

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

**Julio y Agosto  
2016**

## CONTENIDO

---

- 1. Objetivo**
- 2. Alcance**
- 3. Documentos Relacionados**
- 4. Responsabilidades**
- 5. Acciones desarrolladas durante Bimestre Julio y Agosto 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 Julio – Agosto 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 Julio 2016

---





### **Ingresos por turismo ascenderían a \$25.2 millones durante vacaciones agostinas**

El pasado 13 de julio, el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán anunció que El Salvador podría recibir a 45,824 visitantes durante el período de vacaciones de agosto, lo que representaría un crecimiento del 3% si se compara con el mismo período del año anterior.

De acuerdo a las proyecciones, se prevé el ingreso de 35,105 turistas vía terrestre, a través de las diferentes fronteras; 10, 719 ingresarían vía aérea, éste último reportando un crecimiento del 2.6%, respecto al 2015.

El titular de la Cartera de Turismo estimó que el gasto total realizado por los visitantes internacionales alcanzaría los \$25.2 millones, un 13.5% más que el año pasado, cuando se percibieron \$22.2 millones.

Por ser una temporada vacacional propia de los capitalinos, las autoridades esperan que los salvadoreños hagan turismo interno, alcanzando los 165, 307 viajes. Las cifras revelan que esto representaría un incremento del 15%, respecto al año anterior.

Las autoridades lanzaron campaña denominada "Descubre tu aventura", que invita a los salvadoreños a descubrir nuevos atractivos de El Salvador, a conocer diferentes circuitos y los destinos que los componen, promoviendo la pernociación y el gasto turístico.

### **MITUR convocó a 83 municipios de la zona oriental para validar apuesta al turismo**

El Ministerio de Turismo realizó en San Miguel el primer encuentro regional de Comités de Desarrollo Turísticos (CDT) de la zona oriental, iniciativa que consolida la apuesta decisiva por potenciar el desarrollo económico y local de los municipios a través del turismo.

Los encuentros de CDT contribuyen a la especialización de los principales actores locales y referentes de turismo, en temas relacionados con la comercialización de su oferta turística mediante la creación de paquetes turísticos.

Este año, los CDT tendrán un nuevo enfoque basado en la proporción de técnicas que faciliten la formulación de estrategias creativas e innovadoras orientadas al desarrollo de ventajas competitivas en los territorios, a fin de convertirlos en circuitos con oferta turística de calidad.

El evento convocó a más de 400 personas miembros de 91 CDT de la zona oriental, los cuales se promueven a través de 18 circuitos turísticos en la que participan 82 municipios de oriente. A nivel nacional se han conformado 262 CDT.

Las autoridades esperan que los participantes fortalezcan las capacidades de planificación y gestión de los miembros de los diferentes CDT a nivel nacional para lograr que sus localidades se desarrollen turísticamente.

Al finalizar el 2016, se espera que un total de 9.4 millones de salvadoreños realicen viajes de turismo interno en el país, lo que representaría un crecimiento del 15% si se compara con el año 2015.

En cuanto a ingresos por turismo interno en 2015, se reportó un gasto por turismo en el territorio de \$128.2 millones, para este año dicha cifra superaría los \$145.2 millones.

### **MITUR convocó a 62 municipios para incentivar apuesta al turismo**

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, inauguró el segundo encuentro regional de Comités de Desarrollo Turísticos (CDT) correspondiente a la zona paracentral, logrando reunir a 232 actores turísticos.





El objetivo principal ha sido incentivar la apuesta decisiva al desarrollo del turismo en los municipios como herramienta de desarrollo económico y local.

Los Encuentros Regionales de CDT nacen como un espacio desde el cual se trabajan temas de interés turístico, con una metodología de talleres y jornadas de capacitación.

En la zona paracentral se encuentran 12 circuitos turísticos, entre estos: Rincones Coloniales entre Lagos "Destino de Historia y Cultura por Conocer", El Misterio de Cuscatlán, Tierras Fascinantes, Pueblos Pintorescos de la Fe y del Sabor, Caminos hacia el Mar, La Riqueza de los Nonualcos, Circuito Panorámico de Cumbres y Xilotes, entre otros.

Circuitos que pertenecen a los 62 municipios de los departamentos de: La Paz, Cuscatlán, Cabañas y San Vicente, representados en 58 Comités de Desarrollo Turístico y Gobiernos Locales.

Los encuentros de CDT contribuyen a la especialización de los principales actores locales y referentes de turismo, en temas relacionados con la comercialización de su oferta turística mediante la creación de paquetes turísticos.

Asimismo proporcionan técnicas que faciliten la formulación de estrategias creativas e innovadoras orientadas al desarrollo de ventajas competitivas en los territorios, a fin de convertirlos en circuitos con oferta turística de calidad.



## Acciones desarrolladas durante Agosto 2016





## MITUR busca impulsar inversión turística de las pequeñas y micro empresas

El pasado 10 de agosto, el ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán lanzó oficialmente el libro "Multidimensionalidad de las cadenas de valor turísticas, eje de desarrollo clave para la inversión turística en El Salvador. Un estudio de caso en el departamento de La Libertad", el cual busca articular e impulsar inversiones de los micro y pequeños, empresarios y fortalecer el desarrollo de los destinos.

El estudio se llevó a cabo en el departamento de La Libertad, en los municipios de Chiltiupán, Comasagua, Puerto de La Libertad y Tamanique.

La investigación arrojó que el rubro produce un impacto en las comunidades, mejorando las condiciones de vida de la población a través de la generación de empleo, incremento de los ingresos y permite el dialogo intercultural entre turistas y locales.

Los insumos del estudio escrito fueron recopilados por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (IFAD), Ministerio de Turismo, Corporación Salvadoreña de Turismo y Ministerio de Economía.

El documento también recopila estadísticas sobre el turismo mundial, centroamericano y el turismo en El Salvador, como marco referencial para el estudio y plasmar el impacto económico del turismo en el país.

## Turismo reportó histórico ingreso en vacaciones agostinas

El ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán dio a conocer cifras históricas respecto al ingreso de visitantes y divisas generadas al sector turístico durante las vacaciones agostinas.

El funcionario destacó que en el período vacacional el ingreso de visitantes incrementó el 12.3%, respecto al año anterior.

Las estadísticas revelan que un total de 49,972 extranjeros hicieron turismo en El Salvador, el año pasado la cifra fue de 44,489.

A continuación se detalla los principales indicadores de la temporada:

- Ingresos vía terrestre: 38,093, representando un 11.9% de crecimiento con respecto al año 2015 (34,037).

- Ingresos vía aérea: 11,879 turistas, un 13.7% más si se compara con el 2015 cuando se registraron 10,452.

- La derrama económica por el ingreso de visitantes alcanzó los \$27.04 millones, representando un incremento del 21.8%. En 2015 se reportaron \$22.2 millones.

- El gasto diario promedio se estima en \$120, con una estadía de 5.8 noches.

