



PERÚ

Ministerio  
de Educación

Centro Vacacional  
Huampaní

Gerencia General

## RESOLUCIÓN DE GERENCIA GENERAL N° 286-2013-CVH-GG

Huampaní, 31 de diciembre de 2013

### VISTO:

El Acuerdo N° 5 de la Sesión de Directorio N° 016-2013-CVH, de fecha 31 de agosto de 2013, que dispone la aprobación del Plan Estratégico Institucional (PEI) 2013-2016 del Centro Vacacional Huampaní;

### CONSIDERADO:

Que, el Decreto Ley N° 25762 – Ley Orgánica del Ministerio de Educación, de fecha 12 de octubre de 1992, establece en la segunda disposición complementaria que el Sector Educación comprende también a la empresa Centro Vacacional Huampaní, que es una persona jurídica de derecho público interno;

Que, mediante Decreto Supremo N° 036-95-ED, de fecha 24 de abril de 1995, se aprueba el Estatuto del Centro Vacacional Huampaní, donde el artículo 5° señala que tiene por finalidad prestar servicios hoteleros, esparcimiento, recreación y deporte, así como apoyar la ejecución de convenciones, eventos culturales y otros servicios, con capacidad para el desarrollo de actividades y eventos deportivos ejerciendo su competencia en el ámbito nacional a entidades públicas y privadas, universidades, colegios y público en general;

Que, mediante Decreto Supremo N° 054-2011-PCM, de fecha 22 de junio de 2011, se aprueba el Plan Estratégico de Desarrollo Nacional, denominado Plan Bicentenario: El Perú hacia el 2021;

Que, mediante Resolución Ministerial N° 0518-2012-ED, de fecha 19 de diciembre de 2012, se aprueba el Plan Estratégico Sectorial Multianual de Educación (PESEM) 2012-2016;

Que, mediante Decreto Supremo N° 304-2012-EF, publicado el 30 de diciembre de 2012, se aprueba el Texto Único Ordenado de la Ley General del Sistema Nacional de Presupuesto, que rige a partir del 02 de enero de 2013;

Que, el numeral 71.1 del artículo 71 del Decreto Supremo N° 304-2012-EF, establece que las entidades para la elaboración de sus Planes Operativos Institucionales y Presupuestos Institucionales deben tomar en cuenta su Plan Estratégico Institucional (PEI) que debe ser concordante con el Plan Estratégico de Desarrollo Nacional y los Planes Estratégicos Sectoriales Multianuales (PESEM), según sea el caso;

Que, mediante Resolución Ministerial N° 125-2013-PCM, de fecha 16 de mayo de 2013, se aprueba el Plan de Implementación de la Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública 2013-2016;

Que, mediante Resolución Suprema N° 007-2012-ED, de fecha 09 de marzo de 2012 del Ministerio de Educación, se designan a los miembros del Directorio del Centro Vacacional Huampaní, integrado por los siguientes profesionales: Máximo Rodolfo Gallo Quintana en calidad de Presidente, José Luis Liendo Sotomayor, Luzgarda Quillama Torres, Ana Patricia Andrade Pacora, Carmen Patricia Correa Arangoitia, y Felipe Augusto Injoque Espinoza;

Que, mediante Resolución de Presidencia del Directorio N° 005-2013-CVH-PD, de fecha 24 de diciembre de 2013, se encarga el Sr. Ricardo Jesús Paucarcaja Aguado como Gerente General del Centro Vacacional Huampaní;

...///



PERÚ

Ministerio  
de Educación

Centro Vacacional  
Huampaní

Gerencia General

///... REF.: RESOLUCIÓN DE GERENCIA GENERAL N° 286-2013-CVH-GG

Que, la empresa Gobiz S.A. ha presentado el documento denominado "Proceso de Alineamiento Estratégico del Centro Vacacional Huampaní", cumpliendo a cabalidad con los términos de referencia del servicio, por lo que la Presidencia del Directorio ha otorgado la conformidad correspondiente;

Que la Gerencia General conjuntamente con la Oficina de Planificación y Presupuesto, presentan el proyecto de Plan Estratégico Institucional (PEI) 2013-2016 del Centro Vacacional Huampaní, en base al documento denominado "Proceso de Alineamiento Estratégico";

Que, en el Acuerdo N° 5 de la Sesión de Directorio N° 016-2013-CVH, de fecha 31 de agosto de 2013, se acuerda la aprobación del Plan Estratégico Institucional (PEI) 2013-2016 del Centro Vacacional Huampaní;

Estando a lo acordado en la Sesión de Directorio N° 016-2013-CVH y a las atribuciones que el Estatuto, confiere al Gerente General del Centro Vacacional Huampaní;

**SE RESUELVE:**

**PRIMERO.- APROBAR,** el Plan Estratégico Institucional (PEI) 2013-2016 del Centro Vacacional Huampaní" en vía de regularización, el mismo que en dieciocho (18) folios y el Anexo denominado Proceso de Alineamiento Estratégico, forman parte de la presente resolución.

**SEGUNDO.- DISPONER,** el cumplimiento de la presente Resolución por parte de todas las unidades orgánicas del Centro Vacacional Huampaní.

**TERCERO.- ENCARGAR,** la publicación de la presente Resolución y su Anexo en el Portal de Transparencia Institucional del Centro Vacacional Huampaní.

Regístrese, comuníquese y archívese.



