

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

**Septiembre y
Octubre 2016**

CONTENIDO

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





MITUR ENTREGÓ CARPETA TÉCNICA PARA TRANSFORMAR PARQUE DE JUAYÚA

El ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán hizo entrega oficial el 02 de septiembre de la carpeta técnica de diseño arquitectónico integral para el desarrollo de un parque turístico en el municipio de Juayúa, Sonsonate.

La carpeta, que ha sido financiada por la Corporación Salvadoreña de Turismo por un valor de \$14,119.35, busca facilitar al Gobierno Local la construcción de la plaza turística con lo cual se aumenta la capacidad instalada del destino y su ordenamiento.

El funcionario destacó que las alcaldías se han convertido en las principales aliadas para el desarrollo del turismo en el país y que más 256 alcaldías están inscritas en Pueblos Vivos y a todas se les está dando apoyo técnico, ya sea en formación, carpetas técnicas, capacitación o promoción del destino.

En los últimos años, se han realizado un aproximado de 15 carpetas técnicas a favor de los municipios, proyectos que ya han sido ejecutados por las municipalidades, entre las que destacan Plaza de Salcoatitán, Bulevar Costa del Sol y parque de Suchitoto, Mirador Turístico La Palma, San Vicente e Isla Conchaguila.

Con esta iniciativa, el Ministerio de Turismo busca posicionar los territorios turísticos por medio de la facilitación de insumos o herramientas técnicas que impulsen la inversión en infraestructura en el país.

MITUR Y EMPRESARIOS SALVADOREÑOS DESARROLLARON II RUEDA DE NEGOCIOS EN EE.UU

Una delegación de la Corporación Salvadoreña de turismo y empresarios salvadoreños desarrollaron en Los Ángeles y San Francisco, Estados Unidos, la II caravana turística del año, la cual se realizó del 07 al 08 de septiembre.

Los empresarios representantes de Nanch Tours, Hotel Los Almendros de San Lorenzo, El Salvador Xpedition y Avitours, sostuvieron encuentros con el fin de concretar negocios con mayoristas y agencias de viajes de Estados Unidos, quienes son los encargados de vender paquetes vacacionales a través de alianzas con touroperadores locales.

Este fue el segundo de tres encuentros con mayoristas norteamericanos, se busca fortalecer la promoción de El Salvador en dicho mercado con el fin de concretar la comercialización del destino.

El Salvador en feria IBTM en México

Paralelo a la caravana turística, cinco empresarios salvadoreños representantes del Hotel Mirador Plaza, Hotel Crown Plaza, Buro de Convenciones, Ecomayan Tours DMC y Morazán Tours estuvieron en México en la feria IBTM, plataforma que reúne a los expertos en Turismo de Reuniones y convenciones con los principales compradores del sector MICE, para generar networking y el cierre de nuevos negocios.

El MITUR busca a través de estos encuentros posicionar y promocionar a El Salvador como destino en el segmento de convenciones, incentivos y eventos, entre los asistentes a esta feria, dando a conocer la capacidad y oferta que el país tiene para las necesidades de este nicho de la industria.

MITUR ANUNCIÓ COMERCIALIZACIÓN DE PAQUETES TURÍSTICOS EN FERIA PUEBLOS VIVOS

El pasado 08 de septiembre, el ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte, lanzó oficialmente 53 paquetes turísticos conformados por 256 municipios, los cuales se comercializaron en la octava Feria de Pueblos Vivos.

El funcionario mencionó que los paquetes turísticos fueron contruidos por los municipios.



Y fueron ellos quienes a través de sus comités de desarrollo turístico han logrado hacer una coordinación histórica entre alcaldías, micro empresarios y touroperadores del país, para echar andar este gran proyecto.

Los paquetes que se comercializaron responden a dos grandes categorías:

a) Historia y Cultura

Estructurando su oferta en: Arqueología, Comunidades Originarias, Turismo Rural Comunitario, Danzas y Tradiciones, Historia y Arquitectura, Urbanismo y Compras.

b) Naturaleza y Aventura

Estructurando su oferta en: Sol y Playa, Agroturismo, Ecoturismo y Aventura.

El Precio de los paquetes turísticos de los circuitos oscila entre los \$25 y \$55. La oferta es para viajes del día o pernoctaciones de hasta dos noches.

Además el ministro anunció que este año para la Feria de Pueblos Vivos, se amplió el espacio de exposición de la oferta de turismo interno, por lo cual se tuvieron 3 pabellones (Pabellón Centroamericano, Pabellón 1-2), un área de gastronomía y un recinto donde expusieron las mejores fotografías de los destinos.

En total se obtuvo:

- 116 Stand de Artesanías
- 40 Stand de empresas de RNT
- 20 Instituciones de Apoyo
- 119 Espacios de Gastronomía

MITUR INAUGURÓ FERIA DE LOS PUEBLOS VIVOS 2016

El pasado sábado 10 de septiembre, el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, inauguró la feria Pueblos Vivos 2016, con el objetivo de fortalecer la oferta especializada de circuitos multidestinos; la cual inició con un colorido desfile, donde más de 50 municipios exhibieron sus costumbres, tradiciones, personajes mitológicos, trajes típicos y atractivos turísticos; recorriendo desde la Plaza Divino Salvador del Mundo hasta el Centro Internacional de Ferias y Convenciones, CIFCO.

El funcionario declaró que la feria demuestra la capacidad dinamizadora que tiene el turismo en la economía salvadoreña, expresando ser una de las industrias más robustas y con impactos directos en la micro y pequeña empresa, en los artesanos y en las familias.

Las autoridades implementaron una nueva modalidad de circuitos, con la que se pretendió generar emprendimientos en las regiones (tour operadores locales), dinamizar la economía local en los territorios y contribuir al ordenamiento geográfico - turístico por zonas.

Pueblos Vivos culminó el domingo 11 de septiembre, y el ministro visitó diferentes circuitos para conocer la oferta que ofrecieron; además se obtuvo una afluencia masiva de 50 mil visitantes por cada día y contó con un estimado de 300 stands, distribuidos en gastronomía, artesanías, empresas del registro nacional de turismo.

Los salvadoreños que visitaron la feria, tuvieron la oportunidad de planear sus próximas vacaciones, haciendo Turismo Interno en nuestro país, ya que obtuvieron a su disposición 53 paquetes turísticos. Los precios oscilaron entre \$25 y \$55.

El evento marcó un hito en El Salvador, ya que reunió la oferta turística de 256 municipios, representando más del 95% del total a nivel nacional.

MITUR ENTREGÓ DISEÑO PARA REMODELAR PLAZA GASTRONÓMICA DE IZALCO

El pasado 21 de septiembre el ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán entregó oficialmente la carpeta técnica de diseño arquitectónico integral para remodelar la plaza gastronómica del municipio de Izalco-Sonsonate, proyecto que busca transformar los municipios en destinos competitivos a través de proyectos de mejora en su infraestructura.



El proyecto consiste en la remodelación total de la actual plaza de comida (El Pupusodromo). Cuenta con un área de terreno de 1,222.33 metros cuadrados y es propiedad de la municipalidad.

La carpeta técnica contempla 36 locales para servicio de alimentos típicos y pupuserías, con áreas de preparación, cocción, refrigeración, almacenamiento, entre otros para el buen funcionamiento de los espacios.

El proyecto contempla el diseño de dos pisos, distribuidos de la siguiente manera:

- Área de estacionamiento vehicular haciendo un total de 21 espacios.
- Áreas de descanso y contemplación inmersa en decoraciones ornamentales propias del destino
- Áreas para comensales con una capacidad de 220 mesas de 4 personas cada una, distribuidas en primero y segundo piso.
- Dispone de facilidades para promover turismo accesible, con la colocación de ascensor con medidas para acomodar portador de silla de ruedas y acompañante.
- Dispone además de espacios administrativos de oficina.
- Equipado con sistema de luminarias amigables con el medio ambiente en el sistema de ahorro en el consumo energético.
- Servicios de Cisterna, tratamiento de aguas negras, entre otros.