- Se contabilizan un total de 68,093 salvadoreños que vacacionaron fuera de las fronteras, 12.2% respecto al año anterior, cuando 60,689 salieron del país.

- La ocupación hotelera rondó del 52.10% al 79.00% en playas; del 34.40% al 74.00% en hoteles de montaña; entre un 40.61% y 85.00% en la zona rural y del 34.86% al 68.00% en los hoteles de ciudad.

- Se estima que 578,417 personas realizaron turismo interno en El Salvador, registrando 165,307 viajes de salvadoreños a diferentes rutas y destinos turísticos. En 2015 se reportaron 143,746 viajes y en 2014 se estimaron 101,775.



## MITUR realizó rueda de negocios en EE.UU junto a empresarios salvadoreños

El ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán realizó una gira por tres ciudades de los Estados Unidos, con el fin de fortalecer la promoción de El Salvador en dicho mercado y apoyar a las empresas turísticas en la comercialización del destino.

La Caravana Turística se desarrolló del 16 al 19 de agosto, iniciando en la ciudad de Chicago, luego Nueva York y Washington.

En total fueron cinco empresarios salvadoreños quienes a través de un encuentro privado uno a uno, sostuvieron acercamientos de negocios con mayoristas y agencias de viajes de los Estados Unidos, estos últimos encargados de vender paquetes vacacionales fuera de dicho país a través de alianzas con touroperadores locales.

Las empresas turísticas que participan en la caravana turística son: Hotel Los Almendros de San Lorenzo, Nanch Tours, Salvadorean Tours, Epic Tours y Avitours.

Durante el encuentro se estima que cada empresario podría sostener al menos 30 citas de negocios.

El pasado 16 de agosto, el funcionario sostuvo un encuentro con la cónsul de El Salvador en Chicago, Patricia Meza, y un grupo de salvadoreños a quienes expusieron el crecimiento del turismo en El Salvador, así como las oportunidades y beneficios de inversión en el país.

Asimismo, sostuvieron un encuentro con la aerolínea UNITED, con quien se busca estrechar lazos que permitan fortalecer la promoción del país a través de sus canales de información aérea.

Posteriormente, se realizó el encuentro privado con mayoristas que incluye una presentación País, exposición de los avances en turismo, desarrollo de infraestructura, así como el encuentro uno a uno con empresarios salvadoreños y mayoristas.

Al cierre del 2015, El Salvador recibió 1.9 millones de visitantes internacionales, de los cuales 447,628 provenían de los Estados Unidos, lo que representó un crecimiento 3.67% si se compara con el año 2014. Norteamérica (Canadá, EE.UU. y México) representa el segundo mercado más importante en la emisión de turistas al país, con el 36%.

## 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	Julio	Agosto
Planificado	1	1
Ejecutado	2	1



### **Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):**

En el mes de Julio, se realizaron 2 reuniones de Junta Directiva y en el mes de Agosto se llevó a cabo 1 reunión de Junta Directiva, haciendo un total de 3 reuniones en el período analizado.

#### ➤ **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 análisis de resultados obtenidos de la operatividad de la macroactividad en cuestión:

### **Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):**

No hubo delegación de Junta Directiva para misiones oficiales en el período en cuestión, a la fecha se ha contabilizado 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 el análisis 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: Julio - Agosto 2016 con su respectivo análisis de resultados.

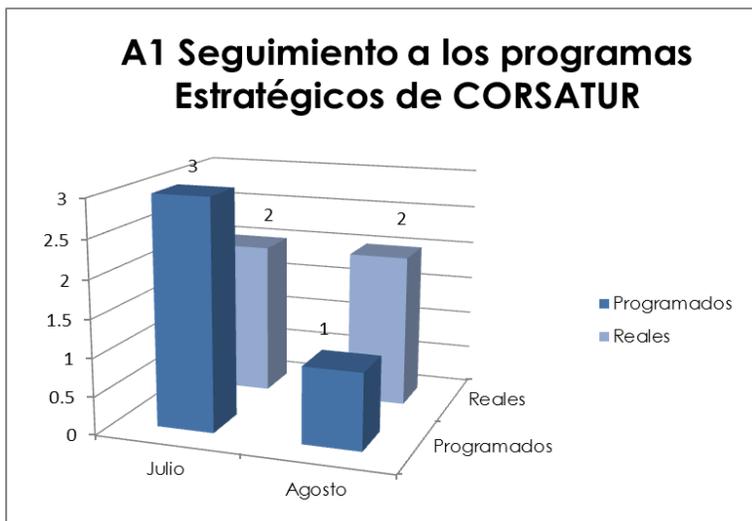


Tabla de Datos	2016	
Número de Informes a recibir	Julio	Agosto
Programados	3	1
Reales	2	2

Nota. El informe pendiente de Julio fue entregado en el mes de Agosto.

### Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No. de informes	Bimestre (Julio – Agosto)
Planificados	4
Recibidos	4
Porcentaje de Cumplimiento	100.0%



## ➤ 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.

### **Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):**

Al evaluar el período: Julio -Agosto 2016, se verificó que no fue delegada a 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 Julio – Agosto 2016.

### **Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):**

Gestión de compra en proceso.

## ➤ A4 – Gestión de Capacitaciones a Nivel Gerencial

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

### **Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):**

Los fondos para esta macroactividad fueron reasignados por lo que esta acción no será ejecutada.



## 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 Julio – Agosto 2016:

#### **Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):**

El proceso de digitalización finalizó en el mes de julio 2016, se digitalizó el 100% de los expedientes de Licitaciones (Abierta y Pública) de 2014, haciendo un total de 8, según detalle: 6 Públicas y 2 Abiertas. En función de optimizar los recursos del proyecto se digitalizaron 3 expedientes de Contratación Directa 2014 y 8 de Licitación Pública del 2015.

## 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 Julio y Agosto / 2016 se hicieron 6 solicitudes y 17 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 debido a que son eventos puntuales, a continuación se presenta el respectivo análisis de resultados.

#### **Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):**

El evento fue realizado en fecha 22 de agosto de 2016, cumpliendo el objetivo de la entrega de 100 ejemplares.



### 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):

- Esta acción fue realizada en Julio / 2016 actualizando la información de los 25 ítems solicitados en el Art 10. Correspondiente.
- La nota obtenida y vigente en el portal es de 9.3, obteniendo una nota mayor a la mínima programada (8.0).

