

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

**Marzo y Abril
2016**

CONTENIDO

- 1. Objetivo**
- 2. Alcance**
- 3. Documentos Relacionados**
- 4. Responsabilidades**
- 5. Acciones desarrolladas durante Bimestre Marzo y Abril 2016**
- 6. Información clave por Áreas de Gestión, Seguimiento y Medición de los Objetivos y Metas del POA de forma bimensual con su respectivo análisis de resultados.**

1. Objetivo:

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

2. Alcance:

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

En ese sentido, el alcance del informe es desde recibir la información que cada gerencia y unidad envía a la Gerencia de Planificación, hasta culminar en la consolidación de la medición de los objetivos y metas de los POA para el período Marzo – Abril 2016.

3. Documentos Relacionados:

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

4. Responsabilidades:

Según el Art. 21 de las NTCIE:

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

5. Acciones desarrolladas durante Marzo 2016





MITUR y empresarios promovieron la oferta turística del país en Alemania

El Salvador promocionó sus atractivos turísticos en el mercado alemán en la 50 edición de la Bolsa Internacional de Turismo de Berlín, mejor conocida como ITB, por sus siglas en alemán, la cual tuvo lugar del 9 al 13 de marzo.

La delegación salvadoreña encabezada por el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte y seis empresarios salvadoreños promocionaron el destino y su oferta de servicios turístico, a través de reuniones con mayoristas europeos.

En el marco de la ITB, El Salvador hizo la presentación oficial de su campaña internacional, denominada "Close to you", la cual tenía como principal objetivo mostrar un faceta hospitalaria de El Salvador.

Este año la ITB se efectuó bajo el tema "Viajes 4.0 - La digitalización de la industria de viajes", un espacio que mostró al visitante los cambios tecnológicos que vive el sector turismo, donde el uso del internet, las redes y la robótica cumplen un papel fundamental.

En este sentido, El Salvador también promovió la plataforma digital, *elsalvador.travel*, una herramienta que permite a los usuarios conocer la diversidad de destinos turísticos que el país ofrece a través de herramientas interactivas que despliegan información sobre hoteles, restaurantes y servicios de touroperadores.

Ministro Duarte presentó los avances de la seguridad turística salvadoreña en Foro Internacional

En el marco de la participación del Ministro de Turismo de El Salvador, José Napoleón Duarte Durán, en la feria de turismo ITB en la capital alemana, participó en el panel foro "¿Latinoamérica, un destino seguro?" donde presentó los avances de la seguridad turística en El Salvador.

En este sentido el funcionario, señaló que en El Salvador de acuerdo a las cifras de Turismo, hasta la fecha no se registra ningún hecho relevante de violencia en lugares o destinos turísticos. Los destinos y circuitos turísticos de los PUEBLOS VIVOS cuentan con la POLITUR, los comités de Desarrollo Turístico y la colaboración de las alcaldías a través de la PNC, lo que se obtiene la seguridad necesaria para resguardar a los turistas nacionales y extranjeros.

Viajes El Corte Inglés promoverá a El Salvador como destino turístico en España

El Ministerio de Turismo a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo y Viajes El Corte Inglés firmó el pasado 14 de marzo una importante alianza que permitirá comercializar a El Salvador como destino turístico en España, con el fin de incrementar los flujos turísticos hacia nuestra nación.

Viajes El Corte Inglés comercializará en toda su red de ventas en España los productos turísticos de El Salvador.

Además realizará una campaña para la promoción del destino entre el 15 de marzo y el 31 de octubre de 2016.

Ciclistas franceses recorrieron El Salvador en expedición Mexique- Amériqúe Céntrale

El Ministerio de Turismo Lic. José Napoleón Duarte recibió el pasado 28 de marzo en la Frontera Las chinamas, a 51 ciclistas de origen francés que recorren la región en la Expedición Mexique-Amériqúe Céntrale 2016.

Los ciclistas, quienes tenían una edad promedio de 65 años, iniciaron un recorrido de 6,000 kilómetros atravesando 8 países, .entre éstos México, Belice, Guatemala, El .Salvador, Nicaragua y Costa Rica, .concluyendo en Panamá.





Serán 77 días en bicicleta y 17 días o mediodías para descanso y visitas turísticas en cada uno de los países.

La expedición, que es organizado por la Federación Francesa de Cicloturismo, se desarrollará en un período de 3 meses (del 7 de febrero al 9 de mayo de 2016).

Sus participantes buscan potenciar el desarrollo del turismo y de la cultura en el marco de todas sus actividades; ir al descubrimiento de los países y de sus tradiciones; respetar las culturas locales, sus tradiciones, promover las relaciones humanas y los intercambios culturales con los países recorridos por la expedición.

La visita a El Salvador incluyó 9 etapas que implicaron 8 noches de permanencia en el país, tanto en las zonas Occidental, Central y Oriental.

Ministerio de Turismo incrementó número de guías turísticas certificados

El Salvador aumenta el número de personas certificadas para atender a turistas nacionales y extranjeros. El 31 de marzo el Ministerio de Turismo, a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo, concluyó el programa de capacitaciones de Guías Turísticas Locales.

El curso certificó a 90 nuevos guías turísticos (23 Nahuizalco, 25 Ilobasco, 27 San Juan Opico).

La iniciativa es el resultado de peticiones de los municipios de actores turísticos antes mencionados, en el marco del Programa Presidencial "Gobernando con la Gente", durante el año 2015.

La atención de los turistas a través de los guías locales y nacionales es un elemento importante para el desarrollo del turismo en El Salvador, que mejora el indicador de competitividad relacionada con el recurso humano.

En la gestión 2009-2014 se formaron a 250 guías Turísticas (225 locales y 25 nacionales). En el

2012 CORSATUR desarrolló la currícula para la capacitación de guías locales y nacionales y en el año 2013 se capacitaron a 30 Formadores de Guías Turísticos.

Durante el año 2015 se capacitaron a 119 Guías Turísticas Locales, en el primer trimestre de 2016 se apoyó a la Cámara Trinacional de Turismo Sostenible y Protur, en la capacitación de 62 Guías Turísticas Locales.

Región del Trifinio cuenta con nuevos guías turísticos capacitados para atender a visitantes

La Ruta Fresca y Metapán cuentan con 60 nuevos actores turísticos, que atenderán a visitantes con una sobresaliente calidad, tras concluir el Programa de Capacitaciones de Guías Turísticos el pasado 18 de marzo.

Los nuevos guías turísticos mostraron mucho interés en capacitarse, logrando cursar el programa en tres semanas, cubriendo un total de 98 horas.

El programa de capacitaciones estuvo a cargo de la unidad de Asistencia Técnica y Capacitaciones de la Corporación Salvadoreña de Turismo, bajo la estrategia de potenciar la industria turística y convertirla en un eje transversal de desarrollo sostenible y de crecimiento económico continuo.

Esto, con la intención de darle cumplimiento al objetivo estratégico institucional de "Generar las condiciones en los territorios a través del Programa Pueblos Vivos, que incluye Asistencia al Turista, la capacitación y el desarrollo territorial".

Durante el desarrollo del curso, CORSATUR también entregó 62 Kits para Guías Turísticos, valorados en \$1,860.00.



El Salvador expuso su oferta de destino en feria turística en Brasil

El Salvador presentó su exposición como destino turístico en la feria World Travel Market Latin America, que se desarrolla entre el 29 y 31 de marzo en el Expo Center Norte de Sao Paulo, Brasil.

La delegación nacional estuvo conformada por un funcionario de la Corporación Salvadoreña de Turismo y tres representantes de empresas turísticas salvadoreñas (Mayan Escapes, Hostal Finca de Asturias y Hotel Holiday Inn).

Los participantes nacionales en dicha feria, promovieron su oferta de servicios y las ventajas que El Salvador ofrece como destino en Latinoamérica.

WTM Latin America 2016 reunió a más de 15, 000 ejecutivos interesados en el sector de viajes y turismo de América Latina.

La Ruta de Las Flores, playas para la práctica de Surf, volcanes y turismo de compras formaron parte de la oferta turística que el Ministerio de Turismo a través de CORSATUR promovieron durante este importante escenario.

Acciones desarrolladas durante Abril 2016



Touropadores nacionales buscan promover circuitos de Pueblos Vivos

Las alcaldías de San Vicente, San Cayetano Istepeque y Apastepeque con el apoyo del Ministerio de Turismo y la Corporación Salvadoreña de Turismo, organizaron el pasado primero de abril un viaje de familiarización al Circuito Turístico “Caminos de arte y tradiciones”, con el fin de conocer la oferta turística e incluirlos en sus catálogos de destinos.

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, aseguró que esta actividad es un gran paso para el Turismo de El Salvador, teniendo en cuenta que las municipalidades han comenzado a impulsar acciones de promoción y comercialización de su oferta turística.

Durante el recorrido en el circuito “Caminos de Arte y Tradiciones”, los empresarios visitaron la Torre de San Vicente, en ese lugar conocieron sobre los recursos turísticos que posee el municipio, asimismo recorrieron el Centro Histórico e inspeccionaron hostales y restaurantes de la zona.

Los Circuitos Turísticos están conformados por municipios que dan a conocer su potencial, bajo el enfoque del certamen Pueblos Vivos 2015.

El Salvador superó ingresos económicos y de turistas durante Semana Santa

El Salvador superó su récord histórico en ingreso de turistas y divisas en Semana Santa, reportando un crecimiento del 9.4% en el ingreso de turistas internacionales sobrepasando la proyección de 2.4%.

Estos datos fueron revelados en conferencia de prensa por el Ministro de Turismo y Presidente de CORSATUR Lic. José Napoleón Duarte.

El funcionario calificó como “La mejor temporada turística” de la historia del Turismo en El Salvador, la cual se vio reflejada en el masivo número de turistas internacionales que ingresaron vía aérea y terrestre a nuestro país.

De acuerdo a las estadísticas oficiales, los ingresos registrados por el arribo de viajeros internacionales al país ascendieron a \$70.42 millones, un incremento del 13.4% respecto al año anterior. En el 2015 los ingresos económicos fueron de \$61.8 millones. El gasto diario rondó los \$112. 5 y la estadía promedio fue de 5.8 noches.

El buen momento que atraviesa el turismo en El Salvador, se vio reflejado en el ingreso de turistas internacionales cifra que alcanzó los 107, 919 visitantes, un crecimiento del 9.4%.

Según el informe, el ingreso de turistas vía terrestre fue de 87,729 personas, un incremento del 10.1% más que en el mismo período del 2015 cuando se reportaban 79,659; mientras que vía aérea ingresaron a El Salvador 20,190, un 6.2% más que en 2015.

