



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

**Septiembre y  
Octubre 2017**





## CONTENIDO

---

- 1. Objetivo**
- 2. Alcance**
- 3. Documentos Relacionados**
- 4. Responsabilidades**
- 5. Acciones desarrolladas durante Bimestre Septiembre y Octubre 2017**
- 6. Información clave por Áreas de Gestión, Seguimiento y Medición de los Objetivos y Metas del POA de forma bimensual con su respectivo análisis de resultados.**

## 1. Objetivo:

---

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

## 2. Alcance:

---

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

En ese sentido, el alcance del informe es desde recibir la información que cada gerencia y unidad envía a la Gerencia de Planificación, hasta culminar en la consolidación de la medición de los objetivos y metas de los POA para el período Septiembre – Octubre 2017.

## 3. Documentos Relacionados:

---

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

## 4. Responsabilidades:

---

Según el Art. 21 de las NTCIE:

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

## 5. Acciones desarrolladas durante Septiembre 2017





## TURISMO REPORTÓ MÁS DE MIL MILLONES EN DIVISAS EN EL TERCER AÑO DE GOBIERNO

Durante el tercer año de gestión se registran divisas internacionales de \$1,201.41\* millones, así lo confirmó el pasado 4 de septiembre el titular de Turismo, durante el Informe de Rendición de Cuentas.

El titular de la cartera de Turismo destacó el progreso del Turismo Interno en el país a través de Pueblos Vivos, estrategia de desarrollo económico y social con la que se ha logrado alcanzar cifras históricas en los últimos ocho años.

El Turismo Interno reporta un crecimiento récord del 32%, superando los 10.37 millones de viajes que los salvadoreños realizaron dentro del territorio en 2016.

## VISITANTES DE LA FERIA PUEBLOS VIVOS 2017 TUVIERON UNA EXPERIENCIA VIVENCIAL

El pasado 9 y 10 de septiembre, se realizó la Feria Pueblos Vivos 2017 iniciando con un colorido desfile encabezado por el ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, en el que participaron más de 5 mil personas de al menos 50 municipios, mostrando sus principales atractivos, tradiciones y cultura.

El titular de la cartera de Turismo informó que este año la feria se desarrolló bajo la estrategia de **comercialización de la oferta turística a través de la experiencia vivencial** en seis destinos: Artesanal, naturaleza, comunidades originarias, arqueológico, histórico-cultural y sol y playa.

Se destinaron 120 espacios para la gastronomía y 150 espacios para los emprendedores y artesanos.

**El Turismo Interno ha generado la dinamización de la economía, pasando de \$128.2 millones en 2015 a \$191.5 millones en 2016.**

## Y se registraron más de 10.37 millones de viajes de salvadoreños dentro del territorio.

En el año 2009 la Feria de Pueblos Vivos alcanzó una participación de 56 municipios, en 2017 ha incrementado un 357% con 256 municipalidades.

## EL SALVADOR SE POSICIONA EN MERCADO EUROPEO EN BUSCA DE TURISTAS

El pasado 26 de septiembre, el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, junto a cinco empresarios de la industria se reunieron en Francia para posicionar a El Salvador entre los consumidores y tour operadores del mercado francés, en la International French Travel Market (IFTM) Top Resa.

La feria es considerada por los empresarios salvadoreños como una ventana para promocionar El Salvador como un destino de calidad mundial a través reuniones de negocios con los principales interlocutores del mercado francés.

Morazán Tours, Nanch Tours, Los Almendros de San Lorenzo, Coloris Salvadoriens y Hotel La Tortuga Verde son las empresas que participaron en la feria que se desarrolló del 26 al 29 de septiembre en París, Francia.

La International French Travel Market (IFTM) Top Resa es el evento líder de la industria para hacer negocios, innovando y manteniendo actualizado el desarrollo de mercados, ofreciendo un panorama de 360° de la industria turística cubriendo todos los sectores: ocio, eventos y negocios.

En junio, el Ministro de Turismo dio a conocer la estrategia internacional para el segundo semestre de este año, la feria Top Resa, figura entre los 10 eventos internacionales planificados para dicho período.



## MINISTRO DE TURISMO PARTICIPÓ EN EL DÍA DE LOS FAROLITOS EN AHUACHAPÁN

El pasado 7 de septiembre el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte, participó en el Día de los Farolitos realizado en el municipio de Apaneca, Ahuachapán, y visitó proyectos de inversión pública y privada en la zona.

El titular de Turismo participó en la tradicional celebración del Día de los Farolitos, acto cultural y religioso que reúne a miles de turistas nacionales e internacionales año con año para conmemorar la natividad de la Virgen María.

Además, como una nueva forma de potenciar el atractivo de los Pueblos Vivos de El Salvador, el ministro de Turismo hizo un recorrido por el Laberinto y Café Albania, el cual constituye un nuevo proyecto de inversión por parte de la empresa privada, y su objetivo es atraer a los turistas nacionales e internacionales para que conozcan algo diferente en la zona occidente de El Salvador.

Asimismo, el Ministro de Turismo visitó la nueva plaza turística Río de Vientos, un esfuerzo de la municipalidad de Apaneca para atender a los turistas en mejores condiciones de infraestructura, así como potenciar el comercio en la zona.

## Acciones desarrolladas durante Octubre 2017

---



## MITUR CELEBRÓ POR CUARTO AÑO CONSECUTIVO EL DÍA NACIONAL DE LA RUTA DE LAS FLORES

El Ministerio de Turismo (MITUR), a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) celebró el primero de octubre, por cuarto año consecutivo, el Día Nacional de la Ruta de Las Flores, declarado así por la Asamblea Legislativa en el 2014. La conmemoración se desarrolló junto a ediles de los municipios que conforman la ruta.

Este año, el MITUR estableció como atractivo la entrega de la antorcha turística a cada uno de los alcaldes, la cual estuvo a cargo del viceministro de Turismo, Ing. Roberto Viera, como un símbolo de unidad y compromiso por seguir apostándole al desarrollo de turismo en la zona.

El Día de La Ruta de Las Flores se ha convertido en el punto de encuentro para miles de turistas nacionales e internacionales, quienes participaron en la tradicional caravana turística que salió desde San Salvador. La Ruta de Las Flores es el circuito que genera los ingresos turísticos más altos en el país, ya que es el segundo más visitado por turistas y excursionistas.

## MITUR BRINDÓ FORMACIÓN PARA ESTABLECER SELLO DE CALIDAD EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS

El ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, inauguró oficialmente el 03 de octubre, la Capacitación para la Formación de Auditores y Asesores del Sistema Integrado Centroamericano de Calidad y Sostenibilidad (SICCS).

El objetivo de este proceso de formación **fue promover el establecimiento de la marca de calidad y sostenibilidad regional, con el fin de que el destino sea cada vez más competitivo.**

Entre los principales beneficios para los destinos sobre el establecimiento del SICCS

es el replanteamiento de la operatividad turística a fin de satisfacer a la demanda, basándose en el compromiso de los empresarios de renovación de los métodos de gestión y servicio. **Asimismo, facilita la promoción conjunta de los sectores turísticos y los países, a través de una marca única avalada por siete países.**

La formación benefició a 18 participantes que se desempeñan como asesores, consultores y guías turísticos, y poseen conocimiento sobre técnicas de evaluación, control y aseguramiento de la Calidad.

Luego de la formación, los participantes fueron habilitados para desempeñarse como auditores y asesores, por la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA) en rubros como alojamiento, restaurantes, Turismo de Aventura, operadores de Turismo, transporte turístico, etc.

## MINISTERIO DE TURISMO INAUGURÓ LA FERIA CENTROAMÉRICA TRAVEL MARKET (CATM)

El Salvador albergó del 3 al 8 de octubre la feria Centroamérica Travel Market (CATM), el evento más importante de comercialización turística de la región ante Europa, contando con la participación de 78 profesionales del turismo y 26 medios de comunicación de dicho continente.

Es la segunda ocasión que El Salvador fue anfitrión de (CATM). En 2009 se alcanzaron importantes resultados en el posicionamiento, promoción y comercialización del destino.

Por primera vez en CATM, participaron 10 mayoristas taiwaneses a los que se les dio una atención especial por tratarse de un nuevo mercado en el encuentro. Tuvieron la oportunidad de visitar la Ruta de Las Flores, en un viaje especial organizado para exponer el potencial turístico del país, previo a la inauguración oficial de la CATM el pasado sábado 6 de octubre.