En los últimos años, se han realizado un aproximado de 15 carpetas técnicas a favor de los municipios, proyectos que ya han sido ejecutados por las municipalidades, entre las que destacan Plaza de Salcoatitán, Bulevar Costa del Sol y parque de Suchitoto, Mirador Turístico La Palma, San Vicente e Isla Conchaguila.

MITUR ENTREGÓ PREMIO NACIONAL DE TURISMO 2016 A EMPRESARIO ANTONIO SAFIE

El Ministerio de Turismo, a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo, entregó el 22 de septiembre el Premio Nacional de Turismo al Sr. Antonio Safie, propietario del Hotel Sheraton Presidente, como un reconocimiento a su trayectoria como empresario en el rubro hotelero y destacada labor en el impulso de la industria turística en El Salvador.

El galardón fue entregado por el ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán y el vicepresidente de la República, Lic. Óscar Ortíz.

El Premio Nacional de Turismo es un galardón que reconoce y destaca la labor y el aporte de actores claves en la industria, que generan empleos, inversión y oportunidades que contribuyen a mejorar la calidad de vida de los salvadoreños.

El titular de turismo destacó que Antonio Safie ha sido una gran empresario con una visión extraordinaria, lo que ha permitido colocar al Hotel Sheraton Presidente entre los hoteles más destacados del país por su calidad de servicio y constante inversión para mantenerse bajo los mejores estándares de la industria.

En ese sentido, el Ministerio de Turismo reconoció también a Maritza del Carmen Melara Castillo, del Consejo Nacional de Atención Integral a la Persona con Discapacidad (CONAIPD), quien a través de su trabajo está impulsando la inclusión de las personas con discapacidad en las actividades deportivas, culturales y de recreación.

Willer Patriz, alcalde de Nahuizalco que durante su gestión ha impulsado proyectos de infraestructura accesible como el Parque Benjamin Bloom de dicho municipio.



Asimismo Gerardo Schonenberg, quien en el año 2015 presentó la iniciativa de Ley sobre Turismo Accesible en la Honorable Asamblea Legislativa.

El Premio Nacional de Turismo es una actividad que se realiza año con año, en el marco del día mundial del Turismo, que se celebra cada 27 de septiembre. Este año se desarrolló bajo el lema: "Turismo para todos, promover la accesibilidad universal".

EL SALVADOR EN BUSCA DE NUEVOS CRUCEROS

Desde el 26 al 30 de septiembre, empresarios salvadoreños posicionaron al país como destino de cruceros en la Conferencia Anual de la Florida Caribbean Cruise Association (FCCA) Cruise & Trade Show, evento que reunió a los principales actores de la industria para analizar tendencias y discutir temas de actualidad.

Durante dicho período, la delegación salvadoreña de empresarios y autoridades del MITUR buscaron atraer nuevos cruceros, demostrando que el país cuenta con la capacidad de brindar los servicios de calidad que los turistas de cruceros demandan, así como naves de gran envergadura en los puertos nacionales, destacándolos como sitios seguros.

Autoridades de turismo proyectan para el 2017, el atraque de 9 cruceros en El Salvador, entre éstos el "Princess Cruise" que llegará a nuestro país en dos ocasiones; el primer atraque está programado para enero y el segundo en mayo del mismo año.

Dicho resultado se obtuvo en la III Cumbre Centroamericana de Cruceros, desarrollada en nuestro país en 2015, tuvo la participación de más de 200 personas de los países centroamericanos y representantes de autoridades de turismo, autoridades de los puertos y representantes de sector privado.

El evento marcó un antes y un después en lo que respecta al impulso y la promoción de uno de los nichos de mercado (cruceros) que tiene alta relevancia a nivel nacional, y para toda la región centroamericana.

Reuniones uno a uno con representantes de agencias de turismo, proveedores y touroperadores; talleres y conferencias, formaron parte de la agenda de trabajo de los empresarios y delegación salvadoreña.

EL SALVADOR ES RECONOCIDO EN WASHINGTON COMO DESTINO EMERGENTE EN TURISMO MÉDICO

El Ministro de Turismo Lic. José Napoleón Duarte, recibió el 25 de septiembre por la noche en Washington DC, el galardón otorgado a El Salvador como "Destino emergente del Turismo Médico", en el marco del Congreso Mundial de turismo médico y Cuidado de la Salud (World Medical Tourism & Global Healthcare Congress) que se desarrolló hasta el miércoles 28 en dicha ciudad de los Estados Unidos.

El reconocimiento fue entregado por la Asociación de Turismo Médico (MTA), líder mundial de la industria del turismo médico y de la salud, compuesto por los principales hospitales internacionales, proveedores de atención médica, facilitadores de viajes médicos, compañías de seguros, y otras empresas y miembros afiliados con el objetivo común de promover el más alto nivel de calidad de la asistencia sanitaria a los pacientes en un entorno global.

En total fueron 25 países los galardonados por la MTA, de los cuales 8 recibieron el reconocimiento "Destino Emergente del Turismo Médico", entre ellos El Salvador y Puerto Rico.

El ministro de turismo expresó desde Whashington que con este reconocimiento, la Asociación de Turismo Médico busca dar un impulso a El Salvador, entre los líderes de la industria de turismo médico asistentes al congreso.

En total 9 empresas promocionaron la oferta de Turismo Médico de El Salvador en Norteamérica, entre las que destacan:



Salvadorean Tours, Hospital San Francisco, SteemCell, Lorenzana Dental Center, Obesity El Salvador, Hospital Centro Médico Lourdes, Professional Services, Dental Center Dr. Roberto Gutierrez y Centro Internacional del Cáncer.

El Salvador tiene una larga trayectoria recibiendo pacientes de diferentes partes del mundo, presentando un crecimiento positivo año con año, las estadísticas indican que desde el 2010 hasta el 2015, representa un incremento de más de un 200% en ingresos de divisas generado por el paciente internacional.

MITUR PRESENTA OFERTA DE TURISMO MÉDICO A SALVADOREÑOS EN EL EXTERIOR

El ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán junto a profesionales del turismo y la salud, realizaron el pasado 28 de septiembre por la noche en Washington D.C. una presentación oficial de la oferta de turismo médico a líderes de las comunidades salvadoreñas en Estados Unidos.

La actividad se realizó en el marco de la participación de El Salvador en la World Medical Tourism & Global Healthcare Congress, la cual reconoció el pasado domingo a nuestra nación como Destino emergente en turismo médico.

El Salvador Destination For Health, es la marca con la que actualmente nuestro país promueve la oferta de turismo médico, constituida por 12 empresas, 10 son de la rama médica, que ofrecen tratamientos en 7 diferentes especialidades tales como: oncología, odontología, cirugía general, cirugía bariátrica, cirugía plástica, ortopedia y células madres.

El ministro expresó que para El Salvador, el rubro del turismo médico, ha venido a abrir nuevas oportunidades de exportar y promover los servicios de empresas salvadoreñas que han decidido invertir esfuerzo y recursos para brindar servicios de turismo médico con un estándar de calidad internacional.

En la reunión también participó la embajadora de El Salvador en Washington, Sra. Claudia Canjura, y representantes de nueve empresas de turismo y salud de El Salvador, entre ellas Salvadorean Tours, Hospital San Francisco, SteemCell, Lorenzana Dental Center, Obesity El Salvador, Hospital Centro Médico Lourdes, Professional Services, Dental Center Dr. Roberto Gutierrez y Centro Internacional del Cáncer.

En 2010 el país recibió a 11, 365 turistas en busca de algún tratamiento médico, lo que generó una derrama económica de \$7.35 millones. En 2015 la cifra incrementó a 25, 978 y \$ 26.60 millones respectivamente.

Acciones desarrolladas durante Octubre 2016





DÍA NACIONAL DE LA RUTA DE LAS FLORES

El pasado 02 de octubre de 2016. Por tercer año consecutivo, el Ministerio de Turismo junto a alcaldes de los municipios de Ahuachapán, Apaneca, Juayua, Salcoatitán y Nahuizalco, celebraron el Día Nacional de la Ruta de Las Flores de El Salvador, declarado en septiembre de 2014 por la Asamblea Legislativa.

El MITUR puso a disposición de forma gratuita una caravana de 10 buses, la cual estuvo encabezada por el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, movilizándolo aproximadamente a 600 personas que disfrutaron de la gastronomía, artesanías, agradable clima y del colorido de la zona.

