con el voto aprobatorio del Consejo de Ministros;

DECRETA:

Artículo 1°.- Modificación de los artículos 3°, 6°, 7°, 13°, 43°, 46°, 48°, 49°, 50°, 52°, 53°, 55°, 57°, 58°, 59°, 59° B y del título del Sub Capítulo III del Capítulo II del Título VII del Reglamento de Organización y Funciones (ROF) de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERU.

Modifícase el artículo 6°, numeral 5.2.3 del rubro V del artículo 7°, el literal k) del artículo 13°, los literales a) y d) del artículo 43°, el primer párrafo de los artículos 46°, 48°, el artículo 49°, literales b), c), d) y e) del artículo 50°, literales a) y g) del artículo 52°, el artículo 53°, el primer párrafo del artículo 55°, literales i) y j) del artículo 57°, título del Sub Capítulo III del Capítulo II del Título VII, artículos 58°, 59° y el primer párrafo del artículo 59° B; y, adiciónase el literal m) del artículo 3°, incisos 5.4, 5.4.1, 5.4.2, y 5.5 del rubro V y rubro VI del artículo 7°, literales s) y t) del artículo 43°, literales j) y k) del artículo 46°, literal h) del artículo 48°, literal p) del artículo 50°, literales r) y s) del artículo 52°, literal n) del artículo 55°, literales l) y m) del artículo 57°, literales p) y q) del artículo 59° B, del Reglamento de Organización y Funciones (ROF) de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERU, aprobado por Decreto Supremo N° 009-2007-MINCETUR, modificado por Decreto Supremo N° 014-2010-MINCETUR, en los siguientes términos:

“Artículo 3°.- Funciones Generales

Sus funciones son:

(...)

m) Promover la oferta exportable peruana, el turismo y la inversión privada mediante la aplicación e implementación de estrategias promocionales a través de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior - OCEX.”

“Artículo 6°.- Base Legal

(...)

- Ley N° 29951 – Ley de Presupuesto del Sector Público para el Año Fiscal 2013.”

“Artículo 7°.- Estructura Orgánica.

La estructura orgánica de PROMPERU es la siguiente:

(...)

V. ÓRGANOS DE LÍNEA

(...)

5.2.3 Sub Dirección de Inteligencia y Prospectiva Turística
(...)

5.4 Dirección de Mercadeo, Comunicaciones y Eventos

5.4.1 Sub Dirección de Comunicaciones

5.4.2 Sub Dirección de Producción

5.5 Dirección de Coordinación de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior

VI. ÓRGANOS DESCONCENTRADOS

- Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior”

“Artículo 13°.- Secretaría General

(...)

Sus funciones son las siguientes:

(...)

k) Designar y remover, de conformidad con la normativa vigente, a los Jefes de Oficina y demás personal de la entidad, salvo las que correspondan a otras instancias administrativas conforme al presente Reglamento.”

“Artículo 43.- Funciones

La Dirección de Promoción de las Exportaciones tiene las siguientes funciones en materia de promoción de exportaciones:

a) Formular, proponer, supervisar y evaluar el cumplimiento de los planes estratégicos y operativos de promoción de las exportaciones, en coordinación con sus unidades orgánicas, la Dirección de Coordinación de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior, las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior y la Oficina de Planeamiento y Presupuesto.

(...)

d) Proponer al Consejo Directivo el establecimiento de oficinas a nivel nacional, en coordinación con la Dirección de Promoción del Turismo y la Secretaría General, y supervisar su funcionamiento en lo que corresponda.

(...)

s) Coordinar con la Dirección de Mercadeo, Comunicaciones y Eventos el desarrollo, implementación, ejecución, supervisión y evaluación de los componentes de comunicación, publicidad y prensa o producción de material promocional y eventos necesarios para ejecutar las actividades previstas en el plan operativo de promoción de las exportaciones.

t) Coordinar con la Dirección de Promoción del Turismo y la Dirección de Coordinación de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior la formulación de propuestas para la creación de nuevas Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior – OCEX.”

“Artículo 46°.- Funciones

Son funciones de la Subdirección de Promoción Comercial las siguientes:

(...)

j) Ejecutar y evaluar las actividades de promoción de las exportaciones en el exterior establecidas en el plan operativo institucional, en coordinación con las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior, cuando corresponda.

k) Coordinar con las unidades orgánicas de la Dirección de Mercadeo, Comunicaciones y Eventos el desarrollo, implementación, ejecución, supervisión y evaluación de los componentes de comunicación, publicidad y prensa o producción de material promocional y eventos necesarios para ejecutar las actividades de su competencia previstas en el plan operativo de promoción de las exportaciones.”

