

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

**Julio y Agosto
2015**

CONTENIDO

- 1. Objetivo**
- 2. Alcance**
- 3. Documentos Relacionados**
- 4. Responsabilidades**
- 5. Acciones desarrolladas durante Bimestre Julio y Agosto 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 Julio - Agosto 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 Julio 2015





MITUR realizó la Feria del Turismo y Viajes Expo Vacaciones

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán; El Presidente de Expo Vacaciones, Ing. Edgardo Contreras y el Presidente de la Cámara Salvadoreña de Turismo, Lic. Roberto Calderón en conferencia de prensa dieron a conocer los detalles del décimo segunda edición de Expo Vacaciones 2015 el pasado 7 de julio.

Según explicaron las autoridades serán más de 160 profesionales de turismo nacional e internacional que estarán presente en una de las ferias de turismo más importante de la región Centroamericana.

Por 12º año consecutivo, más de 160 profesionales de turismo nacional e internacional atendieron a miles de salvadoreños en el evento turístico denominado Expo Vacaciones, una feria de turismo de vacaciones y recreación abierta al 100% al público salvadoreño. En ella el público directamente se informó con los empresarios turísticos, acerca de la gran variedad de destinos, lugares y servicios turísticos, haciendo sus reservaciones para su próxima vacación a precios de feria.

El público salvadoreño, tuvo la oportunidad de encontrar en un solo lugar toda la gama de opciones que este tipo de evento le ofrece. Pues para ello usualmente tendría que recorrer un buen número de comercios y agencias que probablemente aun así, no lograría obtener un abanico de tan variadas y atractivas ofertas, además de forma directa con el propio prestador de servicios.

El año pasado acudieron a Expo Vacaciones más de 7,000 personas en tan solo 2 días que dura el evento y se esperó que este año volviera a lograr a superar esa cifra. Expo Vacaciones se realizó en el Pabellón Internacional N°1 del Centro Internacional de Ferias y Convenciones de El Salvador, CIFCO, los días sábado 11 y

domingo 12 de julio estuvieron abiertos al público de 9:00 am a 7:00 pm.

La entrada al público fue completamente gratis y se dispuso de un amplio parqueo interno para comodidad de los visitantes.

Turistas dejaron al país \$22.3 millones en divisas durante Vacaciones Agostinas

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, dio a conocer en conferencia de prensa las cifras que la Cartera de Estado proyectó para la temporada vacacional de agosto relacionada con el ingreso de turistas internacionales y el flujo de divisas para el país el pasado 9 de julio.

Para las Vacaciones Agostinas, época vacacional que la gozan especialmente los capitalinos, se esperó un ingreso de \$22.3 millones en concepto de divisas, un crecimiento del 2.8 %, respecto al 2014, estimando un gasto diario promedio de \$110.10 por turista con estadía promedio de 5.8 noches.

"Si comparamos los ingresos por turismo desde 2009 al 2015, El Salvador ha duplicado en seis años las divisas (2009-\$10.3 millones). Lo anterior nos indica que el turismo en el país ha ido en constante crecimiento; y este crecimiento va acompañado de nuevas inversiones, más empleo y mejor oferta de servicios", dijo el Lic. José Napoleón Duarte, Ministro de Turismo.

Se estimó que de los 46,198 visitantes, unos 35,424 visitantes ingresaron al país vía terrestre, representando un incremento de 2.02% respecto al año 2014, mientras que vía aérea se estimó un crecimiento del 1.95%, es decir, que 10,774 personas pudieron ingresar por el aeropuerto Internacional Óscar Arnulfo Romero. El año pasado 10,568 personas ingresaron por la terminal aérea.

Por su parte, el Ministro de Turismo destacó que en cuanto a la emisión de turistas, es

decir, aquellos salvadoreños que saldrían del país a vacacionar, se estimó la cifra que ascendiera a 39,048 personas, de los cuales 30,686 saldrían vía terrestre y el resto, 8,362, lo podrían hacer vía aérea.

Por ser una temporada vacacional propia de capitalinos, las autoridades de Turismo esperaron que unos 111,772 salvadoreños hicieran turismo interno. Las cifras revelan que esto representaría un incremento de 11,000 personas respecto al año anterior. La ocupación hotelera rondó entre el 50% a 53.6% en la zona costera del país, mientras que los hoteles de montaña fue del 49% y 55%.

Lanzan campaña “En Agosto pásala Agosto”

Autoridades de la Corporación Salvadoreña de Turismo y el Ministerio de Turismo, lanzaron oficialmente el pasado 10 de julio la campaña publicitaria para incentivar a los salvadoreños a realizar turismo y pernoctar en los destinos, en la que se muestra la diversidad de la oferta turística con la que cuenta El Salvador.

La campaña promocionó las diferentes actividades que se pueden desarrollar en todos los puntos de interés turístico a nivel nacional bajo una nueva plataforma de oferta turística Multidestinos.

La campaña fue denominada “En agosto pásala a gusto”, que fue expuesta en los principales medios de comunicación masiva tales como televisión, prensa escrita, radio, muppies y medios digitales.

La campaña publicitaria apareció en los medios de comunicación de nuestro país desde el 9 de julio y concluirá hasta el 9 de agosto 2015. La inversión aproximada de esta iniciativa fue de \$225 mil.

MITUR le apostó a la Calidad Turística de El Salvador

El pasado 13 de julio, fueron acreditados 25 nuevos guías turísticos del departamento de San Vicente, tras concluir el programa de capacitaciones que tuvo una duración de tres meses, con el fin de fortalecer el conocimiento profesional a los actores ligados con el turismo.

Esta capacitación se enmarca en el Programa de Formación Turística de El Salvador, eje estratégico de la nueva gestión 2014-2019, que busca fortalecer turísticamente la gestión empresarial, capacitar a la MIPYME y formar a guías expertos en el ramo, a fin de mejorar su competitividad en el país.

Con esta iniciativa el Ministerio de Turismo, a través de CORSATUR (Corporación Salvadoreña de Turismo), busca vigorizar la formación profesional de los actores claves que forman parte de la cadena productiva del sector turismo en todo el país, bajo la estrategia de potenciar dicha industria y convertirla en un eje transversal de desarrollo sostenible y de crecimiento económico continuo para El Salvador.

Los nuevos guías pertenecen a los municipios de Santiago Nonualco, Santa María Ostuma, Cuyultitán, Ilobasco, Santa Cruz Michapa, San Esteban Catarina, San Cayetano Istepeque, San Pedro Perulapán, San Vicente, Cojutepeque, San Lorenzo, Apastepeque, Tecoluca y Sensuntepeque, quienes recibieron de manos del Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán las respectivas acreditaciones.

“Las exigencias de los turistas es cada vez mayor, por lo que es importante aumentar la calidad de los estándares de servicios, infraestructura y atención al cliente. Por eso estamos impulsando un programa especial de capacitación del recurso humano dedicado al turismo a fin de brindar servicios de calidad y mejorar la competitividad de nuestros destinos,” expresó el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte.

La autónoma proyecta que los municipios cuenten con recurso humano capacitado como Guías especializados en áreas locales, con habilidades y destrezas enfocadas en la atención a los turistas así como el dominio de la información histórica y cultural del país. La Inversión realizada para impulsar esta capacitación asciende a \$18,680.30.

El Salvador lideró proceso de integración turística regional durante el próximo semestre

El pasado 14 de julio se realizó el traspaso de la Presidencia Pro Témpore del Consejo Centroamericano de Turismo (CCT) y la Presidencia del Consejo Directivo de la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA) al Ministro de Turismo de El Salvador, José Napoleón Duarte, de manos de la Vice Ministra de Turismo de Guatemala, Maruja Acevedo; mediante un acto oficial realizado en la Secretaría General del Sistema de la Integración Centroamericana (SG-SICA), en el cual participaron los ministros de turismo de la región; así como la Secretaria General del SICA, Victoria Marina de Avilés.

“Durante la Presidencia Pro Témpore de El Salvador, estaremos dando seguimiento, con el apoyo de la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA), al Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible de Centroamérica 2014-2018, enfocando nuestras acciones y actividades en tres de los cinco pilares definidos por los Jefes de Estado y de Gobierno del SICA en el 2010 para el relanzamiento de la Integración Centroamericana; estos son: Seguridad Turística, Turismo y Cambio Climático y la Integración Económica; priorizando la Seguridad Turística”, expresó el Ministro Duarte.

“El turismo para los Países Miembros del Sistema de la Integración Centroamericana es considerado como una de las principales actividades económicas, al ser una importante fuente de generación de

empleos y divisas, constituyendo un motor de desarrollo que contribuye al alivio de la pobreza y a mejora de la calidad de vida de nuestra población”, agregó.

El actual Presidente Pro Témpore del CCT recordó el elevado potencial que posee el turismo en la lucha contra la pobreza en los países de la región, señalando que solamente en el año 2014, el turismo aumentó del 5.5% en términos de llegadas de turistas alcanzando los 9.59 millones de turistas, es decir 504,749 turistas más que en el 2013.

Hotel Boutique SAL Y LUZ abrió sus puertas en El Salvador para los gustos más exclusivos

Un lugar moderno, contemporáneo, mezcla de naturaleza y buen gusto llamado **Hotel Boutique Sal y Luz** inauguró sus instalaciones el pasado 16 de julio en una de las zonas más céntricas de la ciudad capital de El Salvador, San Salvador.

El proyecto inició hace aproximadamente un año, cuando inversionistas Colombianos con más de dos décadas de experiencia en Hotelería y Turismo, le apuestan a su legado familiar y crean un concepto único y moderno. Con una inversión aproximada de \$500,000.00, Sal y Luz genera actualmente 15 empleos fijos y tienen planes de expansión a 3 años para un Hotel de playa.

Sal y Luz cuenta con 7 diferentes ambientes de lujo, donde se vive una experiencia de encuentro con la paz interior, cada una con un espacio diferente que te brinda una experiencia acogedora y única. Sus habitaciones: Cristal, Vida, Agua, Energía, Armonía, Alegría y Paz evocan diferentes sensaciones que rompen los esquemas de lo tradicional. Las tarifas de apertura oscilan entre los \$130.00 y \$190.00. Así mismo el Hotel cuenta con Le Petit Spa, un espacio de relajación equipado con una sauna de lujo. El Restaurante AMAR está abierto para los amantes de la buena gastronomía, cada

platillo es preparado de manera especial para los gustos más exigentes por el Chef Gustavo Ramos, de origen colombiano y con experiencia en Hoteles y Restaurantes de Suramérica. Los ingredientes utilizados para los platillos son obtenidos de productores salvadoreños e importados de la más alta calidad. Sus horarios al medio día son de 12:00 a 3:00 p.m. y por las noches a las 6:30 p.m. y 8:30 p.m.

Durante la inauguración del Hotel Boutique Sal y Luz estuvieron presentes el Presidente de PROESA Lic. Sigfrido Reyes y el Ministro de Turismo Lic. José Napoleón Duarte, quienes junto con los inversionistas Colombianos realizaron el corte de cinta oficial y un recorrido por las instalaciones del lugar.

MITUR y MARN lanzaron lineamientos de gobernanza y gestión del turismo sostenible en la zona costero marina

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán y la Ministra de Medio Ambiente y Recursos Naturales, Licda. Lina Pohl, lanzaron oficialmente el pasado 22 de julio los lineamientos del Plan de Gobernanza y gestión del Turismo sostenible en la zona Costero Marina de El Salvador, el cual pretende facilitar y promover las condiciones de inversión en el sector, fortaleciendo los mecanismos de articulación y Gobernanza en dicha zona.

“El reto que tenemos como pueblo salvadoreño, es sumarnos al esfuerzo de construir un país turístico próspero, educado y seguro, que exprese la identidad salvadoreña y aproveche de la mejor manera sus recursos para hacer de El Salvador un modelo de desarrollo turístico sustentable reconocido en la región y el mundo, por su enfoque basado en el buen vivir”, dijo Duarte titular de la Cartera de Turismo.

El funcionario añadió que dichos lineamientos servirán de base para el

proyecto de \$25 millones, provenientes del Banco Interamericano de Desarrollo a desarrollarse en la misma zona. El proyecto se realizó a través del Fondo Global para el Medio Ambiente (GEF) a través del Programa de la Naciones Unidas para el Desarrollo en El Salvador.

Según explicó el Ministro de Turismo, el documento genera propuestas para incrementar la equidad y la calidad de los mecanismos de gobernanza para la gestión de las áreas costeras y marinas de El Salvador, que sienten precedentes para la sustentabilidad a nivel regional y mundial.

“El documento analiza el contexto y las tendencias del turismo sustentables en términos globales, regionales, nacionales y locales para promover el turismo sostenible e identifican el enfoque de desarrollo sustentable de acuerdo con las iniciativas de los Ministerios de Medio Ambiente y Recursos Naturales y de Turismo, al tiempo que propone lineamientos e identifican mecanismos para mejorar la gestión del turismo sostenible y su operación”, agregó el funcionario.

