



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

**Noviembre y
Diciembre 2017**





CONTENIDO

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





MITUR PROMUEVE A EL SALVADOR COMO VITRINA TURÍSTICA EN LA FERIA WORLD TRAVEL MARKET

El ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán visitó Londres, Inglaterra junto a 12 empresarios uniendo esfuerzos para intensificar las acciones de promoción de El Salvador en la feria turística World Travel Market.

La feria se desarrolló del 6 al 8 de noviembre, el Centro de Convenciones Excel en Londres, Inglaterra fue el escenario donde se promocionó la oferta turística de El Salvador. De acuerdo con las estadísticas, al cierre del 2016, al menos 32,723 europeos hicieron turismo en nuestro país. Un incremento del 2.3 % con respecto al año anterior, cuando se registraron 30, 223 turistas.

La agenda del titular de Turismo incluyó reuniones estratégicas con empresarios europeos, encuentros con mayoristas, donde se desarrolló una presentación país.

Las empresas salvadoreñas que promovieron la oferta turística de El Salvador en la feria fueron: Puro surf, Pure Central America, CADISI Tours El Salvador, Epic Tours, Nanch Tours, Mayan Escapes, Tours Universales, Hotel Morrison, Salvadorean Tours, Gree Blue Red, Puerto Barillas y Hotel Villa Serena.

MINISTERIO DE TURISMO PREMIA A 13 CIRCUITOS GANADORES DE PUEBLOS VIVOS 2017

El ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, junto al vicepresidente de la República, Óscar Ortiz, premiaron a los circuitos ganadores de la novena edición de Pueblos Vivos 2017.

En total fueron 13 ganadores, quienes desde el 2016 potencian el desarrollo, promoción y comercialización de paquetes turísticos a través de circuitos.

Entre los ganadores de Pueblos Vivos "Tu destino" 2017 están:

1. **Circuito más comercializado: El Paso del Torogoz**, conformado por los municipios de Santa Ana, El Porvenir, El Congo, San Sebastián Salitrillo.
2. **Circuito Emprendedor: Ruta de Las Flores**. Conformado por los municipios de Tacuba, Ahuachapán, Atiquizaya, Apaneca, Juayúa, Salcoatitán y Nahuizalco, de los departamentos de Ahuachapán y Sonsonate.
3. **Mejor stand: circuito Valle de Jiboa**, Lo conforman 13 municipios de los departamentos de San Vicente y La Paz.
4. **Show Turístico: Municipio de San Simón, Morazán**, por el show "Los viejos de agosto".
5. **Artesanía con mejor calidad: Santiago Nonualco, La Paz**, con el "Traje (blusa - falda) Teñido con añil", entre otros.

Los circuitos ganadores obtuvieron diferentes reconocimientos, como la conceptualización del circuito en formatos digitales, promoción a través de los diversos medios de comunicación, calendarios turísticos, pintura, canopies, sillas y mesas, entre otros.

PRESTIGIOSA GUÍA DE VIAJES RECOMIENDA EL SALVADOR ENTRE LOS DESTINOS PARA VISITAR EN 2018

Fodors, una de las editoriales de guías y recursos de viajes más importantes del mercado de Estados Unidos y con impactos mundiales, incluyó a El Salvador en su lista de países recomendados para visitar en el 2018.

El Salvador figura en el puesto número 31 de 52 destinos de su "To Go List" como uno de los destinos top a nivel mundial a visitar. Marruecos, Argentina, Irlanda, Belice, Singapur, Rusia, Italia, entre otros, también han sido incluidos en la lista.

Joya de Cerén, Sitio Arqueológico El Tazumal, Punta Roca, El Sunzal, El Boquerón Los Almendros de San Lorenzo, en Suchitoto y la





iglesia El Rosario son algunos de los sitios que la guía de viajes recomienda visitar en El Salvador.

Al cierre del 2016, El Salvador recibió a 2 millones 51, 653 visitantes. Hasta septiembre de este año, se registran 1 millón 612,070 visitantes, es decir un 12.3% más respecto al mismo período del año pasado.

En 2017, el Ministerio de Turismo continúa su trabajo de promoción y comercialización del destino en 18 eventos internacionales, las cuales han incluido presentaciones del país y ruedas de negocios.

MITUR ENTREGÓ PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS A GANADORES Y FINALISTAS DE LOS CONCURSOS DE LA FCCA

El Ministerio de Turismo, a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo entregó premios y reconocimientos a los niños y niñas ganadores y finalistas del concurso de Ensayos y Poster juveniles de la Fundación Florida Caribbean Cruise Association (FCCA) para las categorías Junior y Senior.

