



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

**Julio y Agosto  
2017**





## CONTENIDO

---

- 1. Objetivo**
- 2. Alcance**
- 3. Documentos Relacionados**
- 4. Responsabilidades**
- 5. Acciones desarrolladas durante Bimestre Julio y Agosto 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 Julio – Agosto 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 Julio 2017





## SUCHITOTO ALCANZA EXPOSICIÓN EN BÉLGICA COMO DESTINO TURÍSTICO Y PRODUCTOR DE AÑIL

“El cuento azul” es el nombre del artículo escrito por la revista de moda y belleza ELLE de Bélgica en su edición de mayo, en el que describe al país como “El Salvador, un pequeño país de América Central y productor histórico de índigo añil” (de acuerdo a la traducción del francés al español).

Marie Martine una reconocida especialista de la moda, relató cómo su profesión la llevó a conocer El Salvador y específicamente el municipio de Suchitoto a través de la producción del añil. El artículo ubica en una posición importante al país a nivel internacional, destacando por sus destinos de arte y cultura como lo es Suchitoto.

El Salvador ha logrado posicionarse en los últimos años a nivel internacional gracias a la promoción turística en el mercado europeo, norteamericano, suramericano y otros, así como las alianzas estratégicas con empresarios turísticos internacionales.

## MITUR RECIBE PRIMERA FASE DE LA REHABILITACIÓN DEL HOTEL DE MONTAÑA CERRO VERDE

El pasado 06 de julio de 2017 el ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte, recibió la primera fase del proyecto de rehabilitación del Hotel de Montaña Cerro Verde, el cual ha tenido una inversión de \$747,599.92.

Se han rehabilitado 6 habitaciones, dos de ellas amuebladas en su totalidad, con instalaciones de agua potable, aguas negras y el manejo de aguas lluvias, energía eléctrica, sistema contra incendios y cisternas. Una de las habitaciones ha sido adecuada para personas con discapacidad, cumpliendo las normas técnicas de accesibilidad.

La iniciativa de la restauración del Hotel de Montaña Cerro Verde forma parte del programa INVERTURES de CORSATUR, que busca facilitar las condiciones en el territorio,

umentando la capacidad instalada de alojamiento para impulsar el desplazamiento turístico al interior del país.

## TURISMO GENERA MÁS DE MIL MILLONES EN INGRESOS ECONÓMICOS EN EL TERCER AÑO DE GESTIÓN

El ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán presentó el 13 de julio de 2017, ante la Asamblea Legislativa, el Informe de Labores que sintetizó los principales logros y el trabajo desarrollado durante el tercer año de gestión del Presidente de la República, profesor Salvador Sánchez Cerén.

El titular de la cartera de Turismo destacó el progreso del Turismo Interno en el país a través de Pueblos Vivos, dejando un crecimiento récord del 32% entre 2009-2016, superando los 10.37 millones de viajes que los salvadoreños realizaron dentro del territorio en 2016.

El funcionario señaló que el flujo de visitantes internacionales durante el tercer año de gestión alcanzó un crecimiento del 5.5%, registrando 2,083,921 visitantes. La llegada de estos visitantes a El Salvador han generado divisas internacionales que registra una cifra histórica de \$1,201.41 millones, un 3.3% de crecimiento, respecto al segundo año de gestión.

Otro logro significativo fue el aporte del turismo al Producto Interno Bruto del 4.4% al cierre de 2016, cifra que aproximadamente se ha duplicado desde el 2009. En cuanto a proyectos de inversión destacó el proyecto de la Plaza Marinera que forma parte del Programa de Desarrollo de la Franja Costero Marina.

## PUEBLOS VIVOS Y CIRCUITOS TURÍSTICOS IMPULSAN CIFRAS HISTÓRICAS EN EL SALVADOR

El 17 de julio de 2017 el ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán anunció la promoción y comercialización del Circuito Turístico Costa Oriental conformado por cuatro municipalidades; iniciativas similares han





empujado cifras históricas en cuanto a turismo interno al cierre del 2016.

A través de la estrategia de Pueblos Vivos, se han creado 53 circuitos turísticos en la que participan 256 alcaldías a nivel nacional, en esa ocasión las alcaldías de Conchagua, Chirilagua, Intipucá y La Unión realizaron una presentación pública de su oferta turística a través del circuito Costa Oriental, donde ofrecieron paquetes turísticos de \$75 por persona.