MITUR impulsó turismo deportivo en punta roca con campeonato femenino de surf

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, junto al Alcalde del Puerto de La Libertad, Javier Jiménez y el Presidente de la World Surf League, Alfredo Martínez, dieron a conocer el pasado 23 de julio los detalles del primer Campeonato Femenino denominado “Copa El Salvador Impressive QS seis estrellas”, desarrollados del 6 al 9 de agosto en Punta Roca, La Libertad.

El evento formo parte de la estrategia del Ministerio de Turismo para promover a El Salvador como un destino de calidad mundial para la práctica de surf, así como generar las condiciones de desarrollo económico y local de la zona a través del flujo masivo de turistas nacionales e internacionales.

“El Salvador ha demostrado su potencial en la organización de eventos internacionales de surf, logística que se complementa con los excelentes escenarios que poseemos como lo es la Playa Punta Roca. Nuestro principal objetivo es promover el turismo deportivo y motivar que más turistas internacionales visiten El Salvador dejando así ingresos económicos importantes al país”, expresó el Titular de Turismo, durante la conferencia de prensa.

El campeonato es considerado 6 estrellas, debido a que la bolsa de premios ronda los \$40,000. De acuerdo al representante de World Surf League, más de 80 atletas participaron en el evento que prometió un gran espectáculo. El campeonato que se desarrolló en nuestro país, contó con participantes provenientes de Suramérica como Perú, Brasil, Francia, Japón, Estados Unidos, entre otros países, sin dejar de lado El Salvador.

El Ministro de Turismo, destacó que El Salvador ha sido considerado por organizaciones internacionales como uno de los 10 mejores destinos de Latinoamérica para la práctica del surf, por sus imponentes olas. El evento fue transmitido por cadenas internacionales como Fox y Space, se estimó que más de 5 millones de personas siguieron el evento a nivel mundial. La inversión para la realización del evento asciende a \$200, 000.

Ministerio de turismo y empresarios realizaron caravana turística en estados unidos

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán junto a una delegación de empresarios salvadoreños, iniciaron una jornada de encuentros y reuniones uno a uno con mayoristas y representantes de agencia de viaje en Estados Unidos, en el marco de una estrategia denominada “Caravana turística”, misma que se

desarrolló en diferentes ciudades incluyendo San Francisco, Los Ángeles y Seattle, del 28 al 30 de julio.

“El objetivo es desarrollar reuniones multilaterales y bilaterales con el objeto de hacer negocios, es decir el empresario va a hacer negocios, es un mecanismo para promocionar y vender, y en esa dirección los empresarios tienen contacto con todos los tour operadores quizás más estratégicos que hay en estos Estados, por eso viajamos a San Francisco, ahí vamos a tener varias presentaciones, vamos a recibir a los tour operadores de esa zona de San Francisco, al mismo tiempo sostendré reuniones que van a estar ligadas con el consulado de la Embajada”, expresó el funcionario.

Durante tres días la delegación liderada por el Ministro de Turismo y ocho empresarios salvadoreños promocionó a El Salvador como un destino de calidad mundial; buscaron principalmente posicionar nuestro país dando a conocer la oferta turística para diferentes tipos de mercado así como sus productos y servicios, a través de la marca destino.

Duarte destacó que esta misma iniciativa se desarrollará en septiembre en otras tres ciudades de los Estados Unidos, y en octubre en Montreal, Canadá. Para las autoridades del Ministerio de Turismo y la Corporación Salvadoreña de Turismo la representación del mercado Estadounidense es muy importante, de acuerdo al levantamiento del perfil del turista residentes en Estados Unidos, el 33.5% de estos turistas tienen ingresos anuales arriba de \$18,001 y el principal motivo de llegada a El Salvador fue para visitar amigos o familiares.

Acciones desarrolladas durante Agosto 2015



Tour de pesca artesanal, nueva apuesta del MITUR en la zona oriental

El Ministerio de Turismo, a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo junto a otras instituciones, lanzó un nuevo producto turístico para fortalecer la afluencia de visitantes a la zona oriental del país, el pasado 13 de agosto.

El tour es el resultado de un convenio interinstitucional entre MARN, PNUD-GEF y MITUR con el objetivo de impulsar el desarrollo económico y local mediante la conservación y protección de los recursos naturales, en este caso en la zona costero Marino.

Se trata del nuevo "Tour de pesca artesanal", el cual se desarrolló en dos zonas del oriente del país: Bahía de Jiquilisco y El Golfo de Fonseca, donde los turistas podrán observar y vivir la experiencia de la pesca.

El Tour de pesca artesanal se desarrolló en la Bahía de Jiquilisco, en el departamento de Usulután, los asistentes pudieron recorrer los canales de la Reserva de Biósfera Xirivaltique, el bosque salado más grande de El Salvador y el Estero San Sebastián, punto de pesca para quienes inician en este deporte, amateurs.

Los visitantes abordaron una lancha con su respectivo equipaje de pesca y seguridad en el Puerto Parada, internarse por sus amplios canales y pescar frente a los manglares ó desplazarse entre 8 a 10 millas náuticas y hacerlo sobre un pecio (barco naufragado), que alberga bancos de peces en abundancia, lo que garantiza adrenalina pura en la "lucha" por la captura de estos.

En la segunda opción, en el Golfo de Fonseca, La Unión, los turistas abordaron en el muelle municipal de La Unión, ambos lugares con previo aviso para que los locales se encarguen de hacer de su estadía, una verdadera y emocionante pesca, algunos de las zonas específicas a recorrer son:

- ✓ Zacatillo, punto de pesca frente a la isla Zacatillo, para principiantes y amateurs.

- ✓ Frente a Puerto Corsain, punto para principiantes.
- ✓ Los Acantilados, punto de pesca para deportistas de pesca avanzada.

En estos dos impresionantes cuerpos de agua, los lugareños llevaron sobre sus aguas, hasta encontrarse con arrecifes naturales que permiten la pesca amigable con este medio natural.

Los turistas que desearon vivir esta experiencia, pudieron contar con guías y pescadores debidamente capacitados para ofrecer dicho producto turístico, además no se tuvieron que preocupar por el equipo de pesca, ya que además de la experiencia, los lugareños ofrecieron el equipo de pesca con sus carnadas y el equipo de seguridad necesario para su comodidad.

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo financió unos \$60 mil en equipo de kayaks, chalecos salvavidas, hieleras, plomo en barras, anzuelos e hilo de pesca que fueron entregado a lugareños que implementaron dicho tour.

El proyecto buscó hacer un uso sostenible de los recursos naturales, incluir a actores locales, gremiales y municipalidades.

El "Tour de pesca artesanal", fue ofrecido por operadores locales de ambas zonas y por 15 empresas turísticas entre ellos: Akwaterra, C y N Turismo y convenciones, El Salvador Bike Tours- Bike a Tour, El Salvador Xpedition, Explore El Salvador, Eco Mayan Tours, Independiente, Julio's Tours, La Casa de La Abuela, La Ruta del Guerrillero, Mayan Escapes / DMC, Suchitoto Tours, Talapo Viajero Tours y Tour bus ES SA de CV.

MITUR destacó inversión pública en proyectos turísticos e impacto económico

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, junto a las autoridades de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) y del Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) presentaron a instituciones privadas, públicas, sector privado y actores vinculados al sector turístico y ciudadanía, su

Informe de Rendición de Cuentas correspondiente al período de Junio 2014 a Mayo 2015, como parte de la cultura de transparencia y honestidad que impulsa el Gobierno de El Salvador.

Durante su intervención el funcionario destacó que durante el período en mención el Ministerio de Turismo ha declarado 5 Proyectos de Interés Turístico Nacional, vinculados con el rubro de alimentación y alojamiento, la inversión de dichos proyectos cercanos a los \$3 millones. Actualmente el MITUR evalúa 5 nuevos proyectos que superan los \$29 millones en inversiones para el sector turístico, estos generarían unos 300 empleos directos.

En cuanto a la inversión pública, el Ministro Duarte anunció que en los próximos meses se invertirán más de \$3 millones en los parques recreativos, así mismo se ejecutarán y entregarán obras de infraestructura turística y señalización en municipios como Suchitoto, La Palma y Conchagüita, la inversión asciende a \$163,000.

El funcionario resaltó además que el Turismo tiene un impacto considerable en la economía de El Salvador, esto se ve reflejado en la incidencia que tiene el rubro en el Producto Interno Bruto del país que es del 4.4%, según datos del Banco Central de Reserva.

En otro orden, destacó que la estrategia territorial del programa Pueblos Vivos, impactó positivamente en el desarrollo social de los municipios a través de la puesta en valor turístico del 96% de los mismos, es decir 252 municipios, a través de la inscripción al programa demostrando la confianza en el rubro para el desarrollo humano y generadora de empleo por medio de los micro y pequeños empresarios.

MITUR y empresarios salvadoreños promovieron turismo de reuniones en México

Una delegación de empresarios salvadoreños promocionó los atractivos turísticos que tiene nuestro país con el fin de posicionarlo como

destino en el segmento de convenciones, incentivos y eventos en la Feria ICOMEX, que se desarrolló en México el pasado 25 de agosto.

Empresarios de Hotel Decameron, Salvadorean Tours, CIFCO y Hotel Mirador Plaza buscan que los asistentes a la feria conozcan la capacidad, ventajas y oferta que El Salvador tiene para las necesidades de este nicho de mercado.

“El Salvador ha probado tener la capacidad para albergar eventos internacionales de gran relevancia en los últimos años, como lo fue Routes Americas, Congreso Rotario, Congreso Avícola, demostrando que cuenta con la infraestructura adecuada y con profesionales altamente capacitados para ello”, dijo el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán.

Ese mismo día la delegación dio información actualizada, veraz y concisa a los asistentes a ICOMEX, feria que figura como la plataforma que une a los expertos en Turismo de Reuniones con los principales compradores del sector MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Events) para generar networking y el cierre de nuevos negocios.

ICOMEX reúne a expositores y compradores de México y el resto del mundo, para hacer negocios y conocer las tendencias del mercado. Dentro de los expositores se encuentran profesionales de burós de convenciones, ministerios de turismo, centros de convenciones, salones para eventos, organizadores y operadores de eventos, agencias de viajes corporativos, hoteles, descuentos corporativos, programas de lealtad, operadores de tours, renta de autos y limusinas, líneas aéreas y meeting planners, entre otros.

Municipios de Pueblos Vivos lanzaron circuito turístico Senderos de la Cumbre

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán junto a los alcaldes de Jayaque, Sacacoyo, Talnique, Comasagua y Colón,

lanzaron el pasado 25 de agosto, el Circuito Turístico denominado "Senderos de la Cumbre", iniciativa con la promueven dichos destinos en el marco de Pueblos Vivos Multidestinos 2015.

Los municipios que conforman el circuito están situados sobre la Cordillera del Bálsamo, y cuentan con una trayectoria de trabajo integrado a través de las oficinas de la Micro región del bálsamo (MREB).

"Estamos satisfechos con la respuesta de los municipios quienes han demostrado el trabajo en equipo, sin importar banderas políticas, para construir 53 nuevos circuitos turísticos; apostándole al desarrollo económico y local a través del turismo", expresó el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán.

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 reto es responder a las motivaciones de los diferentes segmentos de mercado que demandan turismo en el país, mostrando municipios organizados por circuitos, desde los cuales se pueda apreciar una oferta integrada, a fin de constituir las regiones como Producto Multidestinos, obteniendo así un producto por zona: occidente, central y oriente.

Este año, 252 municipios se inscribieron al programa de Pueblos Vivos, es decir una participación de los 90% del total de municipios de todo el país, comprometidos con el desarrollo de la oferta turística e incentivar el turismo interno. En el año 2014, fueron 235 municipios los inscritos.

Municipios lanzaron circuito turístico Camino de Arte y Tradiciones

El pasado 27 de agosto, el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán junto a alcaldes de los municipios de San Vicente, Apastepeque y San Cayetano Istepeque, dieron a conocer el Circuito Turístico denominado "Camino de Arte y Tradiciones", bajo el slogan "Uniendo nuestros pueblos".

El circuito denominado Caminos de Arte y Tradiciones contó con San Vicente como municipio ancla, el cual dispone de una mayor capacidad instalada (planta turística) para brindar servicios a los turistas, una mayor visitación y experiencia en el desarrollo de actividades turísticas: Festivales Gastronómicos, City Tour, Festival del Camote, entre otros. Por su parte, Apastepeque y San Cayetano Istepeque, municipios vecinos complementan la oferta turística, como municipios antenas, en los que el turista conoce una gama de opciones turísticas integradas con fuerte componente cultural e histórico.

Gracias al nuevo enfoque de Pueblos Vivos, los turistas han visitado municipios organizados por circuitos, obteniendo un producto por zona: occidente, central, paracentral y oriente.

Se cuenta la participación del 96.2% a nivel nacional, lo que equivale a 252 municipios distribuidos en 53 circuitos turísticos (8 de occidente- 15 de la zona central- 12 de la paracentral y 18 de oriente).

