



INFORME BIMENSUAL DE SEGUIMIENTO Y MEDICION DE OBJETIVOS Y METAS DEL PLAN OPERATIVO ANUAL DE LAS UNIDADES ORGANIZATIVAS DE CORSATUR

Marzo y Abril
2015

CONTENIDO

1. Objetivo
2. Alcance
3. Documentos Relacionados
4. Responsabilidades
5. Acciones desarrolladas durante Bimestre Marzo y Abril 2015
6. Información clave por Áreas de Gestión, Seguimiento y medición de los objetivos y metas del POA de forma bimensual con su respectivo análisis de resultados.

1. Objetivo:

Consolidar y verificar el seguimiento y medición de los objetivos y metas del Plan Operativo Anual (POA), con base en la información que cada gerencia y unidad de CORSATUR, proporcione a la Gerencia de Planificación.

2. Alcance:

El POA de CORSATUR se basa en el Modelo de Trabajo Institucional con la Visión Estratégica de crecimiento de adentro hacia afuera con reciprocidad activa, los cuales constituyen la culminación en detalle del Plan Estratégico de CORSATUR, y representa la desagregación de las actividades que se implementan año con año con un estilo de Gestión participativa.

En ese sentido, el alcance del informe es desde recibir la información que cada gerencia y unidad envía a la Gerencia de Planificación, hasta culminar en la consolidación de la medición de los objetivos y metas de los POA para el período Marzo - Abril 2015.

3. Documentos Relacionados:

Reglamento de Normas Técnicas de Control Internas Especificas de CORSATUR, Art. 21.

4. Responsabilidades:

Según el Art. 21 de las NTCIE:

- La Unidad de Desarrollo Institucional y Sistema de Gestión de Calidad de la Gerencia de Planificación, consolidará y verificará el seguimiento y medición de los objetivos y metas del Plan Operativo Anual, con base en la información que cada gerencia y unidad de CORSATUR, proporcione bimensualmente.

5. Acciones desarrolladas durante Marzo 2015



Turismo Médico se fortalece tras nuevas acreditaciones

El Salvador continúa abriéndose campo en turismo médico, el jueves 05 de marzo la Asociación Americana para Acreditación de Instalaciones de Cirugía Ambulatorias Internacionales (AAAASFI, por sus siglas en inglés) acreditó a cuatro nuevos centros médicos. Se trata de Clínicas de Especialidades Odontológicas, Centro Avanzado de Diseño de Sonrisa, Centro Odontológico Dr. Rodolfo Ernesto Gutiérrez y Stem Cell Center.

“Estas acreditaciones son un paso más hacia la construcción de una oferta de turismo médico de calidad internacional que el Ministerio de Turismo en conjunto con gremio médico, está impulsando... No queremos correr ni competir con otros países, porque la salud es un tema delicado, por lo que la calidad en este rubro es fundamental para alcanzar nuestro cometido”, expresó el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán.

Tres de los centros médicos acreditados, se especializan en atención odontológica, ofreciendo servicios como cosmética dental, cirugía de molares y de tejidos blandos, implantología, prostodoncia, endodoncia, periodoncia, incluso algunos ofrecen servicios de preservación de Células Madres Dentales. Por su parte Stem Cell Center, se especializa en la aplicación de células madre adultas derivadas de tejido adiposo y médula ósea. Ofrecen programas de salud regenerativa y anti-envejecimiento con terapia celular.

Con estas cuatro nuevas acreditaciones ya suman 11 las instituciones médicas que la AAAASFI ha certificado en nuestro país. Desde el año 2013 el Centro Internacional del Cáncer (San Salvador), Hospital de Especialidades Nuestra Señora de la Paz (San Miguel), Hospital San Francisco (San Miguel), Hospital Paravida (San Salvador), Clínica Dental Hasbún (San Salvador), Clínica Zaldívar, Centro de Cirugía Ambulatoria

(CECIAM), fueron algunos de los centros médicos acreditados.

Durante el año 2014 ingresaron a El Salvador más de 19 mil personas en busca de algún tratamiento médico, generando \$21.1 millones de dólares al país, esto representó un 8.5% de incremento con respecto al año 2013.

MITUR proyectó ingresos por Turismo de \$62.1 MM en Semana Santa

Autoridades del Ministerio de Turismo y de la Corporación Salvadoreña de Turismo dieron a conocer el 09 de marzo las proyecciones en el flujo de visitantes y la derrama económica que dejarían al país, producto del gasto de los turistas durante su visita a El Salvador en el periodo de la Semana Mayor.

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, anunció que para este año se espera percibir \$ 61.2 millones en concepto de divisas, un incremento del 12.3 % respecto al 2014, cuando las divisas dejaron en ese mismo periodo \$54.5 millones. En ese sentido las autoridades vaticinan un gasto promedio diario de \$107.9

En cuanto a la llegada de visitantes (turistas más excursionistas), el titular de la Cartera proyectó un ingreso de 97,800 personas, una cifra 4.1% mayor a la registrada en 2014, cuando ingresaron al país 93,979 visitantes.

Unos 80,000 turistas podrían ingresar a El Salvador vía terrestre, mientras que vía aérea se estima una cantidad de 17,800 visitantes. El año pasado la cifra fue de 76,486 y 17,493 respectivamente.

El año pasado durante el periodo de Semana Santa, los hoteles de playa tuvieron una ocupación del 74%, este año se espera que la ocupación hotelera sea del 86%, mientras que los hoteles de montaña podría registrar una ocupación del 65%.



Lanzaron campaña publicitaria para Semana Santa.

"Aquí el verano es...Colorido, Vivo, Ardiente" se denominó la campaña nacional para incentivar e invitar a los salvadoreños a que vivieran el verano en las vacaciones, haciendo turismo interno durante el período de Semana Santa, mostrando a los salvadoreños y salvadoreñas la diversidad de la oferta turística, la campaña incluyó a la página web www.elsalvador.travel como medio de consulta para dar a conocer nuestros destinos, a la vez promover el registro nacional de turismo. La inversión de esta campaña rondó los \$170 mil.

Las autoridades de la Corporación Salvadoreña de Turismo también lanzaron la campaña regional dirigida a mercados de Guatemala, Honduras y Nicaragua, se denominó "Un verano de verdad".

Dicha campaña pretendió presentar nuestro país El Salvador como una excelente opción para pasarla bien, haciendo turismo con la ventaja de su cercanía, la inversión alcanzó los \$130 mil.

Ministro de Turismo incentivó a estudiantes de carreras de turismo y chefs.

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán se dirigió a un aproximado de 600 jóvenes estudiantes de la Academia Panamericana de Arte Culinario (APAC), a quienes incentivó a apostarle a su carrera ya que la gastronomía se ha convertido en rubro clave del Turismo en nuestro país.

El funcionario hizo alusión a una anécdota en Alemania, donde un reconocido Chef le invitó a cocinar junto a él y luego le invitó a que preparará un platillo salvadoreño.

"Para mí fue un reto, alcancé mi cometido, en ese momento era cocinarles un platillo y lo logré... Pongo esta anécdota en perspectiva, porque tiene mucho que ver

con la realidad, para incentivarlos a que no desmayen y cumplan siempre sus metas", expresó el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán durante su intervención.

Agregó que "El turismo gastronómico es también un vehículo esencial para el desarrollo, pues utiliza productos de origen local, asegurando así que los dólares de los turistas se reinviertan en la comunidad, y permitan prosperar a otras empresas".

Las palabras fueron expresadas durante la Conferencia Magistral: Una carrera de éxito en el Arte Culinario, impartida por el Chef Hoss Fuentes, un hondureño- estadounidense.

Al evento también asistió la Embajada de Estados Unidos en El Salvador, Mari Carmen Aponte quien junto al Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán compartieron experiencias previamente al evento con el Chef Hoss.

Ministro Duarte inauguró Kiosco de información Turística

En el marco del lanzamiento del Plan Maestro de Turismo en San Lorenzo, Ahuachapán y de las diferentes actividades que se han realizado en el municipio como festivales gastronómicos, actos culturales y festivales como del Jocote Barón Rojo, y que han propiciado el incremento de la afluencia turística, tanto de nacionales como de extranjeros; se consideró importante que se cuente con espacios para atender y orientar al turista y para esto se construyó el primer **kiosco de información turística** del país, el cual estará atendido por el Comité de Desarrollo Turístico con el apoyo de la municipalidad.

Bajo este objetivo se gestionó la elaboración de este Kiosco y se coordinó con la municipalidad para que se construyera en un lugar céntrico y accesible para el visitante.

Este cuenta con el emblema del municipio y su principal imagen: Jocote Barón Rojo. El Kiosko tiene de 2 a 2.30 metros de diámetro y una altura de 2.50 a 2.80 metros, cuenta con dos luminarias en el exterior; al centro un ventilador de techo con luz. Una ventanilla al frente para atender a los turistas, enclavado en su totalidad, sillas de escritorio, estantería para colocar brochures, estantería para colocar souvenirs y promocionales.

MITUR lanzó primer Plan Maestro Municipal de Turismo para El Salvador

Las autoridades del Ministerio de Turismo presentaron el viernes 13 de marzo las líneas maestras del Plan Maestro Turístico para todo el país, el cual fue lanzado en San Lorenzo (Ahuachapán), que se convirtió en el primer municipio en implementar este proyecto.

El Plan Maestro se trabajó de forma conjunta con la Alcaldía Municipal de San Lorenzo, cuyas autoridades estuvieron presentes en el acto, entre ellos el Edil, Walter Fernando Ortiz, quien recibió la estrategia de manos del Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán.

"Este documento propone un conjunto de objetivos, estrategias y acciones que marcan el camino a seguir, desde el cual se pretende orientar los esfuerzos de los agentes turísticos locales tanto del sector público, privado, así como del voluntario, en perspectiva a la consolidación y mejora del sector turístico" expresó el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán.

El Plan contempló cuatro ejes de acción, entre los que destaca el ordenamiento territorial turístico; sensibilización y programas de capacitación a los actores locales; encadenamiento productivo de MIPYMES turísticas; promoción del sector turístico y desarrollo de festividades.

El Plan Maestro de Desarrollo Turístico Municipal de San Lorenzo contiene 11

directrices estratégicas, detalladas de la siguiente manera:

- Fomentar y mejorar la accesibilidad al municipio y sus principales destinos turísticos (rótulos, nomenclaturas, otros).
- Creación y puesta en marcha de ordenanzas municipales. (Leyes, normativas, mantenimiento, seguridad otro).
- Integrar a la oferta turística infraestructura amigable a la identidad del municipio.
- Sensibilizar a la población en general sobre cultura turística.
- Desarrollar un programa constante para empresarios y artesanos locales.
- Rescate de las tradiciones orales del municipio.
- Participación activa e innovador en el Programa Pueblos Vivos y Promoción e integración de las MIPYMES Turísticas.
- Desarrollo de emprendimientos locales con participación ciudadana.
- Promoción y comercialización de la Oferta Turística.
- Realización de eventos que permitan posicionar la identidad del municipio.
- Divulgación de la marca destino de San Lorenzo.

San Lorenzo en la actualidad cuenta con un Comité de Desarrollo Turístico, desde el año 2012, asimismo han participado como Pueblo Vivo desde el 2011 a la fecha. En la sexta edición de Pueblos Vivos 2014 Feria Pueblos Vivos, participaron en el desfile, concurso "El cocinero Impresionante" y con un stand tipo boutique donde mostraron la oferta turística del municipio destacando el Rio San Lorenzo.

El Ministerio de Turismo, a través de la Corporación salvadoreña de Turismo, proyecta cinco documentos similares al que fue entregado este día en San Lorenzo, entre los municipios beneficiados estarían Suchitoto, Izalco, Panchimalco; Perquin y San Vicente.



El Salvador recibió a mil cruceristas alemanes en Acajutla

El Salvador sigue con paso firme en su iniciativa de atraer cruceros a El Salvador. Esta vez, un nuevo navío atracó en el Puerto de Acajutla, en Sonsonate con más de 1,000 cruceristas de origen alemán quienes por más de 12 horas realizaron visitas turísticas a diferentes destinos del país.

El Crucero Artania, atracó el pasado 12 de marzo, en medio de un festival cultural, en la que participaron 40 artesanos, grupo de danza y música folklórica organizado por el Ministerio de Turismo como parte de la bienvenida oficial a nuestro país.

“El Salvador va caminando a buen ritmo en el tema de cruceros, estamos atrayendo cadenas prestigiosas, ya hemos sido incluidos en la ruta Mesoamericana de Cruceros, lo que representa un gran avance como país, y estamos a las puertas de ser la sede oficial de la cumbre Centroamericana de Cruceros”, destacó el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán.

Unas 800 turistas visitaron San Salvador, la Playa Metalío, la Ruta del Café, Ruinas El Tazumal y el Cerro Verde. En total InterTours movilizó a los más de 1,000 cruceristas en 19 buses de primera clase, especiales para turistas.

De acuerdo con las estimaciones y perfil de los cruceristas europeos, éstos registraron un gasto promedio entre \$150 y \$200. Por lo que el ingreso estimado recibido en concepto de divisas ronda los \$120,000 y \$160,000.

El Salvador será sede de la III Cumbre Centroamericana de Cruceros.

Como parte del trabajo del Ministerio de Turismo por colocar a El Salvador como un destino de cruceros, este año será la sede de la III Cumbre Centroamericana de Cruceros, evento que reunirá a representantes de los siete países de Centroamérica, para reunirse

con ejecutivos de cruceros y de las líneas miembros de la Florida Caribbean Cruise Association (FCCA).

En total se esperan más de 300 invitados internacionales, entre ellos ejecutivos y CEO de 15 líneas navieras, autoridades de puertos, sector privado, entre otros, encargados de la toma de decisiones y que en su conjunto movilizan más de 100,000 cruceristas.

Este evento es considerado el más importante de la industria en América Latina, y surge del crecimiento del mercado de la industria de cruceros en Centroamérica, han señalado los organizadores.

El Salvador participó en la Feria Cruise Shipping Miami 2015

El Ministerio de Turismo continúa su apuesta decisiva por colocar a El Salvador como un destino de cruceros. En ese marco, desde el pasado 18 de marzo una delegación de cuatro empresarios salvadoreños y el titular de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte participaron en la mayor feria de cruceros del: Cruise Shipping Miami 2015.

La feria especializada, que concluyó el 19 de marzo, es una de las más importantes en el segmento de cruceros, y la cual incentiva el turismo entre aquellas personas que frecuentan destinos con cruceros y eligen paquetes seleccionando arribos en nuevos destinos.

Asimismo, permite crear, por medio de mesas de negocios, el contacto con vendedores de destinos, así como organizadores de cruceros, para que El Salvador se convierta en un destino a visitar en las rutas que los mismos definan.

La delegación de empresarios turísticos presentes en la Cruise Shipping Miami estuvo conformada por: Avitours, Línea Ejecutiva, Salvadorean Tours y Tortuga Verde. Durante los primeros dos días el Ministro Duarte tuvo reuniones de alto nivel; en la



primera jornada, el Ministro Duarte se reunió con el **Vicepresidente de Relaciones Gubernamentales de la línea Royal Caribbean, Federico Denton**, con quien abordó temas sobre rutas y resultados del atraco del prestigio crucero Azamara el año pasado.

MITUR apoyó primer Congreso de innovación en la educación turística 2015

El Ministerio de Turismo brindó el respaldo al Buró de Convenciones de El Salvador, entidad privada que impulsará en nuestro país el primer congreso centroamericano "Capacitación e Innovación en la Educación y Formación Turística (CIEFT)" en la que participarán estudiantes centroamericanos, evento que busca proponer cambios significativos en la formación del ámbito turístico, al poner a su alcance las herramientas y las oportunidades para una educación de vanguardia y una actualización permanente.

Este es un evento con una plataforma probada en tres ediciones desarrolladas en ciudades de México como: Cancún, Puerto Vallarta y Puebla, reuniendo a más de 1,500 estudiantes. De estas ediciones se han derivado diferentes simposios con temáticas específicas y la futura instalación de Centros de Investigación Turísticas en tres universidades de México para este 2015.

"Sin duda el sector privado y público están comprometidos con el Turismo Salvadoreño. Ambas partes estamos impulsando acciones, por separado, para fortalecer la formación profesional del capital humano dedicado al turismo", señaló la Gerente de Turismo Interno de CORSATUR, Lic. Rita Cartagena.

Se espera que más de 300 estudiantes de turismo de El Salvador participen en esta capacitación. La idea es que al finalizar la jornada los jóvenes sean capaces de desarrollar sus productos basados en las necesidades locales como Pueblos Vivos, Cultura Maya, Grupos de Incentivos, Turismo Deportivo, Turismo de Reuniones, Congresos y

Convenciones. Además, se espera la participación de otros 200 estudiantes centroamericanos quienes después de esta experiencia serán los futuros promotores de El Salvador en el extranjero.

El Ministro participó en V Festival del Mango 2015

Como preámbulo a las vacaciones de Semana Santa, el Instituto Salvadoreño de Turismo, llevó a cabo el domingo 22 de marzo del presente año, en el Parque Acuático Ichanmichen, la quinta edición del "Festival del Mango 2015", el cual se desarrolla desde hace cinco años con el objetivo específico de seguir potencializando la identidad de los Pueblos Vivos y fomentar en las nuevas generaciones el valor de la gastronomía típica de El Salvador.

La apertura del evento que en esta oportunidad coincidió con la celebración mundial del "Día del agua", la inauguración fue hecha por Lic. José Napoleón Duarte Durán, Ministro de Turismo, la Licda. Dolores Henríquez de Funes, Directora Ejecutiva del ISTU y el Alcalde Municipal Dr. Francisco Salvador Hirezi Morataya, entre otras autoridades invitadas.

Entre las novedades que ofreció el "V Festival del Mango", el cual ya es una tradición entre los salvadoreños, es que por primera vez se coronó a la "Reina del Mango", la señorita Gabriela Beatriz Joma Bonilla, de 22 años de edad, originaria de Zacatecoluca y quien proviene de una familia dedicada a la producción de mangos en dicha zona.

Los asistentes tuvieron la oportunidad de disfrutar del "Festival Gastronómico", el cual año con año se ha ido caracterizando por ofrecer Platillos Gourmet elaborados a base de mangos por las arrendatarias del Parque Ichanmichen, entre ellos: cóctel de camarones con mango, pechugas de pollo en salsa de mango, pinchos de mango, pizza de mango, mousse de mango, sorbete de mango, pan dulce con jalea de mango,

ensalada de mango, sin faltar también los tradicionales platillos típicos como sopa de gallina india y carne asada, los cuales fueron acompañados por una deliciosa chicha, vino de mango o chaparro mezclado con jugo de mango.

MITUR anunció actividades religiosas para Semana Santa 2015

El martes 24 de marzo, el Viceministro de Turismo, Ing. Roberto Viera y los Alcaldes de Sonsonate, Sr. Roberto Aquino; edil de Nahuizalco, Dr. Jorge Willer Patriz, Ing. José Alfonso Guevara alcalde de Izalco, dieron a conocer los detalles de las actividades a desarrollarse en la denominada "La Ruta Semana Santa".

Los ediles invitaron a los salvadoreños a visitar los municipios, que año con año se destacan por el fervor religioso que conlleva las actividades alusivas a la Semana Santa.

"Las actividades que estos tres municipios organizan para la Semana Santa, un icono religioso y cultural que capta la atención de más de 50,000 turistas nacionales e internacionales, por su gran colorido", dijo el Viceministro de Turismo, Ing. Roberto Viera, durante la conferencia de prensa.

En el municipio de Izalco las actividades religiosas se desarrollaron durante la cuaresma, el miércoles de ceniza, desde las 5 am los feligreses pudieron contemplar la Sagrada imagen de Jesús de Nazareno, al mismo tiempo que en las parroquias Dolores y Asunción se imponía la ceniza a los feligreses.

Específicamente en Semana Santa el municipio de Izalco programó actividades religiosas que iban desde misas, vela de la sagrada imagen de Jesús de Nazareno hasta el Domingo de Resurrección, en el que se desarrolla la procesión de Jesús Resucitado.

En el municipio de Nahuizalco se realizaron procesiones del lunes al jueves Santo donde

se desarrollaron actos en los que se recrea el arresto y crucifixión de Jesús. Las actividades religiosas en Nahuizalco concluyen el domingo de Gloria con la procesión de Cristo Resucitado.

MITUR lanzó Pueblos Vivos Multidestinos 2015

El 25 de marzo el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, lanzó oficialmente el Programa Pueblos Vivos 2015, principal estrategia de dicha Cartera de Estado para estimular el desarrollo de la oferta turística e incentivar el turismo interno en el país.

Este año, el Ministerio de Turismo lanzó el programa Pueblos Vivos bajo un enfoque denominado "Producto Multidestino", que busca fortalecer el diseño y posicionamiento de circuitos y rutas turísticas, bajo una nueva plataforma basada en cuatro pilares: turismo, innovación, conectividad y asociatividad.

El nuevo enfoque de Pueblos Vivos permite mostrar a los turistas los municipios organizados por circuitos, a fin de organizar las regiones como producto Multidestino, obteniendo un producto por zona: occidente, central y oriente.

"Pueblos Vivos 2015 estará enfocado en los territorios organizados como oferta de multidestinos, tal y como se establece en la Política Nacional de Turismo, que busca fortalecer el diseño y posicionamiento de Circuitos Turísticos.", expresó el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, durante el lanzamiento oficial de Pueblos Vivos 2015.

En el evento se dieron a conocer las bases de participación de los municipios que se inscribirán este año al programa Pueblos Vivos, entre las que destacan: El concepto (la asignación de un nombre al circuito turístico); conocimiento (prueba de conocimientos técnicos sobre el programa Pueblos Vivos) y otros.