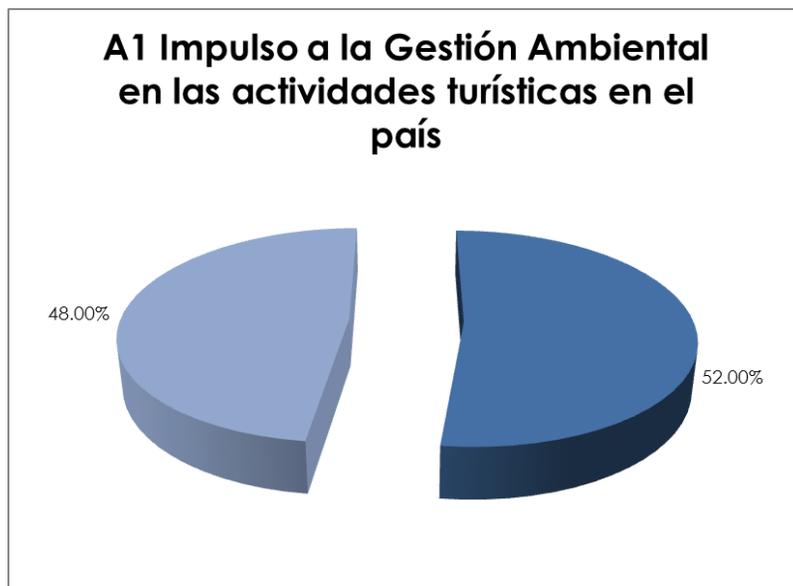
## UNIDAD AMBIENTAL

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**.



Numero de Personas Sensibilizadas hacia la gestión medioambiental	Porcentual	Numérico
Por sensibilizar	52.00%	52
Sensibilizadas al Cuarto Bimestre	48.00%	48
Total	100.00%	100

### Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Total de personas sensibilizadas a la fecha: 48 personas, que corresponden al 48% de la meta, que es 100 personas sensibilizadas al año.

El detalle de eventos cuantificados con las personas sensibilizadas se presenta a continuación:

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
✓ En el marco del proceso de Formación de Guías de Sitio Histórico: La Montañona, Chalatenango, desarrollado con Gerencia de Planificación a través de Asistencia Técnica, se capacitó en temas como: <ul style="list-style-type: none"> <li>Patrimonio Natural de El Salvador: desarrollado en las siguientes fechas: 25-05-2016, 30/05/2016, 13/06/2016, 20/06/2016.</li> <li>Protocolos de guiado en áreas naturales y turismo responsable: llevado a cabo el 8/08/16</li> </ul>	8	6	14
<b>Total de sensibilizados desde enero hasta el 31 de agosto 2016</b>	24	24	48

## 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":

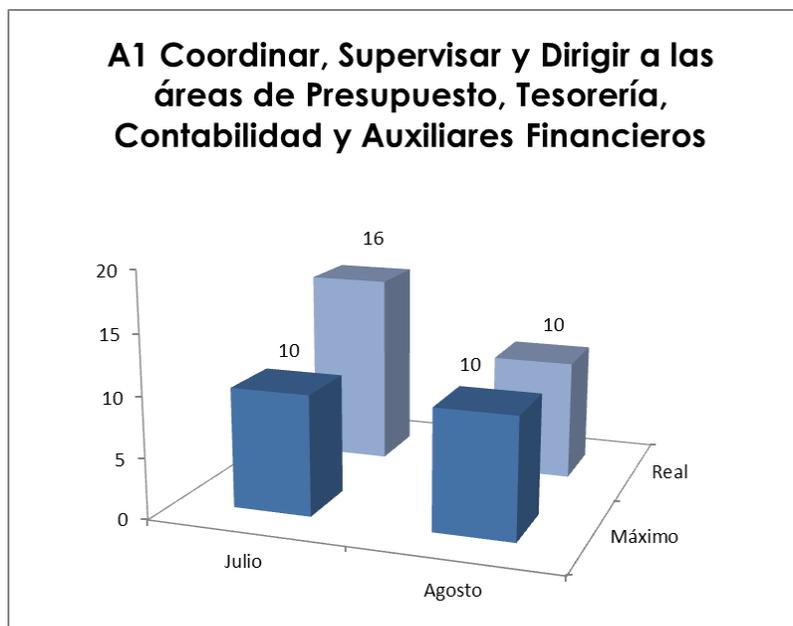


Tabla de Datos	2016	
Tiempo (días hábiles) de entrega de informe de Recaudación del Fondo de Contribución Especial	Julio	Agosto
Máximo	10	10
Real	16	10

#### Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

##### Julio

Tiempo máximo para entrega del informe del mes de Junio: 10 días hábiles.

Tiempo real de entrega: 16 días hábiles.

##### Agosto

Tiempo máximo para entrega del informe del mes de Julio: 10 días hábiles.

Tiempo real de entrega: 10 días hábiles.

**El tiempo de entrega de la información para el mes de Agosto fue cumplido, mas sin embargo no fue así para el mes de Julio.**

**En conclusión: para el bimestre en análisis, el promedio de tiempo de entrega fue de: 13 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 Julio - Agosto 2016:

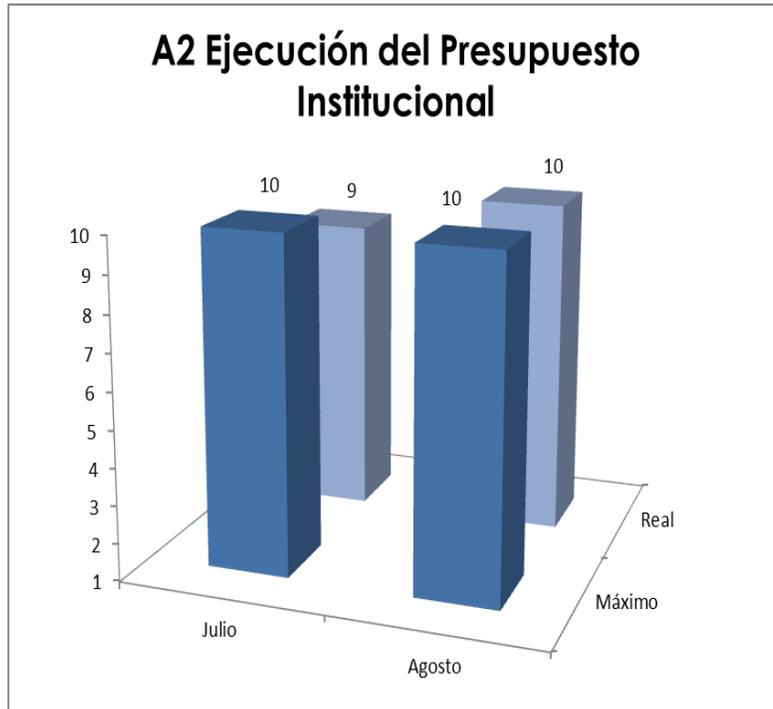


Tabla de Datos	2016	
Tiempo (días hábiles) de entrega del Informe Presupuestario	Julio	Agosto
Máximo	10	10
Real	9	10

**Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):**

**Julio**

Tiempo máximo para entrega: 10 días hábiles.  
Tiempo real de entrega: 9 días hábiles.

**Agosto**

Tiempo máximo para entrega: 10 días hábiles.  
Tiempo real de entrega: 10 días hábiles.