El 100% del departamento de San Vicente está organizado en 3 circuitos: 1 compuesto por 3 municipios y los otros 2 circuitos por seis municipios (en uno participan 2 del departamento de La Paz: Mercedes La Ceiba y Jerusalén).

Este año, se está trabajando en un Plan Maestro para la Micro Región del Valle de Jiboa, siendo 15 los municipios beneficiados; todo esto en coordinación con la FUNDE (Fundación Nacional para el Desarrollo) y MIJIBOA (Asociación del Valle de Jiboa). Este

plan se tiene planificado presentar a principios de diciembre 2015.

MITUR fortaleció formación del recurso humano dedicado al turismo

El Ministerio de Turismo a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo acreditó a 20 nuevos guías turísticos locales y otros 50 en el curso de inglés, todos provenientes de la zona oriental del país, como parte del proyecto estratégico del Gobierno para mejorar la competitividad de los servicios turísticos el pasado 28 de agosto.

Los graduados, pertenecen a los municipios de San Miguel, Chirilagua, Jiquilisco, Pasaquina, Conchagua, La Unión, Meanguera (El Mozote), Perquín, Yayantique, Intipucá y El Carmen. El programa de capacitaciones tuvo una duración de tres meses.

Con esta iniciativa se fortalece la formación profesional de los actores claves del sector, que forman parte de la cadena productiva de turismo en todo el país, bajo la estrategia de potenciar la industria y convertirla en un eje transversal de desarrollo sostenible y de crecimiento económico continuo para El Salvador.

“Este distintivo que reciben esta mañana es muy importante porque los valida como persona capacitada y autorizada por el Ministerio de Turismo para ejercer su función como guías turísticos Locales. Esto revierte de confianza al turista a la hora que lo contrata, y eso es lo que queremos lograr”, expresó el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte. El funcionario agregó que en los últimos años, se han capacitado a más de 270 guías turísticos, como parte del objetivo estratégico ligado a la estimulación de iniciativas para mejorar el servicio a los turistas.

El objetivo de MITUR es que, los municipios cuenten con recurso humano capacitado como Guías Locales, con habilidades y destrezas enfocadas en la atención a los visitantes, así como el dominio de la información histórica y cultural del país.

MITUR lanzó campaña internacional: “El secreto mejor guardado”

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán junto a las autoridades de la Corporación Salvadoreña de Turismo lanzaron oficialmente la campaña publicitaria internacional denominada “El secreto mejor guardado”, con el objetivo de enviar un mensaje positivo de El Salvador a mercados claves en la emisión de turistas el pasado 31 de agosto.

Un país cercano con sus visitantes, anfitrión por excelencia y autentico fue el mensaje central de la campaña publicitaria.

La campaña fue destinada a los países de Estados Unidos y Canadá, misma que destacó el sentimiento de descubrimiento y apreciación de un destino impresionante, resaltando la variedad de lugares y experiencias en el territorio: Playa, lagos, aventura y diversión.

De esta manera, se instó a los turistas norteamericanos a descubrir un país diferente. La campaña además, motivó a que conozcan otros destinos de nuestro país destacando la oferta turística como restaurantes, hoteles, tours.

“El objetivo de esta campaña es destacar a El Salvador como un destino por descubrir con lugares únicos, cercanos, con mucha aventura y diversión. Convertir la marca turística país en una marca experiencial y darle énfasis a elementos que puedan ser diferenciadores de otros destinos”, dijo el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte en conferencia de prensa.

El funcionario agregó que la campaña fue dirigida a hombres y mujeres de 18 años en adelante, que planifican en grupo y aprovecha la temporada de vacaciones, dispuestos a aventurarse y divertirse, en busca de destinos cercanos y familiares. Así como también hombres y mujeres de negocios, que poseen un poder adquisitivo medio y que su gasto promedio es considerable y favor de la economía del país

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	Julio	Agosto
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.

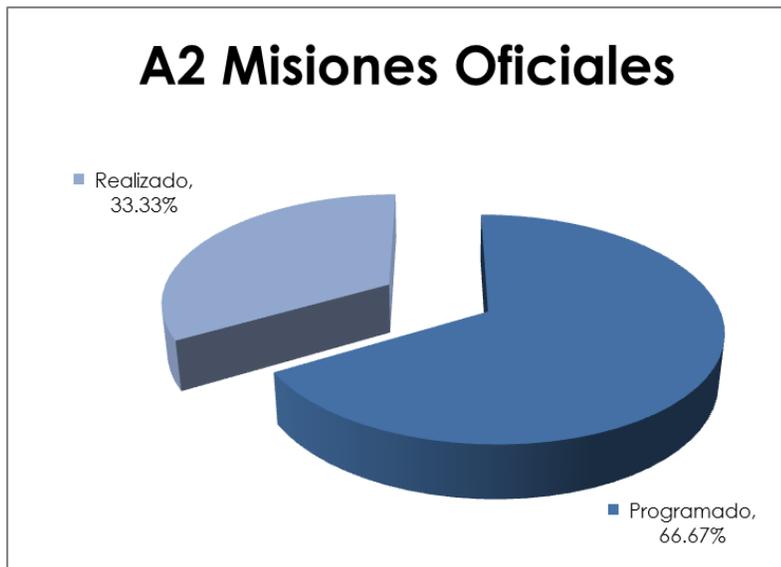


Tabla de Datos	2015	
No. de Misiones Oficiales	Porcentual	Numérico
Programadas por realizar	66.67%	4
Realizadas al cuarto bimestre	33.33%	2
Total	100.00%	6

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No hubo misiones oficiales en el bimestre en análisis.

➤ **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.

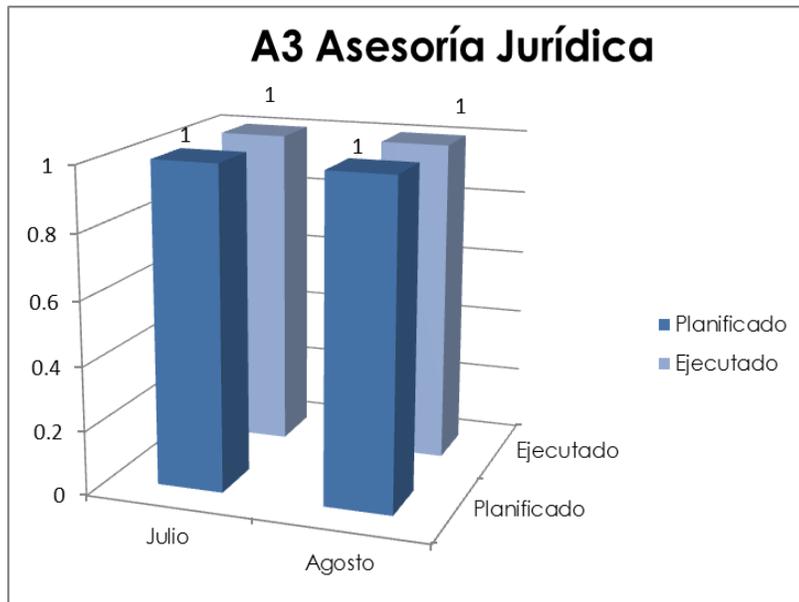


Tabla de Datos	2015	
Número de Asesorías Jurídicas	Julio	Agosto
Planificado	1	1
Ejecutado	1	1

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se recibió asesoría en cada uno de los meses descritos.

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, Fortalecer las herramientas de trabajo para un mejor desempeño en la Gestión Administrativa y Lograr anualmente al menos un curso de capacitación especializada, 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 período: Mayo-Junio 2015 con su respectivo análisis de resultados.

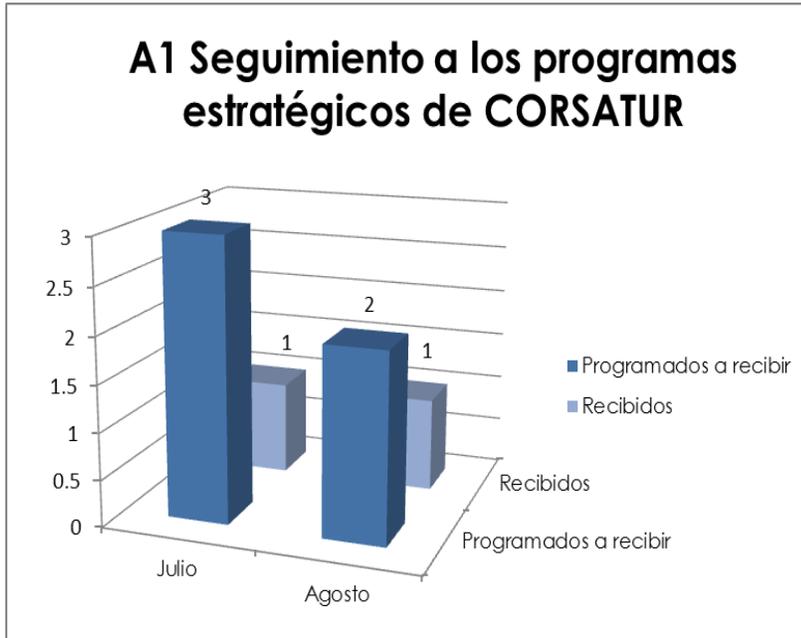


Tabla de Datos	2015	
Número de Informes	Julio	Agosto
Programados a recibir	3	2
Recibidos	1	1
% de ejecucion	33.33%	50.00%

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No. de informes	Julio	Agosto	Bimestre
Planificados	3	2	5
Recibidos	1	1	2
Porcentaje de Cumplimiento	33.33%	50%	40%

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 período Julio – Agosto 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Al evalúa el semestre, se verifico que 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 Julio – Agosto 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En cumplimiento a la Política de Ahorro y Austeridad, no se realizaron ninguna compra este año.

➤ **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 Julio – Agosto 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

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



UNIDAD DE COMUNICACIONES Y RELACIONES PÚBLICAS

Asociada al Objetivo: Investigar, desarrollar y divulgar información oportuna para dinamizar el sector turístico 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 Julio – Agosto 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En junio se realizó la entrega del informe de Memoria de Labores y en agosto se realizó la presentación y entrega del informe de Rendición de Cuentas, concluyendo con la presentación de los dos documentos para el cumplimiento del 100% de la meta de dicha macroactividad.

➤ 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 período Julio – Agosto 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Entre julio y agosto, se han realizado 15 comunicados de prensa, superando la meta establecida, **a la fecha se ha contabilizado la publicación de 79 comunicados 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 documentos entregados / # de documentos planificados) x 100

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En agosto se realizó la entrega del informe de Rendición de Cuentas, quedando pendiente la realización del Premio Nacional de Turismo 2015, el cual se tiene planificado para Septiembre.

Indicador:

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

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Durante el mes de julio se desarrolló la cuarta conferencia de prensa para brindar las proyecciones de agosto 2015, alcanzando el 100% del cumplimiento de la meta establecida para dicha macroactividad.

Indicador:

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



Tabla de Datos	2015	
No. de boletines institucionales	Porcentual	Numérico
Anuales por elaborar	41.67%	5
Elaborados al Cuarto Bimestre	58.33%	7
Total	100.00%	12

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se ha publicado el boletín hasta el mes de julio. Siete boletines en total, 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: Julio - Agosto 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: Julio - Agosto.

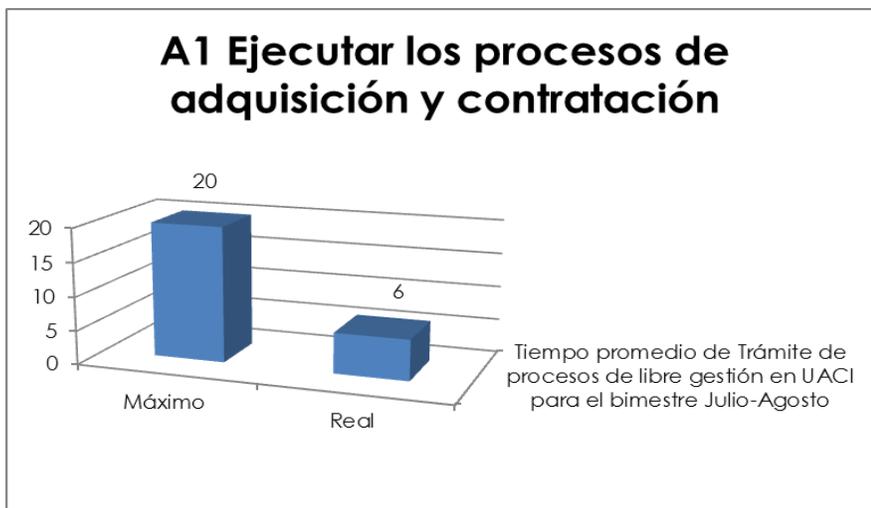


Tabla de Datos	2015
Tiempo promedio de Trámite de procesos de libre gestión en UACI para el bimestre Julio-Agosto	
Máximo	20
Real	6

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 15.

- **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: Julio – Agosto.