Ministro de Turismo juramentó a 22 nuevos CDT

En el marco del lanzamiento de Pueblos Vivos, el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán juramentó a 22 nuevos Comité de Desarrollo Turístico de los municipios de San Pedro Puxtla, San Francisco Menéndez, San Francisco Menéndez-Jujutla (CDT regional de playitas), Caluco, Nahuizalco, Quezaltepeque, San Pablo Tacachico, Santo Tomás, San Francisco Chinameca, San Antonio La Cruz, San Isidro Labrador, Citalá, San José Guayabal, Sensuntepeque, Jocoro, Jocoaitique, Guatajiagua, Carolina, San Antonio El Mosco, San Gerardo, Chirilagua, Poloros, Santa Ana y El Paisnal.

El crecimiento de estos CDT ha sido significativo año con año; en el 2009 se juramentaron 40 comités organizados, con los 22 municipios juramentados hoy la cifra asciende a 232 CDT's, de los cuales 6 son regionales y uno departamental. El Ministerio de Turismo espera que con la edición de Pueblos Vivos 2015, se pueda alcanzar los 262 CDT y al menos 10 regionales.

MITUR apoyó Torneo de Voleibol Playa en Apulo

En el marco de la Semana Santa el Ministerio de Turismo (MITUR), la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) y el Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU), en coordinación con la Asociación de Voleibol de Playa de El Salvador (AVPES), realizaron el lanzamiento de los "Torneos de Voleibol Playa 2015", denominado: "Promoviendo la Paz Social", el objetivo principal fue la masificación de esta disciplina en el país, la cual conllevó a mejorar el bienestar y la salud mental de todas las familias salvadoreñas, estimulando principalmente la prevención y educación de niños y jóvenes.

El Torneo representó un valioso avance en el desarrollo del "Turismo Deportivo de Playa", el cual se efectuó en una época estratégica como lo son las vacaciones de Semana Santa, en donde se recibe a un importante número de turistas nacionales y extranjeros. Es por ello que MITUR, CORSATUR, ISTU e Industrias la Constancia con su marca: Powerade, se unen a este esfuerzo, siendo Patrocinadores oficiales de esta actividad, la cual impulsa el desarrollo del turismo en el país.

Acciones desarrolladas durante Abril 2015



El Salvador esperó a 80,000 turistas vía terrestre en Semana Santa

Desde el pasado 28 de marzo, el ministerio de Turismo a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo desplegó a su personal de campo en las diferentes fronteras terrestres con el propósito de recibir a los turistas internacionales y de países vecinos durante la Semana Santa.

Los equipos fueron desplegados en fronteras como La Hachadura, ubicada en el departamento de Ahuachapán y San Cristóbal en Santa Ana, con material informativo de los principales destinos turísticos de El Salvador, calendario de actividades y artículos promocionales.

El flujo de turistas que ingresaron al país vía terrestre fue positivo. De acuerdo a un informe preliminar, la afluencia de turista de Guatemala, Honduras y Nicaragua, así como el resto de países de Centroamérica, superó hasta, a mediados de Semana Santa, los 45,000 visitantes.

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, aseguró que para esta Semana Santa se espera que ingresen al país vía terrestre un total de 80,000 visitantes internacionales, lo que representaría un crecimiento del 4.59% si se compara con el ingreso percibido durante el 2013 que fue de 76,486 visitantes. El funcionario explicó que la balanza turística vía terrestre fue favorable para El Salvador, y se estimó que únicamente 50,000 salvadoreños salieron del país por puntos fronterizos para visitar países vecinos, mientras que los que ingresaron al país por esta vía superará los 80,000.

“Las playas y los destinos de montaña siguen siendo el principal atractivo para los turistas centroamericanos a la hora de visitar El Salvador”, destacó el titular del ramo. Según las proyecciones de esta Cartera de Estado, al cierre de la Semana Santa se esperaba que 97,800 turistas ingresaran al

país (terrestre y aéreo). Por otra parte, los equipos de la institución informaron que el proceso migratorio en fronteras se mantuvo sin problemas, e incluso se desplegó personal adicional de Migración para agilizar el ingreso de vehículos y turistas en las fronteras.

Ocupación hotelera en las playas salvadoreñas superó el 86% en Semana Santa

El Ministerio de Turismo realizó un sondeo preliminar en los principales corredores turísticos del país, con el propósito de evaluar el desarrollo del turismo durante la Semana Santa. Hasta el 04 de abril, según datos preliminares, la ocupación hotelera en las playas de El Salvador superó el 86%, incluso destinos como El Tunco, El Sunzal y Punta Roca, registraron el 100%, principalmente de turistas internacionales.

Este crecimiento fue positivo si se compara con el cierre de la Semana Santa de 2014, cuando los destinos de la costa salvadoreña registraron una ocupación hotelera del 74%. Otros destinos de montaña como Ataco, en Ahuachapán, San Ignacio en Chalatenango, también registraron una afluencia positiva de turistas, y su ocupación hotelera superó el 65%. Mientras que los hoteles rurales, su ocupación superó el 50%.

Además, los municipios de Nahuizalco, Sonsonate e Izalco registraron un crecimiento positivo en la pernoctación de turistas. Los hoteles y pequeñas casas de huéspedes se encontraron en un 85% de su ocupación hotelera, y durante ese fin de semana fue del 100%.

Lo anterior, motivado por las actividades religiosas que se realizan en los tres municipios del occidente del país durante la Semana Santa, las cuales atraen a más de 50,000 turistas nacionales e internacionales

por día, aseguraron recientemente los ediles de dichas ciudades.

“Los equipos de MITUR ha constatado que los destinos turísticos más populares del país han tenido una afluencia positiva de turistas tanto nacionales como internacionales, lo que nos indica que las proyecciones tanto en el ingreso de visitantes como de divisas van a cumplirse al cierre de la Semana Santa” destacó el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte. Para esa temporada, el Ministerio de Turismo proyectó el ingreso de 97,800 visitantes internacionales e ingresos económicos por \$61.2 millones.

Destacó que la apuesta al turismo deportivo permitió captar mayor número de turistas a sitios como el Parque Acuático Apulo y la Costa del Sol, sitios donde el Ministerio de Turismo a través del Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) construyó estadios de fútbol playa para el desarrollo de este segmento.

Actualmente, la cancha de fútbol playa en la Costa del Sol fue el escenario principal del Premundial de Fútbol Playa, donde 16 selecciones buscan ser protagonistas y conseguir su pase al mundial.

Parques del ISTU con excelente afluencia

Por otra parte, el Instituto Salvadoreño de Turismo informó que los 14 parques recreativos que administra la institución se vieron abarrotados por las familias salvadoreñas durante la Semana Mayor. De acuerdo con las proyecciones, durante esa semana recibieron a 762 mil 779 excursionistas, lo que representó un crecimiento del 10% en comparación con el año anterior, donde se recibió a 690 mil 619 visitantes, se obtuvo para este año una diferencia de 72,160 personas más, quienes tuvieron a su disposición las 14 opciones que ofrece el ISTU, entre acuáticas y naturales, mismas que se ubican en ocho departamentos del país. Entre los parques más visitados figuran

Amapulapa, Balboa, Apulo, Ichanmichen y Siuhteahuacán.

Ministro participó en lanzamiento de Veca Airlines

El ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán participó en el lanzamiento oficial de VECA Airlines, la aerolínea 100 % salvadoreña que busca integrar Centroamérica.

Durante la actividad, la aerolínea presentó sus servicios diseñados con un alto estándar de calidad para satisfacer a gran escala las necesidades del mercado nacional y de la región, convirtiéndola en una opción distinta para hacer de cada vuelo una experiencia placentera y flexible para el bolsillo de los viajeros.

Las rutas que actualmente ofrece la compañía VECA Airlines son: El Salvador - Guatemala, El Salvador - Costa Rica. Guatemala - El Salvador, Costa Rica - El Salvador, Guatemala-Costa Rica y Costa Rica - El Salvador, esto vía El Salvador. VECA Airlines ofrece una flota integrada por aeronaves Airbus A319 con versatilidad, alta tecnología y confort. Los aviones albergan un amplio espacio para 144 asientos que brindan comodidad a los pasajeros y reciben más de 72 pruebas de mantenimiento antes de cada vuelo y cuentan con las más altas certificaciones internacionales de mantenimiento.

VECA Airlines con un gran equipo de profesionales se esmera por brindar un servicio completamente eficiente. Cuenta, además, con pilotos y tripulación que superan los 25 años de experiencia, quienes reciben una constante preparación en el Centro de Capacitación de Airbus de Miami, Estados Unidos.

Entre otras de las ventajas competitivas de esta nueva línea aérea, se encuentra un listado de tarifas justas y accesibles para el bolsillo de los pasajeros. De noviembre de 2014 a marzo de 2015 se han realizado 172

vuelos, alcanzando un 92 % de OTP (On time performance), transportando con éxito pasajeros entre El Salvador, Guatemala y Costa Rica, con tarifas, en promedio, más bajas que otras aerolíneas.

Turismo en Semana Santa generó \$61.8 millones en ingresos

Autoridades del Ministerio de Turismo y la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) dieron a conocer, el 10 de abril, los resultados obtenidos en la temporada de Semana Santa 2015, la cual se desarrolló bajo la campaña "Aquí el verano es...ardiente, colorido, vivo, intenso".

La llegada de visitantes internacionales para la temporada de Semana Santa reportó un crecimiento del 5% con respecto al año anterior, ingresando 98,672 turistas al país este año.

En total 79,659 visitantes ingresaron a El Salvador vía terrestre, el resto 19,013 lo hicieron vía aérea. Ambos rubros tuvieron un incremento del 4.15% y 8.69 %, respectivamente.

Por otra parte, la balanza turística del país vía terrestre, cerró de forma positiva; es decir, que entran más turistas de los salvadoreños que salen del país.

En cuanto a ingresos económicos, las autoridades dieron a conocer cifras positivas, pues los ingresos que la actividad turística generó en ese período sobrepasaron las proyecciones anunciadas por el titular del Ministerio de Turismo. La derrama económica fue de \$61.8 millones, un 13.4 % más si se le compara con el 2014.

Por otra parte en la ocupación hotelera, las expectativas también fueron superadas, por ejemplo los hoteles de playa tuvieron una ocupación de hasta el 90%; los hoteles de montaña estuvieron en un 78%, seguido de los hoteles rurales con un 55.89%, mientras que los hoteles de ciudad ocuparon el 50%. Más de 15,000 personas visitaron la Costa del Sol

El Pre mundial de Fútbol playa, que se desarrolló del 28 de marzo al 4 de abril en la Costa del Sol, registró una afluencia de 15,000 mil personas, lo que detonó un crecimiento en la ocupación hotelera y afluencia de comensales en la zona. Mientras tanto en el Estadio de Apulo se desarrolló el Torneo de Voleibol de playa, en la que se registró una afluencia de 3,000 mil personas, quienes se hicieron presentes para disfrutar de dicho evento deportivo.

MITUR invertirá \$25 Millones en zona costero marina

El Ministerio de Turismo invertirá en los próximos 5 años \$25 millones de dólares para el desarrollo de la zona costero marina de El Salvador, fondos procedentes del préstamo con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) que fue ratificado este 09 de abril por la Asamblea Legislativa con 56 votos.

Este proyecto marca un precedente importante para el Turismo, ya que por primera vez la Asamblea Legislativa aprueba un préstamo millonario para dar un impulso decisivo al desarrollo de dicha industria en El Salvador, la cual ha mostrado un crecimiento sostenido desde 2009.

Solo en 2014, el Turismo generó 50,000 empleos formales e ingresos al país por más de \$1,100 millones. Además, se reportan inversiones en turismo (hoteles, restaurantes, servicios turísticos y otros) por más de \$125 millones.

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán explicó en conferencia de prensa que "el Programa de Desarrollo Turístico de la Franja Costero Marina, busca poner en valor los atractivos turísticos con los que cuenta El Salvador del Puerto de La Libertad y Bahía de Jiquilisco, en Usulután".

Agregó que tras la ratificación, el MITUR comenzaría el proceso de conformación de la Unidad ejecutora, firma de convenios

con las 11 municipalidades beneficiadas, la cual tomaría un tiempo aproximado de seis meses.

Posteriormente, se iniciaría los procesos de licitación para los grandes proyectos que, por el monto a invertir, tomaría un tiempo aproximado de tres meses. "El año pasado, actualizamos dos proyectos: construcción de la plaza marinera, en La Libertad, y la transformación de espacios para facilitar acceso turístico en la Bahía de Jiquilisco, son proyectos ya avanzados y que serían de los primeros en ejecutar", dijo Duarte.

Agregó que otro de los grandes proyectos a ejecutar es la instalación de una planta de tratamiento en la Playa El Tunco, lo que dará sostenibilidad al destino.

Detalles generales del préstamo BID

El Programa de Desarrollo Turístico de la Franja Costero Marina contempló cuatro componentes: Puesta en valor de atractivos turísticos, emprendimiento local, gobernanza turística, gestión ambiental. Son \$11.62 millones los que se invertirán en el componente "Puesta en valor de atractivo turísticos", que busca potenciar los bienes públicos para incrementar la intensidad de visita y la estadía de los turistas en los departamentos de La Libertad y Usulután.

Este componente incluye la construcción de la Plaza Marinera en el Puerto de La Libertad en la que se invertirá \$3.6 millones y la construcción del parque de aventuras Walter Deininger en el que se destinarán \$2.7 millones.

Se fomentará el "Emprendimiento local turístico" en La Libertad y Usulután, mejorando la calidad del servicio que ofrecen, también se pretende distribuir de forma más equitativa los beneficios que generan en la población local, para tal componente se tienen previsto invertir \$1.90 millones.

Por otra parte, se destinarán \$3.18 millones en el componente "Gobernanza Turística", con el que se busca fortalecer las capacidades de gestión turística a nivel nacional y local, y de forma articulada entre los actores en La Libertad y Usulután.

Para la "Gestión ambiental" se ejecutarán \$6.53 millones, que se destinarán para la conservación de los recursos naturales que son la base de la actividad turística en las zonas de intervención. El resto de los fondos, equivalente a \$1.77 millones se utilizarán para la administración del programa que incluye una unidad coordinadora, auditoría y monitoreo y evaluación.

El Programa de Desarrollo Turístico de la Franja Costero Marina beneficiará a 268 mil personas, generará 3 mil 053 empleos formales en los municipios de intervención; Así mismo apoyará a 876 empresas turísticas, principalmente a las micro y pequeñas empresas.

Ministro participó en programa Diálogo Joven

Las diferentes medidas gubernamentales para promover el turismo en el país ya han dado los resultados esperados e inyectado dinamismo a la economía, así lo afirmó el ministro del ramo, José Napoleón Duarte, durante el cuarto programa "Diálogo Joven", el espacio de interacción impulsado por Transparencia Activa, a través de la Secretaría de Participación Ciudadana, Transparencia y Anticorrupción.

Entre las temáticas abordadas por los estudiantes universitarios y los jóvenes representantes de organizaciones estuvieron el incentivo para que extranjeros visiten el país, las proyecciones que tiene la institución para promover el turismo en el Centro Histórico capitalino y cómo se contrarresta la percepción de inseguridad divulgada a través de los medios de comunicación a nivel internacional.

El funcionario dijo que desde que se asumió la administración de la cartera estatal en 2009 se pensaron en dos estrategias que promovieran el turismo a nivel interno y externo, entre estas destacó las marcas “El Salvador impresionante” y “Pueblos Vivos”, que surgen como una idea para ligar al pueblo y generar su desarrollo.

“La idea fue que ambas marcas pudieran complementarse e ir destacando el sector turístico a nivel nacional e internacional y poder producir rendimientos y, además, que fueran recíprocos los beneficios que producirían estas dos grandes marcas y que nos permitiesen generar empleo, ingresos, desarrollo e infraestructura”, comentó Duarte.

Agrego también “En el año 2009 el país recibía menos de \$500 millones anuales y en todos estos años hemos tenido un buen ascenso, ya que en el 2014 las divisas alcanzaron los \$880 millones. Hemos superado los últimos 32 años de divisas internacionales por el sector turismo. Hoy representa el 3.5% del Producto Interno Bruto (PIB) y al 2014 representa el sector más dinámico de la economía, al superar al sector del café y esperamos para este año un cierre importante que supere los \$1,000 millones, la cifra también se ha superado con el programa ‘Pueblos Vivos’ y se han obtenido divisas por un monto de \$125 millones anuales”.

El Salvador tiene segmentado cuatro mercados de interés para los turistas: uno es el centroamericano, el otro es el de Estados Unidos, México y Canadá que representa el 36% de las visitas al país, así como el suramericano y el europeo.

En el tema de seguridad, que fue otra de las preguntas formuladas por los jóvenes, el ministro respondió que se está contrarrestando a través de campañas nacionales e internacionales, al tiempo que consideró que no se puede persuadir al turista únicamente con que se les diga que

se tiene una policía de turismo, o un consejo de seguridad, sino utilizando una buena estrategia de la comunicación.

En cuanto al desarrollo de proyectos en el Centro Histórico adelantó que ya se trabaja e impulsan pequeñas iniciativas como la Ruta Monseñor Romero, asimismo anunció que se elabora una estrategia de asistencia para el turismo que se desarrollará en esa zona capitalina.

Otras de las interrogantes consistieron en las estrategias para impulsar el turismo sostenible y medioambiental, cuál es la interacción con las universidades para conocer de la oferta académica y los requerimientos de personal capacitado en esta área.

“Creo que en el turismo sostenible es necesario conservar la fauna y flora de nuestro país y lo hemos incluido en la Política Nacional de Turismo. En el tema de las universidades se requiere capacitar cocineros profesionales para atender las demandas culinarias de los visitantes”, consideró Duarte

En cuanto al espacio creado por Transparencia Activa para que los jóvenes conversen con los funcionarios, Edén Escalante estudiante de la Universidad de El Salvador consideró que es un ejercicio muy importante para que la juventud se exprese.

“Creo que este espacio no solo es de apertura para que se pregunte a los tomadores de decisión, sino también de propuestas, ya que los jóvenes podemos hacer aportes a todas las temáticas de la realidad nacional”, dijo el estudiante.

Ministro inauguró Festival del Jocote Barón Rojo

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, junto al Alcalde del municipio de San Lorenzo, Walter Ortiz; la Directora Ejecutiva del ISTU, Licda. Dolores Henríquez de Funes y autoridades de Conamype inauguraron la IV Feria del Jocote Barón

Rojo, desarrollado en San Lorenzo Ahuachapán.

La actividad año con año atrae a turistas nacionales y extranjeros y se ha convertido en una fuente de economía para los lugareños que comercializan los productos derivados del jocote.

Precisamente San Lorenzo es conocido como la cuna del Jocote Barón Rojo, debido a su amplia producción que ronda las 800 manzanas y han ofrecido a los consumidores más de 20 toneladas de este fruto.

En el 2012, cuando inició este festival la afluencia fue muy poca. Hoy después de cuatro años se observa un flujo masivo de visitantes y cada vez más microempresarios comercializando sus productos derivados del Jocote.

Viceministro expuso proyecto BID en Radio y TV Legislativa

El pasado 14 de abril, el Viceministro de Turismo, Ing. Roberto Viera conversó con el periodista Alfonso Portillo en Televisión Legislativa y Radio Legislativa simultáneamente sobre la ratificación del préstamo de \$25 millones para el sector turístico, provenientes del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) aprobado con 56 votos por los diputados de la Asamblea Legislativa.

Este proyecto marca un precedente importante para el Turismo, ya que por primera vez la Asamblea Legislativa aprueba un préstamo millonario para dar un impulso decisivo al desarrollo de dicha industria en El Salvador, la cual ha mostrado un crecimiento sostenido desde 2009.

Solo en 2014, el Turismo generó 50,000 empleos formales e ingresos al país por más de \$1,100 millones. Además, se reportan inversiones en turismo (hoteles, restaurantes, servicios turísticos y otros) por más de \$125 millones.

El funcionario explicó que "el Programa de

Desarrollo Turístico de la Franja Costero Marina, busca poner en valor los atractivos turísticos con los que cuenta El Salvador del Puerto de La Libertad y Bahía de Jiquilisco, en Usulután".

Reconocieron desempeño de la selección de fútbol playa

El Ministro de Turismo Lic. José Napoleón Duarte Durán, participó en el acto oficial donde el presidente de la República, Salvador Sánchez Cerén, reconoció a la selección de fútbol playa por su excelente desempeño en el Pre mundial de su modalidad celebrado en la Costa del Sol.

"Hoy podemos decir que el compromiso de honor entre ustedes y su país es la inspiración que les ha permitido llegar tan lejos", aseguró el mandatario a los seleccionados y al cuerpo técnico, en una ceremonia realizada en el Salón de Honor Presidencial Óscar Arnulfo Romero, en Casa Presidencial.

En el acto también estuvo presente el presidente del Instituto Nacional de los Deportes de El Salvador (INDES), Jorge Quezada, el presidente de la Federación Salvadoreña de Fútbol (FESFUT), Jorge Rajo, familiares de los integrantes del equipo y estudiantes de centros escolares en las islas La Pirraya y Rancho Viejo, así como de la zona de la Barra de Santiago, lugares de origen de buena parte de los seleccionados.

El reconocimiento entregado por el Presidente Cerén consistió en un trofeo para cada uno de los seleccionados, un estímulo económico y una placa en la que se reconoce su esfuerzo y trayectoria.

El jefe de Estado también reafirmó el compromiso de "mantener nuestro respaldo a la Selección Nacional de Fútbol Playa" por medio "del estímulo económico que el gobierno ha entregado mensualmente

desde el 2011 a los jugadores y cuerpo técnico”.

El seleccionado José Roberto Membreño dirigió unas palabras de agradecimiento al presidente Sánchez Cerén y a los demás funcionarios de gobierno por el apoyo que han brindado a la Selección.

“Esta muestra de cariño y confianza que hoy nos dan nos hace comprometernos más para dar lo mejor. Seguimos trabajando duro para responder a la confianza y al apoyo de ustedes, principalmente a la afición”, dijo el seleccionado.