CENTRO VACACIONAL HUAMPANÍ

Ricardo Jesús Paucarcaja Aguado  
Gerente General



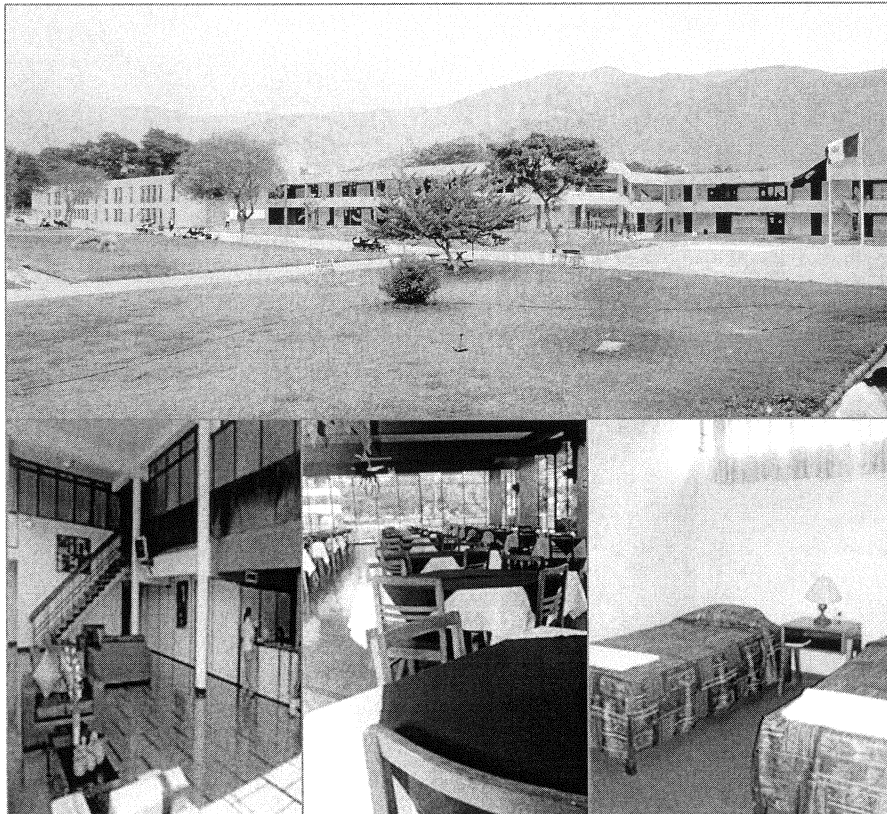
PERU

Ministerio  
de Educación

Centro Vacacional  
Huampaní

CENTRO DE CONVENCIONES  
**HUAMPANÍ**

**GERENCIA GENERAL**



**OFICINA DE PLANIFICACIÓN Y PRESUPUESTO**

**PLAN ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL (PEI)  
2013 – 2016**

Aprobado en Sesión de Directorio N° 016-2013

Chosica, Lima Perú

Setiembre 2013

## CONTENIDO

	Pág.
I. INTRODUCCIÓN	3
II. BASE LEGAL	3
III. CONTEXTO DEL CENTRO VACACIONAL HUAMPANÍ	4
IV. MARCO INSTITUCIONAL	6
V. MARCO ESTRATÉGICO	10
VI. IMPLEMENTACIÓN Y GESTIÓN DEL PEI	16
<b>ANEXO: Proceso de Alineamiento Estratégico 2013-2016</b>	



## I. INTRODUCCIÓN

El presente PEI es una guía para la gestión de la entidad, que permite el alineamiento de su organización y recursos a los objetivos, las políticas y las estrategias plasmadas en el PESEM Sector Educación.

Por su parte, el Plan Operativo Institucional (POI) Anual del CVH es el instrumento que permite la implementación del PEI, articulando así el planeamiento con el presupuesto institucional. Por ello, a partir de la aprobación del presente PEI, este debe ser el marco para la formulación del POI.

A través de los objetivos y metas definidos para el presente PEI se realiza el seguimiento y evaluación del desempeño de la empresa, a fin de actualizarlo periódicamente, en el marco de un proceso dinámico de planeamiento.

Finalmente, cabe indicar que el presente PEI, se enmarca dentro de lo dispuesto por las Políticas Nacionales vigentes por lo cual en la medida que dichas Políticas se actualicen o modifiquen, el PEI también será ajustado en lo que corresponda.

## II. BASE LEGAL

- 2.1 Decreto Legislativo N° 756, del 13.11.91, que define la naturaleza jurídica del Centro Vacacional Huampaní, precisando que es una persona jurídica de derecho público interno del Sector Educación, autofinanciada, sin afectar recursos del Tesoro Público, que tiene por finalidad prestar servicios hoteleros, esparcimiento, recreación y deporte, así como apoyar la ejecución de convenciones, eventos culturales y otros servicios afines con capacidad para el desarrollo de actividades y eventos deportivos.
- 2.2 Decreto Ley N° 25762, Ley Orgánica del Ministerio de Educación, del 01.10.92, que establece que el Sector Educación comprende también a la empresa Centro Vacacional Huampaní, que es una persona jurídica de derecho público interno.
- 2.3 Decreto Supremo N° 36-95-ED del 24.04.95, que aprueba el Estatuto del Centro Vacacional Huampaní.
- 2.4 Decreto Supremo N° 304-2012-EF, publicado el 30 de diciembre de 2012, que aprueba el Texto Único Ordenado de la Ley N° 28411, Ley General del Sistema Nacional de Presupuesto;
- 2.5 Decreto Supremo N° 054-2011-PCM, que aprueba el Plan Estratégico de Desarrollo Nacional denominado Plan Bicentenario: El Perú hacia el 2021.
- 2.6 Resolución Suprema N° 007-2012-ED, que designa a los miembros del Directorio del Centro Vacacional Huampaní.
- 2.7 Resolución Ministerial N° 0518-2012-ED, que aprueba el Plan Estratégico Sectorial Multianual de Educación (PESEM) 2012-2016.
- 2.8 Resolución Ministerial N° 125-2013-PCM, que aprueba el Plan de Implementación de la Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública 2013-2016.



### III. CONTEXTO DEL CENTRO VACACIONAL HUAMPANÍ

El contexto del Centro Vacacional Huampaní se circunscribe en los lineamientos establecidos en el Plan Estratégico Sectorial Multianual de Educación (PESEM) 2012-2016, en los ejes transversales de política de Modernización de la Gestión del Estado y en los lineamientos del Plan Estratégico Nacional de Turismo.

#### 3.1 Plan Estratégico Sectorial Multianual de Educación (PESEM) 2012 – 2016

Mediante **Resolución Ministerial N° 0518-2012-ED**, de fecha 12 de diciembre de 2012, se aprueba el Plan Estratégico Sectorial Multianual de Educación (PESEM) 2012-2016, como un instrumento de gestión orientador de los objetivos del conjunto de los actores que conforman el **Sector Educación**.

El Sector Educación ha priorizado diez políticas educativas asociadas a objetivos estratégicos que, a su vez, están asociados a metas que han sido proyectadas hasta el 2016.

**Prioridades del PESEM del Sector Educación 2012-2016**

Ámbito Estratégico	Propuesta Sectorial	Prioridad
1. Educación Básica	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollar capacidades y valores en las personas para su pleno desarrollo humano.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aprendizajes de calidad para todos.</li> <li>Atención a la Primera Infancia.</li> <li>Educación rural de calidad.</li> <li>Atención culturalmente pertinente.</li> <li>Desarrollo profesional docente.</li> <li>Gestión descentralizada de la educación.</li> </ul>
2. Educación para el trabajo, la ciencia y la tecnología	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollar en la población competencias laborales, profesionales, científicas y tecnológicas que permitan mejorar sus oportunidades.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Educación superior inclusiva y de calidad.</li> <li>Desarrollo de competencias laborales y profesionales en jóvenes.</li> </ul>
3. Recreación y deporte	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promover la actividad física, la recreación y el deporte, orientados a mejorar la calidad de vida de la población.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promoción de la actividad física.</li> <li>Promoción del deporte de alta competencia.</li> </ul>

Fuente: PESEM\_MINEDU 2012-2016  
 Elaboración: CVH\_OPP



### 3.2 Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública

Mediante **Resolución Ministerial N° 125-2013-PCM**, de fecha 10 de mayo de 2013, se aprueba el Plan de Implementación de la Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública 2013-2016, que desarrolla acciones, indicadores y metas para que las entidades públicas, los sistemas administrativos y los sistemas funcionales, logren los resultados que los ciudadanos demandan en plazos determinados.