**El tiempo de entrega de la información para los meses de Julio y Agosto fueron cumplidos.**

**En conclusión: para el bimestre en análisis, el promedio de tiempo de entrega fue de: 9.5 días hábiles, cumpliendo así los tiempos de entrega programados durante el período en cuestión.**

➤ **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: Julio – Agosto 2016 se presenta a continuación:



### **Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):**

#### **Julio**

Tiempo máximo para entrega: último día hábil del mes

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

#### **Agosto**

Tiempo máximo para entrega: último día hábil del mes

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

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

### ➤ **A4 – Cierres Mensuales**

El seguimiento cualitativo de la meta **“Elaborar y preparar Cierres Contables mensuales en los primeros 10 días calendario de cada mes y Cierres Anuales entre los primeros 13 días hábiles del mes de Enero del año siguientes, para ser presentados a la Dirección General de Contabilidad Gubernamental (DGCG) - Ministerio de Hacienda”** 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: Julio – Agosto 2016 se presenta a continuación:

### **Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):**

#### ✓ **Cierres Contables Mensuales**

##### **Julio:**

Tiempo máximo para entrega del informe del mes de Junio: el día 10

Tiempo real de entrega: se entregó el 26 de agosto (16 días de desfase)

##### **Agosto:**

Tiempo máximo para entrega del informe del mes de Julio: el día 10.

Tiempo real de entrega: no se ha presentado (al término del mes de agosto se contabilizan 21 días de desfase)

**El informe correspondiente al mes de Julio, será entregado a la brevedad.**

#### ✓ **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: Julio – Agosto 2016

**Indicador:**

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

**Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):**

En el período: Julio – Agosto / 2016 se recibieron y atendieron 149 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 8 meses del año (enero, febrero, marzo, abril, mayo, junio, julio y agosto), alcanzando un porcentaje de seguimiento en la ejecución de 66.67%.

**Indicador:**

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

**Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):**

Se ha recibido el servicio correspondiente a 8 meses del año (enero, febrero, marzo, abril, mayo, junio, julio y agosto), alcanzando un porcentaje de seguimiento en la ejecución de 66.67%.



### ➤ **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):**

Para el período: Julio – Agosto, se cumplieron los 9 mantenimientos que se tenían programados, logrando un porcentaje de ejecución del 100 % 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 401 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”**, con su respectivo análisis de resultados, se presenta a continuación:

**Indicador:**

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

**Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):**

Se recibieron y atendieron 242 solicitudes de requerimientos tecnológicos en el período: Julio – Agosto / 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):**

De las 7 actividades programadas para el período: Julio – Agosto 2016, se cumplieron 6, logrando un porcentaje de ejecución de 85.71%.

## UNIDAD AUDITORÍA 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: Julio – Agosto 2016.

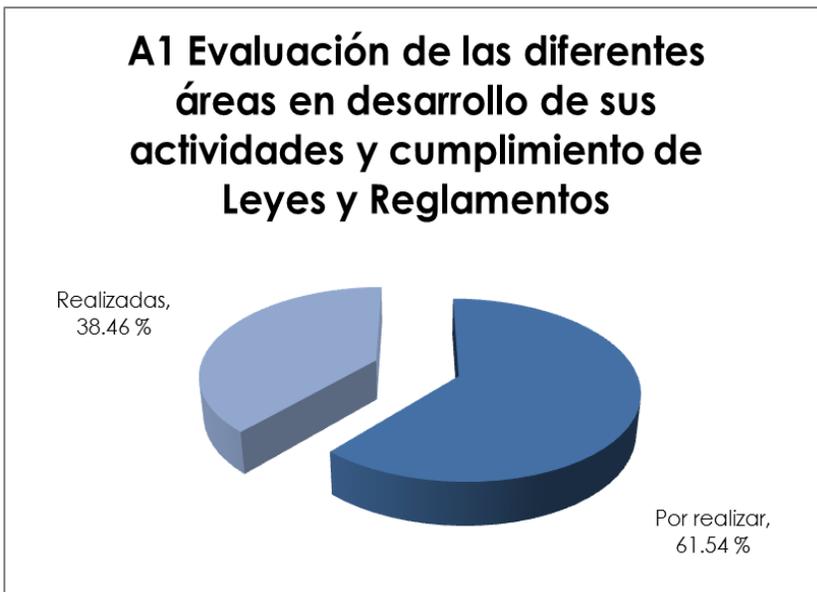


Tabla de Datos	2016	
Informes	Porcentual	Numérico
Por realizar	61.54%	8
Realizados al Cuarto Bimestre	38.46%	5
Total	100.00%	13

#### Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

Se realizó Examen Especial a Gerencia de Mercadeo - Inteligencia de Mercado y Examen Especial - Arqueo al Fondo Circulante de Monto Fijo; en el desarrollo de los procedimientos de auditoría al área examinada, no se encontraron deficiencias u observaciones; y están en proceso el Examen Especial a las Disponibilidades 1er.semestre del 2016, Examen Especial a Gerencia de Mercadeo-Promoción y Publicidad, Examen Especial de Verificación de Disposiciones sobre el Ahorro y Austeridad 1er. Semestre 2016, examen Especial al Proceso de Compras de Bienes y Servicios del período del 01 de enero al 30 de junio de 2016.

A la fecha se han realizado 5 exámenes especiales de 13 programados en el Plan de Trabajo Anual 2016, logrando un porcentaje de seguimiento a la ejecución de 38.46 %.



## ➤ 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: Julio - Agosto 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:

#### **Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):**

En el período de Julio y Agosto / 2016 se realizaron 63 y 31 opiniones respectivamente en sus diferentes modalidades, la periodicidad para el indicador es anual, por lo que al mes de Agosto se ha alcanzado un cumplimiento de 114.22 %. (466 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 Julio y Agosto / 2016 se realizaron 7 y 5 servicios notariales respectivamente, la periodicidad para el indicador es anual, por lo que al mes de Agosto se han cuantificado: 83 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 cuantificado a través del indicador: **“Estadísticas de eventos, reuniones, capacitaciones”** y la meta: **“Lograr el 60%”**, a continuación se presenta el análisis de resultados correspondiente al período: Julio - Agosto 2016.

#### **Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):**

Los eventos realizados por la institución en el transcurso del año 2016, en los cuales se cuantifica el impulso de la participación de las mujeres, se detallan a continuación:

PROCESO	Porcentajes de Participación	
	HOMBRES	MUJERES
<b>Enero-Febrero</b>		
✓ Clausura de Capacitaciones 2015 (Portugués e Inglés) / 11 de Febrero	60 %	40 %
✓ Juramentación del Comité Departamental de Sonsonate / 12 de Febrero	58 %	42 %
<b>Marzo-Abril</b>		
✓ Clausura del Programa de Guías Turísticos Locales 2015 / 31 de marzo	46.59%	53.41%
<b>Mayo-Junio</b>		
✓ Campeonato de Surf WSL / Del 15 al 19 de junio	0%	100%
<b>Julio-Agosto</b>		
✓ Encuentros de Comités de Desarrollo Turístico (CDT's). Realizados en la zona oriental, zona central, zona paracentral y zona oriental / Del 16 al 22 de Julio	47.03%	52.97%
<b>Promedio de participación</b>	<b>42.32%</b>	<b>57.68%</b>



A la fecha el promedio de participación de mujeres es de 57.68% de 60% que es la meta a lograr para el año 2016, con esta cuantificación se obtiene el 96.13% 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 de los porcentajes de participación de los eventos realizados por CORSATUR 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: Julio - Agosto 2016.