Las actividades que motivaron la afluencia masiva de turistas a destinos de playa como en la Costa del Sol, fue el torneo de fútbol playa desarrollado entre el 24 y 26 de marzo, el cual contó con 7,000 visitantes durante los tres días del evento.

Pueblos Vivos 2016 fortalecerá la oferta de Circuitos Multidestinos

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán realizó el pasado 6 de abril el lanzamiento del programa Pueblos Vivos Circuitur 2016, el cual buscará fortalecer la oferta del multidestino a través de tres pilares fundamentales: conectividad, trabajo en equipo y paquetes turísticos innovadores.

El evento contó con la representación de más de 40 alcaldes y más de 800 invitados de las diferentes zonas de país ligada al desarrollo de la industria turística.

La edición 2016, denominada "Pueblos Vivos Circuitur" busca fortalecer la oferta turística especializada de los 53 circuitos multidestinos por medio de la creación de paquetes turísticos de los municipios participantes, posicionándose como nuevos destinos temáticos por zonas, y dinamizando así la economía local en los territorios.

El innovador enfoque de Pueblos Vivos Circuitur pretende contribuir al ordenamiento geográfico-turístico por zonas; capacitar a los actores locales en la creación de paquetes turísticos, potencializando sus principales atractivos mediante la orientación de sus fortalezas hacia la creación de productos estrellas y fortalecer las oportunidades de emprendimientos turísticos regionales.

Durante siete ediciones Pueblos Vivos ha permitido el desarrollo del Turismo Interno en El Salvador, transformando municipios y convirtiéndolos en destinos atractivos. El plazo de inscripción inició el 6 de abril con el lanzamiento de las bases y culminará el 29 de abril.

Avianca promocionará a El Salvador en su red de rutas con el programa "Descubre Centroamérica"

Con el objetivo de incentivar el turismo y satisfacer el interés de los turistas que desean visitar Centroamérica, Avianca, los Ministerios de Turismo de Guatemala, El Salvador, Honduras, Costa Rica y Panamá, mayoristas de turismo y proveedores de servicios turísticos de la región lanzaron por quinta ocasión el programa de turismo "Descubre Centroamérica".

En esta oportunidad el programa se fortalece al comercializar Centroamérica en 20 países y poniendo a disposiciones 250 mil asientos desde la red de rutas de la Avianca.

Este programa combina esfuerzos de instituciones públicas y privadas, capitalizando la red global de rutas de Avianca en el desarrollo de una estrategia integral que pretende generar, al menos, 50,000 turistas incrementales hacia Centroamérica durante el período del programa.

En el marco del programa denominado "Descubre Centroamérica" Avianca ofrece a los turistas tarifas especiales para viajar y disfrutar de Centroamérica desde 20 diferentes países de la red de rutas de la aerolínea. La venta de estas tarifas promocionales inicia el lunes 4 de abril y se extienden hasta el 14 de abril, para viajar del 5 de abril al 30 de noviembre de 2016.

Este año se une a la campaña "Descubriendo Centroamérica" LifeMiles, el programa de viajero frecuente de Avianca, poniendo también a disposición de los viajeros la posibilidad de utilizar las millas de manera parcial para adquirir los boletos aéreos.

MITUR contribuye a la conservación y reforestación en destinos turísticos

Autoridades del Ministerio de Turismo, a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), informaron el pasado 22 de abril, sobre los proyectos que la Cartera de Estado impulsa durante el presente año.

Así mismo, con motivo de la celebración del Día de la Tierra, las autoridades expusieron los productos turísticos amigables con el medio ambiente y la reforestación

En el marco del lanzamiento del Plan de Reforestación y Restauración por parte del Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, el Titular del Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, reafirmó su apuesta por proteger los activos naturales con los que cuenta el país, y que se han convertido en el principal atractivo para los turistas internacionales.

Circuito Turístico La Montañona y la Ruta del Café, son algunos de los productos turísticos que permiten a los visitantes apreciar la naturaleza a través de espacios de bosques cafetaleros, agroturismo, ecoturismo, deportes extremos, en la zona norte y occidente de nuestro país, lanzados en 2015.

El MITUR proyecta la creación de productos basados en el patrimonio natural de turismo sostenible que contribuyen a la mejora del medio ambiente; uno de ellos es el Parque Ecoturístico Bosque Encantador, en el marco del Programa de Desarrollo Turístico de la Franja Costero Marina, en Jiquilisco.

Asimismo se le apuesta a la mejora del parque Walter Thilo Deininger, con la construcción de un centro interpretativo del patrimonio natural, con la finalidad de sensibilizar la conciencia del cuidado medioambiental del visitante nacional y extranjero a través del turismo.

MITUR lanzó plan estratégico de promoción turística a nivel internacional

El Ministro de Turismo y Presidente de CORSATUR, Lic. José Napoleón Duarte Durán dio a conocer el pasado 25 de abril la estrategia de promoción que la Cartera de Estado desarrollará para posicionar a El Salvador como destino turístico a nivel internacional, en el segundo semestre de 2016.

La estrategia denominada "Plan de eventos internacionales II semestre 2016", fue

presentada a más de 30 empresarios del rubro turístico inscritos en el Registro Nacional de Turismo.

En el segundo semestre, se ha contemplado la participación en 3 Ruedas de Negocios a desarrollarse en Chile, Perú y Londres; así como 2 Caravanas Turísticas, previstas en la zona Este y Oeste de los Estados Unidos.

Asimismo, se participará en 9 Ferias de Turismo, dos de ellas estarán enfocadas en el mercado de Reuniones, Incentivos, Congresos y Eventos (MICE, por sus siglas en inglés), el resto para ocio en la que los empresarios tendrán la oportunidad para proyectarse a nuevos mercados y establecer contactos con nuevos mayoristas y agencias de viajes internacionales.

Se proyecta que al menos 115 empresarios participen en los 14 eventos internacionales planificados por MITUR. En 2015, CORSATUR propició la participación de El Salvador de 19 Ferias en 13 países, logrando una frecuencia de participación de 111 empresas.

CORSATUR realizó noche de música en el Malecón del Puerto de La Libertad

El Ministerio de Turismo a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), con el objetivo de promover el turismo interno en el país, invitó a los salvadoreños a participar en el evento Noche de Música, en el Malecón del Puerto de La Libertad el pasado 16 de abril.

El evento dio inicio a partir de las 6:00 p.m. y contó con actividades para toda la familia como música en vivo a cargo de la agrupación Edición Limitada, con entrada gratis.

Asimismo, se contó con promociones especiales que los restaurantes prepararon para los turistas que asistieron al evento, así

como mesas especiales frente al mar para disfrutar la noche.

El objetivo de esta iniciativa es motivar a los salvadoreños a que disfruten de la belleza natural de este lugar y tengan más opciones para disfrutar y hacer turismo interno en el país.

CORSATUR puso a disposición dos microbuses, que salieron a las 5:00 p.m. de las oficinas ubicadas sobre la Alameda Manuel Enrique Araujo, el cual contó con guía turístico.

El malecón cuenta con seis restaurantes (La Pema, Acajutla, La Barra Vieja, Camarón Cerveceros, Mar Adentro y, el recién inaugurado, La Mariscada del Muelle) y dos locales de bebidas y paletas (Frozen Tasha, Helados y Paletas La Michoacana).

Con este tipo de actividades, CORSATUR busca seguir despertando el interés de los salvadoreños por descubrir diferentes opciones de turismo interno.

El Complejo Turístico del Puerto de La Libertad cuenta con dos estacionamientos con capacidad para 304 vehículos y seguridad 24 horas.

Artesanos dieron a conocer preparativos para la celebración del Día de la Cruz

El ministro de turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán junto al presidente de la Asociación Salvadoreña de Artesanos del

Mercado Nacional de Artesanías (ASAMNA), Sr. Julio César Cea, dieron a conocer el pasado 29 de abril los detalles de los preparativos para la celebración del Día de la Cruz que se llevó a cabo el pasado 3 de mayo.

El titular de la Cartera destacó que la iniciativa nace como un aporte al rescate de la cultura y tradiciones y como un apoyo a los artesanos para que puedan comercializar sus productos entre los turistas nacionales y extranjeros que visitaron el mercado de artesanías el 3 de mayo.

Tras el anuncio de la celebración del Día de la Cruz, las autoridades recorrieron los diferentes locales del Mercado de Artesanías donde los productores elaboraban palmas y productos que comercializan en el lugar.

Los artesanos junto al Ministerio de Turismo prepararon un acto especial para conmemorar el Día de la Cruz, con el cual buscan promover los valores culturales y las tradiciones de nuestro país y compartirla con visitantes nacionales y extranjeros.

Desde las 8:00 a.m. hasta las 6:00 p.m. se desarrolló un acto oficial, el ritual de la Cruz, donde cada visitante pudo participar, asimismo, degustación de platillos típicos salvadoreños y música de Marimba.

La celebración del Día de la Cruz tiene un origen religioso e indígena según lo recoge la historia.

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.

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, se presenta en forma gráfica y por macroactividad, el respectivo seguimiento a continuación:

➤ A1 - Reuniones de Junta Directiva y Presidencia:

El objetivo es: **“Realizar reuniones mensuales para definir lineamientos estratégicos y toma de decisiones de la Corporación”** definiendo como indicador: **“Realización de Reuniones”** y como meta: **“1 reunión mensual”**, a continuación se presenta el gráfico comparativo de resultados obtenidos de la operatividad de la macroactividad en cuestión



Tabla de Datos	2016	
Número de Reuniones	Marzo	Abril
Planificado	1	1
Ejecutado	2	1



Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En el mes de Marzo: se realizó reunión de Junta Directiva y reunión con empresarios del Sector Turismo y Transporte y en el mes de Abril se llevó a cabo la reunión de Junta Directiva correspondiente al mes.

➤ **A2 - Misiones Oficiales:**

El objetivo es: “**Representar al país internacionalmente en eventos y actividades relacionadas al turismo**” definiendo como indicador: “**Asistencia a Misiones Oficiales**” y como meta: “**6 Misiones Oficiales al año**”, a continuación se presenta el gráfico comparativo de resultados obtenidos de la operatividad de la macroactividad en cuestión:

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Solo hubo delegación de Junta Directiva para misión oficial en el mes de Abril, la meta es anual, por lo que se ha obtenido un porcentaje de seguimiento a la ejecución del 16.67 %.

➤ **A3 - Asesoría Jurídica**

El objetivo es: “**Alcanzar las finalidades institucionales en base a la Constitución de la República de El Salvador y el Marco Normativo Vigente**” a través del indicador: “**Asesorías Jurídicas**”, cuya meta es: “**1 asesoría jurídica mensual**”, a continuación se presenta un gráfico comparativo de los resultados en cuanto a operatividad.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No se ha contratado el servicio de asesoría jurídica

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 organizativa, 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.