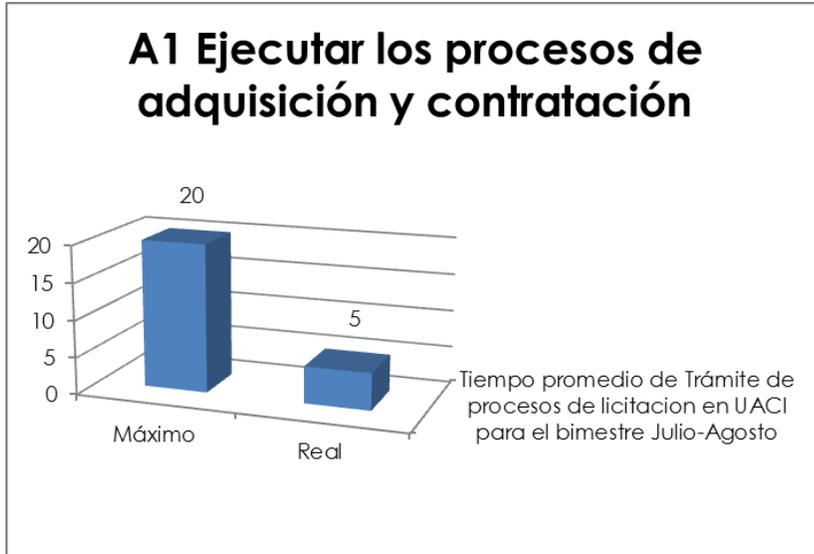


Tabla de Datos	2015
Tiempo promedio de Trámite de procesos de licitación en UACI para el bimestre Julio-Agosto	
Máximo	20
Real	5

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se ejecutó en menor tiempo que lo planificado, la cantidad de procesos de licitación terminados en el bimestre en análisis es de 4.

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

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

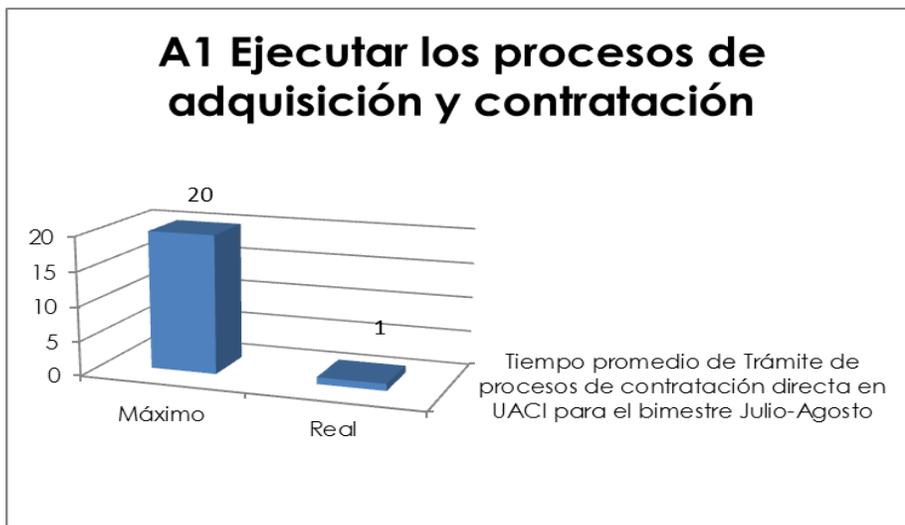


Tabla de Datos	2015
Tiempo promedio de Trámite de procesos de contratación directa en UACI para el bimestre Julio-Agosto	
Máximo	20
Real	1



Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se ejecutó en menor tiempo que lo planificado, la cantidad de procesos de contratación directa terminados en el bimestre en análisis es de 2.

- **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: Julio – Agosto.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Sin Licitación Abierta adjudicada.

➤ **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 período: Julio - Agosto 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se entregará el informe correspondiente al período Julio-Agosto-Septiembre 2015 en el mes de Octubre.

➤ **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: Julio - Agosto 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)

➤ **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.

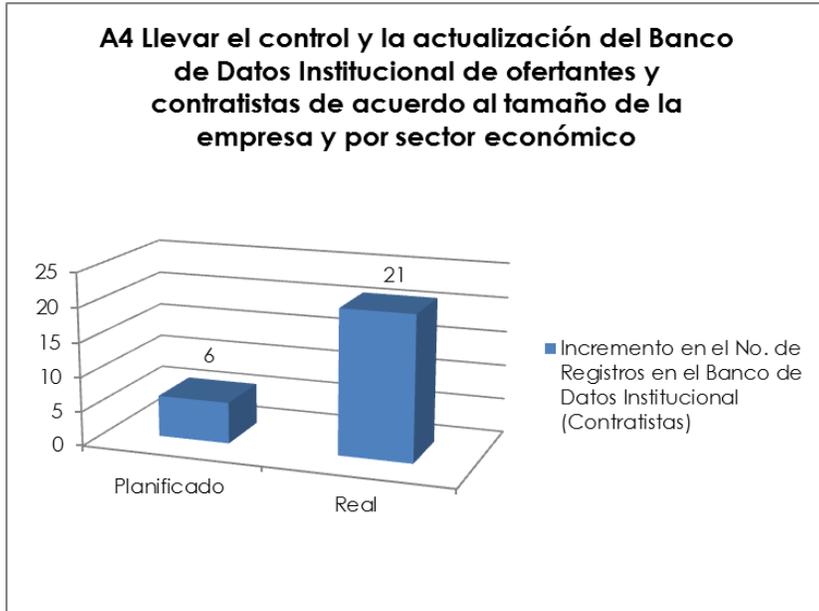


Tabla de Datos	Cuarto Bimestre 2015	
Incremento en el No. de Registros en el Banco de Datos Institucional (Contratistas)	Numérico	Porcentual
	Planificado	6
Real	21	37%

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	Cuarto Bimestre 2015	
Incremento en el No. de Registros en el Banco de Datos Institucional (Ofertantes)	Numérico	Porcentual
	Planificado	14
Real	36	26%

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se incrementó más del 10%



UNIDAD JURIDICA

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 y a la fecha ya ha sido superado, por lo que se presenta a continuación el respectivo análisis de resultados del período: Julio - Agosto 2015

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Cumplimiento conforme a lo requerido.

La meta para esta macroactividad es de 408 opiniones, a la fecha se han realizado 539 opiniones, por lo que la meta en cuestión ha sido superada.

➤ 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.”**, a través de indicador: **“Al menos 22 actos, contratos y declaraciones de voluntad que requieran intervención notarial.”** Se presenta a continuación el respectivo análisis de resultados del período: Julio - Agosto 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: Julio - Agosto 2015, cuantificado al 31 de Agosto de 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En el período comprendido entre enero a agosto la Unidad Ambiental ha sensibilizado en materia turístico ambiental a 446 personas.

Divididos así:

PROCESO	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Enero-Febrero			
UA y CEEI realizaron Jornada de Eficiencia Energética en General y en los transportes con especialistas del CNE, dirigida a todos los miembros de MITUR, COSTARU, e ISTU. Y motoristas miembros de las tres instituciones	36	44	80
Marzo-Abril			
Primera Feria de Eficiencia Energética y Medio Ambiente 29 de abril	21	48	69
Capacitados por la Unidad a través de la Gerencia de Planificación: Guías Locales Suchitoto	9	8	17
Capacitados por la Unidad a través de la Gerencia de Planificación: Guías Locales Nacionales	4	2	6
Mayo-Junio			
Capacitados por la Unidad a través de la Gerencia de Planificación 46 guías turísticos locales de la zona Para Central y Oriental	14	12	26
Coordinación de Asistencia Técnica como formadora de guías turísticos Locales Apoyo en la formación de Guías turísticos locales para la zona de San Miguel/ Chirilagua	14	6	20
Julio-Agosto			
Colegio Amigos del Turista (agosto) desarrollado con el CAT Ruta de las Flores en 6 escuelas en los municipios que conforman la ruta sensibilizando en materia Turístico Ambiental	91	84	175
Capacitación Legislación Ambiental: Tribunales Ambientales. A miembros del SINAMA	26	29	53
Total de sensibilizados al 31 de agosto 2015			446



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 Julio y Agosto se hicieron 3 solicitudes y 26 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 **“Rendir cuentas de una manera efectiva al pueblo salvadoreño de las actividades realizadas a través de la difusión del Informe de Rendición de Cuentas a por lo menos 150 actores del ramo de Turismo ”** 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 ha realizado el evento y se ha difundido el informe de rendición de cuentas a más de 150 actores del sector turismo siendo este todo un éxito.

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.

Asociada al Objetivo: 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: Julio - Agosto 2015

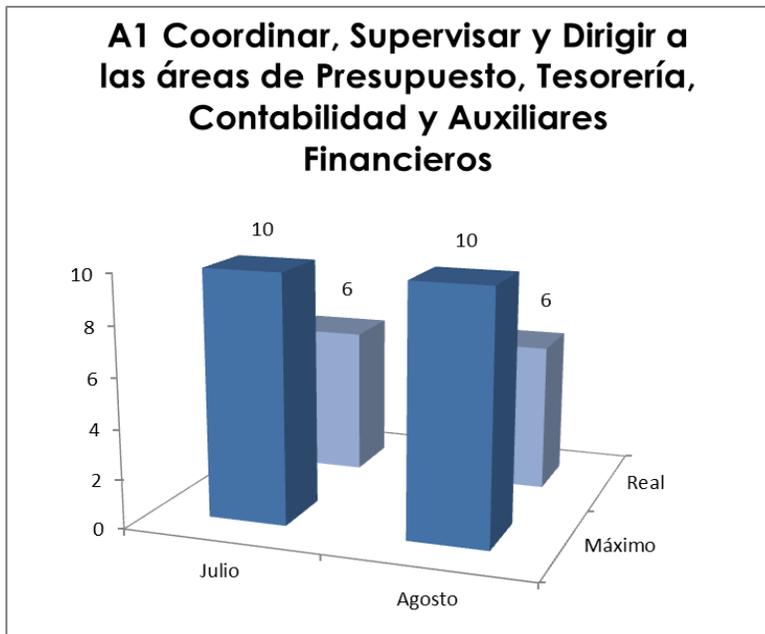


Tabla de Datos	2015	
Tiempo (días hábiles) de entrega de informe de Recaudación del Fondo de Contribución Especial	Julio	Agosto
Máximo	10	10
Real	6	6

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Julio

Tiempo de máximo entrega: 10 días hábiles.

Tiempo de real entrega: 6 días hábiles.

Agosto

Tiempo de máximo entrega: 10 días hábiles.

Tiempo de real entrega: 6 días hábiles.

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

➤ **A2 – Ejecución del presupuesto institucional**

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 para el período Julio - Agosto 2015 con su respectivo análisis de resultados.

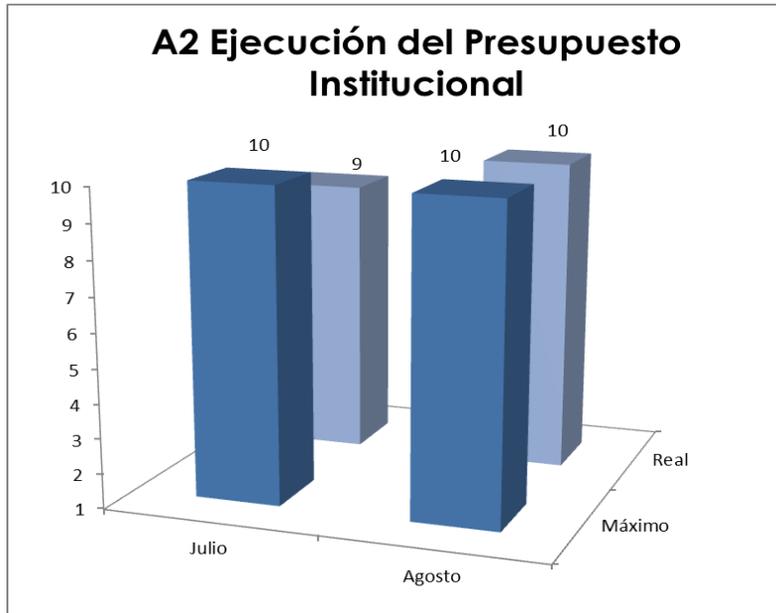


Tabla de Datos	2015	
Tiempo (días hábiles) de entrega del Informe Presupuestario	Julio	Agosto
Máximo	10	10
Real	9	10

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Julio

Tiempo de máximo entrega: 10 días hábiles.

Tiempo de real entrega: 9 días hábiles.

Agosto

Tiempo de máximo entrega: 10 días hábiles.

Tiempo de real entrega: 10 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 período: Julio – Agosto se presenta a continuación:

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

Julio

Tiempo de máximo entrega: último día hábil.

Tiempo de real entrega: 8 días hábiles antes de terminar el mes.

Agosto

Tiempo de máximo entrega: último día hábil.