Cada municipio que conforman la Ruta de Las Flores desarrolló actividades durante todo el día, entre las que destacaron: festivales gastronómicos, exhibiciones culturales, conciertos, desfiles y bandas de paz.

El ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán expuso: "estamos creando actividades de gran impacto ligadas al turismo que permitan dinamizar la economía local de los municipios, pero a la misma vez, brindar un espacio de sano esparcimiento a las familias salvadoreñas".

La Ruta de Las Flores es el circuito que genera los ingresos turísticos más altos en el país, siendo además el segundo con más visitas de turistas y excursionistas. Según estadísticas de la unidad de Inteligencia Sectorial del Ministerio de Turismo, más de un millón de personas entre nacionales y extranjeros recorren anualmente la Ruta de Las Flores. De acuerdo a los resultados de la investigación de Zonas Turistas realizada en el año 2011 por CORSATUR, el 99.5% de los visitantes dijo que están dispuestos a recomendar esta zona turística y volver a visitarla.

Esta ruta fue declarada por el Ministerio de Turismo como "Zona Turística de Interés Nacional", por lo que en ella se siguen lineamientos que permiten el desarrollo turístico sostenible en la región, así como fomentar la creación de complejos en aquellos lugares que por sus circunstancias especiales presentan atractivos adecuados para la explotación turística

III CARAVANA TURÍSTICA PROPICIÓ ENCUENTROS CON EMPRESARIOS ESTADOUNIDENSES

El Ministerio de Turismo continuando su apuesta por el fortalecimiento de la oferta turística de El Salvador en los Estados Unidos, realizó la tercera caravana turística, desarrollándose en las ciudades de Houston, Miami y Florida, en la que participaron nueve empresarios salvadoreños. Las actividades se desarrollaron los días 05 y 06 de octubre en las ciudades de Houston y Miami, respectivamente.

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte, explicó que el objetivo de estos encuentros es fortalecer la promoción de El Salvador, pero también crear espacios directos para que los empresarios puedan comercializar efectivamente sus servicios turísticos con mayoristas internacionales. En las cuales durante su misión oficial, el funcionario sostuvo una serie de reuniones para establecer alianzas que fortalezcan a la industria, entre ellas con la aerolínea United, con Chi St. Luke's Health, entre otras.

Los empresarios salvadoreños participantes fueron: Epic Tours, Nanch Tours, Puerto Barillas, Avitours, Hotel Los Almendros de San Lorenzo, Green Blue Red, Salvadorean Tours, Hotel Mirador Plaza y Hotel Barceló, quienes sostuvieron encuentros con el fin de concretar negocios con mayoristas y agencias de viajes de los Estados Unidos (encargados de vender paquetes vacacionales a través de alianzas).

Empresarios y autoridades del Ministerio de Turismo promocionaron a El Salvador como destino de calidad mundial, entre los consumidores finales y mayoristas de uno de los principales mercados meta, presentando la oferta para diferentes tipos de mercado y dando a conocer los productos con los que el destino cuenta, a través de la marca destino. Al cierre del año 2015, El Salvador contabilizó a 1,972,854 visitantes internacionales que hicieron turismo en nuestro país, un incremento del 4.6% comparado con el año anterior, generando una derrama económica de \$1,107.43 al sector turístico.

MITUR LANZÓ PROYECTO DENOMINADO TURISMO JOVEN PARA FORTALECER A LA INDUSTRIA

El pasado 11 de octubre de 2016. El Ministerio de Turismo, a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo, lanzó el proyecto denominado Turismo Joven, el cual busca fortalecer la formación técnica en turismo de jóvenes universitarios.

En septiembre inició la primera fase integrando a 52 jóvenes, quienes han recibido conocimientos sobre Guías turísticos y operadores de turismo, que a través de la organización de paquetes e integración de servicios y actividades, contribuyan al desarrollo, promoción y mercadeo del destino.

El ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte expreso: “Estamos haciendo una apuesta decisiva por apoyar a los jóvenes a fortalecer sus conocimientos en la industria. El turismo en El Salvador está creciendo y está demandando una formación profesional del recurso humano dedicado a la industria”.

También señalo que con el Programa Turismo Joven, las autoridades del MITUR pretenden fortalecer la competitividad de actores claves del sector turístico que forman parte de la cadena productiva de turismo en todo el país,

con el fin de potenciar la industria turística y convertirla en un eje transversal de desarrollo sostenible y de crecimiento económico continuo.

Lo anterior exige mejorar las habilidades, destrezas y conocimientos técnicos del talento humano para la ejecución eficiente de actividades, he ahí la importancia del innovador programa, que su primera fase concluirá en noviembre próximo.

Actualmente el programa exige una serie de compromisos de los participantes universitarios tales como: el 100% de asistencia en todas las etapas de capacitación, la cobertura de costos de entradas a sitios incluidos en el programa como visitas de campo o prácticas y complementa documentación (DUI, constancia de antecedentes penales, constancia de la universidad, curriculum vitae, entre otros).

El proyecto se ha impulsado gracias a la alianza con seis universidades del país, entre ellas: Universidad Dr. José Matías Delgado, Universidad Andrés Bello, Universidad Tecnológica, Universidad Don Bosco, Universidad Francisco Gavidia y la Universidad Panamericana, beneficiando a carreras de turismo (licenciaturas y técnicos).

En el segundo año de gobierno los ingresos por turismo alcanzaron los \$1,187.05 millones, un crecimiento del 5.1%, si se compara con el primer año de gestión del Presidente, Prof. Salvador Sánchez Cerén, cuando reportó \$1,110.20 millones.

Las cifras según explicó el funcionario superan las proyecciones del 4% que la Organización Mundial del Turismo anunció para la región centroamericana.

MITUR LANZÓ PLAN DE SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA

El pasado 12 de octubre de 2016. El Ministerio de Turismo, a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo, hizo el lanzamiento del



plan de señalización turística, con el fin de informar y facilitar a los visitantes el acceso a zonas turísticas.

“El objetivo de este proyecto es impulsar la movilización de los turistas, excursionistas y toda persona que transita en las carreteras a fin de orientarlos hacia los destinos turísticos y destinos aledaños”, explicó el viceministro de Turismo, Ing. Roberto Edmundo Viera.

El plan de señalización turística forma parte del Programa institucional INVERTURES, y será implementada en la zona norte del territorio salvadoreño. En su primera fase, se beneficiará a los municipios de La Palma, San Ignacio, Citalá, Tejutla, Suchitoto, Cinquera, quienes forman parte de la Ruta Fresca y Ruta Azul. Entre 2016-2019, el proyecto se extenderá en tres fases más beneficiando a los municipios que conforman la Ruta de Las Flores, Ruta Sol y Playa, Ruta de Paz y Ruta del Café.

El proyecto consiste en colocar señales en las carreteras, que incluirá una señal direccional urbana peatonal, señal de bienvenida a municipios, indicativa intraurbana y señal informativa monumental. Las señales incluirán además información del nombre de la ruta turística, nombre del destino próximo, la distancia en kilómetros a la que se encuentra el destino a partir del punto de la señal turística, los íconos de la oferta turística del destino (alojamiento, alimentación, atractivos, entre otros).

El diseño arquitectónico de la señalización turística a implementar corresponde a un modelo innovador, creativo y sobre todo, es un diseño que muestra elementos y rasgos de la cultura e identidad de los diferentes destinos hacia los cuales se orienta la señal.

Las autoridades dieron a conocer que desde el año 2009 al 2015 se ha invertido más de \$300 mil dólares en la instalación y reparación de señales turísticas a nivel nacional, beneficiando a más de 150 municipios a nivel nacional.

CORSATUR PRESENTO BASES PARA CONTRATACIÓN DE NUEVA AGENCIA DE PUBLICIDAD

La Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) durante el pasado 14 de octubre dio inicio al concurso público para la contratación de servicios para campañas de comunicación y acciones de promoción a nivel nacional e internacional durante el año 2017.

Los servicios a contratar están relacionados con campañas de comunicación y acciones de promoción a nivel nacional e internacional para 2017.