En el acto el presidente de la FESFUT también hizo entrega de una placa de reconocimiento al mandatario salvadoreño, en agradecimiento al apoyo que brindó a la Selección Nacional de Fútbol Playa durante el pasado Campeonato de Fútbol Playa CONCACAF 2015, así como una camiseta de la Selección y un balón firmado por sus integrantes.

MITUR lanzó certificación de calidad en alojamiento

El pasado 15 de abril, el Ministerio de Turismo, a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) y el Organismo Salvadoreño de Normalización (OSN), lanzaron el Programa de Certificación de Calidad Turística, que busca certificar a los establecimientos que cumplen con estrictos procesos que aseguran la calidad, seguridad y profesionalidad de sus servicios.

Tras dicha convocatoria, las autoridades buscan que 10 empresas dedicadas al rubro de alojamiento afiliadas al Registro Nacional de Turismo inicien el proceso de certificación. Como parte del apoyo al sector, las empresas contarán con el financiamiento de más del 50% del costo de dicha Certificación.

Los hoteles serán sometidos a todos los

procedimientos establecidos por el OSN y evaluados en base a la norma de calidad turística NTS 03.44.01:12 Norma de calidad turística de servicios e instalaciones para pequeños y medianos hoteles, hostales y aparta hoteles, que incluye revisión de instalaciones, procedimientos de check in, check out, y procesos de atención al cliente, entre otros. La inversión para este proyecto asciende a \$15,000.

“Estamos convencidos que la calidad en los servicios está ocupando un lugar primordial entre los turistas internacionales, por lo que es importante comenzar a distinguir los servicios de la industria turística y lograr que el destino tenga mayor competitividad”, dijo el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, durante el lanzamiento del programa.

Destacó que para implementar este proyecto, el OSN se ha comprometido a proporcionar servicios de Certificación para empresas turísticas, inicialmente en el sector alojamiento. También desarrollará Normas Técnicas salvadoreñas para el sector turismo; otorgar la marca de conformidad o sello de calidad turística a las empresas que se certifiquen y desarrollar actividades de sensibilización y capacitación de la calidad entre el sector turismo.

Por su parte, La Corporación Salvadoreña de Turismo aportará el financiamiento parcial para las MIPYMES turísticas que apliquen a los procesos de certificación de las empresas ante el OSN. También brindará asistencia técnica a los empresarios en la divulgación de la norma de calidad aplicable a su empresa.

CORSATUR además, formará parte del comité de Certificación Turística de acuerdo a los requisitos técnicos definidos por el OSN y proporcionará material impreso de la recopilación de las Normas Técnicas Salvadoreñas de turismo que emita el Organismo Salvadoreño de Normalización.

El funcionario explicó que como parte de

las jornadas de sensibilización, CORSATUR ha entregado alrededor de 6,000 libros con la recopilación de normas vigentes de calidad a 2011, de forma gratuita a empresarios, estudiantes y demás actores del sector.

MITUR y AVIANCA lanzaron proyecto "Descubre Centroamérica"

Por cuarto año consecutivo Avianca y la Industria del Turismo de Centroamérica se unen por el turismo de la región con "DESCUBRE CENTROAMÉRICA".

Una inversión conjunta de aproximadamente USD\$132,000 en promoción publicitaria y el desarrollo de productos especiales con descuentos de hasta el 40% son parte de esta iniciativa.

Se ofreció una Tarifa intra Centroamericana de US\$249 (impuestos incluidos) y desde Centroamérica hacia México DF y Cancún de US\$449 (impuestos incluidos) que estarían a la venta del 13 al 20 de abril, para viajar del 13 de abril al 12 de junio.

En un esfuerzo conjunto, la aerolínea Avianca, los Ministerios de Turismo de El Salvador, Nicaragua y Panamá, mayoristas de turismo y proveedores de servicios turísticos de la región impulsan el programa "Descubre Centroamérica".

La iniciativa cuenta con aproximadamente USD\$132,000 de inversión conjunta de los Gobiernos y la aerolínea Avianca para promover el turismo intrarregional.

El programa Descubre Centroamérica es una iniciativa público-privada que incluye el desarrollo de tarifas aéreas de descuento y paquetes vacacionales con descuentos de hasta un 40%, aportes promocionales y una campaña publicitaria conjunta.

Apuestan a la mejora de imagen de Panchimalco

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán anunció el viernes 17 de abril, una serie de iniciativas que contribuirán a mejorar la imagen turística del municipio de Panchimalco.

El funcionario anunció, durante su discurso, que próximamente será entregado un Plan Maestro de Desarrollo Turístico al municipio, el cual propondrá un conjunto de objetivos, estrategias y acciones que en su conjunto determinan el rumbo a seguir para el desarrollo del turismo.

"Panchimalco es un municipio que alberga destinos turísticos tradicionales para las familias salvadoreñas como lo es La Puerta del Diablo, los cuales buscamos reconvertirlos y volverlos más atractivos. Es así que vamos a darles las bases técnicas para que puedan lograr este cometido", expresó el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán.

En dicha campaña participaron alrededor de 70 personas, entre personal del Ministerio de Turismo, la Corporación Salvadoreña de Turismo, miembros del CDT miembros de iglesias y residentes de Panchimalco, interviniendo en Barrio Concepción, acceso principal al Parque Acuático y acceso secundario al Parque Acuático y Barrio El Calvario durante la jornada.

La campaña, también es parte de una promesa cumplida por el Gobierno Central, pues la sugerencia de algunos residentes se manifestó durante el programa "Gobernando con la gente" realizado en el municipio.

La Corporación Salvadoreña de Turismo también entregó y colocó depósitos de basura reciclable y no reciclable, para mantener el ornato y limpieza del municipio limpio. Así mismo 1 parada de buses, 1

canopy, 1 Estación Interpretativa y asistencia técnica.

Juramentaron a Comité de Desarrollo Turístico de Panchimalco

En el mismo evento, el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán juramentó al nuevo Comité de Desarrollo Turístico del municipio, fundado desde el año 2010, el cual ha sido reestructurado recientemente. El presidente del CDT es el Prof. Jorge Alberto Olmedo.

Actualmente Panchimalco cuenta con dos empresas inscritas en el Registro Nacional de Turismo y entre sus atractivos turísticos destaca la Puerta del Diablo, el Parque Balboa, Parque de la Familia, el Mirador, Casa Salarrué, la Iglesia Colonial, Posada del Ángel, Mercado Municipal de Artesanías

MITUR presentó plataforma Stop Over El Salvador y primeros resultados

El Vicepresidente de la República, Lic. Óscar Ortiz junto al Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán lanzaron oficialmente el pasado 22 de abril, la plataforma digital “El Salvador Stop Over”, proyecto que exime de impuestos de viajes a pasajeros en tránsito en el Aeropuerto Internacional Óscar Arnulfo Romero y Galdámez, con el propósito que hagan turismo en el país hasta por 48 horas.

De acuerdo a las estimaciones, los turistas reportan un ahorro de \$180 en gastos de penalidad de la aerolínea y gastos de salida del aeropuerto al optar por el Stop Over.

“Creo firmemente que hemos emprendido un camino exitoso junto al sector privado y otras instituciones gubernamentales para que El Salvador sea cada vez más un centro de atención turística mundial, gracias a sus atractivos turísticos y facilidades para visitar el país”, expresó el Ministro de Turismo Lic. José Napoleón Duarte Durán.

Guillermo Barrientos, empresario turístico agremiado a la Cámara Salvadoreña de Turismo, explicó la plataforma web www.elsalvadorstopover.com donde los turistas podrán acceder a los servicios turísticos, desde tours diarios, estadia en hoteles, renta de autos y paquetes turísticos hasta por 48 horas.

Señaló que se podrá acceder al Stop Over pre-comprando el servicio turístico al momento de adquirir el boleto aéreo u optar por la opción One Day Tour y adquirirlo en el Aeropuerto de El Salvador.

Asimismo, al comprar el boleto a través de agencia de viajes favorita o en www.avianca.com, si el pasajero especifica que desea alargar su escala en El Salvador hasta un máximo de 2 días, automáticamente forma parte de este programa y su boleto no tendrá incrementos en su valor. De igual manera se eliminan los impuestos y se podrá optar a los servicios turísticos.

El Ministro aseguró que los precios establecidos para los tours por el sector privado son competitivos que van desde los \$35 a \$95 por persona, e incluye asesoría, acompañamiento y transporte durante el recorrido.

En septiembre de 2014, esta Cartera de Estado firmó junto a CEPA y Migración la institucionalidad del proyecto, que dio paso a la coordinación del proyecto y el montaje de toda la plataforma web y capacitación de los touroperadores que ofrecerán el servicio, así como del Team Stop Over, dedicado a la asistencia del turista; y de la campaña internacional para difundir el proyecto.

Resultados obtenidos

Desde la puesta en marcha del Stop Over, El Salvador ha recibido un total de 45 turistas internacionales, quienes En total 45 personas provenientes de países como Estados

Unidos, Canadá, España, Colombia, Brasil, Chile, Costa Rica, México y Belice. En total 11 visitantes han pernoctado en el país.

El 21 de febrero arribó el primer grupo de siete personas provenientes de Estados Unidos, y fueron atendidos por las empresas Salvadorean Tours y Nahuat Tours.

El pasado 23 de febrero se sumaron 11 canadienses que durante su tránsito por el aeropuerto decidieron hacer turismo en el país y pernoctar.

A finales del mes de febrero se recibió a un grupo de 10 personas provenientes de China-Taiwán, fueron atendidos por la empresa salvadoreña Green Blue Red, visitando sitios turísticos tales como Costa del Sol y San Salvador.

Según estadísticas de la Comisión Ejecutiva Portuaria Autónoma anualmente en el Aeropuerto circulan más de 2 millones de personas provenientes de diferentes países, de estos 763,837 son pasajeros en transbordo.

MITUR culmina proyecto con Comunidades Indígenas

El Viceministro de Turismo, Ing. Roberto Viera dio a conocer, el jueves 23, los resultados del proyecto denominado "Fortalecimiento de las Capacidades Emprendedoras de las Comunidades Indígenas del Departamento de Sonsonate, El Salvador por medio del Ecoturismo".

El proyecto logró el propósito de reducir la marginación de las comunidades indígenas de Sonsonate, a través de la inserción productiva de una estrategia de integración en el fortalecimiento de las capacidades de 48 líderes y lideresas de seis comunidades indígenas (Santo Domingo de Guzmán, San Antonio del Monte, Izalco, Nahuizalco, Cuisnahuat y San Julián); desde ese día el sector tiene la capacidad de coordinar y promover actividades turísticas aprovechando sus recursos locales.

"A través de este proyecto, el Ministerio de Turismo quiere contribuir al bienestar de los pueblos indígenas de El Salvador y sumarse al reconocimiento constitucional de su existencia ya que se estima que representan el 10% de la población total, equivalente a unas 627,000 personas, según el perfil de los Pueblos Indígenas en El Salvador del Banco Mundial", expresó el Viceministro de Turismo, Ing. Roberto Viera.

Desde junio 2014, las comunidades indígenas recibieron una serie de talleres con el objetivo de fomentar las capacidades empresariales a través del emprendedurismo Ecoturístico para fortalecer su identidad cultural y mejorar su condición económica y social.

Los líderes pertenecen a la Asociación Coordinadora de Comunidades Indígenas de El Salvador (ACCIES), ejecutores de este proyecto que fue financiado por el Fondo Hemisférico de Turismo (\$25,000), el Ministerio de Turismo (\$5,000) y una contraparte de la asociación coordinadora de comunidades indígenas de El Salvador (\$4,000).

El Salvador fue el primero de tres países en acceder a los fondos. Ecuador y Trinidad y Tobago también lograron dicho beneficio al presentar de igual manera proyectos enfocados en reducir la marginación y pobreza a través del turismo.

Entregan equipo tecnológico valorado en \$1,500

En el marco de clausura del proyecto "Fortalecimiento de las Capacidades Emprendedoras de las Comunidades Indígenas del Departamento de Sonsonate, El Salvador por medio del Ecoturismo", se hizo entrega de tecnología que consiste en una computadora portátil, una impresora, un proyector y una cámara, valorado en \$1,500 a la Asociación Coordinadora de Comunidades Indígenas de El Salvador para



que continúe promocionando turísticamente a los municipios beneficiados en el proyecto. Así mismo se entregaron 700 folletos promocionales de la Ruta Nahuat Pipil.

MITUR firmó acuerdos para la puesta en marcha del proyecto BID.

Autoridades del Ministerio de Turismo junto a la Corporación Salvadoreña de Turismo, Instituto Salvadoreño de Turismo y la empresa privada firmaron el martes 28 de abril, una serie de acuerdos interinstitucionales que acredita la puesta en marcha del proyecto BID, en el que se invertirán \$25 millones en la zona marina costero, en los próximos cinco años.

En total se firmaron cuatro documentos; el primero de ellos es el Acuerdo de Conformación de la Unidad Coordinadora del Programa (UCP), que entre sus múltiples gestiones estará promover y diseminar el Programa ante beneficiarios, organismos privados, gremios empresariales, comunidad local y otros.

Esta comisión base, estará conformada por un coordinador general del programa, un especialista en proyectos, en administración financiera, en adquisiciones, en jurídico, una asistente administrativa, un responsable de monitoreo y evaluación y un especialista ambiental.

“Son 11 municipios favorecidos. Son 11 municipios que en su conjunto representará un beneficio común para 268,126 personas; generando 3,053 empleos formales y directos en turismo y 876 empresas turísticas en 11 municipios de los Departamentos de La Libertad y Usulután”, agregó el funcionario.

También se firmó el Anexo de Ejecución del Programa, que es el convenio marco de cooperación interinstitucional entre el MITUR, CORSATUR e ISTU donde se establecen compromisos y

responsabilidades durante la ejecución de este proyecto.

Asimismo, la Carta de Apoyo Mutuo CORSATUR-CASATUR, donde se expresa públicamente su compromiso para brindarse apoyo recíproco en la implementación de los proyectos derivados del contrato de préstamo denominado Programa de Desarrollo Turístico de la Franja Costero-Marina.

Durante el acto, se juramentó la Comisiones Interinstitucionales, responsables de realizar la socialización del Programa, quienes elaborarán los cronogramas de visitas de sensibilización a los Municipios favorecidos por el mismo y estarán integradas por miembros de CORSATUR, ISTU y MITUR.

El Programa de Desarrollo Turístico de la Franja Costero Marina contempla cuatro componentes: Puesta en valor de atractivos turísticos (\$11.62 millones), emprendimiento local (\$1.90 millones), gobernanza turística (\$3.18 millones) y gestión ambiental (\$6.53 millones).

Entre las principales acciones a implementar están: Plan de comunicación y participación en el programa, Plan de monitoreo de la calidad ambiental en las áreas del Programa, COSTA DEL BÁLSAMO-PUERTO DE LA LIBERTAD: Plan de manejo, EL TUNCO: Proyecto e implementación de saneamiento ambiental, entre otros.

MITUR realizó feria de eficiencia energética y medio ambiente.

El pasado 29 de abril, el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán inauguró la primera Feria de Eficiencia Energética y Medio Ambiente, actividad celebrada en el marco del Día Internacional de la Tierra (22 de abril) y la cual fue apoyada por el Consejo Nacional de Energía (CNE).

La actividad se desarrolló en el marco de la “Iniciativa Gubernamental para el buen uso de la Energía 2015”, a través de la Guía de

Desarrollo: "Jornada Institucional en el Mes de la Eficiencia Energética", lideradas por el CNE.

El objetivo primordial de esta actividad fue promover el uso adecuado de los recursos energéticos entre todos los empleados públicos y población en general según la competencia de cada Comité.

"El Turismo y eficiencia energética son vinculantes a la hora de hablar del desarrollo sostenible y su impacto en el medio ambiente. Como Ministerio de Turismo estamos conscientes de la importancia de cuidar nuestro entorno y por eso hemos girado iniciativas para promover acciones de explotación responsable del turismo", expresó el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, durante la inauguración de la Feria.

Con estas iniciativas, el Ministerio de Turismo busca promover nuevas tecnologías amigables con el Medio Ambiente para las empresas turísticas, empresarios de la industria turística tales como Hotelería, Restaurantes y Turoperadores, mostraron interés.

Durante el acto oficial, el Ministro de Turismo realizó la entrega simbólica del Manual de Recomendaciones para el uso eficiente de la energía en el Gobierno Central, a los miembros del Comité de Eficiencia energética de CORSATUR.

El manual contiene consejos para el buen manejo de los equipos de oficina, aires acondicionados, buenas prácticas para el ahorro de combustible, en otros, con el propósito de incentivar el buen uso y consumo racional de la fuente de energía, explicó el titular del Turismo.

Durante la jornada, se desarrollaron una serie de ponencias encaminadas a sensibilizar sobre la importancia del buen uso de los recursos energéticos y la puesta en práctica en las empresas del rubro, la

primera intervención estuvo a cargo del Ing. Tomás Alas, especialistas del Centro Nacional de Producción más Limpia, con la ponencia "Producción más limpia en el Sector Turismo y Eficiencia Energética del sector Turístico".

"Energías limpias en sector Turismo"; "Eficiencia Energética en los transportes" y "Eficiencia Energética: Tecnologías de ahorro de alto impacto y retorno rápido, como herramienta para reducir costos operacionales en el sector micro, mediano y gran hotelero" fueron algunas de las ponencias que destacaron durante la jornada.

MITUR entregó obras de infraestructura turística en Cojutepeque

El Ministerio de Turismo, a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), entregó el jueves 30 de abril, el proyecto de mejoramiento de la Plaza Turística en el Cerro de las Pavas, ubicado en Cojutepeque, Cuscatlán como parte del apoyo de esta Cartera de Estado a los municipios con potencial turístico del país.

El acto estuvo presidido por el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, la alcaldesa de Cojutepeque Doña Rosa Guadalupe Serrano de Martínez, Diputado Departamental de Cuscatlán, Ing. Alberto Armando Romero y la Sra. Gobernadora Política Departamental, Licda. Rosibel Beltrán López.

La obra se desarrolló en un periodo aproximado de dos meses. La inversión pública asciende a \$51,776.15. La obra de infraestructura turística del Cerro de las Pavas consiste en la colocación de seis kioscos, que incluyen ventanas, puertas, cubierta de techo, sistema hidráulico y eléctrico, pintura de acabado en general, jardineras externas, entre otros componentes.

Asimismo, se instaló adoquines de color, remodelación de los servicios sanitarios para



mujeres y hombres, mobiliario urbano, sistema hidráulico de agua potable. El lugar ahora cuenta con un muro de contención. Entre otras mejoras destaca la ornamentación de plantas decorativas y contra la erosión del suelo.

“Estas obras de infraestructura aportan un valor turístico importante al municipio. Estamos mejorando las condiciones del destino para que los más 50,000 turistas nacionales e internacionales que visitan el Cerro de Las Pavas solo en el mes de mayo (por la romería a la Virgen de Fátima), puedan tener las condiciones idóneas”, destacó el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, durante la inauguración de la Plaza Turística.

Por su parte, la alcaldesa de Cojutepeque Doña Rosa Guadalupe Serrano de Martínez, destacó que la municipalidad también ha realizado obras complementarias superiores a los \$100,000 con el fin de potenciar la zona como destino turístico religioso competitivo.

“Como Alcaldía hemos ejecutado otros proyectos como 100 metros cuadrados de

esta pérgola, habilitación de agua potable, instalación de tanques de captación de agua potable, construcción de 2 pozos resumideros para aguas grises y otras obras que superan los \$100,000”, destacó Serrano.

Firma de Convenio

Para garantizar el Mantenimientos de la imagen urbanística de la Plaza Turística del Cerro de las Pavas, la Alcaldía municipal de Cojutepeque suscribió un convenio con CORSATUR que tendrá vigencia de un año. El convenio tiene como objetivo contribuir, apoyar y promocionar el sitio como destino religioso, así como garantizar el mantenimiento de las obras.

6. Información clave por Áreas de Gestión, Seguimiento y Medición de los Objetivos y Metas del POA de forma bimensual con su respectivo análisis de resultados.

PRESIDENCIA

Unidad organizativa que tiene como objetivo: Fortalecer al Ministerio de Turismo y sus adscritas, colocándolo como uno de los principales actores del sector económico.

Presidencia, como unidad estratégica, con un desempeño encaminado al buen funcionamiento institucional, tiene entre sus funciones: Velar por la ejecución de las resoluciones de la Junta Directiva; Ejercer la representación judicial y extrajudicial de la Corporación; Nombrar a Gerentes y demás personal, pudiendo delegar esta función en el Gerente General; Estudiar y revisar en coordinación con el Gerente General, o quien haga las veces de éste, los asuntos que deba conocer la Junta Directiva y someter oportunamente a consideración; Ejercer atribuciones y facultades que le corresponden conforme a la Ley y a las Normas Técnicas de Control Interno específicas de CORSATUR; Gestionar alianzas estratégicas para lograr los objetivos institucionales; Representar a la Institución dentro y fuera del país para el desarrollo del sector turismo; Velar por la gobernanza institucional con relación a la Junta Directiva; y Velar por el cumplimiento de la normativa, a través de la Gerencia General y auditoría interna.

Al respecto, cuenta con un Plan Operativo Anual, es decir con un documento guía para conocer el marco en el cual deberá desarrollarse cada actividad operativamente durante el año, con macroactividades relacionadas a reuniones de Junta Directiva, misiones oficiales y asesoría jurídica, permitiendo dos tipos de mediciones:

- a) Medición estratégica, la cual se asocia al eje estratégico de la institución de Gestión y Gobernanza Turística para posicionar al país como un destino turístico sostenible y competitivo; y
- b) Medición operativa basada en las macroactividades, encaminadas a la operatividad de las acciones en el despacho de Presidencia CORSATUR.

