

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

**Noviembre y  
Diciembre 2016**

## CONTENIDO

---

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





## **FERIA WORLD TRAVEL MARKET (WTM) ABRE UNA VENTANA A EL SALVADOR EN PROMOCIÓN TURÍSTICA Y PRESENTA LOS PRIMEROS LOGROS OBTENIDOS**

En los próximos meses El Salvador recibirá a turistas Tailandeses, tras concluir negocios en la WTM es por ello que El Ministerio de Turismo junto a empresarios privados unieron esfuerzos para intensificar las acciones de promoción de El Salvador en la World Travel Market, la cual se desarrolló en el Centro de Convenciones Excel en Londres, Inglaterra del 7 al 9 de noviembre.

Durante su discurso, el ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán señaló que: "Centroamérica representa para el mercado internacional un Multidestino turístico con una oferta diversa y multicultural que se complementa entre sí, combinando sus grandes riquezas naturales traducidas en 554 áreas protegidas que ocupan el 25% de su territorio regional y el 8% de la biodiversidad mundial".

La agenda del titular de Turismo incluyó reuniones estratégicas en las que ha destacado en su primer día el acercamiento con la Vicepresidenta de Ventas de Publicidad para las Américas de CNN, Corinna Keller.

Desde Londres, el funcionario informó que El Salvador abre oportunidades de posicionamiento en el mercado asiático y que entre los primeros logros conquistados en la WTM, destaca el acuerdo para traer al país a un grupo de 24 tailandeses, por tres días.

La gestión ha estado liderada por el empresario José Antonio Méndez, de Cadisi Tours.

Las empresas salvadoreñas que promueven la oferta turística de El Salvador en la feria son: Hotel Leones Marinos, Cadisi Tours, Networks Tours, Nach Tours, Salvadorean Tours, Epic Tours, Hotel Pacific Paradise, Inter Tours, Puerto Barillas y Tour Bus.

El Salvador participa en World Travel Market desde el año 2009, ventana que ofrece la

oportunidad única a toda la industria del turismo mundial de reunirse, establecer contactos, negociar y llevar a cabo actividades comerciales.

La feria brinda a sus participantes la oportunidad de conocer las últimas tendencias de la industria de forma eficiente, eficaz y productiva. Es una feria que dedica 3 días únicamente para profesionales y un día abierto al público en general.

El ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán anunció los primeros logros obtenidos en la feria turística World Travel Market desarrollada en Londres el pasado 8 de noviembre.

Tras el cierre de negocios, mayoristas de Europa confirmaron que los turistas tailandeses que llegarán a El Salvador están interesados en conocer la cultura tradiciones y sitios arqueológicos de nuestro país; visitarán Joya de Cerén, Suchitoto y Santa Ana. La gestión ha estado liderada por el empresario José Antonio Méndez, de Cadisi Tours.

Una delegación de empresarios turísticos junto al titular de la cartera de Turismo promocionaron a El Salvador en la World Travel Market, que dio finalización el pasado 18 de Noviembre.

El stand de El Salvador captó las miradas de los mayoristas participantes al albergar el acto inaugural de la participación de Centroamérica en la WTM, en la que asistieron los titulares de turismo de la región. La agenda del funcionario continúa con acercamientos y reuniones estratégicas con touroperadores, mayoristas y medios de comunicación europeos.

Las empresas salvadoreñas que unen esfuerzos junto al Ministerio de Turismo, a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo para promover la oferta turística de El Salvador en la feria son: Hotel Leones Marinos, Cadisi Tours, Networks Tours, Nach Tours, Salvadorean Tours, Epic Tours, Hotel Pacific Paradise, Inter Tours, Puerto Barillas y Tour Bus.



## MINISTRO DUARTE HIZO UN LLAMADO DE UNIÓN A LÍDERES EN CUMBRE MUNDIAL DE TURISMO EN LONDRES

En el marco de la feria World Travel Market, el ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán participó en la décima Cumbre mundial de Turismo en Londres, realizada el pasado 09 de noviembre, en la cual destacó temas como la seguridad y el turismo, avances de la región centroamericana y las estrategias del triángulo norte para combatir la delincuencia.

Al evento asistieron los ministros y representantes de turismo a nivel mundial quienes escucharon el llamado del ministro Duarte a generar nuevas alianzas y uniones con los líderes de turismo a nivel mundial para potenciar la industria y combatir la delincuencia.

Durante su intervención el ministro afirmaba: "Nuestros compromisos, como países centroamericanos, debe ir enfocados en ser catalizadores de un proceso de búsqueda de soluciones sostenibles y concertadas, así como proponer acciones al combate de los delitos que afectan al turismo y dar seguimiento a su ejecución".

"A medida que el Turismo crece también se muestra un crecimiento en las estadísticas de la actividad delincuenciales en las sociedades centroamericanas, convirtiéndose en una alerta para quienes planifican y trabajan en el sector turístico por generar altos niveles de violencia e incidir negativamente en la percepción de la seguridad y confianza", añadió.

Destacó que para 2015, Centroamérica recibió un total de 10.3 millones de turistas según la Organización Mundial de Turismo, logrando un incremento del 7% con relación al 2014.

El funcionario recordó que noviembre de 2015, El Salvador albergó el Congreso de Turismo y Seguridad Centroamérica y República Dominicana, actividad que sentó las bases de la declaración de los países en trabajar en pro de la prevención del delito y a la seguridad ciudadana para el desarrollo de la actividad

turística en el istmo. Dicho Congreso contó con el apoyo del Gobierno de El Salvador, la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (UNODC) y la Organización Mundial del Turismo (OMT).

## El Salvador será sede de la Comisión Regional de la OMT en 2017

En el marco de la misión oficial que el ministro Duarte desarrolló en Londres, se reunió con su homólogo de Honduras, Sr. Emilio Silvestri y Carlos Vogeler, Director – Secretario Ejecutivo de Relaciones con los Miembros de la Organización Mundial del Turismo (OMT).

Durante el encuentro se discutieron detalles de la Reunión de la Comisión Regional para las Américas de la Organización Mundial del Turismo que El Salvador y Honduras tendrán la sede compartida en 2017.

En ese sentido El Salvador acogerá los debates de naturaleza orgánica; en Honduras se desarrollarán los seminarios técnicos.

El Salvador cuenta con la experiencia en la organización de eventos internacionales de gran envergadura, en los últimos años se ha desarrollado el XIX Congreso Interamericano de Ministros y Altas Autoridades de Turismo de la Organización de Estados Americanos (OEA) (2011). Routes Americas, el evento de aerolíneas más grande de las Américas, (2014) y en 2015, el Congreso denominado: "Turismo, Desarrollo y Seguridad para Todos" en el cual participaron las Autoridades de Turismo y Seguridad de los países de Centroamérica y República Dominicana.

## ACLARACIÓN PARA LA PRENSA

En virtud de las últimas publicaciones realizadas el pasado mes de noviembre en prensa escrita donde se vincula a la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) con supuestas empresas con el Sr. Nayib Bukele, la institución aclaró:

1. CORSATUR reitera la imparcialidad en los procesos de contrataciones y su debida





ejecución. Somos cumplidores de la Ley, tal es el caso que cuando se ha incumplido el marco contractual hemos seguido y seguiremos los procesos sancionatorios con el contratista sin distinción.

2. Cada proceso de contratación de los servicios de publicidad se realizan bajo normas establecidas por la Ley, a través de Licitación Pública, generando la oportunidad para que cualquier Agencia de Publicidad presente sus ofertas.

3. La Corporación realizó el pasado 10 de octubre una reunión informativa convocando a diferentes agencias de publicidad del país con el objetivo principal de reafirmar nuestro compromiso de implementar procesos competitivos, equitativos y transparentes.

Con certeza y confianza nos desvinculamos de las noticias tendenciosas que envían un mensaje erróneo a la población salvadoreña, y que dañan indirectamente la imagen institucional que lidera el turismo en El Salvador.

En nombre de la Junta Directiva de CORSATUR, conformada por el sector público y privado, apoyamos las gestiones de su presidente y destacamos la labor que la institución ha realizado en los últimos años, lo que ha motivado el desarrollo económico y social de El Salvador a través del turismo.

Sin duda alguna los resultados denotan el trabajo de los equipos según los siguientes indicadores: los ingresos por turismo, han pasado de \$519.6 millones reportados en 2009, a \$1,220 millones la proyección que se tiene para el cierre de 2016, lo que representará un incremento del 136%.

### **ESTM ABRE UNA NUEVA OPORTUNIDAD PARA POTENCIAR TURISMO EN EL MERCADO NORTEAMERICANO**

El pasado 18 de noviembre el Ministerio de Turismo a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo inauguró El Salvador Travel Market,

feria especializada en promover y comercializar la oferta turística del país exclusivamente a mayoristas norteamericanos.