### **Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):**

No se realizaron acciones de sensibilización para el personal de CORSATUR en el bimestre en análisis. Cabe mencionar que el indicador es anual, a la fecha el seguimiento al cumplimiento de la meta es de 15.83%.



## GERENCIA DE MERCADEO

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

### ➤ A1- Programa Marca Destino

Los resultados 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**

#### **Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):**

1. En los meses de: Enero, Mayo, Junio, Julio y Agosto se ha realizado la campaña de promoción institucional, denominada “Despunte turístico”, la cual da a conocer el acontecer turístico en cuanto a avances y logros en el rubro, dicha campaña ha tenido una exposición en los medios: radio, prensa y medios digitales (En el mes de Enero) y TV (En los meses de Mayo, Junio, Julio y Agosto).
2. Con el objeto de promover el turismo interno en la temporada vacacional de Semana Santa se realizó en el periodo de Febrero - Mayo la campaña denominada “Vení a pasear”, la cual fue difundida en medios como TV, Radio, Medios digitales, exteriores y redes sociales.
3. Para la temporada de Agosto se realizó la campaña “Descubre tu aventura” con el objetivo de promover el turismo interno en la temporada vacacional, los medios de exposición fueron: TV, Radio, Redes sociales y medios exteriores.
4. En el mes de Agosto se llevó a cabo la campaña para la promoción de la feria Pueblos Vivos Circuitur 2016, la cual tuvo una exposición en TV, Radio, Prensa, medios exteriores y redes sociales.

A la fecha se han realizado 4 campañas, obteniendo un porcentaje de cumplimiento de 133.33%.

**Indicador:**

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

**Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):**

1. 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 realizó en el periodo de Marzo – Mayo 2016.

Con el objetivo de atraer al turista Guatemalteco y aprovechando su bonificación en el mes de Julio llamada "bono 14" se relanzó la campaña "Cerca de ti" dirigida al mercado Guatemalteco, la cual tuvo exposición de Junio a Julio en los siguientes medios: pasarelas digitales de la ciudad de Guatemala, y medios digitales (publicidad en la web, redes sociales) .

Para la promoción de El Salvador a nivel internacional se realizó la campaña de mantenimiento "Cerca de Ti - Honduras" , la cual tuvo exposición en los siguientes medios: pantallas digitales, publicidad en redes sociales, publicidad en los periódicos digitales ([www.laprensa.hn](http://www.laprensa.hn); [www.elheraldo.hn](http://www.elheraldo.hn)) y en TV- CABLE (TIGO) en los siguientes canales TNT, SONY y WARNER. Esta campaña se realizó con el objetivo de dar mantenimiento y atraer al turista hondureño para la temporada de las festividades agostinas, haciendo hincapié en la oportunidad de disfrutar cerca de su país los diferentes atractivos turísticos que posee El Salvador. Dicha campaña se realizó en el período comprendido del 15 de julio al 15 de agosto del 2016.

2. En el mes de Abril 2016, con el objeto de promover a El Salvador como un destino turístico se realizó en conjunto con AVIANCA la campaña denominada "Descubre Centro América", la cual promovió a nuestro país en países como Colombia y Costa Rica, en la cual AVIANCA ofreció una tarifa preferencial para venir a El Salvador, los medios de exposición fueron: Prensa, pantallas digitales y redes sociales.

A la fecha se tiene un porcentaje de cumplimiento del 100.0%, ya que se realizaron 2 campañas publicitarias a nivel internacional tal y como lo habían planificado para el año 2016.

**Indicador:**

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

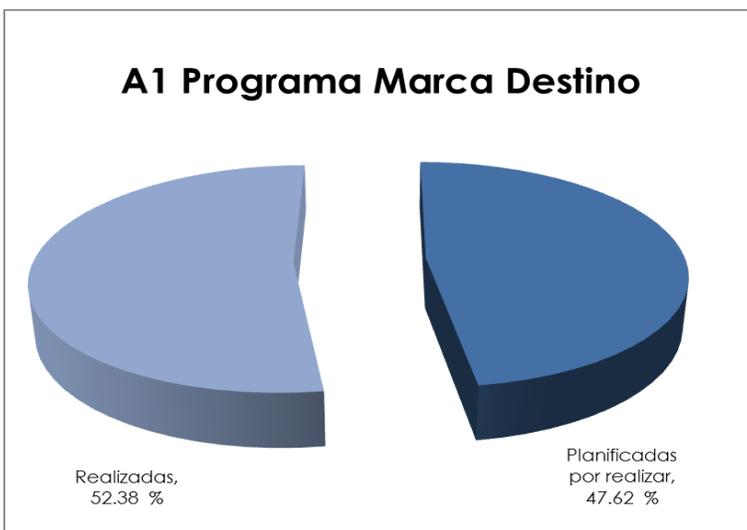


Tabla de Datos	2016	
No. de Ferias Internacionales	Porcentual	Númérico
Planificadas por realizar al finalizar el año	47.62%	10
Realizadas al cuarto bimestre	52.38%	11
Total	100.00%	21

**Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):**

En el período: Julio – Agosto / 2016 no se participó en ninguna Feria Internacional.

A la fecha se ha participado en 11 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 52.38 %, ya que la cuantificación de la meta es anual.

**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 período: Julio-Agosto 2016.

**Análisis de Resultados:**

- El lanzamiento de productos está planificado para el segundo semestre del año.
- Está en ejecución el desarrollo de los productos Sol y Playa, Centro Histórico y Ruta de los Volcanes.
- 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)**

**Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):**

Al mes de junio 2016 se realizaron las 5 investigaciones que se tenían programadas, por lo que a la fecha se ha cumplido con el 100% de lo planificado.