#### Lineamientos para la modernización de gestión pública en las entidades

Pilares Centrales / Ejes Transversales	Lineamientos
<b>1. Planeamiento Institucional y Operativo</b> <span style="float: right;"><b>Estratégico</b></span>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Establecer objetivos institucionales claros, medibles, alcanzables y acordes con las Políticas Nacionales y Sectoriales.</li> </ul>
<b>2. Presupuesto por Resultados</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Disponer, asignar y ejecutar los recursos presupuestales para financiar los resultados que los ciudadanos esperan y valoran.</li> </ul>
<b>3. Gestión por procesos, simplificación administrativa y organización institucional</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Redefinir a nivel nacional, regional y local, las competencias y funciones de las entidades en concordancia con el proceso de descentralización.</li> <li>▪ Adecuar la organización institucional en función de los procesos de la cadena de valor y a la normativa de los sistemas administrativos del Estado.</li> </ul>
<b>4. Servicio civil meritocrático</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ El sistema de recursos humanos asegura la profesionalización de la función pública a fin de contar con funcionarios y servidores idóneos para el puesto y las funciones que desempeñan.</li> </ul>
<b>5. Sistema de información, seguimiento, evaluación y gestión del conocimiento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Monitorear y evaluar la eficiencia y eficacia en la transformación de los insumos, en los productos y resultados que los ciudadanos demandan.</li> <li>▪ Desarrollar un Sistema de Gestión del Conocimiento integrado al Sistema de Seguimiento, Monitoreo y Evaluación que permita obtener las lecciones aprendidas de los éxitos y fracasos y establezca las mejores prácticas para un nuevo ciclo de gestión.</li> </ul>
<b>6. Gobierno abierto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Asegurar la transparencia, la integridad y la ética pública, la participación y la colaboración ciudadanas en el debate de las políticas públicas y en la expresión de opinión sobre la calidad de los servicios públicos y el desempeño de las entidades.</li> </ul>
<b>7. Gobierno electrónico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Promover el gobierno electrónico a través del uso intensivo de las tecnologías de información y comunicación (TIC) como soporte a los procesos de planificación, producción y gestión de las entidades públicas, permitiendo a su vez consolidar propuestas de gobierno abierto.</li> </ul>
<b>8. Articulación interinstitucional</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Promover, apoyar y participar en espacios de coordinación interinstitucional con entidades del mismo nivel como de otros niveles de gobierno, para multiplicar la capacidad de servicio del Estado en beneficio de los ciudadanos mediante la articulación de políticas, recursos y capacidades institucionales.</li> </ul>

Fuente: R.M. N° 125-2013-PCM  
Elaboración: CVH\_OPP

### 3.3 Plan Estratégico Sectorial Multianual del Sector Turismo (PESEM) 2012-2016

Mediante **Resolución Ministerial N° 199-2012-MINCETUR/DM**, de fecha 02 de julio de 2012, se aprueba el Plan Estratégico Sectorial Multianual (PESEM) del Sector Turismo para el periodo 2012-2016, que contiene el **Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR) 2008-2018**.

El turismo genera un movimiento económico que directa e indirectamente impacta en diversas actividades económicas del país; es un especial mecanismo de generación de empleo en forma descentralizada y un medio para mejorar la redistribución de la riqueza generada en el país. En este sentido, el Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR) 2008-2018 busca encaminar a nuestro país hacia una mejor competitividad económica, un mayor equilibrio y un desarrollo sostenible.

Para aprovechar las oportunidades que ofrece el turismo se han planteado los siguientes Objetivos Estratégicos:

- a) Desarrollo de una Oferta turística competitiva y sostenible.
- b) Desarrollar una cultura turística que garantice la seguridad del visitante, una visión y valores compartidos e impulse las buenas prácticas en la prestación de los servicios turísticos.
- c) Fortalecer las instituciones vinculadas con la actividad turística.
- d) Incrementar de manera sostenida la demanda del turismo receptivo a fin de generar mayor ingreso de divisas al país, así como del turismo interno a fin de asegurar una redistribución de los recursos a nivel nacional.



Lineamientos del PENTUR
Objetivos Estratégicos
Desarrollar una oferta turística competitiva y sostenible.
Promover la cultura turística y la seguridad para el visitante.
Fortalecer las capacidades de las instituciones vinculadas con la actividad turística.
Promover una demanda sostenida del turismo.

## IV. MARCO INSTITUCIONAL

### 4.1 Decreto Ley N° 25762 – Ley Orgánica del Ministerio de Educación

El 01 de octubre de 1992, se promulga el **Decreto Ley N° 25762** Ley Orgánica del Ministerio de Educación, en cuya Segunda Disposición Complementaria establece que el Sector Educación comprende también a la empresa Centro Vacacional Huampaní, que es una persona jurídica de derecho público interno.



## 4.2 El Estatuto

Mediante **Decreto Supremo N° 036-95-ED** del 24 de abril de 1995, se aprueba el **Estatuto** del Centro Vacacional Huampaní, que consta de 12 Capítulos, 32 Artículos y 4 Disposiciones Complementarias, Transitorias y Finales. En él se establecen la finalidad, los recursos y las funciones de la empresa.

### 4.2.1 Finalidad

El Centro Vacacional Huampaní (CVH) tiene por finalidad prestar servicios hoteleros, esparcimiento, recreación y deporte, así como apoyar la ejecución de convenciones, eventos culturales y otros servicios afines con capacidad para el desarrollo de actividades y eventos deportivos.

### 4.2.2 Recursos

El capital del Centro Vacacional Huampaní (CVH) está constituido por los bienes del activo transferidos según Decreto Supremo N° 018-91-VC. Son recursos del Centro Vacacional Huampaní, los siguientes:

- a) Asignaciones del Tesoro Público consignados en la Ley de Presupuesto Público.
- b) Donaciones, transferencias y legados que reciba el Centro Vacacional Huampaní.
- c) El producto de la administración de sus recursos.
- d) Contribuciones no reembolsables de los gobiernos extranjeros, fundaciones, organismos internacionales y otros.
- e) Créditos de fuente interna y externa.

### 4.2.4 Funciones

El Centro Vacacional Huampaní (CVH) para el cumplimiento de sus objetivos, tiene las atribuciones siguientes:

- a) Ejecutar proyectos de carácter turístico, en forma directa o a través de convenios.
- b) Ejecutar programas de promoción turística en el Perú y el Extranjero.
- c) Alquilar ambientes y áreas ubicadas dentro de las instalaciones del Centro Vacacional Huampaní que permitan cubrir los servicios que el centro ofrece.
- d) Establecer o administrar servicios de transporte turísticos, en forma directa o indirecta.
- e) Gestionar fuentes de financiamiento con entidades públicas y/o privadas.
- f) En general realizar toda clase de actos, como canjes, contratos y otras operaciones que resulten conveniente, para el cumplimiento de sus fines.