La plataforma registra un total de 78 mayoristas especializados en la comercialización de destinos americanos en Europa, quienes sostuvieron encuentros especializados con 98 expositores de toda la región.

Previo a la inauguración oficial de la Centroamérica Travel Market (CATM), mayoristas europeos y al menos 20 empresas turísticas salvadoreñas participaron en el Networking, encuentro que permitió intercambiar contactos y establecer relaciones comerciales para concretar negocios. Además, reforzó los vínculos entre las empresas con el objetivo de ofrecer productos integrados, innovadores y de calidad que combinan dos ó más países de Centroamérica.

Como antesala de CATM se organizaron pre tours, la finalidad de estos fue que los mayoristas conocieran la oferta turística de El Salvador, para que incluyan el destino en sus catálogos.

Entre los lugares turísticos que los empresarios europeos visitaron destaca El Boquerón, Joya de Cerén, Sitio Arqueológico San Andrés, Sitio Arqueológico Casa Blanca, Sitio Arqueológico Tazumal, Santa Ana, Ruta de Las Flores, Malecón del Puerto de La Libertad, Centro Histórico de San Salvador, Bahía de Jiquilisco y playas del oriente del país.

El ministro de Turismo de El Salvador, José Napoleón Duarte, reiteró que el encuentro tuvo como objetivo contribuir al posicionamiento y difusión de la marca Centroamérica, y potenciar al país a nivel internacional.

El evento tuvo como ente organizador, promotor y ejecutor a las Autoridades Nacionales de Turismo, a la Federación de Cámaras de Turismo de Centroamérica (FEDECATUR) y la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA).

## ASES PROMOVERÁ LA OFERTA TURÍSTICA DEL PAÍS JUNTO A MITUR Y CORSATUR

El Ministerio de Turismo y la Corporación Salvadoreña de Turismo, firmaron el 11 de octubre, un convenio con la Asociación Salvadoreña de Empresas de Seguros (ASES), para unir esfuerzos y consolidar la posición de El Salvador promoviendo la oferta turística, en el marco de la XXXVI Conferencia Hemisférica de Seguros FIDES 2017.

La relevancia que tiene para el país ser sede de esta conferencia Hemisférica de Seguros, es que su organización trasciende de ser solo un evento, a convertirse en una actividad que genera un aporte a la economía salvadoreña.

La conferencia se realizará del 12 al 15 de noviembre en el Hotel Crowne Plaza; este es un evento muy importante en materia de seguros para Iberoamérica, donde se contará con la participación de más de 25 países y la asistencia de más de 1,000 representantes de diferentes compañías de todo el mundo, donde CORSATUR podrá distribuir entre los participantes material promocional, para que tengan la certeza de que en El Salvador encontraran un lugar con la mejor oferta para hacer turismo y negocios.

## EL SALVADOR PARTICIPÓ EN LA FERIA TTG INCONTRI EN RÍMINI, ITALIA

El Ministerio de Turismo a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo, continúan su apuesta por fortalecer el posicionamiento de la oferta turística del país en el continente europeo, esta vez, en la Feria TTG Incontri, la cual se desarrolló en Rímni, Italia.

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

Empresarios de Morazán Tours, Nanch Tours, Tour Bus y La Ruta del Guerrillero establecieron reuniones con mayoristas y agencias de viajes de Europa con el fin de concretar negocios en busca de aumentar el flujo de turistas a El Salvador.

De acuerdo a las estadísticas que maneja la Unidad de Inteligencia sectorial de la Corporación Salvadoreña de Turismo, hasta agosto, El Salvador recibió a 29, 363 turistas europeos, 2,682 son italianos, reportando un crecimiento positivo año con año.

A la feria TTG Incontri asistieron 42 mil visitantes. El evento es una plataforma donde se presentan las principales novedades de los operadores turísticos en el mercado a cargo de expositores directos de 2,400 empresas de 100 países. Se considera las más importantes de modalidad Business to Business de comercio internacional, en el sector turístico en Italia.

### EL SALVADOR SE PROMOCIONÓ EN FERIA DE CRUCEROS

Cuatro empresarios salvadoreños, junto a una comitiva encabezada por la Gerente General de la Corporación Salvadoreña de Turismo, Arq. Rhina Reyes, participaron en la vigésimo cuarta conferencia anual de la Asociación de Cruceros de Florida y el Caribe (FCCA), que tuvo lugar en Mérida, Yucatán, con el objetivo de posicionar a El Salvador como destino turístico de cruceros.

Salvadorean Tours, Inter Tours, Cadisi Tour y el Consorcio Marítimo Centroamericano son las empresas que representaron al país del 23 al 28 de octubre, junto a dos delegados de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), en esta feria considerada la más importante a nivel latinoamericano.

El evento contó con la asistencia de diferentes personas e instituciones públicas y privadas que establecieron negocios con la industria de cruceros, incluyendo: Puertos y Destinos; Cruceros y Agencias de Turismo;

Operadores turísticos; Atracciones; Proveedores; y agentes navieros.

Tener presencia en un evento de gran importancia, como esta conferencia organizada por la FCCA, ayuda a proyectar una imagen de profesionalismo como destino de cruceros e incentivar el interés por el país como destino para este segmento, así como apoyar a la empresa privada local.

### MITUR ENTREGÓ PREMIO NACIONAL DE TURISMO A PASCAL LEBAILLY

El Ministerio de Turismo, a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo, entregó el pasado 30 de octubre el Premio Nacional de Turismo a Pascal Lebailly, propietario del Hotel Almendros de San Lorenzo, como un reconocimiento a su trayectoria de empresario en el rubro hotelero y su destacada labor en el impulso de la industria turística, el arte y la cultura en el municipio de Suchitoto.

El galardón fue entregado por el ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, quien junto a más de 200 invitados ligados al rubro de turismo rindieron un homenaje a Lebailly.

“El turismo es entendimiento mutuo, paz y seguridad. Estoy convencido que el Sr. Pascal Lebailly, ha sabido promover a Suchitoto a nivel nacional e internacional, creando una oferta única en alojamiento, pero al mismo tiempo vincular las artes y la cultura con el turismo para fomentar la paz en el municipio”, afirmó José Napoleón Duarte.

La oferta turística que ha impulsado el ganador del Premio Nacional de Turismo 2017 se ha enfocado en destacar la cultura y arte de nuestro país, trabajo que se ve materializado en la “Galería de Pascal” donde se exhiben obras de arte de pintores salvadoreños e internacionales, así como la exposición y venta de artesanías salvadoreña

## 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 - Fortalecimiento y toma de decisiones a través de Reuniones

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

Tabla de Datos	2017	
Número de Reuniones	Septiembre	Octubre
Planificado	1	1
Ejecutado	1	2

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

En Septiembre: se realizó 1 reunión de Junta Directiva y en Octubre 2 reuniones de Junta Directiva, cuantificando en el período Septiembre - Octubre un total de 3, cumpliendo de esta manera la meta propuesta para dicha macroactividad.



## ➤ 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):**

En el período Septiembre – Octubre / 2017, Junta Directiva no ha delegado a ningún funcionario o miembro de Junta Directiva para asistir a misiones oficiales.

## ➤ A3 - Consultorías, Estudios E Investigaciones

El objetivo es: **“Consultorías, estudios e investigaciones en la Rama del Turismo u otras”** a través del indicador: **“Realización de Consultoría”**, cuya meta es: **“Desarrollar una consultoría anual”**, a continuación se presenta el análisis de los resultados en cuanto a operatividad.

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

Esta actividad no se realizará debido a la modificación del presupuesto general de la nación 2017 según Decreto Legislativo No. 657, plasmado en acuerdo No. 2565-317/2017 de Junta Directiva de CORSATUR.

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.

### ➤ A1 – Seguimiento a los Programas Estratégicos de CORSATUR

En seguimiento y medición al objetivo: **“Conocer a través de los informes la situación financiera y administrativa de CORSATUR”** a través del indicador: **“Supervisar el cumplimiento de las metas estratégicas a nivel institucional a través del análisis de informes recibidos”**, a continuación se presenta el cuadro comparativo de resultados con su respectivo análisis:

Tabla de Datos	2017		
Número de Informes a recibir*	Septiembre	Octubre	Total
Programados	2	2	4
Reales	1	3	4
Seguimiento a la Ejecución			100.0%

\* Nota. Debido a que el indicador es de periodicidad bimestral, el número de informes programados se ha cuantificado para el período Septiembre – Octubre / 2017

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

En el período en análisis se recibieron los informes programados.