“Artículo 48.- Funciones

Son funciones de la Subdirección de Servicios y Asistencia Empresarial las siguientes:

(...)

h) Coordinar con las unidades orgánicas de la Dirección de Mercadeo, Comunicaciones y Eventos el desarrollo, implementación, ejecución, supervisión y evaluación de los componentes de comunicación, publicidad y prensa o producción de material promocional y eventos necesarios para ejecutar las actividades de su competencia previstas en el plan operativo de promoción de las exportaciones.”

“Artículo 49°.- Competencia

La Sub Dirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial es la unidad orgánica encargada de detectar las oportunidades de negocios y comercio que permitan

planificar y recomendar estrategias y actividades que se ejecutarán para promover las exportaciones, así como de brindar servicios de información comercial."

"Artículo 50°.- Funciones

Son funciones de la Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial las siguientes:

- (...)
- b) Elaborar, proponer, desarrollar estudios, prospecciones e investigaciones y otros documentos de información comercial especializada, que orienten la formulación de estrategias para la promoción de las exportaciones a nivel nacional e internacional.
- c) Elaborar, adquirir, consolidar, sistematizar y almacenar datos, reportes estadísticos, estudios de mercado e investigaciones realizadas, administrando su uso y difusión por entidades públicas y privadas, dentro del marco legal vigente.
- d) Investigar y analizar nuevos mercados, tendencias, desarrollo y perspectivas de los mercados competidores o segmentos estratégicos, identificando oportunidades y mecanismos de penetración y desarrollo de las exportaciones.
- e) Proponer, desarrollar y/o potenciar los instrumentos o sistemas de información que permitan la consolidación de la información comercial y la oferta exportable, a nivel nacional e internacional, en coordinación con la Unidad de Tecnologías de la Información.
- (...)
- p) Realizar acciones de inteligencia comercial y de prospección de mercados y segmentos en el exterior, en coordinación con las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior, cuando corresponda."

"Artículo 52°.- Funciones

La Dirección de Promoción del Turismo tiene las siguientes funciones en materia de promoción del turismo:

- a) Formular, proponer, modificar, supervisar y evaluar el cumplimiento de los planes estratégicos y operativos de promoción del turismo, en coordinación con sus unidades orgánicas, la Dirección de Coordinación de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior, las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior y la Oficina de Planeamiento y Presupuesto.
- (...)
- g) Proponer al Consejo Directivo el establecimiento de oficinas a nivel nacional, en coordinación con la Dirección de Promoción de las Exportaciones y la Secretaría General, y supervisar su funcionamiento en lo que corresponda.
- (...)
- r) Coordinar con la Dirección de Mercadeo, Comunicaciones y Eventos el desarrollo, implementación, ejecución, supervisión y evaluación de los componentes de comunicación, publicidad y prensa o producción de material promocional y eventos necesarios para ejecutar las actividades previstas en el plan operativo de promoción del turismo.
- s) Coordinar con la Dirección de Promoción de las Exportaciones y la Dirección de Coordinación de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior la formulación de propuestas para la creación de nuevas Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior – OCEX."

"Artículo 53°.- Estructura de la Dirección de Promoción del Turismo

La Dirección de Promoción del Turismo está conformada por tres Sub Direcciones:

- Sub Dirección de Promoción del Turismo Interno,
 - Sub Dirección de Promoción del Turismo Receptivo,
- y,
- Sub Dirección de Inteligencia y Prospectiva Turística."

"Artículo 55°.- Funciones

Son funciones de la Sub Dirección de Promoción del Turismo Interno las siguientes:

- (...)
- n) Coordinar con las unidades orgánicas de la Dirección de Mercadeo, Comunicaciones y Eventos el desarrollo,

implementación, ejecución, supervisión y evaluación de los componentes de comunicación, publicidad y prensa o de material promocional y eventos necesarios para ejecutar las actividades de su competencia previstas en el plan operativo de promoción del turismo."