Los paquetes incluyen estadía, almuerzos, transporte y guía turístico durante todo el recorrido; entre los atractivos a disfrutar está la vista panorámica desde el mirador Conchagua y la majestuosidad del cerro de Conchagua, las playas del Tamarindo, Playas Negras, el Jaguey, Puerto Cutuco, entre otros.

El funcionario dio a conocer que al cierre del 2016 el Turismo Interno reportó cifras históricas de 10.37 viajes que salvadoreños realizados dentro del territorio. Las autoridades proyectan que al cierre del 2017 la cifra podría incrementar en un 5%, es decir 10.89 millones de viajes a destinos turísticos nacionales.

El 2016 cerró con ingresos por Turismo Interno de \$191.5 millones, se vaticina que al finalizar el 2017 la cifra alcance los \$214.6 millones, es decir 12.1% más que el año anterior.

#### **EL MINISTERIO DE TURISMO LANZA LA CAMPAÑA "HAZ HISTORIA" PARA AGOSTO**

El 24 de julio de 2017 el ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, lanzó la campaña "Haz Historia, haciendo turismo en tu país", donde se invitó a los salvadoreños a descubrir nuevos atractivos de El Salvador como Ruta Fresca, Ruta de Paz, Ruta del Café, Plaza Ferroviaria, entre otros.

La campaña también busca incentivar a los salvadoreños a quedarse en El Salvador y hacer turismo interno participando de las actividades o tradiciones que pueden realizarse en los Pueblos Vivos.

"Haz Historia" tiene un alcance nacional, que fue divulgado a través de televisión, prensa escrita, radio, redes sociales, mupies en vía pública y centros comerciales, pasarelas y pantallas digitales del 17 de julio al 17 de agosto.

#### **MITUR PRESENTÓ AVANCES DE INVERSIÓN PRIVADA POR MÁS DE \$150 MILLONES EN LA GRAN ZONA ROSA**

El 28 de julio de 2017 el ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán dio a conocer en conferencia de prensa el desarrollo turístico de la Gran Zona, la cual reporta proyectos de inversión privada superior a los \$150 millones.

El funcionario explicó que en la actualidad se encuentran en construcción al menos 4 proyectos, entre ellos la Plaza Presidente. La inversión alcanza los \$85 millones de dólares.

Otra inversión es la edificación de dos torres de apartamentos habitacionales de 23 pisos por parte de Grupo Bolívar, valorada en \$40 millones, así como el proyecto de oficinas corporativas de Grupo Calidad inmobiliaria de 18 pisos por \$30 millones. Abarca también los proyectos hoteleros Hyatt Place y Fairfield by Marriott, los cuales ayudarán a incrementar en 275 nuevas habitaciones.

La Gran Zona Rosa fue declarada en el 2015 como Centro Turístico de Interés Nacional, cuenta con la mayor infraestructura turística en El Salvador, que permiten satisfacer las necesidades de turistas nacionales e internacionales.

Como muestra del compromiso del sector privado por seguir potenciando el desarrollo turístico y corporativo, el Ministerio de Turismo juramentó a los nuevos miembros del Comité de Desarrollo Turístico (CDT) de la Gran Zona Rosa, conformado oficialmente en el 2015, que tendrá la responsabilidad de velar por el desarrollo turístico de la zona a través de la realización de iniciativas que conlleven al incremento y fortalecimiento de la identidad turística.

## Acciones desarrolladas durante Agosto 2017

---



## **TURISMO REPORTA INGRESOS DE \$31 MILLONES EN DIVISAS EN VACACIONES AGOSTINAS**

El pasado 11 de agosto de 2017 el ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán presentó en conferencia de prensa, el balance de la temporada de vacaciones agostinas 2017, en el que destacó un crecimiento del 7.5% en la llegada de visitantes al país.

De acuerdo a las estadísticas, 53,740 visitantes hicieron turismo en El Salvador, de los cuales 40,899 ingresaron al país vía terrestre, un 7.4% más que el año anterior, y 12,841 turistas vía aérea, un 8.1% más que en el mismo período de 2016.

El turismo reporta un incremento del 18% en ingresos económicos, ascendiendo a \$31.9 millones durante la temporada vacacional, el gasto promedio diario fue de \$134.6 y una estadía promedio de 5.8 noches.