### ➤ A2 – Adquisición de papelería y digitalización de documentos

En seguimiento y medición al objetivo: **“Asegurar el registro de documentos e informes de Gerencia General”** a través del indicador: **“Desarrollar el escaneado durante el período planificado de los documentos e informes de Gerencia General”** y la meta **“Digitalizar el 100% de los documentos de los años 2014/2015”**, se presenta el respectivo análisis de resultados.

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

El servicio de digitalización está en ejecución.



## UNIDAD DE 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.

### ➤ A1 – Digitalizar registro de adquisiciones y contrataciones

El seguimiento del objetivo: **“Asegurar el 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 2015 )”** se presenta a continuación para el período Septiembre – Octubre 2017:

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

Se ha digitalizado el 100 % de expedientes programados.

## 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: **“Responder en un plazo menor a 10 días hábiles las solicitudes de información lo cual medirá la eficiencia de la organización”** es ponderado a través del indicador: **“Garantizar el cumplimiento de la ley LAIP en base a art. 66 con respecto al tiempo de respuesta el cual es 10 días hábiles como máximo”** y la meta: **“Dar respuesta a las solicitudes de información en un tiempo menor o igual a diez días hábiles”**, es cuantificado en base a requerimientos que son variables en los meses según sea la necesidad correspondiente, a continuación se presenta el respectivo análisis de resultados.

Tabla de Datos	2017		
# días hábiles de respuesta a solicitudes de información	Septiembre	Octubre	Promedio
Máximo	10	10	10
Real	9	9	9
Seguimiento al Cumplimiento			10 ≥ 9

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

##### Septiembre:

Tiempo Promedio de respuesta: 9 días hábiles (solicitudes recibidas: 2)

##### Octubre:

Tiempo Promedio de respuesta: 9 días hábiles (solicitudes recibidas: 2)

El tiempo promedio de respuesta para el bimestre analizado es de 9 días hábiles

### ➤ A2 – Rendición de Cuentas

El objetivo: **“Rendir cuentas de una manera efectiva a todas las personas de las actividades realizadas por CORSATUR.”** es medido a través del indicador: **“Cumplimiento del objeto de LAIP art. 1”** y la meta: **“Socializar 100 ejemplares del informe de rendición de cuentas al año”**, debido a que son eventos puntuales programados para la consecución de objetivos específicos, los resultados no se muestran en forma comparativa, a continuación se presenta el respectivo análisis de resultados.

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

Acción finalizada en septiembre 4 con la realización del evento, los ejemplares del informe fueron socializados a conformidad

## 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 del país

El seguimiento al objetivo: “**Sensibilizar actores turísticos públicos y privados hacia la gestión ambiental del turismo**” a través del indicador: “**No. de actores turísticos del sector público y privado sensibilizados en temas turístico ambientales**” con la meta definida de: **150 personas sensibilizada se presenta a continuación:**

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

A continuación el detalle:

PROCESO	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
✓ Sensibilización Ambiental y de Turismo Sostenible en Evento Encuentro de CDT Zona ORIENTAL. Con el tema: “¿Cómo cuidamos y mejoramos el ambiente desde nuestro Circuito Turístico? “Impartida a los Comités de Desarrollo Turístico de la Zona Oriental. El 19/05/2017	122	89	211
✓ Sensibilización Ambiental y de Turismo Sostenible en Evento Encuentro de CDT Zona Occidental y Central. Con el tema: “¿Cómo cuidamos y mejoramos el ambiente desde nuestro Circuito Turístico? “Impartida a los Comités de Desarrollo Turístico de la Zona Occidental y Central. El 25/05/2017	140	139	279
✓ Sensibilización Ambiental y de Turismo Sostenible en Evento Encuentro de CDT Zona Paracentral. Con el tema: “¿Cómo cuidamos y mejoramos el ambiente desde nuestro Circuito Turístico? “Impartida a los Comités de Desarrollo Turístico de la Zona Paracentral. El 7/06/2017	101	87	188
✓ Capacitación en Turismo Sostenible a actores turísticos locales del Municipio de Santa Isabel Ishuatan el 10/08/2017, en el Marco del proyecto Fortalecimiento y Articulación del tejido social para la conservación del patrimonio natural y cultural, y potenciar el turismo ambiental sostenible en el ACLC (FIAES y CAT Ruta de las Flores)	3	3	6
✓ Capacitación en Turismo Sostenible a actores turísticos locales del Municipio de Cuisnahuat el 10/08/2017 en el Marco del proyecto Fortalecimiento y Articulación del tejido social para la conservación del patrimonio natural y cultural, y potenciar el turismo ambiental sostenible en el ACLC. (FIAES y CAT Ruta de las Flores)	6	6	12
✓ Capacitación en Turismo Sostenible a actores turísticos locales en Municipio de Caluco el 15/08/2017 en el Marco del proyecto Fortalecimiento y Articulación del tejido social para la conservación del patrimonio natural y cultural, y potenciar el turismo ambiental sostenible en el ACLC (FIAES y CAT Ruta de las Flores)	8	4	12
✓ Capacitación en Turismo Sostenible a actores turísticos locales en Municipio de San Julián el 15/08/2017 en el Marco del proyecto Fortalecimiento y Articulación del tejido social para la conservación del patrimonio natural y cultural, y potenciar el turismo ambiental sostenible en el ACLC (FIAES y CAT Ruta de las Flores)	6	8	14
✓ Capacitación en Turismo Sostenible a actores turísticos locales en Municipio de Tepecoyo el 12/10/2017 en el Marco del proyecto Fortalecimiento y Articulación del tejido social para la conservación del patrimonio natural y cultural, y potenciar el turismo ambiental sostenible en el ACLC (FIAES y CAT Ruta de las Flores)	8	9	17
<b>Total de sensibilizados desde enero hasta el 31 de octubre de 2017</b>	<b>394</b>	<b>345</b>	<b>739</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 – Dirigir, Coordinar, Integrar y Supervisar las Actividades de Presupuesto, Tesorería y Contabilidad Gubernamental, relacionadas con la Gestión Financiera Institucional, velando por el Cumplimiento De las Disposiciones Legales y Técnicas Vigentes:**

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"** y la meta **"Remitir el Informe en un tiempo menor o igual a 10 días hábiles"**:

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

#### Informe correspondiente al mes de Agosto

Tiempo máximo para entrega del informe del mes de Agosto: 10 días hábiles del mes de Septiembre (fecha: 14/07/2017)

Tiempo real de entrega: 8 días hábiles (fecha: 12/09/2017)

Desfase en la entrega: 0 días hábiles / El informe fue entregado en tiempo

#### Informe correspondiente al mes de Septiembre

Tiempo máximo para entrega del informe del mes de Septiembre: 10 días hábiles del mes de Octubre (fecha: 13/10/2017)

Tiempo real de entrega: 7 días hábiles (fecha: 10/10/2017)

Desfase en la entrega: 0 días hábiles / El informe fue entregado en tiempo

➤ **A2 – ASISTIR EN LAS ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LA FORMULACIÓN DEL PRESUPUESTO INSTITUCIONAL Y EJECUCION**

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"** y la meta **"Remitir los informes mensuales en un tiempo menor o igual a 10 días hábiles"** se presentan a continuación de manera comparativa para el período Septiembre - Octubre 2017:



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

#### **Informe correspondiente al mes de Agosto**

Tiempo máximo para entrega del informe del mes de Agosto: 10 días hábiles del mes de Septiembre (fecha: 14/09/2017)

Tiempo real de entrega: 8 días hábiles (fecha: 12/09/2017)

Desfase en la entrega: 0 días / El informe fue entregado en tiempo

#### **Informe correspondiente al mes de Septiembre**

Tiempo máximo para entrega del informe del mes de Septiembre: 10 días hábiles del mes de Octubre (fecha: 13/10/2017)

Tiempo real de entrega: 9 días hábiles (fecha: 12/10/2017)

Desfase en la entrega: 0 días / El informe fue entregado en tiempo

### **➤ A3 – Custodia, manejo, liquides de efectivo y pagos**

El seguimiento cualitativo del objetivo: **“Elaborar y enviar Informe mensual de Retención, Percepción o Anticipo a Cuenta de IVA a la Dirección General de Tesorería (DGT) - Ministerio de Hacienda, el último día hábil de cada mes”** a través del indicador: **“Tiempo de entrega de informe Presupuestario a la Gerencia Financiera y DGP”** para el período: Septiembre – Octubre 2017 se presenta a continuación:

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

#### **Informe correspondiente al mes de Agosto**

Fecha máxima para entrega del informe del mes de Agosto: último día hábil de cada mes (fecha: 29/09/17)

Fecha real de entrega: 21/09/17 / El informe fue entregado en tiempo

#### **Informe correspondiente al mes de Septiembre**

Fecha máxima para entrega del informe del mes de Septiembre: último día hábil de cada mes (fecha: 31/10/17)

Fecha real de entrega: 20/10/17 / El informe fue entregado en tiempo

### **➤ A4 – Cierres Mensuales**

El seguimiento cualitativo de la meta **“Elaborar y preparar Cierres Contables mensuales en los primeros 10 días calendario de cada mes y Cierres Anuales entre los primeros 13 días hábiles del mes de Enero del año siguientes, para ser presentados a la Dirección General de Contabilidad Gubernamental (DGCG) - Ministerio de Hacienda”** a través del indicador: **“Tiempo de entrega de informe mensual de Retención, Percepción o Anticipo a Cuenta de IVA a la DGT”** para el período: Septiembre – Octubre 2017 se presenta a continuación:

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

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

#### **Cierre Contable correspondiente al mes de Agosto:**

Tiempo máximo para entrega del Cierre Contable del mes de Agosto: 10 días calendario del mes de Septiembre (fecha: 10/09/2017)

Tiempo real de entrega: 8 días calendario (fecha: 8/09/2017)/ Informe presentado en tiempo



### **Cierre Contable correspondiente al mes de Septiembre:**

Tiempo máximo para entrega del Cierre Contable del mes de Septiembre: 10 días calendario del mes de Octubre (fecha: 10/10/2017)

Tiempo real de entrega: 10 días calendario (fecha: 10/10/2017) / Informe presentado en tiempo

### **✓ Cierre Contable Anual**

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

##### **Cierre Contable 2016**

Fecha máxima para entrega: 19/01/17

Fecha real de entrega: 01/02/17

El informe fue entregado con 10 días hábiles de desfase.

## 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: “**Tiempo de entrega de requisiciones de bienes solicitados**” en un tiempo menor a 4 días hábiles ( $x \leq 4$  días hábiles), y de la meta: “**Cumplir el tiempo definido para entrega**”, a continuación se presenta el respectivo análisis de resultados para el período: Septiembre – Octubre 2017:

Tabla de Datos	2017		
Tiempo de entrega de requisiciones de bienes solicitados (días hábiles )	Septiembre	Octubre	Bimestre
Máximo	4	4	4
Promedio Mensual	1.25	1.94	1.59
Seguimiento al Cumplimiento			$4 \leq 1.59$

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

El tiempo promedio de respuesta en el bimestre en análisis fue menor al definido como máximo, ya que  $1.59 \leq 4$  días hábiles, cumpliendo de esta manera el indicador de tiempo establecido para la macroactividad.

### ➤ A2- Salvaguardar los Bienes Muebles, Inmuebles y Valores de CORSATUR contra daños o 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: “**Índice de siniestralidad en relación al año anterior**” y de la meta: “**Monitorear los porcentajes en relación al año anterior**”, se presenta a través del análisis de resultados correspondiente a cada indicador:

Tabla de Datos	2017		
Índice de Siniestralidad	Septiembre	Octubre	Bimestre
2016	6.6	8.07	7.335
2017	14.82	14.82	14.82

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

En el período de análisis se muestra un incremento en el índice de siniestralidad para ambos meses.

➤ **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:

Tabla de Datos	2017		
	Septiembre	Octubre	Total Bimestre
No. de Servicios para funcionamiento			
Planificados	2	6	8
Reales	2	5	7
Seguimiento al Cumplimiento	100.00%	83.33%	87.50%

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

Septiembre:

Se cumplieron los servicios de funcionamiento, se realizaron 2 servicios de 2 planificados

Octubre:

Se cumplieron los servicios de funcionamiento de manera parcial, se realizaron 5 servicios de 6 planificados,

Para el período en cuestión se obtuvo un porcentaje de cumplimiento del 87.50%, ya que se realizaron 7 servicios de 8 planificados.

➤ **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: “**Eficiencia en la ejecución de los programas de mantenimiento según kilometraje recorrido**” y la meta: “**Cumplir al menos el 95% de los mantenimientos preventivos a realizarse según kilometraje recorrido**” cuantificado de forma trimestral, se presenta a continuación el seguimiento al cumplimiento del período Septiembre – Octubre / 2017:

Tabla de Datos	2017		
	Septiembre	Octubre	Total Bimestre
No. de mantenimientos preventivos según kilometraje recorrido			
Planificados	7	4	11
Realizados	7	4	11
Seguimiento al Cumplimiento			100.00%

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

Para el período Septiembre – Octubre / 2017 se obtuvo un cumplimiento de 100%, habiéndose realizado un total de 11 mantenimientos de 11 planificados.

➤ **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:

Tabla de Datos	2017		
No. de solicitudes de requerimientos tecnológicos	Septiembre	Octubre	Total Bimestre
Recibidas	6	4	10
Atendidas	6	4	10
Seguimiento al Cumplimiento			100.00%

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

Se recibieron y atendieron 10 solicitudes de requerimientos tecnológicos en el período: Septiembre – Octubre / 2017, 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 mensualmente al menos el 90% de los procedimientos o actividades**, se presenta de forma comparativa a continuación:

Tabla de Datos	2017		
No. de procedimientos o actividades	Septiembre	Octubre	Total Bimestre
Planificados	4	4	8
Realizados	4	4	8
Seguimiento al Cumplimiento			100.00%

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

Las actividades programadas para el período: Septiembre – Octubre 2017, 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: “**Cumplir el 100% del Plan Anual de Auditoría Interna para el período 2017.**”, por lo que se presenta a continuación el respectivo análisis de resultados del período: Septiembre – Octubre 2017.

Tabla de Datos	2017
<b>Exámenes Especiales*</b>	
Planificados al año	14
Realizados al Quinto Bimestre	9
Seguimiento al Cumplimiento	64.29%

\* Nota. Debido a que el indicador es de periodicidad anual, el número de exámenes especiales se ha cuantificado de manera acumulada al término del mes de Octubre / 2017.

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

Se realizó Examen Especial a Disponibilidades del periodo del primer semestre del 2017, Proceso de Compras de Bienes y Servicios del período del 01 de enero al 30 de junio de 2017, Proceso de Promoción y Publicidad; y están en proceso Examen Especial a: Recursos Humanos, sobre Ejecución de Obras y Consultoría del Programa de Desarrollo Turístico de la Franja Costera Marina y Disponibilidades del tercer trimestre del 2017

### ➤ **A2 - Elaboración del Plan Anual de Auditoría Interna para el período 2018.**

El objetivo: “**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**” es medido por el indicador: “**Presentación del Plan de Trabajo Anual de Auditoría**” y la meta: “**Cumplir con el tiempo establecido para la presentación del Plan de Trabajo**”, debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos no se presenta en forma comparativa, a continuación se presenta el análisis de resultados correspondiente al período: Septiembre - Octubre 2017.

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

El Plan de Trabajo Anual 2018 de Auditoría Interna fue presentado a Junta Directiva en el mes de marzo, según consta en acuerdo No. 2531-313/2017.

## 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 el seguimiento y medición de las metas de las macroactividades de la Unidad Jurídica:

### ➤ A1 – Brindar apoyo legal

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

Tabla de Datos	2017
No. de opiniones en sus diferentes modalidades	
Programados al año	408
Reales al quinto bimestre	643
Seguimiento al Cumplimiento	157.60%

Nota. Debido a que el indicador es anual, el número de opiniones se ha cuantificado de manera acumulada al término del mes de Octubre / 2017

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

En los meses de Septiembre y Octubre / 2017 se realizaron 71 y 68 opiniones respectivamente en sus diferentes modalidades, la periodicidad para el indicador es anual, por lo que al término del período analizado se ha alcanzado un cumplimiento de 157.60 %. (643 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.”** cuyo periodicidad es anual, se presenta a continuación:

Tabla de Datos	2017
No. de actos, contratos y declaraciones de voluntad que requieren intervención notarial	
Programados al año	22
Reales al quinto bimestre	99
Seguimiento al Cumplimiento	450.00 %

Nota. Debido a que el indicador es anual, el número de actos, contratos y declaraciones de voluntad que requieren intervención notarial se ha cuantificado de manera acumulada al término del mes de Octubre / 2017



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

En el período de Septiembre y Octubre / 2017 se realizaron 7 y 5 servicios notariales respectivamente, la periodicidad para el indicador es anual, por lo que al término del período analizado se han contabilizado 99 servicios notariales en total (450.00%).