"Artículo 57°.- Funciones

Son funciones de la Sub Dirección de Promoción del Turismo Receptivo las siguientes:

- (...)
- i) Proveer oportunamente a la Sub Dirección de Inteligencia y Prospectiva Turística el material e información que recabe de las actividades desarrolladas.
- j) Elaborar, en coordinación con la Sub Dirección de Inteligencia y Prospectiva Turística, la propuesta técnica para la elaboración del Plan Anual de Promoción y Desarrollo Turístico Nacional en los aspectos vinculados a su competencia, a ser presentado al Comité Especial creado por Ley N° 27889 - Ley que crea el Fondo y el Impuesto Extraordinario para la Promoción y Desarrollo Turístico Nacional.
- (...)
- l) Coordinar con las unidades orgánicas de la Dirección de Mercadeo, Comunicaciones y Eventos el desarrollo, implementación, ejecución, supervisión y evaluación de los componentes de comunicación, publicidad y prensa o producción de material promocional y eventos necesarios para ejecutar las actividades de su competencia previstas en el plan operativo de promoción del turismo.
- m) Ejecutar y evaluar las actividades de promoción del turismo en el exterior establecidas en el plan operativo institucional, en coordinación con las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior, cuando corresponda."

"Sub Capítulo III

DE LA SUB DIRECCIÓN DE INTELIGENCIA Y PROSPECTIVA TURÍSTICA

Artículo 58°.- Competencia

La Sub Dirección de Inteligencia y Prospectiva Turística es la unidad orgánica encargada de identificar y evaluar nuevos segmentos o tendencias turísticas, a través del análisis y evaluación de estudios e investigaciones que orienten las estrategias y actividades que se ejecutarán para promover el turismo".

Artículo 59°.- Funciones

Son funciones de la Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Turística las siguientes:

- a) Proponer, desarrollar y analizar estudios e investigaciones que orienten la formulación de estrategias para la promoción del turismo a nivel nacional e internacional.
- b) Analizar y monitorear los mercados en los que PROMPERU tiene focalizado sus esfuerzos de promoción del turismo a nivel nacional e internacional, proveyendo información que permita evaluar las estrategias de promoción en ejecución o desarrollar nuevas estrategias para la promoción del turismo interno o receptivo.
- c) Estudiar y analizar nuevos mercados, tendencias, segmentos y nichos turísticos identificando oportunidades para el turismo interno y turismo receptivo y proponer a las subdirecciones de promoción del turismo interno y receptivo estrategias para la promoción de los productos y segmentos identificados.
- d) Identificar y analizar las estrategias desplegadas por la oferta competitiva, en coordinación con las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior, cuando corresponda.
- e) Consolidar, sistematizar y custodiar las investigaciones, estudios y análisis realizados, administrando su uso y difusión por entidades públicas y privadas, dentro del marco legal vigente.
- f) Elaborar, en coordinación con la Sub Dirección de Promoción del Turismo Receptivo, la propuesta técnica para la elaboración del Plan Anual de Promoción y Desarrollo Turístico Nacional, en los aspectos vinculados a su competencia, a ser presentado al Comité Especial creado por Ley N° 27889 - Ley que crea el Fondo y el

Impuesto Extraordinario para la Promoción y Desarrollo Turístico Nacional.

g) Realizar acciones de inteligencia y prospección de mercados y segmentos en el exterior, en coordinación con las Oficina Comerciales del Perú en el Exterior, cuando corresponda.

h) Otras que le sean asignadas por la Dirección de Promoción del Turismo."

"Artículo 59° B.- Funciones

Son funciones de la Dirección de Promoción de Imagen País las siguientes:

(...)

p) Coordinar con la Dirección de Mercadeo, Comunicaciones y Eventos el desarrollo, implementación, ejecución, supervisión y evaluación de los componentes de comunicación, publicidad y prensa o producción de material promocional y eventos necesarios para ejecutar las actividades previstas en el plan operativo de promoción de la imagen país.

q) Coordinar con la Dirección de Coordinación de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior el apoyo de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior - OCEX en las acciones de difusión, promoción y protección de la Marca País, en los mercados donde éstas operan."

Artículo 2°.- Incorporación de los Capítulos IV y V al Título VII, del ROF de PROMPERÚ.

Incorpórase el Capítulo IV, artículos 59° - C al 59° -I, y el Capítulo V, artículos 59° - J al 59°- K, al Título VII, del ROF de PROMPERÚ, de acuerdo a los siguientes términos:

"TÍTULO VII

(...)