Tiempo de real entrega: 3 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: Julio – Agosto se presenta a continuación:

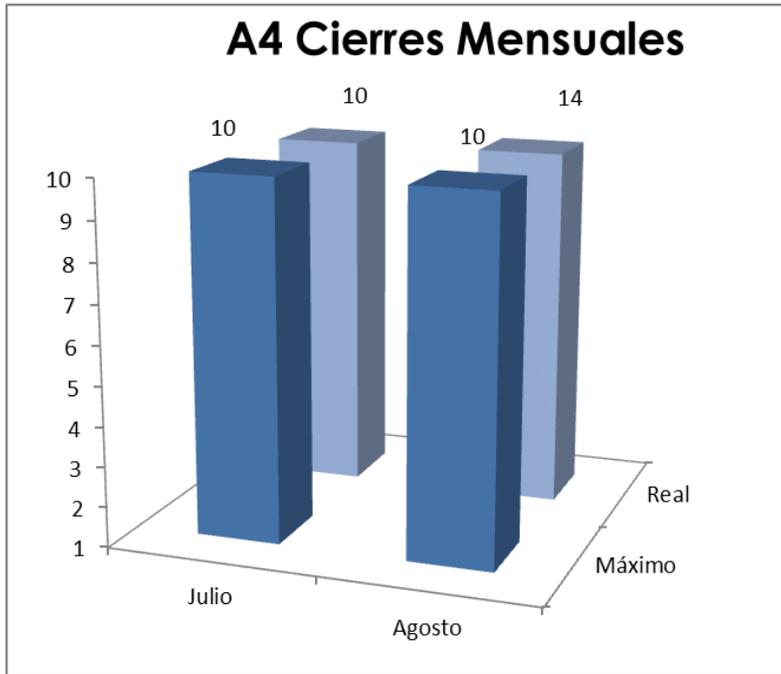


Tabla de Datos	2015	
Tiempo (días calendario) de entrega del Cierre Fiscal mensual	Julio	Agosto
Máximo	10	10
Real	10	14

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

Julio:

Tiempo de máximo entrega: el día 10

Tiempo de real entrega: el día 10

Agosto:

Tiempo de máximo entrega: el día 10.

Tiempo de real entrega: el día 14.

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 período: Julio - Agosto 2015.

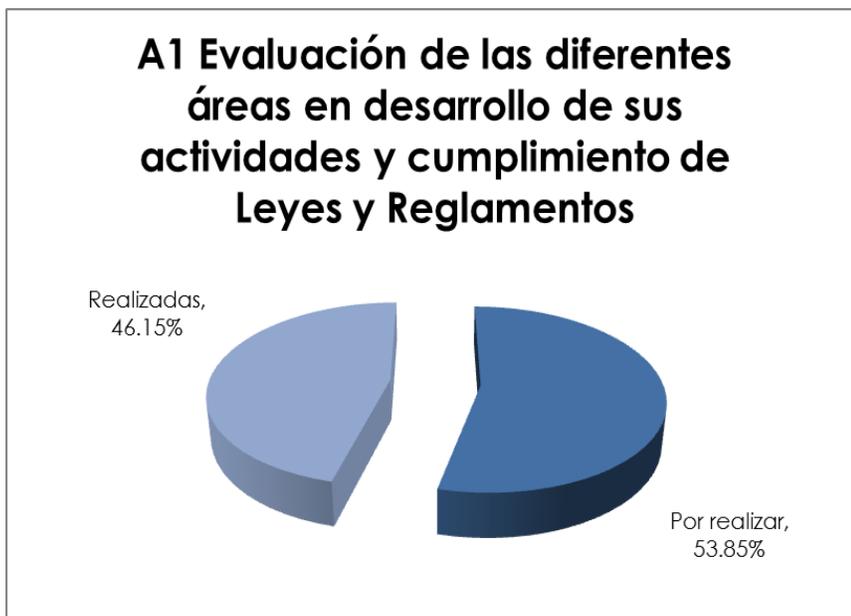


Tabla de Datos	2015	
Informes	Porcentual	Numérico
Por realizar	53.85%	7
Realizados al Cuarto Bimestre	46.15%	6
Total	100.00%	13

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

Se realizó Examen Especial a Gerencia de Mercadeo (Proceso Adquisición, Resguardo y Entrega de Material Promocional) y Examen Especial Arqueo al Fondo Circulante de Monto Fijo - Julio/2015 y están en proceso Examen Especial de Verificación de Disposiciones sobre el Ahorro y Austeridad del Primer Semestre del año 2015; Examen Especial a las Disponibilidades, del período del primer Semestre del 2015 y Examen Especial al Proceso de Compras de Bienes y Servicios del período del 01 de enero al 30 de junio de 2015.

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

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

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

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

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 bienes 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 comparativa mensual, con su respectivo análisis de resultados.

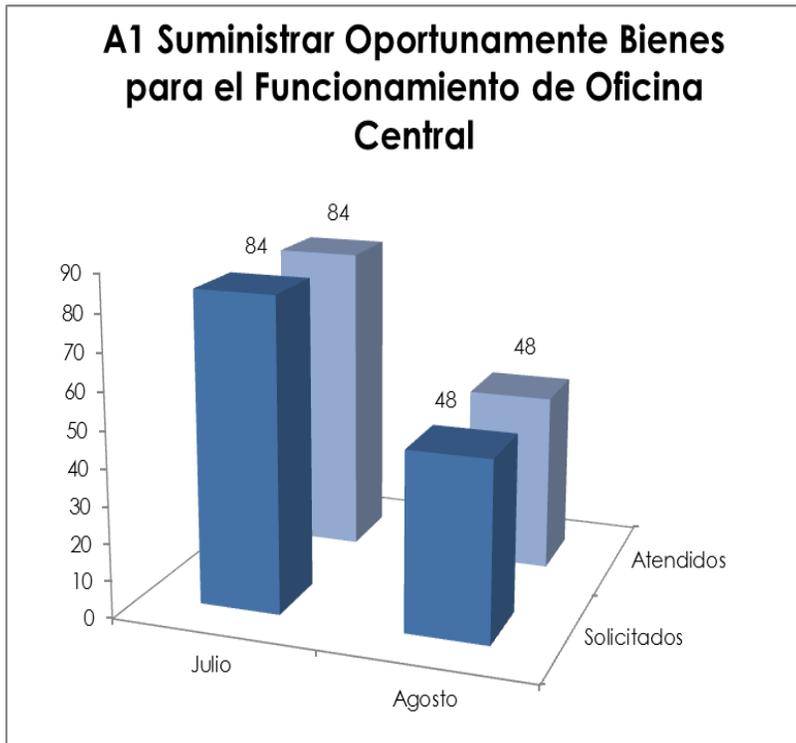


Tabla de Datos	2015	
No. de Requerimientos de bienes de consumo	Julio	Agosto
Solicitados	84	48
Atendidos	84	48
Porcentaje de cumplimiento	100.00%	100.00%

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:

- Julio: 100%
- Agosto: 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

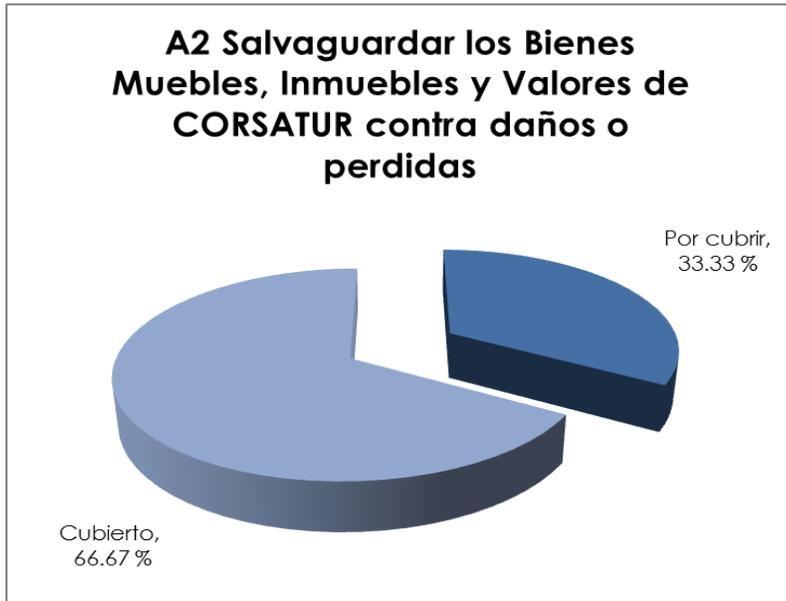


Tabla de Datos	2015	
No. de Meses para cobertura de póliza de seguro	Porcentual	Numérico
Por cubrir al año	33.33%	4
Cubiertos al Cuarto Bimestre	66.67%	8
Total	100.00%	12

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

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

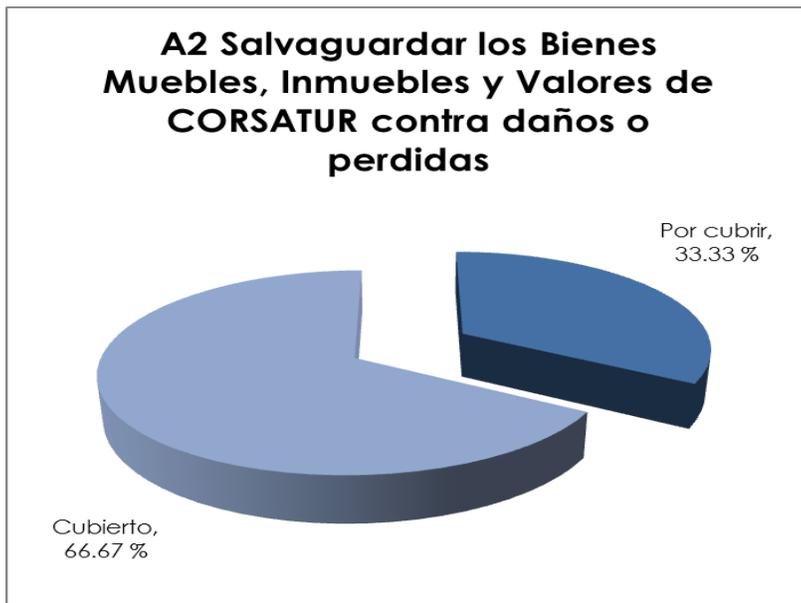


Tabla de Datos	2015	
No. de Meses para servicio de vigilancia	Porcentual	Numérico
Por cubrir al año	33.33%	4
Cubiertos al Cuarto Bimestre	66.67%	8
Total	100.00%	12

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:

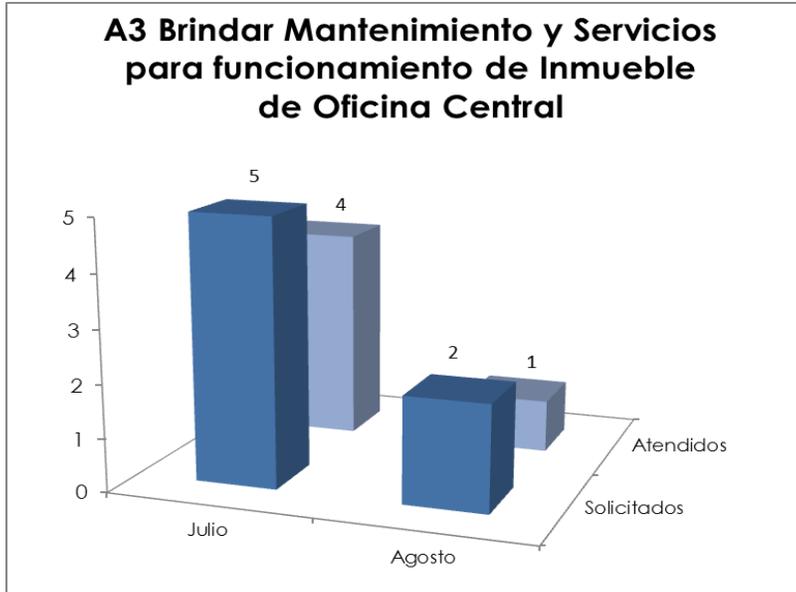


Tabla de Datos	2015	
No. de Requerimientos de mantenimiento de instalaciones, mobiliario y/o equipos	Julio	Agosto
Solicitados	5	2
Atendidos	4	1
Porcentaje de cumplimiento	80.00%	50.00%

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:

- Julio: 80 %
- Agosto: 50 %

➤ **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:

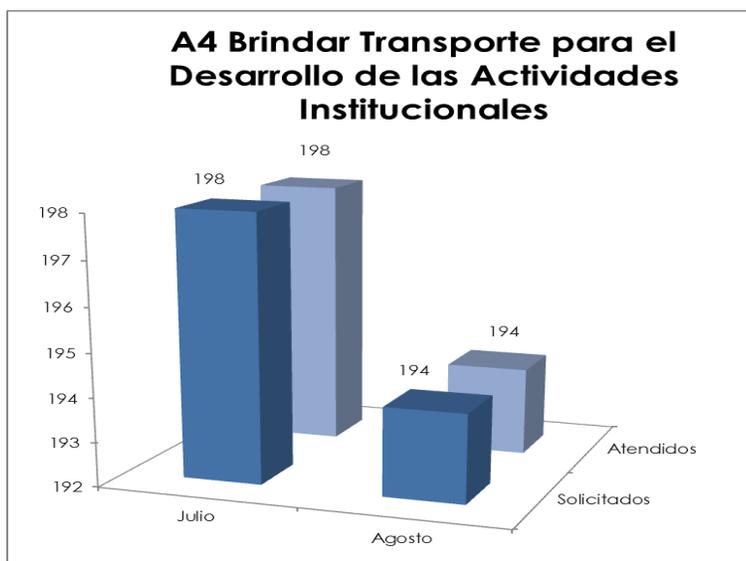


Tabla de Datos	2015	
No. de Solicitudes de Transporte	Julio	Agosto
Recibidas	198	194
Atendidas	198	194
Porcentaje de cumplimiento	100.00%	100.00%

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:

- Julio: 100 %
- Agosto: 100 %

➤ **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 Julio - Agosto:

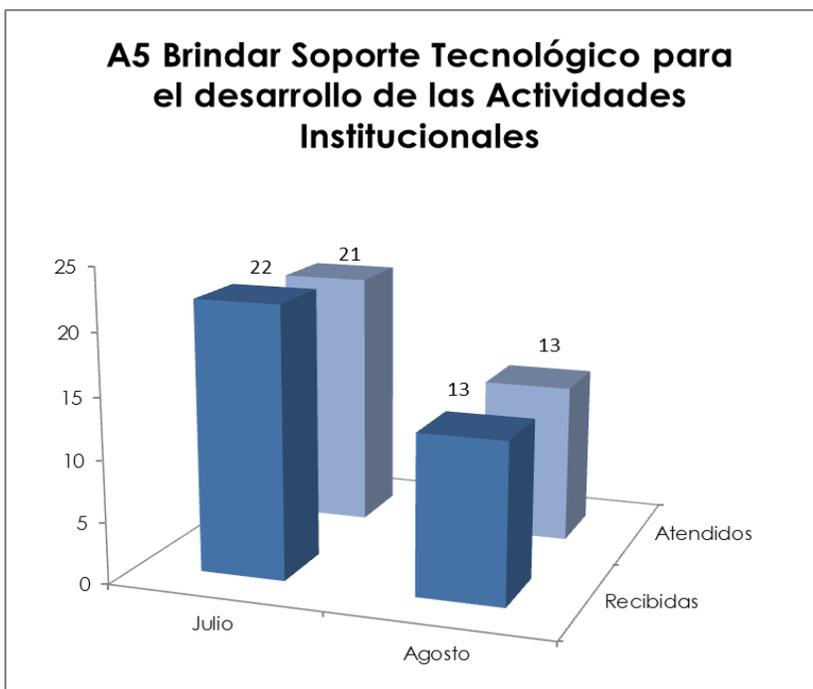


Tabla de Datos	2015	
No. de Solicitudes de requerimientos tecnológicos	Julio	Agosto
Recibidas	22	13
Atendidos	21	13
Porcentaje de cumplimiento	95.45%	100.00%

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:

- Julio: 95 %
- Agosto: 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:

- Julio: 81.66 %
- Agosto: 98.75 %

A continuación el detalle de las actividades realizadas:

Actividades	Julio	Agosto
Renovar plazas activas	No programada	No programada
Elaboración contratos personal	No programada	No programada
Realizar 1 planilla al mes.	100% (1/1)	100% (1/1)
Realizar contrataciones requeridas	No aplica	100% (2/2)
Realizar inducción	No aplica	100%(2/2)
Capacitar 80% del personal	95% (76/80)	95% (76/80)
Realizar 2 evaluaciones al año	50%	No programada
% de cumplimiento:	81.66%	98.75%

➤ 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:

- Julio: 97.50 %
- Agosto: 95.00 %

A continuación el detalle de las actividades realizadas:

Actividades	Julio	Agosto
Uniformes al personal	No programada	No programada
Desarrollar habilidades y competencias	95% (76/80)	95% (76/80)
Botiquín médico	No programada	No programada
Carnets de identificación	No programada	No programada
Cobertura Póliza	No programada	No programada
Prestación económica	100%(1/1)	No programada
% de cumplimiento:	97.50%	95.00%



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

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No. de campañas nacionales	Julio	Agosto	Bimensual
Planificadas	1	1	2
Realizadas	1	1	2

En el mes de Julio se inició con la campaña de Agosto denominada “En Agosto pásala Agosto” para la promoción de la temporada vacacional de Agosto, se tuvo presencia en TV, Radio, Prensa, Medios digitales, redes sociales y medios exteriores. En el mes de Agosto, se inició con la campaña “Date una Vuelta” para la promoción de la feria pueblos vivos multidestinos 2015 que se llevara a cabo el 12 y 13 de Sept. Se ha tenido presencia en TV, Radio; prensa, medios digitales, redes sociales y medios exteriores.

La meta para este indicador es el desarrollo de 3 campañas a nivel nacional, a la fecha se han realizado 6, con lo que se sobrepasa la meta planteada para este indicador.



Indicador:

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

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No. de campañas internacionales	Julio	Agosto	Bimensual
Planificadas	1	1	2
Realizadas	1	1	2

En el mes de Julio se Lanzó la campaña Vive una Aventura Bonificada para el mercado Guatemalteco, por su Bono 14, aprovechando la cercanía Geográfica y familiarización con nuestros destinos. Sus principales intereses son los destinos de sol y playa, seguidos por la ciudad enfocándose en la vida nocturna. Período de campaña: 1 al 30 de Julio 2015.

En el mes de Agosto se lanzó la campaña El Secreto mejor guardado destinada para los países de Estados Unidos y Canadá, destaca el sentimiento de descubrimiento y apreciación de un destino impresionante. Lleva un mensaje positivo sobre El Salvador. La duración será del 1ro de Agosto al 15 de Octubre 2015.

La meta para este indicador es el desarrollo de 2 campañas a nivel internacional, a la fecha se han realizado 6 campañas internacionales, con lo que se sobrepasa la meta planteada para este indicador.

Indicador:

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

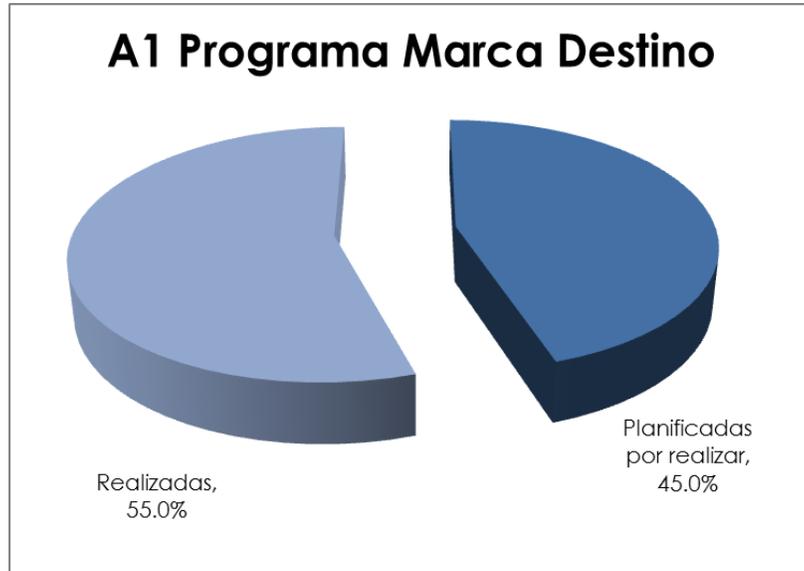


Tabla de Datos	2015	
No. de Ferias Internacionales	Porcentual	Númérico
Planificados por realizar al finalizar el presente año	45.0%	9
Realizadas al Cuarto Bimestre	55.0%	11
Total	100.00%	20

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No. de ferias internacionales	Julio	Agosto	Bimensual
Planificadas	0	1	1
Desarrolladas	0	1	1

De acuerdo al Plan de Ferias y Eventos Internacionales para el año 2015, en el mes de Julio no se tenía programada ninguna Feria dentro del Plan, en el mes de Agosto se participó en la Feria ICOMEX. **A la fecha se han realizado 11 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

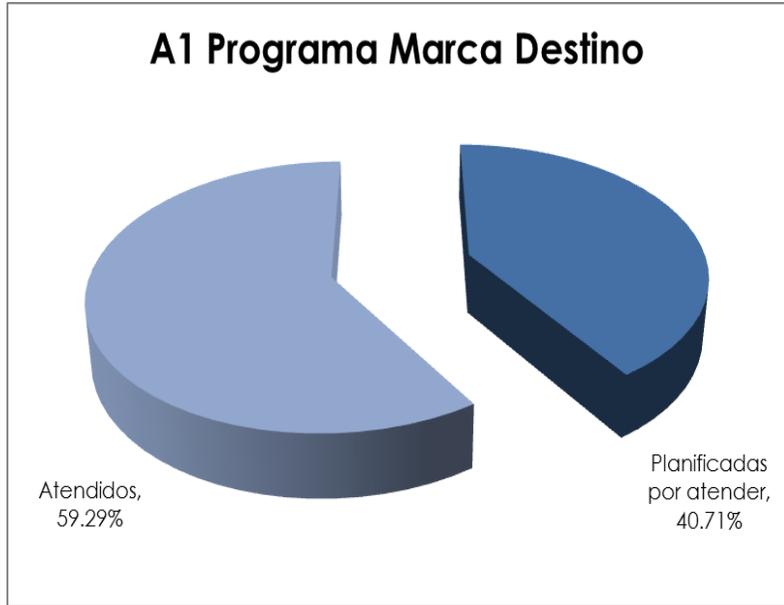


Tabla de Datos	2015	
Personas atendidas en viajes de familiarización y prensa	Porcentual	Numérico
Planificadas por atender en el transcurso del año	40.71%	57
Atendidas al Cuarto Bimestre	59.29%	83
Total	100.00%	140

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

El mes de julio se realizaron dos viajes de familiarización y dos viajes de prensa, atendiendo a un total de 20 pasajeros. En el mes de agosto se llevaron a cabo dos viajes de prensa y un viaje de familiarización, atendiendo a un total de 8 personas.

Indicador:

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

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

La Feria El Salvador Travel Market está programada para desarrollarse en el mes de Noviembre 2015. En relación a los avances realizados para el desarrollo de esta Feria, se informa que se está trabajando en la coordinación y logística del desarrollo de la feria.

A la fecha, se cuenta con la agenda preliminar a seguir, programación de pre tours.

Se continúa en la preparación de las estrategias para fijar el logro de los objetivos, 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

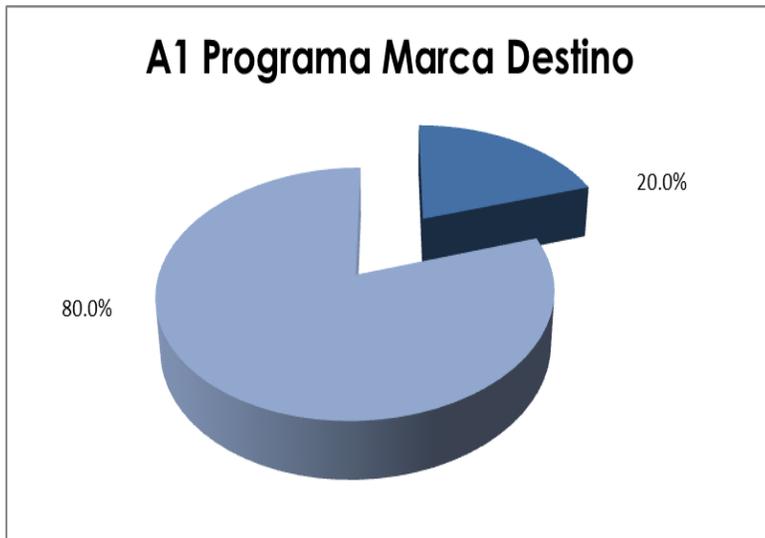


Tabla de Datos	2015	
No. de Investigaciones de Mercado	Porcentual	Numérico
Planificados por realizar al finalizar el presente año	20.0%	1
Realizadas al Tercer Bimestre	80.0%	4
Total	100.00%	5

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

La meta para este año 2015 es realizar al menos 5 investigaciones de mercado. Durante el mes de julio y agosto de 2015 no se ha realizado ninguna investigación, por haberse declarado desierto el proceso, se realizó uno nuevo y este se encuentra en la etapa de evaluación de ofertas. 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

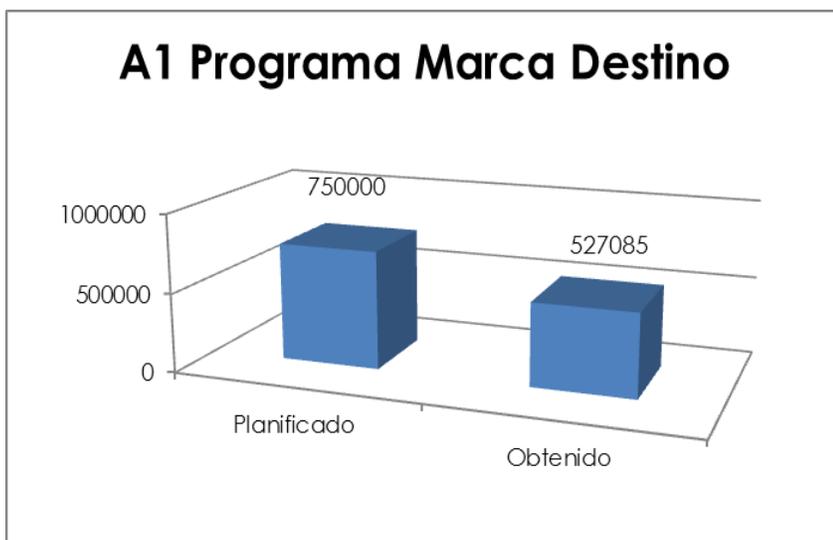


Tabla de Datos	2015
No. (acumulado) de likes en el facebook	2015
Planificado al finalizar el año	750000
Obtenido al cuarto bimestre	527085

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Julio: En este mes alcanzamos los 515,842 likes (acumulados) a nuestra página (28,020 más con respecto a junio) Uno de los logros más importantes fue lograr 16.59 % de Average Page Engagement Rate siendo que lo ideal sería lograr 13% y se sobrepasó. Durante este mes se promocionaron las campañas de En Agosto pásala Agosto y Bono 14 que impactaron favorablemente en el segmento nacional e internacional.