#### **➤ 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.

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”** y la meta: **“Número de procesos administrativos requeridos”**

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

Cumplimiento conforme a lo requerido (2 procesos).

## 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 - Fomentar 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 de acuerdo al Cronograma de eventos institucional”** es cuantificado a través del indicador: **“Estadísticas de eventos, reuniones, capacitaciones”** y la meta: **“Lograr el 60%”** cuya periodicidad es bimensual, a continuación se presenta el análisis de resultados correspondiente al período: Septiembre - Octubre 2017.

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

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

PROCESO	Porcentajes de Participación	
	HOMBRES	MUJERES
✓ Feria de emprendimientos "Verano 2017" / 24 de Abril Con la participación de 12 mujeres emprendedoras de Ciudad Mujer Colón, las cuales ofrecieron productos como: panadería, chocolate, bisutería, ropa de añil, desinfectantes, zapatos y alimentos.	0.00%	100.00%
✓ Encuentro de CDT de la Zona Oriental" / 19 de Mayo Con una participación de 89 mujeres y 122 hombres	57.82%	42.18%
✓ Encuentro de CDT de la Zona Occidental y Central / 25 de Mayo Con una participación de 139 mujeres y 140 hombres	50.18%	49.82%
✓ Encuentro de CDT de la Zona Paracentral / 7 de Junio Con una participación de 87 mujeres y 101 hombres.	53.72%	46.28%
✓ Rendición de Cuentas / 4 de Septiembre Con una participación de 105 mujeres y 97 hombres	48.02%	51.98%
✓ Taller Gestión por Valores ( Para personal de CORSATUR ) / 19 de Septiembre Con una participación de 13 mujeres y 6 hombres	31.58%	68.42%
✓ Primera fase de formación de Auditores y Asesores SICCS ( Sistema Integrado Centroamericano de Calidad y Sostenibilidad ) / 3,4,5 y 6 de Octubre Con una participación de 9 mujeres y 12 hombres	57.14%	42.86%
<b>Promedio de participación (De Enero a Octubre / 2017)</b>	<b>42.64%</b>	<b>57.36%</b>



A la fecha el promedio de participación de mujeres es de 57.36 % de 60 % que es la meta a lograr para el año 2017, con esta cuantificación se obtiene el 95.6 % de cumplimiento a la meta para esta macroactividad al término del mes de Octubre.

Se dará seguimiento a los próximos eventos planificados para el siguiente bimestre.

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

El objetivo: **“Sensibilizar al personal de CORSATUR sobre Igualdad de Género”** es medido por el indicador: **“Acciones de sensibilización realizadas”** y la meta: **“Lograr el 100%”**, cuya periodicidad es trimestral, a continuación se presenta el análisis de resultados correspondiente.

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

En el mes de Septiembre:

Se impartió el Taller de Gestión por Valores para personal de la Institución con el objetivo de:

- Reforzar la cultura organizacional y de género de la institución para mejorar el desempeño laboral del personal.
- Consolidar los comportamientos del personal por medio de la práctica de valores organizacionales y de género.
- Mejorar las relaciones interpersonales, para el logro de los comportamientos estratégicos, así mismo se participó

En el mes de Octubre:

- VI Asamblea General del SNIS representando a MITUR-CORSATUR, reforzando así los compromisos para garantizar la aplicación de la transversalidad de los principios rectores de la Ley de Igualdad, Equidad y Erradicación de la Discriminación contra las Mujeres

Los cursos on line de la EFIS (Escuela de Formación para la Igualdad Sustantiva) se retomarán hasta el 2018 ya que para este año están cerradas las inscripciones

## 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- 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 de Indicadores y metas, los cuales se presentan a continuación con su respectivo análisis de resultados:

- ❖ El indicador: **“Número de Caravanas y ruedas de negocios realizadas”** tiene una periodicidad anual, el seguimiento a los resultados se presenta a continuación con el correspondiente análisis de resultados:

Tabla de Datos	2017
<b>Número de Caravanas y ruedas de negocio</b>	
Planificadas al año	6
Realizadas al quinto bimestre	2
Seguimiento al Cumplimiento	33.33%

Nota. Debido a que el indicador es anual, el número de Caravanas y ruedas de negocio se ha cuantificado de manera acumulada al término del mes de Octubre / 2017

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

En el período en análisis hubo participación en caravanas ni en rueda de negocios, contabilizando a la fecha un porcentaje de seguimiento al cumplimiento del 33.33 % (2 caravanas y ruedas de negocios realizadas de 6 planificadas).

- ❖ El indicador: **“Número de Ferias Internacionales”** tiene una periodicidad anual, el seguimiento a los resultados se presenta a continuación con el correspondiente análisis de resultados:

Tabla de Datos	2017
<b>Número de participaciones en ferias</b>	
Planificadas al año	17
Realizadas al quinto bimestre	16
Seguimiento al Cumplimiento	94.11%

Nota. Debido a que el indicador es anual, el número de participaciones en ferias se ha cuantificado de manera acumulada al término del mes de Octubre / 2017

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

Las ferias en las que se participó se detallan a continuación:

#### Septiembre:

- ✓ TRAVEL MART LATIN AMERICA / Guayaquil, Ecuador
- ✓ IFTM-TOP RESA / Francia
- ✓ FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO TERMAL, SALUD Y BIENESTAR / Galicia, España

Empresarios que participaron en las ferias realizadas en el mes de septiembre: 11 empresarios

#### Octubre:

El detalle de la feria se presenta a continuación:

- ✓ TTG INCONTRI / Italia
- ✓ INTERNATIONAL TOURISM AND TRAVEL (ITT) / Montreal, Canadá
- ✓ THE TWENTY - FOURTH ANNUAL FCCA CRUISE CONFERENCE & TRADE SHOW / Mérida, México

Empresarios que participaron en las Ferias realizadas en el mes de de octubre : 10 empresarios.

A la fecha la participación en ferias es de 94.11% (16 ferias realizadas de 17 ferias planificadas)

- ❖ El indicador: **“Desarrollar al menos 3 campañas publicitarias a nivel internacional”** tiene una periodicidad anual, el seguimiento a los resultados se presenta a continuación:

Tabla de Datos	2017
<b>Número de Campañas publicitarias a nivel internacional*</b>	
Planificadas al año	3
Realizadas al quinto bimestre	1
Seguimiento al Cumplimiento	33.33%

\*Nota. Debido a que el indicador es anual, el número de Campañas publicitarias a nivel internacional se ha cuantificado de manera acumulada al término del mes de Octubre / 2017

## Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

### Septiembre

Banners en Guatemala y Honduras, publicidad impresa en puerta de taxis en Madrid, acciones de comercialización en EUA, CANADÁ Y UK, publicaciones en los siguientes periódicos Houston Chronicle, El Tiempo Latino, La Opinión, El Diario y La Opinión de la Bahía, y la producción del video enfocado en porqué El Salvador es el mejor de todos los tiempos y que muestre las diversas razones para visitar el país. Además de continuar con acciones con las campañas de co-marketing tales como: Planet Iife: impresión en revista Avianca. Viajes El Corte Inglés: Catálogo Monográfico, Publireportajes y Formación Clip Online.

### Octubre

Se continuaron las acciones de promoción internacional, realizando pauta digital en American Express vinculados a los principales sitios web de EE.UU; publicaciones en periódicos de EE.UU Tiempo Latino y El Diario y; pauta digital en Facebook, anuncios nativos, banners para Guatemala y Honduras; publicidad en taxis de Madrid, España; pauta publicitaria en canales de TV por cable en Guatemala y Honduras y publicaciones en revista Ronda de Iberia. Además de continuar con acciones con las campañas de co-marketing tales como: planet iife (capsula informativa de 30" en COPA, mesas interiores- centro de Viva Aerobus, mesas exteriores- centro Viva Colombia, imágenes de video de abordaje AVIANCA, spot 30" AVIANCA). Catai Tours: 72 cuñas de radio, 3 seminarios de formación y folleto virtual. Viajes El Corte Inglés: 19 inserciones en prensa, 120 micros de radio y ofertas de escaparates y televisión en delegaciones.