CAPÍTULO IV

DE LA DIRECCIÓN DE MERCADEO, COMUNICACIONES Y EVENTOS

Artículo 59° C.- Competencia

La Dirección de Mercadeo, Comunicaciones y Eventos es el órgano de línea responsable de planificar, organizar, dirigir, coordinar, supervisar y evaluar las estrategias y acciones de comunicaciones, publicidad y prensa, así como de dirigir y supervisar la producción de eventos y material promocional, para implementar las actividades previstas en los planes operativos de promoción de las exportaciones, el turismo y la imagen país; sus acciones están sujetas a la conformidad de los órganos, unidades orgánicas de línea y órganos desconcentrados, responsables de los citados planes operativos de promoción. La Dirección de Mercadeo, Comunicaciones y Eventos depende del Consejo Directivo y su Director es designado por el Presidente del Consejo Directivo.

Artículo 59° D.- Funciones

La Dirección de Mercadeo, Comunicaciones y Eventos tiene las siguientes funciones:

a) Dirigir, supervisar y evaluar el desarrollo y la ejecución de las acciones de publicidad y prensa a nivel nacional e internacional, que coadyuven al logro de los objetivos institucionales, en coordinación con los órganos de línea y órganos desconcentrados según corresponda.

b) Gestionar, como nexo responsable, con las agencias publicitarias, centrales de medios y demás prestadores de servicios el desarrollo y ejecución de las campañas, sobre la base de los planes publicitarios aprobados para la promoción del turismo, las exportaciones y la imagen país, elaborados en coordinación con los órganos de línea y órganos desconcentrados según corresponda.

c) Dirigir, supervisar y evaluar la organización, participación y/o ejecución de las actividades de producción de eventos y material promocional requeridos por los órganos y unidades orgánicas de línea, y órganos desconcentrados según corresponda.

d) Dirigir, supervisar y evaluar el desarrollo y distribución de publicaciones, material fotográfico, audiovisual y

promocional, así como la administración y preservación de sus respectivos acervos físicos y digitales.

e) Aprobar y coordinar la emisión, distribución y difusión de notas de prensa, artículos informativos y demás mensajes en materia de exportaciones, turismo y la imagen país, con los demás órganos de línea y órganos desconcentrados según corresponda.

f) Supervisar y coordinar con las Direcciones de Promoción la gestión del otorgamiento de apoyos a terceros, y la captación de auspicios para la ejecución de las actividades requeridas por dichos órganos.

g) Otras funciones que le sean asignadas por el Consejo Directivo.

Artículo 59° E.- Estructura de la Dirección de Mercadeo, Comunicaciones y Eventos

La Dirección de Mercadeo, Comunicaciones y Eventos cuenta con las siguientes unidades orgánicas:

- Sub Dirección de Comunicaciones
- Sub Dirección de Producción

Sub Capítulo I

DE LA SUB DIRECCIÓN DE COMUNICACIONES

Artículo 59° F.- Competencia

La Sub Dirección de Comunicaciones es la unidad orgánica responsable de elaborar, proponer, ejecutar, coordinar y evaluar las estrategias de publicidad, actividades de prensa y las comunicaciones en el ámbito nacional e internacional, para las actividades de promoción previstas en los planes de promoción de las exportaciones, el turismo y la imagen país; en coordinación con los órganos y unidades orgánicas de línea, y órganos desconcentrados según corresponda.

Artículo 59° G.- Funciones

Las funciones de la Sub Dirección de Comunicaciones son las siguientes:

a) Elaborar y proponer a la Dirección de Mercadeo, Comunicaciones y Eventos los planes de estratégicos publicitarios para la promoción de las exportaciones, el turismo y la imagen país a nivel nacional e internacional, en coordinación con los órganos y unidades orgánicas de línea y órganos desconcentrados según corresponda.

b) Elaborar y proponer el brief creativo para el desarrollo de campañas publicitarias, a solicitud y en coordinación con los órganos y unidades orgánicas de línea y los órganos desconcentrados según corresponda.

c) Organizar y supervisar la conceptualización y producción de las campañas publicitarias de promoción de las exportaciones, el turismo y la imagen país, en coordinación con los órganos y unidades orgánicas de línea, y órganos desconcentrados según corresponda.

d) Ejecutar y evaluar (pre y post) los planes estratégicos publicitarios para la promoción de las exportaciones, el turismo y la imagen país a nivel nacional e internacional, en coordinación con los órganos y unidades orgánicas de línea y órganos desconcentrados según corresponda.

e) Monitorear el cumplimiento de los planes estratégicos publicitarios y la prestación de los servicios de las agencias publicitarias contratados para la ejecución de las campañas publicitarias organizadas por PROMPERÚ, requeridas por los órganos y unidades orgánicas de línea, y órganos desconcentrados según corresponda.