Este cónclave se ha convertido en una plataforma importante para posicionar a El Salvador como un destino turístico en el mercado internacional a través de una sesión de negocios del más alto nivel, donde fueron invitados mayoristas de Norteamérica y empresas turísticas salvadoreñas.

“Durante cuatro años hemos trabajado en posicionar la oferta turística en Norteamérica, lo que nos ha permitido ratificar a dicho mercado como el segundo más importante en la emisión de turistas hacia El Salvador representando más del 40% del total de visitantes al país”, expresó el ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán.

Ese día se inauguró oficialmente la rueda de negocios, plataforma clave para establecer relaciones comerciales entre mayoristas y las 31 empresas salvadoreñas participantes.

El funcionario explicó que desde el miércoles 16 los mayoristas norteamericanos recorrieron El Salvador, visitando los sitios arqueológicos como: Joya de Cerén y Tazumal; así como El Cerro Verde, Centro Histórico de San Ana, el Complejo de Volcanes y Lago de Coatepeque.

Las empresas salvadoreñas que participaron fueron: Atami Escape Resort, Hotel la Casa de Mamapán, Tropic Tours & Rental Car, Avianca, Boca Olas Resort Villas, Hoteles Decameron, Hotel Crowne Plaza, Hotel Mirador Plaza, Eco Mayan Tours, Hotel Mediterraneo Plaza, Papagayo Adventures, Hotel Real Intercontinental, Quality Hotel Real, Mayan Escapes, Tour Bus El Salvador, Hotel Villa Serena, Avitours, Rancho Estero y Mar, Puerto Barillas Marina & Lodge, Paraiso Escondido Hotel Villas & Resort, Inter Tours, Green Blue Red, Hotel Barceló, Cadisi Tours, Tours Universales, Las Flores Resort, Novo Hotel & Suite, Los Almendros de San Lorenzo, Network Tours, Salvadorean Tours y Epic Tours El Salvador.



En el año 2015, la tercera edición de ESTM contó con la participación de 40 mayoristas internacionales, este año la cifra se mantiene. Por otra parte, el año pasado se concretaron 1,160 citas de negocios.

Durante el año 2015 El Salvador recibió a 505,078 norteamericanos, frente a los 488,547 turistas reportados en 2014. En los primeros 6 meses de este año, 245,477 norteamericanos han visitado nuestro país, representando un crecimiento del 0.87% si se compara con el mismo período del año anterior cuando se reportaron cifras de 243,369 visitantes.

### **INGRESOS POR TURISMO ALCANZARÍAN LOS \$1,205.5 MILLONES AL CIERRE DEL 2016**

El pasado 21 de noviembre el ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán dio a conocer en una conferencia de prensa las proyecciones para la temporada de navidad, fin de año y cierre de 2016.

El ingreso de turistas durante navidad y fin de año se vaticina en 95,850, lo que reflejaría un incremento del 2.0% si se compara con el mismo período del año anterior, la cifra alcanzó los 93,971 visitantes.

El titular de Turismo explicó que el ingreso de divisas alcanzaría los \$50.40 millones, un incremento significativo del 5% versus el año 2015, cuando los ingresos fueron de \$48.15 millones.

El gasto diario por persona se espera que incremente a \$114.5, de los \$111.15 estimados el año pasado.

Todo el mes de Diciembre el crecimiento en la llegada de turistas se estima en 240,492, un incremento del 3.1%. De éstos un 11% del total de visitantes se espera que sean salvadoreños residentes en el exterior y el resto extranjeros.

Durante el mes de diciembre 2015, el turismo dejaría en concepto de divisas \$140.75 millones, un 6.2% más que el año 2015.

### **Proyecciones al cierre del 2016**

Turismo espera cerrar el año 2016 con un 4.0% de crecimiento, representando 2 millones 52,385 en la llegada de visitantes internacionales.

Para el año 2016, se espera que el turismo deje una derrama económica de \$1,205.5 millones, lo que representa un 3.1% de crecimiento con respecto al año 2015.

Al cierre del 2016 el empleo del sector turístico rondará los 49,555 versus los 48,705 del 2015.

Se estima un crecimiento del turismo interno en visitantes del 11.3% (8,744,465 de viajes al interior del país) para el año 2016, con respecto al año 2015 y en concepto de ingresos el 13.2% (\$145.14 millones)

### **MINISTERIO DE TURISMO LANZA CALL CENTER PARA ASISTENCIA A TURISTAS**

El pasado 24 de noviembre el ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, lanzó oficialmente el Call Center 914, herramienta que dará asistencia vía telefónica y electrónica a los turistas nacionales e internacionales.

La iniciativa, forma parte del Programa de Asistencia del Turista (PROASISTUR), lanzado el mismo día por las autoridades de Turismo bajo tres componentes: Fortalecimiento de la seguridad; fortalecimiento institucional y plataforma de comunicación accesible al visitante.

"PROASISTUR busca satisfacer las necesidades de información, orientación y acompañamiento de los visitantes nacionales y extranjeros, de forma gratuita, sobre requerimientos de información turística, incluyendo la oferta de atractivos turísticos y actividades culturales, deportivas, y recreativas" dijo el ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán.

Asimismo, se podrán realizar enlaces con las Embajadas acreditadas en El Salvador,







instituciones de gobierno y unidades de emergencia.

El funcionario explicó que a partir de este día inicia la prueba piloto del centro de llamadas, el cual brindará atención al turista 24 horas, los siete días de la semana.

Además, se trabajará coordinadamente con la Policía de Turismo (POLITUR) para brindar asistencia a los turistas en los territorios, en caso de emergencia y mejorar la seguridad turística en general.

PROASISTUR busca fortalecer el funcionamiento de la Policía de Turismo, por lo que a través de este programa se estará apoyando a la institución en:

- Dotación de flota de vehículos terrestres y acuáticos: automotores, bicicletas, motos acuáticas y lanchas.
- Equipo de comunicación.
- Equipo para uso de los agentes: uniformes, equipo de primeros auxilios, rapel, rescate acuático, equipo de buceo.
- Equipo de trabajo informático.
- Capacitaciones técnicas de turismo: buceo, cultura turística, guías turísticos e idiomas.

El funcionario explicó que la necesidad de habilitar un centro de llamadas surgió del crecimiento en la llegada de turistas de los últimos años, la cual ha pasado de 1.4 millones de visitantes en 2009, a 1.9 millones al cierre de 2015.

Los seis Centros de Amigos del Turista (CAT) distribuidos a nivel nacional han brindado asistencia turística a 26,746 visitantes extranjeros entre 2009-2016. Con el nuevo centro de llamadas se mejorará la capacidad de atención a los turistas y se descentralizará los apoyos.

## INVERSIÓN TURÍSTICA EN EL BOQUERÓN Y PLAYA EL TUNCO CRECE \$27.4 MILLONES

El pasado 25 de noviembre el ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, reveló que entre 2014 - 2016, las nuevas inversiones en el rubro turístico en los destinos de El Boquerón, San Salvador y Playa El Tunco, en La Libertad, superan los \$27, 419,127 millones.

“El Turismo en El Salvador es un rubro pujante, que se ha convertido en un sector confiable para las inversiones derivado a la alta demanda de turistas nacionales e internacionales que para este año se espera sean de 1.9 millones de visitantes” expresó el ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán.

El funcionario explicó que el crecimiento de las inversiones en turismo ha permitido aumentar la capacidad instalada de turistas que se tiene en la atención de huéspedes en hoteles y restaurantes en los polos turísticos antes mencionados.

### Playa El Tunco

De acuerdo al levantamiento estadístico realizado, en el caso de la Playa El Tunco, las **nuevas inversiones realizadas entre 2014-2016 ascienden a \$11,605,577**, en: infraestructura turística (\$5,774,600); mobiliario (\$4,150,400); compras de inmuebles (\$1,291, 000), entre otros.

Actualmente la playa El Tunco tiene una capacidad instalada de restaurantes para atender a 3, 655 visitantes, a través de 703 mesas; 1,938 sillas; 290 bancos; 140 sofás; 350 bancas y 402 muebles.

En cuanto hoteles, la zona posee 240 camas individuales; 294 camas dobles y 75 camarotes.

El estudio reveló que en el año 2013, El Tunco contaba con 19 restaurantes, en la actualidad la cifra ha incrementado a 40; en el caso de hoteles pasaron de 28 a 33 y la capacidad de camas de 533 a 978.



## El Boquerón

En el Boquerón, **la inversión de empresarios privados alcanza los \$15, 813, 550**, de los cuales \$10, 045,200 se contabilizaban en infraestructura turística, \$4, 000,000 en compra de inmuebles y \$1, 176,300 en mobiliario.

