

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

**Noviembre y
Diciembre 2015**

CONTENIDO

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



Ministros de turismo anuncian apertura de nueva sucursal de la agencia de promoción turística para Centroamérica

El pasado 30 de noviembre, El Presidente del Consejo Centroamericano de Turismo (CCT), Presidente del Consejo Directivo de la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA) y Ministro de Turismo de El Salvador, José Napoleón Duarte, anunciaron de manera oficial, junto a sus homólogos centroamericanos, la apertura en San Salvador de una nueva filial para la Agencia de Promoción Turística (CATA, por sus siglas en inglés); que desde el año 2002 ha venido operando desde su sede en la ciudad de Madrid, España.

El anuncio se dio al cierre de la 98ª Reunión Ordinaria del Consejo Centroamericano de Turismo (CCT), a la que se dieron cita diferentes funcionarios de la región centroamericana, quienes a su vez un balance de las acciones realizadas en el último semestre en beneficio del turismo regional destacando la reciente firma de un nuevo convenio entre CATA y AVIANCA, que vendrá a reforzar las acciones de promoción de los países, los cuales han sido apoyados por la Cooperación Española y Taiwán de manera primordial a lo largo del 2015.

Centroamérica y La República Dominicana firman declaración para fortalecer el turismo y seguridad

El pasado 16 y 17 de noviembre El Salvador fue sede del Primer Congreso Regional sobre turismo y seguridad, el cual derivó en la firma de una Declaración orientada, entre otras acciones, a la prevención del delito y a la seguridad ciudadana para el desarrollo de la actividad turística en el istmo.

El Congreso contó con el apoyo del Gobierno de El Salvador, la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (c) y la Organización Mundial del Turismo

(OMT), en calidad de socio estratégico, con el objetivo de aunar esfuerzos para fortalecer la seguridad ciudadana y el desarrollo regional, generando un clima propicio para el desarrollo del turismo, así como de los destinos turísticos de la región.

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte, en calidad de anfitrión, junto al Ministro de Justicia y Seguridad, Benito Lara y el Representante Regional de la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito para Centroamérica y El Caribe (UNODC ROPAN), Sr. Amado Philip de Andrés, anunciaron tras dos días de discusiones de alto nivel, la firma entre los países participantes de la Declaración de San Salvador sobre "Turismo, Desarrollo y Seguridad para Todos".

El Sr. de Andrés destacó que el Congreso y la Declaración sentarán las bases para el desarrollo de nuevos y exitosos esfuerzos en la región y reiteró la voluntad y disposición de UNODC para brindar asistencia a Centroamérica y la República Dominicana durante todo el proceso.

En cuanto a la hoja de ruta a establecerse, se acordó que en el primer semestre de 2016, los países trabajarán en un plan de acción, basado en la experiencia de cada país, que establezca pasos para formular políticas y programas con el apoyo de UNODC.

El Salvador exhibe su oferta de turismo en World Travel Market de Londres

El Ministerio de Turismo y representantes de empresas turísticas del país, iniciaron su participación en la Feria Turística World Travel Market, que se desarrolló en el Centro de Convenciones Excel en Londres, Inglaterra del 2 al 5 de noviembre.

Las empresas salvadoreñas expositoras fueron: Mayan Escapes, Cadisi Tours, Salvadorean Tours y Epic Tours. Todas con la

misión de promover su oferta de servicios a profesionales del turismo en Europa, al mismo tiempo, que el Ministerio de Turismo promueve la oferta turística del país, entre ellas la Ruta de Las Flores, Sol y Playa y el City Tour Beato óscar Romero.

La Política de Turismo, en sus lineamientos estratégicos, establece que se trabajará con el sector turístico para asegurar el mercadeo eficiente del país y su oferta turística. Por esta razón, la participación de la empresa privada, como co - expositor, complementa la labor de promoción de El Salvador, que realiza CORSATUR, por cuanto es ésta la responsable de la comercialización efectiva de los productos que nuestro país tiene para ofrecer al mundo.

Como parte de las estrategias de promoción, el Ministerio de Turismo realizó una presentación de El Salvador como destino turístico a turoperadores y agencias de viajes de Londres, con el propósito de promover el destino.

El Salvador participa en World Travel Market desde el año 2009, ventana que ofrece la oportunidad única a toda la industria del turismo mundial de reunirse, establecer contactos, negociar y llevar a cabo actividades comerciales.

Según datos de la Unidad de Inteligencia de Mercado, de la Corporación Salvadoreña de Turismo, el turista europeo que visita EL Salvador tiene una edad comprendida entre los 25 y 44 años, el 75% de los turistas poseen ingresos anuales superiores a los \$31,001 anuales y el 75% de ellos tienen como principal motivo de viaje el ocio. El 100% de estos turistas se alojan en hoteles y el 50% de ellos se hospeda por un periodo de 4 a 7 noches.

Ministerio de Turismo lanzó II fase de la ruta del café en la zona occidental

El **23 de noviembre** pasado, el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán lanzó la II fase de la Ruta del Café (zona occidental), como parte de la mejora continua para fortalecer los productos turísticos que ofrece El Salvador a turistas nacionales e internacionales.

Esta fase, contempla la promoción de los principales destinos ligados al proceso del café e involucra a prestadores de servicios (hoteles, restaurantes) y vendedores de productos de origen cafetero del entorno de la Cordillera Apaneca - Ilimatepec. En total son 18 empresarios turísticos los que participan en la Ruta.

El producto Turístico, que recorre las principales fincas de café, restaurantes y hoteles de Santa Ana, Ahuachapán y Sonsonate, invita a los turistas a conocer sobre el proceso del cultivo y manejo del grano, al mismo tiempo, combina una serie de actividades de ocio y deportes extremos, así como senderismo para la observación de vida silvestre, bici montaña, cabalgatas y otros deportes al aire libre.

En 2011, se lanzó primera fase de dicha ruta y se promovió destinos dedicados al cultivo del café de todo el país, entre ellos la Cordillera Quetzaltepec - Bálsamo, Cordillera Chinchontepec y Cacahuatique.

Los espacios que ofrece el bosque cafetero, permiten ligarlos a una variada gama de opciones, como agroturismo, ecoturismo, etnoturismo, turismo de aventura, deportes extremos, turismo de estudios científicos, coordinados con hospedaje / camping, gastronomía y guianza turística especializada.

Para El Salvador, el Café continúa siendo una actividad de importancia estratégica para la

sostenibilidad económica, social y ambiental.

Ministerio de Turismo realizó rueda de negocios en Perú para promover el destino

El Ministerio de Turismo a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo propició una rueda de negocios entre empresarios turísticos salvadoreños y mayoristas y agencias de viajes del Perú, el pasado 23 de noviembre, con el objetivo de posicionar y promover a El Salvador como destino turístico en Suramérica.

El encuentro privado de negocios tuvo lugar en Lima, Perú y participaron las empresas salvadoreñas: Mayan Escapes, Nanch Tours, Tours Universales, Hotel Decameron, Inter Tours, Green Blue Red y Avianca.

MITUR y MINSAL firman convenio para fortalecer turismo médico en El Salvador

El pasado 26 de noviembre el Ministerio de Turismo, la Corporación Salvadoreña de Turismo y el Ministerio de Salud firmaron un convenio de cooperación institucional con el objetivo de fortalecer el Turismo Médico en El Salvador, estableciendo mecanismos de trabajo para el desarrollo del rubro y su proyección a nivel nacional e internacional.

El convenio establece una relación de coordinación y colaboración entre las partes para implementar acciones relacionadas con la calidad de los servicios que se brinda al turista que visita el país en busca de algún tratamiento médico, según los respectivos ámbitos de competencia.

MITUR y CASATUR presentaron logros tras acciones conjuntas durante el 2015

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán y el Presidente de la Cámara Salvadoreña de Turismo, Lic. Roberto

Calderón, presentaron los principales resultados y estrategias de promoción impulsadas de forma conjunta durante el 2015.

El 25 de noviembre, durante conferencia de prensa se presentó los resultados entre sector privado y la Cartera de Estado, entre los proyectos están: Stop Over, participación en 19 Ferias internacionales, Ruedas de Negocios con tour operadores internacionales, que han estimulado el desarrollo de la industria en El Salvador.

El Ministro de Turismo expresó que una de las principales iniciativas que han dado resultados positivos en el posicionamiento del país como destino, son las campañas de promoción y publicidad en el exterior y el lanzamiento de nuevos productos turísticos.

Otro de los resultados puntuales que el funcionario destacó es la puesta en marcha del proyecto Stop Over, arrojando cifras de 1,374 visitantes de Colombia, Brasil, Estados Unidos, Perú, entre otros a El Salvador de febrero a noviembre a través de dicha plataforma.

MITUR proyecta cerrar el 2015 con un crecimiento del 4.79%, es decir, 1.976,765 de visitantes. La derrama económica que esto generaría rondaría los \$1,159.98 millones, lo que representaría un incremento del 4.7%, respecto al 2014, como resultado fehaciente de las iniciativas impulsadas durante el período.

Por su parte, Roberto Calderón destacó que el sector privado se encuentra motivado en seguir trabajando de forma conjunta para potenciar el Turismo. Detalló que la CASATUR ya trabaja en un plan de capacitación para el recurso humano dedicado al turismo, con el fin de apoyar a sus agremiados en mejorar la competitividad de los productos y servicios que prestan.

