

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

**Septiembre y
Octubre 2015**

CONTENIDO

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

3. Documentos Relacionados:

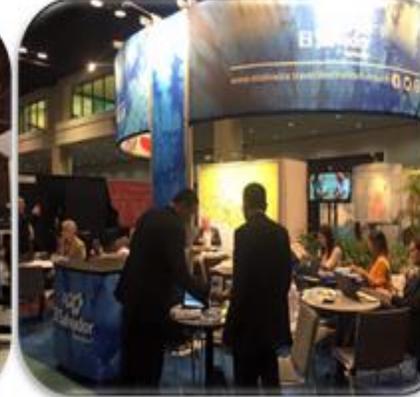
Reglamento de Normas Técnicas de Control Internas Especificas de CORSATUR, Art. 21.

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 Septiembre 2015



Ministerio de Turismo entregó Premio Nacional de Turismo 2015

En el marco del Día Internacional del Turismo, que se celebra cada 27 de septiembre, el Ministerio de Turismo, a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo, entregó el Premio Nacional de Turismo 2015 al Padre Flavián Mucci, fundador de la Asociación Ágape, por su invaluable aporte al desarrollo turístico en la zona occidental a través de ocho proyectos relacionados con la industria.

El máximo galardón fue entregado por el Viceministro de Turismo, Ing. Roberto Viera, el Vicepresidente de la República, Óscar Ortiz, y el presidente de la Cámara Salvadoreña de Turismo (CASATUR), Roberto Calderón.

A través de la Asociación Ágape, el Padre Flavián Mucci ha impulsado ocho proyectos turísticos con fines sociales, los cuales han fortalecido el desarrollo del rubro turístico en Sonsonate y ha promovido la formación profesional, con cobertura en los 262 municipios del país. Este año el Día Internacional del Turismo se desarrolla bajo el lema: "Mil Millones de Turistas, millones de oportunidades", establecido por la Organización Mundial del Turismo.

Ministro Duarte fue nombrado presidente provisional del congreso de Turismo de la OEA

El pasado 3 de septiembre el Ministro de Turismo de El Salvador, Lic. José Napoleón Duarte Durán fue nombrado en la Ciudad de Lima, Perú presidente provisional del XXIII Congreso Interamericano de Ministros y Altas Autoridades de Turismo denominado "Turismo Rural Comunitario: Agenda para un Desarrollo más Competitivo y Sostenible", organizado por la Organización de Estados Americanos (OEA), y el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú.

Dicho congreso reunió a las más altas autoridades de turismo del Hemisferio, así como a representantes del sector privado,

académico y sociedad civil, y se ha convertido en uno de los instrumentos más antiguos de cooperación y constituye el principal foro para el diálogo hemisférico y la formulación de políticas turísticas en las Américas.

La Ministra de Comercio Exterior y Turismo del Perú, Magaly Silva Velarde Alvarez, fue la encargada de ceder provisionalmente la presidencia del Congreso a su homólogo de El Salvador, quien lideró la plenaria inicial con la puesta a consideración y aprobación el temario de la jornada.

El funcionario se pronunció a favor de seguir impulsando el Turismo rural comunitario, tema central del Congreso.

"El Turismo Rural Comunitario es una actividad que sirve para apoyar a todos los sectores sociales, particularmente a jóvenes y mujeres de las comunidades urbanas y rurales, a través de su efecto multiplicador, en servicios relacionados, manufacturas o en la producción agropecuaria; por ello el turismo rural comunitario es parte del turismo sostenible", señaló.

MITUR presentó tendencias en innovación digital y desarrollo de Productos Turísticos

Autoridades del Ministerio de Turismo, Economía y en coordinación con la Cámara Salvadoreña de Turismo inauguraron el Foro Tecnológico de Turismo Futurista 2015, actividad con el que se dio a conocer las últimas tendencias en innovación digital y desarrollo de productos turísticos.

La iniciativa principalmente busca identificar oportunidades de inversión para pequeñas y medianas inversiones en el Sector Turismo e impulsar el Programa de inversiones INVERTURES a través de la coordinación y ejecución de eventos y encuentros que contribuyen a la inversión Turística desde el emprendedurismo.

Durante el evento que se desarrolló del 7 al 8 de septiembre se brindaron asesorías empresariales para orientación de inversiones en proyectos de pequeño tamaño, reuniones uno a uno y talleres de trabajo con los ponentes e invitados con el fin de impulsar las inversiones de las Medianas y Pequeñas Empresas y profundizar sobre la importancia de invertir en programas de calidad en la industria turística.

Fomilenio II potenciará desarrollo turístico en los próximos 5 Años

El pasado 09 de septiembre de 2015 Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte participó, junto a otros funcionarios de gobierno, en la ceremonia de la entrada en vigor del FOMILENIO II, un proyecto que busca durante los próximos 5 años aumentar la inversión y reducir la pobreza en El Salvador.

En ese marco, el funcionario expresó que FOMILENIO II no sólo será un detonante para el crecimiento económico y social para el país, sino que también repercutirá positivamente en la industria del Turismo.

Una delegación de empresarios salvadoreños promueve 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.

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.

Pueblos Vivos 2015 comercializó durante dos días la Oferta Turística de 252 Municipios.

El Ministro de Turismo Lic. José Napoleón Duarte Durán, junto a alcaldes y otros funcionarios de Gobierno, participaron en el tradicional desfile de Pueblos Vivos Multidestinos 2015, mismo que marca el inicio de la feria más importante del país, la cual promovió la oferta turística de 252 municipios del país.

El desfile inició desde la Plaza Salvador del Mundo en dirección al Centro Internacional de Ferias y Convenciones (CIFCO), con un alegórico y colorido recorrido en el que participaron más de 50 municipios con bandas de paz, música folklórica, carrozas y trajes típicos.

Posteriormente, se realizó el acto de inauguración de la séptima edición de Pueblos Vivos 2015, en el interior del Pabellón Centroamericano de CIFCO, en la que participaron funcionarios como: el Alcalde de San Salvador Nayib Bukele, Sr. Ezequiel Milla, alcalde de La Unión, Sr. Walter Fernando Ortiz, alcalde de San Lorenzo, Sr. David Barahona, alcalde de Jiquilisco, Sr. Adilio Flores, alcalde de Ahuachapán, entre otros.

“La presencia de ustedes es el mejor resultado porque hemos logrado innovar nuestra oferta, poner en relieve asociatividad entre los municipios y darle valor agregado a estos esfuerzos de desarrollo económico y social del país”, señaló Duarte durante su discurso.

Destacó que la feria “Es el principal escenario para promover la oferta de turismo interno expuesta por 53 nuevos circuitos turísticos, 40 empresarios del Registro Nacional de Turismo, 99 stand con gastronomía típica de los municipios, y 14 instituciones privadas y de Gobierno”. La transformación de los municipios a través del programa Pueblos Vivos, así como el trabajo y liderazgo de las



alcaldesas y alcaldes para el fortalecimiento del Turismo Interno en El Salvador.

El Salvador Participó en Feria de Turismo en Guatemala

El 23 de septiembre, el Ministerio de Turismo y diez empresarios salvadoreños, participaron por sexta ocasión en la Feria Travel Mart Latin América, el evento más importante para el desarrollo de turismo de ocio y de negocios en Latinoamérica.

El cónclave, que culminó el 25 de septiembre, reunió a compradores de los mercados emisores más importantes a nivel mundial y una gran diversidad de proveedores de servicios turísticos provenientes de Centro y Sur América.

La delegación está conformada por un delegado del Ministerio de Turismo y representantes de empresas turísticas como: Avitours, Epic Tours El Salvador, Green Blue Red, Hotel Los Almendros de San Lorenzo, Intertours, La Tortuga Verde, Salvadorean Tours, Puerto Barillas, Mayan Escapes y Ecomayan. Entre los atractivos que promocionan están productos como Surf, Aventura, Arqueología y Stop Over.

Durante los tres días, la empresa privada y autoridades trabajaron para atraer inversionistas, mayoristas y consumidores finales, promocionando a nuestro país como un destino de calidad, con una impresionante riqueza cultural y natural destacándose entre los demás destinos de la región.

La participación en Travel Mart ha contribuido a abonar resultados considerables en la llegada de turistas, las estadísticas preliminares revelan que durante el primer semestre de este año 392, 858 centroamericanos han visitado El Salvador, es decir 5.26% más que en 2014 cuando se registraron 373, 235 visitantes en el mismo período.

Guatemala representa el país con mayor emisión de turistas a El Salvador, en el primer semestre del año pasado 267,648 guatemaltecos visitaron nuestro país.

MITUR y Empresarios Salvadoreños presentes por primera vez en Feria Turística de Brasil

Una comitiva del Ministerio de Turismo y empresarios salvadoreños posicionaron al país como destino turístico, en la Feria de Turismo de las Américas (ABAV), que se desarrolló en Sao Paulo, Brasil. El pasado 24,25 y 26 de septiembre

Promocionar El Salvador como un destino de calidad, con una impresionante riqueza cultural y natural fue el objetivo principal de las autoridades del Ministerio de Turismo, así como motivar a inversionistas, consumidores finales y mayoristas brasileños y de los países participantes, haciendo énfasis en la amplia variedad de productos turísticos que el destino ofrece y su excelente conectividad aérea.

Entre los empresarios que representan a El Salvador destaca: Epic Tours, Ecomayan y Papaya Lodge, estos promocionaron productos turísticos relacionados a Surf, Aventura, Arqueología y Stop Over.

En la edición 2014 de ABAV, asistieron 68,263 personas; 41,095 constituyeron público profesional y 16,873 público consumidor.

Durante el 2014, El Salvador recibió a 1.8 millones de visitantes, de estos 43,701 provenían de Suramérica y específicamente 5,049 de Brasil, por lo que dicho país representa un reto en la atracción de turistas. Colombia, es en la actualidad, el país de Suramérica que mayor número de turistas emite a El Salvador.

El Salvador incursionó con turismo médico en congreso internacional

El Salvador avanza en Turismo Médico, desde el año 2013 autoridades del MITUR y

CORSATUR han trabajado en una serie de iniciativas para impulsar el rubro en el país.- El 28 de septiembre, el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, dio a conocer en conferencia de prensa que por primera vez El Salvador participa en un congreso de Turismo Médico.

Una comitiva de 9 empresarios, junto al Ministro, posicionaron a nivel internacional el rubro en el World Medical Tourism & Global Healthcare Congress que se desarrolló en Orlando, Florida, del 27 al 30 de septiembre.

El funcionario reiteró que el rubro está cobrando auge con mayor fuerza en nuestro país, ya que las cifras revelan que en el 2014 ingresaron a El Salvador 19,301 personas en busca de algún tratamiento médico, generando \$21.2 millones. Las proyecciones apuntan que al finalizar el 2015 al menos 22,786 personas hagan Turismo Médico, esto podría generar al menos \$22.9 millones.

Tour operadores, hoteles y empresas médicas salvadoreñas que trabajan para que el Turismo Médico en nuestro país sea un éxito, representaron a nuestro país en dicho congreso. World Medical Tourism & Global Healthcare Congress es el único evento

mundial donde su organización puede conectar con los líderes de la asistencia médica, gobierno y la industria de casi 100 países.