La capacidad con la que cuenta El Boquerón para atender a los visitantes en restaurantes se detalladas en mesas (1,551); sillas (5,206); sofá y

sillones (10); bancas: 303; bancos (3), contabilizando un total del mobiliario de 7,073.

En el Boquerón, la oferta gastronómica se contabilizaba en 16, la cifra actual es de 20, la capacidad para atender a comensales pasó de ser de 250 a 5, 415.

El 55% de los fondos utilizados para los proyectos de inversión en El Boquerón fueron de fondos propios, y el 45% a través de financiamiento bancario.

## Acciones desarrolladas durante Diciembre 2016





## MINISTERIO DE TURISMO JURAMENTA A 15 NUEVOS COMITÉS DE DESARROLLO TURÍSTICO

El pasado 1 de diciembre del 2016, el viceministro de turismo, Ing. Roberto Viera, juramentó a 15 nuevos Comités de Desarrollo Turístico de la zona oriental del país, con la que se fomentan impulsa el sector turismo local a través de la ejecución de planes estratégicos y proyectos que conllevan al incremento del turismo interno.

Desde el año 2009, los CDT han marcado un importante crecimiento de organización a nivel territorial. Como resultado de este acto visualizo un salto cualitativo en materia de desarrollo y embellecimiento de sus localidades.

Hace 6 años se contaba con 40 comités organizados a nivel nacional, varios de ellos con personería jurídica, el siguiente año se incrementaron 38 grupos más. En diciembre del año 2016 se contó con 263 CDT, incluyendo dos departamentales: San Vicente y Sonsonate, más dos de empresarios: Zona Rosa y Costa del Sol.

A nivel institucional, se fomentó el fortalecimiento de las capacidades de los CDT; desde este escenario se planificaron capacitaciones y talleres a través de los encuentros de CDT, en cada zona departamental, orientado hacia en trabajo que se hicieron en el programa de Pueblos Vivos, realizándose tanto a nivel nacional como regional, totalizando hasta diciembre del presente año, 17 encuentros Regionales de CDT, beneficiando a 2,800 actores turísticos.

## MITUR ACREDITA A NUEVOS GUIAS TURÍSTICOS Y FORTALECE LA ATENCIÓN A TURISTAS

El Ministerio de Turismo a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo clausuró el pasado 5 de diciembre, el programa Nacional de Capacitaciones y Asistencia Técnica 2016, formando a 139 nuevos agentes turísticos a nivel nacional.

Del total, 71 fueron graduados como guías turísticos Locales del Sitio Parque Histórico La

Montañona; 40 Formadores Cultura Turística-docentes de centros educativos con carreras en turismo de todo el país y 15 participantes del "Seminario de Introducción al Turismo Sostenible".

Este proyecto formó parte de Programa de Formación turística (FORMATURES), el cual es parte del Plan Estratégico 2014-2019, que busca generar las condiciones en los territorios de una forma transversal y articulada al Programa Pueblos Vivos, que incluyo la asistencia al turista, la capacitación y el desarrollo territorial.

La inversión fue de \$59,500.00, beneficiando a cada participante con una beca de \$716.86.

Con el programa se fortaleció la calidad de los servicios turísticos, brindando formación turística a las empresas del sector y ampliando la asistencia y seguridad a los turistas.

Entre 2014 y 2016, el Ministerio de Turismo ha impartido diferentes cursos de formación turística, beneficiando a más de 400 personas, entre ellos jóvenes, agentes policiales y docentes.

Los cursos realizados han sido sobre: Guías turístico locales, Guías Turísticos Nacionales, Seminarios de Introducción al Turismo Sostenible, Curso de Inglés Básico, Curso de portugués y atención a Cruceros.

## MITUR LANZA PROYECTO DENOMINADO TURISMO JOVEN PARA FORTALECER A LA INDUSTRIA

El Ministerio de Turismo, a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo, concluyó el día 8 diciembre del 2016 la primera fase del proyecto denominado Turismo Joven, el cual busca fortalecer la formación técnica en turismo de jóvenes universitarios.

Con este Programa, las autoridades del MITUR pretendieron 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.

Universidad Francisco Gavidia y la Universidad Panamericana, beneficiando a carreras de turismo (licenciaturas y técnicos).

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).

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

### MITUR COLOCA PRIMERA PIEDRA DE LA RECONSTRUCCIÓN DEL HOTEL DE MONTAÑA CERRO VERDE

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán junto al vicepresidente de la República, Óscar Ortiz colocaron la primera piedra del proyecto de reconstrucción del Hotel de Montaña del Cerro Verde, el pasado 9 de diciembre del año 2016.

La empresa contratista Mena y Mena S.A de C.V fue la encargada de ejecutar el proyecto por un monto de \$747,599.92.

La primera fase contemplaba la rehabilitación de seis habitaciones, pasillos con cubierta y jardines, instalación de agua potable, sistema de aguas negras con biodigestores, sistema de drenaje de aguas lluvias, servicio de energía eléctrica e instalación contraincendios.

En el segundo trimestre de 2017, se iniciará la segunda fase de este proyecto, el cual incluirá la renovación de 14 habitaciones más, así como las áreas administrativas y de servicio. En 2018, se culmina el proyecto con la transformación del restaurante y bar de las tres chimeneas.

El proyecto fue impulso gracias a la alianza con seis universidades del país, entre ellas: Universidad Dr. José Matías Delgado, Universidad Andrés Bello, Universidad Tecnológica, Universidad Don Bosco, El funcionario explicó que para la ejecución de la consultoría se tomaron en cuenta criterios técnicos entre lo que destacan: a) Integración y armonía con el medio ambiente b) Respeto con la morfología y uso de las instalaciones c) Recuperar el patrimonio arquitectónico d) Aplicación de criterios arquitectónicos, tales como: unidad, función, integración, etc.

Entre los atractivos que conforman este majestuoso destino, se destaca el Volcán de Izalco, conocido también como "El Faro del Pacífico", el cual es considerado uno de los volcanes más jóvenes en el mundo y el más joven de El Salvador. Se trata de un volcán activo, pero actualmente en reposo habiendo ocurrido su última erupción en octubre de 1966.

### EL SALVADOR PROPICIA ALIANZAS DE NEGOCIOS EN MERCADO PERUANO

El Ministerio de Turismo a través de CORSATUR desarrolló la segunda rueda de negocios el pasado 15 de diciembre 2016, entre mayoristas peruanos y empresarios salvadoreños, actividad que se enmarcó en la apuesta estratégica para fortalecer el mercado de turistas suramericano hacia nuestra nación.

La delegación del Ministerio de Turismo y empresarios salvadoreños realizaron una presentación oficial del destino, en la cual se destacó los avances de El Salvador en materia de turismo, infraestructura vial, indicadores de competitividad, entre otros.

Asimismo se promovió destinos como: sol y playa, cultura, arqueología, aventura, surf y pueblos coloniales.

Las empresas salvadoreñas que participaron en el encuentro y que buscaron establecer alianzas y concretar negocios son: Nanch Tours, Hotel y restaurante Leones Marinos, AVIANCA, Avitours, Salvadorean Torurs y Puerto Barillas.







En la actividad se concretaron al menos 75 citas de negocios entre empresarios salvadoreños y peruanos, logrando así un acercamiento directo con las empresas emisoras de turistas del país suramericano.

### CONVENIO ENTRE CIUDAD MUJER Y MITUR/CORSATUR IMPULSARÁ EMPRENDIMIENTOS PARA LA REPARACIÓN DE TABLAS DE SURF

El pasado Jueves, 15 de diciembre de 2016, en San Salvador, la Secretaria de Inclusión Social, Vanda Pignato y el Ministro de Turismo, José Napoleón Duarte, firmaron un convenio de cooperación entre la Secretaría de Inclusión Social (SIS) y el Ministerio de Turismo (MITUR), a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), para contribuir al empoderamiento económico de adolescentes y jóvenes que son atendidas en Ciudad Mujer.

Ambas instituciones asumieron así el compromiso de coordinar acciones para llevar a cabo procesos de formación y asistencia técnica en la rama de turismo; promoción de servicios de ambas instancias y acercamiento de la SIS con el sector turístico con miras a la creación de emprendimientos en este rubro.

Entre las primeras acciones a llevar a cabo como parte de este convenio está la capacitación de usuarias de Ciudad Mujer, quienes aprenderán a reparar tablas de surf. Esta capacitación es la primera de su tipo realizada por el programa Ciudad Mujer, y es parte de la oferta de cursos no tradicionales con los que se busca promover la autonomía económica de las mujeres al incursionar en áreas laborales dominadas tradicionalmente por hombres.