MITUR proyecta \$1,159 millones en divisas por llegada de turistas al cierre de 2015

El 19 de noviembre pasado, el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán junto a la Directora Ejecutiva del Instituto Salvadoreño de Turismo, Licda. Dolores Henríquez de Funes y autoridades la Corporación Salvadoreña de Turismo, dieron a conocer las proyecciones que se esperan para la temporada navideña y cierre de año. MITUR proyecta cerrar el 2015 con un crecimiento del 4.79%, es decir, 1.976,765 de visitantes. El año pasado se recibieron a 1.886,398 de visitantes. En cuanto a las divisas, el funcionario vaticinó un ingreso de \$1,159.98 millones, lo que representaría un incremento del 4.7%, respecto al 2014.

Específicamente para la temporada navideña y fin de año, que comprende del 22 de diciembre al 2 de enero, se estima que 95,377 visitantes harán turismo en nuestro país, esto representaría un crecimiento del 2.8% con respecto al 2014 cuando se reportaron 92,776 visitantes.

MITUR lanzó nueva aplicación móvil para turistas.

MITUR lanzó el pasado 19 de noviembre, la aplicación móvil "Travel El Salvador" para turistas, innovando así la forma de brindar información del destino, acercando la oferta turística a nuestros a los interesados a través del uso de los Smartphone y IOS.

La aplicación, se convierte en una forma innovadora de informar al turista sobre el destino, ofrece una ventana de promoción a

los empresarios del Registro Nacional de Turismo, que estimulará la economía de las mismas de una manera integrada.

La aplicación tiene la finalidad de sugerir al usuario la amplia gama de nuestra oferta turística, mostrando los eventos en cada uno de nuestros destinos en función de su ubicación, así como las promociones de los empresarios del Registro Nacional de Turismo.

El Salvador Travel Market reunió a 40 tour operadores internacionales

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, junto al sector privado inauguró el 13 de noviembre la tercera edición de la Feria "El Salvador Travel Market 2015", que propicia a través de rondas de negocios la venta de los destinos turísticos salvadoreños a compradores de Estados Unidos.

La participación de la empresa privada, como expositor, complementa la labor de promoción de El Salvador, realizada por CORSATUR generando espacios para que los privados puedan concretar negocios.

El éxito de la feria, en las dos ediciones anteriores, propició la apertura de tour operadores participantes de Canadá, Holanda, Brasil, Chile y Colombia.

Las citas buscan establecer una relación comercial con los 40 compradores internacionales, quienes se encargan de incluir dentro de su catálogo el destino y así poder comercializarlo en sus mercados.

Acciones desarrolladas durante Diciembre 2015





Ministro de Turismo recibe llaves de la ciudad de San Vicente como reconocimiento al impulso turístico del municipio

El 3 de diciembre, pasado el Ministerio de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán recibió de manos del Alcalde de San Vicente, Medardo Hernández Lara, las llaves de la ciudad como un reconocimiento al impulso turístico del municipio a través de la estrategia de Pueblos Vivos.

La entrega de las llaves de la ciudad, según expuso el alcalde vicentino, es una muestra del aprecio que los habitantes de San Vicente tienen hacia el funcionario por el apoyo al desarrollo económico y local del municipio a través del Turismo.

El evento se desarrolló en el marco de la presentación oficial de los logros que el municipio ha reportado en el año 2015 en materia de turismo, entre los que destaca mayor flujo de visitantes desde su articulación como Circuito Turístico, inversión pública y privada para la construcción de la oferta turística, empleo, entre otros.

San Vicente pertenece al Circuito "Caminos de Artes y Tradiciones", junto a los municipios San Cayetano Istepeque y Astepeque participaron en la séptima edición de Pueblos Vivos 2015, resultando acreedores del primer lugar de la zona Paracentral.

En ese marco, el Ministro anunció públicamente que próximamente harán entrega a los municipios del circuito "Caminos de Artes y Tradiciones", obras valoradas en \$15,700, inversión destinada a la construcción de una parada de buses, un kioscos móvil para información turística, señalética para el destino y material promocional impreso.

Gobierno de El Salvador expone oportunidades de inversión en sector turismo

El Ministerio de Turismo (MITUR) a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) y el Organismo Promotor de Exportaciones e Inversiones de El Salvador (PROESA), inauguraron el 4 de diciembre, el Tercer Foro de Inversión Turística, El Salvador 2015, que tuvo por objetivo exponer las oportunidades de inversión en el sector turismo que ofrece El Salvador.

El Ministro de Turismo, Jose Napoleón Duarte, destacó la importancia de continuar impulsando el turismo en El Salvador a través de la creación de espacios para el intercambio de experiencias internacionales de inversión turística.

CORSATUR, por su parte viene trabajando a través del Programa INVERTURES, el impulso a los proyectos de inversión privada que representan oportunidades para generar empleo y aumentar la oferta de productos y servicios del país

Durante el año 2014, este sector generó en promedio 48,415 empleos directos, equivalente al 7.2% del total empleo nacional y una ocupación hotelera del 61.26% en promedio de los últimos cuatro meses para el área del Gran San Salvador.

MITUR promovió el impulso al desarrollo turístico

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, declaró el 4 de diciembre la Zona Rosa como Centro Turístico de Interés Nacional, iniciativa permitirá un mayor desarrollo turístico del lugar.



La Zona Rosa es el área con mayor infraestructura turística en El Salvador, cuanta con más de 12 hoteles de prestigio, 72 negocios dedicados a la gastronomía nacional e internacional. La Zona Rosa además cuenta museos, teatros, centros cultural, el Centro Internacional de Ferias y Convenciones, Embajadas, Consulados, agencias bancarias y muchos otros servicios que permiten satisfacer las necesidades de turistas nacionales e internacionales.

En el marco de la declaratoria, autoridades del Ministerio de Turismo dieron a conocer una serie de propósitos que vendrán a favorecerán el desarrollo turístico de la zona, anunciaron la disposición de un vehículo que utilizará la Policía de Turismo para atender y darle asistencia al turista.

Lo anterior forma parte del Programa de Asistencia Turística (PROASISTUR), proyecto que está programado para dar asistencia al turista, en ese sentido serán 4, los vehículos los que el Ministerio de Turismo, a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo pondrá a disposición.

El MITUR también entregó 800 camisas a elementos de la POLITUR, para que los turistas puedan identificarlos y acudir a ellos frente a cualquier asistencia.

La inversión de estas gestiones asciende a \$90 mil aproximadamente, según informaron las autoridades.

El Ministro Duarte también anunció que próximamente se habilitará un Call Center que funcionará especialmente para la asistencia del turista, donde podrá solicitar información de restaurantes, hoteles, sitios turísticos, entre otros.

La Inversión en proyectos turísticos en El Salvador asciende a \$ 135 millones hasta 2015

El 9 de diciembre El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, anunció que

las inversiones en el rubro turístico, entre 2009-2015, y que han aplicado a incentivos fiscales que otorga la institución, superan los \$135 millones aglutinados en 44 proyectos vinculados a hoteles, gastronomía, servicios de transporte y otros.

Del año 2009 al 2014, se registraron 32 proyectos de inversión turística 32 proyectos, el monto supera los \$84 millones.

En la actualidad, se encuentran en el Ministerio de Hacienda para aprobación 7 Proyectos con una inversión mayor a \$24 millones de dólares; otros cinco proyectos se encuentran en análisis dentro del Ministerio de Turismo, los cuales superan los \$26 millones de dólares.

El ministro que las inversiones en el rubro se han visto motivadas por el crecimiento positivo en la llegada de visitantes año con año. Solo en 2015, se espera que el Turismo genere divisas al país por \$1,100 millones, el doble de los ingresos que la Cartera de Turismo reportó en el año 2009.

En el marco de la actividad, el funcionario también realizó la entrega oficial de la Declaratoria como Centro Turístico de Interés Nacional a la Zona Rosa de San Salvador, al Director Ejecutivo Corporación Zona Rosa Licenciado Jorge Iraheta.

Autoridades del MITUR anunciaron el pasado 4 de diciembre la Declaratoria de Centro Turístico de Interés Nacional a la Zona Rosa de San Salvador, como un incentivo para potenciar el desarrollo de la localidad.

El otorgar un reconocimiento turístico oficial a un lugar del territorio nacional es un compromiso al respaldo, fomento y promoción para su desarrollo tanto a nivel nacional como internacional, reiteraron las autoridades

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	Noviembre	Diciembre
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.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se ha cumplido el 100% de la meta de la macroactividad en cuestión.

➤ **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.

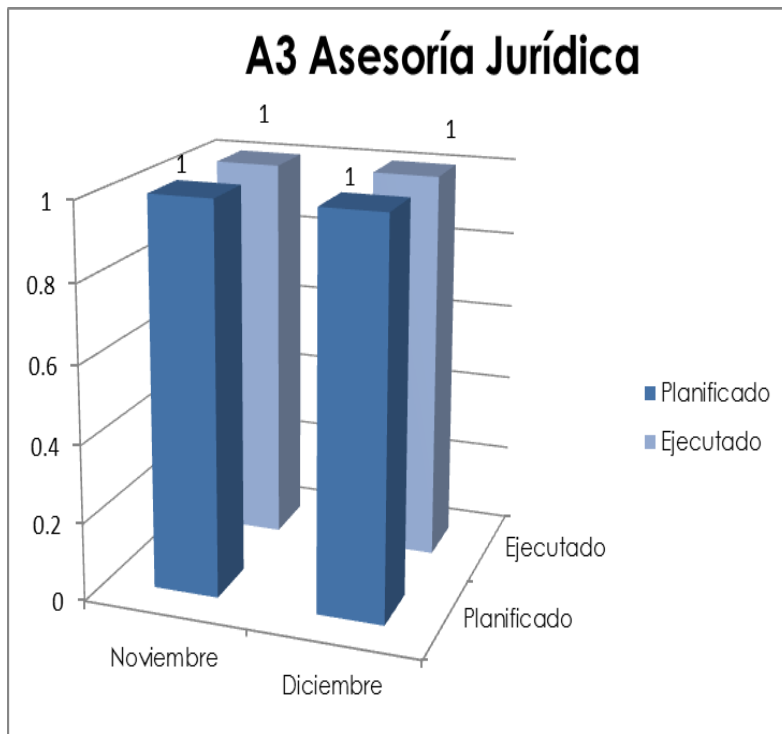


Tabla de Datos	2015	
Número de Asesorías Jurídicas	Noviembre	Diciembre
Planificado	1	1
Ejecutado	1	1

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: Noviembre - Diciembre 2015 con su respectivo análisis de resultados.

