

INFORME BIMENSUAL DE SEGUIMIENTO Y MEDICION DE OBJETIVOS Y METAS DEL PLAN ANUAL OPERATIVO

Marzo y Abril
2014

CONTENIDO

- 1. Objetivo**
- 2. Alcance**
- 3. Documentos Relacionados**
- 4. Responsabilidades**
- 5. Términos y Definiciones**
- 6. Acciones desarrolladas durante Bimestre Marzo y Abril 2014**
- 7. Información clave por Unidad Organizativa, 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 unidad organizativa 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 con 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 unidad organizativa envía a la Gerencia de Planificación, hasta culminar en la consolidación de la medición de los objetivos y metas de los POA para el periodo Marzo-Abril 2014 .

3. Documentos Relacionados:

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

4. Responsabilidades:

Según el Art. 21 de las NTCl:

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

5. Términos y Definiciones:

OBJETIVOS ESTRATEGICOS:

Son definiciones operativas de la Visión y Misión, cuyos logros permiten conocer si se han alcanzado ambas declaraciones. La formulación de objetivos tiene como motivación fundamental, el acercar a CORSATUR al logro de su razón de ser fundamental, alrededor de los cuales se estructura el conjunto de acciones, consistentes con los propósitos estratégicos definidos en la Misión.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE CORSATUR:	
1	Elevar la tasa de crecimiento de los ingresos turísticos.
2	Aumentar el número de visitantes.
3	Posicionar a El Salvador como uno de los destinos preferidos en Centroamérica en los segmentos objetivo.
4	Estimular el desarrollo de una amplia gama de productos turísticos atractivos para el mercado.
5	Estimular iniciativas para mejorar el nivel de competitividad del sector turismo.
6	Investigar, desarrollar y divulgar información oportuna para dinamizar el sector turístico.
7	Promocionar la Inversión en Anclas Turísticas (polos de desarrollo).

EJES ESTRATEGICOS:

Son decisiones fundamentales que se tienen que tomar para asegurar una mayor eficacia de cara al futuro, así como lineamientos de los objetivos que tienen un ámbito común y coherente con la Misión y Visión de CORSATUR.

EJES ESTRATÉGICOS DE CORSATUR:	
1	Desarrollo de Posición Diferenciada en los Mercados Internacionales de destinos turísticos
2	Estrategias de desarrollo de Competitividad del Clúster Turístico.
3	Programa Pueblos Vivos.
4	Estrategia de Gestión y Gobernanza Turística.
5	Estrategias para mejorar el Desempeño Institucional de CORSATUR

POA: Plan Operativo Anual

UNIDAD ORGANIZATIVA: Presidencia, Gerencia General, Unidad de Recursos Humanos, Unidad de Comunicaciones y Relaciones Públicas, Unidad de Adquisiciones y Contrataciones Institucional (UACI), Unidad Jurídica, Unidad Ambiental, Unidad de Acceso a la Información Pública (UAIP), Gerencia Financiera, Auditoría Interna, Gerencia Administrativa, Gerencia de Mercadeo, Gerencia de Planificación, Gerencia de Proyectos e Inversión y Gerencia de Turismo Interno.

6. Acciones desarrolladas durante Marzo 2014



El Salvador promociona oferta de Turismo y oportunidades de inversión en Alemania

Del 6 al 9 de marzo el Ministerio de Turismo El Salvador posicionó su oferta turística en la Feria Internacional de Turismo de Berlín (ITB), uno de los cónclaves de la industria de más importantes del viejo continente.

Empresarios junto a la delegación del Ministerio de Turismo (MITUR) y de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) promocionaron la oferta de Sol y Playa, naturaleza y arqueología, destinos de mayor interés por el mercado alemán. De esa forma el Ministerio de Turismo logró posicionar en ITB a nuestro país como destino competitivo entre los consumidores finales y mayoristas, así como atraer inversionistas.

En el marco de ITB, el Ministerio de Turismo también participó en el "Hotel Investment Forum", donde El Salvador pudo de difundir las oportunidades de inversión en el país a través del proyecto Hotel de montaña Cerro Verde y Playa El Icacal, en La Unión.

El mercado europeo representa un sector importante para El salvador. De acuerdo a las estadísticas de esta Cartera de Estado, durante el año 2013 se registró el ingreso de 32 mil 344 turistas europeos propiciando una derrama económica de \$5, 969, 040 aproximadamente.

En cuanto al ingreso de turistas alemanes pasó de 2 mil 865 en 2012 a 5 mil 440 visitantes al cierre de 2013, un aumento del 6.6 %.

Routes America alcanza resultados positivos para El Salvador

El pasado 11 de marzo el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán recibió en el despacho Ministerial a representantes de la aerolínea DELTA Air Lines Inc., como parte de una visita de cortesía que busca a futuro fortalecer los acercamientos con esta Cartera de Estado.

El Sr. Manuel Baires, Senior Account Manager; Sr. José Carlos Fonseca, Gerente de Estación y Gladis Henriquez, Gerente de Ventas de la aerolínea, participaron en dicha reunión, al igual que la gerente de mercadeo de CORSATUR.

El encuentro se da a tan solo dos semanas de la clausura de Routes America 2014, desarrollado con gran éxito en nuestro país en la que coincidieron más de 400 profesionales de la aviación, 25 autoridades de turismo, 100 aeropuertos y responsables de tomar decisiones sobre servicios aéreos para la región de las Américas.

Durante el encuentro en el Despacho Ministerial, los representantes de DELTA Air Lines conversaron sobre la importancia de los mercados norteamericanos en el sector turismo, asimismo evaluaron las posibilidades de nuevas oportunidades para el desarrollo de acciones de promoción, presentando la oferta turística de El Salvador y atraer a más turistas estadounidenses.

Actualmente la aerolínea DELTA Air Lines tiene una frecuencia semanal de 7 vuelos San Salvador-Atlanta y viceversa. De acuerdo a estadísticas de MITUR, en el 2013 la aerolínea DELTA Air Lines ha reportado un crecimiento de 3% respecto al año anterior.

Durante el año 2013, llegaron a El Salvador 589,113 turistas vía aérea, de estos 405, 220 fueron estadounidenses, lo que representa el 68.78% del total de llegadas por esa vía.

Durante el desarrollo de Routes America el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán se reunió con al menos 17 representantes de líneas aéreas con el propósito de atraer nuevas rutas y fortalecer la conectividad con aerolíneas existentes en el país y lograr así posicionar a El Salvador como destino estratégico aeronáutico, comercial y turístico.

Crucero Azamara llega a El Salvador por segunda ocasión en menos de dos meses

El pasado 1 de marzo el crucero de Royal Caribbean, Azamara Quest atracó nuevamente en el Puerto de Acajutla. Es la segunda ocasión que el crucero de Royal Caribbean llega a El Salvador en menos de dos meses, el 18 de enero atracó por primera vez en nuestro país.

En esta ocasión el Azamara Quest llegó con mil personas a bordo, de estos 600 son turistas de diferentes países de Europa y norteamérica, en su mayoría estadounidenses. El Azamara permanecerá en el Puerto de Acajutla aproximadamente 7 horas, tiempo en el que los cruceristas aprovecharán para conocer nuestro país.

Durante las siete horas que el crucero Azamara permaneció en el Puerto de Acajutla los cruceristas dejaron un aproximado de \$90,000 a \$120,000 en concepto de divisas en nuestro país.

En enero, el capitán del Azamara José Vilarinho, ya anunciaba la llegada del crucero para este 1 de marzo, itinerario que ratifica la inclusión de El Salvador en la ruta de cruceros de esta importante compañía.

La inclusión de El Salvador en esta importante ruta turística marítima es de gran trascendencia para el país, ya que representa su posicionamiento como un destino turístico propicio para el desarrollo de la actividad turística en el sector de cruceros, generando una gran oportunidad en ingresos económicos.

Ministerio de Turismo declara Proyecto de Interés Turístico Nacional a “El Encanto Villas y Golf”

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán declaró el pasado 25 de marzo, Proyecto de Interés Turístico Nacional a “El Encanto Villas & Golf”, por su fuerte vinculación al desarrollo turístico de El Salvador.

El proyecto, que incluye un campo de golf de 18 hoyos y una casa club del más alto nivel, reporta una inversión de \$33 millones. “El Encanto Villas & Golf”, se convertirá en una excelente opción para la práctica del Turismo Deportivo – Golf en El Salvador, lo que le permitirá competir con la oferta ya existente en la región y atraer turistas con alto poder adquisitivo.

La declaratoria de proyecto de interés Turísticos Nacional aplica a planes maestros de construcción, remodelación o mejora de infraestructura y servicios turísticos.

La ley de Turismo contempla el fomento a la industria turística (artículo 20) a través de incentivos dirigidos a promover el desarrollo turístico del país, incremento de las inversiones y descentralización de las oportunidades de empleo en zonas turísticas.

El proyecto, entre otros requisitos, deberá generar al menos 200 empleos nuevos principalmente, a habitantes de los municipios de San José Villanueva, Zaragoza y Huizucar y ejecutar al menos 3 programas sociales para jóvenes de la comunidad.

Durante la gestión del Ministro Duarte, más de 25 proyectos turísticos valorados en su conjunto en \$63 millones, han sido evaluados. Actualmente, 12 de estos proyectos relacionados con el rubro de alimentación, recreación, transporte y alojamiento han sido declarados oficialmente como Proyectos de Interés Turístico Nacional por un valor de \$12 millones.

Participación en eventos Ministro de Turismo participa en lanzamiento de nueva flota de transporte turístico

El pasado 13 de marzo el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán participó en el lanzamiento de la nueva flota de transporte de la empresa Línea

Ejecutiva para turismo de negocios y vacacional.

Los asistentes y medios de comunicación pudieron conocer, durante el lanzamiento, el nuevo minibús marca Hyundai, modelo County, con una capacidad 33+1 completamente equipado para turismo. Dicho vehículo es el primero y único de su categoría en el país y ya ha sido inscrito en el Registro Nacional de Turismo a nombre de la compañía Línea Ejecutiva S.A. de C.V.

“Me alegra estar este día con todos ustedes, junto a miembros de empresas turísticas privadas y otros sectores que influyen positivamente a este sector pujante en nuestro país. Quiero en primer lugar agradecer esta invitación y ser partícipe de noticias positivas que abonan al fortalecimiento del turismo, pero sobretodo, que crea puentes hacia la competitividad, una acción que nos permite crecer en la medida que las empresas privadas y el Ministerio de Turismo van renovándose”, expresó el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, durante su intervención en dicho evento.

Ministro de Turismo participa en el 3º festival del Jocote Barón Rojo

El domingo 30 de marzo, el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán junto a las autoridades de la Corporación Salvadoreña de Turismo, visitaron el municipio de San Lorenzo en Ahuachapán para participar del tercer Festival de Jocote Barón Rojo.

Con este festival la municipalidad y micro empresarios buscan promover el turismo y atraer visitantes a San Lorenzo, que es además uno de los 222 municipios inscritos en el programa Pueblos Vivos.

En el desarrollo del festival se promovieron y expusieron productos derivados del jocote y loroco elaborados por micro empresarios de la zona de San Lorenzo. El Cultivo del Jocote significa el pilar de la economía para las familias del municipio. Durante su

intervención el Ministro de Turismo felicitó a los habitantes del municipio por ser parte del desarrollo del turismo en nuestro país.

Autoridades participan en develación de placa en Aeropuerto de El Salvador

Esta mañana el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán junto al Viceministro de Turismo, Lic. Walter Alemán, participaron esta mañana en el acto oficial que bautiza al Aeropuerto Internacional de El Salvador como Monseñor Óscar Arnulfo Romero y Galdámez.

El evento fue organizado por Casa Presidencial y encabezado por el presidente de la República, Mauricio Funes, así como el del presidente y vicepresidente electo, Salvador Sánchez Cerén, y Óscar Ortiz.

El mandatario develó una placa con motivo de la denominación por decreto legislativo que reconoce a la terminal aérea como Monseñor Óscar Arnulfo Romero y Galdámez, en el marco de la conmemoración del 34 aniversario de su martirio.

“Con este reconocimiento, abrimos las puertas de nuestro territorio y damos la bienvenida a quienes nos visitan pronunciando el nombre de quien fue la voz de los sin voz en los momentos más difíciles de la historia reciente de nuestro país”, expresó el jefe de Estado al develar la placa.

Además dijo que “este reconocimiento significa también, junto los legados de mi gobierno, principalmente en materia social, que la lucha incansable de monseñor Romero por las causas justas no ha caído en saco roto y debe generar también regocijo entre los salvadoreños”, expresó el mandatario.

Al evento asistieron todos los titulares de las diferentes Carteras de Estado, miembros del Cuerpo Diplomático, así como invitados especiales y público en general.

NOTICIAS VARIAS

MITUR presenta proyecciones y campaña publicitaria para Semana Santa.

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, anunció el pasado 20 de marzo, que para este año se espera percibir \$ 54.3 millones en concepto de divisas, un incremento del 6.9 % respecto al 2013, cuando las divisas dejaron en ese mismo período \$50.8 millones. En el mismo periodo vacacional, pero de 2013, el gasto promedio diario rondó los \$98. Para este año se espera que incremente a \$100.6.

En cuanto a la llegada de visitantes (turistas más excursionistas), el titular de la Cartera proyectó un ingreso de 93,004 personas, una cifra 4.5% mayor a la registrada en 2013, cuando ingresaron al país 88,999 turistas

Unos 69,944 turistas podrían ingresar a El Salvador vía terrestre, mientras que vía aérea se estima una cantidad de 23,060 visitantes. El año pasado la cifra fue de 67,143 y 21,856 respectivamente.

El año pasado durante el período de Semana Santa, los hoteles de playa tuvieron una ocupación entre el 95% al 98%; este año se espera que la ocupación hotelera se mantenga, mientras que los hoteles de montaña podría registrar una ocupación de hasta 74%. El año pasado rondó entre el 60 % y 72.91 %.

¡Vive tu País! campaña publicitaria para Semana Santa

Las autoridades del MITUR lanzaron la campaña "Vive tu país, El Salvador tu mejor destino" con la que pretenden incentivar a los salvadoreños a que conozcan las nuevas rutas turísticas como: El Tour de las Islas del Golfo, Tour de la aventura, Arqueología Subacuática, lanzadas entre noviembre y diciembre recién pasado.

Con la campaña publicitaria para Semana Santa el MITUR también se busca

promocionar ciudades y rutas estrellas en las que destaca Ruta las Flores, Ruta del café, City tour Monseñor Romero y la Ruta Sol y playa.

El Ministerio de Turismo tiene como objetivo incentivar a los salvadoreños a realizar turismo interno y que pernocten en los mejores destinos de El Salvador.

La campaña, que tienen un alcance nacional, llegará a todos los salvadoreños a través de los diferentes medios de comunicación: radio, televisión, prensa escrita, etc. La inversión de esta campaña publicitaria ronda los \$396,981.51.

MITUR promueve potencial turístico de la Mancomunidad del Golfo de Fonseca

El pasado 13 de marzo, a través de una conferencia de prensa El Ministerio de Turismo, a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo brindó detalles de la Primera Feria Turística Regional de la Mancomunidad del Golfo de Fonseca, La Unión.

El evento, fue encabezado por la Asociación de Desarrollo Turístico Regional de la Mancomunidad del Golfo de Fonseca y coordinado por la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA), la feria se desarrolló el domingo 16 de marzo en el Muelle Los Coquitos, en La Unión.