Las acciones comprometidas en la firma de este convenio se enmarcaron en el Programa de Formación Turística (FORMATURES), impulsado por MITUR a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), con el fin de brindar conocimientos y desarrollar las capacidades más importantes del recurso humano que se desempeña en el sector turismo, con especial énfasis en las mujeres.

La Secretaria Pignato hizo hincapié en las grandes capacidades que tienen las mujeres para desarrollarse laboralmente, por ello las animó a apostar por emprendimientos novedosos como los que pueden crearse al aprovechar el potencial turístico que posee el país.

### SAN LORENZO REPORTA INCREMENTO DE TURISTAS E INGRESOS ECONÓMICOS

Lic. José Napoleón Duarte Durán, ministro de turismo junto al alcalde de San Lorenzo, Walter Ortiz dieron a conocer los avances en materia de Turismo del municipio de San Lorenzo, el día 16 de Diciembre en Ahuachapán.

Entre los logros alcanzados por el municipio, se destacó el crecimiento en el número de visitantes a los festivales gastronómicos (Festival del Loroco y Festival del Barón Rojo). En 2014, se reportaron 400 visitantes al Festival del Loroco, en 2016 la cifra incrementó a 4,500; mientras que al Festival del Jocote Barón Rojo las cifras de visitantes pasaron de 4,500 a 15,000 visitantes respectivamente.

Las autoridades reconocieron el trabajo del Comité de Turístico de San Lorenzo, el cual ha logrado una coordinación con la Alcaldía municipal y la Unidad de Turismo, para alcanzar dicho despunte.

Una de las fortalezas del municipio fue ser reconocido por su posicionamiento de sus productos locales: Jocote y Loroco, en la participación activa de los actores locales, en ese sentido las autoridades reconocieron el trabajo del Comité de Desarrollo Turístico, ya que ha logrado una coordinación con la Alcaldía Municipal y la Unidad de Turismo, para alcanzar dicho despunte.

Otro de los avances que destacaron del municipio San Lorenzo es el gasto promedio por cada turista que pasó de ser de \$ 7 a \$15, ya que la venta promedio del emprendedor, incremento de \$3,400 en 2014 a \$19,500 en 2016.

En materia de empleos generados, como referencia, en Cooperativa ACOPAJ de RL tiene un promedio de venta de \$10,000.00 mensuales en 2016, \$2,500.00 arriba de lo reportado en el 2015.



La cooperativa cuenta con 3 empleos fijos y 20 eventuales.

Mientras que Cooperativa Jícaro reportó en el 2015 un total de 26 empleos (entre fijos y eventuales), teniendo un incremento de 6 empleos para este año. Uno de los emprendimientos más recientes, reporta alrededor de 15 empleos (entre fijos y temporales).

### **EL SALVADOR RECIBE EL PRIMER VUELO DE LA AEROLÍNEA CANADIENSE AIR TRANSAT**

El día 22 de Diciembre de 2016 el ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán junto al presidente de la Comisión Ejecutiva Portuaria Autónoma (CEPA), Ing. Nelson Vanegas, recibieron el primer vuelo de la aerolínea Air Transat con 157 pasajeros provenientes de Canadá.

Los esfuerzos del MITUR por posicionar a El Salvador en los mercados internacionales tuvieron eco luego de varias reuniones estratégicas en la feria internacional Tourism and Travel, en octubre

pasado, logrando que la aerolínea volcara nuevamente sus operaciones a El Salvador.

Los turistas provenientes de Canadá visitaron el Hotel Decameron en su primera etapa. Sin embargo, los representantes de Transat ya habían manifestado su interés por ampliar sus alianzas con otros hoteles de playa del país.

Según datos preliminares durante el primer semestre del año 2016, 10,316 canadienses han hecho turismo en El Salvador. En general, el mercado norteamericano (Canadá, Estados Unidos y México) reporta una emisión de 245, 477 visitantes en dicho período.

El primer vuelo llegó el día 22 de Diciembre a El Salvador a la 1:00 p.m. Tras éste, Transat mantendrá operaciones en el país con un vuelo semanal.

La autónoma inaugurará en 2017 la Fase II de la plaza de Bienvenida, que consiste en una pasarela que conectará dicha plaza con el estacionamiento del Aeropuerto Internacional Monseñor Romero para garantizar la seguridad peatonal.

## 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:

- 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
- 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	Noviembre	Diciembre
Planificado	1	1
Ejecutado	2	1



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

En el mes de Noviembre, se realizaron 2 reuniones de Junta Directiva y en el mes de Diciembre 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 para misión oficial en el mes de Noviembre, a la fecha se han realizado 4 misiones oficiales de 6 planificadas, la meta es anual, por lo que se ha obtenido un porcentaje de seguimiento a la ejecución del 66.67 %.

#### **➤ A3 - Asesoría Jurídica**

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

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

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: Noviembre - Diciembre 2016 con su respectivo análisis de resultados.

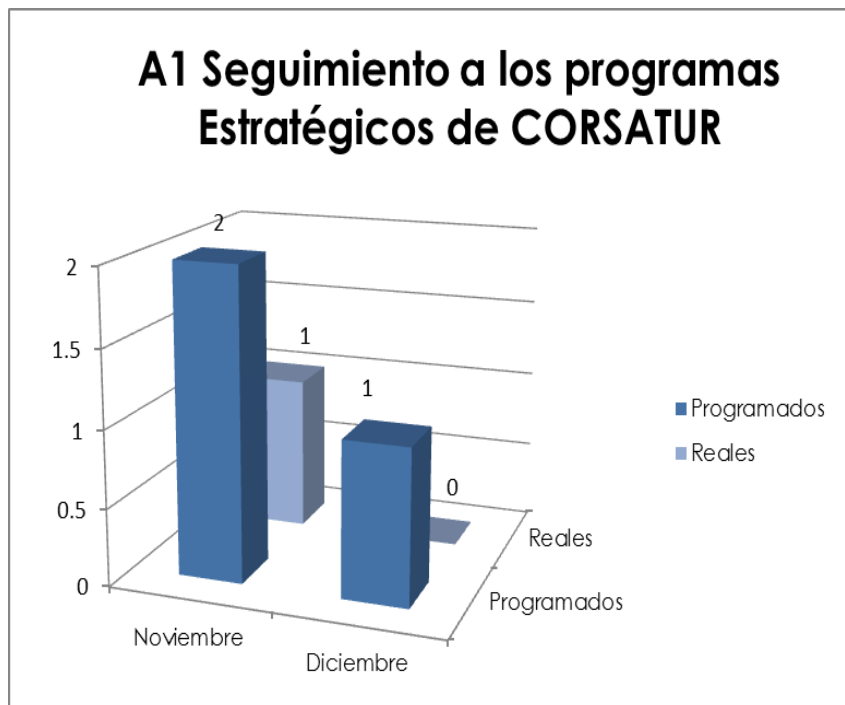


Tabla de Datos	2016	
Número de Informes a recibir	Noviembre	Diciembre
Programados	2	1
Reales	1	0
% de ejecución	50.00%	0.00%



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

No. de informes	Bimestre (Noviembre – Diciembre)
Planificados	3
Recibidos	1
Porcentaje de Cumplimiento	33.33%

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: Noviembre - Diciembre 2016, se verificó que no fue delegada a ninguna misión oficial.

#### ➤ A3 – Adquisición de Papelería y Equipo

En seguimiento y medición a la meta: **“Fortalecer las herramientas de trabajo para un mejor desempeño en la Gestión Administrativa”** se presenta el respectivo análisis de resultados para el período Noviembre – Diciembre 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 Noviembre – Diciembre 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 Noviembre – Diciembre 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 Noviembre y Diciembre / 2016 se hicieron 3 solicitud y 15 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, logrando 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: 143 personas, obteniendo un 143% 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"> <li>• Patrimonio Natural de El Salvador: desarrollado en las siguientes fechas: 25-05-2016, 30/05/2016, 13/06/2016, 20/06/2016.</li> <li>• Protocolos de guiado en áreas naturales y turismo responsable: llevado a cabo el 8/08/16</li> </ul>	8	6	14
✓ 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
✓ En el marco del trabajo de accesibilidad en sitios naturales se realizó el 5/12/2016 la charla: “Atención al turismo con discapacidad visual en áreas naturales” impartido por la Casa de la Cultura del Ciego a empresarios turísticos del RNT, guías turísticos, guías de museo, restaurantes y hoteles. En el marco del año del Turismo Accesible y para el acceso universal a la naturaleza y al patrimonio natural de El Salvador a través del turismo sostenible. Dimensión social de la sostenibilidad como parte de sus tres pilares: ambiental, económico y social.	4	11	15
<b>Total de sensibilizados desde enero hasta el 31 de diciembre 2016</b>	<b>71</b>	<b>72</b>	<b>143</b>





## 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"**:

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

##### **Informe Noviembre**

Tiempo máximo para entrega del informe del mes de Noviembre: 10 días hábiles del mes de Diciembre  
Tiempo real de entrega: 10 días hábiles.