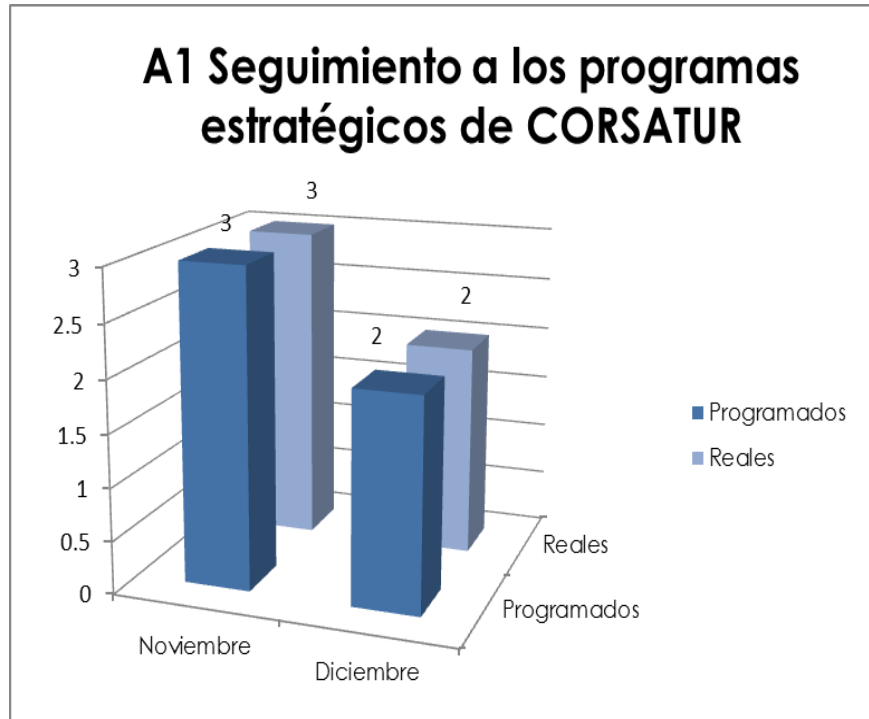


Tabla de Datos	2015	
Número de Informes a recibir	Noviembre	Diciembre
Programados	3	2
Reales	3	2
% de ejecucion	100.00%	100.00%

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No. de informes	Noviembre	Diciembre	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 Noviembre – Diciembre 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Al evaluar el 2do. Semestre, se verificó que no fue delegada ninguna 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 Noviembre – Diciembre 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

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

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

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

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Este indicador se evalúa anualmente y a la fecha no se ha desarrollado ninguna 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 Noviembre – Diciembre 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 Noviembre – Diciembre 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En el mes de Noviembre y Diciembre se publicaron 11 comunicados por mes, **al finalizar el año 2015 se ha contabilizado la publicación de 123 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):

En el mes de Noviembre se realizó una conferencia de prensa para presentar las Proyecciones para la Temporada Navideña / Fin de Año 2015, contabilizando para el año 2015, 5 conferencias de prensa, superando el 100% del cumplimiento del indicador de la meta correspondiente.

Indicador:

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

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Al término del año 2015, se han publicado 12 boletines (uno por mes), alcanzando el 100% de cumplimiento para el indicador de la meta en cuestión.

➤ **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: Noviembre - Diciembre 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En diciembre se complementó el archivo de las actividades institucionales y se presentó informe digital, cumpliendo el 100% del indicador.

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: Noviembre - Diciembre.

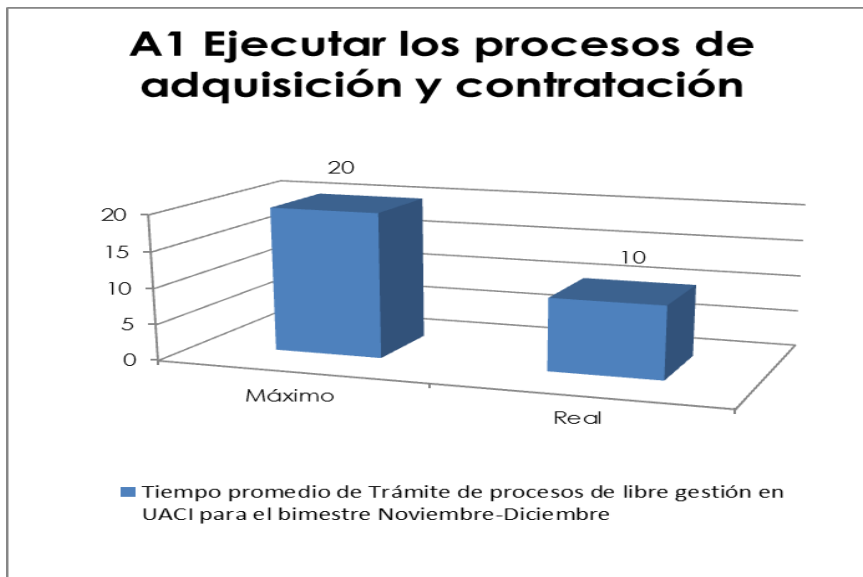


Tabla de Datos	2015
Tiempo promedio de Trámite de procesos de libre gestión en UACI para el bimestre Noviembre-Diciembre	
Máximo	20
Real	10

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 24.

- **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: Noviembre – Diciembre.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Sin Licitaciones Públicas.

- **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: Noviembre – Diciembre.

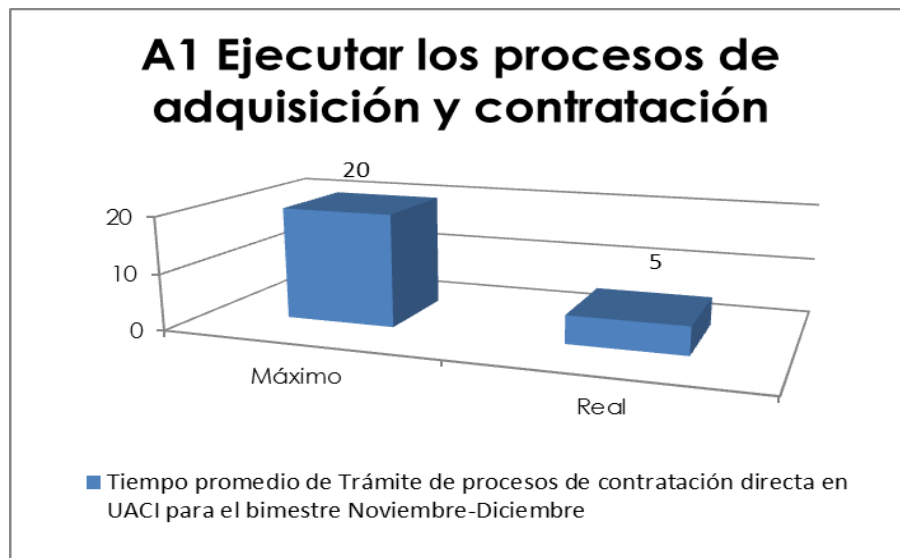


Tabla de Datos	2015
Tiempo promedio de Trámite de procesos de contratación directa en UACI para el bimestre Noviembre-Diciembre	
Máximo	20
Real	5

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

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

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

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

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: Noviembre - Diciembre 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

A la fecha, el informe correspondiente al período Octubre-Noviembre-Diciembre 2015 se encuentra en proceso.