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:

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

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

➤ A1 – Seguimiento a los Programas Estratégicos de CORSATUR:

En seguimiento y medición al objetivo: “**Velar por el cumplimiento de las metas estratégicas a nivel institucional**” a través del indicador: “**Informes Recibidos**”, a continuación se presenta el gráfico comparativo de resultados obtenidos en el período: Marzo - Abril 2016 con su respectivo análisis de resultados.

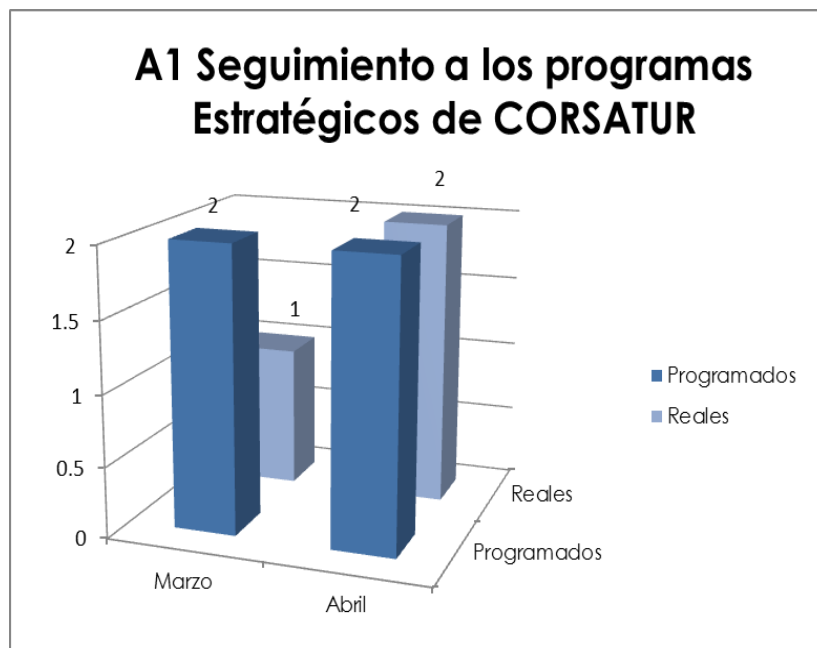


Tabla de Datos	2016	
Número de Informes a recibir	Marzo	Abril
Programados	2	2
Reales	1	2
% de ejecución	50.00%	100.00%

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No. de informes	Marzo	Abril	Bimestre
Planificados	2	2	4
Recibidos	1	2	3
Porcentaje de Cumplimiento	50.0%	100.0%	75.0%

En seguimiento el informe faltante.

➤ A2 – Misiones Oficiales

En seguimiento y medición al objetivo: **“Dar cumplimiento a las misiones oficiales delegadas por el Director Presidente o la Junta Directiva de CORSATUR”** a través del indicador: **“Misiones Oficiales ejecutadas”**, se presenta el respectivo análisis de resultados para el período Marzo – Abril 2016.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Al evaluar el período: Marzo - Abril 2016, 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 Marzo – Abril 2016.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

El proceso de compra estaba programado para el mes de febrero pero se ha reprogramado para el mes de mayo.

➤ A4 – Gestión de Capacitaciones a Nivel Gerencial

En seguimiento y medición a la meta: **“Lograr anualmente al menos un curso de capacitación especializada, para un mejor desempeño en la Gestión Administrativa”** se presenta el respectivo análisis de resultados para el período Marzo – Abril 2016.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Este indicador se evalúa anualmente y a la fecha no se ha desarrollado ninguna capacitación especializada. La capacitación está programada para realizarse en el mes de agosto



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 – Digitalizar registro de adquisiciones y contrataciones**

El seguimiento del objetivo: **"Asegurar registro de adquisiciones y contrataciones"** a través del indicador: **"Desarrollar el escaneado durante el período planificado de los procesos de Licitación Abierta y Licitación Pública"** y la meta: **"Digitalizar al menos el 80% de expedientes de los procesos de Licitación Abierta y Licitación Pública (Año 2014)"** se presenta a continuación para el período Marzo – Abril 2016:

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Proceso de compra planificado en adjudicarse en el mes de Octubre/2016.



UNIDAD DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA

Asociada al Objetivo Estratégico: 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:

El seguimiento al objetivo: **“Atender mensualmente el 100% de las solicitudes recibidas en la oficina de acceso a la información pública”** es ponderado a través del indicador: **“Garantizar el cumplimiento de la ley LAIP en base a art. 66”** y la meta: **“Obtener el 100%”**, es cuantificado en base a requerimientos que son variables en los meses según sea la necesidad correspondiente, por lo que no se pueden presentar los resultados comparativos gráficamente, a continuación se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Para los meses de Marzo y Abril / 2016 se hicieron: 1 solicitud y 24 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% de cumplimiento del indicador evaluado.

➤ A2 – Rendición de Cuentas

El objetivo: **“Rendir cuentas de una manera efectiva al pueblo salvadoreño de las actividades realizadas en el período requerido a la Corporación”** es medida a través del indicador: **“Cumplimiento del objeto de LAIP art. 1”** y la meta: **“Obtener el 100%”**, debido a que son eventos puntuales programados para la consecución de objetivos específicos, los resultados no se muestran en forma gráfica, a continuación se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se ha propuesto el comité de rendición de cuentas a junta directiva, el cual ha sido aprobado, iniciando labores, contando con un cronograma de trabajo el cual fue propuesto a Gerencia General, el evento está programado para agosto 2016.



A3 – Salvaguardar la documentación de Información Pública

El objetivo: “**Semestralmente dar cumplimiento al Art. 10 y mensualmente Art. 42 LAIP y Semestralmente aprobar los estándares de transparencia**” es medido a través del indicador: “**Garantizar el cumplimiento de la ley LAIP en base a art. 10 y Obtener una nota aprobatoria de 8.0 como mínimo en los estándares de transparencia publicados en la web de CORSATUR**” con la meta: “**Obtener el 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):

- La actualización de la información del período de julio a diciembre 2015 (Semestre II-2015) se realizó a inicios del año 2016, actualizando los 25 ítems solicitados en el Art 10.
- La nota obtenida y vigente en el portal es de 9.3, obteniendo una nota mayor a la mínima programada (8.0).



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 cualitativa el seguimiento y medición de la operatividad de la Unidad Ambiental.

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

El seguimiento al objetivo: **“Sensibilizar a actores de la actividad turística hacia la gestión medio ambiental anualmente”** a través del indicador: **“No. de personas sensibilizadas del sector público y privado relacionadas con turismo”** con la meta definida de: **100 personas.**

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Total de sensibilizados a la fecha: 34 personas, que corresponden al 34% de la meta, que es 100 personas sensibilizadas al año la meta correspondiente

PROCESO	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
✓ En el marco del trabajo con el Sistema Nacional de Gestión Ambiental (SINAM) se realizó el 29/01/2016 la primera reunión para la Planificación estratégica del 2016 en las Instalaciones CORSATUR.	16	18	34

GERENCIA FINANCIERA

Asociada al Objetivo: Posicionar a El Salvador como uno de los destinos preferidos en Centroamérica en los segmentos objetivos: "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 cualitativa 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 al objetivo: "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.", a través del indicador: " Tiempo de entrega de Informe de Recaudación del Fondo de Contribución Especial y de Ejecución Presupuestaria a la máxima autoridad" de manera gráfica del período en análisis:

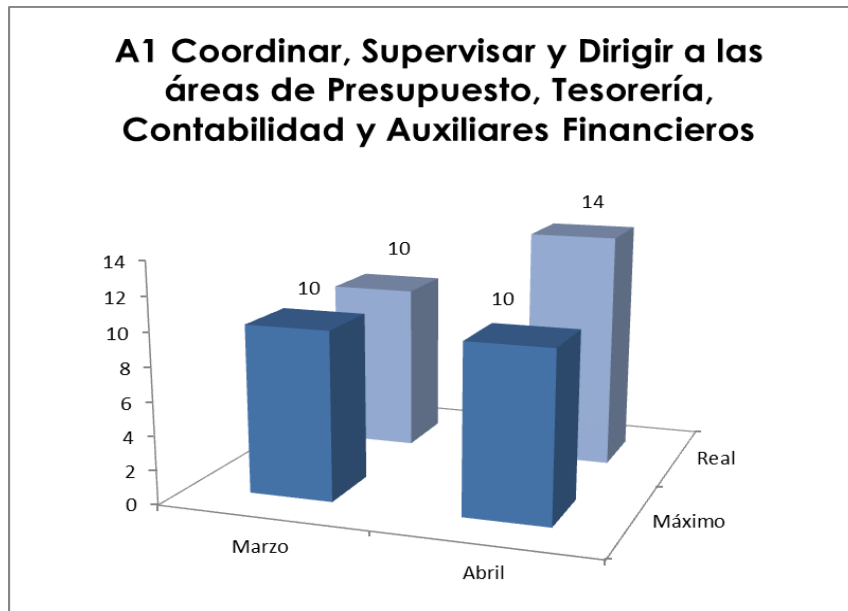


Tabla de Datos	2016	
Tiempo (días hábiles) de entrega de informe de Recaudación del Fondo de Contribución Especial	Marzo	Abril
Máximo	10	10
Real	10	14

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Marzo

Tiempo máximo para entrega: 10 días hábiles.

Tiempo real de entrega: 10 días hábiles.

Abril

Tiempo máximo para entrega: 10 días hábiles.

Tiempo real de entrega: 14 días hábiles

➤ **A2 – Ejecución del presupuesto institucional**

Los resultados del objetivo: “Elaborar y remitir mensualmente 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” a través del indicador: “Tiempo de entrega de Informe Presupuestario a la Gerencia Financiera y DGP” se presentan a continuación de manera cualitativa y gráfica para el período Marzo - Abril 2016:

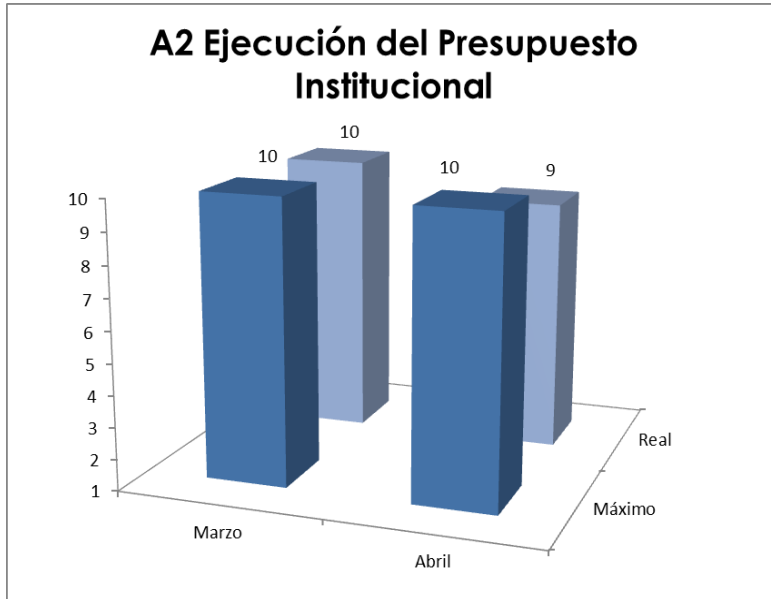


Tabla de Datos	2016	
Tiempo (días hábiles) de entrega del Informe Presupuestario	Marzo	Abril
Máximo	10	10
Real	10	9

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Marzo

Tiempo máximo para entrega: 10 días hábiles.