Como parte de la política de transparencia, la Corporación realizó el pasado 10 de octubre una reunión informativa, convocando al gremio de las agencias de publicidad del país con el objetivo principal de lograr mayor competitividad, equidad y transparencia.

Durante la reunión se han expuesto los detalles de la contratación, así como los plazos establecidos para descargar bases, recepción de ofertas y apertura del proceso.

Los procesos públicos vigentes son dos. La primera es la licitación abierta cubierta por el DR-CAFTA no. 01/2017 contratación de servicios profesionales de agencia de publicidad para campañas de comunicación y acciones de promoción; para su divulgación a nivel nacional 2017.

La segunda está referida a los servicios profesionales de agencia de publicidad para campañas de comunicación y acciones de promoción; para su divulgación a nivel internacional 2017.

El objetivo principal es contratar a una persona natural o jurídica o asocio de éstas, para que brinde los servicios profesionales de agencia de publicidad antes mencionados.

CORSATUR tiene como misión promocionar permanentemente a El Salvador, a nivel



nacional e internacional como un destino turístico coordinadamente con los diferentes actores del sector; alcanzando así la visión fundamental de posicionar a El Salvador como un destino turístico sostenible, atractivo y competitivo.

EL SALVADOR BUSCA ATRAER TURISTAS ITALIANOS EN FERIA ESPECIALIZADA

El Ministerio de Turismo a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo, continuando su apuesta por fortalecer el posicionamiento de la oferta turística del país en el continente europeo, esta vez, en la Feria TTG Incontri, realizándose del 13 al 15 de Octubre en Rimini, Italia, empresarios salvadoreños expusieron su oferta turística ante más de 42 mil asistentes en la feria ttg incontri.

La participación de cinco empresas de turismo de El Salvador respalda la labor de promoción que realiza CORSATUR para la comercialización efectiva de los productos que el país ofrece a nivel internacional.

Hoteles Leones Marinos, Nanch Tours, Tour Bus, Hotel Villa Serena y La Ruta del Guerrillero son las empresas que buscan establecer reuniones con mayoristas y agencias de viajes de Europa con el fin de concretar negocios, que conllevará al flujo de turistas a El Salvador.

El ministro de turismo explicaba que las ferias internacionales últimamente se han convertido en un mecanismo de promoción clave para nuestro país. Dando nuestro apoyo a las empresas a exponer su oferta de servicios al mismo tiempo que promovemos el país como destino.

El evento es una plataforma para presentar las principales novedades de los operadores turísticos en el mercado a cargo de expositores directos de 2,400 empresas de 100 países.

El evento promueve el encuentro entre la oferta y la demanda en diferentes niveles y en diferentes ambientes y opera exclusivamente

sobre una base de negocio a negocio, a través de abastecer el mercado con las publicaciones, ferias, contactos uno a uno y nuevas oportunidades de crecimiento y desarrollo.

Las estadísticas revelan que, durante el primer semestre del 2016 han ingresado a El Salvador 17,266 europeos, de éstos 2,019 son italianos. En 2015 un total del 30, 233 europeos hicieron turismo en El Salvador, siendo 3,600 de nacionalidad italiana.

EL SALVADOR ALCANZA ESTÁNDARES INTERNACIONALES DE CALIDAD PARA LA ATENCIÓN DE CRUCEROS

El pasado 21 de octubre, El ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán dio a conocer que El Salvador posee estándares internacionales de calidad en la atención de cruceros para guías turísticos y tour operadores.

Dicho anuncio es respaldado con la presentación oficial por parte de las autoridades del Ministerio de Turismo y la Corporación Salvadoreña de Turismo de tour operadores y guías turísticos graduados del Programa Internacional de excelencia en la atención de la industria de cruceros turísticos.

20 guías turísticos y 10 empresas tour operadoras se capacitaron durante 6 meses y 11 respectivamente. Especializándose en hospitalidad y excelencia del servicio; aprendieron además sobre los pasos para la preparación de sus giras y los procesos a seguir antes, durante y después de la gira; técnicas de presentación, asimismo la experiencia de viaje y cómo se involucran los huéspedes en la interpretación de la región y sus historias; situaciones difíciles y Gestión de Riesgo; entre otros aspectos importantes.

La inversión de dicho programa asciende a más de \$60,000. Las autoridades buscan que se cumpla con los estándares internacionales de calidad y servicio en la atención de la industria y posicionar a El Salvador como un país con





capacidad de albergar turismo de cruceros, así como naves de gran envergadura en los puertos nacionales, los cuales deben ser promocionados como sitios seguros y con capacidad de brindar los servicios de calidad que los turistas de cruceros demandan

Tras la culminación del programa El Salvador posee la acreditación y certificación en atención a cruceros turísticos para guías turísticos y tour operadores.

El ministro Duarte anunció que en 2017 El Salvador recibirá a 9 cruceros, posicionándose en el rubro.

EL SALVADOR SE PROMOCIONA EN EL RUBRO DE CONVENCIONES EN NORTEAMÉRICA

El Ministerio de Turismo a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo junto a empresarios salvadoreños, iniciaron su participación en la feria IMEX Américas, realizándose en las Vegas, Nevada del 18 al 20 de Octubre.

IMEX Américas es el evento más importante de turismo MICE de Estados Unidos, y es el lugar en que los mejores organizadores la industria realizan negocios con destinos y proveedores de Estados Unidos y de todo el mundo.

Ejecutando el más grande y organizado programa de compradores invitados que se celebra en Norteamérica, con más de 2,000 compradores calificados esperados, de los cuales el 80% provienen de Norteamérica y el 20% del resto del mundo.

Nanch Tours, Eco Mayan Tours, Hoteles Decameron y Hotel Barceló son parte de la comitiva de empresarios, exponen la oferta de convenciones en la feria, representando una oportunidad de negocios sin precedentes en una reunión con miembros de la industria.

El Ministro de Turismo Lic. José Napoleón Duarte recalca que el rubro de reuniones y convenciones es un nicho en el que se ha ganado mucho terreno en los últimos años, y se nos ha permitido atender a miles de visitantes internacionales por la capacidad logística y de servicios que poseemos. Además recordaba que El Salvador ha sido sede de reuniones de alto nivel tales como: Congreso de Turismo y Seguridad (2015), Congreso Centroamericano de Cruceros (2014) y en 2017 albergará la 61ª Reunión de la Comisión Regional para las Américas, de la Organización Mundial del Turismo (OMT).

Recientemente, una delegación de empresarios salvadoreños junto al Ministerio de Turismo participaron en la feria IBTM, México, plataforma que congregó a los expertos en turismo de reuniones y convenciones con los principales compradores del sector MICE, para generar networking y el cierre de nuevos negocios.

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	Septiembre	Octubre
Planificado	1	1
Ejecutado	2	1



Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En el mes de Septiembre, se realizaron 2 reuniones de Junta Directiva y en el mes de Octubre 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):

Hubo delegación de Junta Directiva para misión oficial en el mes de Septiembre, a la fecha se han realizado 3 misiones oficiales, una en el mes de abril, otra en el mes de mayo y la reportada en septiembre, la meta es anual, por lo que se ha obtenido un porcentaje de seguimiento a la ejecución del 50.0 %.

➤ 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):

Los fondos han sido reorientados para la Gerencia Administrativa según Acuerdo de Junta Directiva No. 2405 – 299 / 2016 con fecha 22 de septiembre / 2016.

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: Septiembre - Octubre 2016 con su respectivo análisis de resultados.