## **AEROMÉXICO CUMPLIÓ 5 AÑOS DE OPERACIONES EN EL SALVADOR**

El ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, participó en el acto oficial el 15 de agosto de 2017, que conmemoró el quinto aniversario de operaciones de Aeroméxico en El Salvador, lo que ratifica la seguridad de la inversión de empresas internacionales del rubro turístico en nuestro país.

El funcionario recordó que en el 2012 Aeroméxico tenía proyectado transportar en su ruta El Salvador-México entre 10,000 y 15,000 pasajeros en el año, esa meta fue superada transportando a casi 25,000 pasajeros.

En 2016, esa cifra ha sido duplicada alcanzando los 54,022 pasajeros, convirtiendo la ruta México-El Salvador en una gran oportunidad para conectar dos

grandes ciudades y fortalecer el turismo y los viajes de negocios.

El titular de Turismo se refirió al desarrollo de la industria en los últimos años y al despunte turístico que ha tenido El Salvador entre el 2009 y 2016, acumulando un 38.46% de crecimiento.

Al cierre de 2016, El Salvador recibió a 2,051,653 visitantes, alcanzando una derrama económica de \$1,183.43 millones en divisas internacionales.

El ministro Duarte también se refirió a importantes proyectos que actualmente desarrolla el Ministerio de Turismo a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo, entre ellos: el Programa de Desarrollo Turístico de la Franja Costero Marino, beneficiando a 11 municipios del departamento de La Libertad y Usulután, entre ellos la construcción de la Plaza Marinera, en el Puerto de La Libertad.

## **MITUR REALIZÓ CARAVANA TURÍSTICA EN EE.UU EN BUSCA DE POTENCIALES VISITANTES**

El Ministerio de Turismo, a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo impulsó la primera caravana turística del año el pasado 23 de agosto, con la que buscan fortalecer la comercialización de El Salvador como destino en uno de los principales países emisores de turistas al país en el segmento de ocio.

El encuentro promovió el acercamiento entre empresarios salvadoreños y mayoristas de Estados Unidos para estimular y concretar negocios. Se desarrolló entre el 22 al 24 de agosto en las ciudades de Los Ángeles, Chicago y Nueva York, respectivamente.

La iniciativa buscó fortalecer la promoción de El Salvador en el mercado norteamericano y apoyar a las empresas turísticas en la comercialización de su oferta.

Las empresas salvadoreñas Pure Central America, Epic Surf, Nanch Tours, Salvadorean Tours, Green Blue Red y Hotel de La Escalón, sostuvieron encuentros privados uno a uno con mayoristas de agencias de viajes de los Estados Unidos; y se busca que el destino sea incluido en sus catálogos.

Durante el encuentro se estimó que cada empresario concretó al menos 30 citas de negocios.

La segunda caravana turística se desarrollará en las ciudades de Washington y Houston en septiembre, y el enfoque será en turismo médico.

### **SAN VICENTE Y LA PAZ SE PREPARAN PARA RECIBIR TURISTAS EN EL PRIMER FESTIVAL DEL VALLE DE JIBOA**

El pasado 30 de agosto del presente año el viceministro de Turismo, Ing. Roberto Viera, junto a representantes de 15 municipios de San Vicente y La Paz, anunciaron el primer festival del Valle de Jiboa.

Los municipios que conforman la Micro Región del Valle del Jiboa buscan alcanzar

el posicionamiento turístico a través de su riqueza cultural, turística y gastronómica.

El viceministro Roberto Viera, afirmó que a nivel nacional los municipios realizan alrededor de 150 festivales anualmente, lo que contribuye a la dinamización de la economía en los Pueblos Vivos.

En el 2016 CORSATUR le apostó al desarrollo turístico del Valle del Jiboa a través del Plan Maestro para el Desarrollo Turístico, con el objetivo de orientar los esfuerzos de los agentes turísticos locales del sector público y privado para el posicionamiento del destino.

El Valle del Jiboa representa el 5.8% del territorio salvadoreño; su participación en Pueblos Vivos ha sido clave para posicionarse como destino. En la edición Multidestinos 2015, lograron posicionarse entre los primeros cinco lugares de la zona paracentral con sus tres circuitos: Caminos de Arte y Tradicionales (1º lugar), Tierra de Colores y Sabores Artesanales (2º lugar), y los 180º del Chichontepec (5º lugar).