➤ **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: Noviembre - Diciembre 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

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

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

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

Indicador:

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

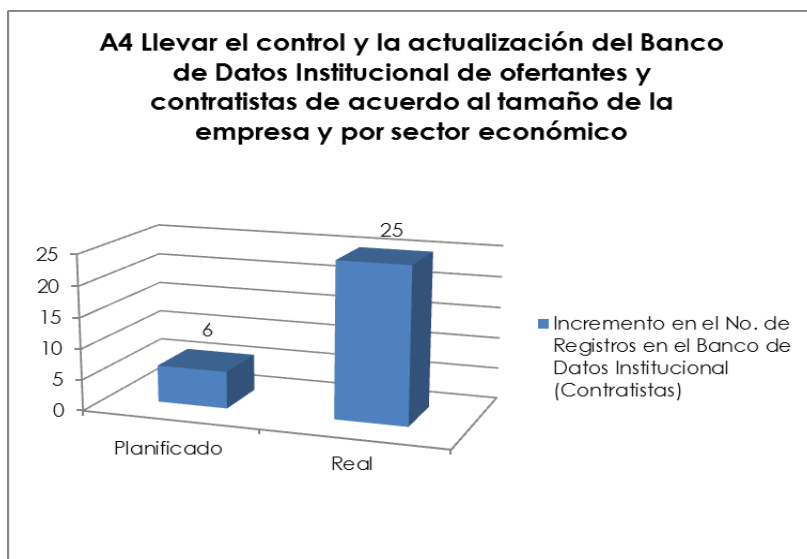


Tabla de Datos	Sexto Bimestre 2015	
Incremento en el No. de Registros en el Banco de Datos Institucional (Contratistas)	Numérico	Porcentual
	Planificado	10%
Real	25	44%

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se incrementó más del 10%

Indicador:

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

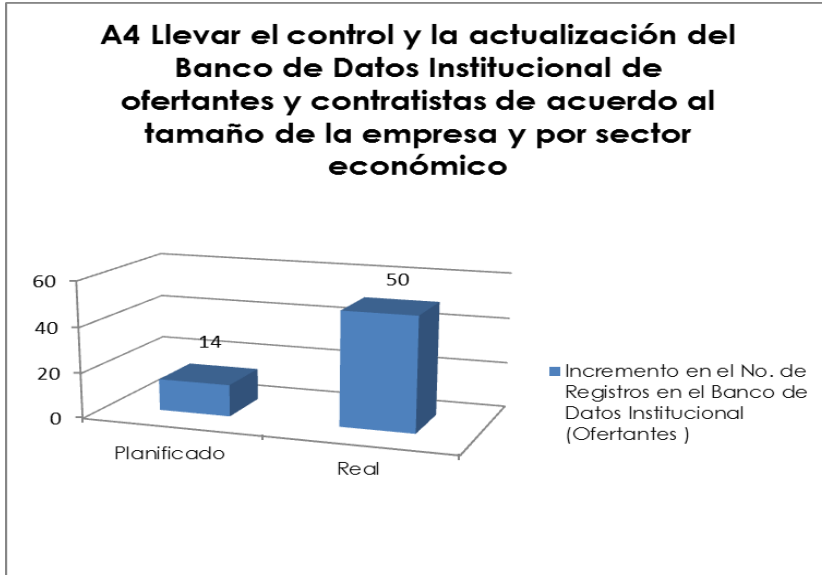


Tabla de Datos	Sexto Bimestre 2015	
Incremento en el No. de Registros en el Banco de Datos Institucional (Ofertantes)	Numérico	Porcentual
Planificado	14	10%
Real	50	37%

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: Noviembre - Diciembre 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 828 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: Noviembre - Diciembre 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Cumplimiento conforme al indicador requerido.

➤ A3 – Procurar en Sede Judicial / Administrativa

El indicador es cuantificado en base a requerimientos que son variables en los meses según sea la necesidad correspondiente, por lo que no se pueden presentar los resultados comparativos gráficamente. A continuación se presenta el análisis de resultados de la meta **“Representar los intereses de la Institución frente a terceros, cuando así se requiera”** a través del indicador: **“Procesos judiciales y administrativos”**

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Cumplimiento conforme al indicador 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: Noviembre - Diciembre 2015, cuantificado al 31 de Diciembre de 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En el período comprendido entre Enero a Diciembre / 2015, 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, CORSATUR, 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	55
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 en Foro de cooperación Turística MITUR. 2015.	61	92	153
Noviembre-Diciembre			
Para estos meses la Unidad ya había concluido con todos sus procesos de formación del año.	0	0	0
Total de sensibilizados al 31 de diciembre de 2015	294	335	629



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 Noviembre y Diciembre se hicieron 1 solicitud y 14 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 a mediados del año 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: Noviembre - Diciembre 2015

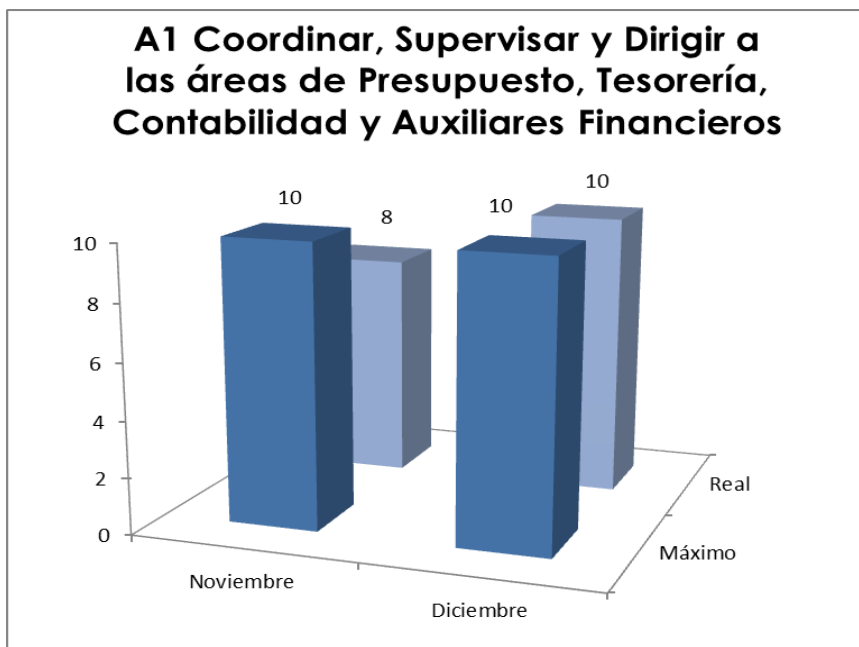


Tabla de Datos	2015	
Tiempo (días hábiles) de entrega de informe de Recaudación del Fondo de Contribución Especial	Noviembre	Diciembre
Máximo	10	10
Real	8	10

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Noviembre

Tiempo máximo para entrega: 10 días hábiles.

Tiempo real de entrega: 8 días hábiles.

Diciembre

Tiempo máximo para entrega: 10 días hábiles.

Tiempo real de entrega: 10 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 Noviembre - Diciembre 2015 con su respectivo análisis de resultados.

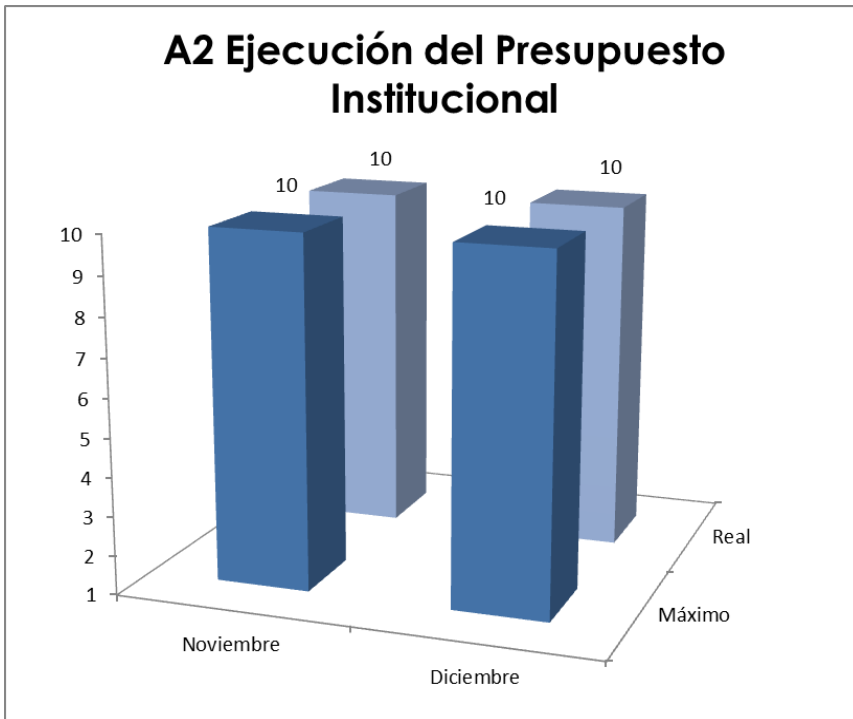


Tabla de Datos	2015	
Tiempo (días hábiles) de entrega del Informe Presupuestario	Noviembre	Diciembre
Máximo	10	10
Real	10	10

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Noviembre

Tiempo máximo para entrega: 10 días hábiles.

Tiempo real de entrega: 10 días hábiles.

Diciembre

Tiempo máximo para entrega: 10 días hábiles.

Tiempo real de 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: Noviembre – Diciembre se presenta a continuación:

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

Noviembre

Tiempo máximo para entrega: último día hábil.
 Tiempo real de entrega: 5 días hábiles antes de terminar el mes.

Diciembre

Tiempo máximo para entrega: último día hábil.
 Tiempo real de entrega: 2 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: Noviembre – Diciembre se presenta a continuación:

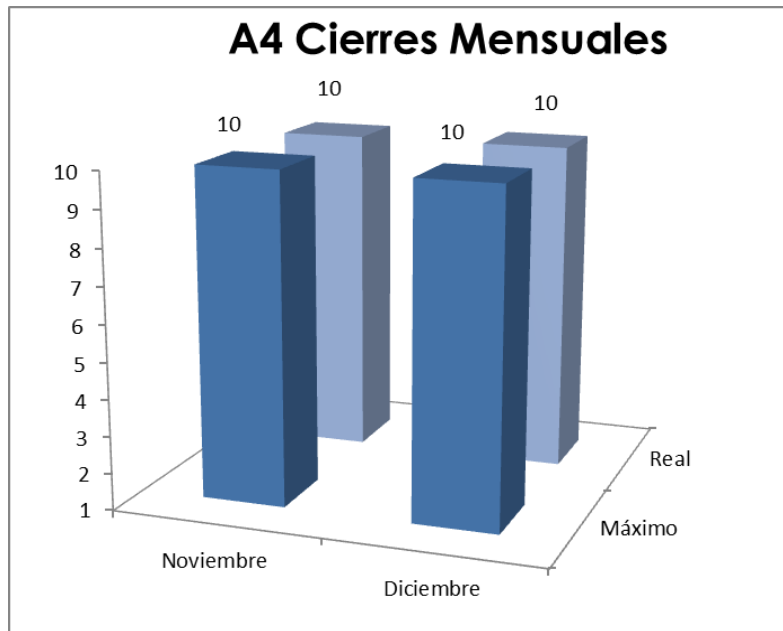


Tabla de Datos	2015	
Tiempo (días calendario) de entrega del Cierre Fiscal mensual	Noviembre	Diciembre
Máximo	10	10
Real	10	10

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

Noviembre:

Tiempo máximo para entrega: el día 10
 Tiempo real de entrega: el día 10

Diciembre:

Tiempo máximo para entrega: el día 10.
 Tiempo real de entrega: el día 110.