El Salvador promovió Turismo en Europa

El 29 de septiembre pasado, una comitiva del Ministerio de Turismo, Corporación Salvadoreña de Turismo y empresarios salvadoreños dedicados al rubro de la tour operación, hoteles y transporte que tienen la capacidad para brindar servicios para turistas con un alto nivel de servicio y calidad, representaron a El Salvador en la feria International French Travel Market (IFTM- TOP RESA).

Los empresarios se interesaron por incursionar en el mercado al cual se dirige este evento (ocio, eventos y negocios), promocionando rutas como Sol y Playa, Aventura, Arqueología, Stop Over y City Tour Beato Óscar Romero.

Un dato relevante es que 29,982 Europeos visitaron El Salvador en 2014, según autoridades del Ministerio de Turismo de El Salvador.

Acciones desarrolladas durante Octubre 2015



Ministerio de Turismo premió a municipios ganadores de Pueblos Vivos 2015

El Ministerio de Turismo a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo premió el pasado 19 de octubre a los circuitos turísticos ganadores de la séptima edición de Pueblos Vivos Multidestinos 2015, quienes gozarán del apoyo institucional para potenciar el desarrollo turístico de la localidad a través de pequeños proyectos de infraestructura, promoción, señalización y mobiliario urbano.

En total fueron 252 municipios inscritos en el Programa Pueblos Vivos 2015, de los cuales 207 participaron en la Feria Pueblos Vivos, exhibiendo sus atractivos turísticos articulados en Circuitos Multidestinos en diferentes stands, que fueron evaluados por el jurado de acuerdo a criterios como: decoración de stand y nombre del circuito.

Asimismo se evaluó la participación en asistencia técnicas, conformación de Comités de Desarrollo Turístico, conocimientos técnicos del programa Pueblos Vivos y actividades realizadas para promocionar sus circuitos.

Reconocimiento a circuitos ganadores

Los 20 circuitos ganadores de Pueblos Vivos Multidestino 2015, cinco circuitos por cada zona del país (occidental, Central, Paracentral y Oriental) están compuestos por 96 municipios.

Cada circuito obtendrá una placa de reconocimiento por su destacada participación en la estrategia de Pueblos Vivos, asimismo obtendrá apoyo en: Mobiliario urbano, Señalética y Material impreso.

Pueblos Vivos, ha marcado una trayectoria de desarrollo turístico en cada uno de los municipios participantes, fortaleciendo y revalorando su identidad, historia, cultura, tradiciones y gastronomía propiciando el

desarrollo económico local a través de la participación ciudadana.

Anualmente el turismo interno en el país, genera más de \$100 millones, cifra que ha venido en incremento desde el año 2009. Durante la Feria Pueblos Vivos 2015, la afluencia de los visitantes fue de 100 mil personas, en el 2014 la cifra fue de 80 mil.

MITUR cumple en tiempo record condiciones para desembolso de fondos BID

La elegibilidad para el desembolso del préstamo de \$25 millones de dólares otorgado a través de un préstamo con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) para el desarrollo de la zona Costero Marina del país en los próximos cinco años fue anunciada oficialmente por el Ministerio de Turismo, el pasado 5 de octubre.

El anuncio del primer desembolso fue dado a conocer en conferencia de prensa por el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, junto al representante de Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en El Salvador, Lic. Marco Nicola y el Vicepresidente de la República, Óscar Ortiz.

El funcionario explicó que para el año en curso, el Ministerio de Turismo ejecutará el primer desembolso, que será destinado a tres proyectos: Gestión ambiental, atractivos turísticos y apoyo a la seguridad turística.

Con este programa, se beneficiará aproximadamente a 268,000 personas, se crearán más de 3,000 empleados formales y directos en turismo y 876 empresas turísticas en 11 municipios de los departamentos que están siendo intervenidos.

El objetivo general del Programa es contribuir a incrementar el empleo turístico en El Salvador, incrementar el gasto turístico en los departamentos de La Libertad y Usulután, mediante inversiones orientadas a segmentos de turismo de sol y playa y ecoturismo.

Los municipios beneficiados del departamento de La Libertad son: Chiltiupán, Comasagua, Jayaque, La Libertad, Tamanique, mientras que de Usulután son Alegría, Berlín, Jiquilisco, Puerto El Triunfo, San Dionisio y Usulután.

MITUR celebró el Día de la Ruta de Las Flores

Las autoridades del Ministerio de Turismo y alcaldes de los municipios de Ahuachapán, Apaneca, Juayúa, Salcoatitán y Nahuizalco celebraron el pasado 4 de octubre, por segundo año consecutivo el día de la Ruta de las Flores de El Salvador, declarado así en septiembre de 2014 por la Asamblea Legislativa.

Este año, el Ministerio de Turismo organizó una caravana con turistas nacionales, a fin de motivar el turismo interno y generar oportunidades económicas a los micros y pequeños empresarios de La Ruta de Las Flores.

Cada uno de los municipios, presentó una agenda de actividades durante todo el día, entre ellos turistas, festivales gastronómicos, exhibiciones culturales, desfiles, conciertos y bandas de paz.

La Ruta de Las Flores se comprende de seis destinos que han logrado reconvertir su actividad económica, pasando a depender principalmente del turismo y no de la agricultura, como en décadas anteriores.

Dicha Ruta, es la que genera los ingresos turísticos más altos, y después de la Ruta Sol y Playa, es la más visitada por turistas y excursionistas ya que cuenta con oferta variada, tal como hoteles, gastronomía y ocio.

El año pasado el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán develó una placa en cada municipio de la Ruta de Las Flores, haciendo constar que cada primer domingo de octubre de cada año se

celebra el "Día de la Ruta de Las Flores" por decreto legislativo n° 800. En ese marco, el MITUR también declaró a la Ruta de Las Flores como "Zona Turística de interés Nacional".

El Salvador se promocionó en feria de turismo en Italia

El Ministerio de Turismo junto a una delegación de empresarios salvadoreños, participaron en la Feria TTG Incontri, que se desarrolló el 8 de octubre en Rimini, Italia con el objetivo de promocionar nuestro país como destino turístico entre consumidores finales y empresas mayoristas.

Tour Bus, Hotel Villa Serena y Hotel Leones Marinos, son las empresas salvadoreñas que estuvieron presentes en la feria italiana, la cual se llevó a cabo durante tres días.

La participación de la empresa privada, como co-expositor, complementa la labor de promoción de El Salvador, realizada por la Corporación Salvadoreña de Turismo, encargada de la comercialización efectiva de los productos que el país ofrece a nivel internacional.

Dicha feria forma parte del Plan de Ferias de CORSATUR, el cual contempla la promoción del país en 18 ferias internacionales a lo largo del año, contemplando los segmentos de Ocio; Aventura; Sol y Playa; Mundo Maya; Cruceros; Aerolíneas y demás segmentos que conforman todo el producto turístico de El Salvador.

TTG Incontri es una de las ferias más importantes de modalidad Business to Business de comercio internacional, en el sector turístico en Italia. Al evento asisten más de 42,750 visitantes, con más de un millar de expositores directos y un total de 2,400 empresas representadas de 100 países.

MITUR Y CASATUR unieron esfuerzos para fomentar y promover la inversión en rubro turístico

El 9 de octubre, El Ministerio de Turismo y la Cámara Salvadoreña de Turismo (CASATUR) firmaron una carta de entendimiento para promover acciones conjuntas que fortalezcan el desarrollo de la industria turística en nuestro país.

El documento fue suscrito por el titular de la cartera de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán y el Presidente de CASATUR, Lic. Roberto Calderón.

La alianza tiene como objetivo establecer un marco permanente y abierto de diálogo entre el sector público y privado para proponer acciones, programas, proyectos de cooperación y asistencia mutua relacionados con el sector turístico.

El documento contempla el apoyo conjunto en los siguientes ejes: acciones y estrategias que contribuyan al desarrollo de nuevos productos turísticos; fomentar y promover la inversión privada; promocionar nuevos polos de desarrollo turístico y generar acciones que fortalezcan el logro de los objetivos Institucionales.

Frente a estos propósitos el Ministerio de Turismo está comprometido a destinar en la medida de sus posibilidades, a personal capacitado para brindar asistencia técnica en los diferentes proyectos o anexos de ejecución; invitar a CASATUR a participar en los diferentes cursos, capacitaciones, programas, foros y eventos en los cuales su participación sea conveniente para los objetivos de la Carta de Entendimiento y conformar mesas de trabajo para fortalecer el sistema de comercialización.

Ambos sectores acordaron que para la ejecución de las actividades o acciones tras la firma del convenio, podrán contar con la colaboración de otros organismos e instituciones que estén relacionados y que se requiera su apoyo.

MITUR presentó oferta de turismo de convenciones en Feria IMEX 2015

Autoridades del Ministerio de Turismo junto a una delegación de empresarios salvadoreños, participaron del 13 al 15 de Octubre en la Feria IMEX Américas, principal plataforma estadounidense para el turismo de congresos y reuniones, la cual se realiza en Las Vegas, Nevada.

Entre los expositores se incluyeron oficinas de turismo nacional y regional, hoteles, salas de conferencias y centros de exposiciones, líneas de cruceros, líneas aéreas, balnearios, proveedores de tecnología y alquiler de vehículos, especialistas en gestión de eventos, empresas de transporte, publicaciones de la industria y mucho más.

El Salvador se encuentra representado por el Centro Internacional de Ferias y Convenciones (CIFCO), Hotel Decameron, Ecomacayan DMC y Transportes JAP, quienes expusieron su oferta de servicio, capacidad hotelera y potencial en la organización de eventos de gran magnitud.

Este evento es el más importante de turismo MICE de Estados Unidos, presenta una oportunidad de negocios sin precedentes en una reunión con miembros de la industria. Es el lugar en que los mejores organizadores la industria realizan negocios con destinos y proveedores de Estados Unidos y de todo el mundo.

Las cifras revelan que cada año participan cerca de 2,000 compradores profesionales y miles de visitantes que conocen la oferta de más de 1,800 expositores de 147 países.

MITUR promovió cooperación y financiamiento para proyectos turísticos

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán inauguró el 15 de octubre pasado VI Foro de Cooperación e Inversión Turística, denominado "Buenas prácticas en la gestión de cooperación para el desarrollo

del turismo sostenible", su objetivo, acercar herramientas de financiamiento a micro, pequeñas y medianas empresas, así como actores relacionados.

El encuentro, que reunió a más 300 participantes, recalcó abrir oportunidades de financiamiento, cooperación y apoyo técnico a emprendedores turísticos, así como apoyo técnico para garantizar el dinamismo de la industria.

El foro, que se llevó a cabo el 15 y 16 de octubre, reunió a participantes miembros de los Comités de Desarrollo Turístico, municipalidades, MIPYMES y empresarios turísticos, quienes pudieron conocer experiencias de la industria y el apoyo que instituciones como FOSEP, FONDEPRO y CONAMYPE.

Entre los principales logros que los Foros de Cooperación han dejado al sector turismo destaca la obtención del financiamiento del Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE) para la realización del taller: Elaboración de planes de Negocios Turísticos a 30 participantes de instituciones financieras nacionales y empresarios del sector, realizado en febrero del 2011.

MITUR realizó con éxito Caravana Turística en Canadá

Una comitiva de El Ministerio de Turismo inició el 20 de octubre una nueva actividad de promoción del país junto a una delegación de empresarios salvadoreños, en la segunda Caravana Turística, la cual visitó dos ciudades de Canadá: Toronto y Montreal, del 20 al 21 de octubre.