La entrega fue presidida por el viceministro de Turismo, Ing. Roberto Viera a Kimberly Valeria Ramírez; Erick Fernando Mancía, quienes fueron finalistas en ensayos. Nayeli Lisbeth Arévalo y Daniela Angélica Alarcón, por los posters Medioambientales que representaron a El Salvador a nivel Internacional.

Los posters y ensayos de los finalistas fueron remitidos a las oficinas de la FCCA en los Estados Unidos, donde compitieron a nivel internacional entre más de 15 países. Los trabajos finales fueron calificados por los miembros del Jurado Evaluador, conformado por ejecutivos de las líneas de la FCCA.

Como resultado de dicha evaluación, fue premiado con el segundo lugar el poster de la estudiante Nayeli Lizbeth Arévalo Olivares, de 12 años de edad, en la división Junior con su poster "Let's take care of our environment".

COMITÉS DE DESARROLLO TURÍSTICO SIGUEN APOSTANDE AL TURISMO EN EL SALVADOR

El pasado 24 de noviembre, el Ministerio de Turismo juramentó el nuevo Comité de Desarrollo Turístico Boulevard Costa del Sol, del municipio de San Luis la Herradura en el departamento de La Paz.

El CDT Boulevard Costa del Sol fue conformado en septiembre del 2015. Desde 2009 el municipio de San Luis la Herradura participa activamente en el Programa de Pueblos Vivos, y desde 2015 forma parte del Circuito "Camino Hacia el Mar" juntos a los municipios de San Luis Talpa y San Pedro Masahuat.

Algunas de las acciones realizadas como CDT Boulevard Costa del Sol, han sido campañas de limpieza en el marco de la temporada de vacaciones de semana santa en el Plan verano 2017.

Como parte del apoyo brindado por parte del Ministerio de Turismo a través de CORSATUR, se han realizado diferentes gestiones con otras entidades de gobierno como la colocación de la primera etapa de señalización vial.

A nivel institucional, se ha trabajado en acciones que permiten un fortalecimiento de las capacidades de los CDT; desde este escenario se planifican capacitaciones y talleres bajo la dinámica de "Encuentros", orientados hacia el trabajo que se realiza en el programa de Pueblos Vivos, realizándose a nivel nacional.

MITUR GRADUÓ A 703 JÓVENES DEL PROGRAMA DE CAPACITACIONES FORMATURES 2017

El Ministerio de Turismo, a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo concluyó con éxito el Programa FORMATURES 2017, que benefició a 703 jóvenes con el programa de especialización técnica en formación turística con un formato dirigido para el sector empresarial turístico.



Con la ejecución del Programa se buscó fortalecer la competitividad de actores claves del sector turístico, como parte de la estrategia de potenciar la industria turística y convertirla en un eje transversal de desarrollo sostenible y de crecimiento económico continuo para El Salvador.

Este programa de capacitación se implementó en el año 2015 a nivel nacional y hasta la fecha ha beneficiado a 1,620 personas que han logrado desarrollarse mejor en diferentes ámbitos dentro del sector turístico.

El 2017 fue el año con más jóvenes beneficiados, con un crecimiento del más de cien por ciento ya que en 2016 fueron 390 los favorecidos con el programa de capacitación turística.

MITUR PROYECTA CERRAR EL 2017 CON INGRESOS DE \$1,255.48 MILLONES

El Ministerio de Turismo, a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo dio a conocer las proyecciones para la temporada navideña y fin de año en la que se espera cerrar el año con una cifra histórica de

1,255.48 Millones de Dólares, un incremento económico de del 6.1% más que el año anterior.

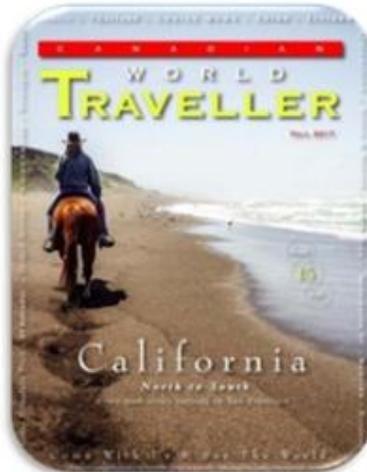
En cuanto al flujo de turistas extranjeros, se espera cerrar el año con 2,234.25 visitas internacionales, lo que representa un 8.9% de crecimiento con respecto al año 2016.

La temporada navideñas abarca del 22 de diciembre al 02 de enero periodo en el que se espera la llegada de visitantes internacionales, con respecto al año 2016, los países de donde provienen estos turistas, son de las regiones de Centroamérica (57.7%) Norteamérica (34.8%), Suramérica (3.3%), Europa (2.8%) y resto del mundo (1.4%)

Producto de este incremento de visitas al país se esperaría cerrar el año 2017 con un crecimiento en el empleo del 2.0%, esto significa 850 empleos más que el año 2016.