En cuanto a la medición estratégica se especifica que Presidencia logra como metas, realizar reuniones mensuales de Junta Directiva, en las que se toman decisiones estratégicas para la ejecución de proyectos trascendentales de la institución, asistir en misiones oficiales para promover el país en el extranjero, y finalmente la asesoría jurídica, en la toma de decisiones

En cuanto a la medición operativa a continuación se presenta en forma gráfica su seguimiento:

➤ **A1 - Reuniones de Junta Directiva y Presidencia:**

La meta es: **“Realizar reuniones mensuales para definir lineamientos estratégicos y toma de decisiones de la Corporación”**, el período de medición del indicador correspondiente a esta meta es mensual, a continuación se presenta el gráfico comparativo de resultados obtenidos de la operatividad de la macroactividad en cuestión.



Tabla de Datos	2015	
Número de Reuniones	Marzo	Abril
Planificado	1	1
Ejecutado	1	1

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se cumple con la planificación establecida de forma bimensual.

➤ **A2 - Misiones Oficiales:**

La meta es: **“Representar al país internacionalmente en eventos y actividades relacionadas al turismo”**, el período de medición del indicador correspondiente a esta meta es anual, a continuación se presenta un gráfico de seguimiento a los resultados de la operatividad de la Macroactividad en análisis.



Tabla de Datos	2015	
No. de Reuniones de Junta Directiva Anuales	Porcentual	Numérico
Programadas por realizar	83.33%	5
Realizadas al segundo bimestre	16.67%	1
Total	100.00%	6

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):
 No se delegó ninguna Misión Oficial en este bimestre.

➤ **A3 - Asesoría Jurídica**

La meta es: **“Alcanzar las finalidades institucionales en base a la constitución de la República de El Salvador y el marco normativo legal vigente”**, el período de medición del indicador correspondiente a esta meta es mensual, por lo que su rendimiento es comparable gráficamente mes a mes, a continuación se presenta un gráfico comparativo.

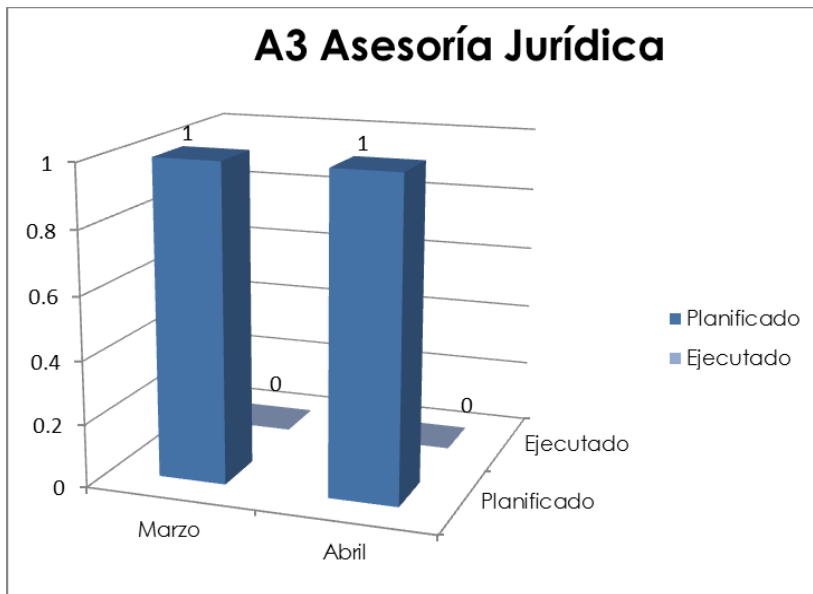


Tabla de Datos	2015	
Número de Asesorías Jurídicas	Marzo	Abril
Planificado	1	1
Ejecutado	0	0

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No se cumple con la planificación establecida de forma bimensual, se está analizando la viabilidad y conveniencia técnica de reenfoque los servicios de asesoría para Junta Directiva, con el objetivo de maximizar el uso de los recursos asignados

Las mediciones aseguran y garantizan la efectividad, haciendo lo planificado; la eficiencia, realizando correctamente las actividades; y la responsabilidad, realizando la labor con plena conciencia y aprovechando al máximo los recursos presupuestarios asignados a la unidad, con el criterio de austeridad.



GERENCIA GENERAL

Unidad organizativa que tiene como objetivo: Fortalecer al Ministerio de Turismo y sus adscritas, colocándolo como uno de los principales actores del sector económico, responsable de Planificar, dirigir, organizar y controlar las acciones estratégicas, técnicas y administrativas de CORSATUR, a fin de propiciar el correcto funcionamiento de todas las dependencias, por medio del uso adecuado y eficiente de los recursos institucionales, a efecto que se cumplan los planes.

Gerencia General, como una unidad estratégica, cumple con las **funciones** de Revisar en coordinación con la Presidencia, los asuntos estratégicos que deba conocer la Junta Directiva y someterlos oportunamente a su consideración; Administrar eficientemente el funcionamiento estratégico y operativo de la Corporación; Asegurar el cumplimiento de las decisiones de Presidencia y/o Junta Directiva, en las dependencias bajo su cargo; Evaluar los avances, seguimientos y resultados obtenidos por cada una de las gerencias y unidades de CORSATUR, a efecto de establecer las medidas o acciones a implementar para su desarrollo o corrección, y someterlas a la aprobación de la Presidencia y Junta Directiva de CORSATUR; Representar a la Presidencia de CORSATUR en actos o eventos institucionales cuando sea delegado; y Ejercer todas las demás atribuciones y facultades que le corresponden, conforme a la ley y a las Normas Técnicas de Control Interno específicas de CORSATUR.-

La Gerencia General cuenta con un Plan Operativo Anual, es decir con un documento que se convierte en una guía importante para conocer el marco en el cual deberán desarrollarse cada actividad operativamente durante el año, con **macroactividades** relacionadas a misiones oficiales y administración institucional, permitiendo dos tipos de mediciones:

- a) Medición estratégica, la cual se asocia al eje estratégico de Mejorar el desempeño institucional; y
- b) Medición operativa, basada en las macroactividades planteadas en el POA.

En cuanto a la medición estratégica, se especifica que Gerencia General propone como metas: Velar por el cumplimiento de las metas estratégicas a nivel institucional que nos de los reglamentos que rigen CORSATUR a través del análisis de informes recibidos, Dar cumplimiento semestralmente a todas las misiones que sean delegadas por el Director Presidente o la Junta Directiva de CORSATUR y Fortalecer las herramientas de trabajo para un mejor desempeño en la Gestión Administrativa

Adicionalmente, a través de la ejecución de las resoluciones de la Junta Directiva, de participar y/o representar a Presidencia en misiones oficiales, actos o eventos instituciones cuando sea delegado por la Junta Directiva o el Director Presidente y ejercer las atribuciones y facultades que le corresponden, conforme a la Ley de CORSATUR y a las Normas Técnicas de Control Interno, a través de planificar, dirigir y controlar las acciones técnicas administrativas y operativas de CORSATUR.

En cuanto a la medición operativa, a continuación se presenta en forma gráfica el seguimiento:

➤ **A1 – Seguimiento a los Programas Estratégicos de CORSATUR:**

En seguimiento y medición a la meta: **“Velar por el cumplimiento de las metas estratégicas a nivel institucional que nos de los reglamentos que rigen CORSATUR a través del análisis de informes recibidos”**, a continuación se presenta el grafico comparativo de resultados obtenidos en el periodo: Marzo-Abril 2015 con su respectivo análisis de resultados.

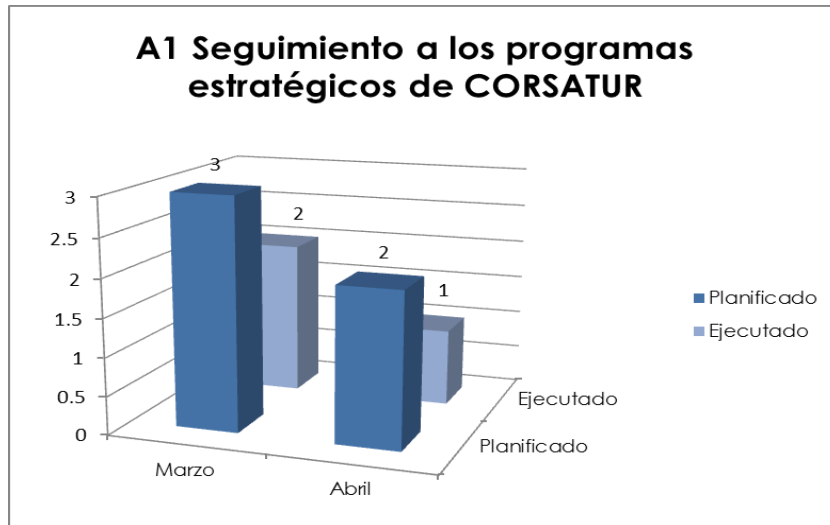


Tabla de Datos	2015	
Número de Informes	Marzo	Abril
Planificado	3	2
Ejecutado	2	1
% de ejecucion	66.67%	50.00%

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No. de informes	Marzo	Abril
Planificados	3	2
Recibidos	2	1
Porcentaje de Cumplimiento	66.67%	50%

En seguimiento los informes faltantes.

➤ **A2 – Misiones Oficiales**

En seguimiento y medición a la meta: **“Dar cumplimiento semestralmente a todas las misiones que sean delegadas por el Director Presidente o la Junta Directiva de CORSATUR”** se presenta el respectivo análisis de resultados para el periodo Marzo – Abril 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Este indicador se evalúa semestralmente y a la fecha no ha sido delegado misión oficial.



➤ **A3 – Adquisición de Papelería y Equipo**

En seguimiento y medición a la meta: **“Fortalecer las herramientas de trabajo para un mejor desempeño en la Gestión Administrativa”** se presenta el respectivo análisis de resultados para el período Marzo – Abril 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En proceso de autorización ante Ministerio de Hacienda.

➤ **A4 – Gestión de Capacitaciones a Nivel Gerencial**

En seguimiento y medición a la meta: **“Lograr anualmente al menos un curso de capacitación especializada, para un mejor desempeño en la Gestión Administrativa”** se presenta el respectivo análisis de resultados para el período Marzo – Abril 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Este indicador se evalúa anualmente y a la fecha no se ha desarrollado la capacitación especializada.



UNIDAD DE COMUNICACIONES Y RELACIONES PÚBLICAS

Asociada al Objetivo: Investigar, desarrollar y divulgar información oportuna para dinamizar el sector turístico y responsable de asesorar a la Presidencia y coordinar el proceso de Comunicaciones y Relaciones Públicas que realiza CORSATUR ante la opinión pública, a través del contacto con los medios de comunicación social y relaciones públicas, a fin de posicionar y garantizar la sostenibilidad de la imagen institucional.

A continuación se presenta el seguimiento y medición de las metas de las macroactividades de la Unidad de Comunicaciones y Relaciones Públicas:

➤ A1 – Fortalecimiento de la Imagen Institucional de CORSATUR

En seguimiento y medición a la meta: **“Dar a conocer en forma oportuna a los medios de comunicación social los logros realizados por CORSATUR y a la ciudadanía en general, por medio de la entrega de los 2 documentos: Rendición de cuentas y Memoria de Labores”** se presenta el respectivo análisis de resultados para el período Marzo – Abril 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Actualmente se está en el proceso de redacción del documento de Memoria de Labores y Rendición de Cuentas, programado a presentarse entre los meses de mayo y julio.

➤ A2 – Promover coberturas periódicas de la gestión institucional a nivel internacional

En seguimiento y medición a la meta: **“Dar a conocer el trabajo de promoción del país en los mercados internacionales oportunamente, a través de la publicación de al menos 15 comunicados anuales”** se presenta el respectivo análisis de resultados para el periodo Marzo – Abril 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No. de comunicados de prensa	Marzo	Abril
Planificados	1	1
Reales (Publicados)	11	12

Entre marzo y abril, se han realizado 23 comunicados de prensa.

A la fecha se ha contabilizado la publicación de 46 comunicados anuales superando la meta establecida

➤ **A3 – Eventos Públicos Institucionales**

A continuación se presentan los resultados del seguimiento a la operatividad de la meta: **“Informar a los medios de comunicación social sobre los proyectos y logros de CORSATUR, a través de la realización de 2 eventos anuales de impacto (Rendición de Cuentas y Premio nacional de Turismo), al menos 4 conferencias de prensa en el año y 1 boletín institucional mensual”** con su respectivo análisis de resultados.

Indicador:

(# de eventos realizados / # eventos planificados)x 100

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Actualmente se encuentra en el proceso de redacción del documento el evento está programado para los meses de mayo-junio. El Premio Nacional de Turismo se realiza en Septiembre, por lo que aún se encuentra en preparativos.

Indicador:

(# de conferencias de prensa realizadas/# de conferencias de prensa planificadas)x 100



Tabla de Datos	2015	
No. de Conferencias de Prensa	Porcentual	Numérico
Anuales por realizar	50.00%	2
Realizadas al Segundo Bimestre	50.00%	2
Total	100.00%	4

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Durante el mes de abril se desarrolló la segunda conferencia de prensa para brindar los resultados oficiales de la Semana Santa 2015.

Indicador:

(# de boletines institucionales publicados/ # de boletines planificados) x100



Tabla de Datos	2015	
No. de boletines institucionales	Porcentual	Numérico
Anuales por elaborar	66.67%	8
Elaborados al Segundo Bimestre	33.33%	4
Total	100.00%	12

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se han elaborado en el periodo en análisis dos boletines, correspondientes al mes de marzo y abril. Cuatro boletines en lo que va del año.

➤ **A4 – Fortalecimiento de la Unidad de Comunicaciones y Relaciones Públicas.**

A continuación se presentan los resultados del seguimiento a la operatividad de la meta: **“Contribuir a la mejora del trabajo institucional”**, la periodicidad del indicador: **“Mantener archivo digital de calidad de las actividades institucionales y presentar informe anual con su respectivo análisis de resultados.”** es anual, por lo que se presenta a continuación el respectivo análisis de resultados del periodo: Marzo-Abril 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Actualmente, la Unidad se encuentra en el proceso de construcción del archivo de las actividades institucionales para presentar a final de año informe.

UNIDAD ADQUISICIONES Y CONTRATACIONES INSTITUCIONALES

Asociada al Objetivo: Fortalecer al Ministerio de Turismo y sus adscritas, colocándolo como uno de los principales actores del sector económico y responsable de la administración de los procesos de Adquisiciones y Contrataciones de obras, bienes y servicios para la Institución, cumpliendo con la legislación aplicable, a fin de contar con los recursos que las dependencias de CORSATUR requieren para la ejecución de las actividades.

A continuación se presenta en forma gráfica el seguimiento y medición de las metas de las macroactividades de la Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucionales:

➤ A1 – Ejecutar los procesos de adquisición y contratación

La meta **“Ejecutar los procesos de adquisición y contratación en menores tiempos de los acordados por la LACAP”** tiene 4 indicadores, los cuales se detallan a continuación:

- Tiempo de Ejecución de Libre Gestión en UACI/ Tiempo Planificado
- Tiempo de Ejecución de Licitaciones en UACI/Tiempo planificado
- Tiempo de Ejecución Contrataciones Directas en UACI/Tiempo planificado
- Tiempo de Ejecución de Licitaciones CAFTA en UACI/Tiempo planificado

A continuación se presenta el análisis de resultados correspondiente a cada indicador perteneciente a la meta descrita anteriormente:

- **Indicador : Tiempo de Ejecución de Libre Gestión en UACI/ Tiempo Planificado**

A continuación se presenta un gráfico comparativo de tiempo real vs tiempo máximo para realizar el trámite en la UACI con el respectivo análisis de resultados para el bimestre: Marzo-Abril.

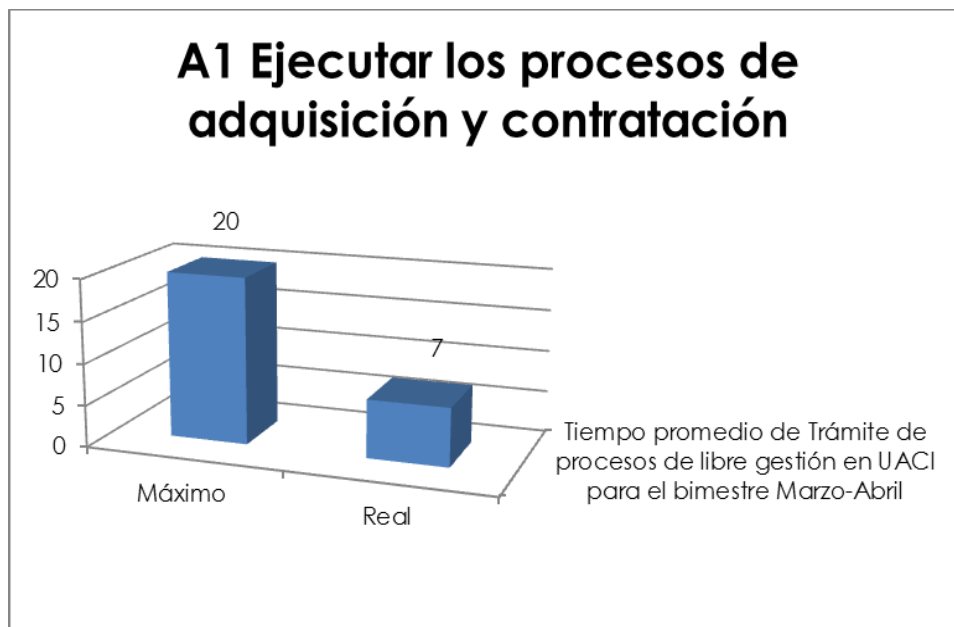


Tabla de Datos	2015
Tiempo promedio de Trámite de procesos de libre gestión en UACI para el bimestre Marzo-Abril	
Máximo	20
Real	7



Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se ejecutó en menor tiempo que lo planificado, la cantidad de procesos de compra terminados en el bimestre en análisis es de 17.

- **Tiempo de Ejecución de Licitaciones en UACI/Tiempo planificado**

El indicador es de tiempo, a continuación se presenta el análisis de resultados respectivo al bimestre: Marzo – Abril.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Sin procesos adjudicados de licitación pública.

- **Tiempo de Ejecución Contrataciones Directas en UACI/Tiempo planificado**

El indicador es de tiempo, en el periodo en análisis no ha habido gestión para proceso de compra directa,

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Sin Contrataciones Directas

- **Tiempo de Ejecución de Licitaciones CAFTA en UACI/Tiempo planificado**

El indicador es de tiempo, a continuación se presenta el análisis de resultados respectivo al bimestre: Marzo – Abril.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Sin procesos adjudicados de licitación abierta.

➤ A2 – Control y seguimiento de los procesos de adquisición y contratación

A continuación se presentan los resultados del seguimiento a la operatividad de la meta: **“Elaborar para Gerencia General un informe trimestral en el periodo no mayor de 10 días hábiles vencido el trimestre.”**, la periodicidad del indicador: **“Tiempo de entrega del informe a Gerencia General”** es trimestral, por lo que se presenta a continuación el respectivo análisis de resultados del periodo: Marzo-Abril 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se entregó en tiempo a través de la unidad jurídica el informe trimestral de enero a marzo 2015 a Gerencia General

➤ **A3 – Elaborar la programación anual de adquisiciones y contrataciones (PAAC) de obras, bienes y servicios**

A continuación se presentan los resultados del seguimiento a la operatividad de la meta: **“Publicar en COMPRASAL a más tardar 20 días hábiles después de la publicación en el Diario Oficial”**, el indicador: **“Tiempo de publicación del PACC en COMPRASAL”** es medido a través de la realización de un evento puntual, por lo que se presenta a continuación el respectivo análisis de resultados del periodo: Marzo-Abril 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se publicó en tiempo en COMPRASAL (27 de marzo de 2015), según prórroga otorgada a las instituciones de gobierno central (UNAC-N-0046-2015) con fecha límite 27 de marzo de 2015.

➤ **A4 – Llevar el control y la actualización del Banco de Datos Institucional de ofertantes y contratistas de acuerdo al tamaño de empresa y por sector económico**

La meta **“Incrementar bimensualmente un 10 % el Banco de Datos institucional”** se mide a través del indicador: **“Número de nuevos registros del bimestre en el Banco de Datos Institucional/Total de Registros en el Banco de Datos Institucional en el Bimestre”** que se cuantifica bimensualmente, a continuación se presentan los resultados de forma gráfica con su respectivo análisis de resultados.

Indicador:

Número de nuevos registros del bimestre en el Banco de Datos Institucional (Contratistas)/Total de Registros en el Banco de Datos Institucional en el Bimestre.

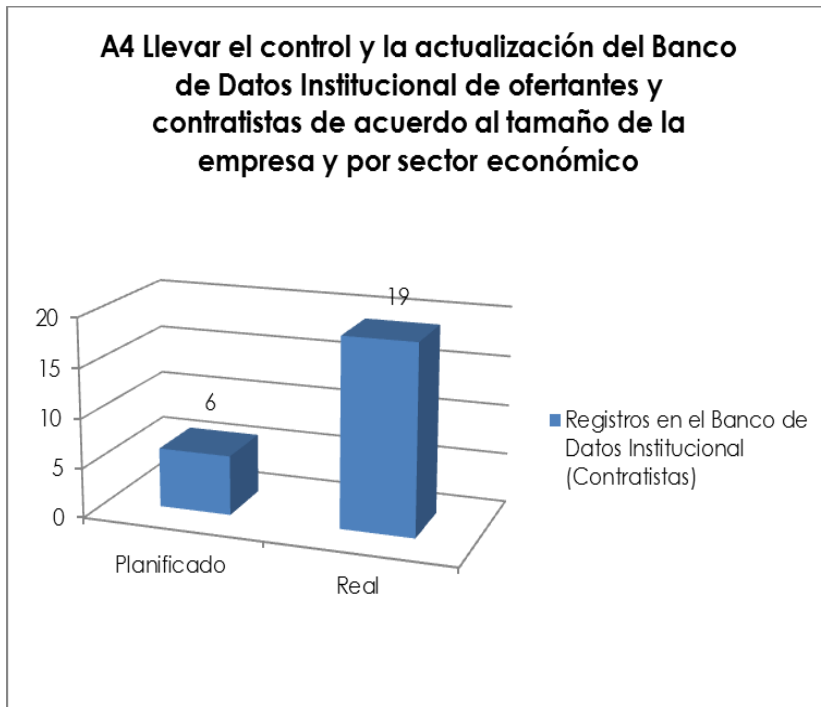


Tabla de Datos	Segundo Bimestre 2015	
Incremento en el No. de Registros en el Banco de Datos Institucional (Contratistas)	Numérico	Porcentual
Planificado	6	10%
Real	19	33%
Nota. La base de datos inicio en el año 2015 con 57 registros		

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se incrementó más del 10%

Indicador:

Número de nuevos registros del bimestre en el Banco de Datos Institucional (Ofertantes)/Total de Registros en el Banco de Datos Institucional en el Bimestre.