Los representantes de empresas como: Green Blue Red, Hoteles Decameron, Adventure Sport Tours sostuvieron ruedas de negocios con mayorista y agencias de viajes con el fin de propiciar un encuentro más privado entre los empresarios salvadoreños y los principales

mayoristas y agencias de viajes de esta región.

El objetivo principal fue posicionar y promocionar a El Salvador como destino de calidad mundial y de variada oferta turística entre los consumidores finales y mayoristas de uno de los principales mercados meta.

Tras finalizar la caravana turística en Canadá, la comitiva de empresarios y representantes del MITUR participaron en la feria Tourism and Travel (ITT) desarrollada del 23 al 25 de octubre, misma que reforzó el posicionamiento de El Salvador en el país norteamericano.

Posteriormente, los empresarios participaron en la Feria Tourism And Travel desarrollada en Canadá, como parte de la fuerte apuesta por posicionar a El Salvador en los mercados internacionales.

Del 23 al 25 de octubre, los empresarios salvadoreños representantes de Green Blue Red, Hoteles Decameron, Adventure Sport Tours, expusieron su oferta de servicio especializada en destinos de playa, montaña y cultura.

Entre las ventajas que los empresarios resaltarán durante el cónclave a visitantes y compradores de la feria es la conectividad aérea que El Salvador posee

Guías turísticos y tour operadores recibieron certificación en atención de cruceros

En los próximos meses 17 tour operadores miembros de la Asociación Salvadoreña de Operadores de Turismo (ASOTUR) y que forman parte del Registro Nacional de Turismo, recibirán la Certificación Internacional en la Atención de Cruceros Turísticos, tras concluir arduas jornadas de capacitación.

El **27 de octubre pasado** el Ministerio de Turismo anunció una nueva iniciativa para posicionarse como un destino competitivo



en el rubro de cruceros a través de la Certificación en Excelencia para la Atención de Cruceros dirigido a guías y tour operadores turístico e impartida por la Florida Caribbean Cruise Asociation (FCCA). Asimismo, 25 guías turísticos recibirán dicha certificación, la cual busca fortalecer el nivel de calidad en los productos y servicios que se brindan en la recepción de Cruceros Turísticos.

El Ministerio de Turismo, señaló que a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo, aportará el 80%, para la certificación de Guías Turísticos (el costo total es de \$245 por persona); y el 90% del costo de la certificación de Tour operadores, que

asciende a un costo de \$3,500 por cada participante.

Actualmente, la FCCA ha certificado a 30 países en Excelencia en Atención a Cruceros alrededor del mundo; en Centroamérica países como: Panamá, México, Belice y Colombia cuentan con dicha acreditación.

Desde el año 2010 a la fecha, han atracado 16 cruceros en El Salvador, entre estos Azamara Cruises de la compañía Royal Caribbean, totalizando cerca de 8, 742 cruceristas y generando al país un ingreso estimado de \$1.3 millones.



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	Septiembre	Octubre
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.

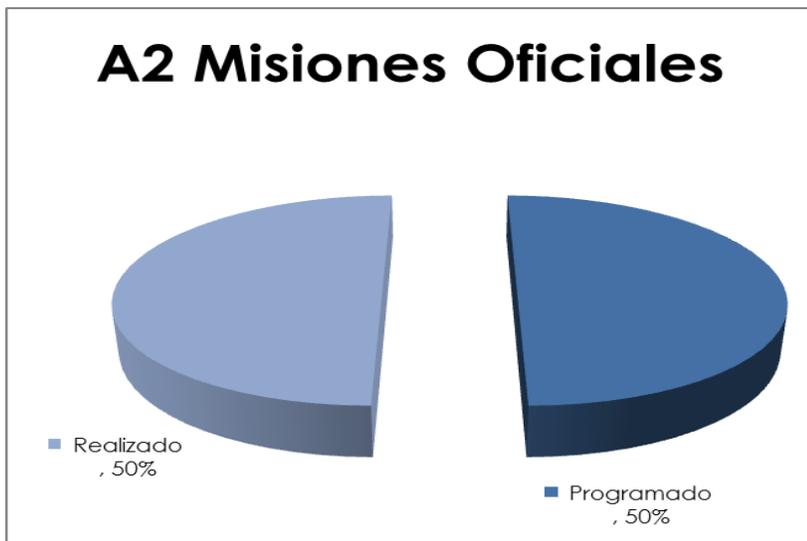


Tabla de Datos	2015	
No. de Misiones Oficiales	Porcentual	Numérico
Programadas por realizar	50.00%	3
Realizadas al quinto bimestre	50.00%	3
Total	100.00%	6

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se cumple con la planificación establecida de forma Bimensual.

➤ **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”** a través del indicador: **“Contar con al menos una asesoría jurídica mensualmente”**, 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.

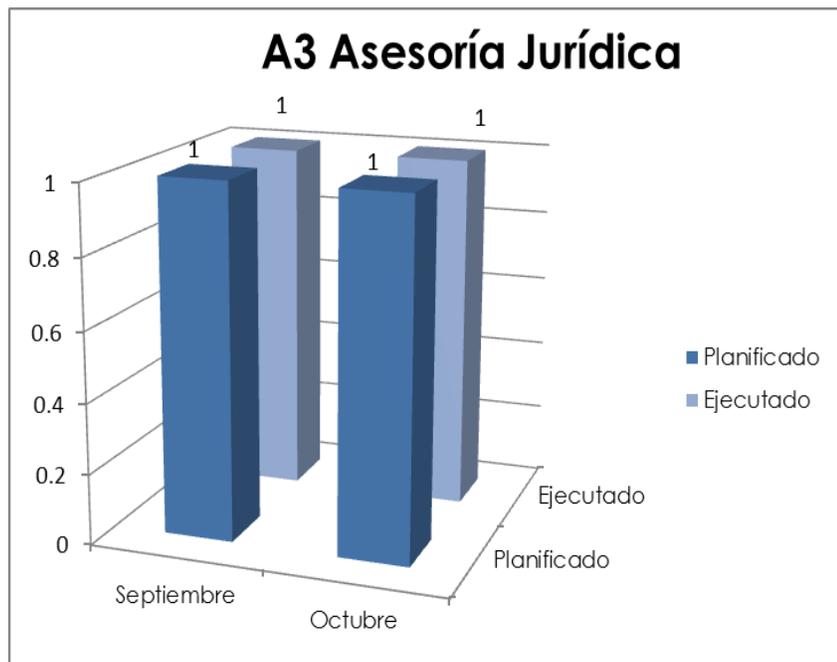


Tabla de Datos	2015	
Número de Asesorías Jurídicas	Septiembre	Octubre
Planificado	1	1
Ejecutado	1	1

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 gráfico comparativo de resultados obtenidos en el período: Septiembre - Octubre 2015 con su respectivo análisis de resultados.

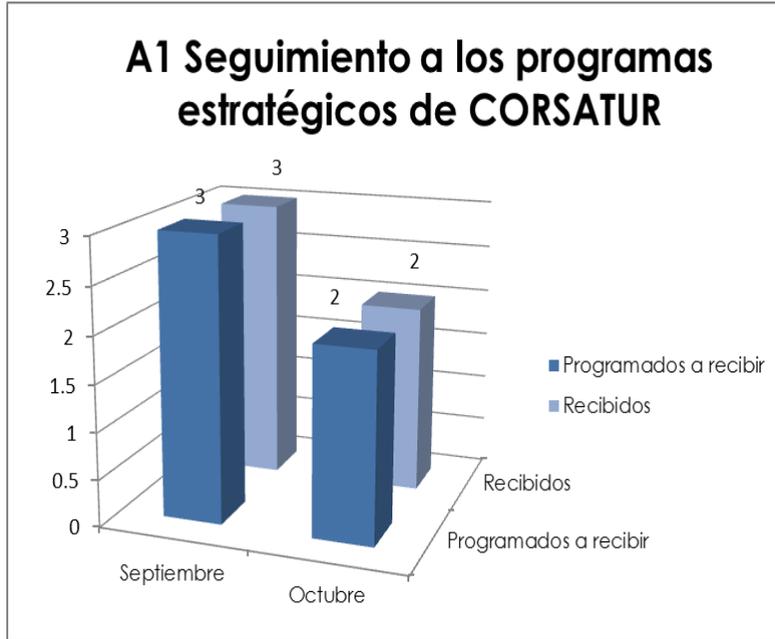


Tabla de Datos	2015	
Número de Informes	Septiembre	Octubre
Programados a recibir	3	2
Recibidos	3	2
% de ejecución	100.00%	100.00%

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No. de informes	Septiembre	Octubre	Bimestre
Planificados	3	2	5
Recibidos	3	2	5
Porcentaje de Cumplimiento	100.0%	100.0%	100%

➤ **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 Septiembre – Octubre 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Al evaluar 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 Septiembre – Octubre 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En cumplimiento a la Política de Ahorro y Austeridad, no se realizara 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 Septiembre – Octubre 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 Septiembre – Octubre 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 Septiembre – Octubre 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En el mes de Septiembre y Octubre se publicaron 11 comunicados por mes, **a la fecha se ha contabilizado la publicación de 101 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 llevó a cabo la entrega del informe de Rendición de Cuentas y en septiembre se desarrolló el evento Premio Nacional de Turismo, por lo que con la realización de estos dos eventos se ha cumplido el 100% de la meta establecida para dicha macroactividad.

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 de la Unidad de Comunicaciones y Relaciones Publicas, con el objeto de brindar las proyecciones para la temporada de agosto 2015, con la realización de esta conferencia se ha alcanzado 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 Quinto Bimestre	58.33%	7
Total	100.00%	12

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se ha publicado el boletín hasta el mes de julio. A la fecha siete boletines publicados (58.33%)



➤ **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 período: Septiembre - Octubre 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: Septiembre - Octubre.

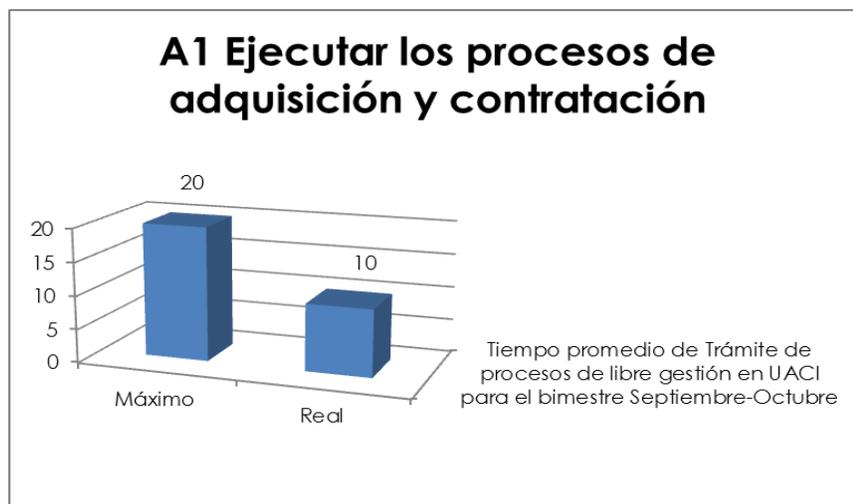


Tabla de Datos	2015
Tiempo promedio de Trámite de procesos de libre gestión en UACI para el bimestre Septiembre-Octubre	
Máximo	20
Real	10

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 22.