## 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	Julio	Agosto
Planificado	1	1
Ejecutado	1	3

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

En Julio: se realizó 1 reunión de Junta Directiva y en Agosto 3 reuniones de Junta Directiva, cuantificando en el período Julio - Agosto un total de 4, 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 Julio – Agosto / 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		
	Julio	Agosto	Total
Número de Informes a recibir*			
Programados	3	1	4
Reales	2	1	3
Seguimiento a la Ejecución			75.0%

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

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

En seguimiento el informe pendiente.

### ➤ 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 Julio – Agosto 2017:

Tabla de Datos	2017
Número de expedientes escaneados	
Planificadas al año	12
Reales al cuarto bimestre	12
Seguimiento al Cumplimiento	100.00%

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

Al 31 de agosto se cubrió el 100% de lo programado.

## 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	Julio	Agosto	Promedio
Máximo	10	10	10
Real	10	9	9.5
Seguimiento al Cumplimiento			10 ≥ 9.5

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

##### Julio:

Tiempo Promedio de respuesta: 10 días hábiles (solicitudes recibidas: 1)

##### Agosto:

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

El tiempo promedio de respuesta para el bimestre analizado es de 9.5 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):

El evento de Rendición de Cuentas se tiene planificado para el mes de Septiembre, los ejemplares digitales a socializar están listos para ser entregados.

## 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
<b>Total de sensibilizados desde enero hasta el 31 de agosto de 2017</b>	<b>386</b>	<b>336</b>	<b>722</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 Junio

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

Tiempo real de entrega: 2 días hábiles (fecha: 04/07/2017)

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

#### Informe correspondiente al mes de Julio

Tiempo máximo para entrega del informe del mes de Julio: 10 días hábiles del mes de Agosto (fecha: 21/08/2017)

Tiempo real de entrega: 12 días hábiles (fecha: 23/08/2017)

Desfase en la entrega: 2 días

➤ **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 Julio - Agosto 2017:



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

#### **Informe correspondiente al mes de Junio**

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

Tiempo real de entrega: 8 días hábiles (fecha: 12/07/2017)

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

#### **Informe correspondiente al mes de Julio**

Tiempo máximo para entrega del informe del mes de Julio: 10 días hábiles del mes de Agosto (fecha: 21/08/2017)

Tiempo real de entrega: 10 días hábiles (fecha: 21/08/2017)

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: Julio – Agosto 2017 se presenta a continuación:

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

#### **Informe correspondiente al mes de Junio**

Fecha máxima para entrega del informe del mes de Junio: 31/07/17

Fecha real de entrega: 21/07/17 / El informe fue entregado en tiempo

#### **Informe correspondiente al mes de Julio**

Fecha máxima para entrega del informe del mes de Julio: 31/08/17

Fecha real de entrega: 24/08/17 / 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: Julio – Agosto 2017 se presenta a continuación:

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

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

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

Tiempo máximo para entrega del Cierre Contable del mes de Junio: 10 días calendario del mes de Julio (fecha: 10/07/2017)

Tiempo real de entrega: 28 días calendario (fecha: 28/07/2017)

Desfase en la entrega: 18 días calendario.



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

Tiempo máximo para entrega del Cierre Contable del mes de Julio: 10 días calendario del mes de Agosto (fecha: 10/08/2017)

Tiempo real de entrega: 22 días calendario (fecha: 22/08/2017)

Desfase en la entrega: 12 días.

### ✓ **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: Julio – Agosto 2017:

Tabla de Datos	2017		
	Julio	Agosto	Bimestre
Tiempo de entrega de requisiciones de bienes solicitados (días hábiles )			
Máximo	4	4	4
Promedio Mensual	1.37	2.75	2.06

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

El tiempo promedio de respuesta en el bimestre en análisis fue menor al definido como máximo, ya que  $2.06 \leq 4$  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:

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

Para este bimestre el dato es 0%, ya que no hubo siniestros durante el período en análisis para este año.