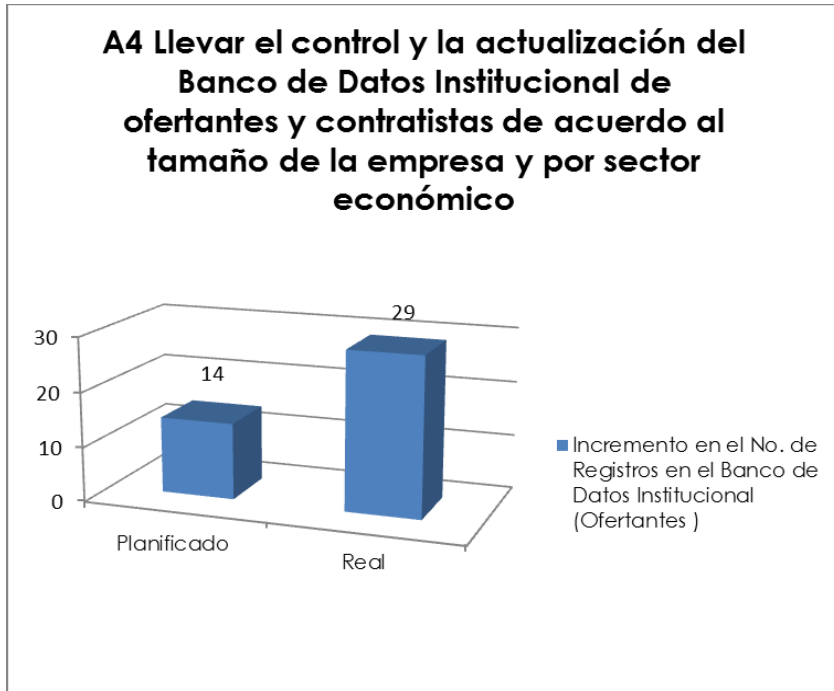


Tabla de Datos	Segundo Bimestre 2015	
Incremento en el No. de Registros en el Banco de Datos Institucional (Ofertantes)	Numérico	Porcentual
Planificado	14	10%
Real	29	21%

Nota. La base de datos inicio en el año 2015 con 136 registros

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se incrementó más del 10%

UNIDAD JURÍDICA

Asociada al Objetivo: Fortalecer al Ministerio de Turismo y sus adscritas, colocándolo como uno de los principales actores del Sector Económico.

A continuación se presenta en forma gráfica el seguimiento y medición de las metas de las macroactividades de la Unidad Jurídica

➤ A1 – Brindar apoyo legal

A continuación se presentan los resultados del seguimiento a la operatividad de la meta: **“Apoyar en la consecución de los proyectos institucionales dentro de un marco de legalidad.”**, la periodicidad del indicador: **“Al menos 408 opiniones, en sus diferentes modalidades.”** es anual, por lo que se presenta a continuación el gráfico de seguimiento con su respectivo análisis de resultados del periodo: Marzo-Abril 2015

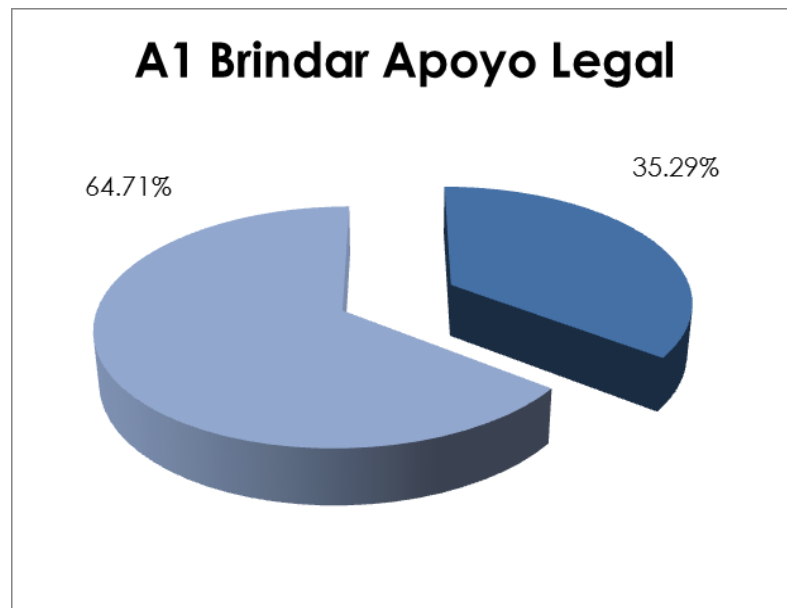


Tabla de Datos	2015	
	Porcentual	Numérico
Anuales por realizar	35.29%	144
Realizadas al Segundo Bimestre	64.71%	264
Total	100.00%	408

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Cumplimiento conforme a lo requerido.

➤ A2 – Brindar servicios notariales

A continuación se presentan los resultados del seguimiento a la operatividad de la meta: **“Dar validez jurídica a los documentos en que intervenga CORSATUR y que así se requiera.”**, la periodicidad del indicador: **“Al menos 22 actos, contratos y declaraciones de voluntad que requieran intervención notarial.”** Se presenta a continuación el respectivo análisis de resultados del periodo: Marzo-Abril 2015.



Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Cumplimiento conforme a lo requerido.

➤ A3 – Procurar en Sede Judicial / Administrativa

El indicador es cuantificado en base a requerimientos que son variables en los meses según sea la necesidad correspondiente, por lo que no se pueden presentar los resultados comparativos gráficamente.

A continuación se presenta el análisis de resultados de la meta **“Representar los intereses de la Institución frente a terceros, cuando así se requiera”**.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Cumplimiento conforme a lo requerido.



UNIDAD AMBIENTAL

Asociada al Objetivo: Facilitar y promover las condiciones de inversión en el sector turístico, fortaleciendo la oferta turística nacional.

A continuación se presenta en forma gráfica y cualitativa el seguimiento y medición de las metas de las macroactividades de la Unidad Ambiental.

➤ A1 – Impulso a la Gestión Ambiental en las actividades turísticas en el país

A continuación se presentan los resultados del seguimiento a la operatividad de la meta: **“Sensibilizar a 100 personas, actores de la actividad turística, hacia la gestión medioambiental anualmente”**, la periodicidad del indicador: **“(No. de personas sensibilizadas del sector privado y público relacionados con turismo / total de personas programadas) x 100”** es anual, por lo que se presenta a continuación el respectivo análisis de resultados del período: Marzo-Abril 2015

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

A través de la Coordinación y realización de la Primera Feria de Eficiencia Energética y Medio Ambiente en el marco del Día de la Tierra 22 de abril. Se realiza el 29 de abril de 2015 de 8: 30 am a 3: 30 pm. Se cuenta con expertos de CNE, USAID, CNPML y empresa privada como EL Salvador Sostenible. Además se cuenta con emprendimientos femeninos de micro empresarias en productos naturales y saludables entre los que están: Variedades Xelemar, Crazy Nuts, Pronatura, Naturaland, Códice Vivo de Suchitoto, El Salvador sostenible. Este evento contó con cobertura de la prensa, un comunicado de prensa, la presencia del Ministro de Turismo y fue reportado en la sección Multimedia de La Prensa Gráfica, entrega por parte del Titular de la Institución del Manual “Cómo ahorrar energía en el sector público”. Esta actividad obedece a lineamientos del CNE sobre una semana de EFICIENCIA ENERGÉTICA en todas las instituciones de gobierno que posean un comité de Eficiencia Energética. **Al este evento que asistieron un total de 69 personas, 48 mujeres y 21 hombres.**

Capacitados por la Unidad a través de la Gerencia de Planificación 23 guías turísticos: 6 nacionales (**de los cuales 4 eran hombres y 2 mujeres**) y 17 locales en Suchitoto (**de los cuales 8 eran mujeres y 9 hombres**).. En las temáticas de Patrimonio Natural, buenas prácticas ambientales en el Turismo y otros temas como: Calidad y Competitividad Turística, Historia de El Salvador, Aspectos Generales de El Salvador. En las fechas: 3 de marzo de 2015, 07 de abril / 09 de abril del 2015 y otras programadas en mayo.

Total de personas sensibilizadas en el período comprendido entre los meses de marzo y abril 92 personas.



UNIDAD DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA

Asociada al Objetivo: Fortalecer al Ministerio de Turismo y sus adscritas, colocándolo como uno de los principales actores del sector económico y responsable de proporcionar en forma veraz, oportuna y con transparencia la información de las actuaciones de CORSATUR a toda persona que lo solicite, así como de facilitar el acceso a la misma y la administrar eficientemente los archivos que contienen dicha información.

A continuación se presenta el seguimiento y medición de las metas (Planificado vs. Ejecutado) de las macroactividades de la Unidad de Acceso a la Información Pública (UAIP):

➤ A1 – Garantizar el acceso a la información a la población:

La meta: **“Atender mensualmente el 100% de las solicitudes y consultas recibidas en la oficina de acceso a la información pública”** es medida a través de un indicador que es cuantificado en base a requerimientos que son variables en los meses según sea la necesidad correspondiente, por lo que no se pueden presentar los resultados comparativos gráficamente, a continuación se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Para los meses de Marzo y Abril se hizo 1 solicitud y 22 orientaciones de información oficiosa (art.10) de forma directa (verbal, in situ, vía telefónica) a la cual se le dio respuesta inmediata indicando donde se encontraba la información en nuestro portal web, **logrando un 100% del indicador evaluado.**

➤ A2 – Rendición de Cuentas

La meta **“Garantizar el derecho de acceso de toda persona a la información pública, a fin de contribuir con la transparencia de las actuaciones de las instituciones del estado”** es medida a través del indicador **“(No de ejemplares entregados / No. de ejemplares planificados) x 100”**, los resultados no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales programados para la consecución de objetivos específicos, a continuación se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se han iniciado las actividades con respecto a la elaboración del documento y la coordinación del evento de rendición de cuentas.

A3 – Salvaguardar la documentación de la Información Pública

La meta **“Semestralmente actualizar la información oficiosa dando cumplimiento al Art. 10 de la LAIP”** es medida a través del indicador **“(# de ítems recabados y actualizados semestralmente / No. De ítems solicitados en el Art. 10) x100”**, los resultados no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales programados para la consecución de objetivos específicos, a continuación se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

La actualización de la información del período de Julio a Diciembre 2014 (Semestre II-2014) se realizó a inicios del año 2015, actualizando los 25 ítems solicitados en el Art 10.

GERENCIA FINANCIERA

Asociada al Objetivo Estratégico Posicionar a El Salvador como uno de los destinos preferidos en Centroamérica en los segmentos objetivos y responsable de Garantizar el registro oportuno de los compromisos presupuestarios, que demanda las diferentes actividades y proyectos de la Corporación, permitiendo agilizar el seguimiento y requerimiento de los fondos para cumplir con las obligaciones de los proveedores, contribuyendo a poner a disposición los recursos financieros necesarios para lograr el posicionamiento del país como atractivo turístico.

A continuación se presenta en forma gráfica el seguimiento y medición de las metas de las macroactividades de la Gerencia Financiera:

➤ A1 - Coordinar , supervisar y dirigir a las áreas de presupuesto, tesorería, contabilidad y auxiliares financieros:

A continuación se presentan los resultados del seguimiento a la operatividad de la meta: **“Elaborar y remitir a la máxima autoridad informe mensual de Recaudación del Fondo de Contribución Especial y de Ejecución Presupuestaria en los primeros 10 días hábiles de cada mes.”**, la periodicidad del indicador: **“Tiempo de entrega de Informe de Recaudación del Fondo de Contribución Especial y de Ejecución Presupuestaria a la máxima autoridad”** es mensual, por lo que se presenta a continuación el gráfico comparativo de resultados con su respectivo análisis de resultados del período: Marzo-Abril 2015

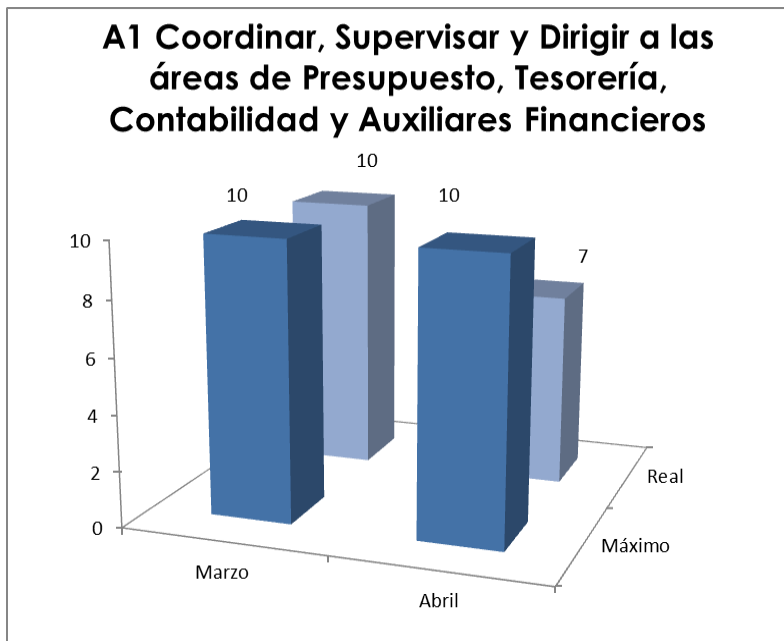


Tabla de Datos	2015	
Tiempo (días hábiles) de entrega de informe de Recaudación del Fondo de Contribución Especial	Marzo	Abril
Máximo	10	10
Real	10	7

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Marzo

Tiempo de máximo entrega: 10 días hábiles.

Tiempo de real entrega: 10 días hábiles.

Abril

Tiempo de máximo entrega: 10 días hábiles.

Tiempo de real entrega: 7 días hábiles.

Se han cumplido los tiempos de entrega de los respectivos informes en el bimestre analizado.

➤ **A2 – Ejecución del presupuesto institucional**

En seguimiento y medición a las metas del plan de trabajo presentado de las actividades a desarrollar para dicha macroactividad se resume el siguiente cuadro comparativo de las acciones planificadas vs. acciones ejecutadas para el periodo Marzo - Abril 2015 con su respectivo análisis de resultados

Los resultados de la meta “Elaborar y remitir a la Gerencia Financiera y la Dirección General del Presupuesto (DGP) - Ministerio de Hacienda, informes presupuestarios del seguimiento de la ejecución del presupuesto institucional en los primeros 10 días hábiles de cada mes” se presentan a continuación de manera cualitativa y gráfica.

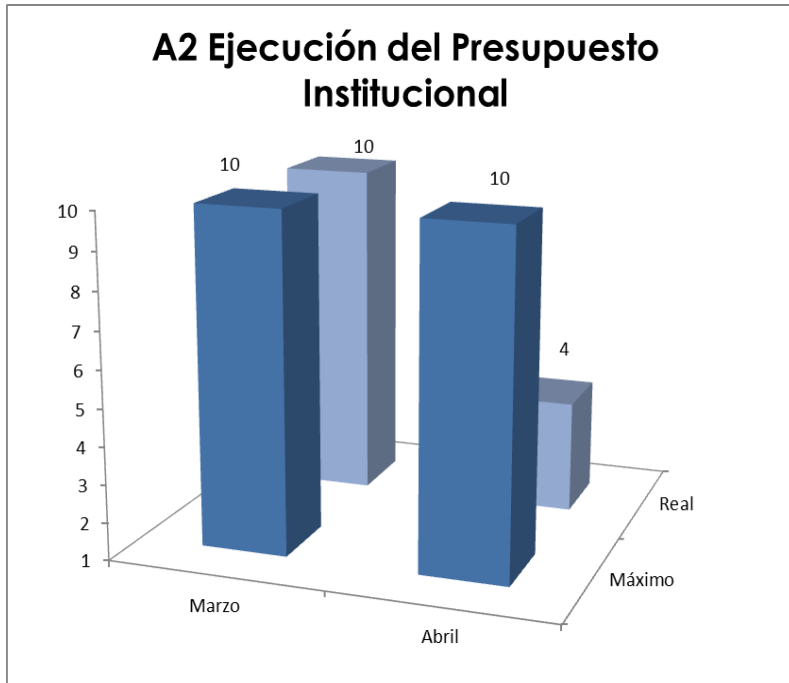


Tabla de Datos	2015	
	Marzo	Abril
Tiempo (días hábiles) de entrega del Informe Presupuestario		
Máximo	10	10
Real	10	4

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Marzo

Tiempo de máximo entrega: 10 días hábiles.

Tiempo de real entrega: 10 días hábiles.

Abril

Tiempo de máximo entrega: 10 días hábiles.

Tiempo de real entrega: 4 días hábiles.

Se han cumplido los tiempos de entrega de los respectivos informes en el bimestre analizado.

➤ **A3 – Custodia, manejo, liquides de efectivo y pagos**

El seguimiento cualitativo de la meta “Elaborar y enviar Informe mensual de Retención, Percepción o Anticipo a Cuenta de IVA a la Dirección General de Tesorería (DGT) - Ministerio de Hacienda, el último día hábil de cada mes” con el respectivo análisis para el periodo: Marzo – Abril se presenta a continuación:

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

Marzo

Tiempo de máximo entrega: último día hábil.

Tiempo de real entrega: 6 días hábiles antes de terminar el mes.

Abril

Tiempo de máximo entrega: último día hábil.

Tiempo de real entrega: 4 días hábiles antes de terminar el mes.

Se han cumplido los tiempos de entrega de los respectivos informes en el bimestre analizado.

➤ **A4 – Cierres Mensuales**

El seguimiento cualitativo de la meta **“Elaborar y preparar Cierres Contables mensuales en los primeros 10 días calendario de cada mes y Cierres Anuales entre los primeros 13 días hábiles del mes de Enero del año siguientes, para ser presentados a la Dirección General de Contabilidad Gubernamental (DGCG) - Ministerio de Hacienda”** para el período: Marzo – Abril se presenta a continuación:

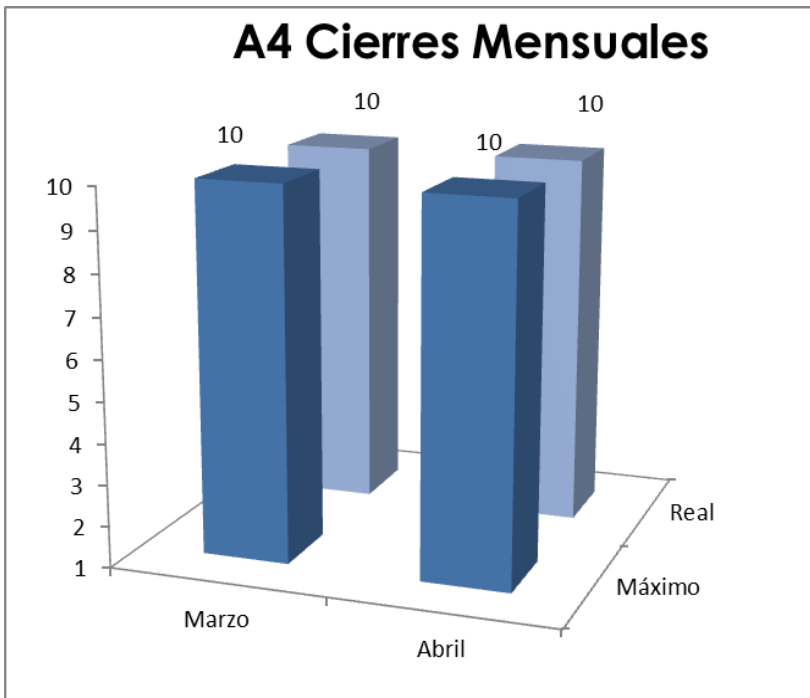


Tabla de Datos	2015	
Tiempo (días calendario) de entrega del Cierre Fiscal mensual	Marzo	Abril
Máximo	10	10
Real	10	10

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

Marzo:

Tiempo de máximo entrega: el día 10

Tiempo de real entrega: el día 10

Abril:

Tiempo de máximo entrega: el día 10.

Tiempo de real entrega: el día 10.

Se han cumplido los tiempos de entrega de los respectivos informes en el bimestre analizado.

UNIDAD AUDITORIA INTERNA

Asociada al Objetivo Fortalecer al Ministerio de Turismo y sus adscritas, colocándolo como uno de los principales actores del sector económico y responsable de verificar la efectividad del Sistema de Control Interno de la Corporación, así como de la normativa interna y externa aplicable a los procesos de trabajo; adicionalmente, brindar asistencia técnica en materia de control a todas las dependencias de la Institución, para que tomen decisiones.

➤ A1- Evaluación de las diferentes áreas en el desarrollo de sus actividades y cumplimiento de Leyes y Reglamentos.

Los resultados de la meta: **“Realizar en base a lo programado anualmente exámenes especiales de las diferentes áreas”** es para un año, por lo que su rendimiento se hace a través de un gráfico de seguimiento, con el respectivo análisis de resultados del periodo: Marzo-Abril 2015.



Tabla de Datos		
Informes	Porcentual	Numérico
Por realizar	84.62%	11
Realizados al Segundo Bimestre	15.38%	2
Total	100.00%	13

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

Se realizó Examen Especial a las Disponibilidades del periodo del cuarto trimestre del 2014 y Examen Especial al Proceso de Compras de Bienes y Servicios del periodo del 01 de julio al 31 de diciembre de 2014 y está en proceso el Examen Especial a Gerencia de Mercadeo (Proceso de Promoción y Publicidad).