- ❖ El indicador: **“Número de investigaciones”** tiene una periodicidad anual, el seguimiento a los resultados se presenta a continuación con el correspondiente análisis de resultados:

Tabla de Datos		2017		
No.	Descripción	Periodicidad de resultados	Septiembre	Octubre
1	Investigación del perfil y gasto del visitante, 2017	Mensual y Trimestral	x	x en proceso de tabulación y análisis
2	Movimientos Turísticos en Fronteras, terrestre y Aeropuerto Internacional de El Salvador, 2017	Mensual	x	x en proceso de tabulación y análisis
3	Mantenimiento del Sistema Data TUR; indicadores de ocupación hotelera	Mensual	x	x en proceso de tabulación y análisis
4	Encuesta de Turismo Doméstico de los residentes salvadoreños dentro del territorio nacional, año 2017	Trimestral	x en proceso de tabulación y análisis	N/A
5	Investigación Post Campañas	Por campaña	N/A	N/A

## Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

La gestión de contratación de las empresas que realizarán las investigaciones para el año 2017 ha sido completada, a continuación el detalle de las mismas para el periodo en análisis:

1. La encuesta del perfil y gasto del visitante internacional del tercer trimestre ya cuenta con datos (Tablas) falta el análisis, la representatividad de esta encuesta es trimestral.
  2. Las encuestas correspondientes a la investigación de movimientos turísticos en fronteras terrestres, aeropuertos y puerto de Acajutla para los meses de Enero, Febrero, marzo, abril, mayo, junio, julio y agosto, septiembre y octubre ya han sido realizadas, está pendiente de dar resultados del mes de octubre, por estar en proceso de tabulación y análisis
  3. La encuesta de DATA TUR cuenta con datos para los meses de febrero. marzo, abril, mayo, junio, Julio, agosto, septiembre y octubre para este último mes todavía no se cuenta con datos, están en tabulación y análisis.
  4. Para la Encuesta de Turismo Doméstico de los residentes salvadoreños dentro del territorio nacional, año 2017, ya se cuenta con datos al segundo trimestre 2017, la periodicidad de esta encuesta es de manera trimestral, datos del tercer trimestre están en proceso de tabulación y análisis,
  5. La Investigación Post Campañas ya se realizó el estudio correspondiente a la campaña publicitaria de la Semana Santa y la del mes de agosto, ya se cuenta con datos,
- ❖ El indicador: **“Número de personas atendidas en viajes de familiarización y prensa”** tiene una periodicidad anual, el seguimiento a los resultados se presenta a continuación con el correspondiente análisis de resultados:

Tabla de Datos	2017
Número de personas atendidas en viajes de familiarización y prensa*	
Planificadas al año	180
Reales al quinto bimestre	169
Seguimiento al Cumplimiento	93.89%

\* Nota. Debido a que el indicador es anual, el número de personas atendidas en viajes de familiarización y prensa se ha cuantificado de manera acumulada al término del mes de Octubre / 2017

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

A continuación el detalle del período en análisis:

#### **Septiembre:**

No se atendieron a personas en viajes de familiarización ni viajes de prensa.

#### **Octubre:**

Se atendieron 92 personas según el siguiente detalle:

- ✓ 5 videoblogueros provenientes de Europa
- ✓ En el marco de CATM se atendieron 14 periodistas y 73 mayoristas Europeos

A la fecha se ha cuantificado un 93.89 % de cumplimiento, ya que se han atendido un total de 169 personas de 180 planificadas en viajes de familiarización y prensa.



- ❖ El indicador: **“Productos desarrollados o rediseñados”** tiene una periodicidad anual, el seguimiento a los resultados se presenta a continuación con el correspondiente análisis de resultados:

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

#### **Septiembre:**

Se brindó asistencia técnica a empresarios de la Ruta del Café. Se coordinaron reuniones con los Doctores de la Red de Turismo Médico para seguimiento de las acciones posteriores a la visita de compradores de servicios médicos. Seguimiento a procesos referentes al desarrollo del proyecto del Centro Histórico, con fondos China-Taiwan.

#### **Octubre:**

Se brindó asistencia técnica a los empresarios de la Zona Rosa y Ruta del Café, se visitaron Beneficios y Fincas de Café para incorporarlos en la ruta, como parte de las acciones de refrescamiento del producto. Se realizaron gestiones ante USAID para la elaboración de un Memorando de Entendimiento y trabajar en dos grandes segmentos: 1. Sol y Playa; 2. Turismo de Bienestar y Salud. Se pasaron a revisión los TDR para la Adquisición e Buses Turísticos para el proyecto con fondos China Taiwan. Se dio Orden de Inicio a la Consultoría especializada para el diseño del manual de estándares mínimos de calidad para clínicas, hospitales y centros médicos, como instrumento para el proceso evaluativo de ingreso a la red de turismo médico de El Salvador.

### **➤ A2 – Vive tu País**

El seguimiento del objetivo: **“Posicionar a El Salvador como un destino encantador, a nivel internacional e incrementar el número de visitantes, a través de la comercialización”** a través del indicador: **“Acciones o campañas para salvadoreños en el exterior realizadas”**, el seguimiento se presenta a continuación:

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

#### **Septiembre:**

Se realizaron las siguientes acciones de promoción y publicidad a nivel internacional: pauta digital en American Express vinculados a los principales sitios web de EE.UU, pauta digital en Facebook, anuncios nativos

#### **Octubre:**

Se continuaron las acciones de promoción internacional, realizando pauta digital en American Express vinculados a los principales sitios web de EE.UU; publicaciones en periódicos de EE.UU Tiempo Latino y El Diario y; pauta digital en Facebook, anuncios nativos

Se está a la espera del indicador de costo sobre el impacto generado en cada medio, el cual se dará en el próximo informe bimensual.

### **➤ A3 – Pueblos Vivos**

Los resultados del objetivo: **“Desarrollar y ejecutar acciones de publicidad y promoción de los circuitos turísticos y festividades de los diferentes municipios del país”** que es cuantificado a través del indicador: **“Acciones o campañas de publicidad o promoción realizadas”**, se describen a continuación:

Tabla de Datos		2017
Número de Acciones o campañas de publicidad o promoción *		
Planificadas al año		5
Realizadas al quinto bimestre		5
Seguimiento al Cumplimiento		100.00%

\* Nota. Debido a que el indicador es anual, el número de Acciones o campañas de publicidad o promoción se ha cuantificado de manera acumulada al término del mes de Octubre / 2017.

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

### **Septiembre - Octubre:**

**Campaña “Día Nacional de la Ruta de las Flores”** realizada del 25 de Septiembre al 01 de Octubre, cuyo objetivo era promover e invitar a los salvadoreños a disfrutar el primer domingo de Octubre, día que por decreto se celebra el día Nacional de la Ruta de las Flores, la campaña invitó a los salvadoreños a acompañarnos en la caravana que saldría del Ministerio de Turismo hacia los diferentes destino de la ruta de las flores.

**Indicador de costo** sobre el impacto generado en cada medio Están en proceso de análisis se enviaran al tener la información correspondiente a esta compra de medios.

Campaña Institucional: Despunte Turístico: En Octubre se realizaron 2 spot donde se promociono Las actividades realizadas en el marco del Día Nacional de La Ruta de las Flores y la rueda de negocios CATM que reunió a diversos mayoristas internacionales y donde El Salvador fue sede.

Indicador de costo sobre el impacto generado en cada medio Están en proceso de análisis se enviaran al tener la información correspondiente a esta compra de medios.

A la fecha se cuantifican un cumplimiento del 100%, ya que se han realizado 5 campañas de las 5 programadas para el año 2017.

### **➤ A4 – Pueblos Encantadores**

El seguimiento al objetivo: **“Desarrollar y ejecutar acciones de publicidad y promoción de los pueblos encantadores”** que es cuantificado por medio del indicador: **“Acciones o campañas de publicidad o promoción realizadas”**, se presenta a continuación:

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

Para el período en análisis no se realizó pauta ya que esta actividad no se realizará debido a la modificación del presupuesto general de la nación 2017 (Contención del gasto) según Decreto Legislativo No. 657, plasmado en acuerdo No. 2555-315/2017 de Junta Directiva de CORSATUR que afecta la realización de acciones de la Gerencia de Proyectos e Inversión y era la base para realizar la pauta o acción promocional sobre Pueblos Encantadores, por lo que los fondos destinados en el contrato de la Agencia Nacional serán orientados para reforzar acciones o campañas de promoción de los otros programas a promocionar para el desarrollo del Turismo Interno y las proyecciones regionales.