f) Proponer e implementar estrategias para desarrollar, fortalecer y potenciar los medios digitales de comunicación a través de los portales, páginas web y redes sociales, que coadyuven a los objetivos de promoción previstos en los planes de promoción aprobados.

g) Elaborar, revisar y proponer notas de prensa, artículos informativos y demás mensajes, referentes a las actividades de promoción que realiza la entidad, para su difusión a través de los medios de comunicación, en coordinación con los órganos y unidades orgánicas de línea, y órganos desconcentrados según corresponda.

h) Organizar viajes de prensa y evaluar sus resultados e impacto, a solicitud de las Direcciones de Promoción y sus respectivas unidades orgánicas.

i) Diseñar, proponer y desarrollar políticas, estrategias, programas y campañas de comunicación interna y externa

que realcen y difundan las actividades de promoción de la entidad, en coordinación con los órganos y unidades orgánicas de línea, y los órganos desconcentrados según corresponda.

j) Proponer acciones para el aprovechamiento o mitigación del impacto generado por la opinión pública o información y noticias difundidas en materia de exportaciones, turismo y la imagen país, en coordinación con los órganos y unidades orgánicas de línea, y los órganos desconcentrados según corresponda.

k) Otras funciones que le sean asignadas por la Dirección de Mercadeo, Comunicaciones y Eventos.

Sub Capítulo II

DE LA SUB DIRECCIÓN DE PRODUCCIÓN

Artículo 59° H.- Competencia

La Sub Dirección de Producción es la unidad orgánica responsable de elaborar, proponer, programar, organizar, ejecutar, coordinar y supervisar la producción de publicaciones, material fotográfico, audiovisual y promocional, obtención de auspicios; así como la organización y soporte para la realización de las actividades de promoción previstas en los planes de promoción de las exportaciones, turismo y la imagen país, en coordinación con los órganos y unidades orgánicas de línea, y órganos desconcentrados según corresponda.

Artículo 59° I.- Funciones

Las funciones de la Sub Dirección de Producción son las siguientes:

a) Coordinar y realizar las labores administrativas y logísticas para la organización y/o ejecución de las actividades de promoción de las exportaciones, del turismo y de imagen país a nivel nacional e internacional, así como la participación en las mismas, en el marco de los requerimientos de los órganos y unidades orgánicas de línea, y órganos desconcentrados según corresponda.

b) Proponer y desarrollar los contenidos, las pautas creativas y el diseño de publicaciones, productos fotográficos y guiones del material audiovisual, en coordinación con los órganos y unidades orgánicas de línea, y órganos desconcentrados según corresponda, bajo los lineamientos de la marca país, en los diversos soportes materiales.

c) Dirigir, coordinar, supervisar y monitorear la prestación de los servicios logísticos contratados para la ejecución de eventos organizados por PROMPERÚ y para aquellos en los que participe a nivel nacional e internacional, requerida por los órganos y unidades orgánicas de línea, y órganos desconcentrados según corresponda.

d) Apoyar en la definición de las características técnicas de los bienes y servicios necesarios para el desarrollo de los eventos a realizarse, en coordinación con la Unidad de Asuntos Administrativos, a requerimiento de los órganos y unidades orgánicas de línea, y órganos desconcentrados cuando corresponda.

e) Desarrollar las publicaciones especializadas, producciones fotográficas, audiovisuales, gráfica ambiental, producciones multimedia y demás material promocional para las actividades de promoción, requeridas por los órganos y unidades orgánicas de línea, y órganos desconcentrados según corresponda.

f) Coordinar con los órganos y unidades orgánicas de línea, y órganos desconcentrados según corresponda, la distribución de las publicaciones especializadas, material audiovisual, fotográfico y material promocional en diversos soportes a nivel nacional e internacional.

g) Consolidar, administrar y preservar el acervo físico y digital de las publicaciones especializadas, producciones fotográficas, audiovisuales y demás material promocional de la entidad.

h) Supervisar y coordinar con las Direcciones de Promoción y sus respectivas unidades orgánicas la captación de auspicios para la ejecución de las actividades requeridas por dichos órganos, dentro de la normativa vigente.

i) Otras funciones que le sean asignadas por la Dirección de Mercadeo, Comunicaciones y Eventos.