➤ **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**

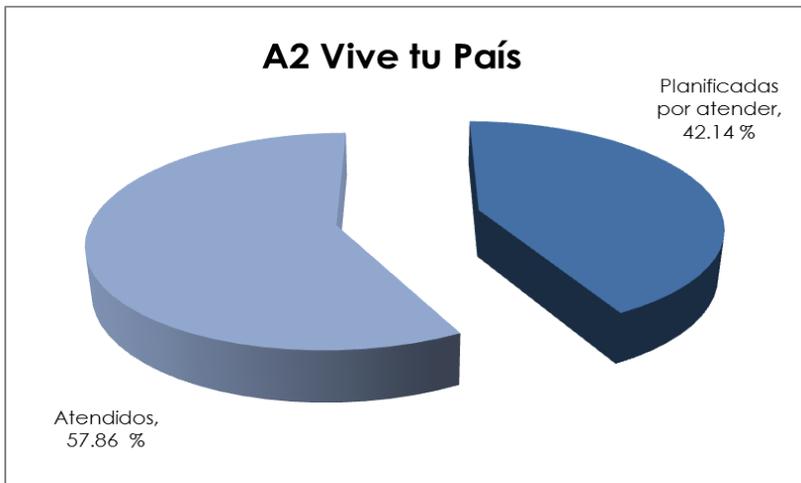


Tabla de Datos	2016	
Personas atendidas en viajes de familiarización y prensa	Porcentual	Numérico
Planificadas por atender en el transcurso del año	42.14%	59
Atendidas al cuarto bimestre	57.86%	81
Total	100.00%	140

**Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):**

En el mes de Julio y Agosto se atendieron 34 y 8 personas respectivamente, al término del mes de Agosto se contabilizaron 81 personas atendidas de un total de 140 planificadas a atender en el transcurso del presente año, alcanzando un porcentaje de seguimiento de de 57.86 %, 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.

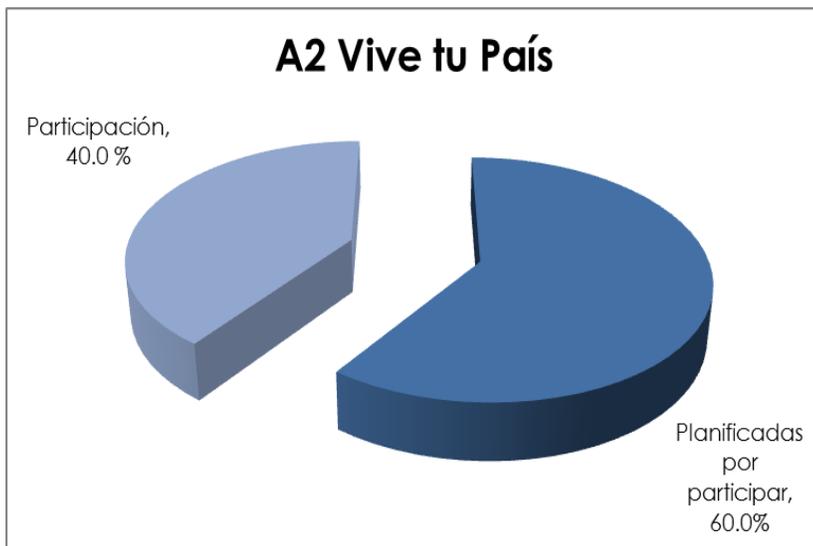


Tabla de Datos	2016	
No. de Ruedas de Negocios	Porcentual	Númérico
Planificados por participar al finalizar el presente año	60.0%	3
Participación al cuarto bimestre	40.0%	2
Total	100.00%	5

**Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):**

En el período: Julio – Agosto / 2016 no se realizó ninguna rueda de negocios  
 A la fecha se han realizado 2 ruedas de negocios de 5 planificadas, manteniendo un porcentaje de seguimiento al cumplimiento de ejecución de 40%.

**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):**

En el mes de Agosto se realizó la Caravana Turística Estados Unidos (Chicago - New York - Washington).  
 A la fecha se ha realizado 1 caravana turística de 4 planificadas, logrando un porcentaje de seguimiento al cumplimiento de ejecución de 25%.

### ➤ 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: Julio – Agosto 2016, se describe a continuación:

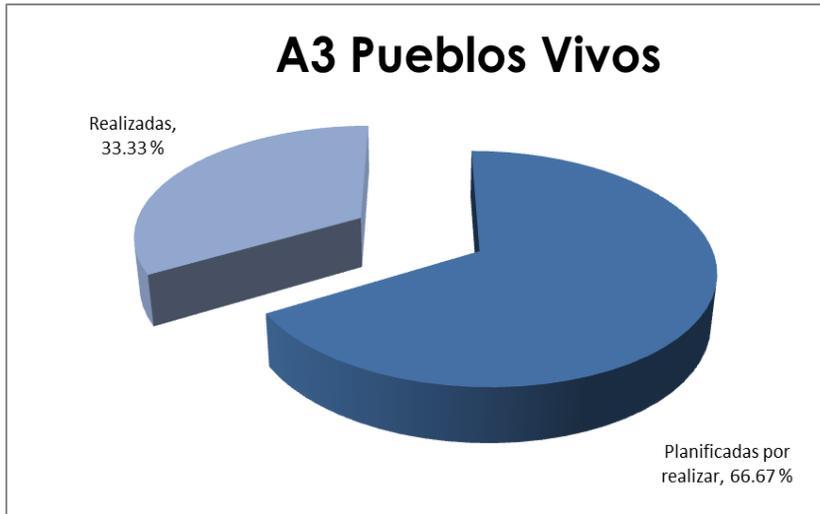


Tabla de Datos	2016	
	Porcentual	Numérico
No. de eventos		
Planificadas por realizar al finalizar el presente año	66.67%	2
Realizados al cuarto bimestre	33.33%	1
Total	100.00%	3

#### **Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):**

El evento de la realización de la Feria Pueblos Vivos se tiene planificado a realizar en el mes de Septiembre y el evento de Premiación para el cuarto trimestre.

Con la realización del evento del lanzamiento de la Feria Pueblos Vivos Circuitur 2016, se ha alcanzado un nivel 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 Julio y Agosto de los años 2015 y 2016 se presenta a continuación:

	Mes		Total
	Julio	Agosto	
Año			
2015	317	257	574
2016	282	259	541
Diferencia	-35	2	-33



En el período Julio – Agosto se observa que hubo una disminución de 33 personas que se beneficiaron con el programa Stop Over con respecto al año anterior.

A la fecha se tiene un acumulado de 1452 personas que han hecho uso del Programa Stop Over para el año 2016 contra 691 que lo hicieron el año 2015, obteniendo a la fecha un incremento de 761 personas más que el año anterior.

#### ➤ 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 Julio – Agosto 2016 de detallan a continuación:

No.	Evento	Fecha	Lugar
1	EXPOVACACIONES (13ª edición)	9 y 10 de Julio	Centro Internacional de Ferias y Convenciones (CIFCO), San Salvador
2	Conferencia de Prensa: Lanzamiento Campaña Descubre tu Aventura	13 de Julio	Salón de Usos Múltiples (SUM) de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR)
3	FERIA TURISTICA LA UNION	Del 1 al 7 de Agosto	Instalaciones Anexas a la Escuela Club de Leones de la Ciudad de La Unión.
4	Conferencia de Prensa: Resultados Temporada Agostina / 2016	11 de agosto	Salón de Usos Múltiples (SUM) de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR)
5	Rendición de Cuentas	22 de Agosto	Salón de Usos Múltiples (SUM) de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR)
6	INJUVE	26 y 27 de agosto	Centro Internacional de Ferias y Convenciones (CIFCO), San Salvador

Se realizaron 6 eventos de 6 programados para el período: Julio – Agosto 2016, el porcentaje de ejecución para el periodo en análisis es de 100.0 %.