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



UNIDAD AUDITORIA INTERNA

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

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

Los resultados de la meta: **“Realizar en base a lo programado anualmente exámenes especiales de las diferentes áreas”** es para un año, por lo que se presenta a continuación el respectivo análisis de resultados del período: Noviembre - Diciembre 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

Se realizó Examen Especial a Gerencia de Proyectos e Inversión- Proceso Administración de Observatorios Turísticos, Examen Especial a las Disponibilidades, del Tercer Trimestre del 2015, Examen Especial Arqueo al Fondo Circulante de Monto Fijo, Examen Especial al seguimiento a Recomendaciones de Informes de Auditoría Interna y de la Corte de Cuentas del período 2014 y Examen Especial a Gerencia de Proyectos e Inversión- Proceso de Ingresos de Cobro por Arrendamiento del Complejo Turístico del Puerto de La Libertad.

Al término del año 2015 se obtuvo un porcentaje de cumplimiento del 100% ya que se realizaron los exámenes especiales de las diferentes áreas en el transcurso del año.

➤ **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: Noviembre - Diciembre 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.

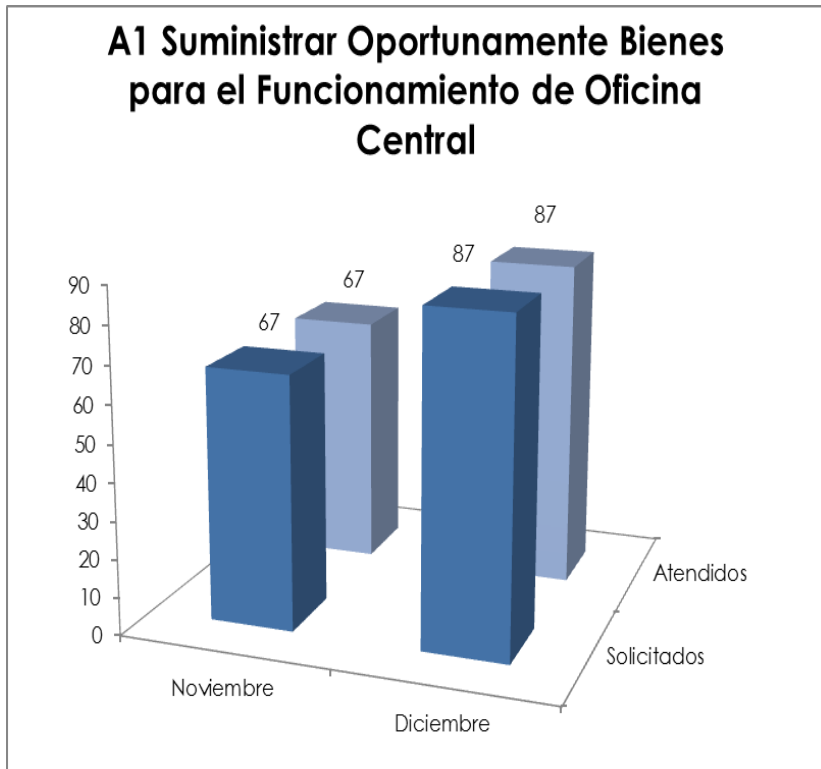


Tabla de Datos	2015	
No. de Requerimientos de bienes de consumo	Noviembre	Diciembre
Solicitados	67	87
Atendidos	67	87
Porcentaje de cumplimiento	100.00%	100.00%

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:

- Noviembre: 100%
- Diciembre: 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 a través del análisis de resultados correspondiente a cada indicador:

Indicador:

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

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Al término del año 2015 se obtuvo un porcentaje de cumplimiento del 100% ya que se tuvo cobertura de póliza de seguro en el transcurso de todo el año.

Indicador:

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

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Al término del año 2015 se obtuvo un porcentaje de cumplimiento del 100%, ya que se contó con servicio de vigilancia en el transcurso de todo el año.

➤ **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:

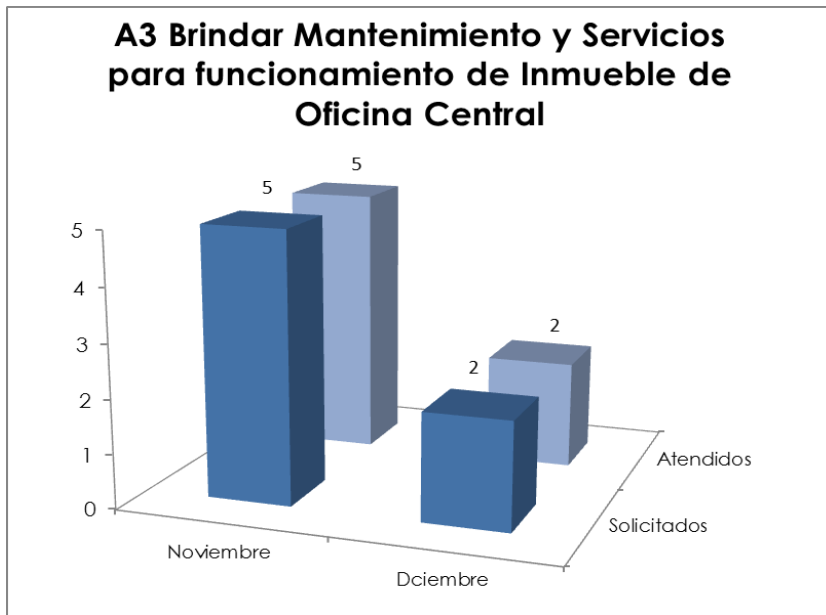


Tabla de Datos	2015	
No. de Requerimientos de mantenimiento de instalaciones, mobiliario y/o equipos	Noviembre	Diciembre
Solicitados	5	2
Atendidos	5	2
Porcentaje de cumplimiento	100.00%	100.00%

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

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

- Noviembre: 100 %
- Diciembre: 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:

A4 Brindar Transporte para el Desarrollo de las Actividades Institucionales

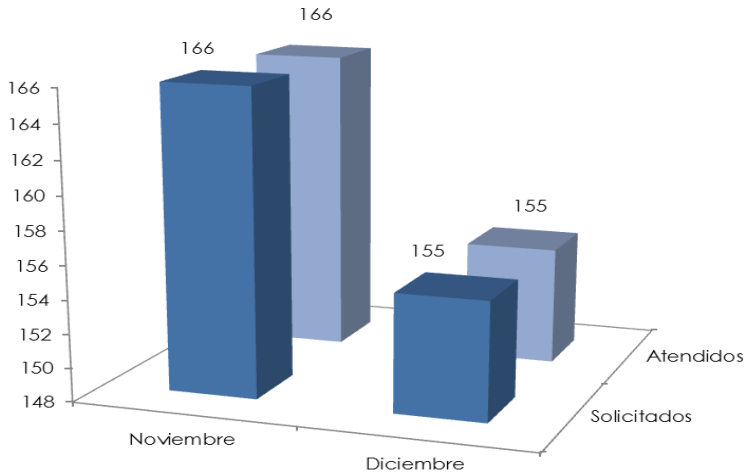


Tabla de Datos	2015	
No. de Solicitudes de Transporte	Noviembre	Diciembre
Recibidas	166	155
Atendidas	166	155
Porcentaje de cumplimiento	100.00%	100.00%

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:

- Noviembre: 100 %
- Diciembre: 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 Noviembre - Diciembre:

A5 Brindar Soporte Tecnológico para el desarrollo de las Actividades Institucionales

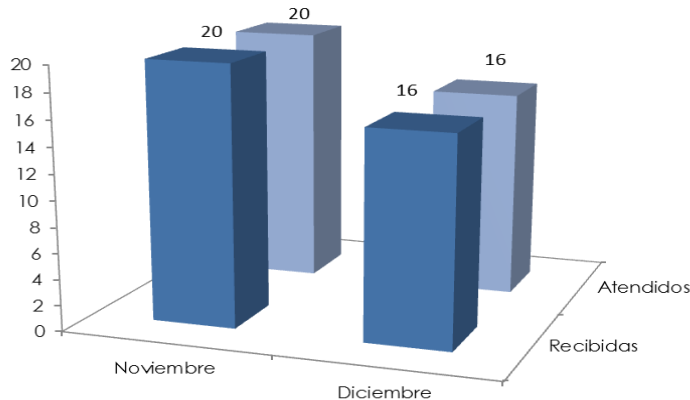


Tabla de Datos	2015	
No. de Solicitudes de requerimientos tecnológicos	Noviembre	Diciembre
Recibidas	20	16
Atendidos	20	16
Porcentaje de cumplimiento	100.00%	100.00%

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:

- Noviembre: 100 %
- Diciembre: 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:

- Noviembre: 97.50 %
- Diciembre: 97.50 %

A continuación el detalle de las actividades realizadas:

Actividades	Noviembre	Diciembre
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:

- Noviembre: 97.50 %
- Diciembre: 95.00 %

A continuación el detalle de las actividades realizadas:

Actividades	Noviembre	Diciembre
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	No programada	100%(1/1)
% de cumplimiento:	95.00%	97.50%



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	Noviembre	Diciembre	Bimensual
Planificadas	1	0	1
Realizadas	2	0	2

En el mes de Noviembre se lanzó la campaña de fin de año “Ven a darte una vuelta” campaña de promoción nacional, en donde se tuvo presencia en medios tradicionales (Radio, TV), Digitales, BTL, medios exteriores.