Además, se estima que este año haya un crecimiento del turismo interno del 5% (10, 887,053 de viajes al interior del país) lo que generará ingresos económicos de \$214.62 millones, esto representaría un crecimiento del 12.05% con respecto al año anterior.

Acciones desarrolladas durante Diciembre 2017





MITUR PRESENTÓ LOGROS EN PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD A CÁMARA SALVADOREÑA DE TURISMO

El Ministerio de Turismo presentó a empresarios privados los logros obtenidos en promoción y publicidad a nivel nacional e internacional durante el 2017, entre los que destaca el posicionamiento del país en revistas de gran impacto mundial.

Los empresarios, miembros de la Cámara Salvadoreña de Turismo, conocieron la estrategia de mercadeo, publicidad y promoción, relaciones públicas, comercialización, estrategia digital y eventos internacionales.

Durante el 2017, El Salvador se posicionó en 17 ferias a nivel internacional con una frecuencia de **participación de 105 empresarios que lograron concretar más de 2,500 citas de negocios.**

Como resultado de concretar negocios y la promoción de El Salvador como destino turístico, se proyecta cerrar el año con una cifra histórica de **2 millones 234, 025 visitas internacionales** lo que representa un 8.9% de crecimiento con respecto al año 2016, las cifras más altas en los últimos 35 años.

En cuanto a divisas, **las autoridades proyectan que al cierre del 2017 podrían alcanzar los \$1,255.48 millones.**

Por otra parte, este año se recibieron 8 cruceros, el número más alto de la gestión, contabilizando 9 atraques. Los navíos trajeron a más de 7, 200 turistas a bordo.

Durante el evento también se destacó el posicionamiento internacional de El Salvador, a través de la estrategia de relaciones públicas e influenciadores de viajes.

Otro logro ha sido la implementación del proyecto Stop Over, una plataforma que exime de impuestos de viajes a pasajeros en tránsito en el Aeropuerto Internacional Óscar Arnulfo Romero y Galdámez, con el

propósito que hagan turismo en el país hasta por 48 horas.

Durante el 2017, a nivel nacional CORSATUR realizó cinco campañas de promoción y publicidad: Semana Santa, Pueblos Vivos, Vacaciones de agosto, Ruta de Las Flores, y Despunte Turístico.

INVERSIÓN PRIVADA EN PLAYAS DE LA LIBERTAD ASCIENDE A \$25.7 MILLONES

El ministro de Turismo, José Napoleón Duarte Durán dio a conocer que entre el 2016 y 2017 empresarios privados invirtieron \$27 millones en proyectos turísticos de las playas de La Libertad, ratificando al destino como un ancla turística en El Salvador.

Las cifras corresponden a un estudio desarrollado en el segundo semestre de este año denominado "Inversiones Turísticas: playas de La Libertad, El Salvador 2017", lanzado esta mañana, el cual busca incentivar la inversión privada en el país y estimular los proyectos de inversionistas nacionales.

La mayor inversión se concentró principalmente en infraestructura, lo cual representa el 65% del monto total; el 16% en compra de inmuebles y un 11% se enfoca en adquisición de mobiliario y equipo.

Las playas que han tenido mayores inversiones por parte del sector privado son: El Zonte, El Sunzal y El Majahual, en las cuales cada una de ellas ha presentado montos mayores a los 3 millones de dólares, alcanzando una inversión de \$14 millones en total. El resto corresponde a inversiones en Playa El Tunco.

Como resultado de estas inversiones las empresas de los rubros de alojamiento y alimentación han generado 481 empleos permanentes y 400 empleos temporales, donde el 48% son mujeres y el 52% restante son hombres.

En el marco del evento, el funcionario también dio a conocer la herramienta de

inversión titulada **¿Cómo elaborar un plan de negocios para empresas turísticas?**, la cual es una guía orientativa ante las oportunidades de inversión de los emprendedores ante la demanda de productos y servicios turísticos en el territorio nacional.

MITUR PRESENTÓ LEY DE TURISMO AL PRESIDENTE DE LA ASAMBLEA LEGISLATIVA

El ministro de Turismo, José Napoleón Duarte Durán, entregó la iniciativa de la nueva Ley de Turismo, al presidente de la Asamblea Legislativa, Guillermo Gallegos, con la que se pretende construir una plataforma de desarrollo más sólida para la industria.

Con la iniciativa se busca fomentar, planificar, promover, ordenar, regular y vigilar la actividad turística del país; garantizando el desarrollo sostenible del turismo, a través de mecanismos de participación comunitaria, participación activa del turista y cooperación entre los sectores público y privado en las cuestiones atinentes al turismo.