- 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: Septiembre – Octubre.

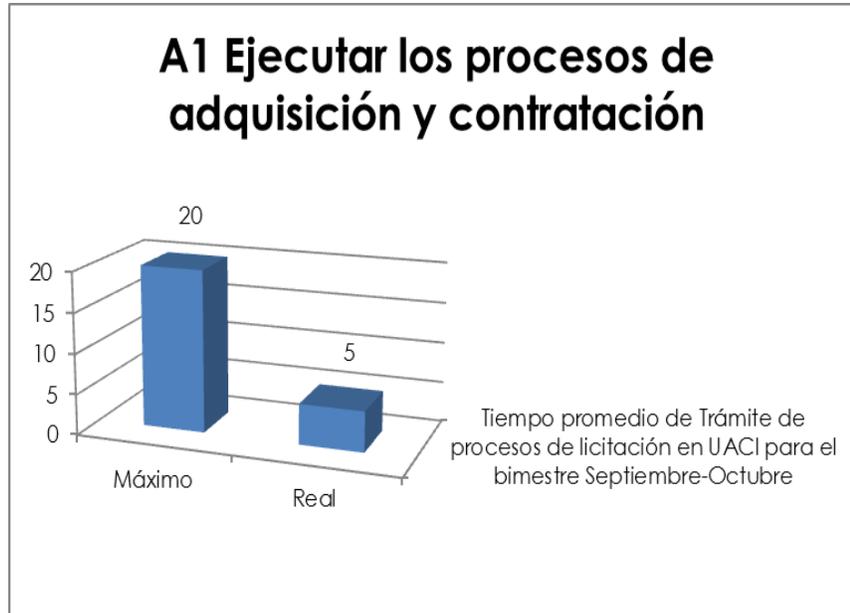


Tabla de Datos	2015
Tiempo promedio de Trámite de procesos de licitación en UACI para el bimestre Septiembre-Octubre	
Máximo	20
Real	5

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 3.

- 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: Septiembre – Octubre.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Sin Contrataciones Directas

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

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

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Sin Licitación Abierta.

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

A continuación se presentan los resultados del seguimiento a la operatividad de la meta: **“Elaborar para Gerencia General un informe trimestral en el período 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: Septiembre - Octubre 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se entregó en tiempo a través de la unidad jurídica el informe trimestral de Julio a Septiembre a Gerencia General.

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

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

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

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

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

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

Indicador:

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

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

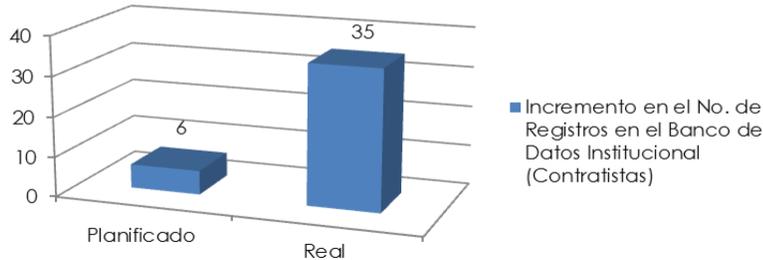


Tabla de Datos	Quinto Bimestre 2015	
	Numérico	Porcentual
Incremento en el No. de Registros en el Banco de Datos Institucional (Contratistas)		
Planificado	6	10%
Real	35	61%

Nota. La base de datos inicio en el año 2015 con 57 registros

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se incrementó más del 10%

Indicador:

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

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

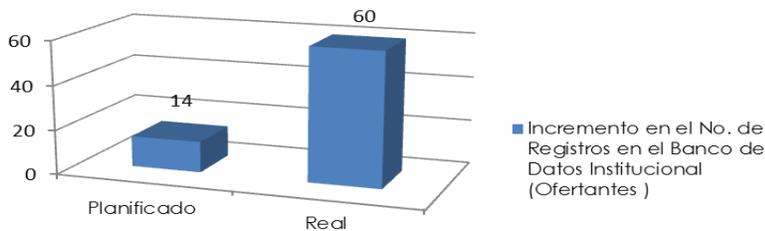


Tabla de Datos	Quinto Bimestre 2015	
	Numérico	Porcentual
Incremento en el No. de Registros en el Banco de Datos Institucional (Ofertantes)		
Planificado	14	10%
Real	60	44%

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: Septiembre - Octubre 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 697 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: Septiembre - Octubre 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Cumplimiento conforme a lo requerido (Pendiente ampliación de análisis)

➤ 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”** a través del indicador: **“Procesos judiciales y administrativos”**

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: Septiembre - Octubre 2015, cuantificado al 31 de Octubre de 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En el período comprendido entre enero a octubre la Unidad Ambiental ha sensibilizado en materia turístico ambiental a 627 personas, a continuación el detalle:

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
Septiembre-Octubre			
Proceso de sensibilización turística ambiental, e implementación de buenas prácticas en la gestión turística a través de tres temas: Buenas prácticas socio ambientales en turismo (01/09/2015); 2) Interpretación ambiental y su papel en la sensibilización del visitante, Para empresarios turísticos de Río Chiquito, San Ignacio y La Palma.	18	10	28
Charla “Buenas prácticas ambientales en turismo: camino hacia la sostenibilidad” capítulo VIII del Documento Buenas prácticas ambientales para Proyectos de Desarrollo	61	92	153
Total de sensibilizados al 31 de octubre de 2015			627



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 Septiembre y Octubre se hicieron 3 solicitudes y 33 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.

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 enero a junio 2015 (Semestre I-2015) se realizó en octubre 2015, actualizando los 25 ítems solicitados en el Art 10.

GERENCIA FINANCIERA

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: Septiembre - Octubre 2015

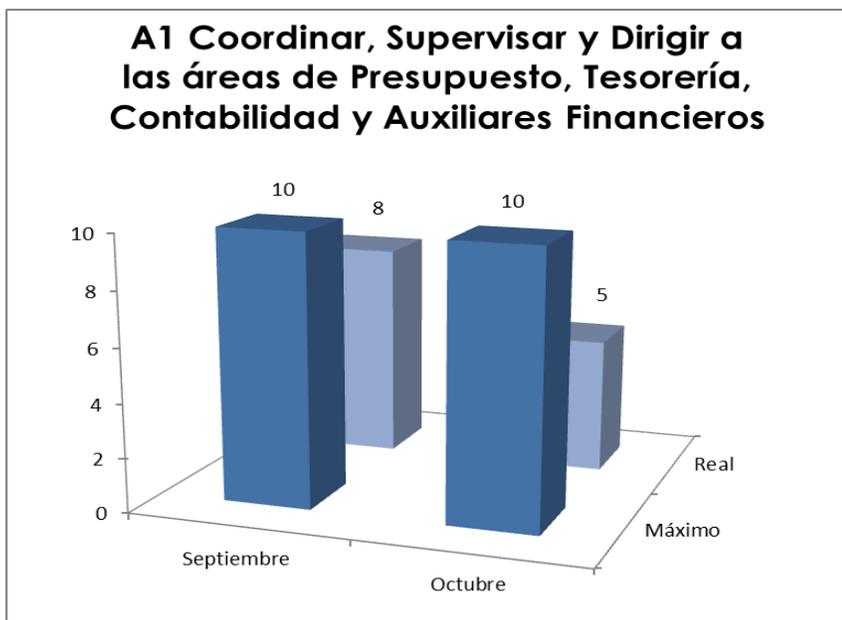


Tabla de Datos	2015	
Tiempo (días hábiles) de entrega de informe de Recaudación del Fondo de Contribución Especial	Septiembre	Octubre
Máximo	10	10
Real	8	5

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición): Septiembre

Tiempo de máximo entrega: 10 días hábiles.

Tiempo de real entrega: 8 días hábiles.

Octubre

Tiempo de máximo entrega: 10 días hábiles.

Tiempo de real entrega: 5 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 Septiembre - Octubre 2015 con su respectivo análisis de resultados.



Tabla de Datos	2015	
Tiempo (días hábiles) de entrega del Informe Presupuestario	Septiembre	Octubre
Máximo	10	10
Real	5	10

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Septiembre

Tiempo de máximo entrega: 10 días hábiles.

Tiempo de real entrega: 5 días hábiles.

Octubre

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: Septiembre – Octubre se presenta a continuación:

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

Septiembre

Tiempo de máximo entrega: último día hábil.

Tiempo de real entrega: 7 días hábiles antes de terminar el mes.

Octubre

Tiempo de máximo entrega: último día hábil.

Tiempo de real entrega: 9 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: Septiembre – Octubre se presenta a continuación:

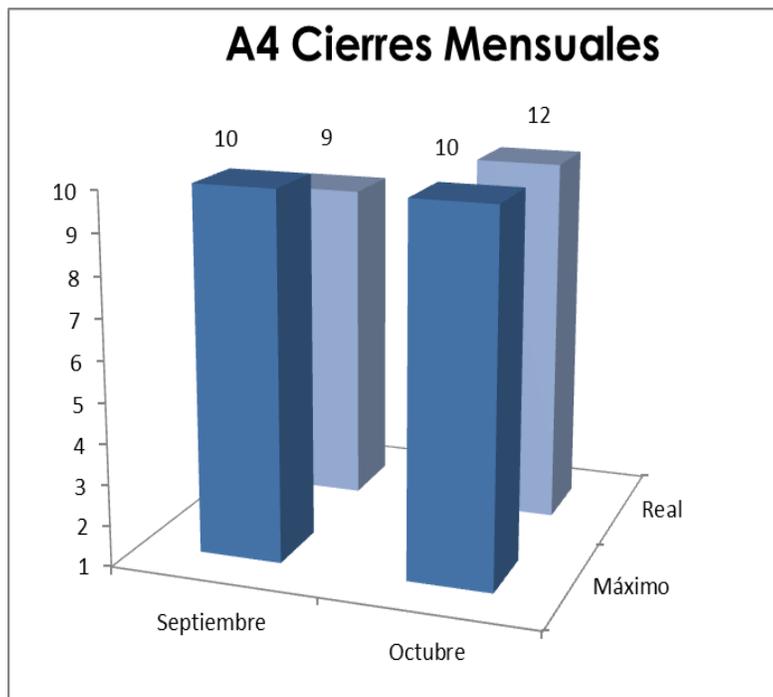


Tabla de Datos	2015	
Tiempo (días calendario) de entrega del Cierre Fiscal mensual	Septiembre	Octubre
Máximo	10	10
Real	9	12

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

Septiembre:

Tiempo de máximo entrega: el día 10

Tiempo de real entrega: el día 9

Octubre:

Tiempo de máximo entrega: el día 10.

Tiempo de real entrega: el día 12.

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: Septiembre - Octubre 2015.