##### **Informe Diciembre**

Tiempo máximo para entrega del informe del mes de Diciembre: 10 días hábiles del mes de Enero  
Tiempo real de entrega: no ha sido presentado (al término del mes de enero se contabilizan 10 días hábiles de desfase)

**El tiempo de entrega de la información del mes de Noviembre fue cumplido, mas sin embargo no fue así para la del mes de Diciembre, ya que al término del mes de Enero / 2017 no ha sido entregado.**

### ➤ **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 Noviembre - Diciembre 2016:

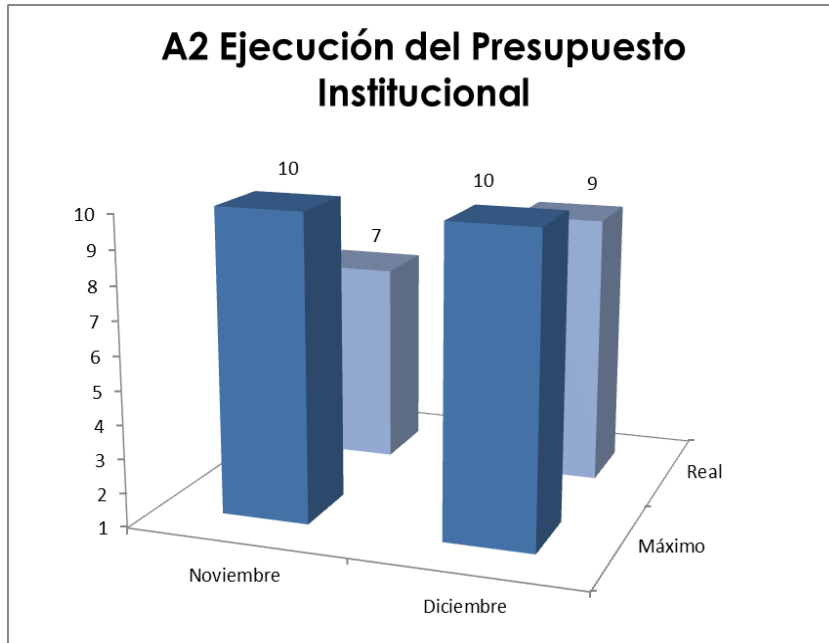


Tabla de Datos	2016	
Tiempo (días hábiles) de entrega del Informe Presupuestario	Noviembre	Diciembre
Máximo	10	10
Real	7	9

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

##### Noviembre

Tiempo máximo para entrega: 10 días hábiles.  
Tiempo real de entrega: 7 días hábiles.

##### Diciembre

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

El tiempo de entrega de la información para los meses de Noviembre y Diciembre 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: Noviembre – Diciembre 2016 se presenta a continuación:

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

##### Noviembre

Tiempo máximo para entrega: último día hábil del mes  
Tiempo real de entrega: 7 días hábiles antes de terminar el mes.

##### Diciembre

Tiempo máximo para entrega: último día hábil del mes  
Tiempo real de entrega: 3 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 (DGGC) - 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: Noviembre – Diciembre 2016 se presenta a continuación:

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

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

##### **Informe Octubre:**

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

Tiempo real de entrega: se entregó el 5 de diciembre (25 días calendario de desfase)

##### **Informe Noviembre:**

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

Tiempo real de entrega: se presentó el 16 de diciembre (6 días calendario de desfase)

##### **Informe Diciembre:**

Tiempo máximo para entrega del informe del mes de Diciembre: el día 10 de enero / 2017

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

**El informe correspondiente al mes de Diciembre, no ha sido entregado, se encuentra en proceso de elaboración.**



## 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: Noviembre – Diciembre 2016

#### **Indicador:**

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

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

En el período: Noviembre – Diciembre / 2016 se recibieron y atendieron 150 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 los 12 meses del año, alcanzando un porcentaje de seguimiento en la ejecución de 100.00%.

#### **Indicador:**

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

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

Se ha recibido el servicio correspondiente a los 12 meses del año, alcanzando un porcentaje de seguimiento en la ejecución de 100.00%.

### ➤ **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: Noviembre – Diciembre, se cumplieron los 5 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 335 solicitudes de transporte en el período: Noviembre - Diciembre, 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 12 solicitudes de requerimientos tecnológicos en el período: Noviembre – Diciembre / 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: Noviembre – Diciembre 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: “**Evaluar las diferentes áreas en el desarrollo de sus actividades para verificar el cumplimiento de Leyes y Reglamentos**” son medibles a un año, a través del indicador: “**Realizar en base a lo programado anualmente exámenes especiales de las diferentes áreas**” y la meta: “**14 Informes al año**”, por lo que se presenta a continuación el respectivo análisis de resultados del período: Noviembre – Diciembre 2016.

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

Se realizó 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 a , Examen Especial al Proceso de Compras de Bienes y Servicios del período del 01 de enero al 30 de junio de 2016, Examen Especial de Verificación de Disposiciones sobre el Ahorro y Austeridad 3er. Trimestre 2016, Examen Especial a las Disponibilidades 3er.semestre del 2016, Examen Especial - Arqueo al Fondo Circulante de Monto Fijo, Examen Especial de Verificación de Disposiciones sobre el Ahorro y Austeridad 2do. Semestre 2016, Examen Especial al seguimiento a Recomendaciones de Informes de Auditoría Interna y de la Corte de Cuentas del período 2015 y 2016 y Examen Especial a Gerencia de Turismo Interno-RNT; al termino del año 2016 se cuantifican 17 Informes, porque de la Verificación de la Política de Disposiciones sobre el Ahorro y Austeridad se presentan al año 4 Exámenes Especiales.

A la fecha se han realizado 17 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).

### ➤ **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: Noviembre - Diciembre 2016.

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

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



## UNIDAD JURÍDICA

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

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

### ➤ A1 – Brindar apoyo legal

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

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

En el período de Noviembre y Diciembre / 2016 se realizaron 67 y 55 opiniones respectivamente en sus diferentes modalidades, la periodicidad para el indicador es anual, por lo que al término del año 2016 se ha alcanzado un cumplimiento de 169.36 %. (691 opiniones).

### ➤ A2 – Brindar servicios notariales

El seguimiento al objetivo: **“Dar validez jurídica a los documentos en que intervenga CORSATUR y que así se requiera.”**, a través de indicador: **“Al menos 22 actos, contratos y declaraciones de voluntad que requieran intervención notarial.”** se presenta a continuación:

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

En el período de Noviembre y Diciembre / 2016 se realizaron 5 y 4 servicios notariales respectivamente, la periodicidad para el indicador es anual, por lo que al término del año 2016 se han cuantificado: 102 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: Noviembre - Diciembre 2016.

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

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

PROCESO	Porcentajes de Participación	
	HOMBRES	MUJERES
<b>Enero-Febrero</b>		
✓ Clausura de Capacitaciones 2015 (Portugués e Inglés) / 11 de Febrero	60.00 %	40.00 %
✓ Juramentación del Comité Departamental de Sonsonate / 12 de Febrero	58.00 %	42.00 %
<b>Marzo-Abril</b>		
✓ Clausura del Programa de Guías Turísticos Locales 2015 / 31 de marzo	46.59%	53.41%
<b>Mayo-Junio</b>		
✓ Campeonato de Surf WSL / Del 15 al 19 de junio	0%	100%
<b>Julio-Agosto</b>		
✓ Encuentros de Comités de Desarrollo Turístico (CDT's). Realizados en la zona oriental, zona central, zona paracentral y zona oriental / Del 16 al 22 de Julio	47.03%	52.97%
<b>Septiembre-Octubre</b>		
✓ 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%
<b>Noviembre-Diciembre</b>		
✓ Graduación del Programa FORMATURES / 5 de Diciembre		
➤ Guías Turísticos	38.00%	62.00%
➤ Guías de Sitio "La Montañona"	50.00%	50.00%
➤ Turismo Joven	27.00%	73.00%
➤ Formador de Formadores	32.00%	68.00%
✓ Taller "Turismo Accesible y Sostenible en áreas naturales" / 5 de Diciembre	27 %	73 %
<b>Promedio de participación</b>	<b>41.80%</b>	<b>58.20%</b>



A la fecha el promedio de participación de mujeres es de 58.20 % de 60 % que es la meta a lograr para el año 2016, con esta cuantificación se obtiene el 97.0 % de cumplimiento a la meta para esta macroactividad.