Tiempo real de entrega: 10 días hábiles.

Abril

Tiempo máximo para entrega: 10 días hábiles.

Tiempo real de entrega: 9 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 del objetivo: “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” a través del indicador: “Tiempo de entrega de informe Presupuestario a la Gerencia Financiera y DGP” para el período: Marzo – Abril 2016 se presenta a continuación:

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

Marzo

Tiempo máximo para entrega: último día hábil del mes

Tiempo real de entrega: 3 días hábiles antes de terminar el mes.

Abril

Tiempo máximo para entrega: último día hábil del mes

Tiempo real de entrega: 7 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**” a través del indicador: “**Tiempo de entrega de informe mensual de Retención, Percepción o Anticipo a Cuenta de IVA a la DGT**” para el período: Marzo – Abril 2016 se presenta a continuación:

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

✓ **Cierres Contables Mensuales**

Marzo:

Tiempo máximo para entrega: el día 10

Tiempo real de entrega: el día 20 de abril de 2016

Abril:

Tiempo máximo para entrega: el día 10.

Tiempo real de entrega: no se ha presentado

En el mes de marzo el cierre mensual de febrero se presentó en fecha extemporánea y el cierre mensual de marzo se presentará el 16 de mayo, el incumplimiento en la presentación de los cierres se debe a que se han estado atendiendo requerimientos hechos por: la Fiscalía General, Corte de Cuentas, Impuestos Internos - MH, Unidad de Acceso a la Información, entre otros.

✓ **Cierre Contable Anual**

Los cierres anuales de este ejercicio se presentarán en enero del siguiente ejercicio.



GERENCIA ADMINISTRATIVA

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

A continuación se presentan los resultados obtenidos correspondientes a las macroactividades de la Gerencia Administrativa:

➤ **A1- Suministrar oportunamente bienes para el funcionamiento de Oficina Central**

El seguimiento al objetivo: "**Contar con disponibilidad de bienes de consumo, para atender los requerimientos de las unidades organizativas**" que es medido a través del indicador: "**% de Requerimientos atendidos del total de Requerimientos solicitados**" y de la meta: "**Cumplir el 100 % de los requerimientos de bienes de consumo**", a continuación se presenta el respectivo análisis de resultados para el período: Marzo – Abril 2016

Indicador:

(No. de Requerimientos atendidos / No. de Requerimientos solicitados) x100

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

Se recibieron y atendieron 140 solicitudes de bienes de consumo, logrando un porcentaje de cumplimiento en lo programado del 100%.

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

El seguimiento al objetivo: "**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**" es medible a través del indicador: "**% de Meses con cobertura de póliza de seguro y % de Meses con servicio recibido de vigilancia**" y de la meta: "**Contar con 12 meses de cobertura de póliza de seguro y 12 meses de servicio de vigilancia durante 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):

Se ha recibido el servicio correspondiente a 4 meses del año (enero, febrero, marzo y abril), alcanzando un porcentaje de seguimiento en la ejecución de 33.33%.

Indicador:

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

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se ha recibido el servicio correspondiente a 4 meses del año (enero, febrero, marzo y abril), alcanzando un porcentaje de seguimiento en la ejecución de 33.33%.



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

El objetivo: **“Contar con servicios de limpieza, servicios de agua y energía, servicios de telecomunicación para el funcionamiento de CORSATUR”**, se evalúa a través del indicador: **“% de servicios ejecutados mensualmente”** y de la meta: **“Cumplir al menos el 90% de los servicios mensuales para funcionamiento por lo que el seguimiento se presenta con su correspondiente análisis de resultados a continuación:**

Indicador:

(No. de servicios ejecutados / No. de servicios requeridos) x100

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

De los 9 mantenimientos programados para el período: Marzo – Abril, se cumplieron solamente 6 mantenimientos, logrando un porcentaje de ejecución del 66.67% en el bimestre en cuestión.

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

El seguimiento al objetivo: **“Cumplir con las necesidades de transporte mensual requeridos por las unidades de CORSATUR”** que se mide a través del indicador: **“% de Solicitudes atendidas del total de solicitudes recibidas”** y la meta: **“Cumplir al menos el 95% de solicitudes de transporte mensual”**, se presenta a continuación:

Indicador:

(No. de Solicitudes atendidas / No. de solicitudes recibidas) x100

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se recibieron y atendieron 286 solicitudes de transporte, cumpliendo el 100% de seguimiento en la ejecución en el período evaluado.

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

El objetivo: **“Resolver las solicitudes mensuales de requerimientos tecnológicos recibidas por parte de los usuarios internos de CORSATUR”** cuantificable a través del indicador: **“% de Solicitudes atendidas del total de solicitudes recibidas”** y la meta: **“Resolver al menos el 95% de solicitudes de requerimientos tecnológicos”**, se presenta de forma gráfica y su correspondiente análisis de resultados para el bimestre Marzo – Abril 2016.

Indicador:

(No. de Solicitudes atendidas / No. de solicitudes recibidas) x100

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se recibieron y atendieron 46 solicitudes de requerimientos tecnológicos en el período: Marzo – Abril / 2016, logrando el 100%



➤ A6 – Gestión Administrativa de Recursos Humanos

El seguimiento al objetivo: “**Cumplir con los procedimientos o actividades en materia de Recursos Humanos para el personal de CORSATUR**” es medido a través del indicador: “**% de procedimientos o actividades cumplidas mensualmente**” y la meta: “**Cumplir al menos el 90% de los procedimientos o actividades**”, se presenta de forma cualitativa a continuación:

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se cumplieron las 7 actividades programadas de acuerdo a POA por RRHH.

UNIDAD AUDITORIA INTERNA

Asociada al Objetivo Estratégico: “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 del objetivo: “Evaluar las diferentes áreas en el desarrollo de sus actividades para verificar el cumplimiento de Leyes y Reglamentos” son medibles a un año, a través del indicador: “Realizar en base a lo programado anualmente exámenes especiales de las diferentes áreas” y la meta:” 13 Informes al año”, por lo que se presenta a continuación el respectivo análisis de resultados del período: Marzo - Abril 2016.



Tabla de Datos	2016	
	Porcentual	Númérico
Por realizar	84.62%	11
Realizados al Segundo Bimestre	15.38%	2
Total	100.00%	13

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

Se realizó Examen Especial a las Disponibilidades del período del cuarto trimestre del 2015 y Examen Especial al Proceso de Compras de Bienes y Servicios del período del 01 de julio al 31 de diciembre de 2015; en el desarrollo de los procedimientos de auditoría a las áreas examinadas, no se encontraron deficiencias u observaciones.



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

El objetivo: “**Elaboración del Plan Anual de Auditoría Interna para el período 2016**” es medido por el indicador: “**Presentar el Plan de Trabajo Anual de Auditoría Interna de acuerdo a lo establecido en el art. 36 de la Ley de la Corte de Cuentas**” y la meta: “**1 Documento al año**”, debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos no se presentan en forma gráfica, a continuación se presenta el análisis de resultados correspondiente al período: Marzo - Abril 2016.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

El Plan de Trabajo Anual 2017 de Auditoría Interna fue presentado a Junta Directiva en el mes de marzo, según consta en acuerdo No. 2298-288/2016.

UNIDAD JURÍDICA

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

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

➤ A1 – Brindar apoyo legal

A continuación se presentan los resultados del seguimiento a la operatividad del objetivo: **“Apoyar en la consecución de los proyectos institucionales dentro de un marco de legalidad.”**, a través del indicador: **“Al menos 408 opiniones en sus diferentes modalidades”** cuyo periodicidad es anual:

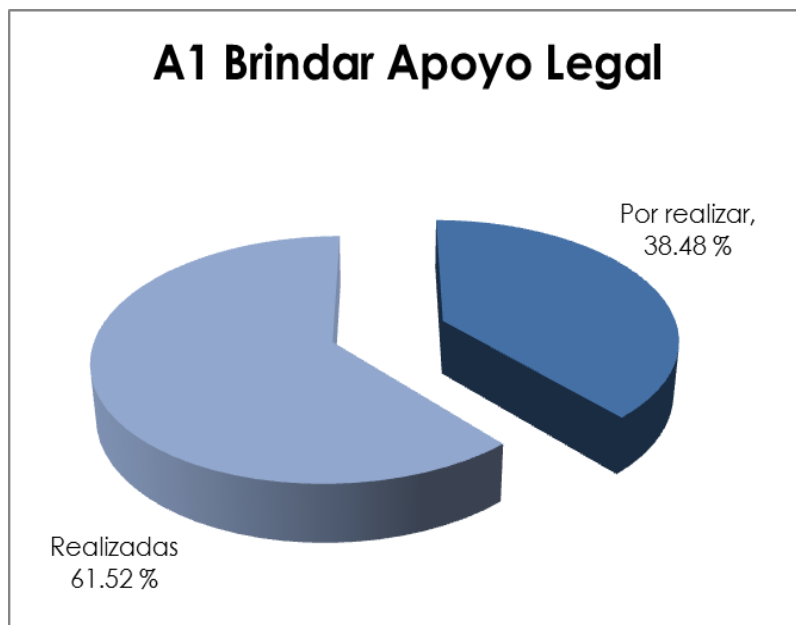


Tabla de Datos	2016	
Opiniones	Porcentual	Numérico
Anuales por realizar	38.48%	157
Realizadas al Segundo Bimestre	61.52%	251
Total	100.00%	408

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En el período de Marzo y Abril / 2016 se realizaron 61 y 68 opiniones respectivamente en sus diferentes modalidades, la periodicidad para el indicador es anual, por lo que al mes de Abril se ha alcanzado un cumplimiento de 61.52 %.(251 opiniones)

➤ A2 – Brindar servicios notariales

El seguimiento al objetivo: **“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:



Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En el período de Marzo y Abril / 2016 se realizaron 1 y 41 servicios notariales respectivamente, la periodicidad para el indicador es anual, por lo que al mes de Abril se han cuantificado: 55 servicios notariales en total.