Agosto: En Agosto alcanzamos 527,085 likes (acumulados) a nuestra página (11,243 más con respecto a julio) Por otro lado alcanzamos 13.94% de Average Page Engagement Rate siendo que lo ideal sería lograr 13%. Durante este mes estuvimos dando promoción a la campaña de PUEBLOS VIVOS MULTIDESTINOS Y la campaña de expectación de THE BEST KEPT SECRET causando mucha aceptación en nuestra audiencia.

Indicador:

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

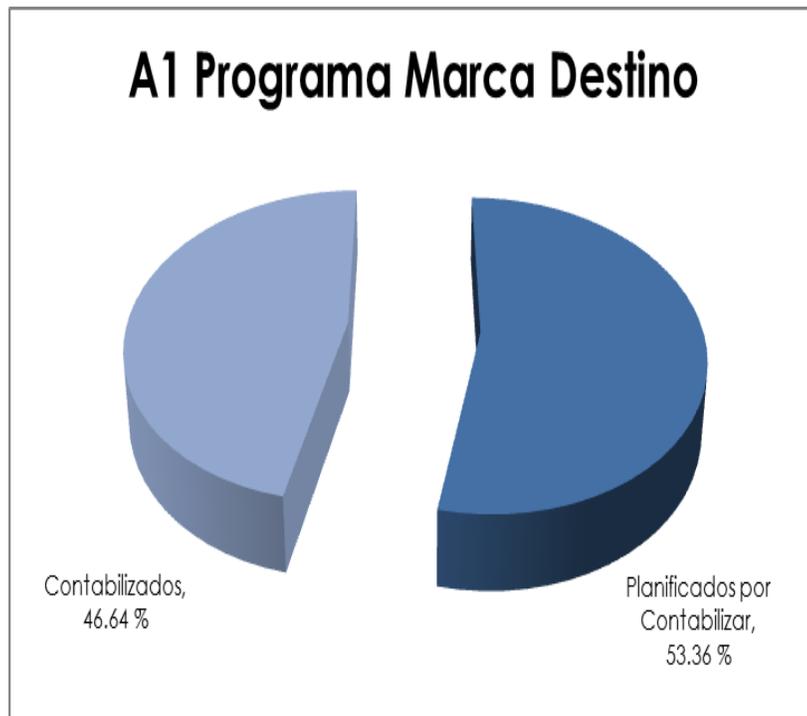


Tabla de Datos	2015	
	Porcentual	Numérico
No. de followers		
Planificados por contabilizar (acumulados) al finalizar el presente año	53.36%	32014
Contabilizados (acumulados) al Cuarto Bimestre	46.64%	27986
Total	100.00%	60000

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Julio: En este mes logramos llegar a los 27,724 followers (acumulados), se aplicó el posteo en español e inglés lo que nos hizo alcanzar las 71,200 impresiones de nuestros tweets.

Agosto: En este mes logramos llegar a los 27,986 followers (acumulados), un dato relevante fue alcanzar los 173,000 impresiones de nuestros tweets, se impactó con los tweets sobre los sitios arqueológicos y sitios que ofrecen experiencias de aventura.

Indicador:

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

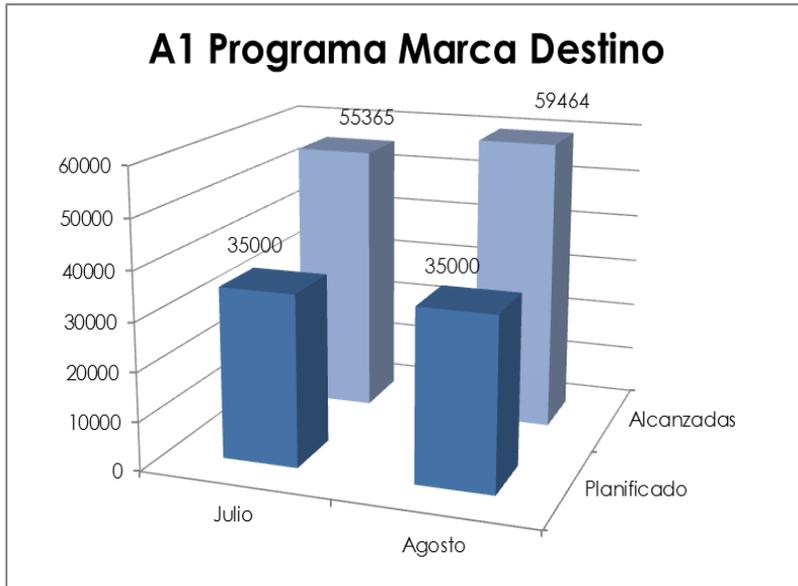


Tabla de Datos	2015	
No. de Reproducciones en YouTube	Julio	Agosto
Planificados	35000	35000
Alcanzadas	55365	59464
Porcentaje de cumplimiento	158.19%	169.90%

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No. de reproducciones en YouTube	Julio	Agosto	Bimensual
Planificadas	35,000	35,000	70,000
Alcanzadas	55,365	59,464	114,829

Julio: En Julio alcanzamos las 55,365 reproducciones en nuestro canal, siendo Stop Over el video más visto, mientras que los videos de En Agosto pásala Agosto, alcanzaron las 13,227 reproducciones.

Agosto: En el mes de Agosto alcanzamos las 59,464 Reproducciones en nuestro videos, siendo el video de la campaña "The best kept secret" el más visto con 59,464 reproducciones

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	Julio	Agosto
Planificadas	150000	150000
Reales	125509	101446
Porcentaje de cumplimiento	83.67%	67.63%



Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No. de visitas en página WEB	Julio	Agosto	Bimensual
Planificadas	150,000	150,000	300,000
Reales	125,509	101,446	226,955

Julio: En este mes logramos las 125,509 visitas a nuestro sitio web, alcanzamos los 03:19 minutos de promedio de estadía por persona.

Los países que más nos visitaron fueron:

- 1) El Salvador
- 2) Estados Unidos
- 3) China

Agosto: En Agosto llegamos a las 101,446 Visitas a nuestro sitio web, un dato relevante con respecto a este mes fue llegar a 60.45% de porcentaje de rebote (Mientras más bajo es este dato es mejor)

Los países que más nos visitaron fueron:

- 1) El Salvador
- 2) Estados Unidos
- 3) Guatemala

Indicador:

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

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En etapa de diseño.

➤ 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):

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

- El desarrollo de la Feria Pueblos Vivos se tiene programada para el mes de septiembre 2015, se continúa con la coordinación y logística del evento.
- La premiación de la Feria Pueblos Vivos 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):

El kit del programa no se hará durante el año 2015, debido a que no se lanzó Pueblos Encantadores durante este año.

Este monto se fusionará con el kit Vive tu País

➤ 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):

En el período Julio-Agosto se desarrollaron los siguientes eventos:

1-Surf WSL: los logros en este evento fueron:

- ✓ Posicionar y promocionar El Salvador como destino de calidad para la práctica del surf, presentando la oferta de los más de trescientos kilómetros de playa con aguas con temperatura agradable durante todo el año, olas con calidad internacional específicamente para el surf, con las que cuenta El Salvador.
- ✓ Se incentivó la realización de competencias nacionales e internacionales en El Salvador.
- ✓ Programaciones de capacitaciones para jueces locales con el tema Mejorando las técnicas en el surf.

Fecha de realización: del 06 al 09 de agosto de 2015

2-CTPLL

El objetivo principal de las visitas al MALECON, en el CTPLL es la re-activación con respecto a la afluencia de participación en el complejo.

Ha habido notoriedad en la participación, ya que CORSATUR ha hecho la invitación a través de radios populares.

Fecha de realización: 25 de julio y 29 agosto de 2015

Cabe mencionar que la meta para esta indicador ya ha sido cumplida, ya que se esperaba la realización de 7 eventos anuales y a la fecha se ha realizado 15 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.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

El cumplimiento de participación en Ferias Nacionales para el bimestre en cuestión se detalla a continuación:



Julio:

1-EXPOVACACIONES: el objetivo de esta feria es contribuir al desarrollo turístico de El Salvador y fomentar la unificación de la región. Es un evento abierto al público para que los empresarios turísticos puedan ofrecer a los espectadores salvadoreños las diferentes opciones.

Durante el desarrollo de esta feria:

- ✓ Se otorgaron 10 espacios a las empresas inscritas en el RNT para brindar la oportunidad de exponer los servicios que ofrecen.
- ✓ Se logró promocionar los hoteles, la creación de nuevos contactos, se tuvo la oportunidad de enviar información los hoteles a cada una de las personas que visitaron el stand de los Hoteles Villa Serena.
- ✓ Se fomentó el turismo nacional y el intercambio turístico regional e internacional.
- ✓ Se logró recopilar una base de datos de nuevos contactos interesados en los servicios del tour operador TOUR BUS.
- ✓ Los tour operadores generaron nuevas alianzas.

Fecha de realización: 11 y 12 julio de 2015

Agosto:

1-XVI Feria del Turismo: desarrollada en el departamento de La Unión

- ✓ Se tuvo la oportunidad a través de la invitación por parte de la Cámara de Comercio Filial La Unión, de poner en exposición de las rutas de nuestro país, con el objetivo de promover ampliamente el empuje del sector empresarial, de la comunidad así como del país en general.

Fecha de realización: del 01 al 06 de agosto de 2015.

2-INJUVE:

- ✓ Es un espacio de convivencia, intercambio y participación juvenil que articula la oferta pública y privada dirigida a las y los jóvenes salvadoreños.
- ✓ El objetivo fue la promoción de la convivencia y participación de los jóvenes salvadoreños en la educación, así como el emprendedurismo. Se tuvo presencia en el segmento de Jóvenes estudiantes y adultos a nivel nacional.
- ✓ El evento fue un éxito con respecto a la participación, ya que estuvo lleno de colorido ya que se contó con la intervención de jóvenes estudiantes a nivel nacional, los cuales se observaron animados por el apoyo que el gobierno y la empresa privada les está otorgando para su desarrollo y el del país.

Fecha de realización: 21 y 22 de agosto de 2015

A la fecha se ha participado en 6 ferias nacionales, superando el cumplimiento para este indicador, ya que es de 3 participaciones al año.

➤ 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.

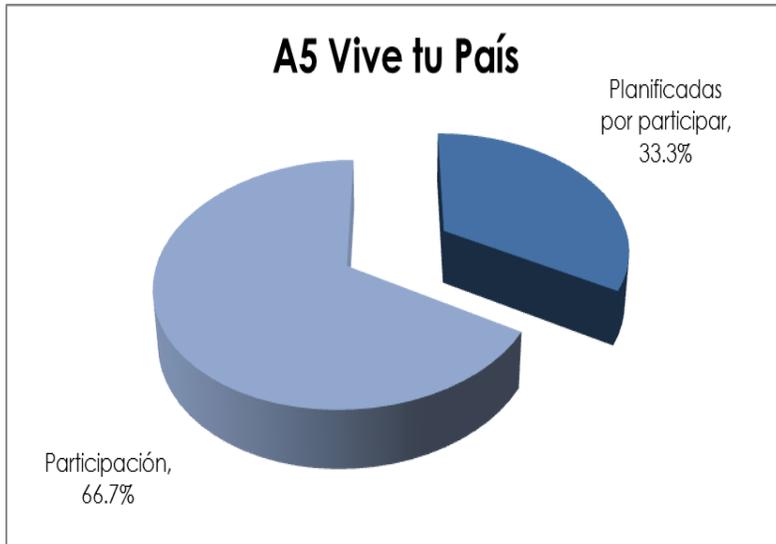


Tabla de Datos	2015	
No. de Ruedas de Negocios	Porcentual	Numérico
Planificadas por participar al finalizar el presente año	33.3%	1
Participación al Cuarto Bimestre	66.7%	2
Total	100.00%	3

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

De acuerdo al Plan de Ferias y Eventos Internacionales para el año 2015, para el mes de julio y agosto no había programada ninguna rueda de negocios dentro del Plan. A la fecha se han desarrollado 2 ruedas de negocios.