La feria tuvo como objetivo promover el potencial turístico de la mancomunidad del Golfo de Fonseca, a través de tres segmentos: Gastronomía, Artesanías y Productos Turísticos.

Durante el desarrollo de la feria, los asistentes tuvieron la oportunidad de disfrutar de la deliciosa gastronomía que caracteriza la zona; venta de artesanías elaboradas con recursos de la localidad y promoción de la oferta turística, entre la que se destacan: El Tour a las Islas del Golfo de Fonseca, Tour de Kayak, Tour al Volcán de Conchagua, entre otros.

La Feria Turística Regional de la Mancomunidad del Golfo de Fonseca, es fruto de la puesta en práctica, la metodología y conocimientos adquiridos en el Programa de Capacitaciones, desarrollado mediante una consultoría gestionada con JICA y CORSATUR.

Dichos esfuerzos buscan fortalecer las capacidades técnicas que permita empoderar a los de empresarios para impulsar el desarrollo turístico de los 12 municipios de La Unión y un municipio de San Miguel.

MITUR amplía Comités de Desarrollo Turístico en todo el país

El pasado 26 de marzo, 24 Comités de Desarrollo Turístico (CDT) fueron juramentados por el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, con el fin de fortalecer la promoción del turismo interno en los municipios.

Los CDT juramentos corresponden a los departamentos y municipios de San José Villanueva, La Libertad, Quezaltepeque, Zacatecoluca, El Rosario, San Juan Talpa, Dulce Nombre de María, Nombre de Jesús, San Vicente, Apopa, Berlín, Ereguayquín, Estanzuelas, San Lorenzo, Apaneca, Salcoatitán, Juayúa, Gualococti, San Carlos, Yamabal, Chilanga, Corinto, Yoloaiquín y Nueva Granada.

Durante el acto el funcionario destacó que "los Comités Desarrollo Turístico se enmarcan en la estrategia de promoción interna denominada Pueblos Vivos, la cual es una política sectorial de fomento que se ha implementado con fuerza durante nuestra administración".

Los Comités de Desarrollo Turístico son entes de participación ciudadana que tienen su base legal en Ley de la Corporación Salvadoreña de Turismo, específicamente en el Art. 2, literal E que describe que los CDT tienen como finalidad el desarrollo del sector turismo, a través actividades que

fomenten la integración y el funcionamiento de los CDT por municipios y departamentos.

Los CDT surgen de la necesidad de establecer una cooperación mutua entre los gobiernos locales, los Micro y pequeños empresarios turísticos, artesanos y líderes locales; incentivados por el Ministerio de Turismo y CORSATUR, en virtud de consolidar el desarrollo de sus localidades, implementar productos turísticos acordes a las exigencias de los turistas, hasta convertir estos destinos en polos de desarrollo turístico con oferta innovadora, de calidad y sobretodo, auto sostenible.

Desde el año 2009, los CDT han marcado un importante crecimiento a nivel territorial, ese año se juramentaron a 40. En la actualidad existen 199.

Los resultados son evidentes en materia de desarrollo y embellecimiento de sus localidades. Cada CDT inyecta un gran aporte al fomento, promoción e impulso del sector turismo local a través de la ejecución de diferentes actividades, planes estratégicos y proyectos que conllevan al incremento del turismo interno.

Presidente electo ratifica a Ministro Duarte para Gobierno 2014-2019

El 31 de marzo en conferencia de prensa el presidente electo, Salvador Sánchez Cerén; anunció parte del nuevo gabinete de gobierno para el período 2014-2019, ratificando al Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán en el cargo.

Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, extendió este día sus agradecimientos al Presidente y Vicepresidente electos Salvador Sánchez Cerén y Óscar Ortiz, respectivamente, por la confianza depositada en su persona y designarlo como miembro del futuro Gabinete de Gobierno, nombramiento que permitirá la continuidad de los proyectos estratégicos trazados en materia de turismo y el crecimiento sostenible del sector.

El funcionario, quien fue nombrado Ministro de Turismo en 2009 para la gestión del Presidente Mauricio Funes, reiteró su compromiso de trabajo en favor del desarrollo turístico a nivel nacional e internacional.

“Quiero agradecer la confianza que ha tenido Salvador Sánchez Cerén en el trabajo de cambio que iniciamos en 2009 a favor del turismo salvadoreño. Ahora reafirmamos nuestro compromiso con el nuevo gobierno, con el país, con el pueblo y con el turismo”, dijo el funcionario.

Agregó que durante la nueva gestión “vamos a trabajar para profundizar los cambios en el rubro turístico. Vamos a seguir

trabajando en favor de las micro y pequeñas empresas; con las municipalidades y con la empresa privada para fortalecer el círculo de cambio en favor de El Salvador” Vamos a consolidar lo logrado a la fecha y escalar nuevos peldaños a nivel competitivo, que generen un mayor impacto en la economía salvadoreña.

El Lic. José Napoleón Duarte envió sus felicitaciones a los funcionarios que también fueron anunciados este día como parte del Gabinete de Gobierno y expresó su disposición para trabajar de la mano en beneficio del desarrollo de El Salvador.

Acciones desarrolladas durante Abril 2014



MITUR logra intenciones de inversión en feria WTM de Brasil

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, participó del 23-25 de abril en la World Travel Market Latin America celebrada en Sao Paulo, Brasil donde promocionó la oferta de inversión turística en el país.

Esta es fue la primera ocasión que el país participa en una feria de promoción turística en Brasil, como una estrategia directa para estimular dicho mercado.

En los tres días de ferias el funcionario logró cerrar acercamientos con inversionistas hoteleros, con el sector público y con inversionistas en aviación charters quienes han mostrado fuerte interés de invertir en El Salvador.

Uno de ellos fue la empresa de viajes Nivana Super Trips, que vende desde hace 12 años El Salvador como un destino de surf, quien tiene intenciones de construir un hotel para surfers en las principales playas del país para atender a su demanda de brasileños.

Los representantes de Nivana aprovecharon la oportunidad para acercarse al Ministerio de Turismo y plantear sus intenciones de inversión y lograr apoyo técnico.

"El Salvador es un destino atractivo para los brasileños, desde los últimos años reportamos crecimientos de entre 15% y 20% en la venta de paquetes a El Salvador y ahora tenemos intenciones de construir un hotel en el país", detalló Nivaldo Olivedo, propietario de la compañía.

El empresario privado Luiz de Castro, señaló que tiene intenciones de comenzar a operar un vuelo charters de Brasil hacia El Salvador y ya está en busca de los requisitos de Aviación de Civil. Castro fue el segundo al mando de la empresa aérea más grande de Brasil TAM en la época que presidió Rolim Amaro, presidente del directorio de

Latam airlines, la aerolínea más grande Latinoamérica tras la fusión de LAN y TAM.

MITUR organiza rueda informativa con inversionistas brasileños

El Ministerio de Turismo realizó una presentación de los proyectos de inversión turística disponibles en El Salvador, y que son propiedad de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), a inversionistas brasileños el pasado 24 de abril en la ciudad de Sao Paulo.

El evento se realizó en el marco de la participación de El Salvador, representado por cuatro empresarios salvadoreños, en la World Travel Market Latin America, considerada la principal vitrina de promoción turística para América Latina ante el mundo.

El desayuno, donde participarán alrededor de 15 inversionistas de todo Brasil, se desarrolló en el Hotel Meliá Paulista en la ciudad de Sao Paulo. El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán fue el encargado de realizar la presentación denominada "Oportunidades de Inversión en el Sector Turismo, El Salvador".

En la presentación se dieron detalles sobre los proyectos Hotel de Montaña Cerro Verde y playa Icacal, como una opción ambiciosa de inversión en El Salvador.

Ministro Duarte sostiene encuentro con su homólogo de Brasil

En el marco de la World Travel Market Latin America, el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte, sostuvo un acercamiento con su homólogo de Brasil, Vinicius Lages, con quien se acordó fortalecer la relación turística entre ambos países.

La WTM Latin America, es un business-to-business que promueve a América Latina ante el mundo y es considerada una de las principales ferias de turismo de Suramérica.

Lages, quien recién asumió el cargo como Ministro de Turismo de Brasil, mostró interés

de trabajar en conjunto con El Salvador en favor del turismo de ambos países. Actualmente ambos gobiernos mantienen vigente un acuerdo de entendimiento en materia de cooperación turística enfocada en favorecer sus economías y el intercambio cultural, social y amistad entre sus respectivos pueblos.

Delegados de MITUR promocionan oferta turística en Brasil

El pasado 23 de abril, el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán junto a una delegación de cuatro empresarios iniciaron con éxito su participación en la World Travel Market Latin America, que culmina este viernes en Sao Paulo. Brasil.

El objetivo principal de la participación es posicionar a El Salvador como destino entre los ejecutivos y operadores de turismo asistentes a la feria.

La feria, que reúne a más de 1,300 expositores de 60 países, es el encuentro de negocios turísticos más importante que promueve la oferta de América Latina ante el mundo.

Epic Tours, Green Blue Red, Los Almendros de San Lorenzo y Salvadorean tours son las empresas salvadoreñas que participan en dicha feria gracias al apoyo del Ministerio de Turismo.

MITUR lanza nueva Política Nacional de Turismo

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán lanzó el pasado 29 de abril, la nueva Política Nacional de Turismo, producto de una consulta ciudadana que se llevó a cabo entre octubre y noviembre del año 2013.

La Política de Turismo pretende posicionar al turismo como prioridad nacional en función de su potencial para coadyuvar a resolver los grandes retos del país. El actual

documento, que está abierto a revisión basándose en las necesidades que experimente el sector, sustituye a la política anterior que fue elaborada en el año 2010.

La actualización de la Política Nacional de Turismo de la República de El Salvador plantea un conjunto de lineamientos rectores que permiten aprovechar el potencial de la actividad turística para contribuir en la solución de los grandes retos de país relacionados a la economía, la educación, la inclusión social, el medio ambiente, la percepción de seguridad, la gobernabilidad y la imagen del país ante el mundo.

La Política Nacional de Turismo está estructurada bajo 25 políticas, estrategias de trabajo y líneas de acción de 7 ejes fundamentales: Eje I Gobernanza transversal: establece directrices para impulsar una gestión pública que genere las condiciones propicias para el desarrollo del turismo en El Salvador.

MITUR y AVIANCA lanzan campaña "Descubre Centroamérica"

En un esfuerzo conjunto, la aerolínea Avianca, los Ministerios de Turismo de seis países centroamericanos, las Cámaras de Turismo de la región, mayoristas de turismo y proveedores de servicios turísticos de la región lanzaron en San Salvador el programa "Descubre Centroamérica", una campaña integral de promoción de turismo en Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica y Panamá.

La iniciativa cuenta con aproximadamente USD\$225,000 de inversión conjunta de los Gobiernos y la aerolínea Avianca para promover el turismo intrarregional. Incluye tarifas aéreas y paquetes vacacionales con descuentos de hasta un 40%, aportes promocionales y campaña publicitaria conjunta.

El Ministro de Turismo de El Salvador, Lic. José Napoleón Duarte Durán se mostró entusiasmado y se refirió positivamente frente a la iniciativa que se desarrolla por tercera ocasión, "manifiesto mi entusiasmo pues a través de éste esfuerzo la región de Centroamérica tendrá la oportunidad de recibir a muchos turistas, de tal manera que considero que es una gran iniciativa para incentivar a los turistas", expresó.

MITUR lanza campaña de promoción a nivel internacional

El Ministerio de Turismo lanzó la campaña internacional diseñada especialmente para el período de Semana Santa, la cual circuló en Estados Unidos y Centroamérica durante cuatro semanas consecutivas.

Para la promoción de El Salvador como destino, el MITUR invirtió \$447,219.61 en la campaña de promoción internacional de Semana Santa 2014.

La campaña, que circuló en Estados Unidos, se denomina "Come and enjoy authentic moments" (Ven y disfruta de momentos auténticos), la cual mostró al turista potencial las distintas experiencias que puede tener en El Salvador en las diferentes rutas turísticas; asegurándole una convivencia única y auténtica a través de la calidez y hospitalidad que distingue a los salvadoreños.

MITUR inaugura obra de infraestructura turística en la Costa del Sol

El pasado 14 de abril, el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán inauguró dos obras de infraestructura turística en la Costa del Sol encaminadas al mejoramiento de la imagen de la zona que es visitada por cientos de turistas cada año.

Los proyectos tienen como finalidad reactivar la imagen de la Costa del Sol como destino turístico y posicionarlo como

un punto estratégico para el desarrollo económico.

La inversión de la primera fase consistió en la construcción de un Monumento de Bienvenida a los visitantes y turistas situada en el Km. 62 del Boulevard de la Costa del Sol, que consistió en una plataforma principal elevada de monumento, 2 plazuelas de descanso, iluminación, jardineras, cuarto eléctrico, circulaciones horizontales y verticales, señalización turística y una pequeña plaza frontal.

El segundo proyecto es un sendero longitudinal, una plaza denominada "Plaza de la Virgen del Mar" con un monumento a la Virgen Patronal de la Costa del Sol elaborada en cerámica, paredes decorativas en alusión a la fauna marina del lugar, La inversión asciende a \$102,503.85 de un total de \$280,000.

Ministro apoya campeonato internacional de fútbol playa

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán y autoridades del MITUR asistieron el pasado 13 de abril al partido inaugural del campeonato de verano de fútbol playa donde debutó la Selecta de Playa frente a su similar de Inglaterra.

Durante el partido el Ministro se mostró satisfecho con la actividad, que busca promover al país como un destino competitivo en el segmento turismo deportivo.

En esa oportunidad los guerreros de playa dieron su mejor esfuerzo, dando a todos los salvadoreños la alegría de un triunfo de 5 a 1 frente a Inglaterra. Como un gesto apoyo y orgullo el Ministro de Turismo llegó hasta los camerinos donde se encontraban los seleccionados de playa para felicitarlos por el triunfo obtenido.

MITUR e ISTU inauguran festival del mango 2014

Como preámbulo a las vacaciones de Semana Santa, El Ministerio de Turismo, a través del Instituto Salvadoreño de Turismo ISTU, realizó el pasado 7 de abril la cuarta edición del "Festival del Mango 2014", en el parque Acuático Icanmichen, ubicado en Zacatecoluca, La Paz.

Dicho festival nació en el año 2011 con el propósito de potencializar la identidad de nuestros Pueblos Vivos y fomentar las nuevas generaciones el valor de la gastronomía típica con la que cuenta El Salvador.

El evento fue inaugurado por el Ministro de Turismo, el Licenciado José Napoleón Duarte Durán, entre otras autoridades, quienes fueron los encargados de develar una placa de reconocimiento que confiere al parque acuático Inchanmichen como la "Cuna del Mango", este homenaje es un estímulo a las más de 80 fincas que se encuentran aledañas al parque y que poseen plantaciones de mango entre 60 y 80 años, produciendo en cada cosecha hasta más de 800 mil toneladas de mango, subsistiendo alrededor de 600 familias.

Autoridades de MITUR participan en lanzamiento plan de verano

El pasado 3 de abril, el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán junto al Viceministro de Turismo; Walter Alemán, participaron como invitados de honor en el lanzamiento oficial del Plan de Verano 2014 montado por la Alcaldía de Santa Tecla para esta Semana Santa.