La iniciativa contiene cambios significativos como: la creación del Consejo Nacional de Turismo (integrado por Hacienda, Economía, RREE, MARN, CEPA, VMT y otras instituciones). Asimismo convertir el actual Registro Nacional de Turismo, de forma obligatoria y gratuita.

La iniciativa de ley contiene nuevas disposiciones que responden a las nuevas exigencias del sector turístico, así como fomentar la inversión turística bajo criterios de calidad y sostenibilidad.

MITUR LANZA LA POLÍTICA NACIONAL DE TURISMO SOSTENIBLE

El ministro de Turismo, José Napoleón Duarte Durán, lanzó la Política de Turismo Sostenible de El Salvador, que plantea lineamientos rectores para el desarrollo turístico, estimulando la economía sin dañar el medioambiente y potenciándolo como una herramienta de desarrollo humano.

De acuerdo al funcionario con la nueva Política se busca fortalecer la actividad turística sostenible en El Salvador, a través de la integración del componente ambiental de manera transversal en las actividades turísticas.

Se pretende además, fortalecer la competitividad y rentabilidad del turismo a nivel nacional e internacional estableciendo modelos de producción más limpia y consumo sustentable.

REVISTAS INTERNACIONALES RECOMIENDAN EL SALVADOR ENTRE LOS DESTINOS PARA VISITAR EN 2018

El 2017 ha significado un año de grandes logros para el Ministerio de Turismo en diferentes áreas, entre las que se destaca el posicionamiento de El Salvador en revistas de alto prestigio a nivel internacional, quienes han colocado al país en sus propuestas de viajes.

Fodors, una de las editoriales de guías y recursos de viajes más prolíficos del mercado de Estados Unidos resalta en un artículo reciente a El Salvador entre los principales destinos turísticos para visitar en el 2018.

Por su parte, Lonely Planet, desarrolló un artículo con increíble profundidad de El Salvador en el que refleja su admiración resaltando los principales productos turísticos.

A la larga lista de publicaciones, se destaca también la de TravelAgentCentral.com, la cual recibe 161,359 visitas mensuales, realizó un artículo titulado "Arribo de cruceros y número de pasajeros se duplica en El Salvador".

Por otra parte, The Rhein Main Presse Group es una agencia de prensa alemana conformada por 18 periódicos con más de 500,000 lectores, la cual resalta las bellezas naturales de El Salvador además de la mezcla de turismo y responsabilidad ambiental

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	Noviembre	Diciembre
Planificado	1	1
Ejecutado	1	2

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En Noviembre: se realizó 1 reunión de Junta Directiva y en Diciembre 2 reuniones de Junta Directiva, cuantificando en el período Noviembre - Diciembre 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 Noviembre – Diciembre / 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):

Debido a que se generó necesidad en cuanto a asesoría jurídica para la Junta Directiva se realizó contratación de asesor jurídico.

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		
	Noviembre	Diciembre	Total
Número de Informes a recibir*			
Programados	2	1	3
Reales	1	1	2
Seguimiento a la Ejecución			66.67%

* Nota. Debido a que el indicador es de periodicidad bimestral, el número de informes programados se ha cuantificado para el período Noviembre – Diciembre / 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 ha finalizado

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 Noviembre – Diciembre 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	Noviembre	Diciembre	Promedio
Máximo	10	10	10
Real	8	8	8
Seguimiento al Cumplimiento			10 ≥ 8

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Noviembre:

Tiempo Promedio de respuesta: 8 días hábiles (solicitudes recibidas: 1)

Diciembre:

Tiempo Promedio de respuesta: 8 días hábiles (solicitudes recibidas: 1)

El tiempo promedio de respuesta para el bimestre analizado es de 8 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
✓ Divulgación de la Política de Turismo Sostenible a Gerentes y Jefes de CORSATUR (5 hombres y 2 mujeres) el 18 de Diciembre en el Salón de Usos Múltiples de CORSATUR.	5	2	7
Total de sensibilizados desde enero hasta el 31 de diciembre de 2017	399	347	746

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 Octubre

Tiempo máximo para entrega del informe del mes de Octubre: 10 días hábiles del mes de Noviembre (fecha: 15/11/2017)

Tiempo real de entrega: 20 días hábiles (fecha: 29/11/2017)

Desfase en la entrega: 10 días hábiles posteriores a la fecha programada

Informe correspondiente al mes de Noviembre

Tiempo máximo para entrega del informe del mes de Noviembre: 10 días hábiles del mes de Diciembre (fecha: 14/12/2017)

Tiempo real de entrega: 20 días hábiles (fecha: 08/01/2018)

Desfase en la entrega: 10 días hábiles posteriores a la fecha programada

➤ **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 Noviembre - Diciembre 2017:



Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Informe correspondiente al mes de Octubre