## ➤ **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: Noviembre - Diciembre 2016.

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

No se realizaron acciones de sensibilización para el personal de CORSATUR en este bimestre, la ejecución al término del año 2016 fue 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.
6. En el mes de Noviembre, se llevó a cabo la Campaña de Fin de Año, con el objetivo de promover el turismo interno en las vacaciones de Diciembre, esta tuvo exposición en medios como TV, Prensa, Radio, Redes Sociales, Medios Exteriores y Centros Comerciales.

A la fecha se han realizado 6 campañas de 3 planificadas, obteniendo un porcentaje de cumplimiento de 200.0 %.



**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 período de Marzo – Mayo 2016.

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

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

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

En los meses de Septiembre a Noviembre se continuó con la campaña de mantenimiento "Close to You" directamente en países de Guatemala y Honduras, utilizando diferentes herramientas de comunicación tales como: pantallas digitales, tv por cable, sitios web, etc. Además se realizaron esfuerzos en medios escritos tales como: revistas digitales e impresas (bold magazine, cruise industry, t-magazine edition Winter guideadventure).

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**

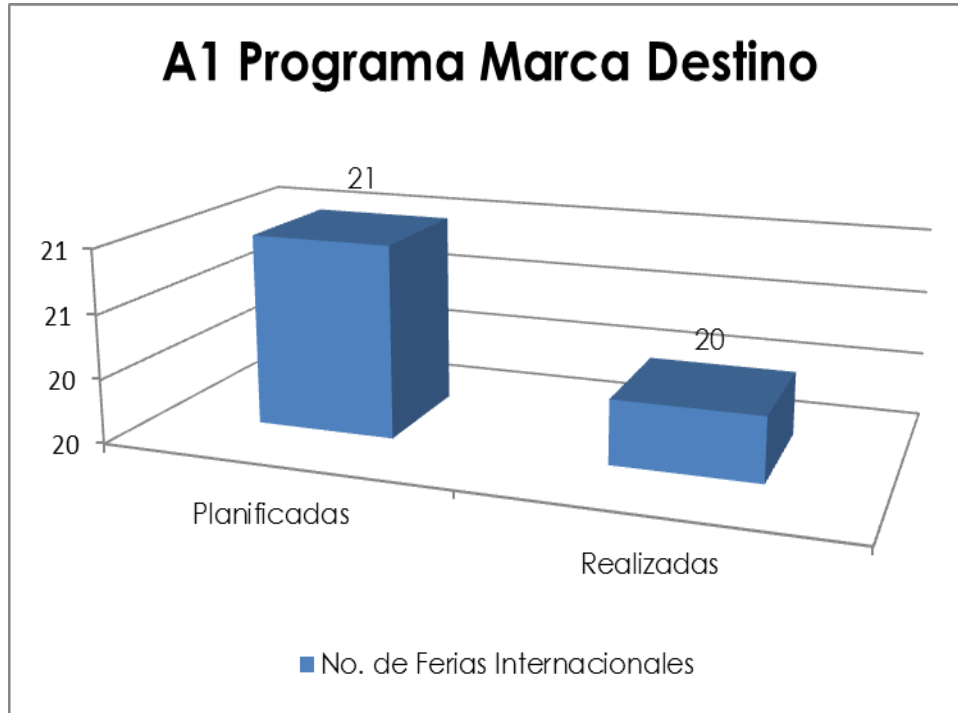


Tabla de Datos	2016
No. de Ferias Internacionales	
Planificadas	21
Realizadas	20
Ejecución	95.24%

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

En el período: Noviembre – Diciembre / 2016 se participó en la Feria World Travel Market (Noviembre) en Inglaterra.

A la fecha se ha participado en 20 ferias de 21, según lo detallado en el plan de eventos y ferias internacionales, año 2016, obteniendo un porcentaje de seguimiento en el cumplimiento de 95.23 %, ya que la cuantificación de la meta es anual.

**Indicador:**

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

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

**Análisis de Resultados:**

Se implementó consultoría para identificar recursos y atractivos para lanzamiento de los productos Sol y Playa, esta abarco el oriente de las playas del país, Centro Histórico y Volcanes, y por parte de la unidad se cubrió la zona costera del occidente y centro, identificándose que se requiere implementar acciones de fortalecimiento al sector empresarial de la zona para posteriormente desarrollar y llegar a concretar un producto turístico; de acuerdo a los resultados de la consultoría se consideró el análisis de la información para un posterior desarrollo de un producto a largo plazo. Se han programado para el 2017 acciones para el fortalecimiento y desarrollo de las rutas antes mencionadas y productos. Cabe mencionar que se dio seguimiento durante el año a los productos existentes Nahuat Pipil, Tour de Olas, Turismo Médico y Ruta del Café.

**Indicador:**

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

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

Al mes de diciembre 2016 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**

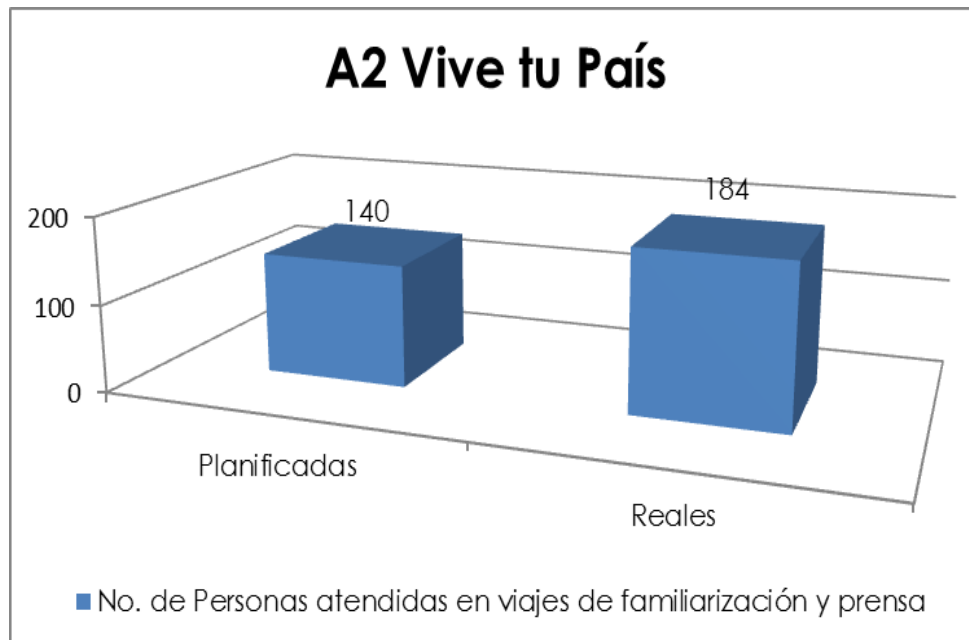


Tabla de Datos	2016
No. de Personas atendidas en viajes de familiarización y prensa	
Planificadas	140
Reales	184
Ejecución	131.43%

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

En el mes de Noviembre se atendieron 77, al término del mes de Diciembre se contabilizaron 184 personas atendidas de un total de 140 planificadas a atender en el año 2016, alcanzando un porcentaje de seguimiento al cumplimiento de 131.43 %, 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.

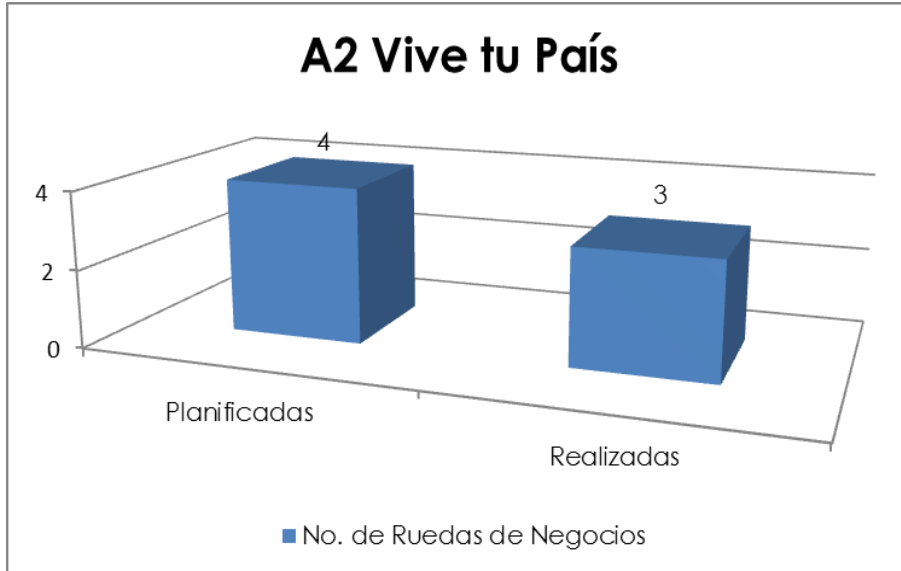


Tabla de Datos	2016
No. de Ruedas de Negocios	
Planificadas	4
Realizadas	3
Ejecución	75.00%

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

En el mes de Diciembre se realizó la Rueda de Negocios de Perú. Al término del año 2016, se han realizado 3 ruedas de negocios de 4 planificadas, obteniendo un porcentaje de seguimiento al cumplimiento de ejecución de 75%.