El evento, que se llevó a cabo en el Parque Acuático de la municipalidad, estuvo presidido por el alcalde en funciones de Carlos Palma, el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte, el Director de POLITUR, Comisionado Vladimir Cáceres y personal de la Municipalidad. Fueron más de 150 personas las estarán distribuidas en la zona urbana y rural de Santa Tecla para brindar desde seguridad

hasta atender una emergencia. El plan incluye nueve puestos de atención integrados por cuerpos de Socorro, Cuerpo de Agentes Municipales, Protección Civil Municipal y PNC.

Ministro realiza gira en medios de comunicación en Semana Santa

Como parte de la estrategia de comunicaciones para promover las vacaciones de Semana Santa, el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán realizó una gira en 12 medios de comunicación radial, impresos y televisivos. Entre los espacios que participó estuvo "Frente a Frente" de la Tele corporación Salvadoreña (TCS), donde habló sobre el desarrollo del turismo en nuestro país durante la presente administración.

El Ministro de Turismo presentó cifras de los últimos 32 años, evidenciando un avance significativo, expuso que 1.8 millones de personas visitaron nuestro país al cierre del 2013, generando \$904.28 millones en concepto de divisas. En el año 2009 los ingresos alcanzaban los \$516.63 millones, por lo que el crecimiento se contabiliza en más del 15 % a lo largo de estos años.

El funcionario también participó en el espacio "La Entrevista" del programa radial Pecho y Aida, en Radio Fuego 107.7 FM para hablar de las opciones vacacionales en esta Semana Santa.

El programa estuvo encabezado por la presentadora Aida Farrar, Norberto Huevo y Kevin Rodríguez, estos últimos presentadores del Programa Fanáticos de canal 21.

Las opciones de playa, montaña y religioso fueron algunas de las recomendaciones realizadas por el Ministro Duarte para estas vacaciones, aunque adelantó que los hoteles de playa en la mayoría de la costa ya registran 100% de ocupación. Aseguró además que el Puerto de La Libertad es la segunda zona, después de la ciudad, con mayores camas y cuartos disponible para los turistas.

7. Información clave por Unidad Organizativa, 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** velar por que se cumpla el desarrollo del sector turismo, por medio de la gestión eficiente de la Institución.

Presidencia, como unidad estratégica con un desempeño encaminado al buen funcionamiento institucional, tiene entre sus funciones:

Velar por la ejecución de las resoluciones de la Junta Directiva; Ejercer la representación judicial y extrajudicial de la Corporación; Nombrar a Gerentes y demás personal, pudiendo delegar esta función en el Gerente General; Estudiar y revisar en coordinación con el Gerente General, o quien haga las veces de éste, los asuntos que deba conocer la Junta Directiva y someter oportunamente a consideración; Ejercer atribuciones y facultades que le corresponden conforme a la Ley y a las Normas Técnicas de Control Interno específicas de CORSATUR; Gestionar alianzas estratégicas para lograr los objetivos institucionales; Representar a la Institución dentro y fuera del país para el desarrollo del sector turismo; Velar por la gobernanza institucional con relación a la Junta Directiva; y Velar por el cumplimiento de la normativa a través de la Gerencia General y auditoría interna.

Al respecto, cuenta con un Plan Operativo Anual, es decir con un documento en el cual se convierte en una guía importante para conocer el marco en el cual deberá desarrollarse cada actividad operativamente durante el año, con **macroactividades** relacionadas a reuniones de Junta Directiva, misiones oficiales y asesoría jurídica, permitiendo dos tipos de mediciones:

- a) Medición estratégica, la cual se asocia al eje estratégico de la institución de Gestión y Gobernanza Turística para posicionar al país como un destino turístico sostenible y competitivo; y
- b) Medición operativa basada en las macroactividades, encaminadas a la operatividad de las acciones.

En cuanto la medición estratégica se especifica que Presidencia logra como **metas** realizar reuniones anuales de Junta Directiva, en las que se toman decisiones importantes para la ejecución de proyectos estratégicos de la institución, asistir en misiones oficiales para promover el país en el extranjero, siendo asesorada jurídicamente para la toma de decisiones

En cuanto a la medición operativa a continuación se presenta en forma gráfica su seguimiento:

➤ **A1 - Reuniones de Junta Directiva y Presidencia:**

En seguimiento y medición al plan de trabajo presentado de las actividades a desarrollar para dicha macroactividad se presenta el siguiente gráfico comparativo de las acciones planificadas vs. acciones ejecutadas para el periodo Marzo-Abril 2014



Tabla de datos	2014	
No. de reuniones	Marzo	Abril
Planificado	1	1
Ejecutado	1	1

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En este caso se cumplió con la programación definida de los dos meses, llevando a cabo una reunión por mes. Estas reuniones fueron realizadas de Junta Directiva y reunión desayuno Presidencia.

➤ **A2 - Misiones Oficiales:**

El periodo de medición del indicador correspondiente a esta meta es para un año, por lo que su rendimiento no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presenta un gráfico de seguimiento.



Tabla de Datos	2014	
Número de Misiones Oficiales	Marzo	Abril
Planificado	0	1
Ejecutado	0	1

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se cumple con la planificación establecida de forma bimensual, cubriendo la misión oficial de un Director de Junta Directiva que participó en la Feria de Sao Paulo, Brasil.

➤ A3 - Asesoría Jurídica

El período de medición del indicador correspondiente a esta meta es mensual, por lo que su rendimiento es comparable gráficamente mes a mes, a continuación se presenta un gráfico comparativo.

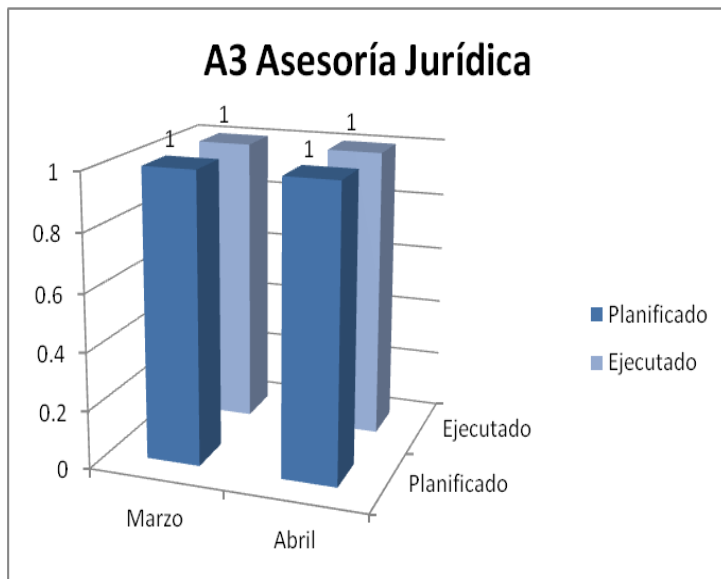


Tabla de Datos	2014	
Número de Asesorías Jurídicas	Marzo	Abril
Planificado	1	1
Ejecutado	1	1

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se cumplió con la planificación y meta establecida del mes. Realizándose para los dos meses la Asesoría Jurídica en cada Junta Directiva realizada.

Ambas mediciones aseguran y garantizan la efectividad, haciendo lo planificado; la eficiencia, realizando correctamente las actividades; y la responsabilidad, realizando la labor con plena consciencia y aprovechando al máximo los recursos presupuestarios asignados a la unidad con el criterio de austeridad.

Unidad organizativa que tiene como **objetivo** 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.

Gerencia General, como una unidad estratégica, cumple con las **funciones** de Revisar en coordinación con la Presidencia, los asuntos estratégicos que deba conocer la Junta Directiva y someterlos oportunamente a su consideración; Administrar eficientemente el funcionamiento estratégico y operativo de la Corporación; Asegurar el cumplimiento de las decisiones de presidencia y/o Junta Directiva en las dependencias bajo su cargo; Evaluar los avances, seguimientos y resultados obtenidos por cada una de las Áreas y Gerencias de CORSATUR, a efecto de establecer las medidas o acciones a implementar para su desarrollo o corrección, y someterlas a la aprobación de la Presidencia y Junta Directiva de CORSATUR; Representar a la Presidencia de CORSATUR en actos o eventos institucionales cuando sea delegado; y Ejercer todas las demás atribuciones y facultades que le corresponden, conforme a la ley y a las Normas Técnicas de Control Interno específicas de CORSATUR.-

La Gerencia General cuenta con un Plan Operativo Anual, es decir con un documento que convierte en una guía importante para conocer el marco en el cual deberán desarrollarse cada actividad operativamente durante el año, con **macroactividades** relacionadas a misiones oficiales y administración institucional, permitiendo dos tipos de mediciones:

- a) Medición estratégica, la cual se asocia al eje estratégico de Mejorar el desempeño institucional; y
- b) Medición operativa, basada en las macroactividades planteadas en el POA.

En cuanto a la medición estratégica, se especifica que Gerencia General propone como **metas**: Administrar eficientemente el funcionamiento estratégico y operativo de la institución y Desarrollar el trabajo encomendado, a través de la participación de reuniones que se consideren necesarias por el Director Presidente y Junta Directiva. A través de la ejecución de las resoluciones de la Junta Directiva, de participar y/o representar a Presidencia en misiones oficiales, actos o eventos instituciones cuando sea delegado por la Junta Directiva o el Director Presidente. Y Ejercer las atribuciones y facultades que le corresponden conforme a la Ley de CORSATUR y a las Normas Técnicas de Control Interno a través de la planificación, dirigir y controlar las acciones técnicas administrativas de CORSATUR.

En cuanto a la medición operativa, a continuación se presenta en forma gráfica el seguimiento:

➤ **A1 – Misiones Oficiales:**

En seguimiento y medición a las metas del plan de trabajo, presentado con las actividades a desarrollar para dicha macroactividad, se resume el siguiente cuadro comparativo de acciones planificadas vs. Acciones ejecutadas para el periodo Marzo-Abril 2014 con su respectivo análisis de resultados.

Los resultados no se presentan en forma grafica debido a que son eventos puntuales y estratégicos, programados para la consecución de objetivos específicos.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Administrar eficientemente el funcionamiento estratégico y operativo de la Corporación.	2 misiones oficiales al año	X	N/A	N/A	X
Desarrollar el trabajo encomendado a través de la participación de reuniones que se consideren necesarias por el Director Presidente y Junta Directiva					

Nota.

N/A No hay actividad para el período evaluado.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se asistió a la Reunión Ordinaria del Consejo Centroamericano de Turismo y a la Reunión de la Agencia de Promoción Turística para Centroamérica (CATA) realizados en Republica Dominicana en el mes de Abril. Se cumple con la Planificación establecida de forma bimensual.

➤ **A2 – Administración Institucional:**

En seguimiento y medición al plan de trabajo, presentado con las actividades a desarrollar, para dicha macroactividad se presenta el siguiente grafico comparativo de las acciones planificadas vs. Acciones ejecutadas para el periodo Marzo – Abril 2014.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Administrar eficientemente el funcionamiento estratégico y operativo de la Corporación.	2 misiones oficiales al año	X	N/A	X	N/A
Desarrollar el trabajo encomendado a través de la participación de reuniones que se consideren necesarias por el Director Presidente y Junta Directiva					

Nota.

N/A No hay actividad para el período evaluado.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

La compra de papelería no se realizó debido a que se contaba con suministro en stock, y en relación a la compra del software y capacitaciones se está a la espera de lineamientos y requerimientos de las nuevas autoridades para cubrir las necesidades respectivas.

UNIDAD DE RECURSOS HUMANOS

Asociada al Objetivo Estratégico: Estimular iniciativas para mejorar el nivel de competitividad del sector turismo.

A continuación se presenta el resumen del seguimiento y medición de las metas (Planificado vs. Ejecutado) de las macroactividades de la Unidad de Recursos Humanos:

➤ A1 – Gestión de Recursos Humanos:

Los resultados no se presentan en forma grafica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en otro periodo para la consecución de objetivos específicos

En seguimiento y medición a las metas del plan de trabajo presentado de las actividades a desarrollar para dicha macroactividad se resume el siguiente cuadro comparativo de las acciones planificadas vs. acciones ejecutadas para el periodo Marzo-Abril 2014 con su respectivo análisis.

Meta	Indicador	Cronograma				Análisis de Resultados (Seguimiento y medición).
		Marzo		Abril		
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada	
Recibir la autorización para la renovación de contratación del personal de CORSATUR	Renovar la autorización de la cantidad de plazas activas	N/A	N/A	N/A	N/A	CUMPLIDO. En el mes de enero se cumplió esta meta y se obtuvo la autorización para la renovación de contratación de personal de CORSATUR por parte del Ministerio de Hacienda.
Legalizar y Formalizar la relación laboral con apego a la ley vigente en esta materia.	Elaboración de la cantidad de contratos correspondiente a la nómina de personal activo	N/A	N/A	N/A	N/A	Se han elaborado los contratos individuales de trabajo correspondientes con la nómina de personal activo.
Proveer a las Unidades Organizativas de CORSATUR personal idóneo y competente para realizar con eficiencia y eficacia las obligaciones del puesto de trabajo.	Realizar los procesos de contrataciones que sean requeridos.	X	X	X	X	Se ha cumplido en su totalidad con los procesos de contratación de personal requeridos, para el mes de marzo (3 procesos). En el mes de abril no se tuvieron procesos de contratación.
Lograr la adaptación e integración rápida y exitosa, del personal contratado en su puesto de trabajo y en el resto de la institución.-	Realizar los procesos de inducción que sean necesarios en relación al número de contrataciones realizadas.	X	X	X	X	Se lleva un avance del 85% en el proceso de inducción del personal contratado.
Desarrollar las habilidades y competencias del personal para lograr un mayor grado de eficiencia y eficacia en el desempeño laboral.	Capacitar el 80% del personal de la Institución en las temáticas necesarias correspondientes.	X	X	X	X	Ya se tiene aprobado el Programa de Capacitación para el 2014, las capacitaciones están programadas para iniciar en el mes de junio

Identificar las fortalezas y debilidades del personal para tomar acciones correctivas y preventivas a través del programa de capacitación.-	Realizar 2 evaluaciones de personal al año	N/A	N/A	N/A	N/A	La primera evaluación del desempeño de personal está programada para el mes de junio.
Brindar al personal la prestación de dotación de uniforme, en cumplimiento al Reglamento Interno de Trabajo Institucional.	Proporcionar tres juegos de uniformes a los 104 empleados de CORSATUR.	N/A	N/A	N/A	N/A	Se ha contratado el suministro de uniformes, ya se inició la toma de medidas, se espera la recepción del suministro los meses de mayo y junio.
Brindar al personal la prestación de contar con un botiquín de medicamentos básicos, para atenciones emergentes.	Realizar una compra en el año para proporcionar a la Institución de medicamentos.	N/A	N/A	X	X	Se adquirieron los medicamentos para el botiquín médico en el mes de abril.
Identificar a través del carnet al personal que labora para CORSATUR.	104 carné institucionales.	N/A	N/A	X	X	Se ha contratado la adquisición de carnets para el personal, ya se inició el proceso de toma de fotografía.
Contar con la disponibilidad de equipo técnico para el desarrollo de las actividades de la Unidad.	Realizar proceso de compra para la adquisición de tóner	N/A	N/A	N/A	N/A	Se ha iniciado el proceso de adquisición de tóner, se tiene programado en POA recibir el suministro en el mes de mayo.

Nota.