#### 4.3 Gestión Presupuestal

De acuerdo a la **Ley N° 29951**, Ley de Presupuesto del Sector Público para el **Año Fiscal 2013**, al Pliego 111 Centro Vacacional Huampaní y a la Unidad Ejecutora 1276, se le ha asignado un Presupuesto Institucional de Apertura (PIA) de **S/. 21'018,623 nuevos soles**, el mismo que fue aprobado mediante Resolución de Gerencia General N° 172-2012-CVH-GG de fecha 17 de diciembre de 2012.

RUBRO				TOTAL
<b>I</b>	<b>INGRESOS PRESUPUESTARIOS</b>			<b>21,018,623</b>
	<b>1.3</b>	<b>Venta de Bienes, Servicios y Derechos Administrativos</b>	<b>19,836,279</b>	
	1.3.1	Venta de Bienes	382,251	
	1.3.3	Venta de Servicios	19,454,028	
	<b>1.5</b>	<b>Otros ingresos diversos</b>	<b>1,182,344</b>	
<b>II</b>	<b>EGRESOS PRESUPUESTARIOS</b>			<b>21,018,623</b>
	<b>2.1</b>	<b>Personal y Obligaciones Sociales</b>	<b>1,752,173</b>	
	<b>2.3</b>	<b>Compra de Bienes y Servicios</b>	<b>17,360,306</b>	
	2.3.1	Compra de Bienes	6,924,998	
	2.3.2	Compra de Servicios	10,435,308	
	<b>2.5</b>	<b>Otros Gastos</b>	<b>844,936</b>	
	2.5.4	Pago de Impuestos, Derechos Administrativos y Multas Gubernamentales	844,936	
	<b>2.6</b>	<b>Adquisición de Activos No Financieros</b>	<b>1,061,208</b>	
	2.6.3	Adquisición de Vehículos, Maquinarias y Otros	1,061,208	

#### 4.4 Potencial Humano

El Centro Vacacional Huampaní cuenta con 216 empleados distribuidos en los siguientes regímenes laborales: 48 con contrato a plazo indeterminado y 168 con contrato administrativo de servicios (CAS):

Distribución de Recursos Humanos			
Dependencia y/o Unidad Orgánica	Contrato a Plazo Indeterminado (D.L. N° 728)	CAS (D.L. N° 1057)	Total
Gerencia General	1	2	3
Órgano de Control Institucional	---	2	2
Oficina de Asesoría Legal	---	2	2
Oficina de Planificación y Presupuesto	---	1	1
Gerencia de Administración y Finanzas	11	19	30
Jefatura de Marketing y Ventas	1	2	3
Jefatura de Alojamiento y Convenciones	9	64	73
Jefatura de Alimentos y Bebidas	13	41	54
Jefatura de Operaciones y Mantenimiento	13	35	48
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>168</b>	<b>216</b>

#### 4.5 Infraestructura

El Centro Vacacional Huampaní tiene una ubicación estratégica de 31 Hectáreas en el Km. 24.5 de la Carretera Central (altura de Chaclacayo), a sólo 45 minutos de Lima, con un clima soleado todo el año, de temperatura promedio de 20° C en invierno, con grandes áreas verdes e infraestructura para atención de convenciones y eventos académicos con capacidad para 2,000 personas, ofreciendo en forma simultánea el servicio de alojamiento, alimentación y restaurant, y con una experiencia consolidada a lo largo de 58 años.

#### Centro de Convenciones

Tipo de Ambiente	Capacidad
Auditorio Principal	250
Toldeado Pachacútec	500 – 700
Sala de Lectura A y B (Biblioteca)	140
Sala Capilla Multipropósito A (Coricancha)	35
Sala TV / Multipropósito B (Wiracocha)	35
Edificio Múltiple de Capacitación 1er Piso (Instituto Aula 7)	30
Edificio Múltiple de Capacitación 2do Piso (Instituto Aula 8)	30
Edificio Múltiple de Capacitación N° 1 (Instituto Aula 1)	30
Edificio Múltiple de Capacitación N° 2 (Instituto Aula 2)	30
Edificio Múltiple de Capacitación N° 3 (Instituto Aula 3)	30
Edificio Múltiple de Capacitación N° 4 (Instituto Aula 4)	30
Edificio Múltiple de Capacitación N° 5 (Instituto Aula 5)	30
Edificio Múltiple de Capacitación N° 6 (Instituto Aula 6)	30
Prefabricado N° 7 (Instituto Aulas 9, 10 y 11)	40
Prefabricado N° 8 (Instituto Aulas 12, 13 y 14)	40
Ambientes de Capacitación (24 aulas y 48 salitas) – CMPP (A, B y C)	800
Ambientes de Laboratorios (CMPP)	400
Oficinas de Apoyo N° 1, 2, 3, 4 y 5	
Restaurante Principal y Terraza	500

#### Capacidad de Alojamiento

Tipo de Alojamiento	Categoría	Capacidad de Alojamiento	Número de Camas
Bungalows de dos Habitaciones		32	128
		2	8
<b>Sub Total</b>		<b>34</b>	<b>136</b>
Bungalows de tres Habitaciones	Ejecutivo	11	66
	Estándar	46	276
<b>Sub Total</b>		<b>57</b>	<b>342</b>
<b>Total Bungalows</b>		<b>91</b>	<b>478</b>
Edificios Habitación Triple	Edificio 1	36	72
	Edificio 2	34	68
	Edificio 3	34	68
	Edificio 4	34	68
	Edificio 5	34	68
	Edificio 6	34	68
Edificios Habitación Doble	Edificio 7	64	128
<b>Total Edificios</b>		<b>270</b>	<b>540</b>
Descanso Múltiple de Capacitación (Albergue)	Edificio Docente	100	100
<b>Total DMC</b>		<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Total General</b>		<b>461</b>	<b>1,118</b>



## VI. MARCO ESTRATÉGICO

### 5.1 Visión

El Centro Vacacional Huampaní tiene la visión de ser la primera opción para las entidades del sector público y una opción atractiva para el sector privado, por su calidad, diversidad y simplicidad en los procesos de contratación.

### 5.2 Misión

El Centro Vacacional Huampaní es el centro de recursos del Sector Educación que tiene la misión de facilitar la realización de actividades académicas, culturales, deportivas y recreativas de entidades públicas y privadas.

### 5.3 Objetivo Central

De acuerdo al Estatuto, el Centro Vacacional Huampaní (CVH) tiene por finalidad prestar servicios hoteleros, esparcimiento, recreación y deporte, así como apoyar la ejecución de convenciones, eventos culturales y otros servicios afines con capacidad para el desarrollo de actividades y eventos deportivos.