Así mismo se lanzó la aplicación móvil como una herramienta para el turista nacional e internacional en la que se generó una campaña de promoción denominada, “Vayas donde vayas” en TV, Medios exteriores y radio.

La meta para este indicador es el desarrollo de 3 campañas a nivel nacional, a la fecha se han realizado 10, 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	Noviembre	Diciembre	Bimensual
Planificadas	1	0	1
Realizadas	4	0	4

En los meses de Noviembre y Diciembre 2015 se llevaron a cabo las campañas de fin de año. Fueron tres campañas, Campaña "Wild Souls" dirigida al mercado anglosajón, Campaña "Sólo faltas tú" dirigida al mercado de salvadoreños residentes en Estados Unidos y Campaña "Más cerca imposible" dirigida a la región. Así mismo se promocionó en vuelos y en redes sociales la aplicación móvil a través de la campaña "Vayas donde vayas", Las campañas duraron hasta el 31 de Diciembre del 2015.

La meta para este indicador es el desarrollo de 2 campañas a nivel internacional, a la fecha se han realizado 10 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

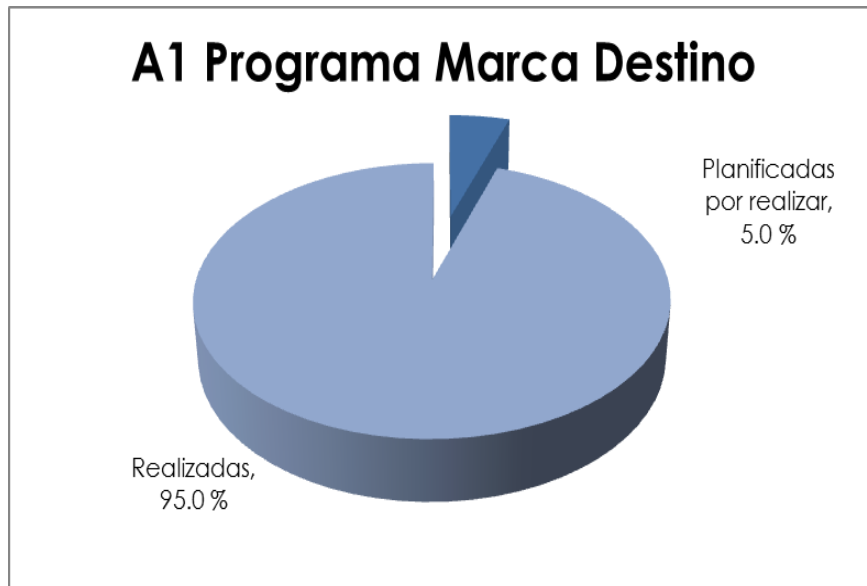


Tabla de Datos	2015
No. de Ferias Internacionales	Numérico
Planificadas realizar al año	20
Realizadas al finalizar el año	19

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No. de ferias internacionales	Noviembre	Diciembre	Bimensual
Planificadas	1	0	1
Desarrolladas	1	0	1

De acuerdo al Plan de Ferias y Eventos Internacionales (Modificado según acuerdo No. 2060 -267/2015) para el año 2015, en el mes de Noviembre se participó en la Feria World Travel Market, Londres (Inglaterra) y en el mes de Diciembre no se tenía programada ninguna Feria dentro del Plan

Al término del año 2015, se contabilizó el desarrollo de 19 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 noviembre se realizaron tres viajes de familiarización y tres viajes de prensa, atendiendo a un total de 23 pasajeros. En el mes de diciembre se llevaron a cabo dos viajes de prensa, atendiendo a un total de 4 personas. Al cierre del año se atendieron 203 personas.

La meta para este indicador es atender al menos 140 personas en viajes de familiarización y prensa anual, al cierre del año 2015 se han atendido 203 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):

El objetivo es la realización de la III feria, es fomentar la inversión en turismo, promover programas, proyectos de cooperación y acciones conjuntas entre el sector privado y el sector público, para fortalecer el desarrollo de la industria turística en El Salvador.

La participación de la empresa privada, como expositor, fue la exposición de la oferta turística salvadoreña para el logro de negocios y establecer relaciones comerciales, e incluir dentro de su catálogo los destinos, rutas y circuitos, para que estos sean comercializados en sus mercados.

Las citas de negocios se desarrollaron con éxito, con aproximadamente 40 empresarios entre tour operadores y hoteles a nivel internacional, a través de las cuales se establecieron a través de ruedas de negocio para lograr un total de 1,160 posibilidades de negocio.

Así mismo, se ofreció la oportunidad a los mayoristas de experimentar la riqueza cultural, la historia, costumbres y tradiciones, así como la gastronomía, el folklor de nuestros pueblos y los sitios arqueológicos de El Salvador, participando en los post tour programados, a través de los cuales se ofreció y promocionaron las mejores opciones en los diferentes destinos, logrando la satisfacción de los turistas. Los lugares visitados fueron: Suchitoto, La Libertad, Joya de Cerén y San Andrés, Ruta de las Flores, Estero de Jaltepeque, Tazumal, Bahía de Jiquilisco, Alegría, Costa del Sol, Golfo de Fonseca, Playa Las Flores, Apaneca, y la Ruta Arqueológica, el objetivo de la programación de estos itinerarios fue para que los mayoristas conocieran de primera mano la oferta turística del país, a través de una experiencia vivencial.

También se programó pre tours para los 10 periodistas internacionales quienes participaron en el desarrollo de la III feria El Salvador Travel Market, a quienes se les mostro la diversidad de nuestra oferta turística.

La meta para este indicador es “**Reunir al menos 50 mayoristas internacionales y medios internacionales para realizar una rueda de negocios con empresarios turísticos salvadoreños**”, a continuación el detalle de la participación:

- ✚ 40 Tour Operadores Internacionales
- ✚ 29 Empresarios Salvadoreños
- ✚ 10 Medios de Comunicación Internacionales

El % de ejecución fue alcanzado a satisfacción, ya que se reunieron 40 Tour Operadores Internacionales y 10 Medios de Comunicación Internacionales.



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. Dicha meta fue cumplida en un 100%, 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

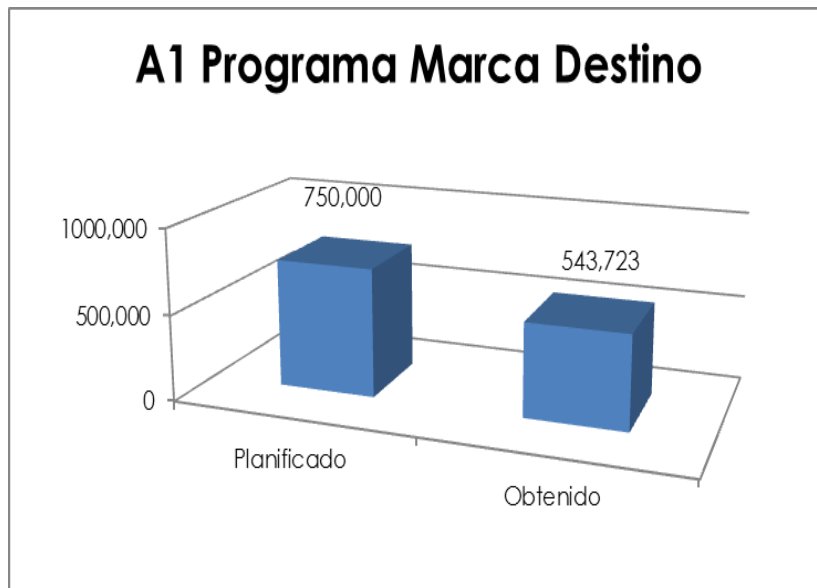


Tabla de Datos	
No. (acumulado) de likes en el facebook	2015
Planificado al finalizar el año	750,000
Obtenido al finalizar el año	543,723
% de Cumplimiento	72.50%

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Noviembre:

En este mes alcanzamos los 536,675 likes a nuestra página, además se iniciaron las campañas de la temporada de vacaciones de fin de año, alcanzamos 2,430,560 personas que vieron nuestras publicaciones. Durante este mes alcanzamos El más alto Average Engagement Rate en Post 0.31% y Page 17.13% del 2015 (Estos indicadores califican el nivel de interacción de nuestros contenidos con el público).

Diciembre:

Alcanzamos los 543,723 likes a nuestra página, además se dio continuidad a la promoción de las campañas de fin de año. Llegando a 7,147,584 personas que vieron nuestras publicaciones, siendo este el más alto del 2015.