## 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: Julio – Agosto 2016.

#### Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

El 30 de junio de 2016 se presentó ante la Asamblea Legislativa El Informe de Labores, entregando 100 ejemplares.

El resto de los ejemplares será puesto a disposición a la bodega, para ser entregados a instancias o personas que así lo requieran.

### ➤ 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:

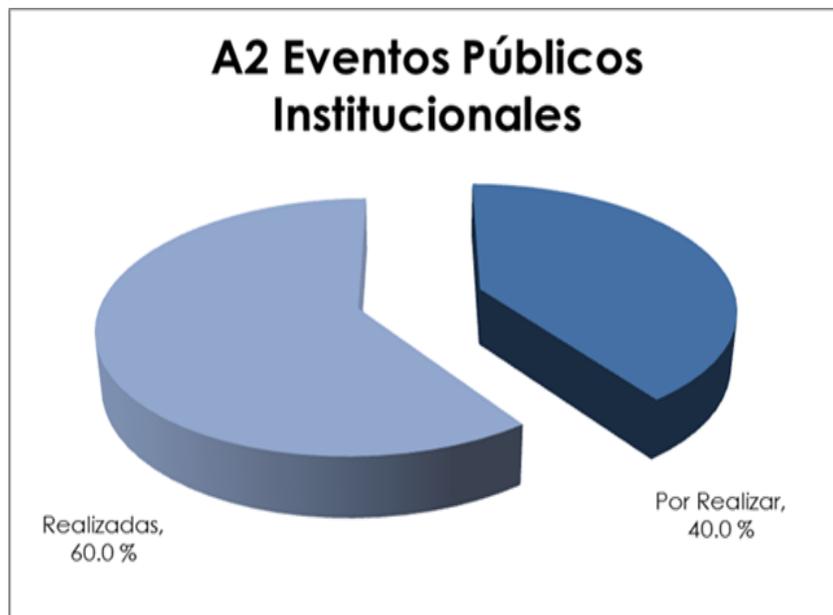


Tabla de Datos	2016	
No. de Comunicados de Prensa	Porcentual	Númérico
Planificadas por realizar al cierre del año	40.00%	50
Realizadas al Cuarto Bimestre	60.00%	75
Total	100.00%	125

**Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):**

En los meses de Julio y Agosto / 2016, se publicaron 4 y 4 comunicados de prensa respectivamente, haciendo un total acumulado a la fecha de 75 de 125 comunicados de prensa planificados a elaborar en el transcurso del año 2016, logrando un porcentaje de seguimiento a la ejecución de 60.0 % al término del período Enero – Agosto/ 2016.

➤ **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:

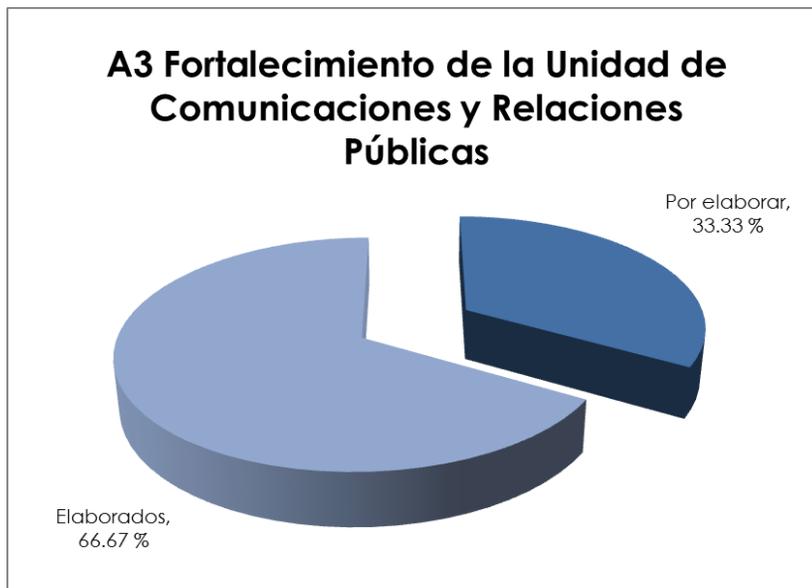


Tabla de Datos	2016	
No. de informes valorados	Porcentual	Numérico
Planificadas por elaborar al cierre del año	33.33%	4
Elaborados al cuarto bimestre	66.67%	8
Total	100.00%	12

**Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):**

Se han elaborado 8 informes de valoraciones de publicity correspondiente a los meses de Enero, Febrero, Marzo, Abril, Mayo, Junio, Julio y Agosto obteniendo un porcentaje de seguimiento a la ejecución de 66.66%.

## 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):**

A la fecha se han realizado Citytours como apoyo a 49 circuitos turísticos y se han brindado Asistencias Técnicas a 53, la realización de estos proyectos son en función de dar continuidad al fortalecimiento de diferentes Circuitos Turísticos del país.

### 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

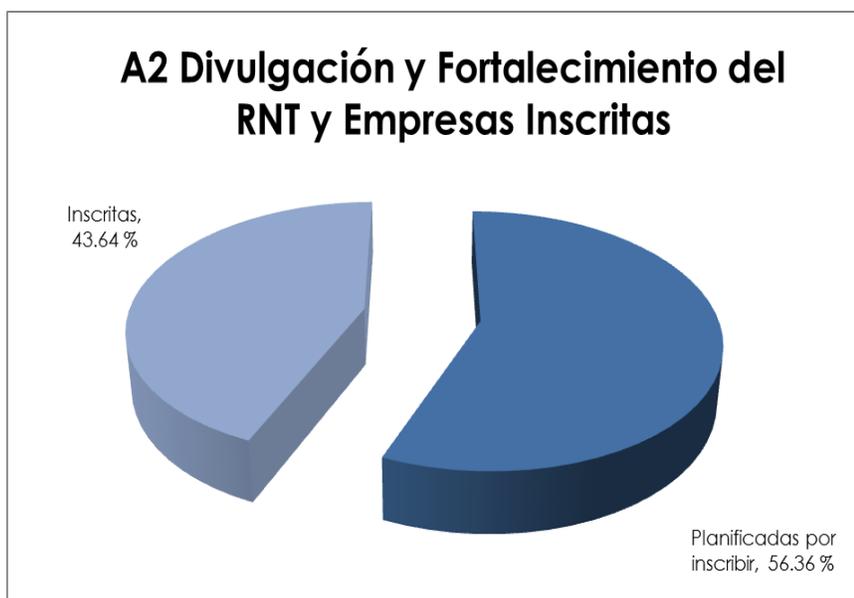


Tabla de Datos	2016	
No. de Empresas Nuevas Inscritas	Porcentual	Numérico
Planificadas anuales por inscribir al cierre del año	56.36%	31
Inscritas al cuarto bimestre	43.64%	24
Total	100%	55

### Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En el período Julio - Agosto se inscribieron 4 empresas nuevas en el mes de Julio. El indicador es con medición anual, por lo que se reporta un avance en la consecución de la meta de 43.64 % correspondiente a 24 empresas nuevas inscritas en el período de: Enero a Agosto /2016 de 55 planificadas por inscribir.