➤ A2 - Elaboración del Plan Anual de Auditoría Interna para el periodo 2016.

Los resultados de la meta: **“Elaboración del Plan Anual de Auditoria Interna para el periodo 2016”** no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en periodo específicos para la consecución de objetivos definidos, a continuación se presenta el análisis de resultados correspondiente al periodo: Marzo - Abril 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

El Plan de Trabajo Anual 2016 de Auditoria Interna fue elaborado en el mes de Febrero y Marzo de 2015.

GERENCIA ADMINISTRATIVA

Asociada al Objetivo: Generar las condiciones en los territorios, a través del Programa Pueblos Vivos, que incluye la asistencia al turista, la capacitación y el desarrollo territorial.

➤ A1- Suministrar oportunamente para el funcionamiento de Oficina Central

El seguimiento a la meta "Contar con disponibilidad de bienes de consumo, para atender el 95 % de los requerimientos de las unidades organizativas para el cumplimiento de sus actividades mensualmente", se presenta de forma gráfica con su respectivo análisis de resultados.

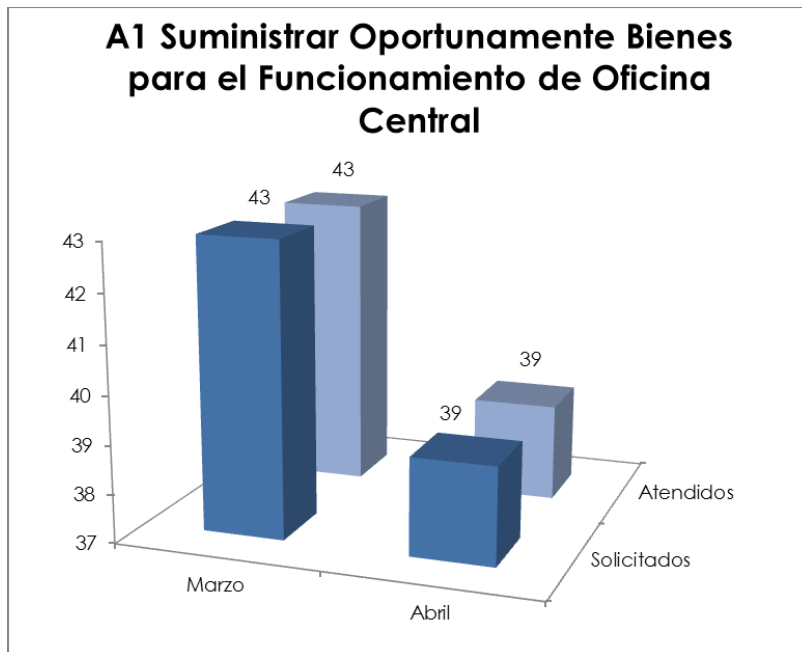


Tabla de Datos	2015	
No. de Requerimientos de bienes de consumo	Marzo	Abril
Solicitados	43	39
Atendidos	43	39
Porcentaje de cumplimiento	100.00%	100.00%

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

La meta es atender el 95% de los requerimientos mensuales, en el bimestre en cuestión se ha logrado en:

- Marzo: 100%
- Abril: 100%

➤ A2- Salvaguardar los Bienes Muebles, Inmuebles y Valores de CORSATUR contra daños y pérdidas.

El seguimiento a la meta "Reducir el riesgo de pérdidas o daños de los bienes muebles, inmuebles, valores y personal de CORSATUR, mediante la contratación de 2 servicios de cobertura (Pólizas de Seguro y servicio de vigilancia en oficina central) durante todo el año", se presenta de forma gráfica a continuación:

Indicador:
 (Meses con cobertura de póliza de seguro / 12) x 100

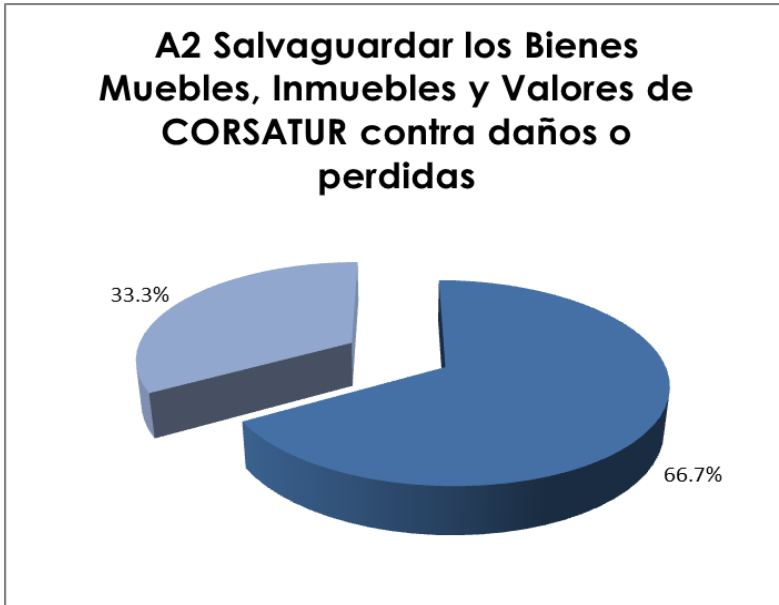


Tabla de Datos	2015	
No. de Meses para cobertura de póliza de seguro	Porcentual	Numérico
Por cubrir al año	66.67%	8
Cubiertos al Segundo Bimestre	33.33%	4
Total	100.00%	12

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):
 Se tiene cubierto el bimestre en análisis.

Indicador:
 (Meses con servicio recibido de vigilancia / 12) x 100



Tabla de Datos	2015	
No. de Meses para servicio de vigilancia	Porcentual	Numérico
Por cubrir al año	66.67%	8
Cubiertos al Segundo Bimestre	33.33%	4
Total	100.00%	12

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):
 Se tiene cubierto el bimestre en análisis.

➤ **A3 – Brindar Mantenimiento y Servicios para funcionamiento de inmueble de oficina central**

El seguimiento a la meta "Atender y resolver el 85% de los requerimientos mensuales de mantenimiento de instalaciones, mobiliario y/o equipo reportados por las unidades de CORSATUR", se presenta de forma gráfica con su correspondiente análisis de resultados a continuación:

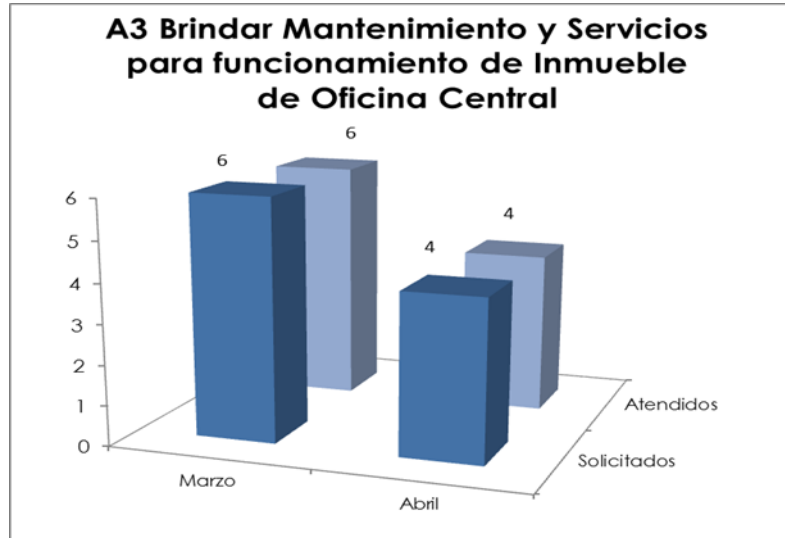


Tabla de Datos	2015	
No. de Requerimientos de mantenimiento de instalaciones, mobiliario y/o equipos	Marzo	Abril
Solicitados	6	4
Atendidos	6	4
Porcentaje de cumplimiento	100.00%	100.00%

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

La meta es atender y alcanzar el 85% de los requerimientos mensuales, en el bimestre en cuestión se ha logrado el resultado siguiente:

- Marzo: 100 %
- Abril: 100 %

➤ **A4 – Brindar Transporte para el desarrollo de Actividades Institucionales**

El seguimiento a la meta "Cumplir con el 90% de solicitudes de transporte mensual requeridos por las unidades de CORSATUR", se presenta de forma gráfica y su respectivo análisis de resultados a continuación:

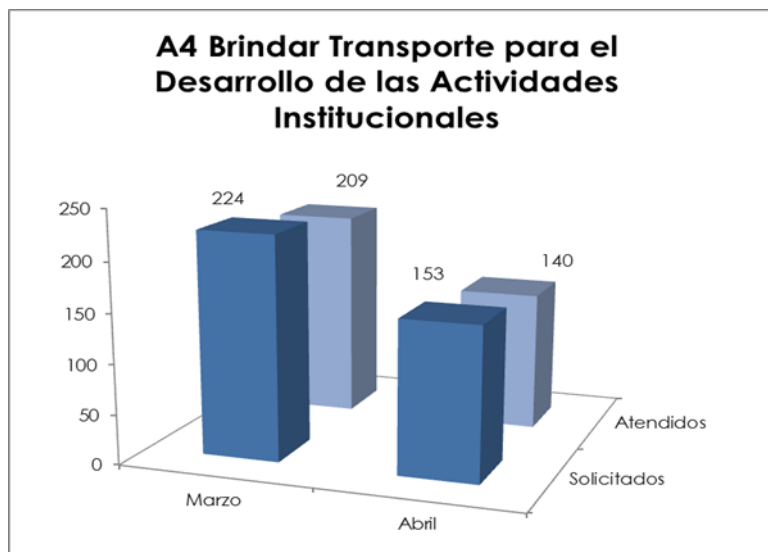


Tabla de Datos	2015	
No. de Solicitudes de Transporte	Marzo	Abril
Recibidas	224	153
Atendidas	209	140
Porcentaje de cumplimiento	93.30%	91.50%

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

La meta es cumplir el 90% de solicitudes de transporte mensuales, en el bimestre en análisis se ha logrado el resultado siguiente:

- Marzo: 93.30%
- Abril: 91.50%

➤ **A5 – Brindar Soporte Tecnológico para el desarrollo de las Actividades Institucionales**

El seguimiento a la meta “Atender y resolver el 90% de solicitudes mensuales de requerimientos tecnológicos recibidas por parte de los usuarios internos de CORSATUR”, se presenta de forma gráfica y su correspondiente análisis de resultados para el bimestre Marzo-Abril:

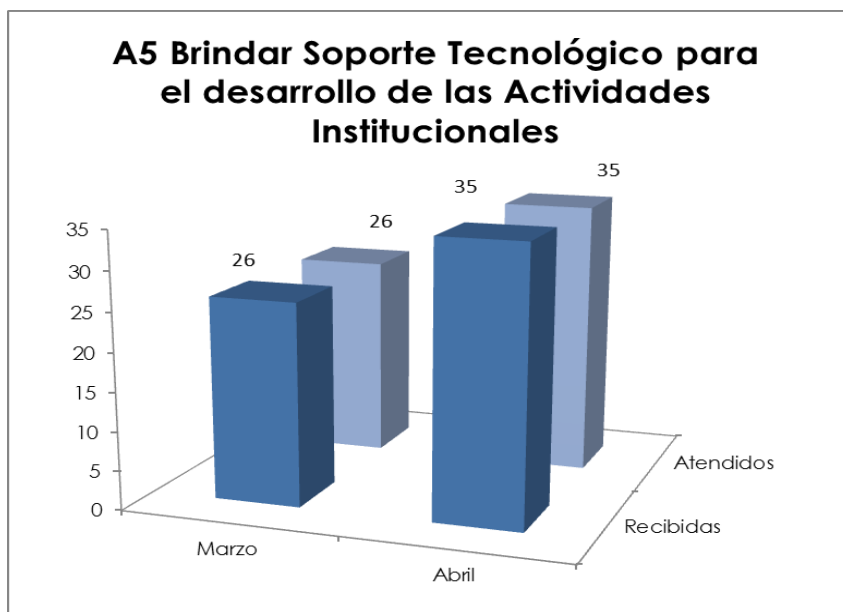


Tabla de Datos	2015	
No. de Solicitudes de requerimientos tecnológicos	Marzo	Abril
Recibidas	26	35
Atendidos	26	35
Porcentaje de cumplimiento	100.00%	100.00%

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

La meta es atender y resolver el 90% de solicitudes mensuales de requerimientos tecnológicos, en el bimestre en análisis se ha logrado el siguiente resultado:

- Marzo: 100 %
- Abril: 100 %

➤ **A6 – Gestión Administrativa de Recursos Humanos**

El seguimiento a la meta “Cumplir al 100% con las normas, procedimientos vigentes y obligaciones patronales en materia de Recursos Humanos para los empleados de CORSATUR”, se presenta de forma cualitativa a continuación:

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

La meta es cumplir el 100% con las normas, procedimientos vigentes y obligaciones patronales, en el bimestre en cuestión se ha logrado el siguiente resultado:

- Marzo: 80.39 %
- Abril: 80.72 %

A continuación el detalle de las actividades realizadas:

Actividades	Marzo	Abril
Renovar plazas activas	No programada	No programada
Elaboración contratos personal	No programada	88.11%
Realizar 1 planilla al mes	100%	100%
Realizar contrataciones requeridas	No aplicó	No aplicó
Realizar inducción	No aplicó	No aplicó
Capacitar 80% del personal	60.78%	60.78%
Realizar 2 evaluaciones al año	No programada	74%
% de cumplimiento:	80.39%	80.72%

➤ A7 – Prestaciones al Personal

El seguimiento a la meta “Cumplir al 100% con las prestaciones en base a la normativa interna vigente”, se presenta de forma cualitativa a continuación:

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

La meta es cumplir el 100% con las prestaciones en base a la normativa interna vigente, en el bimestre en cuestión se ha logrado el siguiente resultado:

- Marzo: 60.78 %
- Abril: 60.78 %

A continuación el detalle de las actividades realizadas:

Actividades	Marzo	Abril
Uniformes al personal	No programada	No programada
Desarrollar habilidades y competencia	60.78%	60.78%
Botiquín médico	No programada	No programada
Carnets de identificación	No programada	No programada
Cobertura Póliza	No programada	No programada
Prestación económica	No programada	No programada
% de cumplimiento:	60.78%	60.78%

GERENCIA DE MERCADEO

Asociada al objetivo: Posicionar a El Salvador como un destino encantador a nivel internacional e incrementar el número de visitantes, a través de la comercialización y responsable de la elaboración, realización y seguimiento de las estrategias, planes, programas y proyectos de mercadeo turístico, coordinación y control de todas las acciones institucionales de acuerdo a los mercados establecidos, con acciones de promoción, publicidad y comercialización de la oferta de productos y servicios turísticos del país, coherentes con los objetivos institucionales.

➤ A1- Programa Marca Destino

Los resultados de la metas "Posicionar y promocionar a El Salvador como un destino turístico atractivo, a través de acciones que promuevan la marca destino a nivel nacional e internacional, por medio del desarrollo de al menos 3 campañas publicitarias a nivel nacional y 2 a nivel internacional anualmente, desarrollo de al menos 20 ferias internacionales en el año y atender al menos 140 personas en viajes de familiarización y prensa anual, Reunir al menos 50 mayoristas internacionales y medios internacionales para realizar una rueda de negocios con empresarios turísticos salvadoreños, Realizar al menos 5 investigaciones de mercado que permita medir los principales indicadores turísticos en forma mensual y trimestral, en Facebook alcanzar en el año al menos 750,000 likes, en twitter alcanzar en el año al menos 60,000 followers, en YouTube alcanzar al menos 35,000 reproducciones mensuales, en página web lograr al menos 150,000 visitas mensuales, entregar al menos 1000 kits promocionales de marca destino" se presentan a continuación:

Indicador:

(No. de Campañas publicitarias a nivel nacional realizadas / No. de Campañas publicitarias a nivel nacional planificadas) x 100

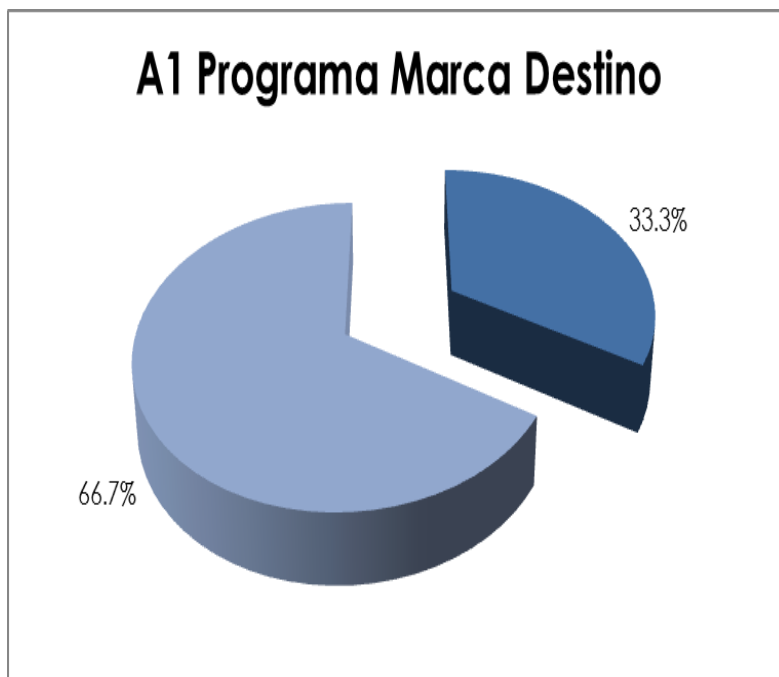


Tabla de Datos	2015	
No. de campañas nacionales	Porcentual	Número
Planificados por realizar al finalizar el presente año	33.3%	1
Realizadas al Segundo Bimestre	66.7%	2
Total	100.00%	3

Indicador:

(No. de Campañas publicitarias a nivel internacional realizadas / No. de Campañas publicitarias a nivel internacional planificadas) x 100

La meta para este indicador es el desarrollo de 2 campañas a nivel internacional, a la fecha se han realizado 3 campañas internacionales, con lo que se sobrepasa la meta planteada para este indicador, a continuación se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No. de campañas nacionales	Marzo	Abril	Bimensual
Planificadas	1	0	1
Realizadas	1	0	1

No. de campañas internacionales	Marzo	Abril	Bimensual
Planificadas	1	1	2
Realizadas	1	1	2

En el mes de marzo se lanzó la campaña de semana santa a nivel nacional e internacional cuyo slogan era "Aquí el verano es", a nivel nacional se tuvo exposición en radio, TV, prensa y medios digitales y BTL, a nivel regional en radio, medios digitales y activaciones en fronteras.

En el mes de Abril se lanzó en conjunto entre el sector público y privado de los países de Centroamérica para contribuir a incrementar el turismo intrarregional la campaña "Descubre C.A", en la cual se potencializó la promoción en Costa Rica y Nicaragua, para aprovechar las tarifas preferenciales de Avianca para visitar nuestro país.

Indicador:

(No. de ferias internacionales desarrolladas / No. de ferias internacionales planificadas) x 100

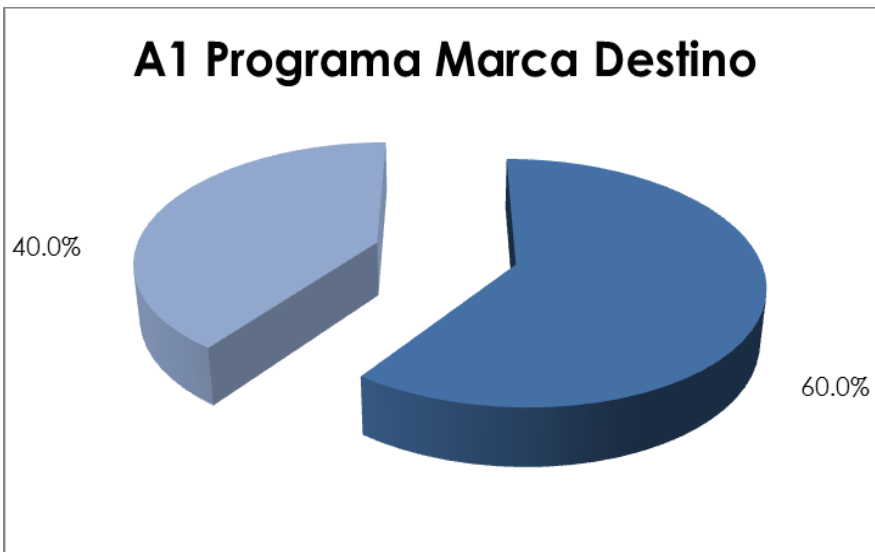


Tabla de Datos	2015	
Internacionales	Porcentual	Numérico
Planificados por realizar al finalizar el presente año	60.0%	12
Realizadas al Segundo Bimestre	40.0%	8
Total	100.00%	20

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No. de ferias internacionales	Marzo	Abril	Bimensual
Planificadas	2	0	2
Desarrolladas	2	0	2

De acuerdo al Plan de Ferias y Eventos Internacionales para el año 2015, en el mes de Marzo se participó en las siguientes Ferias: ITB, Cruise Shipping, para el mes de Abril no se tenía programado ninguna participación en Ferias Internacionales.