El Centro Vacacional Huampaní complementariamente a su objetivo central, promoverá el funcionamiento de una escuela superior hotelera de régimen público y autofinanciado del Sector Educación, haciendo mejor uso de la potencialidad de sus instalaciones y cuya creación, denominación y autorización de funcionamiento se sujetará a la normatividad vigente.



### 5.4 Objetivos Estratégicos Generales y Específicos

#### 5.4.1 Ejes Estratégicos Verticales

##### 1. En Marketing y Ventas

Objetivo Estratégico General (OEG) 1: Potenciar el Marketing Estratégico y las Ventas Corporativas.

##### 2. En Alojamiento, Convenciones y Restaurante

Objetivo Estratégico General (OEG) 2: Fortalecer los servicios para Alojamiento, Convenciones y Restaurante de acuerdo a estándares de calidad.



## 5.4.2 Eje Estratégico Transversal

### 3. En Gestión Empresarial

Objetivo Estratégico General (OEG) 3: Optimizar la Gestión Empresarial en el marco del Plan de Implementación de la Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública 2013-2016.

#### Objetivos Estratégicos Generales y Específicos 2013 – 2016

Ejes Estratégicos Transversales	
1. En Marketing y Ventas	2. En Alojamiento, Convenciones y Restaurante
<b>OEG 1:</b> Potenciar el Márketing Estratégico y las Ventas Corporativas.	<b>OEG 2:</b> Fortalecer los servicios para Alojamiento, Convenciones y Restaurante de acuerdo a estándares de calidad.
<b>OEE 1:</b> Contar con una Unidad de Captación y Mantenimiento de Clientes.	<b>OEE 12:</b> Contar con infraestructura para convenciones, alojamiento (bungalows), restaurante, recreación y deporte.
<b>OEE 2:</b> Lograr una utilidad de 30% mayor en relación al año anterior.	
<b>OEE 3:</b> Mantener clientes fieles corporativos.	<b>OEE 13:</b> Concesionar las áreas disponibles para la explotación de los espacios no usados.
<b>OEE 4:</b> Mantener clientes fieles.	
<b>OEE 5:</b> Conseguir contratos de alojamiento.	
<b>OEE 6:</b> Conseguir contratos de convenciones.	<b>OEE 14:</b> Lograr la Certificación de Tres Estrellas para el Alojamiento.
<b>OEE 7:</b> Conseguir nuevos clientes fieles corporativos.	
<b>OEE 8:</b> Conseguir nuevos clientes fieles.	
<b>OEE 9:</b> Conseguir un nivel de satisfacción del servicio en el año.	<b>OEE 15:</b> Contar con la Certificación HACCP.
<b>OEE 10:</b> Captar los eventos de convenciones o talleres de las entidades del sector público.	
<b>OEE 11:</b> Captar los eventos de convenciones o talleres de las entidades del sector privado.	<b>OEE 16:</b> Lograr la Certificación de Tres Tenedores para los servicios del Restaurante.
Eje Estratégico Transversal	
3. En Gestión Empresarial	
<b>OEG 3:</b> Optimizar la Gestión Empresarial en el marco de la Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública.	
<b>OEE 17:</b> Tener una Política de Gobierno Corporativo.	
<b>OEE 18:</b> Definir la Política de Calidad.	



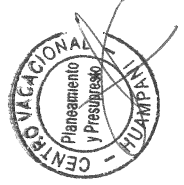
## 5.5 Planteamiento Estratégico

### 5.5.1 Eje Estratégico Vertical: En Márketing y Ventas

Objetivo Estratégico General (OEG) 1: Potenciar el Márketing Estratégico y las Ventas Corporativas.					
Objetivo Estratégico Específico	Acciones Estratégicas	Indicador	Responsable	Meta	Plazo
OEE 1: Contar con una Unidad de Captación y Mantenimiento de Clientes.	Formulación del Plan de Marketing Estratégico del Centro Vacacional Huampaní.	Plan formulado y aprobado	Gerencia de Comercialización.	100%	2014
	Implementación de la Unidad de Captación y Mantenimiento de Clientes.	Fecha de inicio de unidad operativa		100%	2014
OEE 2: Lograr una utilidad de 30% mayor en relación al año anterior.	Lograr una utilidad de 30% mayor en relación al año anterior.	Utilidad del negocio		30%	2014
	OEE 3: Mantener clientes fieles corporativos.	Número de contratos con clientes fieles corporativos		338 clientes	2016
OEE 4: Mantener clientes fieles.	Establecer contratos o convenios con clientes fieles.	Número de contratos con clientes fieles		109 clientes	2016
	Conseguir 10,402 plazas habitación en el 2014 (50% de la capacidad disponible).	Número de contratos de alojamiento		50%	2014
OEE 5: Conseguir contratos de alojamiento.	Conseguir 12,483 plazas habitación en el 2015 (60% de la capacidad).	Número de contratos de alojamiento	60%	2015	
	Conseguir 14,563 plazas habitación en el 2016 (70% de la capacidad).	Número de contratos de alojamiento	70%	2016	



Objetivo Estratégico General (OEG) 1: Potenciar el Marketing Estratégico y las Ventas Corporativas.						
Objetivo Estratégico Específico	Acciones Estratégicas	Indicador	Responsable	Meta	Plazo	
<b>OEE 6:</b> Conseguir contratos de convenciones.	Conseguir 20% más en contratos por disponibilidad de ambientes de convenciones.	Número de contratos de convenciones	Gerencia de Comercialización.	20%	2014	
	Conseguir 40% más en contratos por disponibilidad de ambientes de convenciones.	Número de contratos de convenciones		40%	2015	
	Conseguir 60% más en contratos por disponibilidad de ambientes de convenciones.	Número de contratos de convenciones		60%	2016	
<b>OEE 7:</b> Conseguir nuevos clientes fieles corporativos.	Ampliar a 400 clientes fieles corporativos en el 2014.	Número de contratos con clientes fieles corporativos		400 clientes	2014	
	Elevar a 480 clientes fieles corporativos en el 2015.	Número de contratos con clientes fieles corporativos		480 clientes	2015	
<b>OEE 8:</b> Conseguir nuevos clientes fieles.	Elevar a 130 nuevos clientes fieles en el 2014.	Número de contratos con clientes nuevos		130 nuevos clientes	2014	
	Elevar a 156 nuevos clientes fieles en el 2015.	Número de contratos con clientes nuevos		156 nuevos clientes	2015	
<b>OEE 9:</b> Conseguir un nivel de satisfacción del servicio en el año.	Conseguir un nivel de satisfacción del servicio en promedio de 60% en el 2014.	% de satisfacción de calidad			60%	2014
	Conseguir un nivel de satisfacción del servicio en promedio de 70% en el 2015.	% de satisfacción de calidad			70%	2015
<b>OEE 10:</b> Captar los eventos de convenciones o talleres de las entidades del sector público.	Captar 20% más en contratos por disponibilidad de ambientes de convenciones de las entidades del sector público.	Número de contratos firmados			20%	2014
	Captar las convenciones de las entidades del sector privado.	Número de contratos firmados			10 empresas	2016