### ➤ 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		
	No. de Servicios para funcionamiento	Julio	Agosto
Planificados	2	5	7
Reales	2	5	7
Seguimiento al Cumplimiento	100.00%	100.00%	100.00%

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

##### Julio:

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

##### Agosto:

Se cumplieron los servicios de funcionamiento, se realizaron 5 servicios de 5 planificados,

Para el período en cuestión se obtuvo un porcentaje de cumplimiento del 100.00%, ya que se realizaron 7 servicios de 7 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 Julio – Agosto / 2017:

Tabla de Datos	2017		
	No. de mantenimientos preventivos según kilometraje recorrido	Julio	Agosto
Planificados	2	6	8
Realizados	2	6	8
Seguimiento al Cumplimiento			100.00%

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

Para el período Julio – Agosto / 2017 se obtuvo un cumplimiento de 100%, habiéndose realizado un total de 8 mantenimientos de 3 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	Julio	Agosto
Recibidas	10	4	14
Atendidas	10	4	14
Seguimiento al Cumplimiento			100.00%

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

Se recibieron y atendieron 14 solicitudes de requerimientos tecnológicos en el período: Julio – Agosto / 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	Julio	Agosto
Planificados	5	4	9
Realizados	5	4	9
Seguimiento al Cumplimiento			100.00%

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

Las actividades programadas para el período: Julio – Agosto 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: Julio – Agosto 2017.

Tabla de Datos	2017
Exámenes Especiales*	
Planificados al año	14
Realizados al Cuarto Bimestre	6
Seguimiento al Cumplimiento	42.86%

\* 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 Agosto / 2017.

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

Se realizó Examen Especial de Verificación de Cumplimiento de Contratos de Administración y Mantenimiento del Parque Nacional El Boquerón y Complejo Turístico del Puerto de La Libertad, Examen Especial de Verificación de Ejecución de Acuerdos/ Resoluciones de Junta Directiva, Examen Especial de Verificación de Disposiciones sobre el Ahorro y Austeridad 1er. Semestre 2017 y Examen Especial - Fondo Circulante de Monto Fijo-Julio/17 y están en proceso 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, Recursos Humanos y Proceso de Promoción y Publicidad.

### ➤ **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: Julio - Agosto 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 cuarto bimestre	504
Seguimiento al Cumplimiento	123.53%

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

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

En los meses de Julio y Agosto / 2017 se realizaron 69 y 58 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 123.53 %. (504 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 cuarto bimestre	87
Seguimiento al Cumplimiento	395.45 %

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 Agosto / 2017



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

En el período de Julio y Agosto / 2017 se realizaron 7 y 3 servicios notariales respectivamente, la periodicidad para el indicador es anual, por lo que al término del período analizado se han contabilizado 87 servicios notariales en total (395.45%).

#### **➤ 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: Julio - Agosto 2017.

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

En los meses de Julio y Agosto no se ha llevado a cabo ningún evento institucional que pueda medirse el impulso de la participación de las mujeres

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
<b>Marzo-Abril</b>		
✓ 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%
<b>Mayo-Junio</b>		
✓ 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%
<b>Promedio de participación (De Enero a Agosto / 2017)</b>	<b>40.43%</b>	<b>59.57%</b>

A la fecha el promedio de participación de mujeres es de 59.57 % de 60 % que es la meta a lograr para el año 2017, con esta cuantificación se obtiene el 99.28 % de cumplimiento a la meta para esta macroactividad al término del mes de Agosto.

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 los meses de Julio y Agosto no se tenían actividades planificadas de sensibilización. Se contrató al consultor que dará el taller de gestión por valores a impartirse en el mes de septiembre

## 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
Número de Caravanas y ruedas de negocio	
Planificadas al año	6
Realizadas al cuarto 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 Agosto / 2017

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

En el mes de Agosto se llevó a cabo la Caravana Turística Estados Unidos en las ciudades de Los Ángeles / California, Chicago / Illinois y Nueva York / Nueva York, contabilizando a la fecha un porcentaje de seguimiento al cumplimiento del 33.33 % (2 caravanas y ruedas de negocios realizadas de 6 planificadas) Empresarios que participaron en la rueda realizada en el mes de agosto: 6 empresarios

- ❖ 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
Número de participaciones en ferias	
Planificadas al año	17
Realizadas al cuarto bimestre	10
Seguimiento al Cumplimiento	58.82%

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 Agosto / 2017

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

En el período en análisis no se tiene planificada la participación en ninguna feria internacional ( según plan de eventos internacionales Año 2017 ), manteniéndose un porcentaje de seguimiento al cumplimiento de 58.82 % ( 10 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
Número de Campañas publicitarias a nivel internacional*	
Planificadas al año	3
Realizadas al cuarto 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 Agosto / 2017