N/A No hay actividad para el periodo

A continuación se presentan los resultados de la meta “Cumplir con las obligaciones de pago de salario y pago de cotizaciones” cuyo indicador es comparable mensualmente:

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Cumplir con las obligaciones de pago de salario y pago de cotizaciones.-	Realizar 1 planilla de salarios, horas extras, AFP e IPSFA, al mes.	x	x	x	x

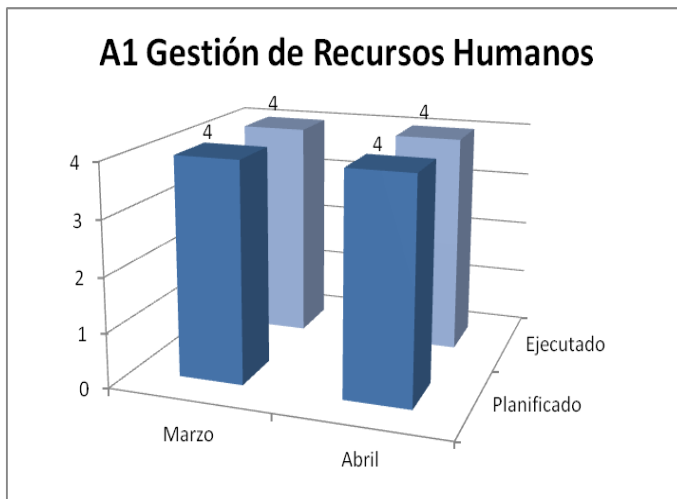


Tabla de Datos	2014	
	Marzo	Abril
Número de Planillas (Salarios, Horas Extras, AFP e IPSFA)		
Planificado	4	4
Ejecutado	4	4

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se ha cumplido en su totalidad para ambos meses.

➤ **A2 – Indemnizaciones para el personal:**

En seguimiento y medición a las metas del plan de trabajo presentado de las actividades a desarrollar para dicha macroactividad se resume el siguiente cuadro comparativo de acciones planificadas vs. acciones ejecutadas para el periodo Marzo-Abril 2014 con su respectivo análisis de resultados.

Los resultados no se presenta en forma grafica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en otro periodo para la consecución de objetivos específicos.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Indemnizar al personal que se requiera mediante Acuerdo de Junta Directiva en base a la normativa vigente en esta materia.	Indemnizar como mínimo a 1 persona	N/A	N/A	N/A	N/A

Nota.

N/A No hay actividad para el período

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No se ha realizado ningún proceso de indemnización por acuerdo de Junta Directiva. Se tiene programado en POA un primer desembolso en el mes de julio.

UNIDAD DE COMUNICACIONES Y RELACIONES PÚBLICAS

Asociada al Objetivo Estratégico Investigar, desarrollar y divulgar información oportuna para dinamizar el sector turístico y responsable de asesorar a la Presidencia 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 en forma gráfica 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 período de medición del indicador correspondiente a esta meta es para un año, por lo que su rendimiento no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presenta un gráfico de seguimiento, ya que tiene actividades planificadas realizar a lo largo del año para la consecución del indicador .

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Lograr una participación positiva de los medios de comunicación (radial, escrita y televisiva) en conferencias de prensa y otras actividades de trabajo institucional.	Lograr la participación de 150 medios de comunicación durante el año	X	X	X	X

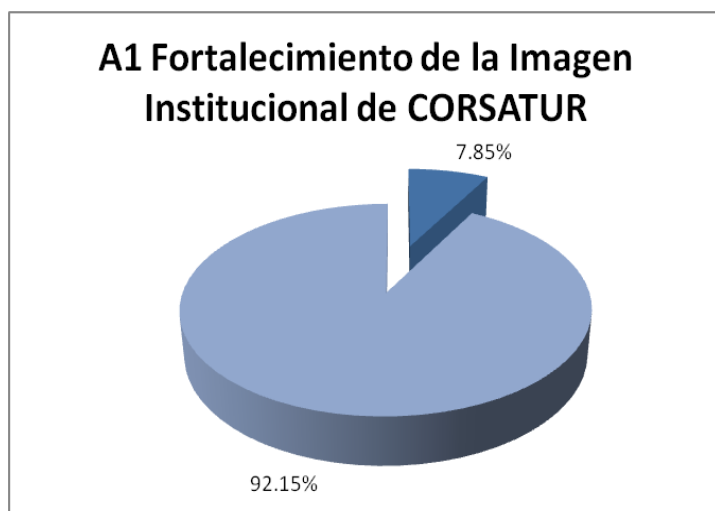


Tabla de Datos	
Participación de Medios de Comunicación	Porcentual
Anuales por lograr	7.85%
Reales al Segundo Bimestre	92.15%
Total	100.00%

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Durante el mes de marzo y abril la unidad contabilizó 7 eventos institucionales de los cuales se requirió prensa (40 y 46 medios participantes, respectivamente).

➤ **A2 – Estimular el posicionamiento**

El período de medición del indicador correspondiente a la meta “**Difundir información oportuna que permita a los medios de comunicación internacionales identificar la marca país nacional e internacional**” es para un año, por lo que su rendimiento no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presentan los resultados del seguimiento a esta macroactividad, la cual ya **ha sido alcanzada a un 100% del cumplimiento** de la misma.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Difundir información oportuna que permita a los medios de comunicación internacionales identificar la marca país nacional e internacional	Participar en al menos un evento oficial en el extranjero al año	X	X	X	X

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En marzo y abril se contabilizó dos ferias internacionales (Brasil y Cuba), y la cual se promovió a través de comunicados de prensa.

➤ **A3 – Realizar actividades informativas con los medios de comunicación para divulgar información oportuna para dinamizar el sector turístico**

El período de medición del indicador correspondiente a esta meta es para un año, no se tienen eventos periódicos medibles programados por lo que su planificación no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presenta un gráfico de seguimiento.

Meta	Indicador	Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Organizar conferencias y/o comunicados de prensa mensualmente para informar de resultados, presentación de campañas publicitarias, promoción y lanzamiento de nuevos productos.	15 conferencias realizadas en el año.	X	X	X	X

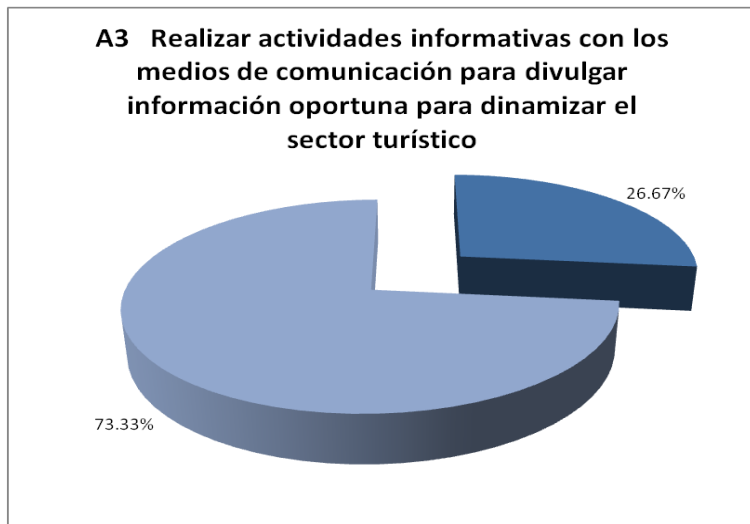


Tabla de Datos		
Conferencias	Porcentual	Numérico
Anuales por realizar	26.67%	4
Realizadas al Segundo Bimestre	73.33%	11
Total	100.00%	15

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Durante el mes de marzo se realizaron 4 conferencias y abril 3

UNIDAD ADQUISICIONES Y CONTRATACIONES INSTITUCIONALES

Asociada al Objetivo Estratégico Estimular iniciativas para mejorar el nivel de competitividad del sector turismo y responsable de la administración de los procesos de Adquisiciones y Contrataciones de obras, bienes y servicios para la Institución, cumpliendo con la legislación aplicable, a fin de contar con los recursos que las dependencias de CORSATUR requieren para la ejecución de las actividades.

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

➤ **A1 – Gestionar los procesos de adquisiciones y contrataciones solicitados por la unidades organizativas, necesarios para el desarrollo de las actividades operativas y estratégicas de la corporación.**

La meta “**Lograr la contratación de proveedores calificados para el suministro de las obras, bienes o servicios requeridos por las unidades administrativas para el logro de objetivos y metas institucionales**” de esta macroactividad tiene 3 indicadores, los cuales se detallan a continuación:

- Tramitar 10 procesos de licitación y/o concurso público al año
- Tramitar 6 procesos de libre gestión al mes
- Tramitar 1 proceso de contratación directa al año

A continuación se presenta el análisis de resultados correspondiente a cada indicador perteneciente a la meta descrita anteriormente:

- **Indicador: Tramitar 10 procesos de licitación y/o concurso público al año**

El período de medición del indicador es anual , por lo que no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presenta un gráfico de seguimiento.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Lograr la contratación de proveedores calificados para el suministro de las obras, bienes o servicios requeridos por las unidades administrativas para el logro de objetivos y metas institucionales	Tramitar 10 procesos de licitación y/o concurso público al año	X	N/A	X	X

Nota.

N/A No hay actividad para el período

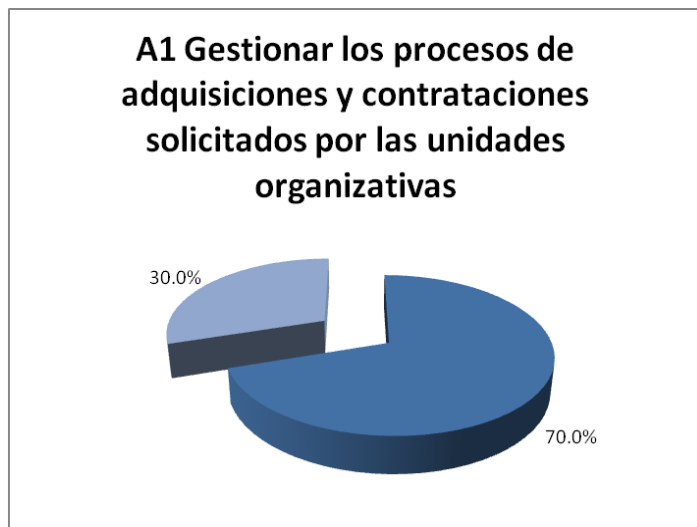


Tabla de Datos		
Tramites de procesos de licitación y/o concurso público al año	Porcentual	Numérico
Planificados por realizar	70.0%	7
Realizados al Segundo Bimestre	30.0%	3
Total	100.00%	10

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En el mes de abril se tramito la licitación LP 05/2014; Perfil y Gasto del visitante internacional y la licitación LP 04/2014; para la Redacción, Diagramación y Diseño e Impresión de documentos.

- **Tramitar 6 procesos de libre gestión al mes**

El período de medición del indicador es mensual, por lo que su rendimiento es comparable gráficamente mes a mes, a continuación se presenta el gráfico comparativo.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Lograr la contratación de proveedores calificados para el suministro de las obras, bienes o servicios requeridos por las unidades administrativas para el logro de objetivos y metas institucionales	Tramitar 6 procesos de libre gestión al mes	X	X	X	X

Nota.

N/A No hay actividad para el período

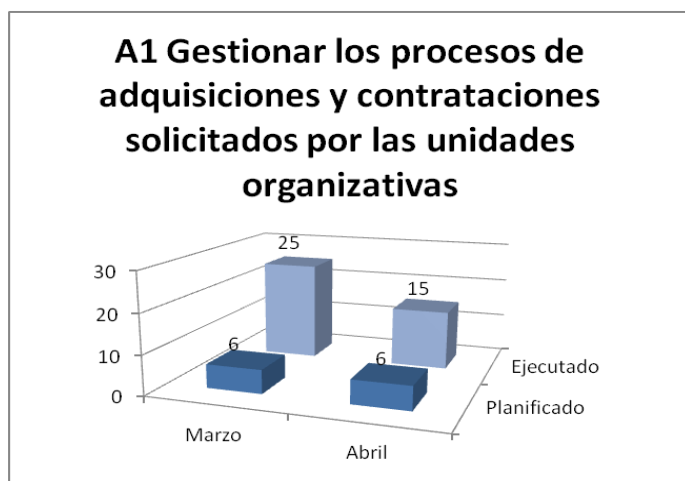


Tabla de Datos	2014	
	Marzo	Abril
Tramites de procesos de libre gestión		
Planificados	6	6
Ejecutados	25	15

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se supero la meta establecida, ya que en el mes de marzo se realizaron 22 procesos de órdenes de compra de LG y 3 contratos de LG, siendo un total de 25 procesos de LG y en el mes de abril se realizo 15 procesos de órdenes de compra y 1 contrato de LG, siendo un total de 16 procesos realizados en la LG.

- **Tramitar 1 proceso de contratación directa al año**

El período de medición del indicador es para un año, por lo que su rendimiento no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presentan los resultados del seguimiento a esta macroactividad, la cual ya **ha sido alcanzada a un 100% del cumplimiento** de la misma.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Lograr la contratación de proveedores calificados para el suministro de las obras, bienes o servicios requeridos por las unidades administrativas para el logro de objetivos y metas institucionales	Tramitar 1 proceso de contratación directa al año	X	N/A	X	N/A

Nota.

N/A No hay actividad para el período

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Solo se ha realizado un proceso de Contratación Directa en el mes de enero 2014.

➤ A2 – Elaborar la programación anual de adquisiciones y contrataciones institucional

La meta “**Analizar la programación anual de adquisiciones de las obras, bienes o servicios, a fin de determinar la consolidación de procesos de compra y monitorear la ejecución de la programación**” tiene un periodo de medición para un año, por lo que su rendimiento no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presentan los resultados del seguimiento a esta macroactividad, la cual ya **ha sido alcanzada a un 100% del cumplimiento** de la misma.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Analizar la programación anual de adquisiciones de las obras, bienes o servicios, a fin de determinar la consolidación de procesos de compra y monitorear la ejecución de la programación.	Elaborar 1 documento de programación anual de adquisiciones y contrataciones	N/A	N/A	N/A	N/A

Nota.

N/A No hay actividad para el período

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se elaboró la programación anual, la cual ya está autorizada por las autoridades y se realizo en el mes de enero 2014.

La meta “**Dar seguimiento y medición a la ejecución programada a fin de informar al titular y Gerencia General sobre los avances en la ejecución de las adquisiciones programadas**” de esta macroactividad tiene 3 indicadores, los cuales se detallan a continuación:

- Elaborar 1 informe por cada trimestre del año
- Elaborar 1 informe de avance mensual

A continuación se presenta el análisis de resultados correspondiente a cada indicador perteneciente a la meta descrita anteriormente:

- **Indicador: Elaborar 1 informe por cada trimestre del año**

El periodo de medición del indicador es trimestral, por lo que no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presenta un cuadro de actividades planificado vs. ejecutado con su respectivo análisis de resultados.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Dar seguimiento y medición a la ejecución programada a fin de informar al titular y Gerencia General sobre los avances en la ejecución de las adquisiciones programadas	Elaborar 1 informe por cada trimestre del año	N/A	X	X	N/A

Nota.

N/A No hay actividad para el período

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

El informe que corresponde al primer trimestre 2014, se presentó ante Junta Directiva.

- **Indicador: Elaborar 1 informe de avance mensual**

El periodo de medición del indicador es mensual, por lo que su rendimiento es comparable gráficamente mes a mes, a continuación se presenta el gráfico comparativo.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Dar seguimiento y medición a la ejecución programada a fin de informar al titular y Gerencia General sobre los avances en la ejecución de las adquisiciones programadas	Elaborar 1 informe de avance mensual	X	X	X	X

Nota.