CAPÍTULO V

DE LA DIRECCIÓN DE COORDINACIÓN DE LAS OFICINAS COMERCIALES DEL PERÚ EN EL EXTERIOR

Artículo 59° J.- Competencia

La Dirección de Coordinación de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior es el órgano de línea encargado de dirigir, coordinar, evaluar y supervisar a las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior – OCEX, asegurando que las actividades que ejecutan las OCEX estén articuladas con los planes operativos elaborados por las Direcciones de Promoción y cumplan con las políticas, estrategias y demás planes nacionales, sectoriales e institucionales aprobados.

La Dirección de Coordinación de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior depende del Consejo Directivo y su Director es designado por el Presidente del Consejo Directivo.

Artículo 59° K.- Funciones

Las funciones de la Dirección de Coordinación de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior son las siguientes:

a) Formular, proponer, modificar, supervisar y evaluar los planes estratégicos y operativos de promoción a ejecutarse a través de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior, en coordinación con las Direcciones de Promoción, las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior y la Oficina de Planeamiento y Presupuesto.

b) Dirigir, supervisar y evaluar la ejecución de las actividades de promoción a cargo de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior – OCEX, y evaluar el desempeño de los Consejeros y Agregados Económicos Comerciales.

c) Coordinar con las Direcciones de Promoción y demás Oficinas de PROMPERÚ la ejecución de las actividades a cargo de las OCEX previstas en los planes de promoción en materia de turismo, exportaciones e imagen país.

d) Coordinar con la Dirección de Promoción de Imagen País, el apoyo de las OCEX en las acciones de difusión, promoción y protección de la Marca País, en los mercados donde éstas operan.

e) Promover a través de las OCEX, el desarrollo y gestión de la red de contactos –compradores, operadores turísticos, inversionistas y aliados– en los mercados dentro del ámbito de su circunscripción.

f) Coordinar con las Direcciones de Promoción la difusión en los sectores productivos nacionales, entidades públicas y privadas, que corresponda, de la información que generen las OCEX sobre los mercados internacionales donde operan y las oportunidades de negocios para las exportaciones peruanas, las inversiones y el turismo, que hayan sido identificadas.

g) Canalizar hacia las OCEX las solicitudes de información de los sectores productivos nacionales, entidades públicas o privadas, sobre los mercados internacionales donde operan las OCEX y las oportunidades de negocios para las exportaciones, el turismo y la inversión privada.

h) Formular y proponer actividades de promoción de la inversión privada en el exterior para su incorporación en los planes estratégicos y operativos de promoción que ejecutarán las OCEX, en coordinación con la Dirección de Promoción de las Inversiones de la Agencia de Promoción de la Inversión Privada – PROINVERSIÓN.

i) Canalizar hacia las OCEX, para su difusión, la información que la Agencia de Promoción de la Inversión Privada – PROINVERSIÓN, remita en relación a las oportunidades de inversión contempladas en la cartera de proyectos de dicha Agencia.

j) Coordinar con el Ministerio de Relaciones Exteriores las acciones diplomáticas y protocolares que resulten necesarias para el funcionamiento de las OCEX en relación con los Jefes de las Misiones del Perú y otras instancias oficiales en el exterior.

k) Proponer al MINCETUR la creación de nuevas OCEX, así como la desactivación de las existentes, en coordinación con la Dirección de Promoción del Turismo

y la Dirección de Promoción de las Exportaciones, previa aprobación del Consejo Directivo de PROMPERÚ.

l) Proponer a la Alta Dirección las normas y procedimientos que regulen los procesos de concursos públicos de méritos para la selección y designación de los Consejeros y Agregados Económicos Comerciales de las OCEX, y solicitarle disponga lo pertinente para la ejecución de los mismos.

m) Diseñar y proponer a la Secretaría General, el proyecto de presupuesto y sus modificaciones, en la materia de su competencia, elaborado en coordinación con la Oficina de Planeamiento y Presupuesto y sustentarlo ante el Consejo Directivo.

n) Coordinar con la Oficina de Planeamiento y Presupuesto, las propuestas de Reglamento de Organización y Funciones (ROF), Cuadro para Asignación de Personal (CAP), Manual de Organización y Funciones (MOF), Texto Único de Procedimientos Administrativos (TUPA), los demás instrumentos de gestión, y sus modificaciones, en lo que corresponde a sus competencias.

o) Coordinar con la Dirección de Mercadeo, Comunicaciones y Eventos, de PROMPERÚ, el desarrollo, implementación, ejecución, supervisión y evaluación de los componentes de comunicación, publicidad y prensa o producción de material promocional y eventos necesarios, para ejecutar las actividades de competencia de las OCEX previstas en el plan operativo de promoción de las exportaciones, turismo e imagen país.

p) Coordinar con los Viceministros de Comercio Exterior y de Turismo en los temas de su competencia.

q) Participar en las reuniones del Consejo Directivo con voz y sin voto en los asuntos de su competencia funcional.

r) Representar a la Alta Dirección en los ámbitos y temas de su competencia.

s) Otras funciones que le sean asignadas por el Consejo Directivo."