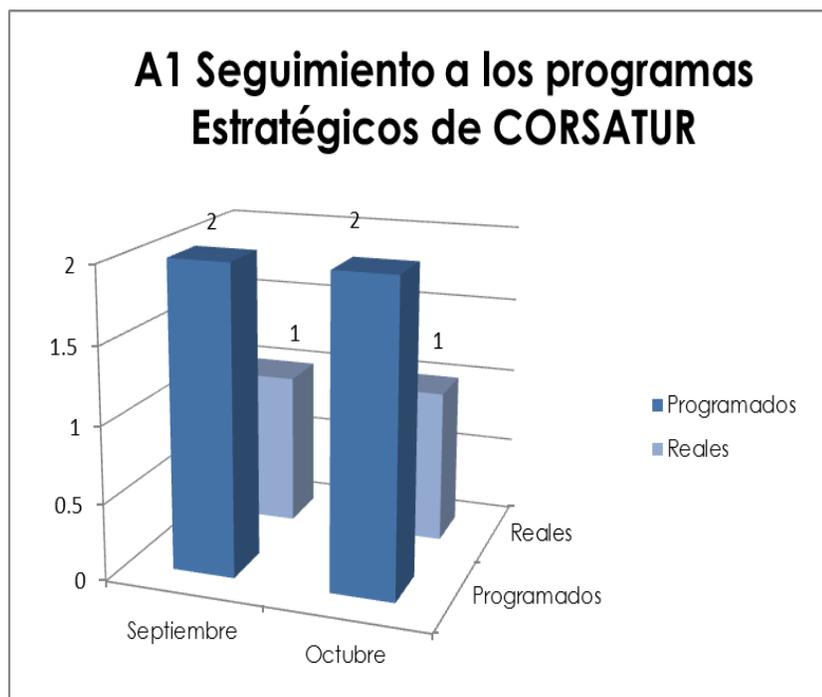


Tabla de Datos	2016	
Número de Informes a recibir	Septiembre	Octubre
Programados	2	2
Reales	1	1
% de ejecución	50.00%	50.00%

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No. de informes	Bimestre (Septiembre – Octubre)
Planificados	4
Recibidos	2
Porcentaje de Cumplimiento	50.0%

En seguimiento los informes faltantes.

➤ 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: Septiembre-Octubre 2016, se verificó que la Gerente General fue delegada a la misión oficial de Feria 23rd Annual FCCA Cruise Conference & Trade Show World: del 25 al 01 de septiembre de 2016 en Puerto Rico.

➤ A3 – Adquisición de Papelería y Equipo

En seguimiento y medición a la meta: **“Fortalecer las herramientas de trabajo para un mejor desempeño en la Gestión Administrativa”** se presenta el respectivo análisis de resultados para el período Septiembre – Octubre 2016.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

El proceso de compra ya fue ejecutado para papelería, el proceso de accesorios de oficina fue cancelado por la política nacional de ahorro y austeridad en la administración pública, el remanente fue reorientado para la Gerencia Administrativa según Acuerdo de Junta Directiva No. 2372 – 296 / 2016 con fecha 16 de julio / 2016.

➤ A4 – Gestión de Capacitaciones a Nivel Gerencial

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

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Los fondos han sido reorientados para la Gerencia Administrativa según Acuerdo de Junta Directiva No. 2372 – 296 / 2016 con fecha 16 de julio / 2016, 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 Septiembre – Octubre 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 Septiembre y Octubre / 2016 se hicieron 4 solicitud y 9 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**.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Total de personas sensibilizadas a la fecha: 128 personas, obteniendo un 128% de ejecución operativa. 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"> • Patrimonio Natural de El Salvador: desarrollado en las siguientes fechas: 25-05-2016, 30/05/2016, 13/06/2016, 20/06/2016. • Protocolos de guiado en áreas naturales y turismo responsable: llevado a cabo el 8/08/16 	8	6	14
✓ En el marco del trabajo con la Gerencia de Proyectos e Inversión en el tema Residuos en Isla Conchaguita y como actividad desprendida del documento elaborado por la Unidad Ambiental sobre Lineamientos para un Plan de Gestión de Residuos Sólidos en la Isla Conchaguita. El 21/09/2016 Se realizó una capacitación de compostaje y sensibilización en buenas prácticas ambientales de turismo reduciendo residuos sólidos en destinos turísticos en dicho lugar.	30	12	42
✓ En el marco del trabajo de accesibilidad en sitios naturales se trabajó con la Casa de la Cultura del Ciego la realización de capacitación denominada: “Atención a Visitantes con Discapacidad Visual en Áreas Naturales- TURISMO SOSTENIBLE Y ACCESIBLE”. En fecha 12/10/2016 se sensibilizó a actores turísticos, empresarios turísticos integrantes del RNT, miembros de comités de turismo, guías de museo y freelance, en el alcance del turismo sostenible y el acceso inclusivo a áreas naturales del país para goce y aprendizaje sobre el medio ambiente.	13	25	38
Total de sensibilizados desde enero hasta el 31 de octubre 2016	67	61	128

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":

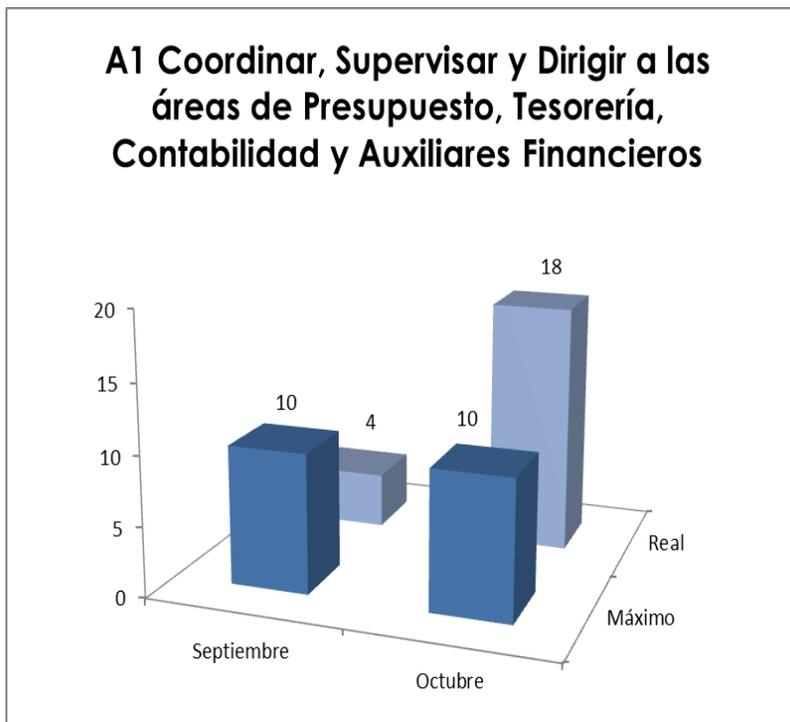


Tabla de Datos	2016	
Tiempo (días hábiles) de entrega de informe de Recaudación del Fondo de Contribución Especial	Septiembre	Octubre
Máximo	10	10
Real	4	18

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Informe Septiembre

Tiempo máximo para entrega del informe del mes de Septiembre: 10 días hábiles del mes de Octubre

Tiempo real de entrega: 4 días hábiles.

Informe Octubre

Tiempo máximo para entrega del informe del mes de Octubre: 10 días hábiles del mes de Noviembre

Tiempo real de entrega: 18 días hábiles.

El tiempo de entrega de la información para el mes de Septiembre fue cumplido, mas sin embargo no fue así para el Informe del mes de Octubre.

En conclusión: para el bimestre en análisis, el promedio de tiempo de entrega fue de: 11 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 Septiembre - Octubre 2016:

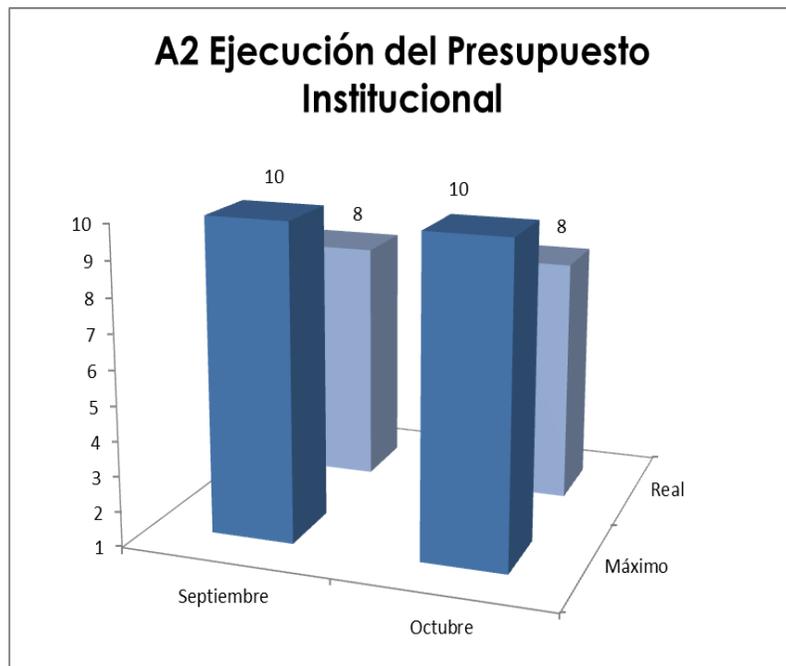


Tabla de Datos	2016	
Tiempo (días hábiles) de entrega del Informe Presupuestario	Septiembre	Octubre
Máximo	10	10
Real	8	8

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Septiembre

Tiempo máximo para entrega: 10 días hábiles.