Tiempo máximo para entrega del informe del mes de Octubre: 10 días hábiles del mes de Noviembre (fecha: 15/11/2017)

Tiempo real de entrega: 5 días hábiles (fecha: 8/11/2017)

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

Informe correspondiente al mes de Noviembre

Tiempo máximo para entrega del informe del mes de Noviembre: 10 días hábiles del mes de Diciembre (fecha: 14/12/2017)

Tiempo real de entrega: 15 días hábiles (fecha: 21/12/2017)

Desfase en la entrega: 5 días hábiles posteriores a la fecha programada

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

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

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

Informe correspondiente al mes de Octubre:

Fecha máxima para entrega del informe del mes de Octubre: último día hábil de cada mes (fecha: 30/11/17)

Fecha real de entrega: 22/11/17 / El informe fue entregado en tiempo

Informe correspondiente al mes de Noviembre:

Fecha máxima para entrega del informe del mes de Noviembre: último día hábil de cada mes (fecha: 22/12/17)

Fecha real de entrega: 21/12/17 / 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: Noviembre – Diciembre 2017 se presenta a continuación:

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

✓ Cierres Contables Mensuales

Cierre Contable correspondiente al mes de Octubre:

Tiempo máximo para entrega del Cierre Contable del mes de Octubre: 10 días calendario del mes de Noviembre (fecha: 10/11/2017)

Tiempo real de entrega: 9 días calendario (fecha: 9/11/2017)/ Informe presentado en tiempo



Cierre Contable correspondiente al mes de Noviembre:

Tiempo máximo para entrega del Cierre Contable del mes de Noviembre: 10 días calendario del mes de Diciembre (fecha: 10/12/2017)

Tiempo real de entrega: 11 días calendario (fecha: 11/12/2017)

✓ **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: Noviembre – Diciembre 2017:

Tabla de Datos	2017		
Tiempo de entrega de requisiciones de bienes solicitados (días hábiles)	Noviembre	Diciembre	Bimestre
Máximo	4	4	4
Promedio Mensual	1.55	1.66	1.61
Seguimiento al Cumplimiento			$4 \leq 1.61$

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

El tiempo promedio de respuesta en el bimestre en análisis fue menor al definido como máximo, ya que $1.59 \leq 1.61$ 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	Noviembre	Diciembre	Bimestre
2016	6.6	8.07	7.33
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		
	No. de Servicios para funcionamiento	Noviembre	Diciembre
Planificados	2	5	7
Reales	2	5	7
Seguimiento al Cumplimiento	100.00%	100.00%	100.00%

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Noviembre:

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

Diciembre:

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 100.0%, 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 Noviembre – Diciembre / 2017:

Tabla de Datos	2017		
	No. de mantenimientos preventivos según kilometraje recorrido	Noviembre	Diciembre
Planificados	6	0	6
Realizados	6	0	6
Seguimiento al Cumplimiento			100.00%

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Para el período Noviembre – Diciembre / 2017 se obtuvo un cumplimiento de 100%, habiéndose realizado un total de 6 mantenimientos de 6 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	Noviembre	Diciembre	Total Bimestre
Recibidas	14	6	20
Atendidas	14	6	20
Seguimiento al Cumplimiento			100.00%

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se recibieron y atendieron 20 solicitudes de requerimientos tecnológicos en el período: Noviembre – Diciembre / 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	Noviembre	Diciembre	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: Noviembre – Diciembre 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: Noviembre – Diciembre 2017.

Tabla de Datos	2017
Exámenes Especiales*	
Planificados al año	14
Realizados al año	14
Seguimiento al Cumplimiento	100.0%

* 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 Diciembre / 2017.

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

Se realizó Examen Especial a Recursos Humanos, Examen Especial sobre Ejecución de Obras y Consultoría del Programa de Desarrollo Turístico de la Franja Costera Marina, Examen Especial a las Disponibilidades del tercer trimestre del 2017, Examen Especial al Fondo Circulante de Monto Fijo-Julio/17 y Seguimiento a Recomendaciones de Informes de Auditoría Interna y de la Corte de Cuentas de la República del periodo 2016 y 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: Noviembre - Diciembre 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):

Al término del quinto bimestre (Septiembre – Octubre) se ha cuantificado un cumplimiento de 157.60 %. (643 opiniones).

A pesar de que no se tienen los resultados del bimestre Noviembre – Diciembre, por no haber sido entregados, la tendencia en los resultados siempre es al alza.

➤ 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):

Al término del quinto bimestre (Septiembre – Octubre) se han contabilizado 99 de 22 servicios planificados, alcanzando un cumplimiento de 450.0 %.

A pesar de que no se tienen los resultados del bimestre Noviembre – Diciembre, por no haber sido entregados, la tendencia en los resultados siempre es al alza.