Indicador:

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

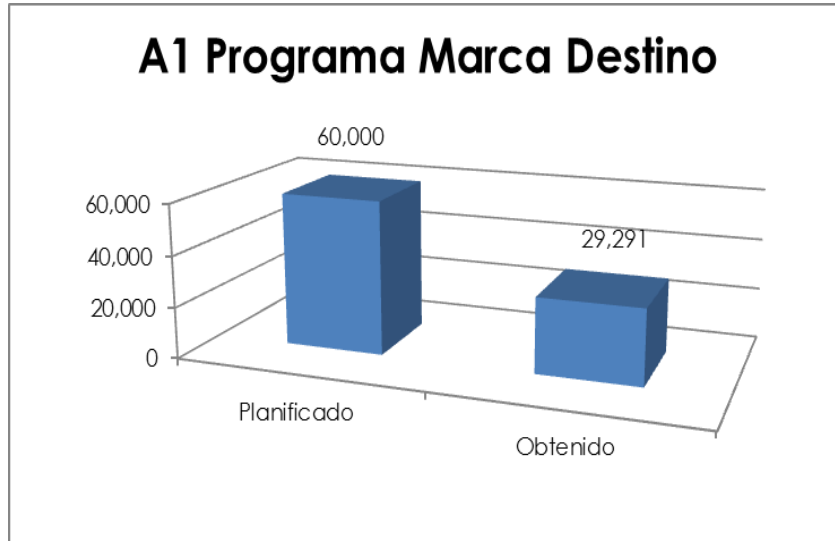


Tabla de Datos	
No. de followers	2015
Planificados por contabilizar (acumulados) al finalizar el presente año	60,000
Contabilizados Reales (acumulados) al finalizar el año	29,291
% de Cumplimiento	48.82%

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Noviembre:

En este mes logramos llegar a los 28,487 followers, en este mes se comenzó a promocionar las campañas de fin de año.

Diciembre:

En este mes logramos llegar a los 29,291 followers además de alcanzar 528,900 impresiones (Cantidad de personas que nos vieron) siendo este el más alto número de impresiones del 2015.

Indicador:

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

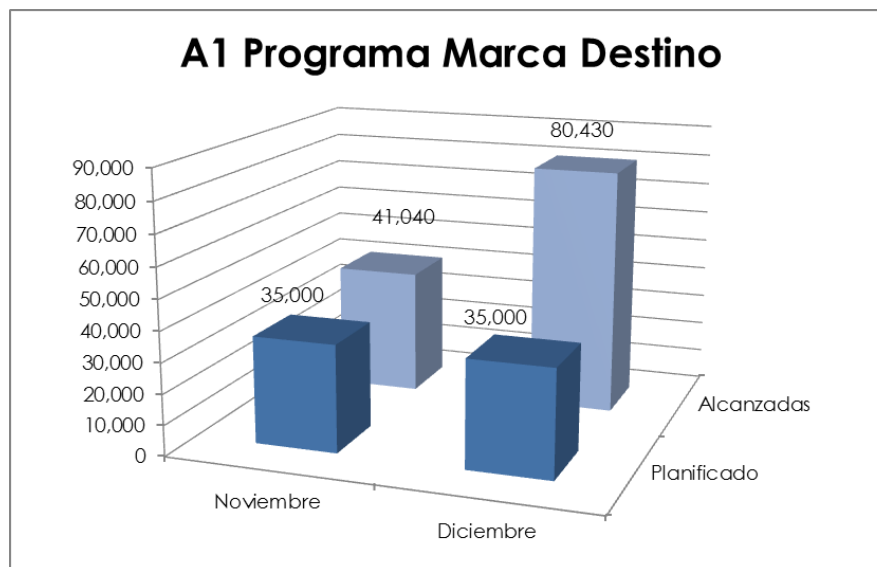


Tabla de Datos	2015	
	Noviembre	Diciembre
No. de Reproducciones en YouTube		
Planificados	35,000	35,000
Alcanzadas	41,040	80,430
Porcentaje de cumplimiento	117.26%	229.80%

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No. de reproducciones en YouTube	Noviembre	Diciembre	Bimensual
Planificadas	35,000	35,000	70,000
Alcanzadas	41,040	80,430	121,470

Noviembre:

En este mes alcanzamos las 41,040 reproducciones en nuestro canal, siendo los videos de "El Carnaval de San Miguel" de los más vistos con 4,621 reproducciones.

Noviembre:

Alcanzamos las 80,430 Reproducciones en nuestros videos, siendo el video de la campaña "El Salvador Impresionante" (Video país), Cabe destacar que este fue el mes con mayor cantidad de reproducciones del 2015.

Indicador:

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

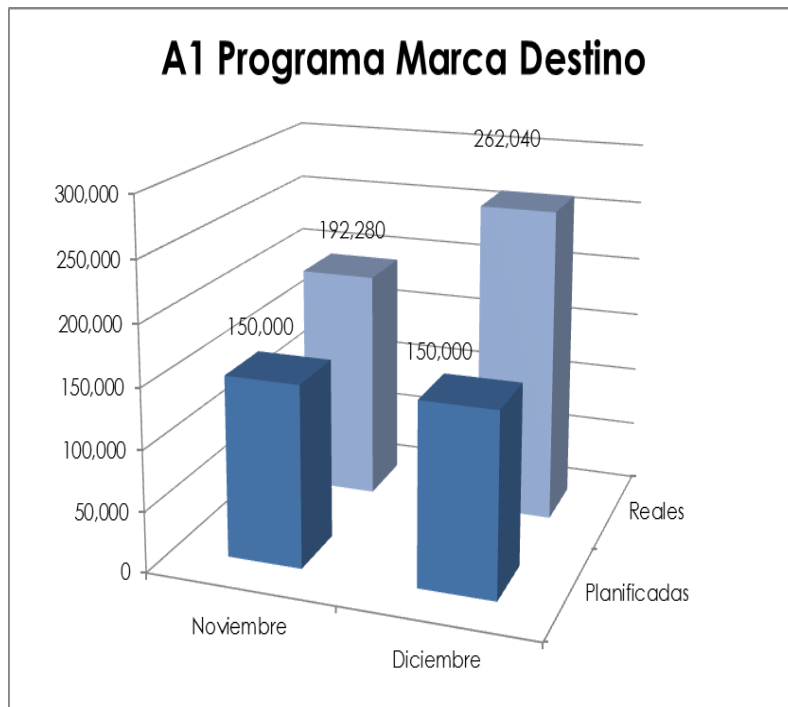


Tabla de Datos	2015	
	Noviembre	Diciembre
No. de Visitas en página Web		
Planificadas	150,000	150,000
Reales	192,280	262,040
Porcentaje de cumplimiento	128.19%	174.69%

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No. de visitas en página WEB	Noviembre	Diciembre	Bimensual
Planificadas	150,000	150,000	300,000
Reales	192,980	262,040	455,020



Noviembre:

En este mes logramos las 192,980 visitas a nuestro sitio web, alcanzamos los 1:55 minutos de promedio de estadía por persona

Los países que más nos visitaron fueron:

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

Diciembre:

Alcanzamos las 262,040 Visitas a nuestro sitio web, Los países que más nos visitaron fueron:

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

Indicador:

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

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Fue elaborado y entregado en el marco del desarrollo del Congreso de Turismo y Seguridad que se llevó a cabo el 15, 16 y 17 de Noviembre / 2015.

➤ 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 Noviembre-Diciembre se desarrollaron los siguientes eventos:

NOVIEMBRE:

1-CTPLL / 21-Noviembre-2015

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

2- Congreso de Turismo y Seguridad / 15-16 Noviembre -2015.

Se llevó a cabo el I Congreso de Regional sobre Turismo y Seguridad, el cual reunió a representantes de turismo y seguridad, con el fin de fomentar un debate regional de alto nivel, sobre los retos que plantea la delincuencia, el crimen organizado transnacional a la industria turística y la manera en la que dicho reto impacta la actividad económica.

El objetivo principal fue la búsqueda para volver a posicionar al sector turístico, promoviendo la coordinación estrategias que permitan hacer frente, de una forma efectiva y eficaz, a las amenazas de inseguridad de los turistas.

Participación de los expertos: UNODC - OMT

DICIEMBRE:

1- CTPLL / 19-Diciembre-2015

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

2- Navidad Zona Rosa / 4 – Diciembre - 2015

La Zona Rosa es considerada un polo desarrollo turística muy importante para el país, motivo por el cual los empresarios de la zona, con el fin de impulsar esfuerzos para incrementar el flujo de turistas, tomaron la iniciativa de trabajar nuevos proyectos turísticos que contribuyan a potenciar el flujo de estos en la zona rosa, ya que actualmente la zona cuenta con restaurantes gastronómicos, hoteles, museos, estaciones internacionales de buses, embajadas, oficinas consulares, entre otros atractivos.

Asimismo, la POLITUR estará comprometida con un papel muy importante para el desarrollo de este proyecto, a través de planes de apoyo en lo que a materia de seguridad se refiere.

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 28 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:

NOVIEMBRE:

1- La III Edición de la Feria El Salvador Travel Market / 8 al 15 – NOVIEMBRE /2015

Se ofreció la oportunidad a los mayoristas de experimentar la riqueza cultural, la historia, costumbres y tradiciones, así como la gastronomía, el folklor de nuestros pueblos y los sitios arqueológicos de El Salvador, participando en los post tour programados, a través de los cuales se ofreció y promocionaron las mejores opciones en los diferentes destinos, logrando la satisfacción de los turistas. Los lugares visitados fueron: Suchitoto, La Libertad, Joya de Cerén y San Andrés, Ruta de las Flores, Estero de Jaltepeque, Tazumal, Bahía de Jiquilisco, Alegría, Costa del Sol, Golfo de Fonseca, Playa Las Flores, Apaneca y la Ruta Arqueológica, el objetivo de la programación de estos itinerarios fue para que los mayoristas conocieran de primera mano la oferta turística del país, a través de una experiencia vivencial.