N/A No hay actividad para el período

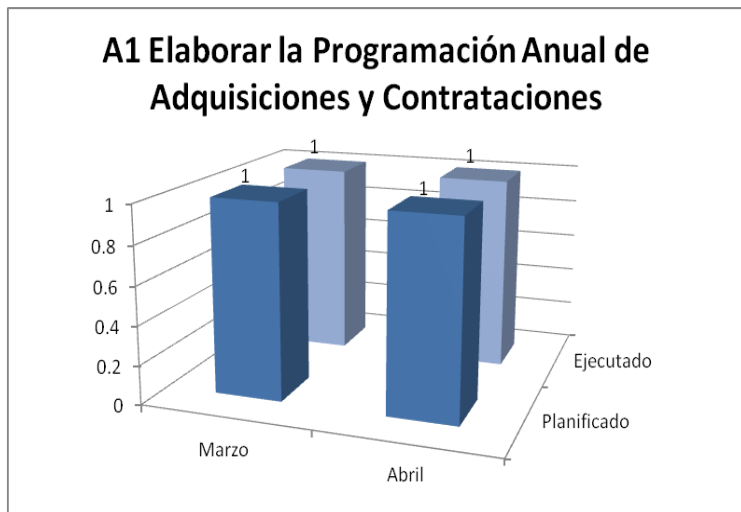


Tabla de Datos	2014	
No. de Informes de Avance Mensual	Marzo	Abril
Planificados	1	1
Elaborados	1	1

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se entregaron los informes correspondientes

UNIDAD JURÍDICA

Asociada al Objetivo Estratégico Estimular iniciativas para mejorar el nivel de competitividad del sector turismo, responsable de representar, proporcionar asesoría legal y apoyar la gestión a los diferentes niveles y dependencias de CORSATUR.

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

➤ **A1 – Brindar apoyo legal**

El período de medición del indicador correspondiente a la meta “**Apoyar en la consecución de los proyectos institucionales dentro de un marco de legalidad**” es para un año, no se tienen eventos periódicos medibles programados, por lo que su planificación no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presenta un gráfico de seguimiento con su respectivo análisis de resultados.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Apoyar en la consecución de los proyectos institucionales dentro de un marco de legalidad	Opiniones: al menos 408 opiniones anuales en sus diferentes modalidades	X	X	X	X

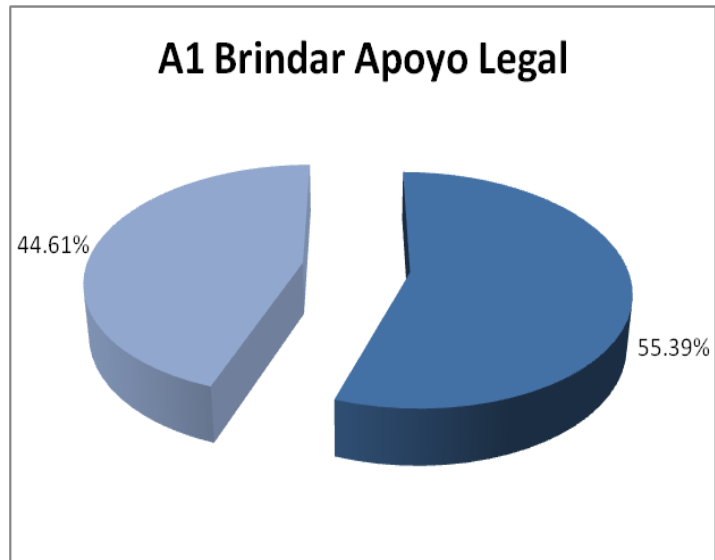


Tabla de Datos		
Opiniones	Porcentual	Numérico
Anuales por realizar	55.39%	226
Realizadas al Segundo Bimestre	44.61%	182
Total	100.00%	408

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):
Cumplimiento conforme a lo requerido.

➤ **A2 – Procurar en sede judicial/administrativa**

El indicador es cuantificado en base a requerimientos que son variables en los meses según sea la necesidad correspondiente, por lo que no se pueden presentar los resultados comparativos gráficamente.

A continuación se presenta un seguimiento resumen de carácter cualitativo de planificación vs. Ejecución de la meta **“Representar los intereses de la institución frente a terceros, cuando así se requiera”** presentada en el plan de trabajo respectivo.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Representar los intereses de la Institución frente a terceros, cuando se requiera.	Procesos judiciales y administrativos	X	X	X	X

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Cumplimiento conforme a lo requerido.

➤ **A3 – Brindar servicios notariales**

El indicador es cuantificado en base a requerimientos que son variables en los meses según sea la necesidad correspondiente, por lo que no se pueden presentar los resultados comparativos gráficamente.

A continuación se presenta un seguimiento resumen de carácter cualitativo de planificación vs. Ejecución de la meta **“Dar validez jurídica a los documentos en que intervenga CORSATUR y que así se requiera”** presentada en el plan de trabajo respectivo:

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Dar validez jurídica a los documentos en que intervenga CORSATUR, y que así se requiera	Actos, contratos y declaraciones de voluntad que requieren intervención notarial	X	X	X	X

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Cumplimiento conforme a lo requerido.

PLAZA VACANTE

UNIDAD DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA

Asociada al Objetivo Estratégico Investigar, desarrollar y divulgar información oportuna para dinamizar el sector turístico 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 indicador es cuantificado en base a requerimientos que son variables en los meses según sea la necesidad correspondiente, por lo que no se pueden presentar los resultados comparativos gráficamente.

A continuación se presenta un seguimiento resumen de carácter cualitativo de planificación vs. Ejecución de la meta **“Proporcionar en forma veraz, oportuna y con transparencia la información de las actuaciones de la Corporación Salvadoreña de Turismo, así como de facilitar el acceso a la misma, conforme a la Ley de Acceso a la Información Pública”** presentada en el plan de trabajo respectivo con su respectivo análisis de resultados.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Proporcionar en forma veraz, oportuna y con transparencia la información de las actuaciones de la Corporación Salvadoreña de Turismo, así como de facilitar el acceso a la misma, conforme a la Ley de Acceso a la Información Pública	# de solicitudes contestadas en mes	X	X	X	X

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Para los meses de Marzo y Abril se hicieron 34 requerimientos de información oficiosa (art.10) de forma directa (verbal, in situ, vía telefónica) a la cual se le dio respuesta inmediata indicando donde se encontraba la información en nuestro portal web www.corsatur.gob.sv

➤ A2 – Evento de Rendición de Cuentas:

Los resultados no se presenta en forma grafica debido a que son eventos puntuales programados para la consecución de objetivos específicos.

A continuación se presenta un seguimiento resumen de carácter cualitativo de planificación vs. Ejecución de la meta **“Garantizar el derecho de acceso de toda persona a la información pública, a fin de contribuir con la transparencia de las actuaciones de las instituciones del estado”** presentada en el plan de trabajo respectivo con su respectivo análisis de resultados.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Garantizar el derecho de acceso de toda persona a la información pública, a fin de contribuir con la transparencia de las actuaciones de las instituciones del estado	Evento de RC	N/A	N/A	N/A	N/A

Nota.

N/A No hay actividad para el periodo

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

La comisión de rendición de cuentas está sintetizando dicha información y elaborando el informe siguiendo los lineamientos de CAPRES.

A3 – Fortalecimiento de la Unidad de Acceso a la Información Pública:

Los resultados no se presenta en forma grafica debido a que son eventos puntuales no medibles programados para la consecución de objetivos específicos.

A continuación se presenta un seguimiento resumen de carácter cualitativo de planificación vs. Ejecución de la meta **“Contar con la información de entrega inmediata denominada oficiosa en base al art. 10 de la Ley de Acceso a la Información Pública para garantizar el derecho de acceso a la información a la ciudadanía en general.”** presentada en el plan de trabajo respectivo:

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Contar con la información de entrega inmediata denominada oficiosa en base al art. 10 de la Ley de Acceso a la Información Pública para garantizar el derecho de acceso a la información a la ciudadanía en general.	# de ítems recabados semestralmente	N/A	N/A	N/A	N/A

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se ha recabado toda la información oficiosa según el art. 10 y se ha publicado en el portal web de corsatur www.corsatur.gob.sv

➤ A4 – Fortalecimiento del resguardo de documentos de la institución :

Los resultados no se presenta en forma grafica debido a que son eventos puntuales no medibles programados para la consecución de objetivos específicos.

A continuación se presenta un seguimiento resumen de carácter cualitativo de planificación vs. Ejecución de la actividad **“Resguardar los documentos de la institución por medio de las diferentes técnicas archivísticas”** presentada en el plan de trabajo respectivo:

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Contar con un mecanismo que permitan el adecuado resguardo de documentos de archivo de CORSATUR	Mecanismo para el adecuado resguardo de archivos de CORSATUR	X	X	X	X

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

- ✓ Se ha realizado adjudicación parcial en la adquisición de archiveros y estantes metálicos.
- ✓ Se ha digitado todo el contenido de las cajas resguardadas en la bodega externa de pergaminos y otras que se mantienen en el edificio administrativo.
- ✓ Se trabaja con administración para la adecuación de los archivos dispersos.

Asociada al Objetivo Estratégico 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 gráfica el seguimiento y medición de las metas de las macroactividades de la Gerencia Financiera:

➤ A1 – Coordinar , supervisar y dirigir a las áreas de presupuesto, tesorería, contabilidad y auxiliares financieros:

En seguimiento y medición al plan de trabajo presentado de las actividades a desarrollar para dicha macroactividad se presenta el siguiente gráfico comparativo de las acciones planificadas vs. acciones ejecutadas para el periodo Marzo-Abril 2014.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Elaboración de informe mensual de recaudación del Fondo de Contribución Especial.	12	X	X	X	X

Nota.

N/A No hay actividad para el periodo



Tabla de Datos	2014	
Informes	Marzo	Abril
Planificado	1	1
Ejecutado	1	1

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se elaboró y remitió a la Gerencia General informe de ejecución presupuestaria correspondiente a los meses de marzo y abril, sobre la recaudación del Fondo de Contribución Especial, con el objeto de conocer la información de manera oportuna para la toma de decisiones.

➤ **A2 – Ejecutar las actividades relacionadas con la formulación, ejecución, seguimiento y evaluación del presupuesto institucional**

En seguimiento y medición a las metas del plan de trabajo presentado de las actividades a desarrollar para dicha macroactividad se resume el siguiente cuadro comparativo de las acciones planificadas vs. acciones ejecutadas para el periodo Marzo-Abril 2014 con su respectivo análisis.

Los resultados de la meta “**Digitación de la Formulación del Presupuesto anual de la Corporación, en cumplimiento con las disposiciones establecidas en el SAFI y las disposición de la Dirección General del Presupuesto (D.G.P.)**” no se presentan en forma grafica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en otro periodo para la consecución de objetivos específicos.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Digitación de la Formulación del Presupuesto anual de la Corporación, en cumplimiento con las disposiciones establecidas en el SAFI y las disposición de la Dirección General del Presupuesto (D.G.P.)	1	N/A	N/A	N/A	N/A

Nota.

N/A No hay actividad para el período

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En los meses de marzo y abril no ha realizado la digitación de la formulación del presupuesto anual para el ejercicio 2015 de la Corporación, ya que se realiza en el segundo semestre del presente año.

Los resultados de la meta “**Digitación anual y seguimiento para la aprobación de la Programación de la Ejecución Presupuestaria (PEP), para la ejecución del presupuesto vigente, ante la Dirección General del Presupuesto (D.G.P.)**” no se presentan en forma grafica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en otro periodo para la consecución de objetivos específicos.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Digitación anual y seguimiento para la aprobación de la Programación de la Ejecución Presupuestaria (PEP), para la ejecución del presupuesto vigente, ante la Dirección General del Presupuesto (D.G.P.)	1	N/A	N/A	N/A	N/A

Nota.

N/A No hay actividad para el período

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En el mes de enero se realizó digitación de la Programación de la Ejecución Presupuestaria (PEP) de la institución la cual fue aprobada el 09 de enero del 2014, cumpliendo con lo establecido por el Ministerio de Hacienda.

El período de medición del indicador correspondiente a la meta **“Elaboración mensual de informe de ejecución presupuestaria de las diferentes fuentes de financiamiento de la PEP de la institución”** es mensual, por lo que su rendimiento es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presenta un gráfico comparativo.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Elaboración mensual de informe de ejecución presupuestaria de las diferentes fuentes de financiamiento de la PEP de la institución.	12	X	X	X	X

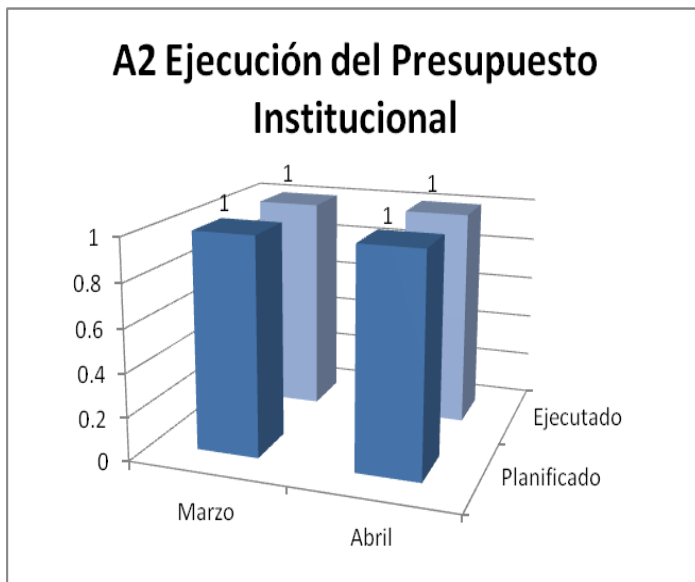


Tabla de Datos	2014	
Informes	Marzo	Abril
Planificado	1	1
Elaborado	1	1

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En los meses de marzo y abril se elaboraron 2 informes de ejecución presupuestaria, de las diferentes fuentes de financiamiento, para la adecuada toma de decisiones de la Gerencia General

El período de medición del indicador correspondiente a la meta **“Elaboración por lo menos de 75 modificaciones presupuestarias en el año ante la Dirección General del Presupuesto (D.G.P.), para la ejecución de proyectos de inversión y de adquisición de bienes y servicios.”** es para un año, por lo que su rendimiento no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presenta un gráfico de seguimiento, ya que tiene actividades planificadas realizar a lo largo del año para la consecución del indicador .

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Elaboración por lo menos de 75 modificaciones presupuestarias en el año ante la Dirección General del Presupuesto (D.G.P.), para la ejecución de proyectos de inversión y de adquisición de bienes y servicios.	75	X	X	X	X

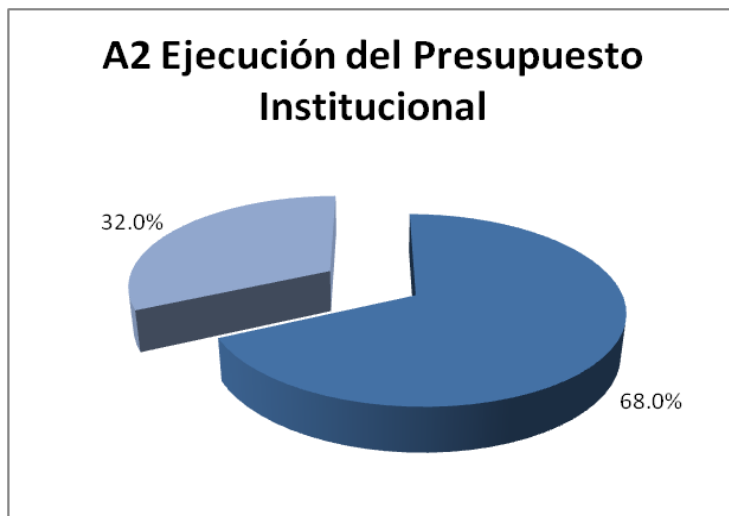


Tabla de Datos		
Modificaciones Presupuestarias	Porcentual	Numérico
Planificadas por realizar	68.0%	51
Realizadas al Segundo Bimestre	32.0%	24
Total	100.0%	75

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En apoyo a la ejecución de las adquisiciones de bienes y servicios, se realizaron 11 modificaciones presupuestarias en la Programación de la Ejecución Presupuestaria, lo cual ayuda a los porcentajes de ejecución (en base a compromisos) de las unidades organizativas de la Corporación.