Artículo 3º.- Incorporación del Título VII - A, al ROF de PROMPERÚ.

Incorpórese el Título VII-A, que comprende el Capítulo I, artículos 59º L al 59º N, al Reglamento de Organización y Funciones de PROMPERÚ, de acuerdo a los siguientes términos:

"TÍTULO VII-A

DE LOS ÓRGANOS DESCONCENTRADOS

CAPÍTULO I

DE LAS OFICINAS COMERCIALES DEL PERÚ EN EL EXTERIOR - OCEX

Artículo 59º L.- Competencia

Las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior son órganos desconcentrados de la entidad que dependen de la Dirección de Coordinación de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior, responsables de la ejecución las actividades que les corresponda, previstas en los planes de promoción de las exportaciones, turismo e inversión privada en el exterior, en el ámbito de su circunscripción y de las políticas emitidas por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo sobre la materia.

Las OCEX estarán a cargo de un Consejero Económico Comercial designado mediante Resolución Ministerial del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo; una vez designados, los Consejeros y Agregados Económicos Comerciales son acreditados en cada sede por el Ministerio de Relaciones Exteriores, sujetándose a la Convención de Viena sobre Relaciones Diplomáticas y demás normas internacionales aplicables. En el exterior, los Consejeros y Agregados Económicos Comerciales acreditados dependen jerárquicamente del Jefe de Misión, en los aspectos diplomáticos y de representación.

El Consejero o Agregado Económico Comercial podrá tener como ámbito de acción, además del país en el cual fue acreditado, otros países, dependiendo de la cercanía y la importancia que tenga el mercado en el marco de la estrategia institucional.

Artículo 59º M.- Funciones

Son funciones de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior – OCEX las siguientes:

a) Participar en la formulación y modificación de los planes estratégicos y operativos de promoción de las exportaciones, el turismo y la inversión privada en coordinación con las Direcciones de Promoción, la Dirección de Coordinación de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior y la Oficina de Planeamiento y Presupuesto, proponiendo las actividades que estarán a cargo de la OCEX en los mercados bajo el ámbito de su jurisdicción.

b) Ejecutar y evaluar las actividades de promoción de la oferta exportable y el turismo, a cargo de la OCEX establecidas en el plan operativo de promoción, informando los resultados obtenidos a la Dirección de Coordinación de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior.

c) Identificar, difundir y dar seguimiento a las oportunidades comerciales en materia de turismo, exportación e inversión privada, en coordinación con las Direcciones de Promoción, la Agencia de Promoción de la Inversión Privada – PROINVERSIÓN y la Dirección de Coordinación de las OCEX.

d) Facilitar, gestionar y concretar agendas de negocio en el mercado de destino para empresarios e instituciones peruanas públicas o privadas, en coordinación con la Dirección de Coordinación de las OCEX y de las Direcciones de Promoción de las Exportaciones y de Promoción del Turismo, de acuerdo con las prioridades contempladas en los planes aprobados.

e) Realizar acciones de inteligencia comercial y de prospección de mercados y segmentos, en coordinación con la Dirección de Coordinación de las OCEX, con la Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial y la Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Turística.

f) Desarrollar y gestionar la red de contactos – compradores, operadores turísticos, inversionistas y aliados– en los mercados asignados dentro del ámbito de su circunscripción.

g) Absolver las consultas de empresas y gremios empresariales del sector privado nacional e internacional en materia de exportaciones, turismo e inversión privada en los mercados asignados dentro del ámbito de su circunscripción.

h) Coordinar, asesorar técnicamente y mantener informado al Jefe de la Misión del Perú en el país sede donde se encuentren ubicadas, de las actividades de promoción de las exportaciones, turismo e inversión privada a ser desarrolladas en los mercados asignados dentro del ámbito de su circunscripción.

i) Brindar las facilidades necesarias a los representantes del Ministerio de Relaciones Exteriores dentro del ámbito de su circunscripción, para el cumplimiento de sus funciones, en aquellos lugares donde éste no cuente con Órganos del Servicio Exterior.