➤ 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):

La Unidad no presentó resultados del bimestre Noviembre - Diciembre.

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: Noviembre - Diciembre 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 SICCOS (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%
✓ Evento de Premiación de FCCA (Asociación de Cruceros de Florida y el Caribe) / 17 de noviembre Con la participación de 34 mujeres y 25 hombres, cabe destacar que en este evento también participaron niños, siendo del sexo femenino 6 y del sexo masculino 4	42.03%	57.97%

✓ Graduación del Programa FORMATURES / 28 de noviembre Formando a 280 mujeres y 211 hombres	42.97%	57.03%
✓ Segunda fase de Formación de Auditores y Asesores SICCS / 27,28,29 y 30 de noviembre Contando con la participación de 9 mujeres y 11 hombres.	55.0%	45%
Promedio de participación (De Enero a Diciembre / 2017)	43.85%	56.15%

A la fecha el promedio de participación de mujeres es de 56.15 % de 60 % que es la meta a lograr para el año 2017, con esta cuantificación se obtiene el 93.58 % de cumplimiento a la meta para esta macroactividad al término del mes de Diciembre.

➤ 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):

Para el período Noviembre – Diciembre / 2017 no se realizó ninguna actividad. 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
Número de Caravanas y ruedas de negocio	
Planificadas al año	6
Realizadas al año	3
Seguimiento al Cumplimiento	50.0 %

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 Diciembre / 2017

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En el mes de Noviembre se llevó a cabo la Rueda de Negocios en Lima / Perú, contabilizando a la fecha un porcentaje de seguimiento al cumplimiento del 50.0 % (3 caravanas y/o 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
Número de participaciones en ferias	
Planificadas al año	17
Realizadas al año	17
Seguimiento al Cumplimiento	100.0%

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 Diciembre / 2017



Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En Noviembre se participó en :

- ✓ Feria WTM (World Travel Market) / Londres

Cabe destacar que se realizó Presentación País en USTOA en Hollywood, FL del 27 de noviembre al 1 de diciembre

En el mes de Diciembre no se tenía planificada la participación en ninguna feria internacional (según plan de eventos internacionales Año 2017).

Lográndose al final del período un cumplimiento del 100% (17 ferias realizadas de 17 planificadas).

Empresarios que participaron en las Ferias realizadas:

Noviembre: 21 empresarios (incluyendo la Presentación País en USTOA)

- ❖ 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 año	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 Diciembre / 2017

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Noviembre

Se realizaron las siguientes acciones de promoción y publicidad a nivel internacional: Publicidad impresa en la puerta de taxis en Madrid, pauta publicitaria en sitios web de AMEX display media 300 x 200 en los principales medios digitales de EUA, pauta digital en Honduras y Guatemala, pauta publicitaria en discovery, space,axn en Guatemala y Honduras. Además de continuar con acciones con las campañas de co-making tales como: CATAI: 72 cuñas de radio, 3 seminarios de formación y un news letter o folleto virtual.

Diciembre

Se realizaron las siguientes acciones de promoción bonificadas: Publicidad impresa en la puerta de taxis en Madrid, pauta publicitaria en sitios web de AMEX display media 300 x 200 en los principales medios digitales de EUA, pauta digital en Honduras y Guatemala. Además acciones bonificadas con Viajes el Corte Ingles: realización de evento para clientes, y rueda de prensa en el marco de FITUR, y con Catai Tours: 2 faldones de prensa en diario La Vanguardia Cataluña.

Se está a la espera del indicador de costo sobre el impacto generado en cada medio.

- ❖ 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	Noviembre	Diciembre
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
3	Mantenimiento del Sistema Data TUR; indicadores de ocupación hotelera	Mensual	x	x
4	Encuesta de Turismo Doméstico de los residentes salvadoreños dentro del territorio nacional, año 2017	Trimestral	N/A	x en proceso de tabulación y análisis
5	Investigación Post Campañas	Por campaña	N/A	x en revisión

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, como la representatividad de esta encuesta es trimestral, se tienen datos de enero-noviembre y a diciembre preliminares, pues está en proceso de tabulación y análisis.
2. Las encuestas correspondientes a la investigación de movimientos turísticos en fronteras terrestres, aeropuertos y puerto de Acajutla para los meses de Enero- diciembre han sido realizadas, los resultados fueron divulgados en conferencia de prensa realizada en Enero 2018.
3. La encuesta de DATA TUR cuenta con datos cerrados para los meses de febrero-diciembre 2017. La investigación de DATA TUR se cuenta con datos cerrados para los meses de febrero-diciembre 2017.
4. Para la Encuesta de Turismo Doméstico de los residentes salvadoreños dentro del territorio nacional, año 2017, la representatividad de esta encuesta es trimestral, se tienen datos del primer al tercer trimestre 2017 y completado el levantamiento de información del cuarto trimestre 2017, pero este está 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 2017 y la del mes de agosto 2017 Nacional, la campaña diciembre regional Guatemala y Honduras 2017 está en proceso de revisión.