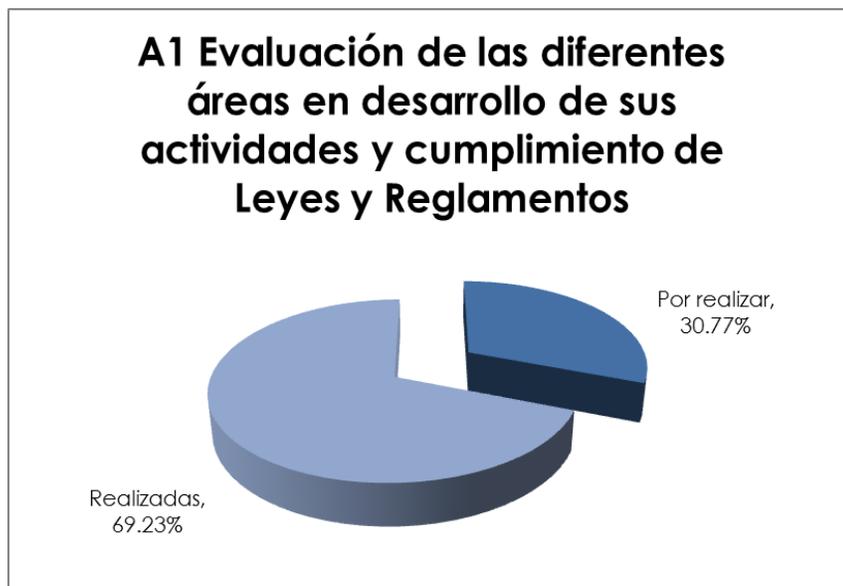


Tabla de Datos	2015	
Informes	Porcentual	Numérico
Por realizar	30.77%	4
Realizados al Quinto Bimestre	69.23%	9
Total	100.00%	13

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

Se realizó 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 período 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: Septiembre - Octubre 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.

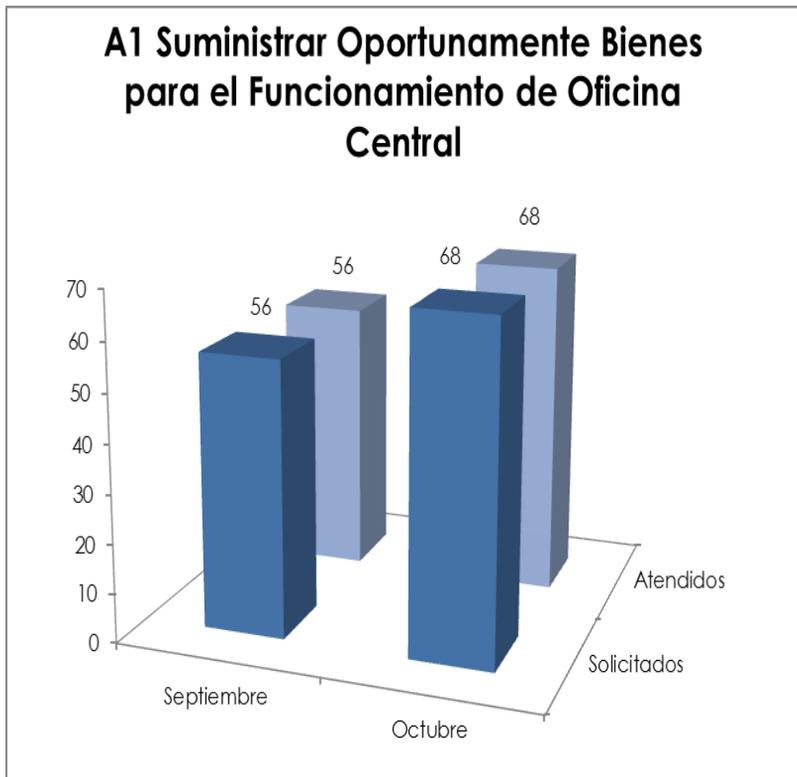


Tabla de Datos	2015	
No. de Requerimientos de bienes de consumo	Septiembre	Octubre
Solicitados	56	68
Atendidos	56	68
Porcentaje de cumplimiento	100.00%	100.00%

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:

- Septiembre: 100%
- Octubre: 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

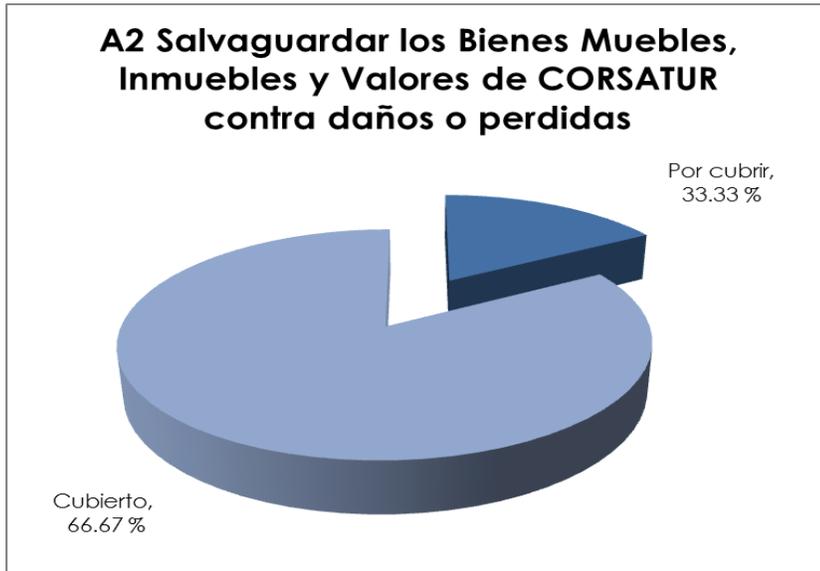


Tabla de Datos	2015	
No. de Meses para cobertura de póliza de seguro	Porcentual	Numérico
Por cubrir al año	16.67%	2
Cubiertos al Quinto Bimestre	83.33%	10
Total	100.00%	12

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

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

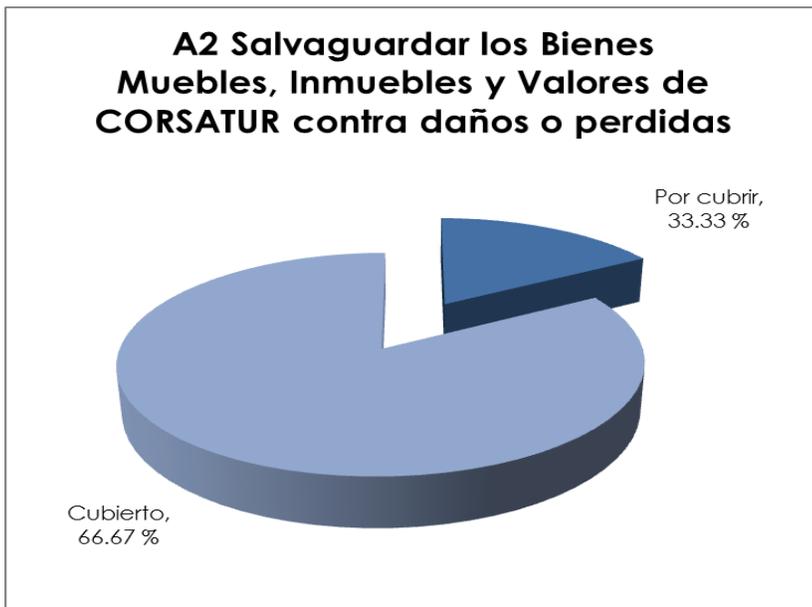


Tabla de Datos	2015	
No. de Meses para servicio de vigilancia	Porcentual	Numérico
Por cubrir al año	16.67%	2
Cubiertos al Quinto Bimestre	83.33%	10
Total	100.00%	12

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:

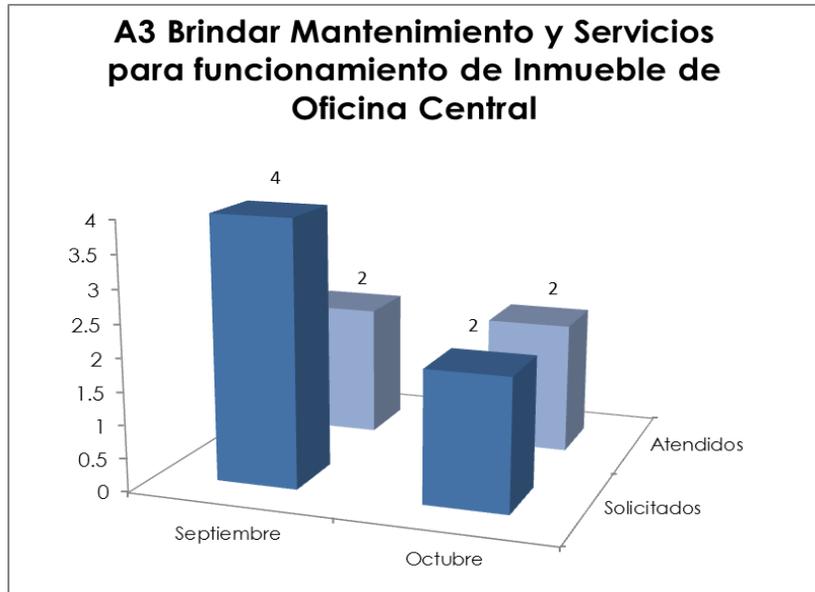


Tabla de Datos	2015	
No. de Requerimientos de mantenimiento de instalaciones, mobiliario y/o equipos	Septiembre	Octubre
Solicitados	4	2
Atendidos	2	2
Porcentaje de cumplimiento	50.00%	100.00%

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

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

- Septiembre: 50 %
- Octubre: 100 %

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

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

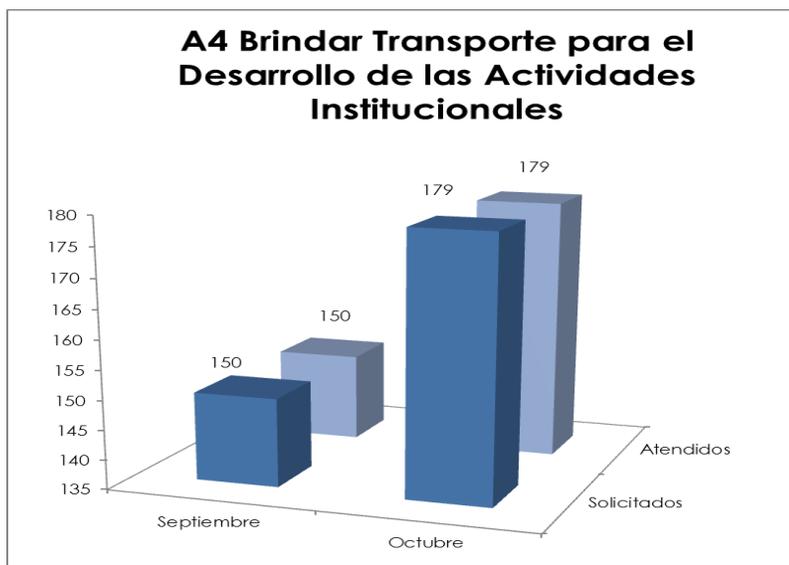


Tabla de Datos	2015	
No. de Solicitudes de Transporte	Septiembre	Octubre
Recibidas	150	179
Atendidas	150	179
Porcentaje de cumplimiento	100.00%	100.00%

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:

- Septiembre: 100 %
- Octubre: 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 Septiembre - Octubre:

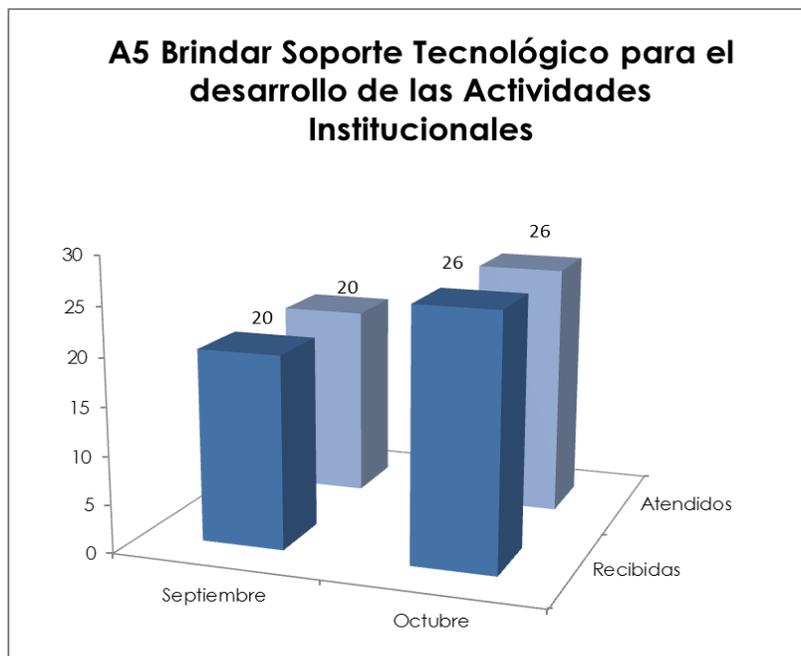


Tabla de Datos	2015	
No. de Solicitudes de requerimientos tecnológicos	Septiembre	Octubre
Recibidas	20	26
Atendidos	20	26
Porcentaje de cumplimiento	100.00%	100.00%

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

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

- Septiembre: 100 %
- Octubre: 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:

- Septiembre: 97.50 %
- Octubre: 97.50 %

A continuación el detalle de las actividades realizadas:

Actividades	Septiembre	Octubre
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	No aplica
Realizar inducción	No aplica	No aplica
Capacitar 80% del personal	95% (76/80)	95% (76/80)
Realizar 2 evaluaciones al año	No programada	No programada
% de cumplimiento:	97.50%	97.50%

➤ 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:

- Septiembre: 97.50 %
- Octubre: 95.00 %

A continuación el detalle de las actividades realizadas:

Actividades	Septiembre	Octubre
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	Septiembre	Octubre	Bimensual
Planificadas	1	1	2
Realizadas	1	1	2

En el mes de Septiembre se inicia con la campaña institucional "Turismo Avanza", en el medio prensa, campaña que expone de primera mano los testimoniales de su experiencia en nuestro país de diferentes personas tales como: empresarios, turistas, participantes de eventos locales, entre otros. Dicha campaña tendrá una duración hasta mediados de Noviembre 2015.

Así mismo del 29 de Septiembre al 4 de Octubre se realizó la campaña de promoción Día de la Ruta de las Flores, la cual invitaba a la población a acompañarnos a la celebración del día nacional de Ruta de las flores la cual por decreto se celebra cada primer domingo de Octubre

La meta para este indicador es el desarrollo de 3 campañas a nivel nacional, a la fecha se han realizado 8, 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	Septiembre	Octubre	Bimensual
Planificadas	0	0	0
Realizadas	0	0	0

En los meses de Septiembre y Octubre se le dio seguimiento a la campaña El Secreto mejor guardado destinada para los países de Estados Unidos y Canadá, la cual destaca el sentimiento de descubrimiento y apreciación de un destino impresionante que lleva un mensaje positivo sobre El Salvador. Se le dio continuidad a la campaña de El Secreto mejor guardado hasta el 15 de Octubre de 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

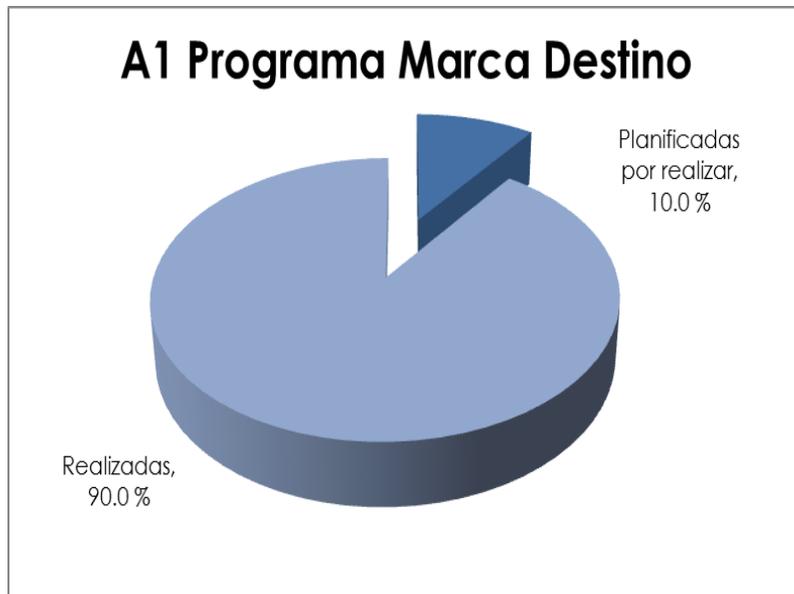


Tabla de Datos	2015	
No. de Ferias Internacionales	Porcentual	Númérico
Planificadas por realizar al finalizar el presente año	10.0%	2
Realizadas al Quinto Bimestre	90.0%	18
Total	100.00%	20

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No. de ferias internacionales	Septiembre	Octubre	Bimensual
Planificadas	3	4	7
Desarrolladas	3	4	7

De acuerdo al Plan de Ferias y Eventos Internacionales para el año 2015, en el mes de Septiembre se participó en las siguientes ferias:

- ✓ Travel Mart Latin América (TMLA), Guatemala.
- ✓ ABAV, Sao Paulo Brasil
- ✓ World Medical Tourism & Global Healthcare Congress, Orlando Florida Estados Unidos



Y en el mes de Octubre se participó en las ferias:

- ✓ IFTM Top Resa, París Francia
- ✓ TTG Incontri, Rimini Italia
- ✓ IMEX América, Las Vegas Estados Unidos
- ✓ International Tourism and Travel Show (ITT), Montreal Canada

A la fecha se han realizado 18 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

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

El mes de septiembre se realizó viajes de familiarización y viajes de prensa, atendiendo a un total de 21 pasajeros. En el mes de octubre se llevaron a cabo también viajes de prensa y viajes de familiarización, atendiendo a un total de 61 personas.

La meta para este indicador es atender al menos 140 personas en viajes de familiarización y prensa anual, a la fecha se han atendido 165 personas, con lo que se sobrepasa la meta planteada para este indicador.

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 2015 está planeada a realizarse del 08 al 14 de noviembre de los corrientes, cabe mencionar que los pre – tours contemplados en el desarrollo de la feria en mención, están debidamente programados.

Indicador:

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

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

La meta para este año 2015 es realizar al menos 5 investigaciones de mercado. Durante el mes de septiembre y octubre de 2015 se ha realizado una investigación, **dando cumplimiento con el 100% de lo planificado para el bimestre, de igual forma se da cumplimiento al 100% de la meta establecida para todo el año 2015**, por haberse realizado las 5 investigaciones planificadas. Los Principales indicadores que se obtienen de acuerdo a cada investigaciones podemos mencionar: Gasto turístico internacional, llegadas de visitantes internacionales, cantidad de viajes en concepto de turismo interno que realizan los salvadoreños dentro del territorio nacional, gasto total y diario, porcentaje de ocupación hotelera, entre otros.

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

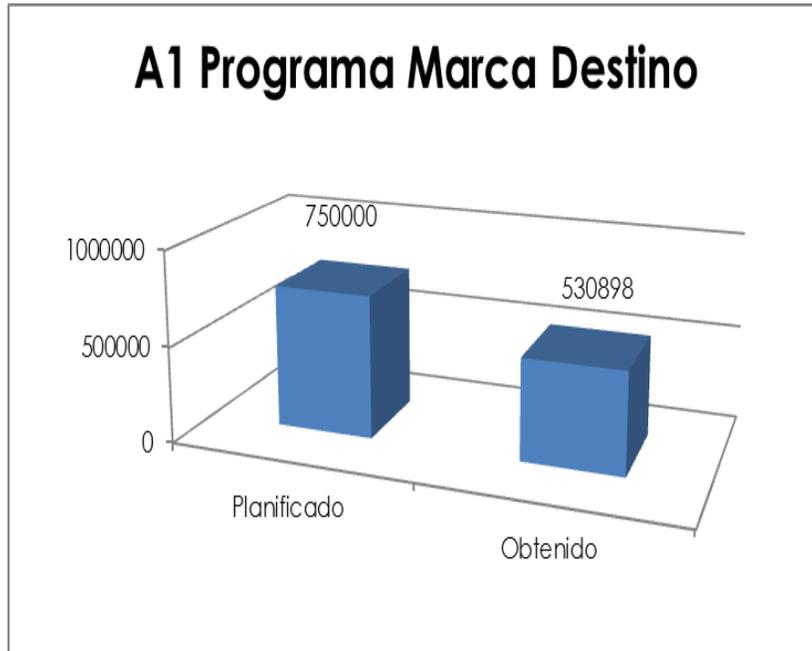


Tabla de Datos	
No. (acumulado) de likes en el facebook	2015
Planificado al finalizar el año	750000
Obtenido al quinto bimestre	530898

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Septiembre:

En este mes alcanzamos los 532,283 likes a nuestra página, se le dio continuidad a la campaña “The Best Kept Secret”. Por otro lado promocionamos en nuestra oferta las bellezas naturales, volcanes, lagos y montañas. Así mismo alcanzamos 1,254,669 de personas que vieron nuestras publicaciones.

Octubre:

En octubre nuestra página reporta 530,898, likes a nuestra página, (Se redujo 1,385 con respecto al mes pasado por el fenómeno conocido como rebote de pauta, que consiste en personas que le quitan el like a una página a la que previamente le dieron like a causa de una pauta pagada), así mismo alcanzamos 7.91% de Average Page Engagement Rate.

* Average Page Engagement Rate = Formula que mide el nivel de interacción de fans en una página.
 $APER = (Comments + Post likes + Shares) / Page Likes$
 Esto relativo a un tiempo determinado, para este caso se evalúa un mes.

Durante este mes estuvimos dando promoción a sitios turísticos como ríos, lagos y playas. Un logro destacable fue que alcanzamos llegar a 1,438,218 personas que vieron nuestras publicaciones.