## ➤ A5 – Cielos Abiertos

El seguimiento al objetivo: **“Atender turistas internacionales a través de Stop Over”** es cuantificado por medio del indicador: **“Turistas atendidos”**, para lo cual se detalla el correspondiente análisis:

La comparación de datos en base a los meses de Septiembre y Octubre de los años 2016 y 2017 se presenta a continuación:

Tabla de Datos	2016 - 2017		
Número de turistas atendidos en Stop Over	Septiembre	Octubre	Total
2016	251	302	553
2017	383	376	759
Diferencia	132	74	206

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

En el período de Enero a Octubre se contabiliza un acumulado de 2565 personas que han hecho uso del Programa Stop Over para el año 2017 contra 2005 que lo hicieron en el año 2016 en el mismo período, obteniendo a la fecha un incremento de 560 personas más que el año anterior.

## ➤ A6 – 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 o realizar 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 se detallan a continuación:

No.	Evento	Fecha	Lugar
1	Rendición de Cuentas	4/09/2017	Hotel Presidente, San Salvador
2	Feria Pueblos Vivos 2017	9 y 10/09/2017	Centro Internacional de Ferias y Convenciones (CIFCO), San Salvador
3	Celebración del Día Nacional de la Ruta de las Flores	01/10/2017	Ruta de las Flores / Municipios: Nahuizalco, Salcoatitán, Juayúa, Apaneca, Ataco y Ahuachapán
4	CENTROAMÉRICA TRAVEL MARKET (CATM)	7 y 8/10/17	Centro Internacional de Ferias y Convenciones (CIFCO), San Salvador
5	Premio Nacional de Turismo	30/10/2017	Hotel Presidente, San Salvador

## 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.

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

El 13 de julio se realizó la entrega del informe de Labores en la Asamblea Legislativa, socializando el número de ejemplares planificados.

### ➤ A2 –Eventos públicos institucionales

El resultado al seguimiento del objetivo: **“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 muestra a continuación:

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

En los meses de Septiembre y Octubre / 2017, se publicaron 4 y 12 comunicados de prensa respectivamente.

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

El seguimiento al objetivo: **“Mejorar la imagen institucional”** a través del indicador: **“Un informe mensual sobre fortalecimiento del trabajo institucional”** y la meta: **“12 informes valorados”**, se presenta a continuación:

Tabla de Datos	2017
Número de Informes de publicity valorado *	
Planificados al año	12
Elaborados al quinto bimestre	9
Seguimiento al Cumplimiento	75.00%

\* Nota. Debido a que el indicador es de periodicidad anual, el número de Informes de publicity valorado se ha cuantificado de manera acumulada al término del mes de Octubre / 2017.

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

Se han elaborado los informe del publicity de Enero a Septiembre ( 9 informes ), por lo que se cuantifica a la fecha la elaboración de 9 informes, obteniendo un porcentaje de seguimiento a la ejecución de 75.0 %.



## 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 – Pueblos Vivos

Los resultados del objetivo: **“Dinamizar las economías locales a través del programa Pueblos Vivos, promoviendo productos originarios que impriman singularidad, atractivos y marcas en los territorios”** son medidos de manera anual, por medio del indicador: **“Comercializar a los 16 circuitos turísticos ganadores 2016”** y de la meta: **“16 circuitos turísticos”**, 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):**

Se han beneficiado al total de circuitos turísticos ganadores 2016, con realización de city tours y presentación de plataforma de circuitos turísticos, obteniendo un seguimiento al cumplimiento de 100.0 % (16 circuitos comercializados de 16 planificados).

### ➤ A2 – Asistencia al Turista - PROASISTUR

El objetivo: **“Satisfacer las necesidades de información, orientación y acompañamiento de los visitantes nacionales y extranjeros, así como la asistencia técnica a Gobiernos Locales, empresario, CDT, entre otros.”** son medidos de manera por temporada vacacional, a través del indicador: **“Incremento de al menos el 10% de la afluencia turística en área de acción de los CAT, con relación al año anterior por temporadas vacacionales”**, los resultados del seguimiento se presentan con el correspondiente análisis de resultados:

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

En el período en análisis no se realizó ninguna medición, la próxima temporada a la se le aplicará la medición, será el período de vacaciones de fin de año.

### ➤ A3 – Divulgación del Registro Nacional de Turismo y Empresas Inscritas

El seguimiento al objetivo: **“Fomentar y coordinar actividades con los actores directamente relacionados al sector turismo para lograr la mayor cantidad de inscripciones de las empresas y sus titulares en el Registro Nacional de Turismo ( RNT )”** se realiza de manera anual, a través del indicador: **“Fortalecer el Registro de Empresas Turísticas, mediante el incremento de inscripciones”** y de la meta: **“La inscripción de al menos 50 empresas nuevas y 65 renovadas, durante el año”**, los resultados no son comparables de manera mensual, por lo que no se presentan el seguimiento de la cuantificación acumulada y el análisis de resultados del período: Septiembre – Octubre 2017.

✓ Empresas Nuevas

Tabla de Datos	2017
<b>No. de empresas nuevas inscritas *</b>	
Planificadas al año	50
Reales al quinto bimestre	33
Seguimiento al Cumplimiento	66.00%

\* Nota. Debido a que el indicador es de periodicidad anual, el número de empresas nuevas inscritas se ha cuantificado de manera acumulada al término del mes de Octubre / 2017.

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

En los meses de Septiembre y Octubre / 2017, se inscribieron 4 y 1 empresas nuevas respectivamente, haciendo un total acumulado al término del mes de Octubre de 33 empresas nuevas inscritas de 50 programadas para el año 2017, logrando un porcentaje de seguimiento a la ejecución de 66.0 %.

✓ Empresas Renovadas

Tabla de Datos	2017
<b>No. de empresas renovadas *</b>	
Planificadas al año	65
Reales al quinto bimestre	39
Seguimiento al Cumplimiento	60.00 %

\* Nota. Debido a que el indicador es de periodicidad anual, el número de empresas renovadas se ha cuantificado de manera acumulada al término del mes de Octubre / 2017.

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

En los meses de Septiembre y Octubre / 2017, renovaron su inscripción 4 y 2 empresas respectivamente, haciendo un total acumulado al término del mes de Octubre de 39 renovaciones de 65 programadas para el año 2017, logrando un porcentaje de seguimiento a la ejecución de 60.00 %.

## GERENCIA DE PLANIFICACION

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 – Formación Turísticas - FORMATURES

Los resultados del objetivo: “**Fortalecer la calidad de los servicios turísticos**” son medidos de manera anual, a través del indicador: “**450 personas beneficiadas con la ejecución del Programa FORMATURES de 20 Municipios claves para el desarrollo turístico, con énfasis en las mujeres**” y de la meta: “**Al menos 450 personas beneficiadas**”, los resultados del seguimiento se presentan a continuación:

Tabla de Datos	2017
Número de personas beneficiadas*	
Planificados al año	450
Reales al quinto bimestre	338
Seguimiento al Cumplimiento	75.11%

\* Nota. Debido a que el indicador es de periodicidad anual, el número de personas beneficiadas se ha cuantificado de manera acumulada al término del mes de Octubre / 2017.