- ❖ 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 año	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 Diciembre / 2017

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En el periodo en análisis no se realizaron viajes de familiarización y prensa, por lo que a la fecha se cuantifica un 93.89 % de cumplimiento, ya que se han atendido un total de 169 personas de 180 planificadas en viajes de familiarización y prensa en el año 2017.

- ❖ 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):

Noviembre:

Como parte de las acciones para refrescamiento del producto "Ruta del Café", se realizaron visitas de reconocimiento de beneficios de café interesados en formar parte de la ruta. Se realizaron talleres de consulta para la elaboración del manual de estándares mínimos de calidad para el ingreso de nuevas clínicas a la Red de Turismo Médico. Así mismo, se contó con la visita del primer paciente a través de Sky Medicus y 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.

Diciembre:

Seguimiento al Memorando de Entendimiento con USAID para trabajar en los segmentos: Sol y Playa; Turismo de Bienestar y Salud. Revisión de productos de 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. Se entregó informe correspondiente al segundo semestre 2017 del proyecto del Centro Histórico.

➤ 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):

Noviembre:

Se realizó junto a las acciones de la campaña internacional y se dirigió en países como Estados Unidos, Guatemala, Honduras y España.

Diciembre:

Se realizó junto a las acciones de la campaña internacional y se dirigió en países como Estados Unidos, Guatemala, Honduras y España.

Se está a la espera del indicador de costo sobre el impacto generado en cada medio.

➤ 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 año		6
Seguimiento al Cumplimiento		120.00%

* 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 Diciembre / 2017.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Noviembre - Diciembre:

Campaña Fin de año "En esta navidad el mejor regalo es tu país" cuyo objetivo era invitar a los salvadoreños a disfrutar en esta temporada de los mejores lugares de nuestro país. La campaña se expuso en medios tales como: TV, Cable, Medios exteriores (Mupies, Pantallas digitales), Cine, Redes sociales y Prensa.

Indicador de costo sobre el impacto generado en cada medio:

Televisión: El rating promedio fue de 8.68% por los 28 programas que se contrataron, hacen una media en alcance de 15,288,237 personas.

En inversión hace que el costo por cada mil personas alcanzadas sea de \$ 4.55, lo cual es bastante eficiente. Y si lo vemos por cada persona alcanzada \$ 0.005 y el costo por punto de rating \$ 52.88.

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 : 621,984,000 de oportunidades de ser vistos



Alcance promedio : 1,648,000

Costo de llegarle a cada una de esas personas : \$ 0.007 promedio

Cine: Se contrataron 2 cadenas de cine Cinemark La Garán Vía y Cinépolis Galerías.

El alcance lo podemos determinar por la asistencia mensual que hay en los complejos contratados: 30,608 visitantes mensuales aproximados son nuestro alcance de personas. El costo por impacto promedio es de \$ 0.069.

Prensa: El alcance lo determinamos por la circulación de cada periódico, por lo que por el anuncio que pautamos en COLATINO , tuvimos un alcance promedio de 45mil personas .

El costo de alcance por persona: es bastante bajo, \$ 0.032

Pasarelas o 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 23,654,670.

Costo por alcance es de \$0.0008

Mupis cilíndricos en La Gran Vía (LGV): El alcance está dado por la asistencia promedio que maneja cada centro comercial,

Las visitas mensuales en LGV es de 650mil personas

Y por el monto invertido el costo por impacto es nada.

Puede evaluarse más por recordación que por costo por impacto o el alcance.

Campaña Institucional: Despunte Turístico:

En Diciembre se realizó un spot donde se destacó los ganadores de Pueblos Vivos y sobre el proyecto de Plaza Marinera.

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 120%, ya que se han realizado 6 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 Noviembre y Diciembre de los años 2016 y 2017 se presenta a continuación:

Tabla de Datos	2016 - 2017		
	Número de turistas atendidos en Stop Over	Noviembre	Diciembre
2016	285	246	531
2017	417	254	671
Diferencia	132	8	140

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En el período de Enero a Diciembre se contabiliza un acumulado de 3236 personas que han hecho uso del Programa Stop Over para el año 2017 contra 2536 que lo hicieron en el año 2016 en el mismo período, obteniendo a la fecha un incremento de 700 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	Presentación de logros de CORSATUR, obtenidos a nivel nacional e internacional, a empresarios del sector privado.	12/12/2017	Hotel Barceló, San Salvador

Cabe resaltar que se dio acompañamiento en los siguientes eventos:

- ✓ Evento de “MITUR ONLINE” / Realizado en el Hotel Sheraton el 4 de Diciembre, se colocó stand de CORSATUR/ MITUR, brindando información Turística y productos promocionales
- ✓ PRIMER HACKATHON DE INNOVACIÓN EN TURISMO EN EL SALVADOR / Realizado en FUSADES el 9 de Diciembre, tuvo una duración de dos días.
- ✓ Festival de la Piña – Santa María Ostuma / Realizado el 17 de Diciembre, se representó a la institución y se tuvo representación en la mesa de honor en la inauguración de la fiesta del municipio.