Indicador:

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

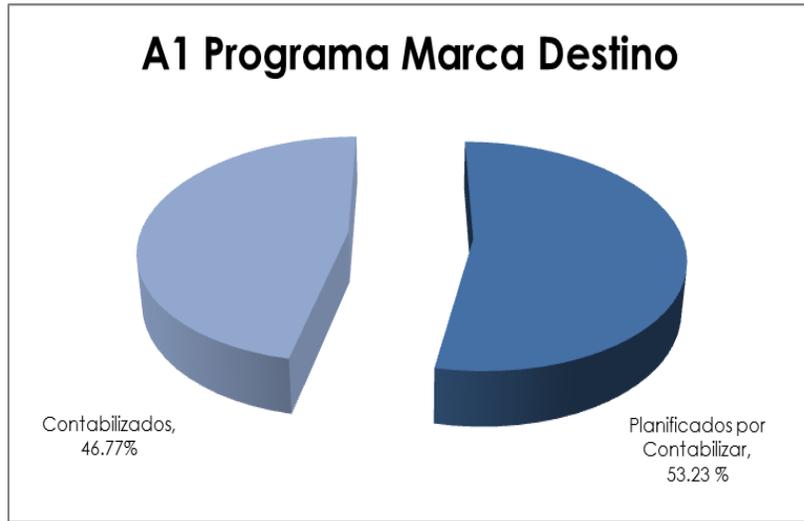


Tabla de Datos	2015	
	Porcentual	Númérico
No. de followers Planificados por contabilizar (acumulados) al finalizar el presente año	53.23%	31937
Contabilizados (acumulados) al Quinto Bimestre	46.77%	28063
Total	100.00%	60000

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Septiembre:

En este mes logramos llegar a los 27,861 followers (acumulados), continuamos con el formato bilingüe lo que nos hizo alcanzar 713 Retweets.

Promocionamos en nuestra oferta las bellezas naturales, volcanes, lagos y montañas, dando seguimiento a la campaña "The Best Kept Secret".

Octubre:

En este mes logramos llegar a los 28,063 followers (acumulados) además de alcanzar 223,300 impresiones a nuestros tweets. Durante este mes se promocionaron los destinos de aventura.

Indicador:

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

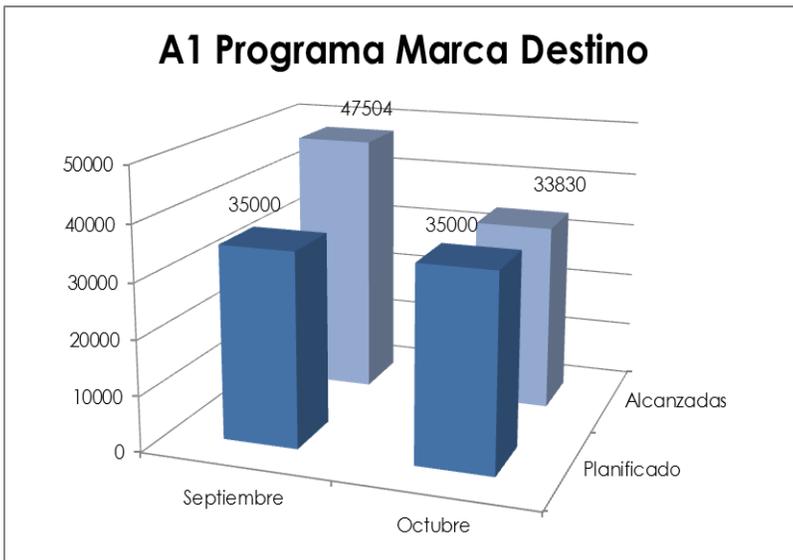


Tabla de Datos	2015	
	Septiembre	Octubre
No. de Reproducciones en YouTube Planificados	35000	35000
Alcanzadas	47504	33830
Porcentaje de cumplimiento	135.73%	96.66%

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No. de reproducciones en YouTube	Septiembre	Octubre	Bimensual
Planificadas	35,000	35,000	70,000
Alcanzadas	47,504	33,830	81,334

Septiembre:

En este mes alcanzamos las 47,504 reproducciones en nuestro canal, siendo los videos de "Pueblos Vivos" los más vistos con 6,242 reproducciones.

Octubre:

En el mes de octubre alcanzamos las 33,830 Reproducciones en nuestros videos, siendo el video de la campaña "Stop Over" el más visto con 11,379 reproducciones.

Indicador:

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

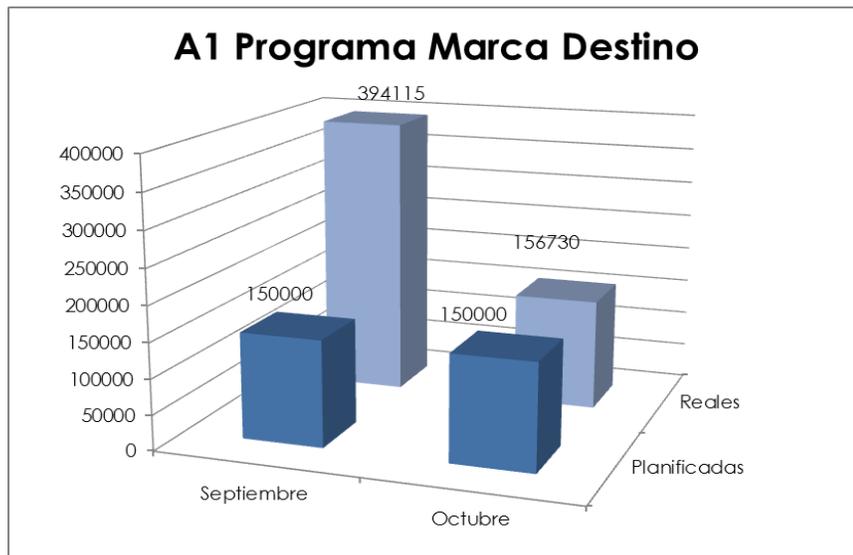


Tabla de Datos	2015	
	Septiembre	Octubre
No. de Visitas en página Web		
Planificadas	150000	150000
Reales	394115	156730
Porcentaje de cumplimiento	262.74%	104.49%

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No. de visitas en página WEB	Septiembre	Octubre	Bimensual
Planificadas	150,000	150,000	300,000
Reales	394,115	156,730	550,845

Septiembre:

En este mes logramos las 394,115 visitas a nuestro sitio web, el más alto del año hasta el momento, en el cual alcanzamos los 04:25 minutos de promedio de estadía por persona, que también es la más alta del año hasta el momento.

Los países que más nos visitaron fueron:

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



Octubre:

En octubre llegamos a las 156,730 Visitas a nuestro sitio web, un dato relevante con respecto a este mes fue llegar a 61.59% 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) Canadá

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):

Detalle de actividades realizadas:

- ✚ En fecha 25 de marzo se realizó el lanzamiento del evento Pueblos Vivos
- ✚ En fechas 12 y 13 de septiembre se realizó la Feria de Pueblos Vivos 2015.
- ✚ En fecha 19 de octubre se llevó a cabo la premiación de la feria de Pueblos Vivos - Multidestinos 2015.

Con el desarrollo de estas actividades se alcanza el 100% de cumplimiento del indicador en cuestión.

➤ 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 que 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 Septiembre-Octubre se desarrollaron los siguientes eventos:

SEPTIEMBRE:

1-CTPLL / 26-Septiembre-2015

Activaciones de marca en el Complejo Turístico del Puerto de La Libertad. El objetivo de este evento es la reactivación del MALECON.

2-PREMIO NACIONAL DE TURISMO: 27-Septiembre-2015

El Premio Nacional de Turismo es entregado por décimo primera ocasión, en el marco del día internacional de turismo bajo el lema “mil millones de turistas, mil millones de oportunidades”.

El ministerio de turismo a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo, también reconoció a empresarios y alcaldes que han contribuido al desarrollo del turismo en el salvador.

El evento se llevó a cabo en el MUNA.

El máximo galardón fue entregada al Padre Flavián Mucci, quien ha impulsado 8 proyectos de interés turístico, con fines sociales, los cuales han fortalecido el desarrollo de la industria turística en el departamento de Sonsonate y ha promovido la formación profesional en el sector, con cobertura en los 262 municipios del país.

OCTUBRE:

1-Ruta de las Flores 4 -Octubre- 2015

En el marco del “Día de la Ruta de Las Flores”, declarado por la Asamblea Legislativa, se celebró el día 04 de octubre de 2015, el día nacional de la Ruta de Las Flores, con el objetivo de otorgar a los turistas participantes un día agradable para disfrutar en familia, donde se busca el verdadero compromiso en la generación de oportunidades a los lugareños, potenciar el turismo interno, así como la fuente de ingresos, lo cual estimula el desarrollo económico-local de la zona, garantizando así una vida digna a los habitantes de cada uno de los municipios.

Los turistas nacionales e internacionales se divirtieron en familia, disfrutando la variada oferta turística que organizaron cada uno de los municipios involucrados tales como, la cultura, costumbres, tradiciones, deleitándose con los festivales gastronómicos, desfiles, conciertos, bandas de paz, en cada uno de los municipios visitados, en los departamentos de Ahuachapán y Sonsonate.

Ocho buses, salieron con aproximadamente 400 turistas nacionales e internacionales hacia los municipios de Ahuachapán, Apaneca, Nahuizalco, Juayúa y Salcoatitán, durante el recorrido los turistas pudieron disfrutar de los atractivos de la zona, tales como parques, artesanías, miradores, restaurantes, plazas, entre otros encantos de la magia que rodea este trayecto.



La Casa de la Cultura en el departamento de Ahuachapán, organizó una exposición de estatuas vivientes; donde la alcaldía municipal obsequio a los visitantes platillos típicos.

El Vice-Ministro informó que esta ruta ofrece 40 atractivos turísticos que propios y foráneos pueden visitar. Entre ellos destacan 35 hoteles y hostales y más de 42 restaurantes.

2- PREMIACION PNT / 19-Octubre-2015

En fecha 19 de octubre se llevó a cabo la premiación de la feria de Pueblos Vivos - Multidestinos 2015.

3-CCU-AFEDES: 21-24-Octubre-2015

Apoyo institucional con material promocional y transporte, en el cual estuvieron posicionadas nuestras marcas.

4-COPA ALAS / SURF: 22-24-Octubre-2015

El Surf es un deporte, que ha tenido un crecimiento considerable en la región, y a su vez es considerado una actividad turística con resultados de crecimiento en lo que a materia de turismo se refiere, con logros en visitas de turistas que dejan cifras millonarias, así como el crecimiento y desarrollo del país.

El impacto se reflejó directamente en el posicionamiento de marca país.

El objetivo con este tipo de eventos, es reactivar la zona costera marina en el oriente del país, para su desarrollo económico y social.

Publicidad de nuestras marcas en el evento:

TV - RADIO - Pantallas electrónicas gigantes - Vallas Publicitarias - Muppies - en Internet en la página web www.alaslatintour.com; www.surfalasal salvador.blogspot.com

Redes Sociales:

www.facebook.com/alassurfsv

<https://instagram.com/ALASLatintour>

<https://twitter.com/ALASLatintour>

Transmisión en Vivo: el streaming se constituyó en uno de los valores más ponderados del evento, TVX Latin pro 2015, este canal transmite a la afición surfista latinoamericana y el resto del mundo, con un total de visitas de 22 al 25 de octubre de 25,565.

La exposición de logo, vistas aproximadamente por 5,000 personas:

Transmisión en vivo, Afiches, Backing, sitio web del evento, en la tarima de jueces, áreas de público, área VIP, área de premiación, y tarima de competidores.

Promocionales tales como: camisetas para el staff, organizadores del evento y público, Conferencias de prensa, prensa escrita, tour para los medios de comunicación.

5-RED SALVADOREÑA CULTURA VIVA COMUNITARIA: 27-31-Octubre-2015

Apoyo institucional con material promocional y transporte, en el cual estuvieron posicionadas nuestras marcas.