➤ A3 – Procurar en Sede Judicial / Administrativa

Para el caso en particular de este seguimiento, se cuantifica 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 del objetivo **“Representar los intereses de la Institución frente a terceros, cuando así se requiera”** a través del indicador: **“Procesos judiciales y administrativos”**

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Cumplimiento conforme a lo requerido.

UNIDAD DE GÉNERO

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

El seguimiento al desempeño de la Unidad Organizativa se mide a través de las macroactividades del Plan Operativo Anual, el cual se muestra a continuación:

➤ **A1 - Fomento la Participación Activa Igualitaria de la Mujer y el Hombre en Actividades del Sector Turístico.**

El objetivo: **“Dar seguimiento a las acciones, eventos, reuniones de la Institución que impulsan la participación de las mujeres”** es medido por el indicador: **“Estadísticas de eventos, reuniones, capacitaciones”** y la meta: **“Lograr el 60%”**, a continuación se presenta el análisis de resultados correspondiente al período: Marzo - Abril 2016.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Los eventos realizados por la institución en el transcurso del año 2016, que impulsan la participación de las mujeres, se detallan a continuación:

PROCESO	Porcentajes de Participación	
	HOMBRES	MUJERES
Enero-Febrero		
✓ Clausura de Capacitaciones 2015 (Portugués e Inglés) / 11 de Febrero	60 %	40 %
✓ Juramentación del Comité Departamental de Sonsonate / 12 de Febrero	58 %	42 %
Marzo-Abril		
✓ Clausura del Programa de Guías Turísticos Locales 2015 / 31 de marzo	46.59%	53.41%
Promedio de participación	54.86 %	45.14 %

A la fecha el promedio de participación de mujeres es del 45.14% de 60% que es la meta a lograr para el año 2016, con esta cuantificación se obtiene 75.23% de seguimiento al cumplimiento de la meta para esta macroactividad, cabe mencionar que el indicador es anual, por lo que se seguirá monitoreando los resultados de las estadísticas para todo el año 2016.

➤ **A2 – Impulso a la Unidad de Género.**

El objetivo: **“Sensibilizar al personal de CORSATUR sobre Igualdad de Género”** es medido por el indicador: **“Empleados Sensibilizados”** y la meta: **“Lograr el 85%”**, a continuación se presenta el análisis de resultados correspondiente al período: Marzo - Abril 2016.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

- En el marco del Día Internacional de la Mujer se realizó la charla "Mujer: Una historia de éxito", la cual se dio en el SUM el día 8 de Marzo, logrando una asistencia de 14 personas (13.46% del personal de CORSATUR).
- Para el mes de Abril no se tenía programada ninguna acción.
- El seguimiento al cumplimiento de la meta es de 15.83%, cabe mencionar que el indicador es anual, por lo que se seguirá monitoreando los resultados de las estadísticas para todo el año 2016.

GERENCIA DE MERCADERO

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 del objetivo: **“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”** se miden a través del indicador: **“Desarrollar al menos 3 campañas publicitarias a nivel nacional y 2 a nivel internacional anualmente, Desarrollo de al menos 21 ferias internacionales en el año y desarrollar al menos 2 productos turísticos anual, Realizar al menos 5 investigaciones de mercado que permita medir los principales indicadores turísticos”**, y estos se presentan a continuación:

Indicador:

(# de Campañas publicitarias a nivel nacional / # de Campañas publicitarias a nivel nacional planificadas) x 100

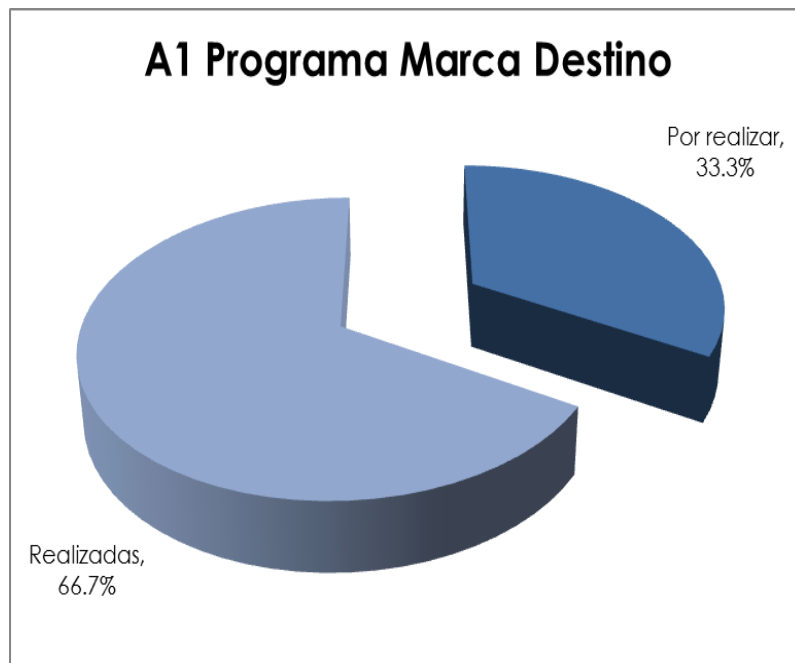


Tabla de Datos	2016	
No. de campañas nacionales	Porcentual	Númérico
Planificados por realizar al finalizar el presente año	33.3%	1
Realizadas al Segundo Bimestre	66.7%	2
Total	100.00%	3

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En el mes de Enero 2016, se realizó la campaña de promoción institucional, denominada “Despunte turístico”, la cual dio a conocer el acontecer turístico en cuanto a avances y logros en el rubro, dicha campaña tuvo una exposición en los medios: radio, prensa y medios digitales.

Con el objeto de promover el turismo interno en la temporada vacacional de Semana Santa se realizó en el período de Febrero - Mayo la campaña denominada "Vení a pasear", la cual fue difundida en medios como TV, Radio, Medios digitales, exteriores y redes sociales.

A la fecha se tienen un porcentaje de cumplimiento del 66.7%, ya que de 3 campañas planificadas en el año 2016 se han realizado 2.

Indicador:

(# de Campañas publicitarias a nivel internacional / # de Campañas publicitarias a nivel internacional planificadas) x 100

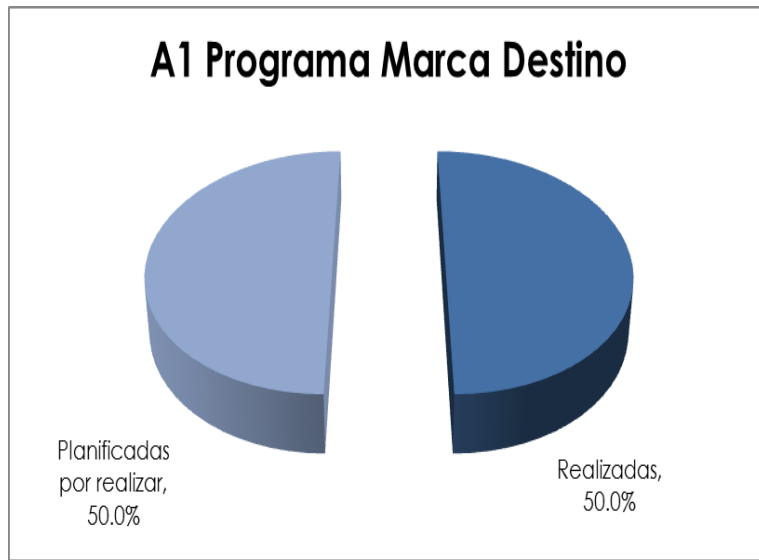


Tabla de Datos	2016	
No. de campañas internacionales	Porcentual	Numérico
Planificados por realizar al finalizar el presente año	50.0%	1
Realizadas al segundo bimestre	50.0%	1
Total	100.00%	2

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Para la promoción de El Salvador a nivel internacional se realizó en el marco de la Semana Santa la campaña "Cerca de ti" dirigida a los países de Guatemala la cual tuvo exposición en buses, medios, exteriores y medios digitales, Honduras en medios digitales y exteriores, Costa Rica en publicidad en aeropuerto y Alemania en publicidad en buses, dicha campaña se lanzó en Marzo, y estará vigente durante el período comprendido de Marzo a Mayo 2016.

Indicador:

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

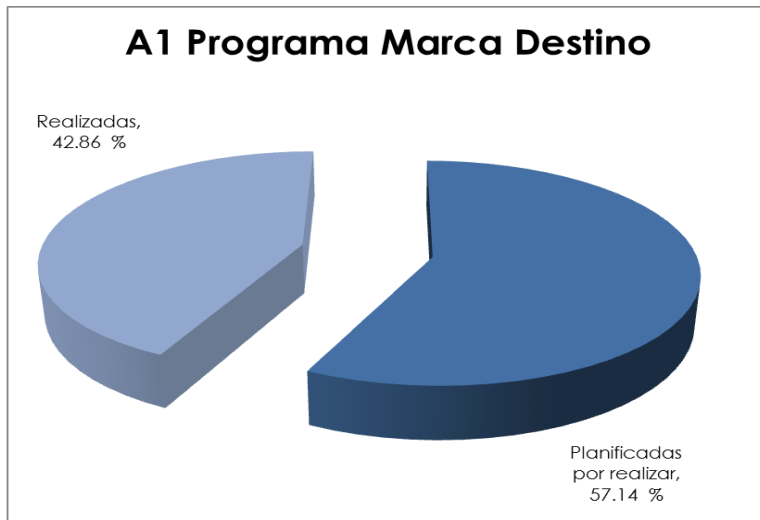


Tabla de Datos	2016	
No. de Ferias Internacionales	Porcentual	Numérico
Planificadas por realizar al finalizar el año	57.14%	12
Realizadas al segundo bimestre	42.86%	9
Total	100.00%	21

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En Marzo se tuvo participación en las Ferias:

- ✓ ITB / Berlin, Alemania
- ✓ SEATRADE CRUISE GLOBAL / Fort Lauderdale, Florida y
- ✓ World Trade Market Latin America/ Sao Paulo, Brasil

En Abril, no se participó en ninguna feria internacional, a la fecha se ha participado en 9 ferias de 21, según lo detallado en el plan de eventos y ferias internacionales, año 2016, obteniendo un porcentaje de seguimiento en el cumplimiento de 42.86 %, ya que la cuantificación de la meta es anual.

En seguimiento al desarrollo de las próximas ferias, se reporta el pago del espacio y trámite del compromiso presupuestario para la construcción del stand, para la Feria EXPOTUR, a realizarse en Costa Rica del 11 al 13 de mayo.