Indicador:

(No. de personas atendidas en viajes de familiarización y prensa / No de personas planificadas por atender en los viajes de familiarización y prensa) x 100

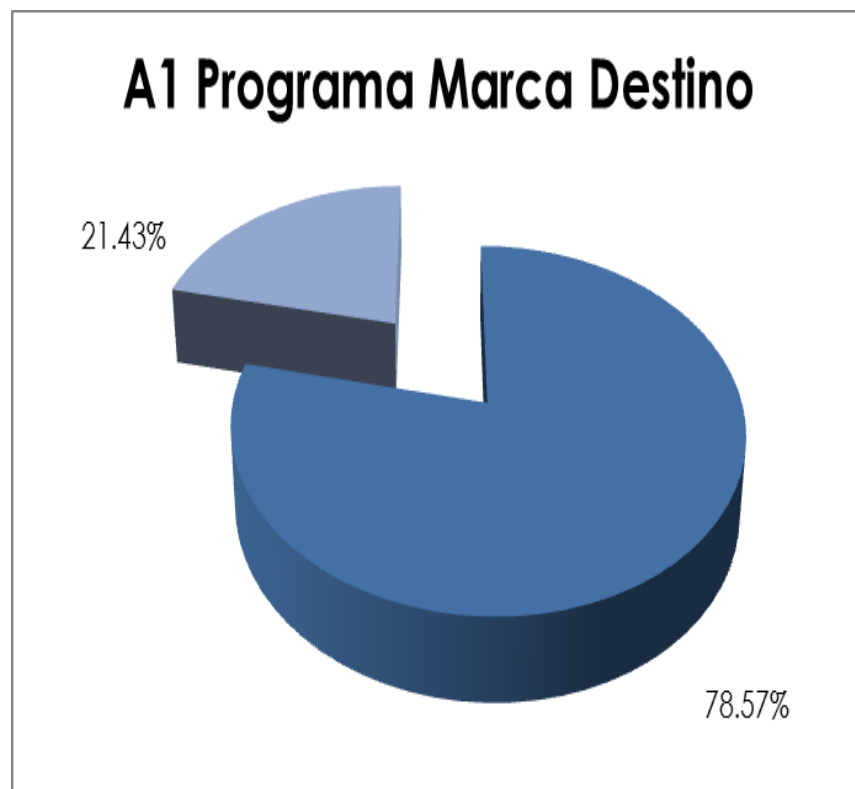


Tabla de Datos	2015	
Personas atendidas en viajes de familiarización y prensa	Porcentual	Numérico
Planificados por atender en el transcurso del año	78.57%	110
Atendidas al Segundo Bimestre	21.43%	30
Total	100.00%	140

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Al mes de marzo se realizaron 3 viajes de prensa y 1 viaje de familiarización, atendiendo a 29 pasajeros de la región centroamericana y Alemania. En abril se realizó 1 viaje de prensa, atendiendo a un periodista italiano.

Indicador:

(No. de mayoristas y medios internacionales reunidos / No. de mayoristas y medios internacionales planificados) x 100

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se notifica que la Feria El Salvador Travel Market está programada para realizarse en el mes de Noviembre 2015.

En relación a los avances realizados para el desarrollo de la Feria, se informa que se ha estado trabajando con la Cooperante para el estudio y planificación de los Mayoristas y Medios que participaran para el logro de los objetivos en este evento y así poder hacer las invitaciones, así como la agenda a seguir y el formato de la Feria.

Definir las estrategias del posicionamiento de nuestras marcas, así como fijar los objetivos que sean específicos, medibles, alcanzables, y cuantificar las estadísticas de los resultados, para la búsqueda de nuevos turistas en mercados emergentes o no tradicionales para la mejora de los restantes objetivos, lo anterior a efecto de garantizar la mejora continua para esta gerencia.

Indicador:

(No. de investigaciones de mercado realizadas / No. de investigaciones de mercado planificadas) x 100

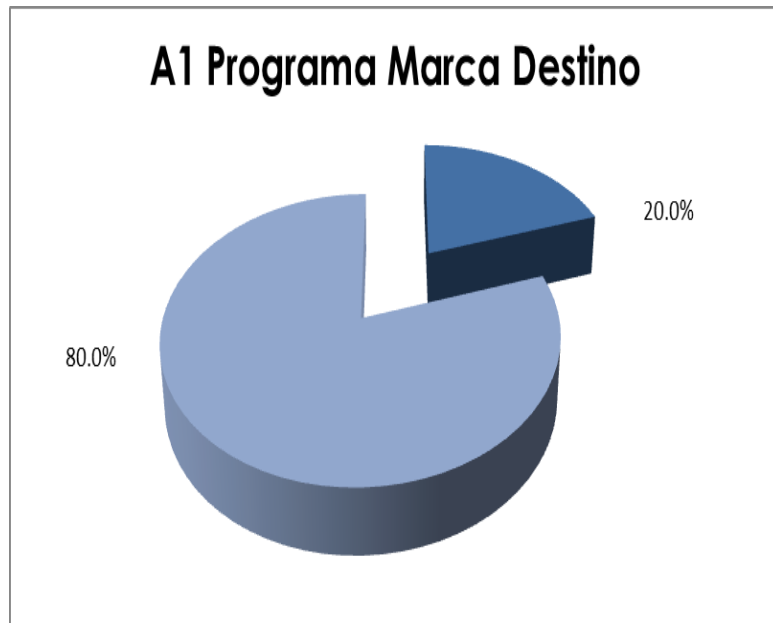


Tabla de Datos	2015	
No. de Investigaciones de Mercado	Porcentual	Numérico
Planificados por realizar al finalizar el presente año	20.0%	1
Realizadas al Segundo Bimestre	80.0%	4
Total	100.00%	5

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No. de investigaciones de mercado	Marzo	Abril	Bimensual
Planificadas	1	0	1
Realizadas	1	0	1

La meta para este año 2015 es realizar al menos 5 investigaciones de mercado, durante el mes de marzo y abril de 2015 se realizó 1 investigación, cumpliéndose la meta en un 100%, de acuerdo a lo planificado en el bimestre, dentro de la cual podemos mencionar: DATA TUR encuesta de ocupación Hotelera. Se menciona que en el primer bimestre del año 2015 se realizaron 3 investigaciones de las cuales se obtienen datos mensuales y trimestrales, quedando pendiente realizar una investigación para cumplir la meta anual de realizar al menos 5 investigaciones. Los Principales indicadores que se obtienen de acuerdo a cada investigaciones podemos mencionar : Gasto turístico internacional, llegadas de visitantes internacionales, cantidad de viajes en concepto de turismo interno que realizan los salvadoreños dentro del territorio nacional, gasto total y diario, porcentaje de ocupación hotelera, entre otros.

Indicador:

(No. de likes alcanzados / No. de likes planificados) x 100

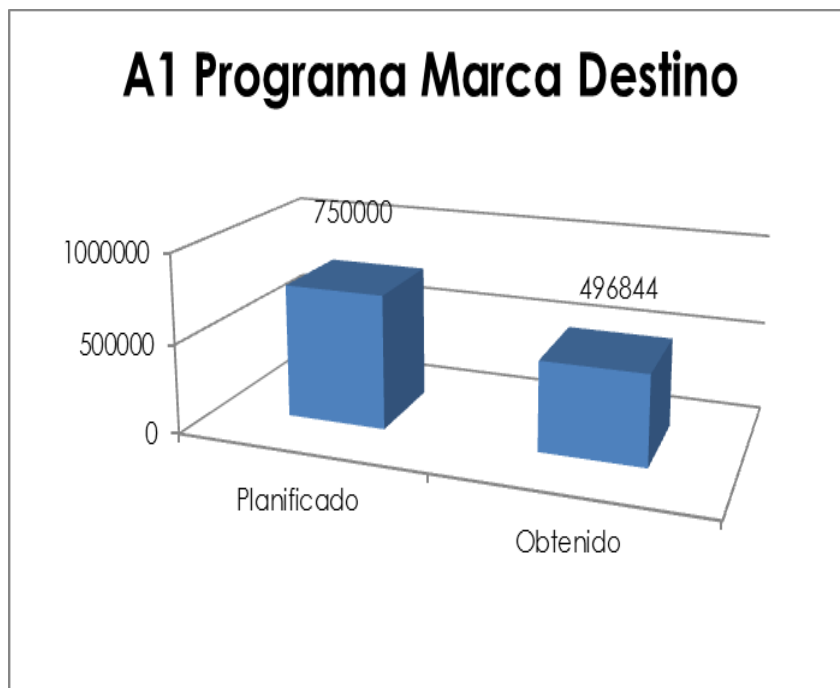


Tabla de Datos	
No. (acumulado) de likes en el facebook	2015
Planificado al finalizar el año	750000
Obtenido al segundo bimestre	496844

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En el seguimiento al indicador en cuestión, se reportan los siguientes datos:

Al mes de Marzo:

495,448 likes (acumulados) contabilizados

Al mes de Abril:

496,844 likes (acumulados) contabilizados

En marzo facebook realizó una purga en sus bases de datos mundiales, que nos restó cerca de 30,000 likes de nuestro total, sin embargo nos recuperamos haciendo más de 26,000 likes amortiguando dicha caída en nuestros fans.

Indicador:

(No. de followers alcanzados / No. de followers planificados) x 100

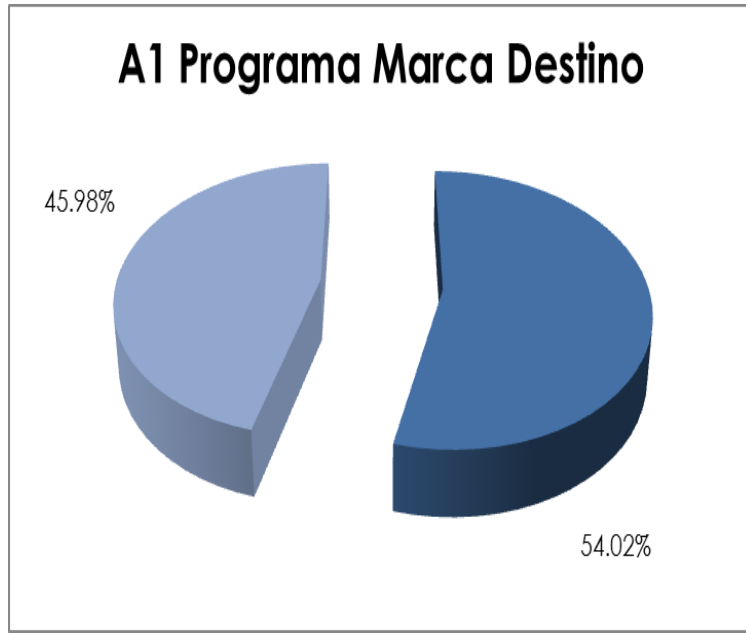


Tabla de Datos	2015	
	Porcentual	Numérico
No. de followers Planificados por contabilizar (acumulados) al finalizar el presente año	54.02%	32413
Contabilizados (acumulados) al Segundo Bimestre	45.98%	27587
Total	100.00%	60000

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Al cierre del bimestre se tienen contabilizados (acumulados) 27,587 followers.

Indicador:

(No. de reproducciones alcanzados / No. De reproducciones planificados) x 100

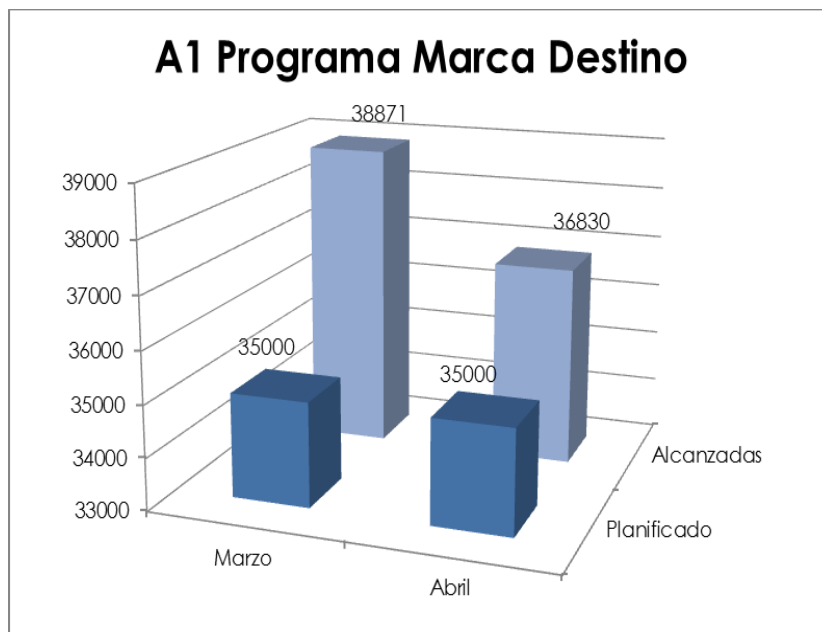


Tabla de Datos	2015	
	Marzo	Abril
No. de Reproducciones en YouTube Planificados	35000	35000
Alcanzadas	38871	36830
Porcentaje de cumplimiento	111.06%	105.23%

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No. de reproducciones en YouTube	Marzo	Abril	Bimensual
Planificadas	35,000	35,000	70,000
Alcanzadas	38,871	36,830	75,701

Durante marzo y abril nuestras publicaciones fueron vistas por 1,376,368 personas según la herramienta "Insights Analytics" de Facebook.

De nuestras acciones destacamos:

1. La llegada del Crucero Artania, al ser no solamente una novedad sino también una buena noticia es del agrado de los fans.
2. La gente sigue prefiriendo la gastronomía y paisajismo.
3. Nuestros fans les gusta los motivos culturales y tradicionales.
4. Los Covers de las campañas no tienen interacción en nuestra página.

Indicador:

(No. de visitas mensuales reales en página web / No. De visitas mensuales planificadas en página web) x 100

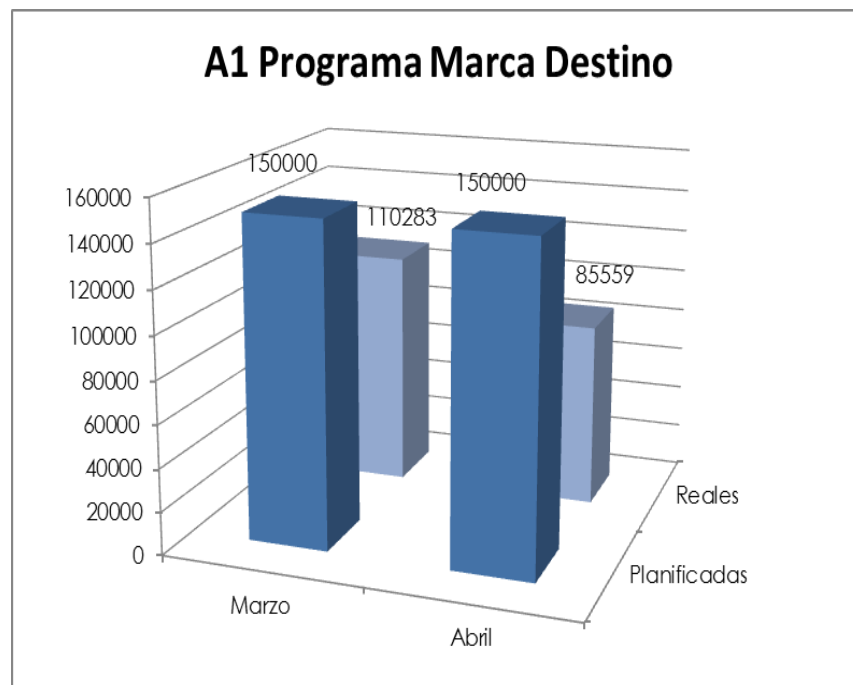


Tabla de Datos	2015	
No. de Visitas en página Web	Marzo	Abril
Planificadas	150000	150000
Reales	110283	85559
Porcentaje de cumplimiento	73.52%	57.04%

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No. de visitas en página WEB	Marzo	Abril	Bimensual
Planificadas	150,000	150,000	300,000
Reales	110,283	85,559	195,842

En el mes de marzo y abril subimos 392865 posiciones en el ranking de alexa lo que habla bien de nuestra página web, además llegamos a los 3:28 minutos de estadía promedio en nuestro sitio.



Indicador:

(No. de kits marca destino entregados / No. De kits marca destino planificados) x 100

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No se ha realizado la gestión

➤ **A2 - Pueblos Vivos**

El análisis de resultados de la meta: **“Desarrollar y ejecutar un evento de lanzamiento, una feria y un evento de Premiación del Programa Pueblos Vivos al año y promocionar los destinos y festividades de los diferentes municipios del país anualmente”** se presentan a continuación:

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

El lanzamiento del evento Pueblos Vivos, se realizó el 25 de marzo de 2015, con el objetivo primordial de promover el turismo interno en el país, con el fin de atraer más turistas extranjeros.

A continuación se presenta la programación de los eventos contemplados para esta macroactividad que faltan por realizar:

- La Feria se tiene programada para el mes de septiembre 2015.
- La premiación se tiene programada para el mes de octubre 2015.

➤ **A3 – Pueblos Encantadores**

Los resultados de la meta: **“Promover el Programa de Pueblos Encantadores a través de la entrega de al menos 1000 kits informativo al año”** se presentan a continuación:

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No se ha realizado la gestión

➤ **A4 – Fortalecimiento de imagen Nacional e Internacional**

Los resultados de la meta: **“Posicionar y promocionar a El Salvador como un destino turístico atractivo, a través de diferentes actividades y eventos que proyecten nuestra marca a nivel nacional e internacional realizando y / o participando en al menos 7 eventos en el año y participando en al menos 3 ferias Nacionales en el año.”** se presentan a continuación:

Los resultados del indicador: **(No. de eventos realizados y o No. de participaciones realizadas / No. de eventos planificados) x 100”** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No. de eventos	Marzo	Abril	Bimensual
Planificadas	4	1	5
Reales	4	1	5

La planificación durante el mes de marzo y el mes de abril, se desarrollaron de acuerdo a lo programado, 5 eventos, el resultado real de cada evento se cumplió en su totalidad.

El cumplimiento en la Participación y/o realización de los eventos desarrolladas se detalla a continuación:

- ✚ Recibimiento Crucero Artania (12-03-15)
- ✚ Lanzamiento de Programa Pueblos Vivos 2015 (25-03-15)
- ✚ Football Playa 2015 (Del 28-03-15 al 04-04 -15)
- ✚ Volleyball Playa 2015 (29-03-15 al 04-04-15)
- ✚ Lanzamiento Proyecto STOP OVER 2015 (22-04-15)

El objetivo de la participación es:

- ✚ Incrementar el volumen de la actividad turística en las temporadas altas en nuestro país.
- ✚ Reforzar el posicionamiento de nuestras marcas
- ✚ Incrementar el gasto turístico

Cabe mencionar que la meta para esta macroactividad ha sido cumplida, ya que se esperaba la realización de 7 eventos y a la fecha se ha realizado 8 eventos.

Los resultados del indicador: “(No. de Participaciones en Ferias Nacionales Reales / No. De Participaciones en ferias Nacionales Planificadas) x 100” son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presenta el respectivo análisis de resultados.

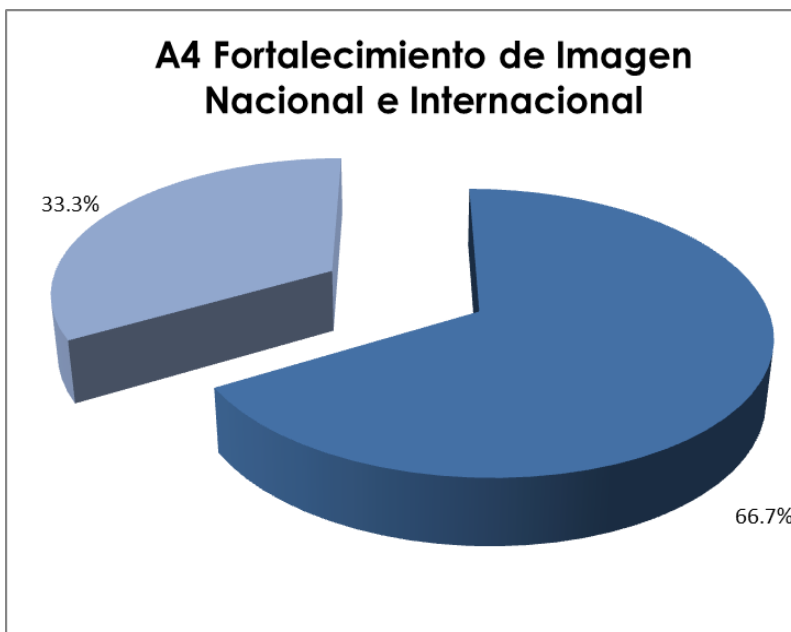


Tabla de Datos	2015	
No. de ferias nacionales	Porcentual	Numérico
Planificadas por participar al finalizar el presente año	66.7%	2
Participación al Segundo Bimestre	33.3%	1
Total	100.00%	3

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

De acuerdo a lo planificado las ferias se desarrollaran en el segundo semestre de 2015. La feria en que se participó el 24 de abril de 2015, CEMUJER en el Parque de Colonia El Roble, en San Salvador.

➤ A5 – Vive tu País

Los resultados de la meta: **“Sensibilizar a los Salvadoreños en el exterior para promover a El Salvador en forma positiva, a través del desarrollo de al menos tres ruedas de negocios y dos caravanas internacionales al año, elaboración de al menos 130,000 mapas en el año, entregar al menos 1000 kits promocionales de Vive Tu País. Adicionalmente proporcionar información turística y exponiendo los diferentes productos y acciones de promoción que posicionen al país en extranjero y a nivel nacional con el desarrollo de al menos dos productos turísticos en el año.”** se presentan a continuación:

Indicador:

Los resultados del indicador: **“(No. De ruedas de negocio internacionales realizadas / No de ruedas de negocios internacionales planificadas) x 100”** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presenta un gráfico de seguimiento y el respectivo análisis de resultados.