6-CTPLL / 31-Octubre-2015

Activaciones de marca en el Complejo Turístico del Puerto de La Libertad.

El objetivo de este evento es la reactivación del MALECON.

7-Células Madres: 31-Octubre-2015

Apoyo institucional con material promocional y transporte, en el cual estuvieron posicionadas nuestras marcas.

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 24 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:

SEPTIEMBRE:

1-Feria Pueblos Vivos 2015 12-13 - Septiembre -15

En fecha de 12 al 13 de septiembre se realizó la Feria de Pueblos Vivos 2015.

El objetivo principal fue estimular el desarrollo de la oferta turística, así como incentivar el turismo interno en el país. Asimismo, el objetivo principal fue el posicionamiento de los circuitos, bajo una nueva plataforma basada en cuatro pilares:

- ✓ Turismo,
- ✓ Innovación,
- ✓ Conectividad.
- ✓ Asociatividad.

Esta feria presentó 53 circuitos, para que los turistas nacionales e internacionales, pudieran disfrutar su riqueza, costumbre, tradiciones, así como la gastronomía que tipifica a cada uno de los pueblos de nuestro país.

A la fecha se ha participado en 7 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.

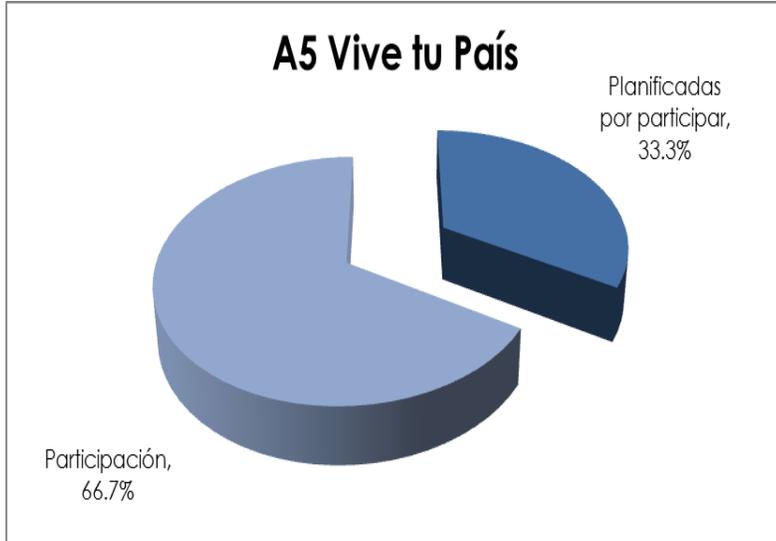


Tabla de Datos	2015	
No. de Ruedas de Negocios	Porcentual	Numérico
Planificadas por participar al finalizar el presente año	33.3%	1
Participación al Quinto Bimestre	66.7%	2
Total	100.00%	3

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

De acuerdo al Plan de Ferias y Eventos Internacionales para el año 2015, para el mes de septiembre y octubre 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 el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

De acuerdo al Plan de Ferias y Eventos Internacionales para el año 2015, en el mes de Septiembre se realizó la Caravana Turística Estados Unidos Costa Este (Miami, Washington DC, New York), para el mes Octubre se realizó la Caravana Turística en Canadá.

A la fecha se han realizado cuatro caravanas turísticas, superando 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):

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 Montañona
- ✚ 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 espera que se inicie la producción en la tercera semana de noviembre

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):

A la fecha, los operadores continúan con entusiasmo la promoción de 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 con mayor porcentaje en los tours son:

- ✓ Colombia con un 19% de participación
- ✓ México con un 19% de participación
- ✓ Ecuador con un 18% de participación
- ✓ Usa con un 15% de participación

A la fecha del 31/10/15 se han movilizado 1,228 pasajeros.

Las marcas continúan con exposición en las instalaciones aeroportuarias.

➤ 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.

➤ 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 Proasistur.

➤ 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)

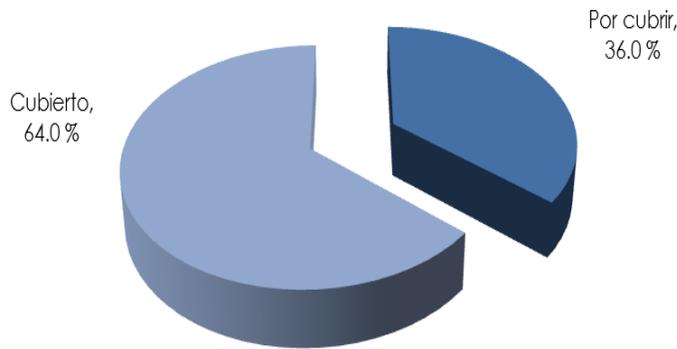


Tabla de Datos	2015	
No. de actores capacitados	Porcentual	Numérico
Por beneficiar al año	36.0%	54
Beneficiados al Quinto Bimestre	64.0%	96
Total	100.0%	150

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.

Las actividades relacionadas realizadas en los meses de Septiembre y Octubre se detallan a continuación:

- ✓ El curso de portugués inició en el mes de septiembre
- ✓ Adicionalmente en octubre se adjudicó a FEPADE el proceso de los tres cursos de guías adicionales que iniciarán en Noviembre 2015 y finalizarán el 10 de diciembre de 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):

Proceso adjudicado en Octubre 2015, las capacitaciones iniciarán el 19 de noviembre de los corrientes.

➤ **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. Durante el mes de octubre el OSN capacitará a las empresas para iniciar con las auditorías en Nov-15.

➤ **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):

Proceso finalizado se cuenta con los ejemplares en bodega.

➤ **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.

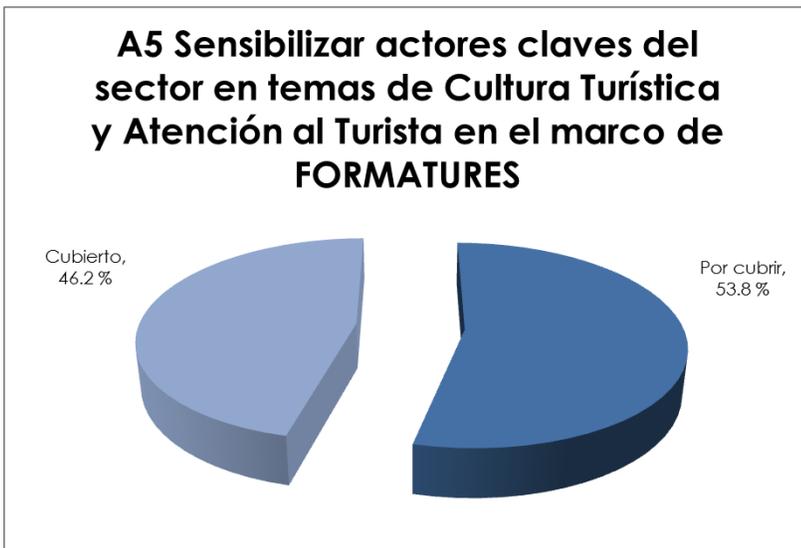


Tabla de Datos	2015	
	Porcentual	Numérico
No. de actores		
Por capacitar al año	53.85%	140
Capacitados al Quinto Bimestre	46.15%	120
Total	100.00%	260



Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Proceso en ejecución se ha programado finalizar el 5 de noviembre a la fecha se ha beneficiado a 120 participantes.

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

Los resultados de la meta: **“Dar acompañamiento en la Gestión de CORSATUR para alianza con FUSADES”** 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 se desarrolló el 13, 20 y 27 de 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):

Las capacitaciones se realizarán el 7 y 14 de noviembre.

➤ **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 adjudicación de estos servicios se dio a FEPADE y se iniciaran los tres cursos el 10, 11 y 12 de noviembre respectivamente.

➤ **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 Secretaría 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 estratégica 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 relación a esta macroactividad, se detallan las acciones relacionadas al seguimiento:

- ✓ En Noviembre se iniciará el proceso de certificaciones de guías y tour operadores con la empresa internacional AQUILA.
- ✓ Se adjudicó proceso de inocuidad alimentaria a FEPADE y el de inglés a la UNIVO ambos cursos iniciarán en Noviembre 2015



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 septiembre y octubre, un total de 17 city tours hacia diferentes destinos Pueblos Vivos, a la fecha se lleva contabilizada la realización de 76 city tours acumulados en el período de Enero a Octubre 2015, superando la meta propuesta para esta macroactividad y se han realizado 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):

Debido a que el reporte de material impreso es trimestral, en el período comprendido de Julio a Septiembre se ha distribuido material impreso en 22 puntos estratégicos (Julio: 15 entregas, Agosto: 1 entrega y Septiembre: 6 entregas) cumpliendo la meta de manera trimestral, y para el mes de Octubre se contabilizaron 4 distribuciones.

➤ 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.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Esta meta es programada anualmente. Hasta la fecha se ha sobrepasado el indicador obteniendo un 105% de efectividad, correspondiente a 42 nuevas empresas inscritas. Este dato es acumulativo de los meses comprendidos de Enero a Octubre 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):

A continuación el detalle de las actividades en relación al seguimiento de la meta de la macroactividad en cuestión:

- ✓ Se realizó el primer sondeo en vacaciones de Semana Santa, obteniendo un estimado de visitación a los CAT y Área de acción 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%.
- ✓ El tercer sondeo se realizara en las vacaciones de fin de año.



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):

El 7 y 8 de Septiembre de los corrientes, se realizó el 4to FORO FUTURISTA 2015, desarrollado con CASATUR Y MINEC - DICA en el Hotel Hilton Princess, se tuvo la participación de 180 asistentes, los temas desarrollados en el foro fueron: Inversiones en Calidad, Eficiencia Energética y Tecnología de la Comunicación, entre otros.

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):

En el mes de septiembre se recibió el Acuerdo Ejecutivo de Transferencia del Ministerio de Hacienda, para el desarrollo de obras de mejoramiento en La Palma. Con fecha 2 de octubre de los corrientes se gira la orden de inicio de las obras en La Palma con un período de ejecución de 75 días.

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):

En el mes de septiembre se recibió el Acuerdo Ejecutivo de Transferencia del Ministerio de Hacienda, para el desarrollo de obras de mejoramiento en Isla Conchaguita, Meanguera del Golfo. Con fecha 2 de octubre de los corrientes se gira la orden de inicio de las obras en Meanguera del Golfo con un período de ejecución de 75 días.

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. Para los meses de septiembre y octubre se han recibido los servicios, se han entregado las actas de satisfacción para el mes de septiembre y se encuentran en gestión las actas de satisfacción para los 6 contratos del mes de octubre.

No. de Actas de Satisfacción de Servicios	Septiembre	Octubre	Bimensual
Planificadas	6	6	12
Reales	6	2	8

Para el mes de Septiembre:

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

Para el mes de Octubre:

Se han entregado parcialmente las actas de satisfacción de servicios en el período reportado, haciendo falta la entrega de 4 actas de satisfacción, destacando que los servicios se han prestado, quedando pendiente la superación de observaciones de informes y actividades en campo para sus emisiones respectivas.

A la fecha se cuenta con la firma de contratos para los servicio de Mantenimiento del CTPLL, Observatorios Turísticos, Parque Nacional El Boquerón, Plantas de Tratamiento del CTPLL, 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.