Tiempo real de entrega: 8 días hábiles.

Octubre

Tiempo máximo para entrega: 10 días hábiles.

Tiempo real de entrega: 8 días hábiles.

El tiempo de entrega de la información para los meses de Septiembre y Octubre fue cumplido.

En conclusión: para el bimestre en análisis, el promedio de tiempo de entrega fue de: 8 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: Septiembre – Octubre 2016 se presenta a continuación:

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

Septiembre

Tiempo máximo para entrega: último día hábil del mes

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

Octubre

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: Septiembre – Octubre 2016 se presenta a continuación:

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

✓ Cierres Contables Mensuales

Informe Julio:

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

Tiempo real de entrega: se entregó el 28 de septiembre (49 días de desfase)

Informe Agosto:

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

Tiempo real de entrega: se presentó el 28 de octubre (48 días de desfase)

Informe Septiembre:

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

Tiempo real de entrega: se entregó el 14 de noviembre (35 días de desfase)

El informe correspondiente al mes de Octubre, está en proceso.



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: Septiembre – Octubre 2016

Indicador:

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

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

En el período: Septiembre – Octubre / 2016 se recibieron y atendieron 141 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 10 meses del año (enero, febrero, marzo, abril, mayo, junio, julio, agosto, septiembre y octubre), alcanzando un porcentaje de seguimiento en la ejecución de 83.33%.

Indicador:

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

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se ha recibido el servicio correspondiente a 10 meses del año (enero, febrero, marzo, abril, mayo, junio, julio, agosto, septiembre y octubre), alcanzando un porcentaje de seguimiento en la ejecución de 83.33%.



➤ **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):

Para el período: Septiembre – Octubre, 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 366 solicitudes de transporte en el período: Septiembre - Octubre, 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 45 solicitudes de requerimientos tecnológicos en el período: Septiembre – Octubre / 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):

Las 6 actividades programadas para el período: Septiembre – Octubre 2016, fueron realizadas en su totalidad, logrando un porcentaje de ejecución de 100%.

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: “Evaluación de 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: “14 Informes al año”, por lo que se presenta a continuación el respectivo análisis de resultados del período: Septiembre – Octubre 2016.

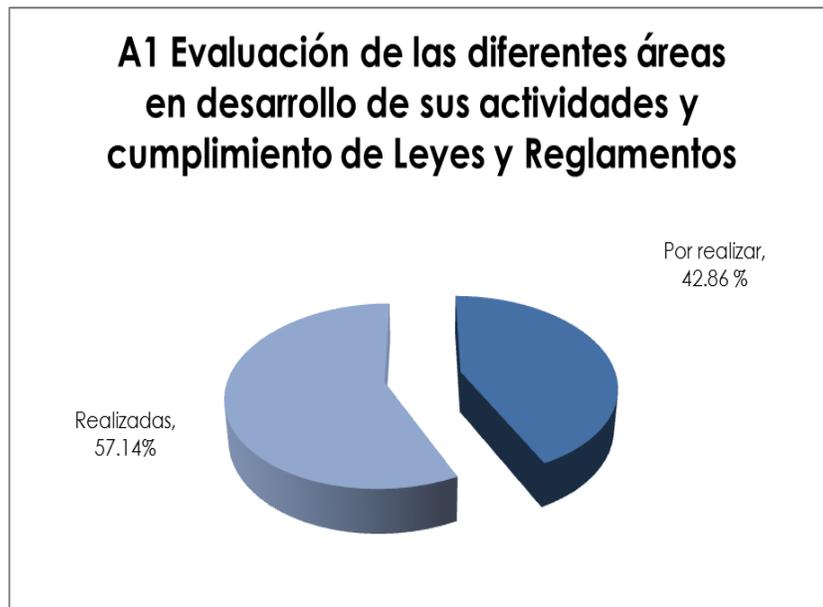


Tabla de Datos	2016	
	Porcentual	Numérico
Informes		
Planificados por realizar	42.86%	6
Realizados al Quinto Bimestre	57.14%	8
Total	100.00%	14

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

Se realizó; 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 de Verificación de Acciones Implementadas por Hallazgos y Deficiencias de Auditoría presentados por la Corte de Cuentas de la República en el Informe Borrador de Auditoría Financiera del periodo comprendido del 01 de Enero al 31 de Diciembre de 2015; en el desarrollo de los procedimientos de auditoría al área examinada, no se encontraron deficiencias u observaciones; y están en proceso Examen Especial a la Bodega Institucional del período del 01 de enero al 30 de junio de 2016, Examen Especial a las Disponibilidades 1er.semestre del 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 8 exámenes especiales de 14 programados en el Plan de Trabajo Anual 2016 (según Acuerdo de Junta Directiva No. 2367-296/2016 / Modificación del Plan de Auditoría), logrando un porcentaje de seguimiento a la ejecución de 57.14 %.



➤ A2 - Elaboración del Plan Anual de Auditoría Interna para el período 2017.

El objetivo: “**Elaborar el Plan Anual de Auditoría Interna** ” 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: Septiembre - Octubre 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 los meses de Septiembre y Octubre / 2016 se realizaron 54 y 49 opiniones respectivamente en sus diferentes modalidades, la periodicidad para el indicador es anual, por lo que al mes de Octubre se ha alcanzado un cumplimiento de 139.46 %. (569 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 los meses de Septiembre y Octubre / 2016 se realizaron 6 y 4 servicios notariales respectivamente, la periodicidad para el indicador es anual, por lo que al mes de Octubre se han cuantificado: 93 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: Septiembre - Octubre 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
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%
Mayo-Junio		
✓ Campeonato de Surf WSL / Del 15 al 19 de junio	0%	100%
Julio-Agosto		
✓ 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%
Septiembre-Octubre		
✓ Charla de formación en el tema “Atención a visitantes con discapacidad visual en áreas naturales. Turismo sostenible y accesible”/ 12 de Octubre	34.00%	66.00%
✓ Graduación de Guías Turísticos Nacionales con especialidad en atención a cruceros / 24 de Octubre	82.00%	18.00%
Promedio de participación	46.80%	53.20%

A la fecha el promedio de participación de mujeres es de 53.20 % de 60 % que es la meta a lograr para el año 2016, con esta cuantificación se obtiene el 88.66 % de cumplimiento a 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: Septiembre - Octubre 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, Agosto, Septiembre y Octubre).
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.
5. En Septiembre se llevó a cabo la campaña para la promoción del evento Día Nacional de la Ruta de las Flores, la cual tuvo exposición en medios prensa, radio, redes sociales y pantallas digitales.

A la fecha se han realizado 5 campañas de 3 planificadas, obteniendo un porcentaje de cumplimiento de 166.67%.



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; 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.

En el período de Septiembre - Octubre se realizaron las siguientes acciones de promoción internaciones:

- Publicidad en revista Gol a bordo de aerolínea Gol Brasil, octubre/2016
- Publicidad en la web tripadvisor.com, para Estados Unidos y Canadá
- Colocación de video de entretenimiento de 3 min. aproximados a bordo de United Airlines (Vuelos internos de EEUU)
- Pauta publicitaria en canal NBC Mercado Anglosajón EEUU
- Pauta publicitaria en canal BBC mercado Anglosajón y Canadá, Publicidad digital en todos los sitios Discovery para el mercado anglosajón de EEUU y Canadá
- Pauta Publicitaria en Bold Magazine
- Banner web position h home page Cruise Industry.