El período de medición del indicador correspondiente a la meta **“Registrar oportunamente un promedio de 50 compromisos presupuestarios mensuales, de acuerdo a las necesidades de cada una de las unidades organizativas de la institución”** es para un año, pero en la meta se describe un comportamiento uniforme a lo largo del año de 50 compromisos presupuestarios al mes, por lo que en base a este dato se ha procedido a graficar comparativamente de forma mensual.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Registrar oportunamente un promedio de 50 compromisos presupuestarios mensuales, de acuerdo a las necesidades de cada una de las unidades organizativas de la institución.	600	X	X	X	X

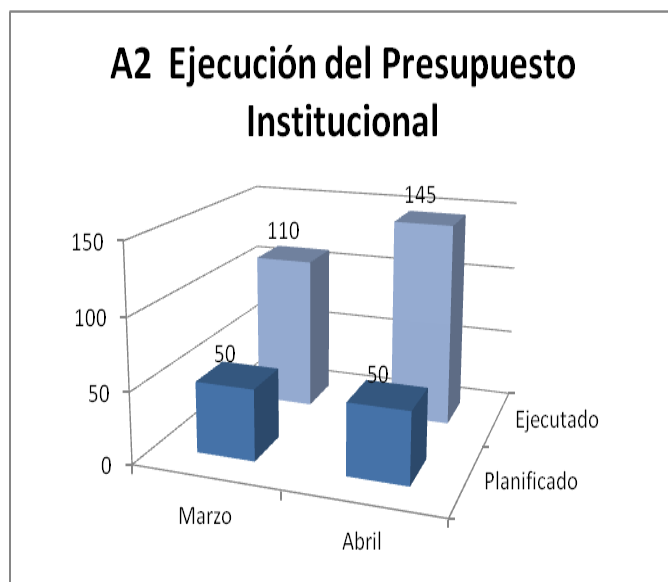


Tabla de Datos	2014	
	Marzo	Abril
No. de Compromisos presupuestarios		
Planificado	50	50
Ejecutado	110	145

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En los meses de marzo y abril se registro un total 255 compromisos presupuestarios, en apoyo a la ejecución presupuestaria de las diferentes unidades organizativas de institución.

El período de medición del indicador correspondiente a la meta **“Elaboración de informe trimestral de la Programación Física y Financiera del ejercicio fiscal vigente, para seguimiento del presupuesto institucional”** es para un año, los resultados no se presentan en forma grafica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en otro periodo para la consecución de objetivos específicos, pero se elaboro un cuadro comparativo cualitativo de planificado vs. Ejecutado.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Elaboración de informe trimestral de la Programación Física y Financiera del ejercicio fiscal vigente, para seguimiento del presupuesto institucional.	8	N/A	N/A	X	X

Nota.

N/A No hay actividad para el período

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En el mes de abril se elaboró y presentó 1 informe trimestral físico, financiero, correspondientes al primer trimestre del 2014.

No se elaboro informe sobre el cumplimiento a la política de ahorro del primer trimestre, debido a que el Ministerio de Hacienda no ha emitido una nueva política de ahorro del sector público para el 2014.

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

El período de medición del indicador correspondiente a la meta **“Pago oportuno de las obligaciones de Bienes y Servicios contraídas por la Institución así como también las Remuneraciones, administrando efectivamente los recursos financieros, así como también la entrega oportuna de quedan a proveedores”** es para un año, por lo que su rendimiento no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presenta un gráfico de seguimiento, ya que tiene actividades planificadas realizar a lo largo del año para la consecución del indicador .

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Pago oportuno de las obligaciones de Bienes y Servicios contraídas por la Institución así como también las Remuneraciones, administrando efectivamente los recursos financieros, así como también la entrega oportuna de quedan a proveedores.	12	X	X	X	X

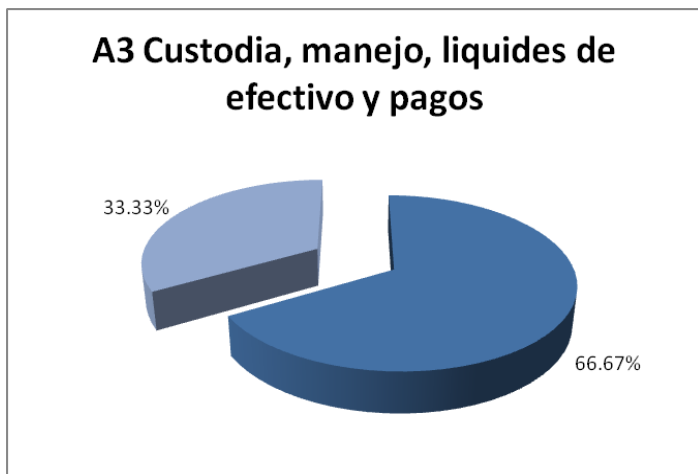


Tabla de Datos		
Pagos	Porcentual	Numérico
Planificados por realizar	66.67%	8
Realizados al Segundo Bimestre	33.33%	4
Total	100.00%	12

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

Se ha realizado oportunamente los pagos de remuneraciones, bienes y servicios de acuerdo a los desembolsos realizados por el Ministerio de Hacienda.

El periodo de medición del indicador correspondiente a la meta **“Registrar y gestionar oportunamente al menos 7 requerimientos de fondos mensuales al Ministerio de Turismo y gestionando oportunamente el desembolso de las transferencias de fondos ante la Dirección General de Tesorería del Ministerio de Hacienda y Elaborar al menos 12 conciliaciones de las cuentas por pagar de los contratos de Publicidad”** es para un año, pero en la meta se describe un comportamiento uniforme a lo largo del año de 7 requerimientos de fondos mensuales al Ministerio de Turismo por lo que en base a este dato se ha procedido a graficar comparativamente de forma mensual.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Registrar y gestionar oportunamente al menos 7 requerimientos de fondos mensuales al Ministerio de Turismo y gestionando oportunamente el desembolso de las transferencias de fondos ante la Dirección General de Tesorería del Ministerio de Hacienda y Elaborar al menos 12 conciliaciones de las cuentas por pagar de los contratos de Publicidad.	84	X	X	X	X

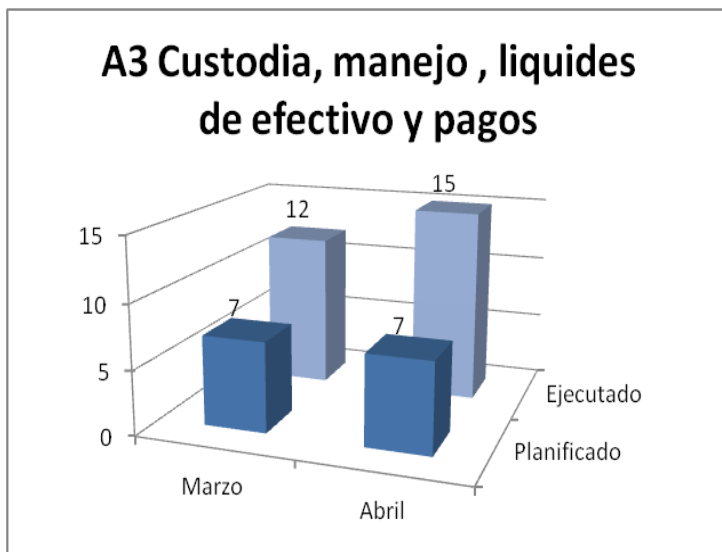


Tabla de Datos	2014	
Requerimientos de Fondos	Marzo	Abril
Planificado	7	7
Ejecutado	12	15

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

Registro y elaboración de 27 requerimientos de bienes, servicios, remuneraciones, etc., para el pago de obligaciones adquiridas por CORSATUR.

El periodo de medición del indicador correspondiente a la meta **“Para garantizar el cumplimiento de las obligaciones tributarias ante el Ministerio de Hacienda se elaboraran al menos 14 declaraciones mensuales de IVA y Renta”** es para un año, pero en la meta se describe un comportamiento uniforme a lo largo del año de 14 obligaciones tributarias mensuales por lo que en base a este dato se ha procedido a graficar comparativamente de forma mensual.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Para garantizar el cumplimiento de las obligaciones tributarias ante el Ministerio de Hacienda se elaboraran al menos 14 declaraciones mensuales de IVA y Renta.	168	X	X	X	X

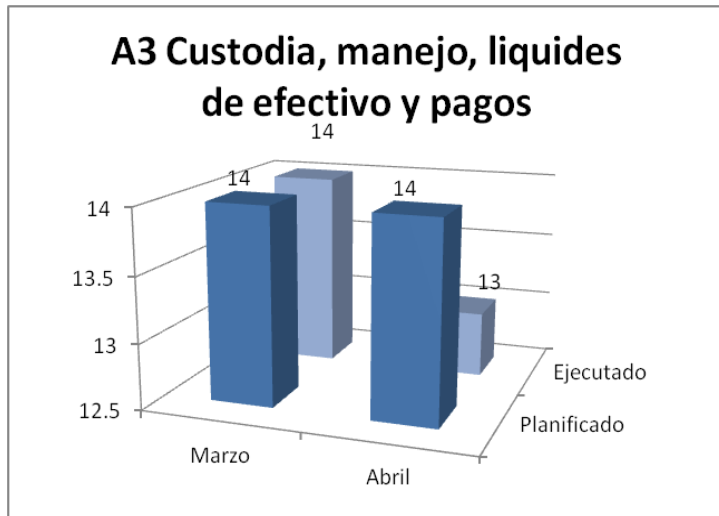


Tabla de Datos	2014	
No. de Declaraciones de IVA y Renta	Marzo	Abril
Planificado	14	14
Ejecutado	14	13

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

Registro y elaboración de 27 declaraciones de IVA y Renta, el cual garantiza el cumplimiento de las obligaciones tributarias de CORSATUR.

El periodo de medición del indicador correspondiente a la meta **“Mantener una coordinación efectiva con la POLITUR para efectuar al menos 2 veces al mes la recolección y remesas de ingresos en el Parque del Boquerón”** es para un año, pero en la meta se describe un comportamiento uniforme a lo largo del año de recolección y remesas de ingresos al menos dos veces al mes por lo que en base a este dato se ha procedido a graficar comparativamente de forma mensual.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Mantener una coordinación efectiva con la POLITUR para efectuar al menos 2 veces al mes la recolección y remesas de ingresos en el Parque del Boquerón.	24	X	X	X	X

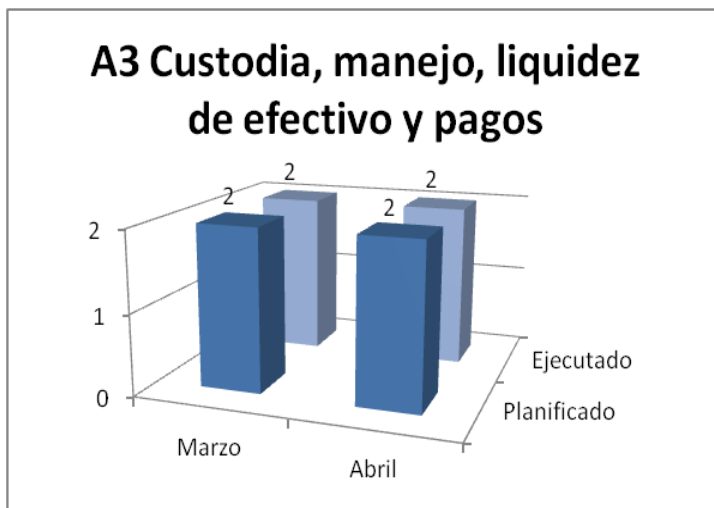


Tabla de Datos	2014	
No. de recolección de datos y remesas de ingresos	Marzo	Abril
Planificado	2	2
Ejecutado	2	2

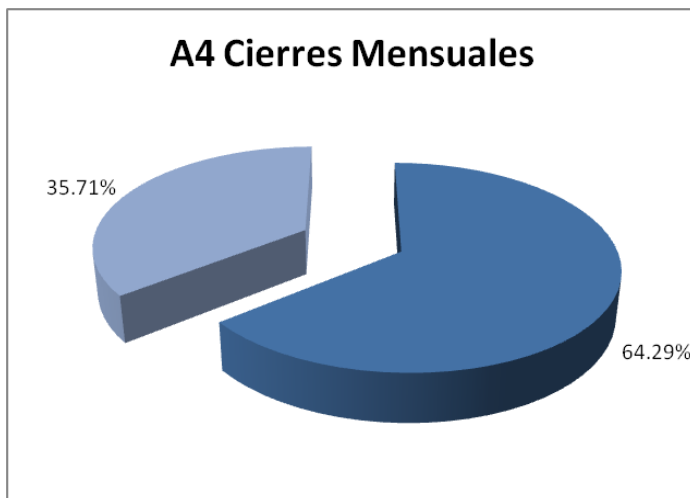
Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

Coordinación efectiva con la POLITUR para la recolección de los ingresos obtenidos en el Parque el Boquerón, se realizaron 4 visitas, para la recolección de remesas de ingresos por mes.

➤ **A4 – Cierres Mensuales**

El período de medición del indicador correspondiente a la meta “ **Preparación de reportes de consolidación y balance al Ministerio de Hacienda (mensuales y anuales)**” es para un año, por lo que su rendimiento no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presenta un gráfico de seguimiento.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Preparación de reportes de consolidación y balance al Ministerio de Hacienda (mensuales y anuales).	14	X	X	X	X



Reportes de consolidación y balance	Porcentual	Numérico
Planificados por realizar	64.29%	9
Realizados al Segundo Bimestre	35.71%	5
Total	100.00%	14

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

Para el periodo Marzo y Abril Se elaboraron y presentaron 2 reportes de consolidación y balance de CORSATUR al Ministerio de Hacienda y así contar con información útil y oportuna para su análisis financiero.