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

#### Julio:

Se iniciaron las acciones de promoción a nivel internacional realizando una publicación de una página full color en el periódico digital Nexotur. Además de continuar con acciones con las campañas de co-marketing tales como: planet ife (pág. a color en revista de Avianca en Revista), CATAI (12 faldones de prensa y 73 cuñas de radio), VECl (publirreportajes y catálogo monográfico 2017)

#### Agosto:

Se continuaron las acciones de promoción internacional, realizando 1 pauta digital en American Express vinculados a los principales sitios web de EE.UU; publicaciones en periódicos de EE.UU (Houston Chronicle, Tiempo Latino, La Opinión, El Diario y La Opinión de la Bahía); pauta digital en Facebook, anuncios nativos, banners para Guatemala y Honduras; y publicidad en taxis de Madrid, España. Además de continuar con acciones con las campañas de co-marketing tales como: planet ife (spot de 30" en centro de conexiones AVIANCA, imágenes de video de abordaje COPA, cápsula informativa 30" COPA y boarding pass COPA)

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.

- ❖ 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	Julio	Agosto
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	N/A	N/A
5	Investigación Post Campañas	Por campaña	N/A	x

#### **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 segundo trimestre ya se cuenta con datos, los resultados preliminares de julio ya están, mientras que los de agosto están en proceso de tabulación, esta encuesta su representatividad 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 ya han sido realizadas, está pendiente de dar resultados del mes de agosto, por estar en proceso de tabulación y análisis.
3. La encuesta de DATA TUR se cuenta con datos para los meses de febrero, marzo, abril, mayo, junio, Julio y agosto, 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 levantamiento.
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 cuarto bimestre	77
Seguimiento al Cumplimiento	42.78%

\* 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 Agosto / 2017

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

A continuación el detalle del período en análisis:

#### **Julio:**

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

#### **Agosto:**

Se atendieron 14 personas según el siguiente detalle:

- ✓ 12 de turismo Médico quienes ya han generado resultados, la primera quincena de octubre se realizará la primera intervención quirúrgica a un paciente de Sky medicus. Los cuatro compradores que visitaron nuestro País ya cerraron negocios con Sky Medicus.
- ✓ 2 Representantes de la revista Ronda de Iberia, quienes estarán generando material promocional sobre El Salvador.

A la fecha se ha cuantificado un 42.78 % de cumplimiento, ya que se han atendido un total de 77 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):**

#### **Julio:**

Se apoyó en la elaboración de información para gestión de fondos de Italia para financiamiento de proyecto Ferrocarril, a nivel departamental, beneficiando a los municipios de: Sonsonate, Caluco, Acajutla, San Julián, Izalco y Armenia. Se brindó asistencia técnica a empresarios de la Ruta del Café y del proyecto Los Ausoles. Se hicieron gestiones para el segundo desembolso del proyecto Buses Turísticos ante la Embajada de China Taiwan. Y se coordinaron reuniones con los Doctores de la Red de Turismo Médico para atención de compradores americanos.



**Agosto:**

Se subieron a COMPRASAL los procesos de compra para el producto Turismo Médico y Ruta del Café. Se dio seguimiento al trámite del segundo desembolso del proyecto Buses Turísticos. Se brindó asistencia técnica a los empresarios de la Ruta del Café para participar con stand en la Feria de Pueblos Vivos 2017. Se atendió a tres compradores de servicios médicos con el acompañamiento de Sky Medicus y se realizó acompañamiento y cobertura fotográfica para fortalecer el proyecto de los Ausoles (Ruta Termal).

➤ **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):**

**Julio:**

No se realizó ninguna acción para este programa.

**Agosto:**

Se realizaron acciones de promoción internacional, realizando 1 pauta digital en American Express vinculados a los principales sitios web de EE.UU; publicaciones en periódicos de EE.UU (Houston Chronicle, Tiempo Latino, La Opinión, El Diario y La Opinión de la Bahía)

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 cuarto bimestre		4
Seguimiento al Cumplimiento		80.00%

\* 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 Agosto / 2017.





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

### **Julio - Agosto:**

**Campaña "Haz historia, haciendo turismo en tu país"** cuyo objetivo era promover e incentivar a la población a realizar turismo interno en la temporada de vacación de Agosto, dicha campaña se realizó del 24 de Julio al 15 de Agosto, tuvo exposición en medios como TV, Cable, Prensa, Pantallas digitales, redes sociales y Radio.

Indicador de costo sobre el impacto generado en cada medio:

#### **TV:**

Cobertura y alcance de personas 15,466,885 (considerando que el spot fue visto más de una vez por la misma persona en el mismo o diferentes canales).