### Inscripción de al menos 50 empresas nuevas al año

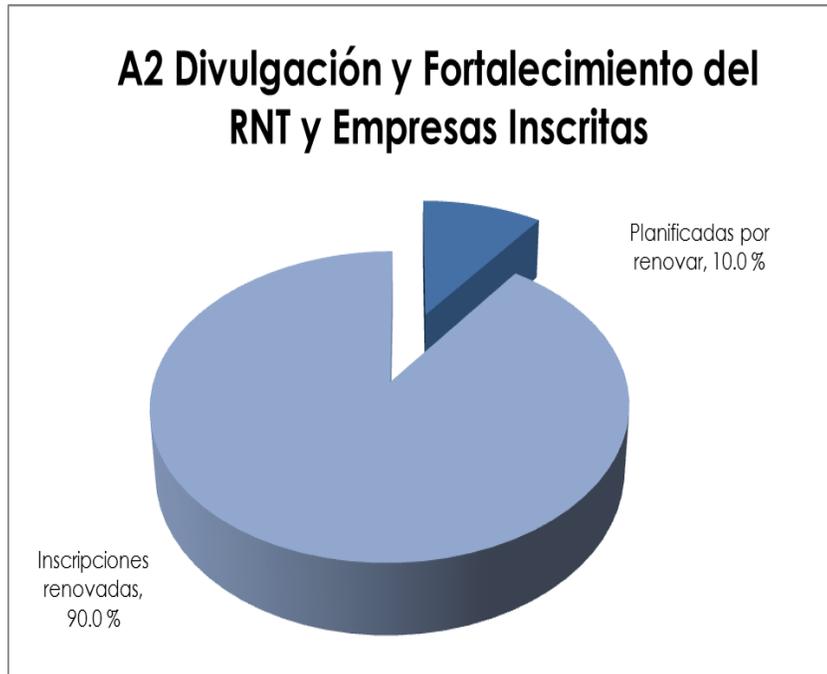


Tabla de Datos	2016	
No. de Empresas Renovadas	Porcentual	Numérico
Planificadas anuales por inscribir al cierre del año	10.0%	5
Inscritas al cuarto bimestre	90.0%	45
Total	100%	50

### Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En los meses de Julio y Agosto renovaron su inscripción 11 y 1 empresas respectivamente. El indicador es con medición anual, por lo que se reporta un avance en la consecución de la meta de 90%, correspondiente a 45 empresas que renovaron su inscripción en el período: de Enero a Agosto /2016 de 50 planificadas por renovar.

### 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: Julio – Agosto 2016.



### **Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):**

En la temporada de Semana Santa 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, para las vacaciones de agosto de 2015 la afluencia estimada fue de 168,864 turistas, para 2016 se estimó en 219,849 esto representa un incremento del 30.19%; al realizar la sumatoria de ambas temporadas esto representa un incremento en la afluencia turística de 77.41 % con relación al año anterior.

La próxima medición se realizara en las vacaciones de diciembre del corriente.

### **➤ 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 los Comités de Desarrollo Turístico (CDT) se reprogramaron para el mes de julio, realizándose en la semana del 19 al 22 de julio, como aspecto de mejora, para la planificación de los encuentros del 2016, se distribuyó la cantidad de personas de acuerdo a las zonas: occidente, oriente, central y paracentral, obteniendo el siguiente resultado por evento: oriente - 92.84%, paracentral - 91.05 %, central - 88.69% y occidente - 88.39% .

El promedio de la medición de la satisfacción al cliente obtenido para los encuentros es de 90.25%.



## 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):**

Proyecto en ejecución.



## ➤ 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: Esta acción no será ejecutada en el 2016.
- 2) 150 actores turísticos sensibilizados: Acción que se realizará a través del SICCS
- 3) 10 Mipymes certificadas: Esta acción no será ejecutada en el 2016.

## ➤ 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):**

El proyecto de capacitación iniciará en el mes de Septiembre en San Miguel, Chalatenango y San Salvador.

## ➤ 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: La certificación prevista para 2015 se ha realizado en 2016 la cual estará vigente hasta el 2017 por lo cual esta acción no se realizará

2) Capacitar a 25 actores clave de turismo de cruceros en El Salvador: Esta acción contempla una evaluación al puerto de Acajutla para certificarlo como puerto apto para el recibimiento de cruceros. La evaluación se realizará en el mes de Octubre

### **➤ 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 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):**

El proyecto: “Seguimiento y Mejora Continua del Sistema de Gestión de Calidad a través de la Contratación de servicios profesionales” dió inicio en el mes de Julio, y finalizará en el mes de Diciembre

La Auditoría Externa está programada realizarse en Nov. 2016

### **➤ 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):**

Proyecto en proceso.

### 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:

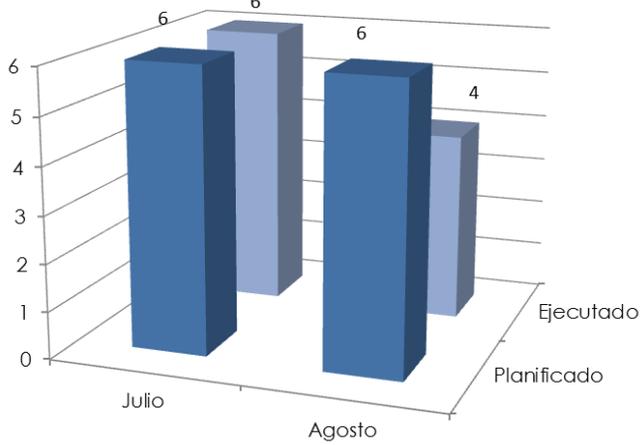
#### **Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):**

El Contrato para la instalación de señalización turística fue firmado en el mes de Julio, el período de ejecución es de 120 días calendario a partir de girada la orden de inicio.

### 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”** a través de la cuantificación de las actas de satisfacción de servicios recibidos, se presenta a continuación:

### A3 Fortalecimiento al Funcionamiento de Anclas Turísticas



No. de Actas de Satisfacción	Julio	Agosto	Total
Servicios Contratados	6	6	12
Servicios Recibidos	6	4	10
Cumplimiento	100.00%	66.67%	83.33%

#### Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Los informes de los servicios (mantenimiento, seguridad privada y administración) del mes de agosto que están pendientes, se han recibido, encontrándonos en la etapa de revisión para la emisión de la satisfacción del servicio.