**5.5.2 Eje Estratégico Vertical: En Alojamiento, Convenciones y Restaurante**

Objetivo Estratégico General (OEG) 2: Fortalecer los servicios para Alojamiento, Convenciones y Restaurante de acuerdo a estándares de calidad.					
Objetivo Estratégico Específico	Acciones Estratégicas	Indicador	Responsable	Meta	Plazo
<b>OEE 12:</b> Contar con infraestructura para alojamiento (bungalows), convenciones, restaurante, recreación y deporte.	Formulación del (los) Proyecto (s) de Inversión Pública para el "Mejoramiento Integral de los Servicios de Alojamiento, Convenciones, Restaurante y Esparcimiento del Centro Vacacional Huampani"	Certificación de Calidad del Proyecto de Inversión Pública (Declaratoria de viabilidad por la OPI del MINEDU)  Fecha de inicio de uso de la infraestructura	Gerencia de Alojamiento, Convenciones y Esparcimiento.	100%	2016
<b>OEE 13:</b> Concesionar las áreas disponibles para la explotación de los espacios no usados.	Establecer contratos o convenios de concesión de las áreas disponibles para la explotación de los espacios no usados.	Número de contratos firmados		100%	2016
<b>OEE 14:</b> Lograr la Certificación de Tres Estrellas para el Alojamiento.	Lograr la Certificación de Tres Estrellas para el Alojamiento del Centro Vacacional Huampani.	Certificado de Tres Estrellas entregado	Gerencia de Alimentos y Bebidas.	100%	2016
<b>OEE 15:</b> Contar con la Certificación HACCP.	Lograr la certificación HACCP (Análisis de Riesgos y Control de Puntos Críticos) para la Cocina del Centro Vacacional Huampani.	Certificado entregado		100%	2014
<b>OEE 16:</b> Lograr la Certificación de Tres Tenedores para los servicios del Restaurante.	Lograr la Certificación de Tres Tenedores para los servicios del Restaurante "Sazón del Sol" del Centro Vacacional Huampani.	Certificado de Tres Tenedores entregado		100%	2015





**5.5.3 Eje Estratégico Transversal: En Gestión Empresarial**

Objetivo Estratégico General (OEG) 3: Optimizar la Gestión Empresarial en el marco de la Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública.					
Objetivo Estratégico Específico	Acciones Estratégicas	Indicador	Responsable	Meta	TOTAL
<b>OEE 17:</b> Tener una Política de Gobierno Corporativo.	Formular la Política de Gobierno Corporativo en el marco del Plan de Implementación de la Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública 2013-2016, aprobado mediante Resolución Ministerial N° 125-2013-PCM.	Política de Gobierno Corporativo alineada con la Resolución Ministerial N° 125-2013-PCM.	Todas las Gerencias.	100%	2014
<b>OEE 18:</b> Definir la Política de Calidad.	Formular la Política de Calidad en el marco del Plan de Implementación de la Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública 2013-2016 aprobado mediante Resolución Ministerial N° 125-2013-PCM.	Política de Calidad alineada con la Resolución Ministerial N° 125-2013-PCM.	Todas las Gerencias.	100%	2014



## VI. IMPLEMENTACIÓN Y GESTIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL

### 6.1 Implementación

El proceso para la aplicación estratégica demanda dos partes esenciales para su desarrollo: un liderazgo desde la alta dirección que conduzca al logro, desempeño y éxito del plan estratégico y su implementación; asimismo una cultura organizacional que soporte la dirección de la estrategia, para que beneficie su desarrollo.

Estos dos puntos se asientan como base del desarrollo estratégico en: desarrollar la estructura organizacional necesaria, establecer objetivos a corto plazo y a mediano plazo, asignar recursos, mejorar los procesos, desarrollar políticas modernas e innovadoras, recursos humanos funcionado al máximo, minimizar el trabajo a presión y minimizar la resistencia al cambio.

#### Estructura organizacional:

##### 1. Órganos de Alta Dirección

- 1.1 Directorio
- 1.2 Presidencia
- 1.3 Gerencia General

##### 2. Órgano de Control Institucional

- 2.1 Órgano de Control Institucional

##### 3. Órganos de Asesoramiento

- 3.1 Oficina de Asesoría Legal
- 3.2 Oficina de Planificación y Presupuesto

##### 4. Órgano de Apoyo

- 4.1 Gerencia de Administración y Finanzas

##### 5. Órganos de Línea

- 5.1 Gerencia de Comercialización
- 5.2 Gerencia de Alojamiento, Convenciones y Esparcimiento
- 5.3 Gerencia de Alimentos y Bebidas



## 6.2 Acciones a seguir

Las acciones mencionadas no necesariamente se tienen que desarrollar en el orden en que están escritas:

### Acciones del Proceso de Alineamiento Estratégico

Acción	Entregable
1. Definir los atributos de un cliente fiel tanto a nivel corporativo como individual.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Documento con la definición y los atributos de un cliente fiel, corporativo e individual.</li> </ul>
2. Evaluar el flujo de ingresos. Por ejemplo: establecer un acuerdo con el Colegio Mayor Secundario Presidente del Perú, para permitir el ingreso y uso de instalaciones los fines de semana para visitantes externos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Flujo de caja proyectado considerando el alineamiento estratégico propuesto.</li> </ul>
3. Elaborar los planes operativos anuales. Empezando por el POI del 2013 para determinar el presupuesto que se requiere hasta el 2016, así como las fuentes de ingresos para obtenerlos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Plan Operativo Institucional (POI) 2013.</li> <li>▪ POI 2014</li> <li>▪ POI 2015.</li> <li>▪ POI 2016.</li> </ul>
4. Conocer claramente cuáles son los procedimientos para obtener los certificados de HACCP, Tres Tenedores y Tres Estrellas.	Informe y presentación sobre: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Certificación HACCP.</li> <li>▪ Certificación Tres Tenedores.</li> <li>▪ Certificación Tres Estrellas.</li> </ul>
5. Realizar un estudio interno sobre los resultados históricos de la operación del CVH, desde el punto de vista económico financiero como los de operación. Considerar los últimos tres (03) años por lo menos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Informe de los resultados de la operación de los últimos tres (03) años.</li> </ul>
6. Definir un sistema de seguimiento y control para evaluar el cumplimiento de los objetivos, incluyendo indicadores de gestión.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Diseño de sistema de seguimiento y control de objetivos.</li> </ul>
7. Hacer un estudio de demanda de modo que puedan identificar la ventaja comparativa y ventaja competitiva del CVH.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Estudio de demanda (mercado).</li> </ul>

Fuente: Enfoque Estratégico del CVH\_GOBIZ  
 Elaboración: CVH\_OPP

Una estructura sugerida para el Informe de Resultados de Operación de los últimos tres (03) años (Punto 5 del Proceso), es la siguiente:

- Objetivos del periodo (si los tienen).
- Resultados del periodo.
- Resultados económico financieros.
- Explicación de causas de los resultados (positivos y negativos).
- Importantes medidas tomadas durante el periodo.
- Observaciones.
- Conclusiones.
- Recomendaciones.