En inversión hace que el costo por cada mil personas alcanzadas sea de \$ 4.34, lo cual es bastante eficiente. Y si lo vemos por cada persona alcanzada \$ 0.004

#### **Cable:**

No es medido a nivel de rating, por lo que el alcance lo determina el número de abonados de la compañía. Estos abonados son las personas que pudieron haber visto el mensaje. Se ha considerado un promedio de 4 personas por hogar, por lo que el alcance se cuadruplica. Impactos : 530,400,000 de oportunidades de ser vistos

**Alcance promedio:** 1,648,000

**Costo de llegarle a cada una de esas personas:** \$ 0.006

**Radio:** se contrataron 13 emisoras nacionales, logrando un alcance aproximado de 62,904 personas. Con este medio se logra más frecuencia que alcance. Ya que el espectro radial es bastante amplio. Es por eso que vemos más de 160 millones de impactos.

**Rating promedio** de radio es: 1%

**Prensa:** Se tuvo un alcance promedio de 2,244,000 personas (aquí hay duplicaciones de audiencias).

**El costo por impacto** es bastante bajo, \$ 0.014 que hace eficiente la compra

**Pantallas digitales:** El alcance está dado por el número de vehículos que transitan por la zona/arteria/calle/avenida, dato que es proporcionado o medido por el Viceministerio de Transporte, de acuerdo a la compra realizada , el tráfico vehicular mensual es de 19,059,990

**Campaña para la promoción de la Feria Pueblos Vivos Espectacular** para invitar a los salvadoreños a conocer la oferta turística de nuestro país en un solo lugar, los medios de exposición fueron TV, Cable, Radio, prensa, pantallas digitales y redes sociales.

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

A la fecha se cuantifican un cumplimiento del 80%, ya que se han realizado 4 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 Julio y Agosto de los años 2016 y 2017 se presenta a continuación:

Tabla de Datos	2016 - 2017		
Número de turistas atendidos en Stop Over	Julio	Agosto	Total
2016	282	259	541
2017	300	234	534
Diferencia	18	-25	-7

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

En el período de Enero a Agosto se contabiliza un acumulado de 1806 personas que han hecho uso del Programa Stop Over para el año 2017 contra 1452 que lo hicieron en el año 2016 en el mismo período, obteniendo a la fecha un incremento de 354 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:

Tabla de Datos	2017	
Número de eventos	Julio	Agosto
Planificadas	1	2
Realizadas	1	2
Seguimiento al Cumplimiento	100.00%	100.00%



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

Los eventos realizados en el período se detallan a continuación:

No.	Evento	Fecha	Lugar
1	Inauguración de Hotel de montaña Cerro Verde.	06/07/2017	Cerro Verde, Departamento de Santa Ana
2	Inauguración Juventour 2017 - Octava Edición	19 y 20/08/17	Centro Internacional de Ferias y Convenciones (CIFCO), San Salvador
3	Lanzamiento de campaña de "Haz historia, haciendo turismo en tu país"	24/08/2017	Salón de Usos Múltiples CORSATUR, San Salvador

El cumplimiento de la planificación de los eventos para el período: Julio – Agosto / 2017 fue de 100%, ya que se realizaron en total durante el ciclo analizado, 3 eventos de 3 planificados.

Indicador de costo sobre el impacto generado en cada medio: Están en proceso de análisis.



## UNIDAD DE COMUNICACIONES Y RELACIONES PÚBLICAS

---

Asociada al Objetivo: Fortalecer al Ministerio de Turismo y sus adscritas, colocándolo como uno de los principales actores del sector económico y coordinar el proceso de Comunicaciones y Relaciones Públicas que realiza CORSATUR ante la opinión pública, a través del contacto con los medios de comunicación social y relaciones públicas, a fin de posicionar y garantizar la sostenibilidad de la imagen institucional.

A continuación se presenta el seguimiento y medición de las metas de las macroactividades de la Unidad de Comunicaciones y Relaciones Públicas:

### ➤ A1 – Fortalecimiento de la Imagen Institucional de CORSATUR

El seguimiento al objetivo de: **“Socializar la Memoria de Labores con 150 personas al año.”** a través del indicador: **“Entrega de ejemplares”**, cuya meta es: **“Lograr el 100% de entrega de ejemplares al año”**, se presentan a continuación por medio de los resultados de las acciones en cuanto a operatividad para el período: Julio – Agosto 2017.