Indicador:

(No. de productos realizados / No. De productos planificados) x100

Los resultados del seguimiento del indicador anterior es a través de la ejecución de actividades puntuales por lo que se presenta el correspondiente análisis para el periodo: Marzo-Abril 2016.

Análisis de Resultados:

- No se ha realizado ningún lanzamiento de productos, están programados para el segundo semestre del año.
- Se están realizando visitas de campo para identificación de atractivos para el lanzamiento del producto Sol y Playa.
- Para los Centro Histórico, Volcanes y Sol y Playa (playas solo el oriente del país) ya está en fase de evaluación de ofertas el proceso para la contratación de consultoría que proveerá diagnóstico de recursos para el desarrollo y posterior lanzamiento del producto, así como la alimentación para reuniones y logística para viajes de familiarización y prensa y evento de lanzamiento.
- Se lleva paralelamente el proceso de refrescamiento de 6 productos más para culminarse en el segundo semestre del año.

Indicador:

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

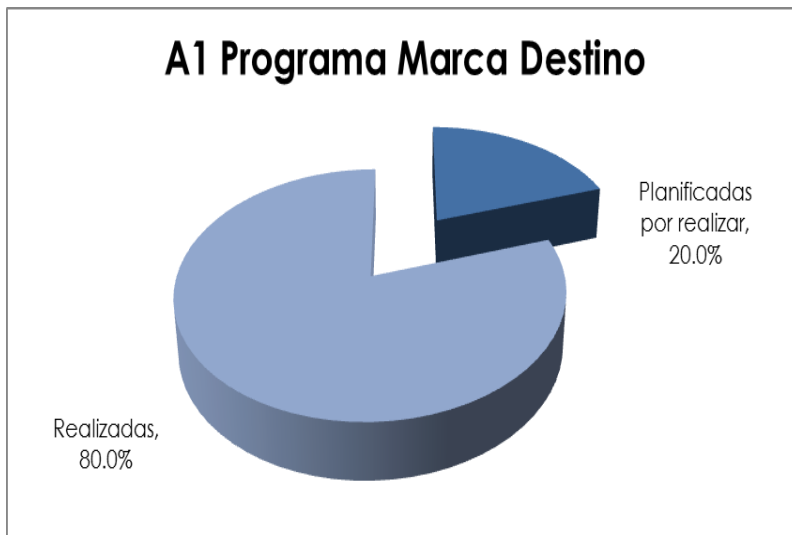


Tabla de Datos	2016	
No. de Investigaciones de Mercado	Porcentual	Numérico
Planificados por realizar al finalizar el presente año	20.0%	1
Realizadas al segundo bimestre	80.0%	4
Total	100.00%	5

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Al mes de Abril /2016, se lleva un cumplimiento del 80%, pues se han realizado 4 investigaciones, quedando pendiente una, la cual se encuentra en proceso de adjudicación

➤ **A2 – Vive tu País**

El seguimiento del objetivo: **“Sensibilizar a los salvadoreños en el exterior para promover El Salvador en forma positiva”** a través del indicador: **“Atender al menos 140 personas en viajes de familiarización y prensa anual y realizar al menos 4 caravanas y 5 ruedas de negocios”**, se presentan a continuación:

Indicador:

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



Tabla de Datos	2016	
Personas atendidas en viajes de familiarización y prensa	Porcentual	Numérico
Planificadas por atender en el transcurso del año	83.57%	117
Atendidas al segundo bimestre	16.43%	23
Total	100.00%	140

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En el mes de Marzo no se atendió a ninguna persona y en Abril se contabilizaron 15 personas atendidas, al término del mes de Abril se contabilizaron 23 personas atendidas en total, alcanzando un porcentaje de seguimiento al cumplimiento de 16.43 %, ya que es un indicador evaluado anualmente. Todas las personas que se han atendido corresponden a viajes de familiarización.

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, a continuación el respectivo análisis.

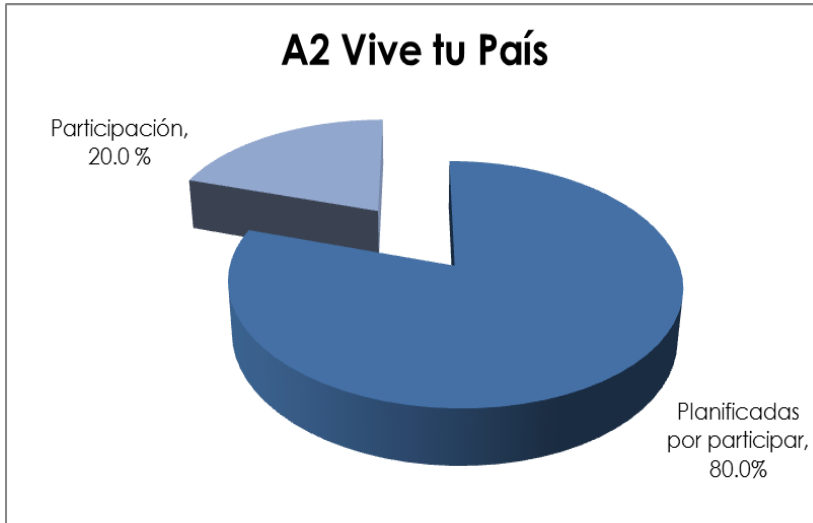


Tabla de Datos	2016	
No. de Ruedas de Negocios	Porcentual	Númérico
Planificados por participar al finalizar el presente año	80.0%	4
Participación al segundo bimestre	20.0%	1
Total	100.00%	5

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se realizó una rueda de negocios en Madrid, el 25 de enero, contando con la participación de 11 empresarios.

A la fecha con la realización de la rueda de negocios descrita anteriormente de 5 planificadas, se alcanzó un porcentaje de seguimiento al cumplimiento de ejecución de 20%.

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):

La Caravana Turística de Estados Unidos Costa Oeste programada para el mes de abril se reprogramará para el segundo semestre del año 2016. A la fecha no se ha realizado ninguna caravana turística.

➤ **A3 – Pueblos Vivos**

Los resultados del objetivo: “Desarrollar y ejecutar un evento de lanzamiento y una feria pueblos vivos y promocionar los destinos y festividades de los diferentes municipios del país anualmente” que es cuantificado a través del indicador: “Desarrollar los Eventos”, el seguimiento del período: Marzo – Abril 2016, se describe a continuación:

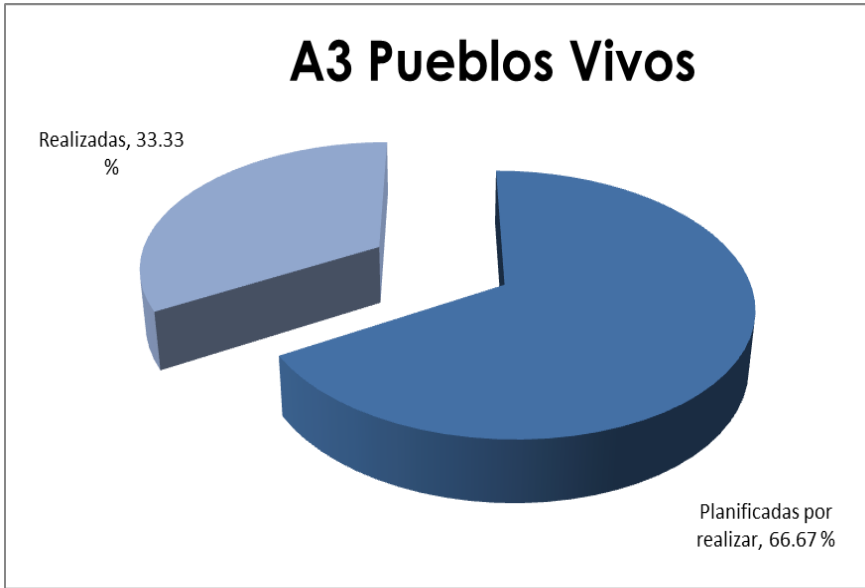


Tabla de Datos	2016	
No. de eventos	Porcentual	Númérico
Planificadas por realizar al finalizar el presente año	66.67%	2
Realizados al segundo bimestre	33.33%	1
Total	100.00%	3

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

El Evento de Lanzamiento de la Feria Pueblos Vivos se llevó a cabo el 6 de abril de 2016, con la realización de este evento, de 3 programados, se alcanza un nivel de seguimiento al cumplimiento del 33.33 %

➤ A4 – Cielos Abiertos

El objetivo: “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” es cuantificado por medio del indicador: “Atender turistas internacionales a través de Stop Over”, el análisis se describe a continuación:

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

La comparación de datos es en base a los meses de Marzo y Abril de los años 2015 y 2016.

Año	Mes		Total
	Marzo	Abril	
2015	6	16	22
2016	154	110	264
Diferencia	148	94	242

En el período Marzo – Abril se observa que se obtuvo un incremento de 242 personas con respecto al año anterior.

A la fecha se tiene un acumulado de 563 personas que han hecho uso del Programa Stop Over.

➤ **A5 – Fortalecimiento de Imagen Nacional e Internacional**

El seguimiento al objetivo: **“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”** es cuantificado por medio del indicador: **“Participar en eventos nacionales e internacionales”**, para lo cual se detalla el correspondiente análisis:

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Los Eventos realizados en el período Marzo – Abril 2016 de detallan a continuación:

No.	Evento	Fecha	Lugar
1	XXX Congreso de Hogares CREA – El Salvador	14 de Marzo	Hotel Terraza, San Salvador
2	Agroexpo 2016	Del 18 al 20 de Marzo	Centro Internacional de Ferias y Convenciones (CIFCO), San Salvador
3	Voleibol de Playa 2016	18 y 19 Marzo	Parque Recreativo Apulo, Ilopango / San Salvador
4	Fútbol de Playa 2016	De 24 al 26 de Marzo	Costa del Sol, San Luis La Herradura / La Paz
5	Vuelta Ciclística - Franceses	28 de Marzo	Frontera Las Chinamas, Ahuachapán
6	Conferencia de Prensa Resultados de Semana Santa 2016	4 de Abril	Salón de Usos Múltiples (SUM) de CORSATUR, San Salvador
7	Lanzamiento Pueblos Vivos 2016	6 de Abril	Centro Internacional de Ferias y Convenciones (CIFCO), San Salvador
8	FEDEPESAS	Del 24 al 29 de Abril	Palacio de los Deportes, San Salvador

Se realizaron 8 eventos de 7 programados para el período: Marzo – Abril 2016, el porcentaje de ejecución es de 114.29 %, se realizó 1 evento fuera de programación.