Se puede considerar lo que se ha definido en el modelo de negocios para ir relacionado los resultados con el modelo planteado.

Es importante definir un responsable y un plazo para cada una de estas acciones a nivel del Directorio. Tener en cuenta que el responsable deberá buscar al personal necesario para lograr el producto requerido, no implica hacer todo el trabajo. Se puede usar la siguiente tabla y establecerla como un acuerdo de Directorio:

Acción	Miembro del Directorio (Responsable)	Fecha de Entrega

### 6.3 Consideraciones

1. Los plazos establecidos en los objetivos estratégicos son las fechas de cuando se deberían tener los resultados, por lo tanto tomando dichas fechas como hitos se debe hacer la programación hacia atrás al momento de desarrollar los planes operativos.
2. En cada plan operativo se debe tener en cuenta los siguientes aspectos.
  - Supuestos de la ejecución. Escenarios que se dan por ciertos para la planificación.
  - Restricciones. Condiciones que afectan el desempeño del trabajo a realizar. Por ejemplo la normativa.
  - Riesgos. Eventos inciertos que pueden afectar de manera positiva o negativa el cumplimiento de los objetivos estratégicos.
3. Se debe considerar plazos reales, no ser optimistas, sino realistas, igual consideración para los ingresos.
4. Las evaluaciones deben tener en cuenta los recursos disponibles, no los ideales.
5. Se planifica considerando lo que está vigente, las propuestas normativas o compromisos que están por ser aprobados se toman como expectativas, no se consideran en la planificación, se debe tomar como riesgos positivos (en caso generen un beneficio concreto).
6. Se recomienda contar con el plan de acción a más tardar a fines de 2013. Puesto que se tiene metas establecidas para diciembre de este año, es importante ir desarrollando desde ya las acciones para lograr las metas del presente año y contar con el plan operativo del próximo año antes de iniciarlo.



## ANEXO

### PROCESO DE ALINEAMIENTO ESTRATÉGICO 2013-2016 DEL CENTRO VACACIONAL HUAMPANÍ

#### I. RESULTADOS

##### 1.1 Misión

Somos el centro de recursos del Sector Educación que tiene la misión de facilitar la realización de actividades académicas, culturales, deportivas y recreativas de entidades públicas y privadas.

##### 1.2 Visión

Ser la primera opción para las entidades del sector público y una opción atractiva para el sector privado, por su calidad, diversidad y simplicidad en los procesos de contratación.



#### II. PLAN DE ACCIÓN

##### 2.1 Objetivo

Completar la información correspondiente al alineamiento estratégico con miras a desarrollar un plan estratégico.



##### 2.2 Acciones a seguir

Las acciones mencionadas no necesariamente se tienen que desarrollar en el orden en que están escritas:

### Acciones del Proceso de Alineamiento Estratégico

Acción	Entregable
1. Definir los atributos de un cliente fiel tanto a nivel corporativo como individual.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Documento con la definición y los atributos de un cliente fiel, corporativo e individual.</li> </ul>
2. Evaluar el flujo de ingresos. Por ejemplo: establecer un acuerdo con el Colegio Mayor Secundario Presidente del Perú, para permitir el ingreso y uso de instalaciones los fines de semana para visitantes externos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Flujo de caja proyectado considerando el alineamiento estratégico propuesto.</li> </ul>
3. Elaborar los planes operativos anuales. Empezando por el POI del 2013 para determinar el presupuesto que se requiere hasta el 2016, así como las fuentes de ingresos para obtenerlos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Plan Operativo Institucional (POI) 2013.</li> <li>▪ POI 2014</li> <li>▪ POI 2015.</li> <li>▪ POI 2016.</li> </ul>
4. Conocer claramente cuáles son los procedimientos para obtener los certificados de HACCP, Tres Tenedores y Tres Estrellas.	<p>Informe y presentación sobre:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Certificación HACCP.</li> <li>▪ Certificación Tres Tenedores.</li> <li>▪ Certificación Tres Estrellas.</li> </ul>
5. Realizar un estudio interno sobre los resultados históricos de la operación del CVH, desde el punto de vista económico financiero como los de operación. Considerar los últimos tres (03) años por lo menos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Informe de los resultados de la operación de los últimos tres (03) años.</li> </ul>
6. Definir un sistema de seguimiento y control para evaluar el cumplimiento de los objetivos, incluyendo indicadores de gestión.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Diseño de sistema de seguimiento y control de objetivos.</li> </ul>
7. Hacer un estudio de demanda de modo que puedan identificar la ventaja comparativa y ventaja competitiva del CVH.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Estudio de demanda (mercado).</li> </ul>

Fuente: Enfoque Estratégico del CVH\_GOBIZ S.A.  
 Elaboración: CVH\_OPP

Una estructura sugerida para el Informe de Resultados de Operación de los últimos tres (03) años (Punto 5 del Proceso), es la siguiente:

- Objetivos del periodo (si los tienen).
- Resultados del periodo.
- Resultados económico financieros.
- Explicación de causas de los resultados (positivos y negativos).
- Importantes medidas tomadas durante el periodo.
- Observaciones.
- Conclusiones.
- Recomendaciones.

Se puede considerar lo que se ha definido en el modelo de negocios para ir relacionado los resultados con el modelo planteado.

Es importante definir un responsable y un plazo para cada una de estas acciones a nivel del Directorio. Tener en cuenta que el responsable deberá buscar al personal necesario para lograr el producto requerido, no implica hacer todo el trabajo. Se puede usar la siguiente tabla y establecerla como un acuerdo de Directorio:

Acción	Miembro del Directorio (Responsable)	Fecha de Entrega

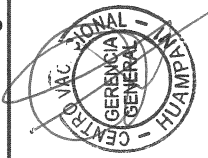
### 2.3 Consideraciones

1. Los plazos establecidos en los objetivos estratégicos son las fechas de cuando se deberían tener los resultados, por lo tanto tomando dichas fechas como hitos se debe hacer la programación hacia atrás al momento de desarrollar los planes operativos.
2. En cada plan operativo se debe tener en cuenta los siguientes aspectos.
  - Supuestos de la ejecución. Escenarios que se dan por ciertos para la planificación.
  - Restricciones. Condiciones que afectan el desempeño del trabajo a realizar. Por ejemplo la normativa.
  - Riesgos. Eventos inciertos que pueden afectar de manera positiva o negativa el cumplimiento de los objetivos estratégicos.
3. Se debe considerar plazos reales, no ser optimistas, sino realistas, igual consideración para los ingresos.
4. Las evaluaciones deben tener en cuenta los recursos disponibles, no los ideales.
5. Se planifica considerando lo que está vigente, las propuestas normativas o compromisos que están por ser aprobados se toman como expectativas, no se consideran en la planificación, se debe tomar como riesgos positivos (en caso generen un beneficio concreto).
6. Se recomienda contar con el plan de acción a más tardar a fines de 2013. Puesto que se tiene metas establecidas para diciembre de este año, es importante ir desarrollando desde ya las acciones para lograr las metas del presente año y contar con el plan operativo del siguiente año antes de iniciarlo.