#### **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

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:

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

En los meses de Julio y Agosto / 2017, se publicaron 5 y 7 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 cuarto bimestre	6
Seguimiento al Cumplimiento	50.00%

\* 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 Agosto / 2017.

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

Los informes del publicity correspondientes a los meses de Julio y Agosto han sido elaborados, se encuentran en la etapa de validación para posteriormente ser presentados a Gerencia General, por lo que se cuantifica a la fecha la entrega de 6 informes, obteniendo un porcentaje de seguimiento a la ejecución de 50.0 %.

## 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.

Tabla de Datos	2017
Número de circuitos turísticos comercializados *	
Planificados al año	16
Reales al cuarto bimestre	16
Seguimiento al Cumplimiento	100.0%

\* Nota. Debido a que el indicador es de periodicidad anual, el número de circuitos turísticos ganadores 2016 comercializados se ha cuantificado de manera acumulada al término del mes de Agosto / 2017.

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

Hasta el mes de Agosto, se han beneficiado al total de circuitos turísticos ganadores 2016, con citytours, digitalización, entrega de canopies y/o pintura 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:

Tabla de Datos	2017
Afluencia turística de la temporada vacacional	Temporada
Año	Vacacional Agosto
2016	219,849
2017	187,343
Variación	- 32506

**Nota. Los datos monitoreados son en función de los municipios y/o circuitos que son cercanos geográficamente a los Centros de Amigos del Turista (CAT)**

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

Cabe mencionar que los datos cuantificados en el indicador no son a nivel de todo nuestro país ya que por ser cuantificados por el personal del CAT, solo es posible hacerlo en el área cercana a ellos.

La afluencia turística monitoreada por las Oficinas de Los Centros de Amigos del Turistas, en la pasada temporada vacacional de agosto 2017 se estimó en 187,343 turistas; del 100% de la afluencia turística de 2016 se alcanzó 85.21 % ; es importante destacar el empoderamiento de los Circuitos y Destinos Turísticos con la estrategia de Pueblos Vivos, ya que durante la temporada vacacional han realizado festivales gastronómicos y artesanales, dinamizando la economía local de sus destinos, donde no se monitorea la afluencia turística a través de los CAT.

La próxima medición se realizará en 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: Julio – Agosto 2017.

#### ✓ Empresas Nuevas

Tabla de Datos	2017
<b>No. de empresas nuevas inscritas *</b>	
Planificadas al año	50
Reales al cuarto bimestre	28
Seguimiento al Cumplimiento	56.00%

\* 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 Agosto / 2017.

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

En los meses de Julio y Agosto / 2017, se inscribieron 3 y 6 empresas nuevas respectivamente, haciendo un total acumulado al término del mes de Agosto de 28 empresas nuevas inscritas de 50 programadas para el año 2017, logrando un porcentaje de seguimiento a la ejecución de 56.0 %.

✓ Empresas Renovadas

Tabla de Datos	2017
No. de empresas renovadas *	
Planificadas al año	65
Reales al cuarto bimestre	33
Seguimiento al Cumplimiento	50.77 %

\* 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 Agosto / 2017.

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

En los meses de Julio y Agosto / 2017, renovaron su inscripción 3 y 14 empresas respectivamente, haciendo un total acumulado al término del mes de Agosto de 33 renovaciones de 65 programadas para el año 2017, logrando un porcentaje de seguimiento a la ejecución de 50.77 %.

## 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 cuarto bimestre	170
Seguimiento al Cumplimiento	37.78%

\* 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 Agosto / 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, Zacatacoluca, 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,	16	12	28
<b>Total de personas beneficiadas desde enero hasta el 31 de agosto de 2017</b>		<b>91</b>	<b>79</b>	<b>170</b>

Al término del mes de Agosto, se contabilizan 170 personas beneficiadas, alcanzando un porcentaje de seguimiento del 37.78% (170 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.

- ✓ 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):**

En proceso de evaluación de propuestas de oferta técnico- económica para el servicio de señalización turística.

## ➤ A4 – Fortalecimiento al funcionamiento de Anclas Turísticas

El seguimiento a los resultados del objetivo: **“Mantener en funcionamiento 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 realizó encuesta piloto en la activación del mes de julio en el CTPLL, en proceso la tabulación y realización de informe de la medición de la satisfacción al cliente.