**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.

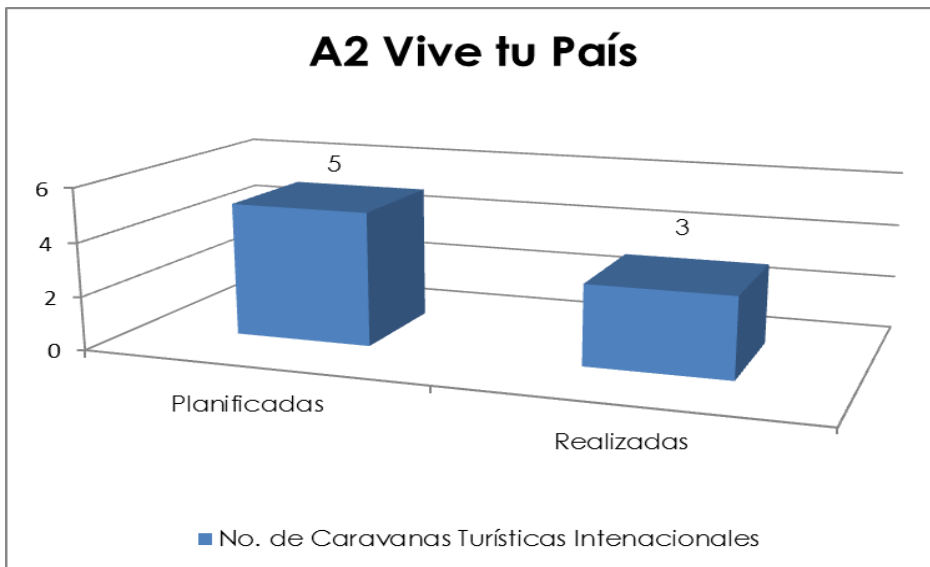


Tabla de Datos	2016
No. de Caravanas Turísticas Internacionales	
Planificadas	5
Realizadas	3
Ejecución	60.00%

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

No se realizó ninguna Caravana Turística en el período: Noviembre – Diciembre, al término del año 2016 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: Noviembre – Diciembre 2016, se describe a continuación:

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

Con la realización de los 3 eventos planificados (Lanzamiento, Feria y Premiación Circuitur 2016), se ha logrado el 100% de cumplimiento en la ejecución.

### **➤ A4 – Cielos Abiertos**

El objetivo: **“Promoción de El Salvador y el proyecto Stop Over como beneficio a los turistas que van en tránsito a El Salvador a través de la realización de al menos dos acciones de promoción del proyecto Stop Over al año”** es cuantificado por medio del indicador: **“Atender turistas internacionales a través de Stop Over”**, el análisis se describe a continuación:

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

La comparación de datos es en base a los meses de Noviembre y Diciembre de los años 2015 y 2016 se presenta a continuación:

Año	Mes		Total
	Noviembre	Diciembre	
2015	258	168	426
2016	285	246	531
Diferencia	27	78	105

En el período Noviembre – Diciembre se observa que hubo un incremento de 105 personas que se beneficiaron con el programa Stop Over con respecto al año anterior.

A la fecha se tiene un acumulado de 2536 personas que han hecho uso del Programa Stop Over para el año 2016 contra 1633 que lo hicieron el año 2015 en el mismo período, obteniendo a la fecha un incremento de 903 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 Noviembre – Diciembre 2016 de detallan a continuación:

No.	Evento	Fecha	Lugar
1	El Salvador Travel Market 2016	17 y 19 de Noviembre	Centro Internacional de Ferias y Convenciones (CIFCO), San Salvador
2	Decoración Navideña	Diciembre	Boquerón y Malecón

Se realizaron 2 eventos de 2 programados para el período: Noviembre – Diciembre 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: Noviembre – Diciembre 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%. Se entregarán los ejemplares de Memorias de Labores restante a los medios de comunicación en actividades públicas.

### ➤ 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:

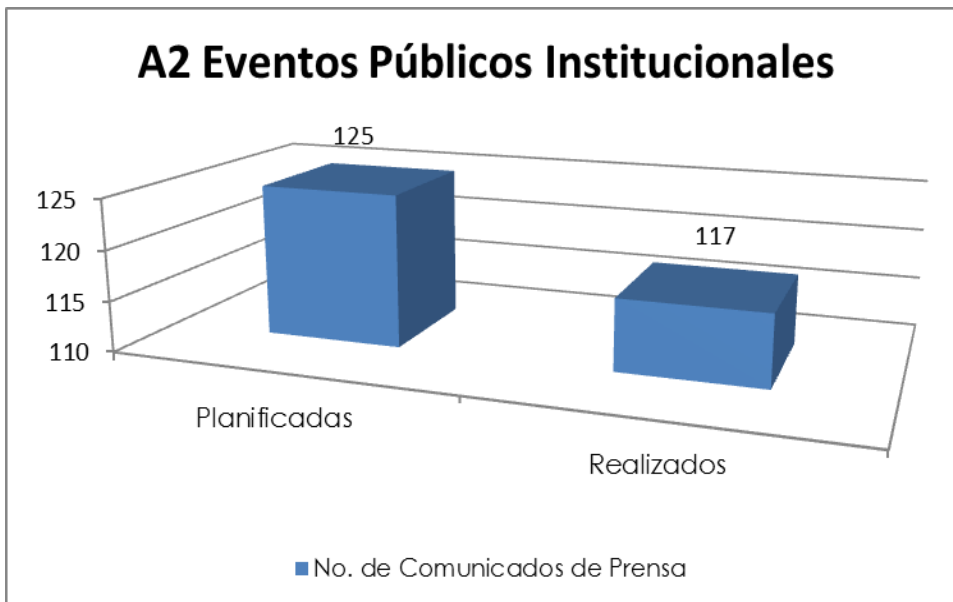


Tabla de Datos	2016
No. de Comunicados de Prensa	
Planificadas	125
Realizados	117
Ejecución	93.60%





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

En los meses de Noviembre y Diciembre / 2016, se publicaron 9 y 11 comunicados de prensa respectivamente, haciendo un total acumulado a la fecha de 117 de 125 comunicados de prensa planificados a elaborar en el transcurso del año 2016, logrando un porcentaje de seguimiento a la ejecución de 93.6 % al término del año 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:

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

Se han elaborado 12 informes de valoraciones de publicidad correspondiente al año 2016(12 meses) obteniendo un porcentaje de seguimiento a la ejecución de 100.0 %.

## 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

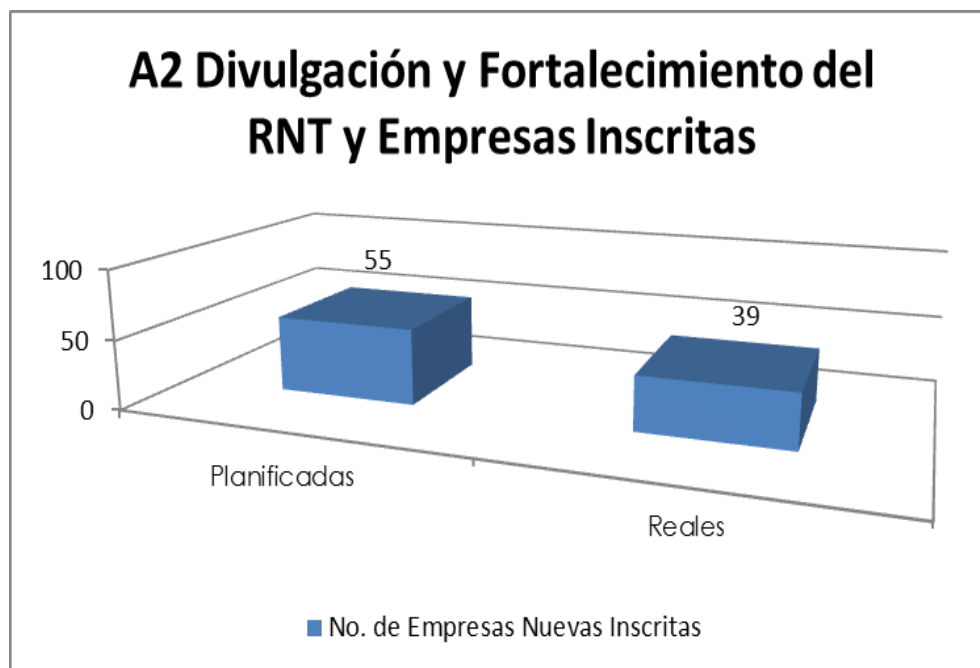


Tabla de Datos	2016
No. de Empresas Nuevas Inscritas	
Planificadas	55
Reales	39
Ejecución	70.91%

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

En el período Noviembre - Diciembre se inscribieron 3 y 3 empresas nuevas respectivamente. El indicador es con medición anual, por lo que se reporta una eficiencia en el cumplimiento de la meta de 70.91 % correspondiente a 39 empresas nuevas inscritas en el año 2016, de 55 planificadas por inscribir.