El período de medición del indicador correspondiente a la meta “**Efectuar cierres mensuales y remitirlos a la Dirección General de Contabilidad Gubernamental (D.G.C.G.) dentro de los plazos establecidos**” es para un año, por lo que su rendimiento no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presenta un gráfico de seguimiento.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Efectuar cierres mensuales y remitirlos a la Dirección General de Contabilidad Gubernamental (D.G.C.G.) dentro de los plazos establecidos	14	X	X	X	X

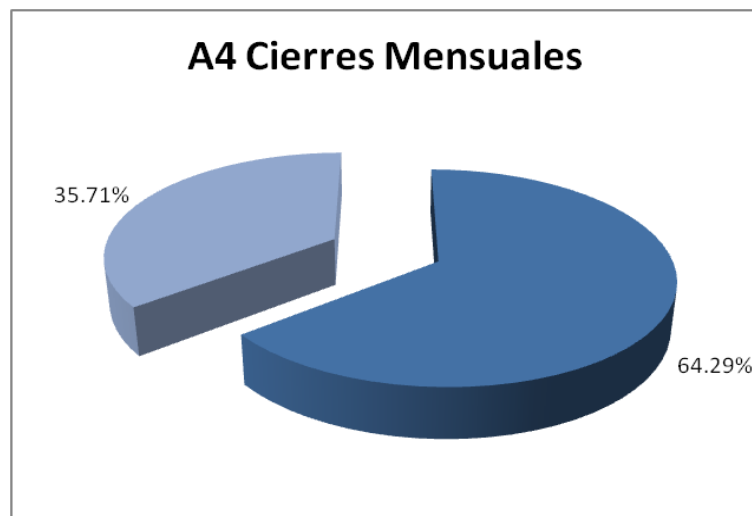


Tabla de Datos		
No. de Cierres Mensuales	Porcentual	Númérico
Planificados por realizar	64.29%	9
Realizados al Segundo Bimestre	35.71%	5
Total	100.00%	14

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

Para el periodo de Marzo y Abril se elaboraron y presentaron 2 cierres contables mensuales de CORSATUR, garantizando el cumplimiento de los plazos establecidos por el Ministerio de Hacienda.

Los resultados de la meta **“Preparar los Estados Financieros anual e intermedio con sus notas explicativas y reportarlos a la alta dirección”** no se presentan en forma grafica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en periodo específicos para la consecución de objetivos definidos, pero se elaboro un cuadro comparativo cualitativo de planificado vs. Ejecutado.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Preparar los Estados Financieros anual e intermedio con sus notas explicativas y reportarlos a la alta dirección	8	N/A	N/A	N/A	N/A

Nota.
N/A No hay actividad para el período

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se elaboraran y presentaran después del cierre de junio, estando ya presentadas las primeras 4 en el mes de febrero correspondiente a diciembre del 2013.

El período de medición del indicador correspondiente a la meta **“Enviar y elaborar mensualmente las conciliaciones bancarias, a la Dirección General de Tesorería (Auxiliar Financiero)”** es para un año, por lo que su rendimiento no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presenta un gráfico de seguimiento.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Enviar y elaborar mensualmente las conciliaciones bancarias, a la Dirección General de Tesorería (Auxiliar Financiero).	48	X	X	X	X

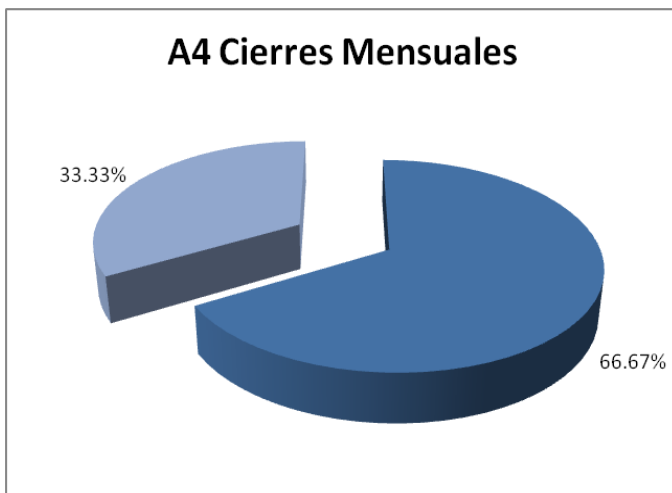


Tabla de Datos		
Conciliaciones Bancarias	Porcentual	Numérico
Planificadas por realizar	66.67%	32
Realizados al Segundo Bimestre	33.33%	16
Total	100.00%	48

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

Para el periodo Marzo – Abril se elaboraron y presentaron 8 conciliaciones bancarias, para el control de efectivo de las cuentas bancarias, para remitirse al Ministerio de Hacienda.

Los resultados de la meta **“Atender a los supervisores de la Dirección General de Contabilidad Gubernamental, garantizando el cumplimiento de leyes, normas y controles contables.”** no se presentan en forma grafica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en periodo específicos para la consecución de objetivos definidos, pero se elaboro un cuadro comparativo cualitativo de planificado vs. ejecutado.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Atender a los supervisores de la Dirección General de Contabilidad Gubernamental, garantizando el cumplimiento de leyes, normas y controles contables.	9	X	X	X	X

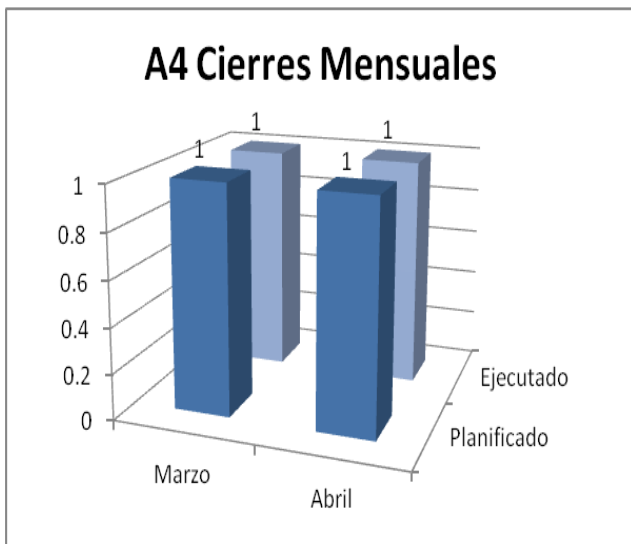


Tabla de Datos	2014	
	Marzo	Abril
No. de visitas atendidas		
Planificado	1	1
Ejecutado	1	1

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se recibieron 2 visitas por parte de supervisores de la Dirección General de Contabilidad Gubernamental – Ministerio de Hacienda.

UNIDAD AUDITORIA INTERNA

Asociada al Objetivo Estratégico Estimular iniciativas para mejorar el nivel de competitividad del sector turismo 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 desarrollo de sus actividades y cumplimiento de Leyes y Reglamentos.**

El período de medición del indicador correspondiente a la meta de esta macroactividad es para un año, por lo que su rendimiento no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presenta un gráfico de seguimiento.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Desarrollar 12 exámenes especiales de las diferentes áreas en el desarrollo de sus actividades y cumplimiento de leyes y reglamentos.	12 Informes	X	X	X	X

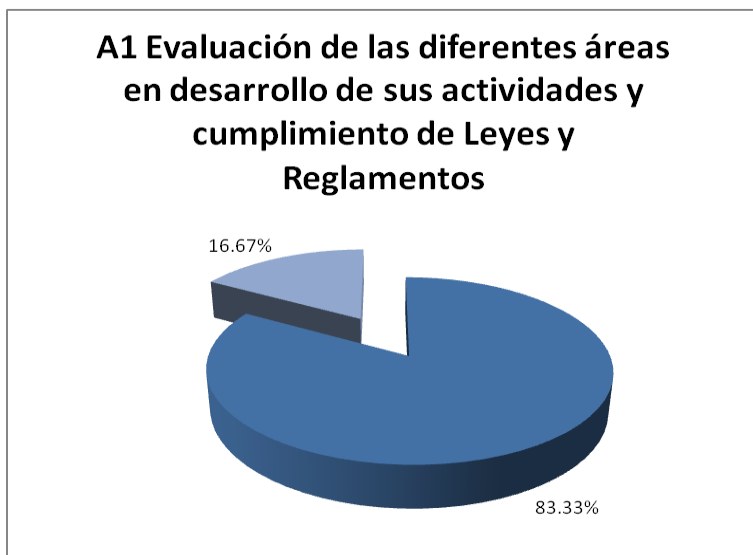


Tabla de Datos		
Informes	Porcentual	Numérico
Por realizar	83.33%	10
Realizados al Segundo Bimestre	16.67%	2
Total	100.00%	12

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

Se realizó Examen Especial a las Disponibilidades del periodo del Cuarto Trimestre del 2013 y están en proceso el Examen Especial al Área de Activo Fijo y el Examen Especial al Proceso control de Combustible.

➤ **A2 - Elaboración del Plan Anual de Auditoría Interna para el período 2015.**

Los resultados de la meta para esta macroactividad no se presentan en forma grafica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en periodo específicos para la consecución de objetivos definidos, pero se elaboro un cuadro comparativo cualitativo de planificado vs. Ejecutado.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Elaborar el Plan Anual de Auditoría.	1 Documento	N/A	N/A	N/A	N/A

Nota.

N/A No hay actividad para el período

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

El Plan de Trabajo Anual 2015 de Auditoría Interna fue elaborado en el mes de Febrero y Marzo de 2014

GERENCIA ADMINISTRATIVA

Asociada al Objetivo Estratégico: 1) Brindar apoyo logístico a la promoción y posicionamiento de El Salvador como destino turístico coordinadamente con todas las áreas organizacionales. 2) Modernizar el servicio administrativo para fortalecer el desarrollo de productos y proyectos de inversión turísticos.

➤ A1- Apoyo Logístico de Bienes y Servicios

El período de medición del indicador correspondiente a la meta “**Lograr el suministro de utilería y otros a las unidades organizativas para el cumplimiento de sus objetivos y metas institucionales**” es para un año, por lo que su rendimiento no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presenta un gráfico de seguimiento.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Lograr el suministro de utilería y otros a las unidades organizativas para el cumplimiento de sus objetivos y metas institucionales	Proporcionar los insumos materiales a 300 requisiciones de utilería anual.	X	X	X	X

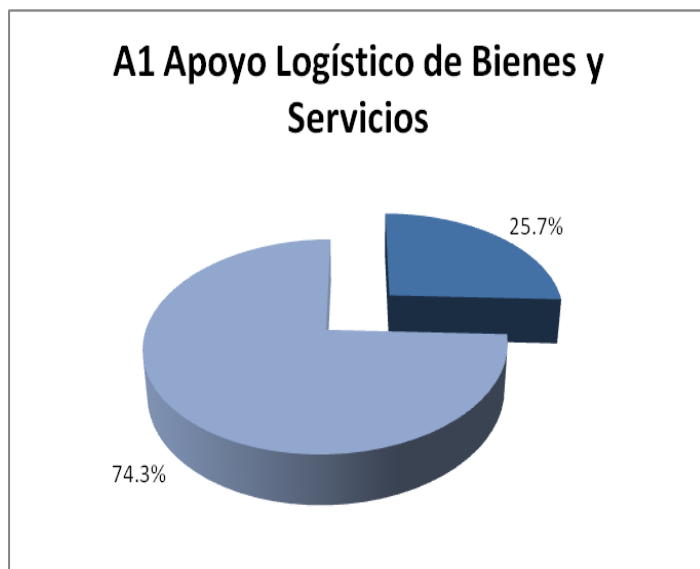


Tabla de Datos		
Requisiciones de Utilería	Porcentual	Numérico
Planificadas por realizar	25.7%	77
Atendidas al Segundo Bimestre	74.3%	223
Total	100.00%	300

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

Requisiciones atendidas de materiales de oficina, material promocional y artículos de limpieza y alimentación (52 en marzo y 42 en abril); haciendo un porcentaje de cumplimiento acumulado de 31% en el segundo bimestre.

El período de medición del indicador correspondiente a la meta “**Garantizar el buen funcionamiento de los bienes y servicios institucionales, para el logro de las metas y objetivos de las unidades organizativas**” es para un año, por lo que su rendimiento no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presentan los resultados del seguimiento a esta macroactividad.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Garantizar el buen funcionamiento de los bienes y servicios institucionales, para el logro de las metas y objetivos de las unidades organizativas	Administrar los bienes y servicios mediante 10 contratos de servicios	X	X	X	X

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

Se han administrado los 10 Contratos de bienes y servicios que corresponde a los meses indicados; siendo los siguientes:

1. Suministro de Agua Purificada,
2. Servicio de Vigilancia Oficina Central,
3. Servicio de Limpieza y Mensajería Oficina Central,
4. Pólizas de Seguro,
5. Mantenimiento y Reparación Vehículos,
6. Servicio de Telefonía Fija Oficina central,
7. Servicio de Radiocomunicación,
8. Arrendamiento Edificios oficinas centrales,
9. Servicio de Almacenaje y custodia de archivos,
10. Servicio de Mantenimiento Preventivo y Correctivo de Equipos multifuncionales.

Los resultados de la meta “**Garantizar la disponibilidad de los suministros y bienes para abastecer a las unidades organizativas de conformidad a sus requerimientos y que puedan cumplir con sus metas y objetivos**” no se presentan en forma grafica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en periodo específicos para la consecución de objetivos definidos, pero se elaboro un cuadro comparativo cualitativo de planificado vs. Ejecutado.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Garantizar la disponibilidad de los suministros y bienes para abastecer a las unidades organizativas de conformidad a sus requerimientos y que puedan cumplir con sus metas y objetivos	Controlar mediante 6 inventarios conciliados de bienes muebles, equipo e insumos	X	X	X	N/A

Nota.

N/A No hay actividad para el período

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En el mes de marzo se realizó el inventario selectivo trimestral de mobiliario y equipo, realizándose a las siguientes áreas: Gerencia General, Gerencia de Turismo Interno y Gerencia de Mercadeo siendo el resultado de un 80% conforme a los registros en la base de datos y actas de asignación; el 20% está en proceso de subsanar las diferencias encontradas.

El período de medición del indicador correspondiente a la meta **“Garantizar la prestación del servicio de transporte de conformidad a las necesidades de cada unidad organizativa para el cumplimiento de sus metas y objetivos institucionales”** es para un año, por lo que su rendimiento no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presenta un gráfico de seguimiento.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Garantizar la prestación del servicio de transporte de conformidad a las necesidades de cada unidad organizativa para el cumplimiento de sus metas y objetivos institucionales	Brindar el servicio de transporte a 600 misiones oficiales solicitadas anuales.	X	X	X	X

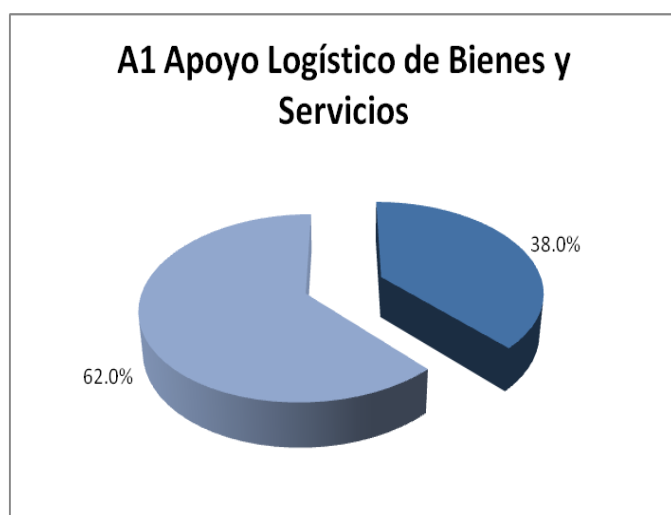


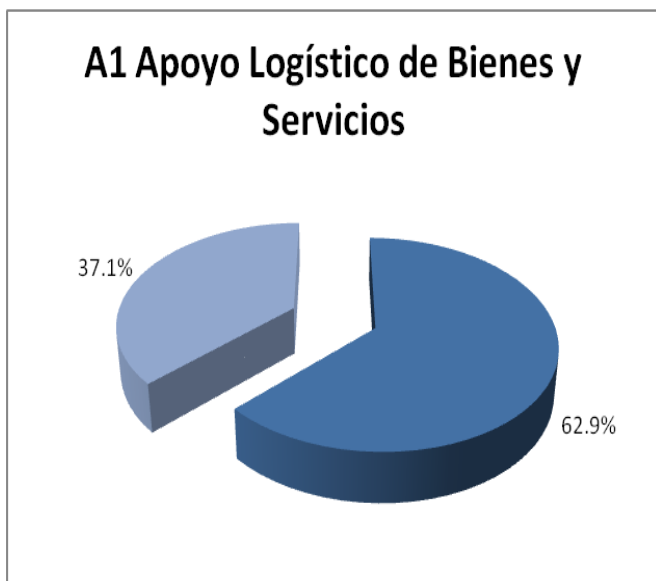
Tabla de Datos		
Servicios de Transporte	Porcentual	Numérico
Planificadas por atender	38.0%	228
Atendidos al Segundo Bimestre	62.0%	372
Total	100.00%	600

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

Solicitudes atendidas proporcionando transporte para las misiones oficiales realizadas. (94 en marzo y 94 en abril; haciendo un porcentaje de cumplimiento acumulado de 32% en el presente bimestre.