III. MODELO DE SERVICIO DESARROLLADO EN EL CENTRO VACACIONAL HUAMPANÍ

<p><b>Socios Clave:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ministro.</li> <li>• Secretaría General.</li> </ul>	<p><b>Actividades Claves:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Brindar Alojamiento.</li> <li>• Alquilar instalaciones (para convenciones, reuniones, actividades recreativas y deportivas).</li> <li>• Prestar servicio de restaurante.</li> </ul> <p><b>Recursos Clave:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Proveedores.</li> <li>• Recursos Humanos.</li> <li>• Infraestructura.</li> <li>• Equipos.</li> <li>• Clima.</li> <li>• Imagen.</li> <li>• Posicionamiento.</li> <li>• Ubicación.</li> </ul>	<p><b>Valor Agregado:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Escala (tamaño de la instalación).</li> <li>• Precio – Servicio.</li> <li>• Facilidad de contratación para el Sector Público.</li> <li>• Aislado.</li> <li>• Paisaje interior, aire libre.</li> <li>• Seguridad.</li> <li>• Servicio de movilidad.</li> </ul>	<p><b>Relaciones con los Clientes:</b></p> <p><i>¿Qué tipo de relaciones se espera establecer y mantener (o se tienen) con los clientes?</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• De largo plazo.</li> <li>• Coloquiales.</li> </ul> <p><b>Clientes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Direcciones del MINEDU.</li> <li>• Entidades del Sector Público.</li> <li>• Organizadores de eventos.</li> <li>• Empresas.</li> </ul>	
<p><b>Centro de Costos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicios públicos (electricidad, agua, comunicaciones).</li> <li>• Recursos Humanos.</li> <li>• Logística (abastecimiento).</li> <li>• Alimentación.</li> <li>• Mantenimiento.</li> </ul>		<p><b>Canales de Distribución:</b></p> <p><i>¿A través de qué canales los clientes esperan ser contactados?</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Correo Electrónico.</li> <li>• Página Web.</li> <li>• Oficina de Ventas y Marketing.</li> </ul>		
<p><b>Centro de Costos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicios públicos (electricidad, agua, comunicaciones).</li> <li>• Recursos Humanos.</li> <li>• Logística (abastecimiento).</li> <li>• Alimentación.</li> <li>• Mantenimiento.</li> </ul>		<p><b>Flujo de ingresos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alquiler Colegio Mayor Secundario Presidente del Perú.</li> <li>• Alojamiento.</li> <li>• Servicio de Restaurante.</li> <li>• Convenciones.</li> <li>• Alquiler de equipos.</li> <li>• Concesiones (juegos).</li> <li>• Derecho de ingreso.</li> </ul>		





**IV. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS AL 2016**

**OBJETIVOS AL 2013**

OBJETIVO	INDICADOR	META
Contar con la Certificación HACCP.	Certificado entregado.	2013
Contar con una Unidad de Captación y Mantenimiento de clientes.	Fecha de inicio de Unidad Operativa.	2013
Tener una Política de Gobierno Corporativo.	Política de Gobierno Corporativo aprobada.	2013
Definir la Política de Calidad y el Plan de Calidad.	Política de Calidad aprobada y Plan de Calidad aprobado.	2013
Lograr una utilidad de 30% mayor en relación al año anterior.	Utilidad del ejercicio.	30%
Mantener los clientes fieles (corporativos)	Número de contratos con clientes fieles (corporativos).	2013
Mantener los clientes fieles.	Número de contratos con clientes fieles.	2013
Conseguir contratos de alojamiento.	Número de contratos de alojamiento.	2013
Conseguir contratos de convenciones.	Número de contratos de convenciones.	2013

**OBJETIVOS AL 2014**

OBJETIVO	INDICADOR	META
Contar con una infraestructura para recreación, alojamiento (bungalows), convenciones y deportes.	Fecha de inicio de uso de la infraestructura.	1er. Trimestre 2014
Lograr la certificación de Tres Tenedores para los servicios del restaurante.	Certificado Tres Tenedores entregado.	3er. Trimestre 2014
Lograr la Certificación de Tres Estrellas para el alojamiento.	Certificado Tres Estrellas Entregado.	3er. Trimestre 2014
Conseguir nuevos clientes fieles (corporativos)	Número de contratos con clientes fieles (corporativos).	2014
Conseguir nuevos clientes fieles.	Número de contratos con clientes fieles.	2014
Lograr un % mayor de utilidad en relación al año anterior.	Utilidad del ejercicio.	2014
Conseguir un nivel de satisfacción del servicio en el año.	% de satisfacción de calidad.	2014
Captar los eventos de convenciones o talleres de las entidades del sector público.	Número de contratos firmados con el CVH y Número de Contratos firmados con otras organizaciones.	2014



**OBJETIVOS AL 2015**

OBJETIVO	INDICADOR	META
Conseguir nuevos clientes fieles (corporativos)	Número de contratos con clientes fieles (corporativos).	2015
Conseguir nuevos clientes fieles.	Número de contratos con clientes fieles.	2015
Lograr un % mayor de utilidad en relación al año anterior.	Utilidad del ejercicio.	2015
Conseguir un nivel de satisfacción del servicio en el año.	% de satisfacción de calidad.	2015
Captar los eventos de convenciones o talleres de las entidades del sector público.	Número de contratos firmados con el CVH y Número de contratos firmados con otras organizaciones.	2015
Conseguir contratos de alojamiento.	Número de contratos de alojamiento.	2015
Conseguir contratos de convenciones.	Número de contratos de convenciones.	2015

**OBJETIVOS AL 2016**

OBJETIVO	INDICADOR	META
Concesionar las áreas disponibles para la explotación de los espacios no usados.	Contrato de concesión firmado.	2016
Lograr un % mayor de utilidad en relación al año anterior.	Utilidad del ejercicio.	2016
Conseguir un nivel de satisfacción del servicio en el año.	% de satisfacción de calidad.	2016
Captar los eventos de convenciones o talleres de las entidades del sector público.	Número de contratos firmados con el CVH y Número de Contratos firmados con otras organizaciones.	2016
Captar los eventos de convenciones o talleres de las entidades del sector privado.	Número de contratos firmados con el CVH y Número de contratos firmados con otras organizaciones.	2016
Conseguir contratos de alojamiento.	Número de contratos de alojamiento.	2016
Conseguir contratos de convenciones.	Número de contratos de convenciones.	2016