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	Número
Planificadas por realizar al finalizar el año	9.52%	2
Realizadas al quinto bimestre	90.48%	19
Total	100.00%	21

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

La participación en ferias del período en análisis se detalla a continuación.

Septiembre:

- IBTM (Latin America) / México
- Travel Mart Latin America / Brasil
- IFTM (International French Market)- TOP RESA / Francia
- The Twenty – Third Annual FCCA Cruise Conference & Trade Show / Puerto Rico
- World Medical Tourism & Global Healthcare Congress / Washington DC, Estados Unidos de America

Octubre:

- TTG INCONTRI / Italia
- IMEX AMERICAS / Las Vegas, Estados Unidos de América
- FERIA INTERNATIONAL TOURISM AND TRAVEL (ITT) / Canadá

En resumen en el período: Septiembre – Octubre / 2016 se participó en 8 Ferias Internacionales por lo que cuantificando, a la fecha se ha participado en 19 ferias de 21 planificadas, según lo detallado en el plan de eventos y ferias internacionales, año 2016, obteniendo un porcentaje de seguimiento en el cumplimiento de 90.48 %, ya que el parámetro a medir 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: Septiembre - Octubre 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 octubre 2016, ya se han realizado las 5 investigaciones que se tenían programadas, cumpliendo 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	Númérico
Planificadas por atender en el transcurso del año	24.29%	34
Atendidas al quinto bimestre	75.71%	106
Total	100.00%	140

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En el período de Septiembre - Octubre se atendieron 20 y 6 personas respectivamente, al término del mes de Octubre se contabilizaron 107 personas atendidas de un total de 140 planificadas a atender en el transcurso del presente año, alcanzando un porcentaje de seguimiento al cumplimiento de 76.42 %, ya que es un indicador evaluado anualmente. Todas las personas que se han atendido corresponden a viajes de familiarización y prensa.

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.

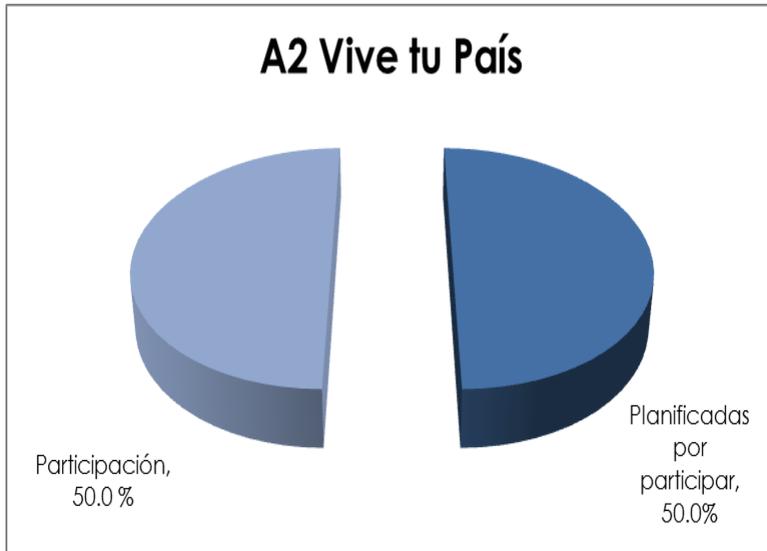


Tabla de Datos	2016	
No. de Ruedas de Negocios	Porcentual	Numérico
Planificados por participar al finalizar el presente año	50.0%	2
Participación al quinto bimestre	50.0%	2
Total	100.00%	4

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En el período: Septiembre – Octubre / 2016 no se realizó ninguna rueda de negocios
A la fecha se han realizado 2 ruedas de negocios de 4 planificadas, manteniendo un porcentaje de seguimiento al cumplimiento de ejecución de 50%.

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.

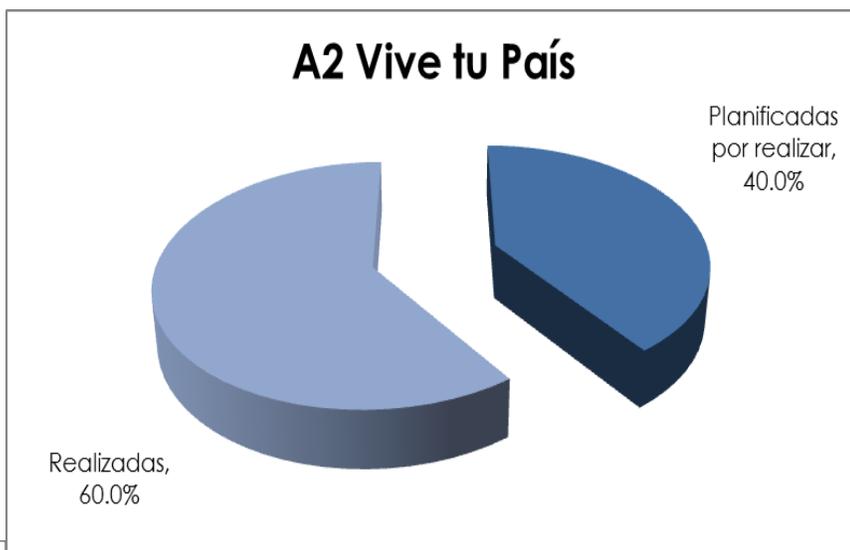


Tabla de Datos	2016	
No. de Caravanas Turísticas Internacionales	Porcentual	Numérico
Planificados por realizar al finalizar el presente año	40.0%	2
Realización al Quinto Bimestre	60.0%	3
Total	100.00%	5



Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En el período Septiembre – Octubre se realizaron 2 caravanas, la de San Francisco – Los Angeles y la de Houston – Miami respectivamente, por lo que a la fecha se contabilizan 3 caravanas de 5 planificadas, logrando un porcentaje de seguimiento de cumplimiento de 60%, ya que el parámetro a medir es anual.

➤ 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: Septiembre – Octubre 2016, se describe a continuación:

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Con la realización de la Feria Pueblo Vivos Circuitur 2016, llevada a cabo en Septiembre, y el evento de Premiación de la mencionada feria, realizada en Octubre, se ha logrado el 100% de cumplimiento en la realización de los 3 eventos planificados.

➤ 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 en base a los meses de Septiembre y Octubre de los años 2015 y 2016 se presenta a continuación:

Año	Mes		Total
	Septiembre	Octubre	
2015	250	266	516
2016	251	302	553
Diferencia	1	36	37

En el período Septiembre – Octubre se observa que hubo un incremento de 37 personas que se beneficiaron con el programa Stop Over con respecto al año anterior.

A la fecha se tiene un acumulado de 2005 personas que han hecho uso del Programa Stop Over para el año 2016 contra 1207 que lo hicieron el año 2015 en el mismo período, obteniendo a la fecha un incremento de 798 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 Septiembre – Octubre 2016 de detallan a continuación:

No.	Evento	Fecha	Lugar
1	Feria Pueblos Vivos 2016	10 y 11 de Septiembre	Centro Internacional de Ferias y Convenciones (CIFCO), San Salvador
2	Premio Nacional de Turismo	22 de Septiembre	Cancillería, Antiguo Cuscatlán
3	Celebración del Día Nacional de la Ruta de Las Flores	2 de Octubre	Municipios de Ahuachapán, Salcoatitán, Apaneca, Juayúa y Nahuizalco
4	Premiación de la Feria Pueblos Vivos 2016	27 de Octubre	Centro Internacional de Ferias y Convenciones (CIFCO), San Salvador

Se realizaron 4 eventos de 4 programados para el período: Septiembre – Octubre 2016, el porcentaje de ejecución para el período 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: Septiembre – Octubre 2016.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

El 30 de junio de 2016 se presentó ante la Asamblea Legislativa el Informe de Labores, a la fecha se contabiliza la entrega de 125 ejemplares, obteniendo un porcentaje de cumplimiento de 83.33%.

En las actividades de Noviembre – Diciembre / 2016 se proyecta la entregar del resto de documentos informativos a la población.