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:

Tabla de Datos	2017
Número de comunicados de prensa *	
Planificadas al año	125
Realizadas al año	97
Seguimiento al Cumplimiento	77.60%

* 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 Diciembre / 2017.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En los meses de Noviembre y Diciembre / 2017, se publicaron 9 y 10 comunicados de prensa respectivamente, al término del año 2017 se tienen cuantificados 97 comunicados de prensa logrando un cumplimiento en la ejecución de 77.60% (97 comunicados realizados de 125 planificados para el año 2017)

➤ **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 año	12
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 Diciembre / 2017.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se han elaborado los informe del publicity de Enero a Diciembre, por lo que se cuantifica a la fecha la elaboración de 12 informes, obteniendo un porcentaje de seguimiento a la ejecución de 100.0 %.

GERENCIA DE TURISMO INTERNO

Asociada al objetivo estratégico: “Generar las condiciones en los territorios, a través del programa Pueblos Vivos, que incluya la asistencia al turista, la capacitación y el desarrollo territorial.

A continuación se presenta el análisis de las metas de las macroactividades de la Gerencia de Turismo Interno:

➤ A1 – 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:

Tabla de Datos	2017
Afluencia turística de la temporada vacacional	Temporada
Año	Fin de Año
2016	257,782.00
2017	330,017.00
Variación	72,235.00

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):

Al realizar el análisis de la afluencia turística monitoreada por las Oficinas de Los Centros de Amigos del Turistas, en la pasada temporada vacacional de fin de año 2017, se estimó en 330,017 turistas; del 100% de la afluencia turística de 2016, se incrementó 28.02 % ; superando la meta propuesta.

Es importante destacar el empoderamiento de los Circuitos y Destinos Turísticos con la estrategia de Pueblos Vivos, ya que durante la temporada vacacional, realizado festivales gastronómicos y artesanales, inauguración de nuevos productos turísticos, dinamizando la economía local de sus destinos.

➤ 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: Noviembre – Diciembre 2017.

✓ Empresas Nuevas

Tabla de Datos	2017
No. de empresas nuevas inscritas *	
Planificadas al año	50
Reales al año	39
Seguimiento al Cumplimiento	78.00%

* 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 Diciembre / 2017.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En los meses de Noviembre y Diciembre / 2017, se inscribieron 3 y 3 empresas nuevas respectivamente, haciendo un total acumulado al término del mes de Diciembre de 39 empresas nuevas inscritas de 50 programadas para el año 2017, logrando un porcentaje de seguimiento a la ejecución de 78.0 %.

✓ Empresas Renovadas

Tabla de Datos	2017
No. de empresas renovadas *	
Planificadas al año	65
Reales al año	54
Seguimiento al Cumplimiento	83.08 %

* 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 Diciembre / 2017.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En los meses de Noviembre y Diciembre / 2017, renovaron su inscripción 8 y 7 empresas respectivamente, haciendo un total acumulado al término del mes de Diciembre de 54 renovaciones de 65 programadas para el año 2017, logrando un porcentaje de seguimiento a la ejecución de 83.08 %.

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 año	491
Seguimiento al Cumplimiento	109.11%

* 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 Diciembre / 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
- 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 carmen,	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, Cuyulitán, 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
-Sesibilizaciones de Cultura Turística desarrolladas en los meses de Noviembre y Diciembre / 2017	Usulután, Ruta de Las Flores, Coatepeque, San Salvador y El Cuco	61	92	153
Total de personas beneficiadas desde enero hasta el 31 de Diciembre de 2017		211	280	491

Al término del mes de Diciembre, se contabilizan 491 personas beneficiadas, alcanzando un porcentaje de seguimiento del 109.11% (491 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.

El evento de lanzamiento y divulgación del portafolio de proyectos de inversión El Salvador 2017, se realizó en el mes de diciembre, junto al lanzamiento de las herramientas de inversión.



- ✓ 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 dio inicio a la prestación de los servicios de supervisión y ejecución en fecha 4 de Diciembre / 2017.

➤ 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 y finalizando físicamente en Diciembre / 2017.

➤ 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 ejecutará encuesta en el primer trimestre del año 2018.