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

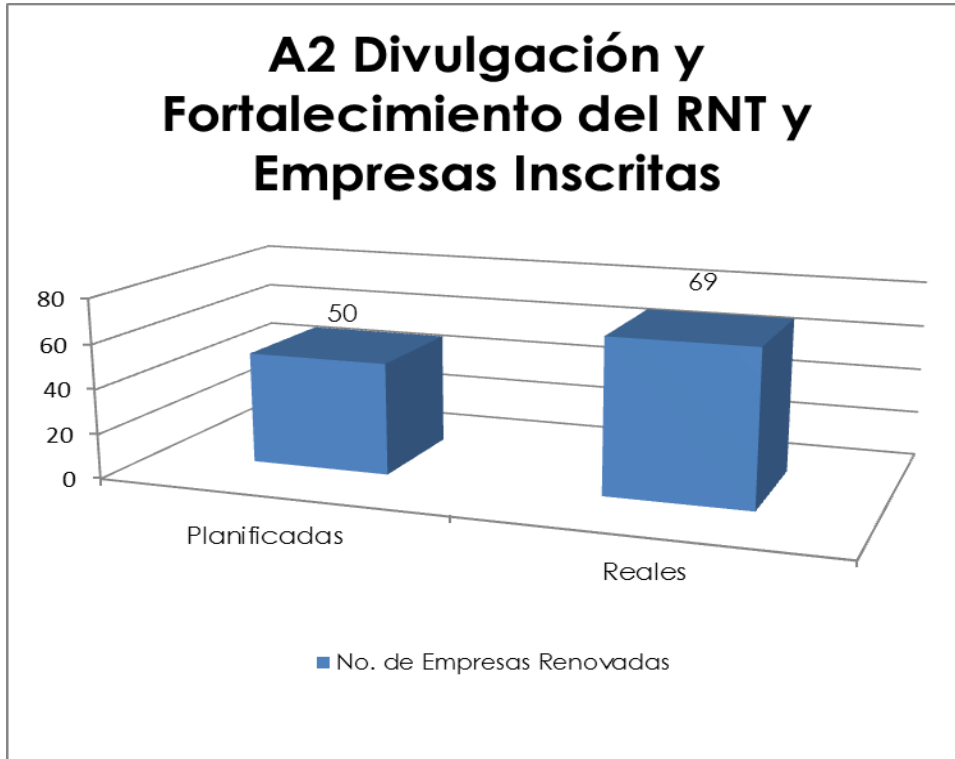


Tabla de Datos	2016
No. de Empresas Renovadas	
Planificadas	50
Reales	69
Ejecución	138.00%

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

En los meses de Noviembre y Diciembre renovaron su inscripción 7 y 1 empresa respectivamente. El indicador es con medición anual, por lo que se reporta una eficiencia en el cumplimiento de la meta de 138.00 % correspondiente a 69 empresas renovadas en el año 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: Noviembre – Diciembre 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 tercera medición se realizó del 24 de diciembre de 2016 al 02 de enero de 2017, obteniendo una afluencia estimada de 257,782 turistas, incrementando en 25,103 con relación al año anterior, esto representa porcentualmente un incremento del 10.79; al realizar la sumatoria de las tres temporadas representa un incremento en la afluencia turística de 88.20 % con relación al año anterior.

### **➤ A4 – Fortalecimiento a los Comités de Desarrollo Turístico.**

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

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

Los encuentros de 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, se amplió el contrato a Mayo 2017 el cual generará los manuales de facilitador y del participante.

## ➤ 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.

Los fondos de esta macroactividad han sido reorientados para la Gerencia de Mercadeo según Acuerdo de Junta Directiva No. 2457 – 302 / 2016 con fecha 23 de noviembre / 2016.

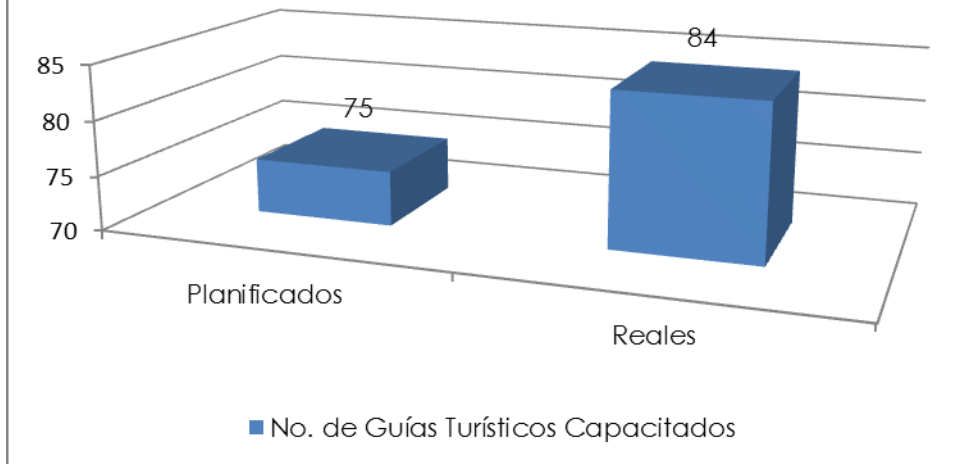
## ➤ A3 – Capacitaciones en Guías Turísticos Locales y Nacionales y Cultura Turística

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.



## A3 Capacitaciones en Guías Turísticos Locales y Nacionales y Cultura Turística

Tabla de Datos	2016
No. de Guías Turísticos Capacitados	
Planificados	75
Reales	84
Ejecución	112.00%



### 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” dio 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):**

Proceso de compra finalizado, logrando la optimización de 4 equipos informáticos de la Gerencia, tal como se había planificado.



## 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):**

Las 2 herramientas de Inversión han sido desarrolladas en el tiempo programado, logrando un cumplimiento del 100% en la respectiva ejecución.

### 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):**

La ejecución del contrato tuvo modificaciones según Acuerdo No. 2407-299/2016, respecto a los alcances, plazo, precio, forma de pago y garantía.

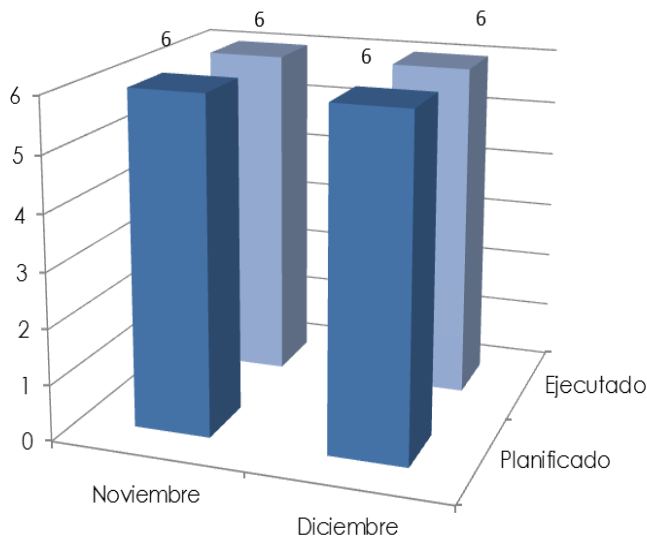
En relación a las nuevas ubicaciones de las señales turísticas, se gestionaron los permisos correspondientes ante el Viceministerio de Transporte (VMT), se emitió resolución favorable. Respecto de las municipalidades beneficiadas, se encuentra a la espera de resolución.

Actualmente se ejecutan aquellas señalizaciones que se encuentran en derechos de vía, y no requieren autorización de municipalidades.

### 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



		2016		
No. de Actas de Satisfacción	Noviembre	Diciembre	Total	
Servicios Contratados	6	6	12	
Servicios Recibidos	6	6	12	
Cumplimiento	100.00%	100.00%	100.00%	

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

Todas las observaciones realizadas a los informes fueron superadas, por lo que se hace entrega de las actas correspondientes.