➤ 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	Numérico
Planificadas por realizar al cierre del año	22.40%	28
Realizadas al Quinto Bimestre	77.60%	97
Total	100.00%	125

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En los meses de Septiembre y Octubre / 2016, se publicaron 9 y 13 comunicados de prensa respectivamente, haciendo un total acumulado a la fecha de 97 de 125 comunicados de prensa planificados a elaborar en el transcurso del año 2016, logrando un porcentaje de seguimiento a la ejecución de 77.6 % al término del período Enero – Octubre/ 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:

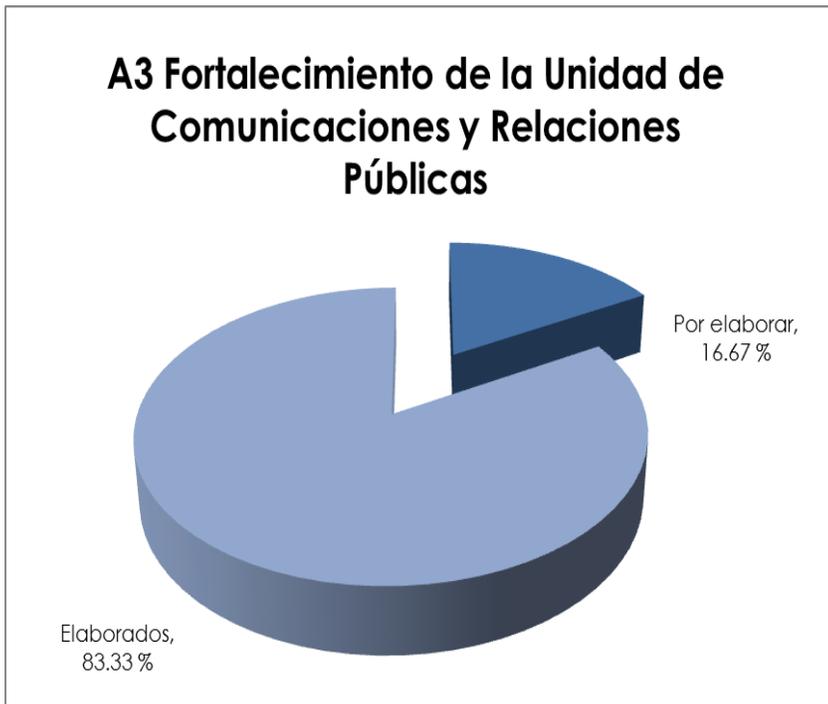


Tabla de Datos	2016	
No. de informes valorados	Porcentual	Numérico
Planificadas por elaborar al cierre del año	16.67%	2
Elaborados al quinto bimestre	83.33%	10
Total	100.00%	12

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se han elaborado 10 informes de valoraciones de publicidad correspondiente al período: de Enero a Octubre (10 meses) obteniendo un porcentaje de seguimiento a la ejecución de 83.33%.

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 y se han brindado Asistencias Técnicas a un total de 53 circuitos, la realización de estos proyectos son en función de dar continuidad al fortalecimiento de los 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

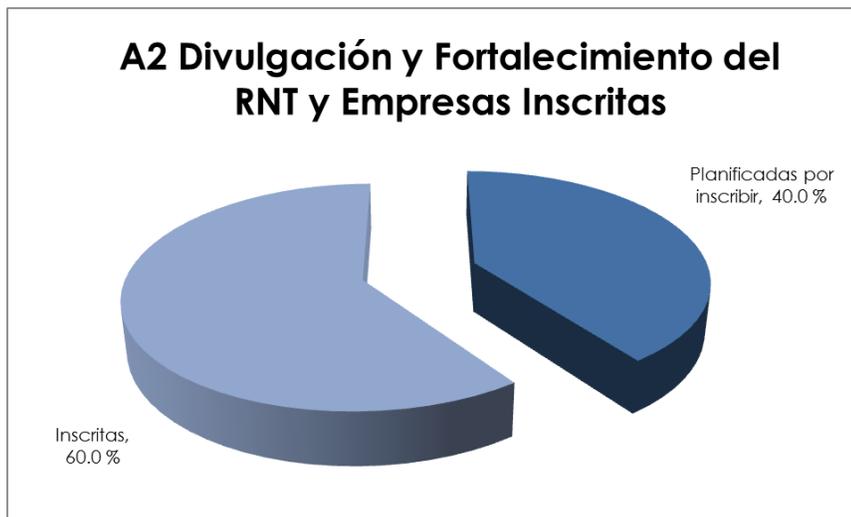


Tabla de Datos	2016	
No. de Empresas	Porcentual	Numérico
Nuevas Inscritas		
Planificadas anuales por inscribir al cierre del año	40.00%	22
Inscritas al quinto bimestre	60.00%	33
Total	100%	55

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En el período Septiembre - Octubre se inscribieron 2 y 7 empresas nuevas respectivamente. El indicador es con medición anual, por lo que se reporta un avance en la consecución de la meta de 60.0 % correspondiente a 33 empresas nuevas inscritas en el período de: Enero a Octubre / 2016 de 55 planificadas por inscribir.



Inscripción de al menos 50 empresas nuevas al año

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En los meses de Septiembre y Octubre renovaron su inscripción 6 y 10 empresas respectivamente. El indicador es con medición anual, por lo que se reporta un avance en la consecución de la meta de 122%, correspondiente a 61 empresas que renovaron su inscripción en el período: de Enero a Octubre /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: Septiembre – Octubre 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 realizará 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):

Contrato 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:

A pesar que el programa de Calidad Turística no será ejecutado en el año 2016, si se han llevado a cabo jornadas de sensibilizaciones a actores turísticos, el detalle a continuación:

Capacitaciones:

Programa Turismo Joven – 52 personas

Formadores Cultura Turística – 40 personas

Seminario de Introducción al Turismo Sostenible (UES) – 15 personas

Asistencias Técnicas:

Inocuidad Alimentaria - 360 personas

Seminario Turismo en Universidad Gerardo Barrios - San Miguel – 30 personas

Actores Sensibilizados en Jornadas de Cultura Turística – 125 personas

Se contabilizan a la fecha, un total de 622 actores sensibilizados.

- 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):

Acción finalizada a satisfacción, con la capacitación de 71 guías turísticos y 13 guías de sitio de La Montañona, logrando en total 84, logrando un porcentaje de cumplimiento de 112%.

➤ **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: En Octubre se realizó evaluación al puerto de Acajutla como puerto apto para el recibimiento de cruceros.

➤ **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 Enero 2017.

➤ **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):

En proceso de revisión interna la información técnica

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 se encuentra en la fase de validación de nuevas ubicaciones de señales turísticas respecto a los levantamientos realizados a la fecha. La ejecución del contrato tuvo modificaciones según Acuerdo No. 2407-299/2016, respecto a los alcances, plazo, precio, forma de pago y garantía.

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

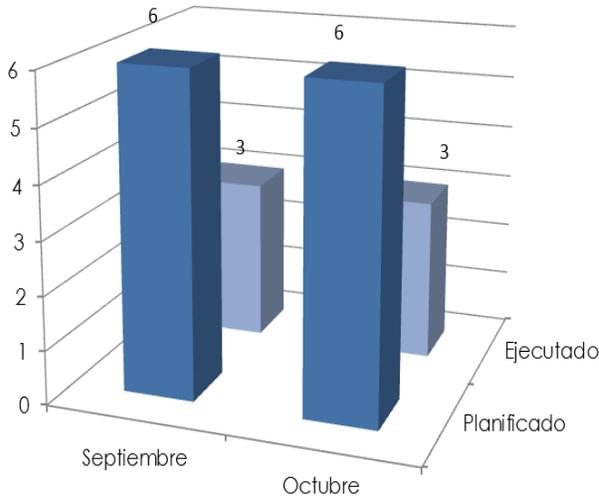


Tabla de Datos	2016		
	Septiembre	Octubre	Total
No. de Actas de Satisfacción			
Servicios Contratados	6	6	12
Servicios Recibidos	3	3	6
Cumplimiento	50.00%	50.00%	50.00%

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se tiene con observaciones los informes de los contratos de Seguridad, Mantenimiento General Y Administración del Complejo Turístico del Puerto de La Libertad (CTPLL), las cuales corresponden a actividades de mantenimiento correctivo. En seguimiento los informes observados.