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 Tercer Bimestre	50.0%	1
Total	100.00%	2



Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En el mes de Julio se realizó la Caravana Turística Estados Unidos Costa Oeste (Los Ángeles, Seattle, San Francisco), para el mes de agosto no había programada ninguna caravana turística dentro del Plan. A la fecha se han realizado dos caravanas turísticas, alcanzando el 100% de cumplimiento para dicha macroactividad

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):

Tour de pesca Artesanal: se realizó lanzamiento el 14 de agosto, con la participación de actores locales. Se presentó video promocional del tour y se entregó catalogo turístico del producto. Con lo cual se da finalizada la acción.

A la fecha se ha desarrollado un producto turístico, teniendo un cumplimiento de 50% para dicho indicador

Se está trabajando en el desarrollo de otros productos, tales como:

- + Tour de la Montaña
- + Seguimiento Tour del Café
- + Turismo de Ferias y Convenciones
- + Turismo Medico, entre otros.

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):

Se inició el proceso para la elaboración de los mapas, se producirán 146,000 mapas, el monto presupuestado para esta actividad comprometió en el mes de Junio. Se está haciendo la recopilación de toda la información que irá en el mapa

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):

El kit se encuentra en etapa de edición ya se tiene línea gráfica definida y estará para noviembre. Este monto se le adicionara lo del kit de pueblos encantadores



➤ 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):

El Proyecto Stop Over continúa con éxito, ya que mes a mes ha tenido un crecimiento de acuerdo al número de pasajeros que se mueven, así como con la promoción realizada a nivel internacional.

A la fecha son 17 tour operadores que han movilizado a los tours de este programa, como: city tour, boquerón, centro histórico, CTPLL, costa del sol, playa el tunco, ruta de las flores, y Joya de Cerén.

Las nacionalidades que han participado y disfrutado los tours son:

Belice, Colombia, México, Guatemala, Ecuador, Perú, USA; Nicaragua, Panamá, Honduras, Costa Rica, Filipinas,

Las marcas continúan con exposición en las instalaciones aeroportuarias.

Al 31 de Agosto se han movilizado 691 pasajeros.

➤ 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):

El programa se encuentra en su etapa inicial de creación pero ya se está trabajando en línea gráfica para los kits de Proasistur.

Este monto se le adicionara lo del kit del Programa Invertures.

➤ 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):

El kit del programa no se hará durante el año 2015, debido que a que el programa está en proceso de formación.

Este monto se fusionará con el kit del programa Proasistures

➤ 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):

Este kit no será elaborado y el monto se fusionara con el kit marca destino.



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, a continuación se presenta un gráfico de seguimiento y su respectivo análisis de resultados.

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

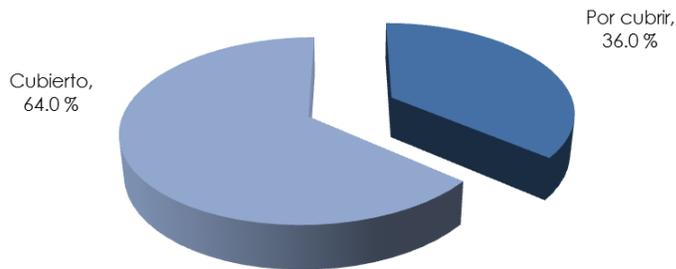


Tabla de Datos	2015	
No. de actores capacitados	Porcentual	Numérico
Por beneficiar al año	36.0%	54
Beneficiados al Cuarto Bimestre	64.0%	96
Total	100.0%	150

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

A la fecha se han atendido a un total de 96 actores claves, beneficiando a un total de 37 municipios a nivel nacional, ya que se ejecutaron durante el período Mayo-Junio los cursos de: Inglés San Salvador, Inglés Occidente, Guías Paracentral y guías El Cuco.

El estatus de los cursos a desarrollarse es el siguiente:

- ✓ El curso de portugués iniciara en el mes de septiembre.
- ✓ El programa de Tour Operadores está en proceso de licitación y se espera recibir ofertas el 25 de septiembre 2015.

➤ 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):

En proceso de Licitación Pública se espera recibir ofertas 25 de septiembre de 2015.

➤ 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):

En Agosto se recibió cronograma de actividades por parte de OSN en donde se indica que finalizará el proceso en febrero 2016.

➤ **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):

Se adjudicó a Impresos Múltiples y a la UCA, la impresión de los documentos está en proceso de ejecución.

➤ **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):

La consultoría se encuentra en proceso, en agosto se realizaron dos jornadas en la zona occidental.

➤ **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 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 no incluye fondos a ejecutar y 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 período específicos para la consecución de objetivos definidos, por lo que se presenta el respectivo análisis de resultados.



Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Proyecto en ejecución

➤ **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 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 fue desarrollada en Mayo, la meta para la macroactividad en cuestión fue ejecutada al 100%.

➤ **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 período específicos para la consecución de objetivos definidos, por lo que se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Proceso adjudicado , la consultoría iniciará en septiembre 2015

➤ **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):

Los fondos de esta acción se han re direccionado para Cursos de Guías turísticos Locales (Opico y Nahuizalco), para dar solución a diferentes necesidades del sector

La contratación de servicios para la ejecución de los cursos de guías se encuentra en Licitación Pública de la que se recibirán ofertas el 25 de septiembre 2015



➤ **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 auditoría externa de Calidad se reprogramó para el mes de Diciembre del año en curso, sin embargo actualmente se tiene una consultoría para el seguimiento y mejora del Sistema de Gestión de Calidad, durante el período de Abril a Octubre

➤ **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):

La Secretaria Técnica y de Planificación de la Presidencia, conforme al Art.55 del Reglamento Interno del Órgano Ejecutivo, ha emitido el documento denominado "Lineamientos para la Planificación Estratégica de las Instituciones del Órgano Ejecutivo, siendo únicamente bajo las directrices allí contenidas que deben formularse los planes estratégicos, en aras de uniformizar la planeación estratégico gubernamental, para un mejor control, seguimiento y alineamiento con el Plan Quinquenal de Desarrollo, la Gerencia de Planificación considera que este documento provee los insumos que se pretendía con esta acción, por lo que esta queda sin efecto según el Acuerdo No. 2162-274/2015

➤ **A13 – Capacitación y Asistencia Técnica para Actores del Sector de Cruceros**

Los resultados de la meta: **“Beneficiar a 75 actores clave en la industria turística que se relacionen con Turismo de Cruceros”** 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):

En proceso de contratación de empresa internacional AQUILA para certificaciones de guías y tour operadores. Los TDR para contrataciones de cursos de inglés e inocuidad alimentaria están en proceso.



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 el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se han realizado durante el mes de julio y agosto, un total de 41 city tours hacia diferentes destinos Pueblos Vivos, a la fecha se lleva contabilizada la realización de 59 city tours acumulados en el período de Enero a Agosto 2015, superando la meta propuesta para esta macroactividad y se realizaron al menos 200 asistencias técnicas a los circuitos turísticos.

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, no se presentan en forma gráfica debido a que son contabilizados por trimestre, a continuación se presenta el correspondiente análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se hizo entrega de material impreso a diferentes puntos de información turística, incluyendo Centros de Atención Turística y las regiones de mayor afluencia turística, especialmente durante las vacaciones de Agosto. Registrándose 15 entregas en Julio y una en Agosto

➤ 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 período específicos para la consecución de objetivos definidos, por lo que se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se han elaborado nuevas aplicaciones en la página web institucional, para fortalecer la promoción de las actividades de los municipios y además que permita al turista interactuar sus experiencias en los diferentes destinos.

➤ **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):

Se está trabajando en el informe de los municipios considerados como mayor potencial de desarrollo turístico

➤ **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	10%	4
Inscritas al cuarto bimestre	90%	36
Total	100%	40

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Esta meta es programada anualmente, llevándose hasta el momento un 90% correspondiente a 36 nuevas empresas inscritas. Este dato es acumulativo correspondiente a los meses de Enero a Agosto de 2015.



➤ 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):

De acuerdo a los tres encuentros de CDT realizados, se obtuvo un porcentaje promedio de satisfacción al cliente de 84.90%, de acuerdo al siguiente detalle:

- Zona Oriental: 78.36%;
- Zona Occidental: 78.96%;
- Zona Central: 97.38%

No se alcanzó el promedio del 88% debido a factores externos a la planificación.

➤ 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 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 %

El segundo sondeo se realizó en las vacaciones de agosto, obteniendo un incremento de 7.97 %, con relación al 2014; se puede concluir que la afluencia turística ha incrementado en 20.63%.



GERENCIA DE PROYECTOS E INVERSIÓN

Asociada a los objetivos: Facilitar y promover las condiciones de inversión en el sector turístico, fortaleciendo la oferta turística nacional y Responsable de desarrollar el proceso de potenciar el turismo nacional, orientando al sector público, privado y cooperación internacional en la implementación de proyectos e infraestructura turística sostenibles, fomentar las inversiones nacionales e internacionales. Formular perfiles, alcances, metas y fases o etapas entregables de los proyectos, así como gestionar el seguimiento y monitoreo con supervisiones de campo y evaluar los diferentes proyectos de infraestructura y desarrollo turístico.

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

A1 Programa de Inversión turística – INVERTURES

Los resultados de la meta **“Facilitar, vincular y promover las condiciones de inversión en el sector turístico, fortaleciendo la oferta turística nacional a través del involucramiento de al menos el 5% de las personas atendidas anualmente en cualquier acción de impulso a la inversión.”** no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos, se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No hay acciones programadas.

A2 Programa Pueblos Encantadores

Los resultados de la meta **“Transformar un Pueblo Vivo, en un destino Turístico reconocido internacionalmente a través de la inversión en infraestructura turística anualmente”** no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos, pero se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Nos encontramos en procesos administrativos y de autorización de transferencia de fondos por parte del Ministerio de Hacienda, a través de la DGICP y la DGP para el desarrollo de obras de mejoramiento en La Palma. Paralelamente se ha realizado el proceso de compra por Libre Gestión del Proceso y se evalúan propuestas de ofertas.

A3 Programa Pueblos Vivos

Los resultados de la meta **“Dinamizar el Turismo Interno con la intervención de al menos 20 % del No. de municipios inscritos en el Programa Pueblos Vivos 2015 al año”** no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos, pero se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Nos encontramos en procesos administrativos y de autorización de transferencia de fondos por parte del Ministerio de Hacienda, a través de la DGICP y la DGP para el desarrollo de obras de mejoramiento en Isla Conchaguita, Meanguera del Golfo. Paralelamente se ha realizado el proceso de compra por Libre Gestión del Proceso y se evalúan propuestas de ofertas.



A4 Fortalecimiento al funcionamiento de Anclas Turísticas (CTPLL, Parque Nacional El Boquerón, Hotel de Montaña Cerro Verde, El Icacal, Bola de Monte, Mirador Planes de Renderos)

Los resultados de la meta “**Mantener en funcionamiento los inmuebles de CORSATUR a través de la contratación de servicios de mantenimiento, administración y seguridad mensualmente**” no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos para la consecución de objetivos definidos, pero se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se cuentan con 6 contratos para proyectos de servicios de mantenimientos generales, seguridad privada y administración de los inmuebles propiedad de CORSATUR, incluyendo los observatorios turísticos. Dichos contratos tienen vigencia hasta el 31 de diciembre de 2015

No. de Actas de Satisfacción de Servicios	Julio	Agosto	Bimensual
Planificadas	6	6	12
Reales	6	6	12

Para el mes de Julio:

Se han entregado la totalidad de las actas de satisfacción de servicios en el período reportado.

Para el mes de Agosto:

Se han entregado la totalidad de las actas de satisfacción de servicios en el período reportado.

A la fecha se cuenta con la firma de contratos para los servicio de Mantenimiento del CTPLL, Observatorios Turísticos y El Boquerón, Administración del CTPLL y Seguridad Privada del CTPLL y El Boquerón, lo anterior con fechas de marzo a diciembre 2015.

A5 Apoyo a la oficina técnica de proyecto Banco Interamericano de Desarrollo (BID)

Los resultados de la meta “**Gestionar la compra de equipo y mobiliario para la oficina técnica del Proyecto BID**” no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos, pero se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No hay acciones programadas