A la fecha se ha participado en 8 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.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En seguimiento al cumplimiento del Plan de Ferias y Eventos Internacionales 2015, para el mes de noviembre se realizó la Rueda de Negocios en Perú, para el mes de diciembre no había programada ninguna rueda de negocios dentro del Plan

Al término del presente año se han desarrollado 3 ruedas de negocios, alcanzando el 100% de cumplimiento del indicador correspondiente.



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 noviembre y diciembre no había programada ninguna caravana turística dentro del Plan.

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):

Al término del presente año se desarrollaron 4 productos turísticos, los cuales se detallan a continuación:

- ✚ Tour de Pesca Artesanal , fecha de lanzamiento: 14 de agosto / 2015
- ✚ Turismo Médico, fecha de lanzamiento a nivel internacional: 27-30 Septiembre / 2015 y a nivel nacional: 26 Noviembre / 2015
- ✚ Tour del Café, fecha de lanzamiento: 23 de noviembre / 2015
- ✚ Tour de la Montañona, fecha de lanzamiento: 9 de diciembre / 2015.

La meta para el indicador de la macroactividad era desarrollar al menos 2 productos turísticos, superando el cumplimiento con el desarrollo de los 4 productos descritos anteriormente.

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):

La meta para este indicador es la: “Elaboración de al menos 130,000 mapas en el año”, al término del año 2015 se entregaron 146,000 mapas, cumpliendo con los tiempos planificados.

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):

Fue elaborado y entregado en el marco del desarrollo del Congreso de Turismo y Seguridad que se llevó a cabo el 15, 16 y 17 de Noviembre / 2015.



➤ 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, los recorridos más solicitados en el transcurso del año 2015 se detallan a continuación, en orden descendente:

- City Tour Centro Histórico (1385 turistas)
- Centro Histórico – Boquerón (100 turistas)
- Costa del Sol (56 turistas)
- Completo Turístico del Puerto de la Libertad /CTPLL (28 turistas)
- Centro Histórico – Joya de Cerén (26 turistas)
- Playa el Tunco (10 turistas)

Las nacionalidades con mayor participación son:

- ✓ Colombia – 23%
- ✓ México – 18%
- ✓ Ecuador – 14%
- ✓ USA – 19%
- ✓ Perú – 6%

A la fecha del 31/12/15 se movilizaron 1,633 pasajeros.

La promoción del proyecto STOPOVER continúa en desarrollo a través de los tours operadores, 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):

Este kit no llegó a la etapa de elaboración, debido a que el programa Proasistur en los meses analizados aún no se tenía definido el periodo de lanzamiento.

➤ 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 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.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Al finalizar el año se capacitó un total de 187 personas en 37 municipios a nivel nacional. Se atendió el 100% de los municipios programados.

Los cursos impartidos fueron:

- 1) Guías Turísticas Locales (5 Cursos) a nivel nacional
- 2) Cursos de Inglés Técnico y Portugués



➤ **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):

Durante el mes de noviembre se desarrollaron los dos temas de capacitación para POLITUR:

- ✓ Productos y Rutas
- ✓ Formador de Formadores en Cultura Turística

Atendiendo a los 81 elementos policiales que representan el 100% de los beneficiarios programados.

➤ **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):

El porcentaje alcanzado de certificación en el 2015 fue de: 60% (6 empresas).

Es importante mencionar que aunque 11 empresas firmaron carta de interés una vez que se les hizo la evaluación por parte del ente certificador, 5 de ellas decidieron no continuar con el proceso de certificación por temas financieros.

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

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

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se entregó un total de 481 ejemplares de documentos de apoyo a los actores del sector, lo cual representa el: 96%.

(Detalle de Ejemplares entregados: 100 guías turísticos, 200 pueblos vivos, 81 POLITUR, 100 Cultura Turística)



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

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

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Proceso finalizado el 5 de noviembre se ha beneficiado a 140 participantes que representan el 54% de lo programado.

➤ **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):

No se han realizado reuniones específicamente con FUSADES, sin embargo se han realizado acciones y reuniones con entidades gubernamentales como cancillería en la capacitación de consejeros económicos destacados en las diferentes sedes diplomáticas de El Salvador en el exterior, se creó el programa de acreditación de guías turísticas que trabaja con tour operadores miembros de CASATUR, en el segmento de recibimiento de cruceros.

➤ **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):

Se dio el 100% de los mantenimientos al equipo. Proceso finalizo en Dic/2015.

➤ **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 realizaron el 7 y 14 de noviembre, instruyendo a 25 representantes de medios de comunicación. Se capacito el 100% de medios programados.

➤ **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. Por lo que esta acción queda sin efecto según acuerdo N° 2177-275/ 2015.

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

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

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

La auditoría externa de Calidad se realizó el 3 y 4 de Diciembre del año en curso, superándose únicamente una No Conformidad de las tres encontradas en la última auditoria externa de calidad realizada, obteniendo un porcentaje de cumplimiento del 33.33 %.



➤ A12 – Plan Estratégico Institucional de CORSATUR 2015 - 2019

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

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

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

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

Los resultados de la meta: **“Beneficiar a 75 actores clave en la industria turística que se relacionen con Turismo de Cruceros”** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable de forma mensual, no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales, programados a ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos, por lo que se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En relación al desarrollo de esta macroactividad, el estatus y las acciones relacionadas se detallan a continuación:

- ✓ El proceso de certificación de Guías y Tour Operadores ha iniciado y estará finalizando en Marzo/2016.
- ✓ Se adjudicó proceso de inocuidad alimentaria a FEPADE y el de inglés a la UNIVO ambos cursos finalizaron en Diciembre 2015, capacitando a 77 actores, cumpliendo el 100% de la meta programada.



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):

Al finalizar el mes de diciembre 2015, se han beneficiado 130 municipios a nivel nacional, los cuales asistieron a la Feria Pueblos Vivos y fueron reconocidos por su destacada participación con impresos, city tours y mobiliario urbano entre otros reconocimientos.

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):

El indicador de esta macroactividad se mide de manera trimestral, contabilizando para el período: De Octubre a Diciembre de 2015 un total de 23 puntos estratégicos de información turística (Octubre: 4, Noviembre: 7 y Diciembre: 12) a los cuales se les ha distribuido material impreso, alcanzando el nivel de cumplimiento de la meta en cuestión.

➤ 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):

Al finalizar el año 2015, se crearon 2 aplicaciones nuevas en la página web institucional, para fortalecer la promoción de las actividades de los municipios y además que permite al turista interactuar con 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 realizaron 19 informes correspondientes a 19 circuitos Multidestino, donde se identificó el potencial turístico y la singularidad de los municipios, que lo representan. Totalizando 82 municipios.

➤ **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 127.5% correspondiente a 51 nuevas empresas inscritas. Este dato es acumulativo de los meses de Enero a Diciembre 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
- ✓ El tercer sondeo se realizó en las vacaciones de fin de año 2015, donde se obtuvo una estimación de 277,329 turistas en área de acción CAT, obteniendo un incremento de 4,451 turistas, representando 1.63% de incremento con relación al año anterior.

Se puede concluir que la afluencia turística ha incrementado en 22.26% en el área de acción de los CAT, producto de las asistencias de los CAT y el programa de Pueblos Vivos Multidestinos.



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):

En la fecha 04 de diciembre de 2015 se realizó el 3er Foro de Inversión Turística 2015, el cual contó con la participación de 104 participantes quienes tuvieron la oportunidad de escuchar y conocer experiencias exitosas de los inversionistas invitados de Brasil y México, así como también conocer las nuevas tendencias bioamigables en cuanto a inversiones turísticas respetuosas con el medio ambiente que fueron explicadas en detalle por ponente internacional invitado como valor agregado, este FORO tuvo la prestación de asesorías individuales que se brindaron a los inversionistas nacionales, quienes tuvieron ASESORIA UNO A UNO, haciendo un total de 38 sesiones individuales atendidas por los tres ponentes internacionales invitados, representante de FOMILENIO y representantes de 3 bancas nacionales y 2 bancas comerciales este evento es desarrollado anualmente con el apoyo y coordinación con PROESA

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”** a través del indicador: **“(Ejecución del proyecto de obra real de infraestructura turística / Ejecución del proyecto de obra programada) x 100”**, 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):

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, siendo la finalización del contrato el 15 de diciembre de 2015, finalizando las obras en el período definido, logrando el 100% del indicador en cuestión.



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**” a través del indicador: “**(Cantidad de municipios intervenidos / Municipios inscritos en Pueblos Vivos) x 100**”, 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):

Con fecha 2 de octubre de los corrientes se gira la orden de inicio de las obras en Meanguera del Golfo, específicamente en Isla Conchaguita con un período de ejecución de 75 días, siendo la finalización del contrato el 15 de diciembre de 2015, beneficiando con la obra a 50 municipios, logrando el cumplimiento del indicador definido.

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 los servicios de mantenimientos generales, seguridad privada y administración de los inmuebles propiedad de CORSATUR, incluyendo los observatorios turísticos. Para los meses de noviembre y diciembre se han recibido los servicios, se han entregado de forma completa las actas de satisfacción para el mes de noviembre y se encuentran en gestión las actas de satisfacción para 4 contratos del mes de diciembre de 2015.

No. de Actas de Satisfacción de Servicios	Noviembre	Diciembre	Bimensual
Planificadas	6	6	12
Reales (Entregadas)	6	2	8

Para el mes de Noviembre:

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

Para el mes de Diciembre:

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 servicios 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.