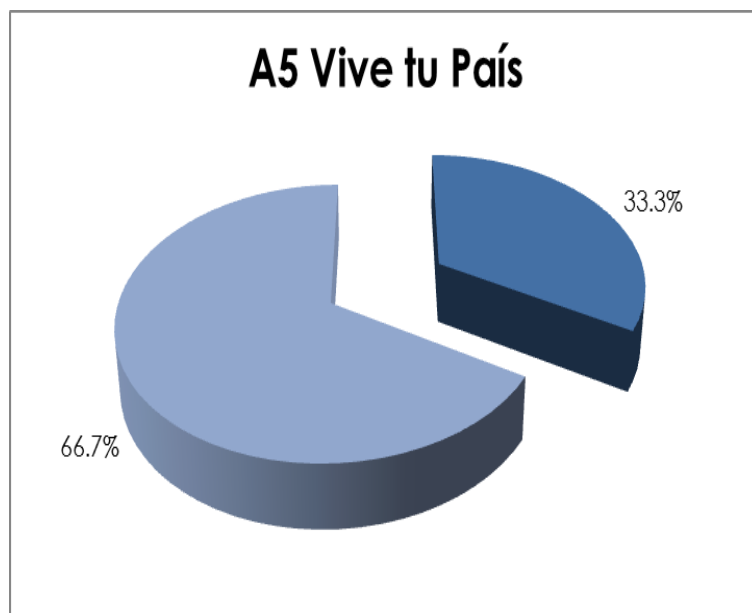


Tabla de Datos	2015	
No. de Ruedas de Negocios	Porcentual	Númérico
Planificados por participar al finalizar el presente año	33.3%	1
Participación al Segundo Bimestre	66.7%	2
Total	100.00%	3

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No. de Ruedas de Negocios Internacionales	Marzo	Abril	Bimensual
Planificadas	1	0	1
Reales	1	0	1

De acuerdo al Plan de Ferias y Eventos Internacionales para el año 2015, en el mes de Marzo se realizó la Rueda de Negocios en Berlín posterior a la Feria ITB, para el mes de abril no había programada ninguna rueda de negocios dentro del Plan.

Indicador:

Los resultados del indicador: “(No de caravanas turísticas internacionales realizadas / No. De caravanas turísticas internacionales planificadas) x 100” son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presenta un gráfico de seguimiento y el respectivo análisis de resultados.

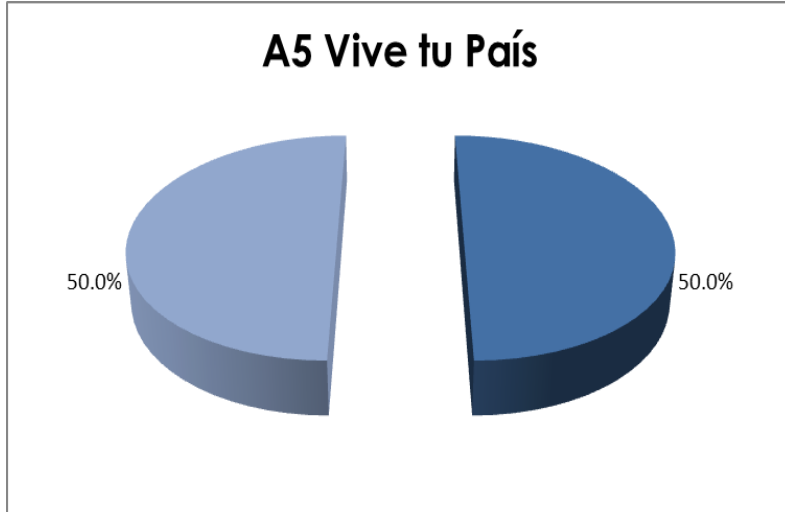


Tabla de Datos	2015	
No. de Caravanas Turísticas Internacionales	Porcentual	Numérico
Planificados por realizar al finalizar el presente año	50.0%	1
Realización al Segundo Bimestre	50.0%	1
Total	100.00%	2

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No. de Caravanas Internacionales	Marzo	Abril	Bimensual
Planificadas	1	0	1
Reales	0	0	0

De acuerdo al Plan de Ferias y Eventos Internacionales para el año 2015, en el mes de Marzo se tenía programada la Caravana Turística Estados Unidos, no se pudo llevar a cabo debido a que no se cuenta aún con la agencia de Relaciones Públicas en Norteamérica la cual es el canal indicado para poder realizar este tipo de eventos.

Indicador:

Los resultados del indicador: “(No. de productos realizados / No. De productos planificados) x100” son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se están realizando acciones previas para tener listo el producto de Tour de Pesca Artesanal para los meses de Mayo-Junio. Se está trabajando en el desarrollo de otros productos.

Indicador:

Los resultados del indicador: “(No. de mapas elaborados / No. De mapas planificados) x 100” son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Por ser una medición que se ejecuta a través de un convenio, las gestiones se iniciaran en el mes de Julio para ejecutar en agosto, según lo planificado.



Indicador:

Los resultados del indicador: "**(No. de Kit entregados / No. de Kit elaborados) x 100**" son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No se ha realizado la gestión

➤ A6 – Cielos Abiertos

Los resultados de la meta: "**Promoción de El Salvador y el proyecto Stop Over como beneficio a los turistas que van en tránsito a El Salvador a través de la realización de al menos dos acciones de promoción del proyecto Stop Over al año.**" se presentan a continuación:

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

- ✓ En Fecha 22 de marzo de 2015, se presentó oficialmente la plataforma digital del proyecto STOPOVER.
- ✓ Este proyecto es un trabajo en conjunto con el sector privado, y otras instituciones gubernamentales, con el objetivo de presentar la oferta turística de nuestro país a nivel mundial, por sus atractivos turísticos.
- ✓ Este nuevo producto, Stop Over, no solo se ha recibido con gran aceptación, por parte de los turistas sino que es un servicio eficiente que permite brindar una mejor atención al turista internacional.
- ✓ Este proyecto ha sido un éxito total, ya que de acuerdo a resultados, turistas provenientes de Estados Unidos, Canadá, España, Colombia, Brasil, Chile, Costa Rica, México, Belice y China, han disfrutado de las bondades ofrecidas en lo que ha turismo se refiere.

➤ A7 – PROASISTUR

Los resultados de la meta: "**Promover a través de la entrega de 1000 kits informativos del programa de asistencia al turista anuales**" se presentan a continuación:

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No se ha realizado la gestión.

➤ A8 – INVERTURES

Los resultados de la meta: "**Promover los proyectos y destinos de inversión través de la entrega de 1000 kits informativos anuales**" se presentan a continuación:

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No se ha realizado la gestión



➤ A9 – Fortalecimiento de la operatividad de la Gerencia de Mercadeo

Los resultados de la meta: **“Fortalecer la Gerencia de Mercadeo con las herramientas necesarias para el desarrollo efectivo de las diversas actividades a través de la adquisición de al menos tres equipos de cómputo para el personal de la Gerencia de Mercadeo al año y la entrega de al menos 1000 kits institucionales anuales para difundir el quehacer de la Corporación”** se presentan a continuación:

Indicador:

Los resultados del indicador: **“(No. de equipos de cómputo adquiridos / No. de equipos de cómputo planificados) x 100”** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No se ha realizado la gestión debido al cumplimiento de la política de ahorro y austeridad

Indicador:

Los resultados del indicador: **“(No. de Kits institucionales entregados / No. de Kits institucionales planificados) x 100”** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No se ha realizado la gestión.



GERENCIA DE PLANIFICACIÓN

Asociada al objetivo: Generar las condiciones en los territorios, a través del Programa Pueblos Vivos, que incluye la asistencia al turista, la capacitación y el desarrollo territorial y responsable del seguimiento de los Planes Estratégicos y Operativos de la Corporación, así como de asesorar, diseñar e implementar mecanismos que potencien la calidad institucional y la competitividad empresarial del sector. La Gerencia de Planificación, ejecuta actividades que promueven el desarrollo organizacional, planeación estratégica y la gestión de la calidad, así como el desarrollo de una estructura orgánica que permita un mejor aprovechamiento de los recursos de la Corporación, a través de la evaluación y mejora de los sistemas y métodos de trabajo.

Asistencia Técnica

Fomentar las capacidades competitivas en el sector turístico, a través de la implementación de programas de capacitación y asistencia técnica para las Micro, Pequeñas y Medianas empresas turísticas, involucrando en estas acciones a profesionales independientes y prestadores de los diferentes servicios turísticos, desarrollando programas de formación, así como actualización de conocimientos para ser aplicados en sus empresas, con los que se desarrollaron acciones importantes.

Desarrollo Institucional y Sistema de Gestión de Calidad

Promover el desarrollo de una estructura orgánica que permita elevar la calidad de los servicios ofrecidos por CORSATUR, mediante la mejora de la gestión de calidad al interior de la Corporación, por medio del sistema de gestión de calidad, con un enfoque basado en procesos para lograr una cultura de calidad en la estructura orgánica, desde una motivación para la realización, disciplina para el desarrollo con una conducta proactiva, hasta el cambio positivo en la mentalidad de las personas.

A continuación se presenta el resumen del seguimiento y medición de las metas (Planificado vs. Ejecutado) de las macroactividades de la Gerencia de Planificación:

➤ A1- Desarrollo del Programa de Formación Turística de El Salvador (FORMATURES)

Los resultados de la meta **“Beneficiar a 20 Municipios claves para el desarrollo turístico al año, con un mínimo de 150 actores capacitados”** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable de forma mensual, no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales programados a ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos, por lo que se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Durante el periodo se encuentra en ejecución los cursos de:

- Ingles San Salvador
- Ingles Occidente
- Guías Paracentral.

Se ha firmado contrato con FEPADE para impartir el curso de guías en oriente.



➤ **A2 – Programa de Capacitación para la Policía de Turismo (POLITUR) y elementos Policiales en zonas Turísticas en el marco de FORMATURES**

Los resultados de la meta: **“Beneficiar anualmente a 75 elementos policiales que brinden asistencia al turista en al menos 5 municipios claves”** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable de forma mensual, no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales, programados a ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos, por lo que se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

La acción está programada para el segundo semestre 2015.

El proceso se encuentra en elaboración de TDR para contratación.

➤ **A3 – Programa de Certificación en Calidad Turística para Empresas del Sector en el marco de FORMATURES**

Los resultados de la meta: **“Certificar a al menos 10 Empresas Turísticas en el Programa de Calidad Turística al año”** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable de forma mensual, no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales, programados a ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos, por lo que se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Con fecha 15 de abril se realizó el Lanzamiento oficial del programa y se está trabajando para concretar acciones establecidas en el convenio OSN – CORSATUR.

➤ **A4 - Edición, Impresión y Reimpresión de documentos de apoyo y consulta al sector turístico**

Los resultados de la meta: **“Brindar a los 500 usuarios de las capacitaciones el material de apoyo necesario para las jornadas a desarrollar en el año”** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable de forma mensual, no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales, programados a ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos, por lo que se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

El proceso se unificó en licitación institucional. En espera de ofertas por proveedores para evaluación.

➤ **A5 - Sensibilizar a actores Claves del Sector en temas de Cultura Turística y Atención al Turista dentro del marco de FORMATURES**

Los resultados de la meta: **“Beneficiar a 12 Municipios claves para el desarrollo turístico al año, con un estimado de 260 actores capacitados.”** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable de forma mensual, no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales, programados a ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos, por lo que se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

El proceso se encuentra en elaboración de TDR.



➤ **A6 - Gestionar alianzas estratégica con actores empresariales claves en marco del Programa Conoce Tú País**

Los resultados de la meta: **“Beneficiar a 12 Municipios claves para el desarrollo turístico al año, con un estimado de 260 actores capacitados”** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable de forma mensual, el seguimiento no se presenta en forma gráfica debido a que son eventos puntuales, programados a ejecutar en periodo específicos para la consecución de objetivos definidos, por lo que se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

La acción se realizará durante todo 2015.

➤ **A7 - Mantenimiento de Equipo (Cañón, impresora, laptop) de la Gerencia de Planificación**

Los resultados de la meta: **“Los resultados de la meta: “Mantener en buen estado los recursos de la Gerencia de Planificación”** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable de forma mensual, no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales, programados a ejecutar en periodo específicos para la consecución de objetivos definidos, por lo que se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se tiene en aprobación las especificaciones técnicas

➤ **A8 – Apoyo al desarrollo de Encuentros de Comités de Desarrollo Turísticos (CDT), en el marco del Programa FORMATURES.**

Los resultados de la meta: **“Los resultados de la meta: “Contratación de consultores para el desarrollo de al menos 6 charlas en los Encuentros de CDT en 2015”** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable de forma mensual, no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales, programados a ejecutar en periodo específicos para la consecución de objetivos definidos, por lo que se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se tiene contrato firmado con consultor y los encuentros se desarrollarán el 13 , 20 y 27 de Mayo.

➤ **A9 – Capacitar a los representantes de Medios de Comunicación, en el marco del Programa Pueblos Vivos, para impulsar posicionamiento por medio de un manual para el desarrollo de piezas comunicacionales**

Los resultados de la meta: **“Los resultados de la meta: “Capacitar al menos 20 medios de comunicación, con Manual de piezas comunicacionales en el marco de Pueblos Vivos”** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable de forma mensual, no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales, programados a ejecutar en periodo específicos para la consecución de objetivos definidos, por lo que se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

La jefatura de Comunicaciones se encuentra en proceso de elaboración de TDR para contratación.



➤ **A10 – Capacitación a actores del sector turístico en apoyo al desarrollo del Turismo Médico, en el marco de FORMATURES**

Los resultados de la meta: **“Capacitar a 20 empresas de turismo medico al año”** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable de forma mensual, no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales, programados a ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos, por lo que se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Acción programada para Julio 2015. Pendiente punto de Junta Directiva para contratación directa por parte de Mercadeo debido a requerimientos jurídicos que deben tramitarse en USA.

➤ **A11 – Gestionar estrategias de fortalecimiento organizacional, orientada a la calidad y a la mejora continua, dentro del Sistema de Gestión de Calidad**

Los resultados de la meta: **“Superar el 100% las No Conformidades encontradas durante la última auditoria externa de calidad realizada”** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable de forma mensual, no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales, programados a ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos, por lo que se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

La auditoria externa está programada para el mes de Octubre del año en curso, sin embargo actualmente se tendrá durante el período de Abril a Octubre una consultoría para el seguimiento y mejora del Sistema de Gestión de Calidad.

➤ **A12 – Plan Estratégico Institucional de CORSATUR 2015 - 2019**

Los resultados de la meta: **“Elaborar el documento en base a los lineamientos estratégicos institucionales”** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable de forma mensual, no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales, programados a ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos, por lo que se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Los tdr del Plan Estratégico están ya elaborados y en proceso de aprobación de la Gerencia General.

Asociada al objetivo: Generar las condiciones en los territorios, a través del programa Pueblos Vivos, que incluya la asistencia al turista, la capacitación y el desarrollo territorial.

A continuación se presenta el análisis de las metas de las macroactividades de la Gerencia de Turismo Interno:

➤ **A1 – Programa Pueblos Vivos**

Los resultados de la meta: **“Dinamizar el Turismo Interno mediante el apoyo de al menos 50 municipios en acciones de fortalecimiento turístico durante el año”** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable de forma mensual, a continuación se presenta un gráfico de seguimiento con el respectivo análisis de resultados.

Tabla de Datos	2015	
No. de Municipios apoyados	Porcentual	Numérico
Planificadas anuales por apoyar	90.00%	45
Apoyados al segundo bimestre	10.00%	5
Total	100.00%	50



Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Hasta el 30 de abril, se han realizado diversos citytours a municipios Pueblos Vivos, incluyendo El Paisnal, Santo Tomás, Tecoluca, Aguilares y Tejutla

A2 – Apoyo a los Territorios en el Desarrollo Turístico

Los resultados de la meta: **“Divulgación trimestral de la oferta turística de los municipios a través de la Distribución de material impreso a por lo menos 20 puntos estratégicos de información turística.”** son medidos de manera trimestral, por lo que su rendimiento no es comparable de forma mensual, a continuación se presenta un gráfico comparativo del Trimestre No. 1 – 2015 (Enero, Febrero y Marzo) con el respectivo análisis de resultados.

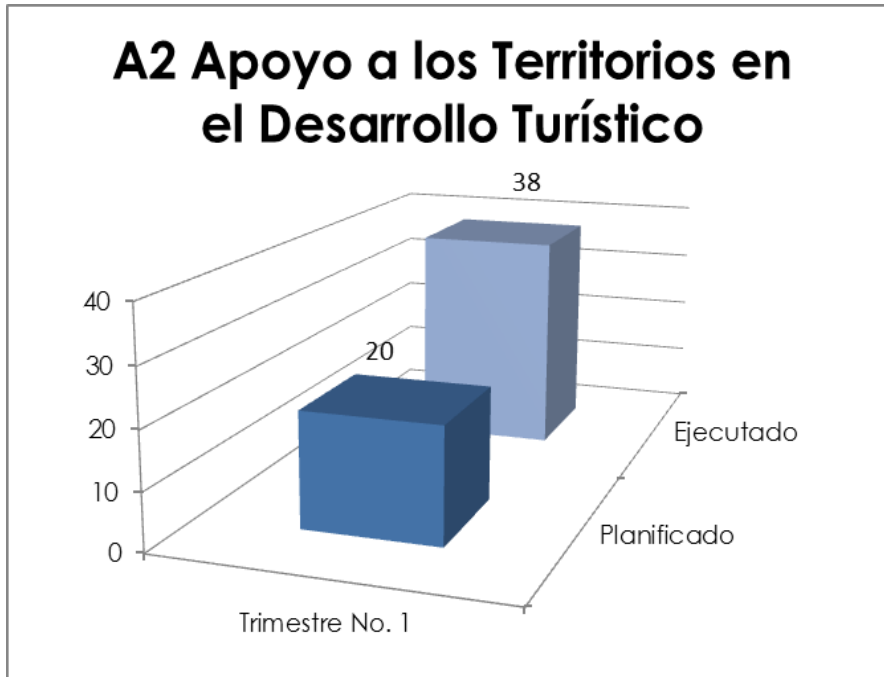


Tabla de Datos	2015
No. de Puntos Estratégicos de Divulgación	Trimestre No. 1*
Planificados	20
Atendidos	38

*Los datos cuantificados son los de los meses: Enero, Febrero y Marzo 2015

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No ha habido acciones programadas de entrega para los meses de marzo y abril, el resultado del trimestre es la divulgación de la oferta turística a través de la distribución de material impreso a 38 puntos de interés.

➤ A3 – Desarrollo de Tecnologías

Los resultados de la meta: **“Realización de al menos dos aplicaciones de promoción en el sitio Web en el año”** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable de forma mensual, no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales, programados a ejecutar en periodo específicos para la consecución de objetivos definidos, por lo que se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se está trabajando en nuevas aplicaciones en la página web de la institución en coordinación con la Gerencia de Mercadeo.

➤ **A4 – Programa Pueblos Encantadores.**

Los resultados de la meta: **“Identificar el potencial turístico y la singularidad de al menos un municipio, a través de la elaboración de un informe del mismo, durante el primer semestre del año.”** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable de forma mensual, no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales, programados a ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos, por lo que se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

El informe con la identificación del potencial turístico está en elaboración.

➤ **A5 – Divulgación y Fortalecimiento del RNT y empresas inscritas**

Los resultados de la meta: **“Fortalecer la inscripción de la oferta turística en el país a través del registro de 40 empresas nuevas anualmente”** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presenta un gráfico de seguimiento y el respectivo análisis de resultados.

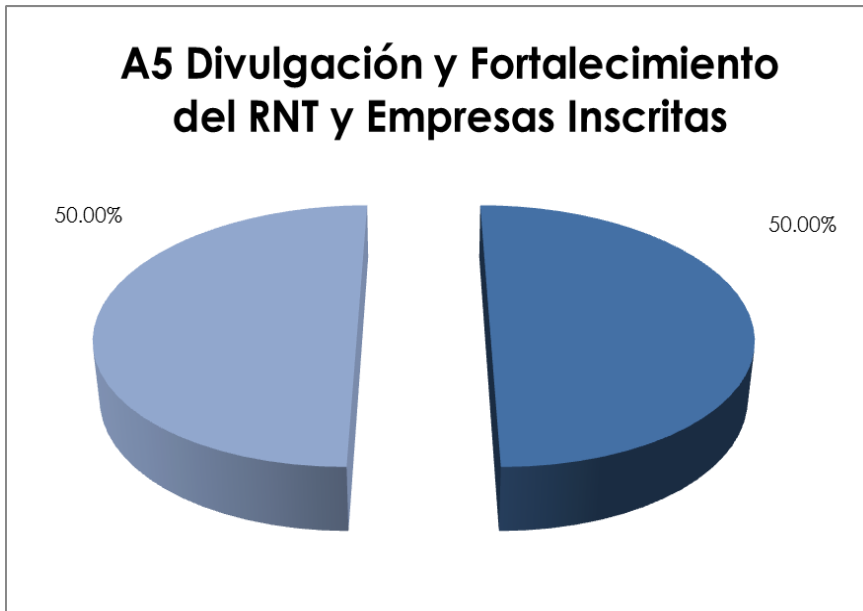


Tabla de Datos	2015	
No. de Empresas Nuevas Inscritas	Porcentual	Numérico
Planificadas anuales por inscribir al finalizar el año	50%	20
Inscritas al segundo bimestre	50%	20
Total	100%	40

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En el caso del RNT, la meta se mide anualmente. Para los dos meses (Marzo y Abril) se cuenta con 10 empresas nuevas inscritas únicamente para el mes de marzo, para abril no se registraron nuevas, obteniendo para los dos meses un 25 % de la meta total que son 40 nuevas.



➤ A6 – Fortalecimiento a los Comités de Desarrollo Turístico

Los resultados de la meta: **“Alcanzar al menos un promedio del 88% de satisfacción al cliente en los encuentros de CDT realizados en el año”** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Los encuentros de CDT están planificados realizarse hasta mayo.

➤ A7 – Programa de Asistencia al Turista (Proasistur)

Los resultados de la meta: **“Incremento de al menos el 3% de la afluencia turística con relación al año anterior en las tres temporadas vacacionales”** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se realizó por los CAT el primer sondeo en vacaciones de Semana Santa, obteniendo un estimado de visitación a los CAT y Área de acción (localización territorial de cada CAT) de 321,826 turistas, incrementando 36,153 turistas con relación al año pasado, esto representa un incremento del 12.66 % de atención realizada por los CAT.