UNIDAD DE COMUNICACIONES Y RELACIONES PÚBLICAS

Asociada al Objetivo: Fortalecer al Ministerio de Turismo y sus adscritas, colocándolo como uno de los principales actores del sector económico 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

El seguimiento al objetivo de: **“Socializar la Memoria de Labores con 150 personas al año.”** a través del indicador: **“Entrega de ejemplares”**, cuya meta es: **“Lograr el 100% de entrega de ejemplares al año”**, se presentan a continuación por medio de los resultados de las acciones en cuanto a operatividad para el período: Marzo – Abril 2016.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Al término del mes de Abril, el Informe de Labores se encuentra en la etapa de elaboración, el cual será presentado en el mes de Julio.

➤ A2 –Eventos públicos institucionales

Al objetivo de: **“Informar a los medios de comunicación social sobre los proyectos y logros de CORSATUR a través de 125 comunicados de prensa anuales”** que tiene definido como indicador: **“Comunicados de Prensa”** se le da seguimiento a través de la presentación de los resultados de las acciones en cuanto a operatividad del período en cuestión, el cual se muestra a continuación:

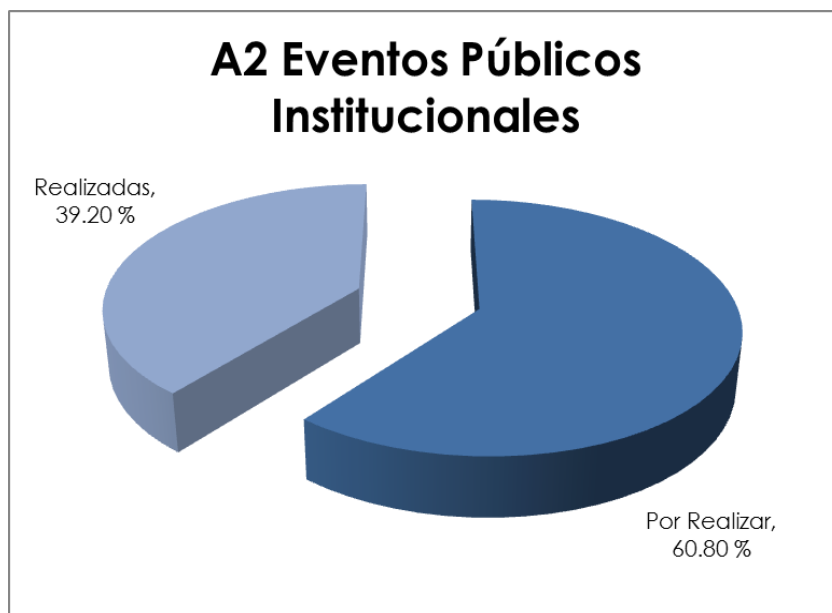


Tabla de Datos	2016	
	Porcentual	Numérico
No. de Comunicados de Prensa		
Planificadas por realizar al cierre del año	60.80%	76
Realizadas al Segundo Bimestre	39.20%	49
Total	100.00%	125

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En el mes de Marzo y Abril / 2016, se publicaron 12 y 10 comunicados de prensa respectivamente, haciendo un total de 49 de 125 comunicados de prensa planificados a elaborar en el transcurso del año 2016, logrando un porcentaje de seguimiento a la ejecución de 39.20 % al término del período Marzo-Abril.

En relación al posicionamiento del funcionario público y de la institución, a la fecha no se ha publicado ninguna encuesta de opinión pública, por lo que no se tiene un parámetro de medición hasta el momento.

➤ **A3 – Fortalecimiento de la Unidad de Comunicaciones y Relaciones Públicas**

El seguimiento al objetivo: **“Mejorar la calidad del trabajo que realiza la Unidad de Comunicaciones (fotos, redes sociales, producción de boletines)”** a través del indicador: **“Un informe sobre fortalecimiento del trabajo institucional mensual”** y la meta: **“12 informes valorados”**, se presenta a continuación:

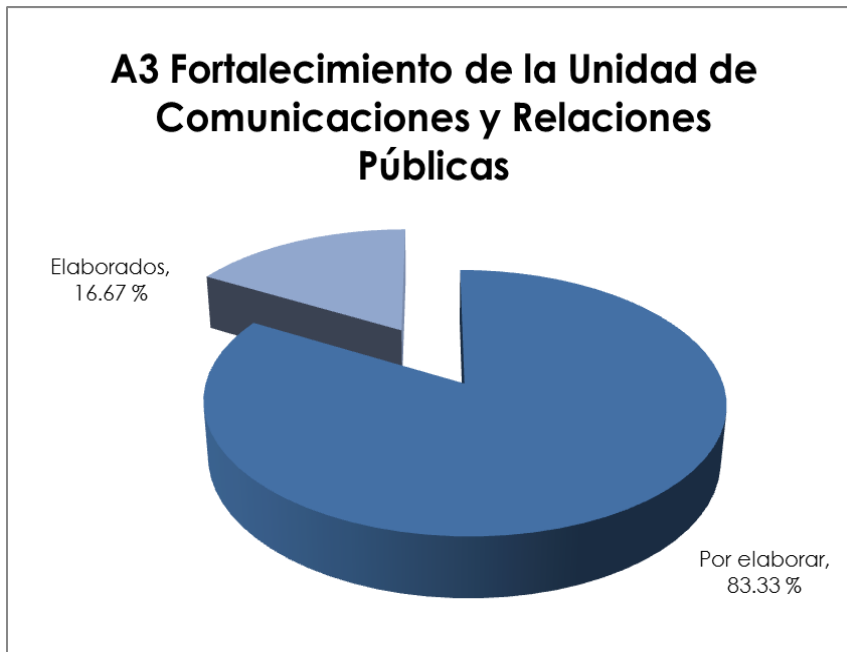


Tabla de Datos	2016	
No. de informes valorados	Porcentual	Numérico
Planificadas por elaborar al cierre del año	83.33%	10
Elaborados al segundo bimestre	16.67%	2
Total	100.00%	12

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se han realizado dos informes de valoraciones de publicidad correspondiente a los meses de Enero y Febrero, obteniendo un porcentaje de ejecución de 16.67 %, los informes de Marzo y Abril están en fase de revisión.

GERENCIA DE TURISMO INTERNO

Asociada al objetivo estratégico: “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 del objetivo: **“Fortalecer a los circuitos turísticos”** son medidos de manera anual, por medio del indicador: **“Al menos 12 circuitos turísticos fortalecidos en el año”** y de la meta: **“Dinamizar el Turismo Interno, mediante el fortalecimiento de los circuitos turísticos del país”**, por el nivel de complejidad de los resultados, el seguimiento no es presentado de manera gráfica, a continuación se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En el período: Marzo – Abril 2016, se realizó el evento de lanzamiento del Programa Pueblos Vivos, el día 6 de abril, el proceso de los Citytours ha sido aprobado y a la espera de orden de compra según requerimientos, los procesos de mobiliarios, impresos, y feria pueblos vivos se encuentran en fase de elaboración de Términos de Referencia (TDR), todos estos proyectos son en función de dar continuidad al fortalecimiento de los Circuitos Turísticos.

A2 – Divulgación y Fortalecimiento del RNT y Empresas Inscritas

El objetivo: **“Incrementar la cantidad de inscripciones de empresas turísticas y sus titulares en el Registro Nacional de Turismo”** son medidos de manera trimestral, a través del indicador: **“La inscripción de al menos 55 empresas nuevas y 50 renovadas, durante el año”** y de la meta: **“Fortalecer el Registro de Empresas Turísticas, mediante el incremento de inscripciones”**, los resultados del seguimiento se presentan de forma gráfica con el correspondiente análisis de resultados a continuación:

Inscripción de al menos 55 empresas nuevas al año

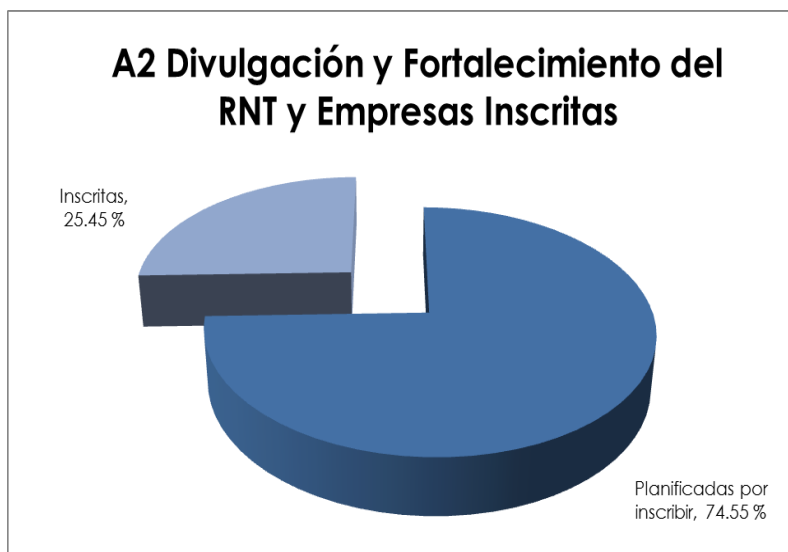


Tabla de Datos	2016	
No. de Empresas Nuevas Inscritas	Porcentual	Numérico
Planificadas anuales por inscribir al cierre del año	74.55%	41
Inscritas al segundo bimestre	25.45%	14
Total	100%	55

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En los meses de Marzo y Abril se inscribieron 2 y 1 empresas nuevas respectivamente. El indicador es con medición anual, por lo que se reporta un avance en la consecución de la meta de 25.45% correspondiente a 14 empresas nuevas inscritas en el período de: Enero a Abril /2016.