j) Ejecutar las actividades de promoción en materia de inversión privada en el exterior establecidas en el plan operativo de promoción, así como difundir las oportunidades de inversión contempladas en la cartera de proyectos de PROINVERSIÓN remitida por la Dirección de Coordinación de las OCEX.

k) Ejecutar y evaluar acciones de difusión, promoción y protección de la Marca País en los mercados donde operan, en coordinación con la Dirección de Promoción de Imagen País y la Dirección de Coordinación de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior.

l) Coordinar con las unidades orgánicas de la Dirección de Mercadeo, Comunicaciones y Eventos el desarrollo, implementación, ejecución, supervisión y evaluación de los componentes de comunicación, publicidad y prensa o producción de material promocional y eventos necesarios para ejecutar las actividades de competencia de las OCEX previstas en el plan operativo de promoción de las exportaciones, turismo e imagen país.

m) Brindar oportunamente la información que requiera el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo a través de la Dirección de Coordinación de las OCEX.

n) Otras funciones que le sean asignadas por la Dirección de Coordinación de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior.

Artículo 59º N.- Conformación de los órganos desconcentrados

Los órganos desconcentrados están conformados por las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior – OCEX cuya creación se apruebe."

Artículo 4°.- Modificación del artículo 60° del ROF de PROMPERÚ.

Modifícase el artículo 60° del ROF de PROMPERÚ, de acuerdo a los siguientes términos:

“Artículo 60°.- Régimen laboral

El personal de la entidad está sujeto al régimen legal de la actividad privada regulado por el Decreto Legislativo N° 728, su Reglamento y normas conexas, conforme al Decreto Legislativo N° 805, en tanto se implemente el nuevo régimen del Servicio Civil.

El personal transferido de otras entidades, mantendrá el régimen laboral originario.”

Artículo 5°.- Financiamiento.

La implementación del presente Decreto Supremo se efectuará con cargo al presupuesto asignado a PROMPERÚ y no irrogará gasto adicional al tesoro público.

Artículo 6°.- Publicación.

El presente Decreto Supremo será publicado en el Diario Oficial El Peruano, en el Portal del Estado Peruano (www.peru.gob.pe) y en el Portal Institucional de PROMPERÚ (www.promperu.gob.pe).

Artículo 7°.- Refrendo.

El presente Decreto Supremo será refrendado por el Ministro de Comercio Exterior y Turismo.

**DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS
FINALES****Primera.- Referencia a las Direcciones de Promoción**

En los artículos del Reglamento de Organización y Funciones de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERÚ, aprobado por Decreto Supremo N° 009-2007-MINCETUR y modificado por Decreto Supremo N° 014-2010-MINCETUR: donde se haga referencia conjuntamente a las Direcciones de Promoción de las Exportaciones, Promoción del Turismo y Promoción de Imagen País, se procederá a incorporar en dichas citas a la Dirección de Coordinación de las Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior y a la Dirección de Mercadeo, Comunicaciones y Eventos; y, donde se haga referencia a la Subdirección de Mercadeo Turístico, se entenderá como hecha a la Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Turística.

Segunda.- Organigrama

El organigrama estructural de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERÚ forma parte del presente Decreto Supremo.

**DISPOSICIÓN COMPLEMENTARIA
TRANSITORIA****Única.- Adecuación de los Instrumentos de Gestión**

PROMPERÚ, dentro de un plazo no mayor a ciento veinte (120) días, adecuará sus instrumentos de gestión a lo establecido por el presente Decreto Supremo.

**DISPOSICIÓN COMPLEMENTARIA
DEROGATORIA**

Única.- Deróguense los numerales 4.2, 4.2.1, 4.2.2, 4.2.3, del rubro IV, del artículo 7°, los artículos 33°, 34°, 35°, 36°, 37°, 38°, 39°, 40°, 41°, el literal f) del artículo 50° y la Tercera Disposición Transitoria y Final, del Reglamento de Organización y Funciones de PROMPERÚ, aprobado por Decreto Supremo N° 009-2007-MINCETUR y modificado por Decreto Supremo N° 014-2010-MINCETUR.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los tres días del mes de julio del año dos mil trece.

OLLANTA HUMALA TASSO
Presidente Constitucional de la República

JOSÉ LUIS SILVA MARTINOT
Ministro de Comercio Exterior y Turismo

957717-2