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

En el período en análisis se desarrollaron las capacitaciones detalladas a continuación:

Capacitación	MUNICIPIOS BENEFICIADOS	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
<b>Julio-Agosto</b>				
- Turismo Joven 1a. Generación 2da Fase, realizado en San Salvador, del 5 de Junio al 4 de Julio / 2017	Suchitoto, Apopa, San Vicente, Soyapango, San Salvador, Santa Ana, Ahuachapán, Atiquizaya, La Libertad, Santiago Nonualco, Zacatecoluca, San Martín, San Marcos, Santa María Ostuma, Tamanique, San Juan Tepezontes, Chalatenango, Santa Cruz Analquito, Cojutepeque, San Pablo Tacachico, Nuevo Cuscatlan, Ciudad Delgado, Quezaltepeque, Candelaria, San Luis Talpa, Tonacatepeque.	12	29	41
- Actualización Guías Nacionales, realizado en San Salvador, del 6 de Junio al 20 de Julio / 2017	Santa Tecla, Santa Ana, San Salvador, Antiguo Cuscatlán, San Francisco Gotera, Santiago Texacuangos, Izalco, San Juan Opico, Matapán, San Miguel, Ciudad Delgado, San Ignacio, Ciudad Arce.	14	7	21
- Actualización Guías Locales, Zona Oriental realizado en San Miguel, del 6 al 31 de Julio / 2017	Conchagua, San Miguel, Intipuca, Isla Zacatillo, Perquín, El camen,	10	3	13
- Actualización Guías Locales, Zona Central, realizado en San Salvador, del 11 al 25 de Julio / 2017	San Salvador, El Congo, Sta. Ana, Ilopango, San Lorenzo, Izalco, Sonsonate, Ahuachapán, Sta. Tecla, Cuyultitán, Chalchuapa, Metapán,	4	10	14
- Sensibilización en Cultura Turística- Alcaldía Municipal de Santa Tecla, realizado en San Salvador el 25 de Julio / 2017	Izalco, Olocuilta, Santa Tecla, Sonsonate, Suchitoto, Ahuachapán, Turín, Ayutuxtepeque, Comasagua, Guaymango, San Salvador, Rosario de Morea, Quezaltepeque, El Paisnal, Tonacatepeque.	24	5	29
- Sensibilización en Cultura Turística - La Palma, desarrollado en el la Palma / Chalatenango el 27 de Julio / 2017	Tejutla, Agua Caliente, Nueva Concepción, San Rafael, Santa Rita, Azacualpa, Arcatao, La Palma, Nueva Trinidad.	11	13	24
- Sensibilización en Cultura Turística - Zona Rosa desarrollado en San Salvador, el 28 de Agosto / 2017	San Salvador, Antiguo Cuscatlán, San Miguel, La Libertad, Puerto Acajutla, El Congo, Mejicanos, Panchimalco, Zacatecoluca,	15	13	28
-Turismo Joven 2da. Generación, fase 1 y 2 desarrollado en San Salvador, del 3 de Julio al 29 de Septiembre / 2017	Berlín, San Miguel, Concepción Batres, Antiguo Cuscatlán, Olocuilta, San Salvador, San Pablo Tacachico, Santa Tecla, Cuscatancingo, Soyapango, Mejicanos, Comasagua, Tonacatepeque, Guazapa, Ilopango, Puerto La Libertad, Santiago Nonualco, San Martín, Colón, Apopa	6	35	41

-Sensibilización en Cultura Turística y Atención al Turista desarrollado en San Miguel, el 20 de Septiembre de 2017	Usulután, San Miguel, La Unión, Nueva Esparta, San Francisco Gotera, Alegría y Jiquilisco.	10	17	27
-Sensibilización en Cultura Turística y Atención al Turista desarrollado en San Miguel, el 28 de Septiembre de 2017	San Miguel Usulután, Sensembra, Ciudad Barrios y Quelepa	23	16	39
-Asistente Turístico Occidente desarrollado en Apaneca, del 14 de Agosto al 19 de Septiembre	Acajutla, Ahuachapán, Apaneca, Atiquizaya, Concepción de Ataco, Chalchuapa. El Refugio, Jujutla, Santa Ana, San Francisco Menéndez, Tacuba	11	17	28
-Asistente Turístico Santa Ana desarrollado en Santa Ana, del 17 de Agosto al 22 de Septiembre	Ahuachapán, Atiquizaya, Candelaria de la Frontera, Chalchuapa, Izalco, San Julián, San Sebastian Salitrillo, Santa Ana, Sonsonate,	10	23	33
<b>Total de personas beneficiadas desde enero hasta el 31 de Octubre de 2017</b>		<b>150</b>	<b>188</b>	<b>338</b>

Al término del mes de Octubre, se contabilizan 338 personas beneficiadas, alcanzando un porcentaje de seguimiento del 75.11% (338 de 450 personas programadas).

## 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 parámetros a cuantificar dentro de la macroactividad descrita anteriormente se presentan a continuación:

No.	Objetivos	Indicador	Meta
1	Incrementar el número de iniciativas y/o proyectos de inversión turística pública o privada divulgados en el Portafolio de Proyectos de Inversión de El Salvador 2017, comparado con el año anterior.	Nº de nuevas iniciativas y/o proyectos de inversión turística pública o privada identificados en el territorio nacional para su publicación en el Portafolio de Proyectos de Inversión de El Salvador 2017	6 nuevos proyectos y/o iniciativas de inversión turística pública o privada identificados para divulgación en el Portafolio de Proyectos de Inversión de El Salvador 2017
2	Rehabilitación física de las instalaciones del Hotel de Montaña Cerro Verde	Cumplimiento de porcentaje de ejecución física y financiera de los servicios terminados	100% de la ejecución física y financiero de los servicios contratados

- ✓ Iniciativas y/o proyectos de inversión turística pública o privada

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

Las nuevas iniciativas y / o proyectos definidos para el año 2017 son:

- Proyecto No. 1: Tours única Vista - San Ignacio
- Proyecto No. 2: Generación de Energía Solar en Hotel de Perquín
- Proyecto No. 3: Mejoramiento de senderos internos y agro turísticos Hotel Lecho de Flores - San Ignacio
- Proyecto No. 4: Ampliación y mejoramiento de instalaciones hoteleras Hotel Única Vista - San Ignacio
- Proyecto No. 5: Mejoramiento de Plaza San Francisco - Gotera- Morazán
- Proyecto No. 6: Implementación de acciones en turismo comunitario en Meanguera - Morazán

Y abonados a estos se ha logrado contactar con empresarios que han desarrollado nuevas inversiones turísticas y han mostrado interés por hacer pública dicha información como parte de la capacidad instalada de la oferta turística nacional.

Se ha montado formato de documentos sobre línea grafica institucional para generar dommies (muestra de documento para validación)

- ✓ Rehabilitación física de las instalaciones del Hotel de Montaña Cerro Verde

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

- La Fase I del proyecto de rehabilitación del Hotel de Montaña Cerro Verde está finalizada (100%)
- La Fase II del proyecto de rehabilitación del Hotel de Montaña Cerro Verde está en el proceso de Evaluación de Ofertas Técnico – Económicas

#### **➤ A2 – Pueblos Encantadores**

El seguimiento a los resultados del objetivo: **“Transformar un Pueblo Vivo en un Pueblo Encantador, como destino turístico reconocido internacionalmente a través de la Inversión Pública en infraestructura turística”** a través del indicador: **“Cumplimiento de porcentaje de ejecución física y financiera de la obra terminados”** y la meta: **“100% de la ejecución física y financiero de la obra”** con periodicidad: trimestral, se describen a continuación:

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

Esta actividad no se realizará debido a la modificación del presupuesto general de la nación 2017 (Contención del gasto) según Decreto Legislativo No. 657, plasmado en acuerdo No. 2555-315/2017 de Junta Directiva de CORSATUR

#### **A3 - Pueblos Vivos**

El seguimiento a los resultados del objetivo: **“Dinamizar el Turismo Interno con la intervención de al menos 2 rutas turísticas y 10% del No. de municipios inscritos en el Programa Pueblo Vivos 2016”**, por medio del indicador: **“Cumplimiento de porcentaje de ejecución física y financiera de los servicios terminados”** y la meta: **“100% de la ejecución física y financiero de los servicios contratados”** cuantificados de manera trimestral, se presentan a continuación:

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

El contrato para el servicio de señalización turística fue adjudicado, habiendo dado orden de inicio en octubre 2017.

Se da el respectivo seguimiento técnico - administrativo, a la espera de la entrega del primer informe de avance

#### **➤ A4 – Fortalecimiento al funcionamiento de Anclas Turísticas**

El seguimiento a los resultados del objetivo: **“Mantener en funcionamientos los inmuebles de CORSATUR a través de la contratación de servicios de mantenimientos, administración y seguridad privada”**, por medio del indicador: **“Encuesta de medición de satisfacción al cliente, preguntas 2 y 3.”** y la meta: **“80% de respuestas Muy Bueno y Excelente”** cuantificados de manera cuatrimestral, se presentan a continuación:

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

Se prevé realizar encuesta de medición de la satisfacción al cliente en la activación del mes de diciembre. Se gestiona incorporación al SGC.