Inscripción de al menos 50 empresas nuevas al año

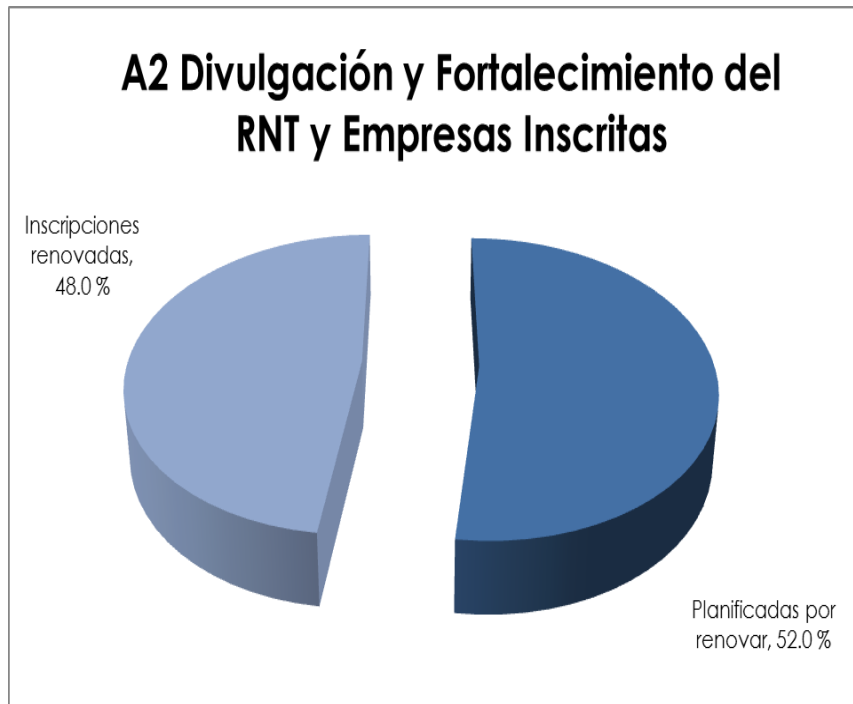


Tabla de Datos	2016	
No. de Empresas Renovadas	Porcentual	Numérico
Planificadas anuales por inscribir al cierre del año	52.0%	26
Inscritas al segundo bimestre	48.0%	24
Total	100%	50

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En los meses de Marzo y Abril renovaron su inscripción 6 y 9 empresas respectivamente. El indicador es con medición anual, por lo que se reporta un avance en la consecución de la meta de 48 %, correspondiente a 24 empresas que renovaron su inscripción en el período: de Enero a Abril /2016.

A3 – Programa de Asistencia al Turista (PROASISTUR)

El seguimiento al objetivo: **“Satisfacer las necesidades de información, orientación y acompañamiento de los visitantes nacionales y extranjeros, así como lo asistencia técnica a Gobiernos Locales, empresario, CDT, entre otros”** se realiza de manera anual, a través del indicador: **“Incremento de al menos el 23% de la afluencia turística en área de acción de los CAT, con relación al año anterior en las tres temporadas vacacionales”** y de la meta: **“Incremento de la afluencia turística en el área de acción de los Centros de Amigos del Turista (CAT) con relación al año anterior en las tres temporadas vacacionales”**, los resultados no son comparables de manera mensual, por lo que no se presentan en forma gráfica, a continuación se presenta el análisis de resultados del período: Marzo – Abril 2016.



Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se realizó la primer medición de la afluencia turística en las áreas de acción de los CAT, de 321,826 turistas estimados en 2015, para 2016 se reportan 473,795 turistas en área de acción de los CAT, esto representa un incremento en la afluencia turística de 47.22% con relación al año anterior.

➤ A4 – Fortalecimiento a los Comités de Desarrollo Turístico.

Los resultados del objetivo: **“Fortalecer el Recurso Humano CDT mediante jornadas de capacitación.”** son medidos de manera anual, por medio del indicador: **“Alcanzar al menos un promedio del 90% de satisfacción al cliente en los encuentros regionales de CDT realizados en el año”** y de la meta: **“Medir la satisfacción del cliente en los encuentros regionales de CDT”**., debido a que son eventos puntuales, programados a ejecutar en períodos específicos, no se presentan en forma gráfica, el análisis de resultados se describe a continuación:

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Los encuentros de CDT estaban planificados para el mes de mayo, se han reprogramado para los días 7,8,9 y 10 de junio por motivos de agenda y disponibilidad del ponente; ya se encuentra adjudicado el transporte, en proceso de recepción de ofertas local y comida; para el caso de la Juramentación de los CDT ya está adjudicado el servicio de refrigerio.



GERENCIA DE PLANIFICACIÓN

Asociada al objetivo estratégico: “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- Actualización del programa de Guías Turísticas de El Salvador.**

Los resultados del objetivo: “**Actualización del pensum de formación para guías turísticos nacionales y locales de El Salvador al año**” son medidos de manera anual, a través del indicador: “**Revisión de los tres documentos que forman el Programa de Guías turísticas de El Salvador**” y de la metas:

- 1) 3 Manuales de Facilitador
- 2) 3 Manuales de Participante
- 3) Software en marcha.
- 4) Personal de CORSATUR (4) capacitado.
- 5) Facilitadores (20) carnetizados.
- 6) Facilitadores (15) en cultura turística carnetizados.

A continuación se presenta el respectivo análisis de resultados para el bimestre en análisis:

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Los Términos de Referencia en proceso de elaboración y aprobación



➤ A2 – Apoyo en Programa de Calidad Turística

El objetivo: **“Sensibilizar a los diferentes actores del sector turismo de El Salvador en la importancia de mejorar sus servicios a través de la implementación de sistemas de calidad turística al año”** es medido de manera anual, por el indicador: **“Acciones de Sensibilización en temas de calidad ejecutadas en 2016”** y las metas:

- 1) 5 acciones de sensibilización en calidad turística
- 2) 150 actores turísticos sensibilizados.
- 3) 10 Mipymes certificadas

Debido a que son eventos puntuales, programados a ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos no se presentan en forma gráfica, por lo que se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

- 1) 5 acciones de sensibilización en calidad turística: Trabajo conjunto con comisión país en temas relacionados con el Sistema Integrado Centroamericano de Calidad y Sostenibilidad (SICCS).
- 2) 150 actores turísticos sensibilizados: En proceso de aprobación los términos de referencia (TDR).
- 3) 10 Mipymes certificadas: Para 2016 se implementará en empresas el sistema SICCS

➤ A3 – Capacitaciones en Guías Turísticos Locales y Nacionales y Cultura Turística

La cuantificación del objetivo: **“Mejorar las habilidades de los diferentes actores del sector turístico nacional al año”** se hace por medio del indicador: **“Capacitar Guías Turísticos en El Salvador”** y de la meta: **“Capacitar a 75 guías turísticos de diferentes zonas del país”**, el seguimiento de los resultados 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 a continuación se muestra el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En proceso de aprobación de términos de referencia.

➤ A4 - Fortalecimiento para actores especializados en la atención de cruceros turísticos

Los resultados del objetivo: **“Capacitar a actores del sector turismo con los programas de Certificación Internacional para Cruceros al año”** son medidos de manera anual, a través del indicador: **“Actores del Sector Cruceros Capacitados”** y de las metas:

- 1) 14 renovaciones de acreditación.
- 2) Capacitar a 25 actores clave de turismo de cruceros en El Salvador

Los resultados no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales, programados a ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos, a continuación se presenta el respectivo análisis de resultados.



Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

- 1) 14 renovaciones de acreditación: Contratación Directa programada para 2 semestre 2016.
- 2) Capacitar a 25 actores clave de turismo de cruceros en El Salvador: Contratación programada para 2 semestre 2016

➤ **A5 - Gestionar estrategias de fortalecimiento organizacional, orientada a la calidad y a la mejora continua, dentro del Sistema de Gestión de Calidad**

El objetivo: **“Mejorar el desempeño institucional a través de un alto rendimiento en los diferentes procesos que conforman el SGC anualmente”** es medido de manera anual, por medio del indicador: **“Superación de No Conformidades de la Auditoría a Externa 2015 al Sistema de Gestión de Calidad Institucional”** y de las metas:

- 1) **1 Auditoría Externa.**
- 2) **Lograr el 100% de superación de No Conformidades de la Auditoría Externa 2015**

A continuación se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

- 1) La Auditoría Externa está programada realizarse en Nov. 2016
- 2) Los Términos de Referencia para la contratación de un equipo de consultores que brindaran apoyo institucional para la superación de las No Conformidades de la Auditoría Externa 2015 está en proceso de autorización.

➤ **A6 - Fortalecer la Gerencia de Planificación mejorando la competitividad y calidad en la prestación de servicios**

Los resultados del objetivo: **“Optimizar el recurso informático de la Gerencia de Planificación en seguimiento a la mejora continua, en al menos 4 equipos al año”**, son medidos de manera anual, a través del indicador: **“% de cumplimiento en las reparaciones de los equipos informáticos de la Gerencia de Planificación”** y de la meta: **“Lograr el 100% de cumplimiento anual”**, los resultados no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales, programados a ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos, a continuación se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En proceso.



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.

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 del objetivo: **“Desarrollar herramientas de inversión turística para el sector”** que es cuantificado a través del indicador: **“Herramientas entregadas”** y la meta: **“2 herramientas desarrolladas”** 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):

A la fecha, se tienen autorizadas las solicitudes de materiales para pasar a UACI.

A2 - Programa Pueblos Vivos

El seguimiento a los resultados del objetivo: **“Dinamizar el Turismo Interno con la intervención de al menos 15% del No. de municipios inscritos en el Programa Pueblos Vivos 2016 al año”** a través del indicador: **“Municipios intervenidos”** y la meta: **“15 % del total de Municipios inscritos”**, se describen a continuación en el siguiente análisis:

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se estima iniciar el proceso de licitación pública en el mes de mayo.

A3 - 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 del objetivo: **“Mantener en funcionamiento los inmuebles de CORSATUR y observatorios turísticos a través de la contratación de servicios de mantenimiento, administración y seguridad”**, por medio del indicador: **“Servicios recibidos mensualmente”**, se presenta a continuación:

A3 Fortalecimiento al Funcionamiento de Anclas Turísticas

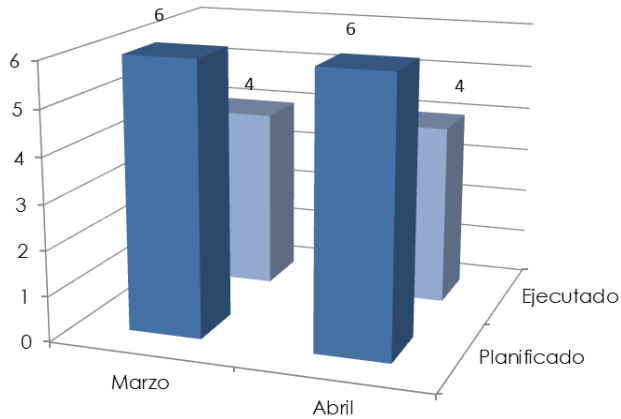


Tabla de Datos	2016		
No. de Actas de Satisfacción	Marzo	Abril	Total
Servicios Contratados	6	6	12
Servicios Recibidos	4	4	8
Cumplimiento	66.67%	66.67%	66.67%

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se han recibido los servicios de seguridad del CTPLL y Parque Nacional El Boquerón en los meses de marzo y abril de 2016, encontrándonos a la espera de solventar las observaciones por parte del contratista al informe del mes de marzo y a la presentación del informe del mes de abril para validar las actividades realizadas.

Para el Hotel de Montaña Cerro Verde, El Icacal, Bola de Monte y Mirador Planes de Renderos no se cuenta a la fecha con servicios contratados para el Mantenimiento de estos inmuebles ya que aún no se requieren.