El período de medición del indicador correspondiente a la meta **“Garantizar el estado óptimo de la flota vehicular para brindar un excelente servicio a las unidades organizativas”** es para un año, por lo que su rendimiento no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presenta un gráfico de seguimiento.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Garantizar el estado óptimo de la flota vehicular para brindar un excelente servicio a las unidades organizativas	Realizar 35 mantenimientos preventivos a los vehículos, durante el año.	X	X	X	X



Mantenimientos Preventivos Vehiculares	Porcentual	Numérico
Planificadas por atender	62.9%	22
Atendidos al Segundo Bimestre	37.1%	13
Total	100.00%	35

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

Mantenimientos preventivos realizados a 6 vehículos. (3 en marzo y 3 en abril); haciendo un porcentaje de cumplimiento acumulado de 17.1% en el presente bimestre

Los resultados de la meta "**Minimizar los costos de los recursos institucionales, mediante la instrucción y concientización a las Unidades Organizativas**" no se presentan en forma grafica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en periodo específicos para la consecución de objetivos definidos, pero se presenta un cuadro comparativo cualitativo de planificado vs. Ejecutado.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Minimizar los costos de los recursos institucionales, mediante la instrucción y concientización a las Unidades Organizativas.	Proponer un programa de eficiencia y racionalidad en el consumo de servicios básicos y papelería institucional	X	N/A	N/A	N/A

Nota.

N/A No hay actividad para el período

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se presentó en Febrero propuesta de medidas de ahorro y austeridad para minimizar los costos mediante la eficiencia y racionalidad en el consumo de servicios, pendiente la autorización para divulgación al personal

➤ A2- Mejoramiento y Desarrollo Tecnológico

Los resultados de la meta “**Administrar mediante el diseño de herramienta informática el uso eficiente y racional de los bienes institucionales**” no se presentan en forma grafica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en periodo específicos para la consecución de objetivos definidos, pero se presenta un cuadro comparativo cualitativo de planificado vs. Ejecutado

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Administrar mediante el diseño de herramienta informática el uso eficiente y racional de los bienes institucionales	Proponer 1 programa de eficiencia y racionalidad en el uso de los bienes, servicios e insumos institucionales.	X	N/A	X	X

Nota.

N/A No hay actividad para el período

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se tenía programado en POA efectuar el proceso para la adquisición de 1 programa informático para el control de inventario y solicitudes de bienes e insumos de la bodega institucional, lográndose adjudicar durante Abril.

Los resultados de la meta “**Atender de forma inmediata los requerimientos de los usuarios, mediante el diseño de herramienta informática web**” no se presentan en forma grafica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en periodo específicos para la consecución de objetivos definidos, pero se presenta un cuadro comparativo cualitativo de planificado vs. Ejecutado

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Atender de forma inmediata los requerimientos de los usuarios, mediante el diseño de herramienta informática web	Proponer 3 programas de eficiencia e innovación del servicio informático institucional	N/A	N/A	X	X

Nota.

N/A No hay actividad para el período

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Plan de contingencia: El inicio del proceso de adquisición de los programas de eficiencia e innovación se ha desfasado para el Mes de Mayo.

Mesa de servicio: 85% para Abril, pero Estudiantes de Don Bosco, aún tiene en proceso de Configuración Web Mesa de Servicio.

Los resultados de la meta “**Dotar al personal de conocimientos en novedades de uso y actualización de software ofimático**” no se presentan en forma grafica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en periodo específicos para la consecución de objetivos definidos, pero se presenta un cuadro comparativo cualitativo de planificado vs. ejecutado

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Dotar al personal de conocimientos en novedades de uso y actualización de software ofimático	Capacitar al 95% del personal en materia informática en la realización de 3 eventos de capacitación	N/A	N/A	N/A	N/A

Nota.

N/A No hay actividad para el período

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se está coordinando con la Unidad de Recursos Humanos las actividades de capacitación a realizar e incluirlas en el Plan de Capacitación Institucional.

El período de medición del indicador correspondiente a la meta “**Garantizar el estado óptimo de los equipos informáticos, así como la seguridad interna y externa de correos y red institucional**” es para un año, por lo que su rendimiento no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presenta un gráfico de seguimiento.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Garantizar el estado óptimo de los equipos informáticos, así como la seguridad interna y externa de correos y red institucional	Resolver 400 requerimientos anuales de soporte de hardware internos y externos	X	X	X	X

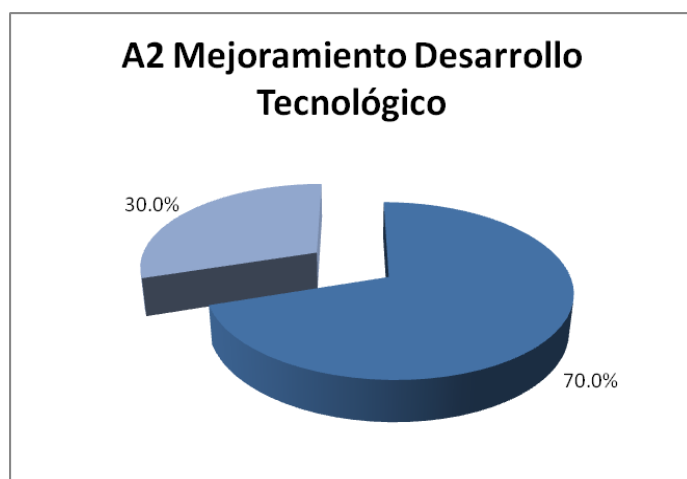


Tabla de Datos		
Requerimientos de soporte de hardware internos y externos	Porcentual	Numérico
Planificados por atender	70.0%	280
Atendidos al Segundo Bimestre	30.0%	120
Total	100.00%	400

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

En Marzo se atendieron 40 requerimientos y en Abril 16 requerimientos de soporte informático, haciendo un porcentaje de cumplimiento acumulado en el bimestre de 14%. Adicionalmente ya están instaladas las Licencias de antivirus, el cual estaba programado para el mes de abril.

Los resultados de la meta “**Dotar a los usuarios de CORSATUR del equipo tecnológico adecuado para el logro de los objetivos institucionales.**” no se presentan en forma grafica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en periodo específicos para la consecución de objetivos definidos, pero se presenta un cuadro comparativo cualitativo de planificado vs. ejecutado con su respectivo análisis de resultados.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Dotar a los usuarios de CORSATUR del equipo tecnológico adecuado para el logro de los objetivos institucionales.	Renovar y actualizar el 20% de los equipos informáticos	N/A	N/A	N/A	N/A

Nota.

N/A No hay actividad para el período

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

El proceso de adquisición de equipo informático está programado para ejecutarse en el mes de junio.

Los resultados de la meta “**Garantizar el uso eficiente y adecuado de los equipos/software y redes de comunicación institucional**” no se presentan en forma grafica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en periodo específicos para la consecución de objetivos definidos, pero se presenta un cuadro comparativo cualitativo de planificado vs. ejecutado con su respectivo análisis de resultados.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Garantizar el uso eficiente y adecuado de los equipos/software y redes de comunicación institucional	Asesorar, divulgar y sensibilizar al 95% del personal en eficiencia y racionalidad de los bienes institucionales trimestralmente	N/A	N/A	N/A	N/A

Nota.

N/A No hay actividad para el período

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se está preparando Guía para el uso eficiente de equipo, software y redes de comunicación, la cual se complementará con charlas técnicas al personal. La medición de este indicador es trimestral.

Asociada a los Objetivos Estratégicos:

- Elevar la tasa de crecimiento de los ingresos turísticos,
- Aumentar el número de visitantes,
- Posicionar a El Salvador como uno de los destinos preferidos en Centroamérica en los segmentos objetivos,
- Investigar , desarrollar y divulgar información oportuna para dinamizar el sector turístico y
- Estimular el desarrollo de una amplia gama de productos turísticos atractivos para el mercado.

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- Campañas Publicitarias

Los resultados de la metas **“Desarrollar al menos 3 campañas publicitarias a nivel nacional y 2 a nivel internacional que nos permitan posicionar a El Salvador como un destino turístico sostenible, atractivo y competitivo.”** es para un año, por lo que su rendimiento no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presenta un gráfico de seguimiento con su respectivo análisis de resultados.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Desarrollar al menos 3 campañas publicitarias a nivel nacional que nos permitan posicionar a El Salvador como un destino turístico sostenible, atractivo y competitivo.	Desarrollo de al menos 3 campañas publicitarias a nivel nacional	X	X	X	X
	Desarrollo de al menos 2 campañas a nivel internacional	X	X	X	X

Indicador: Desarrollo de al menos 3 campañas publicitarias a nivel nacional

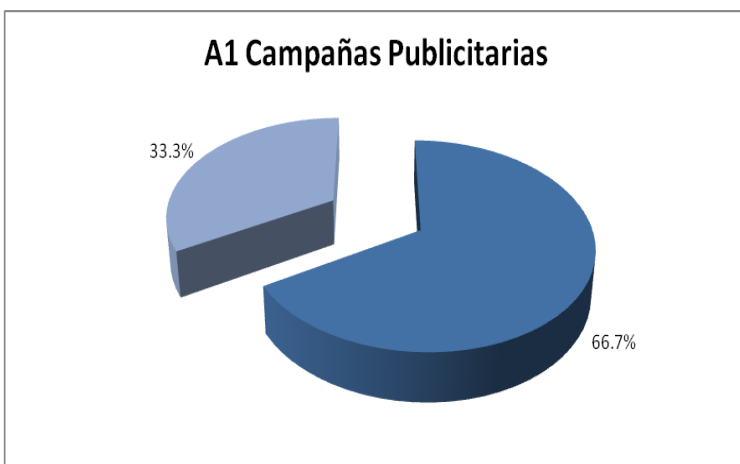


Tabla de Datos		
No. de campañas nacionales	Porcentual	Numérico
Planificados por realizar al finalizar el presente año	66.7%	2
Realizadas al Segundo Bimestre	33.3%	1
Total	100.00%	3

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Para el mes de Marzo se realizó la campaña de publicidad de Semana Santa a nivel nacional "Vive tu país" dicha campaña estuvo pautaada en medios tradicionales y no tradicionales de Marzo a Abril 2014.

Indicador: Desarrollo de al menos 2 campañas publicitarias a nivel internacional

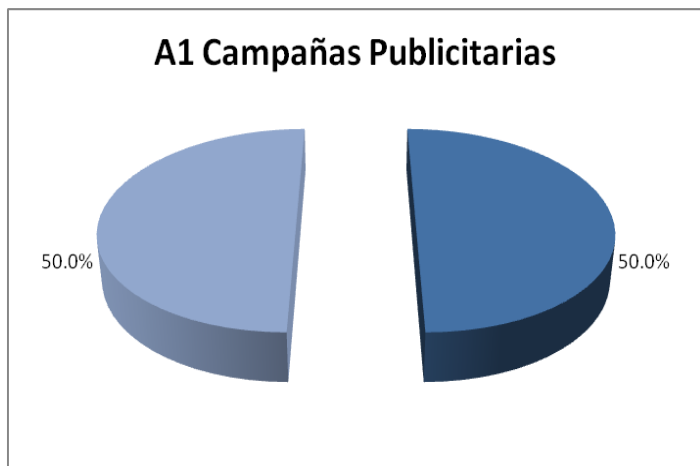


Tabla de Datos		
No. de campañas internacionales	Porcentual	Numérico
Planificados por realizar al finalizar el presente año	50.0%	1
Realizadas al Segundo Bimestre	50.0%	1
Total	100.00%	2

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Para el mes de Marzo se realizó la campaña de publicidad de Semana Santa a nivel internacional "Come and enjoy authentic moments" dirigida al mercado estadounidense y la campaña dirigida a Guatemala y Honduras "Mil experiencias en un solo lugar", dichas campañas estuvieron pautaadas en medios tradicionales y no tradicionales de Marzo a Abril 2014.

El período de medición del indicador correspondiente a la meta **"Mantener una estrategia a través de campañas digitales para dar a conocer El Salvador a nivel nacional e internacional creando interacción con las personas para crecer en nuestras redes sociales, exponiendo la oferta turística de El Salvador, acontecer en materia turística, actividades y promociones".** En YouTube **"Proyectar coberturas a sitios turísticos con un formato atractivo, dar a conocer actividades importantes desarrolladas en turismo."** a continuación se presenta un gráfico de seguimiento con su respectivo análisis de resultados.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Mantener una estrategia a través de campañas digitales para dar a conocer El Salvador a nivel nacional e internacional creando interacción con las personas para crecer en nuestras redes sociales, exponiendo la oferta turística de El Salvador, acontecer en materia turística, actividades y promociones.	En Facebook alcanzar este año hasta 500,000 likes En Twitter alcanzar este año hasta 30,000 followers En Youtube llegar hasta 28,000 reproducciones mensuales	X	X	X	X
En YouTube proyectar coberturas a sitios turísticos con un formato atractivo, dar a conocer actividades importantes desarrolladas en turismo.					

Indicador: En Facebook alcanzar este año hasta 500,000 likes

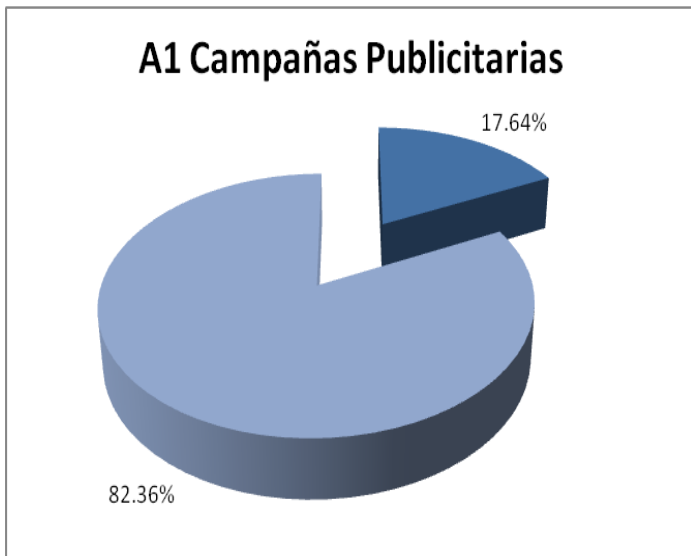


Tabla de Datos

No. de likes	Porcentual	Numérico
Planificados por contabilizar al finalizar el presente año	17.64%	88200
Contabilizados (acumulados) al Segundo Bimestre	82.36%	411800
Total	100.00%	500000

Indicador: En Twitter alcanzar este año hasta 30,000 followers

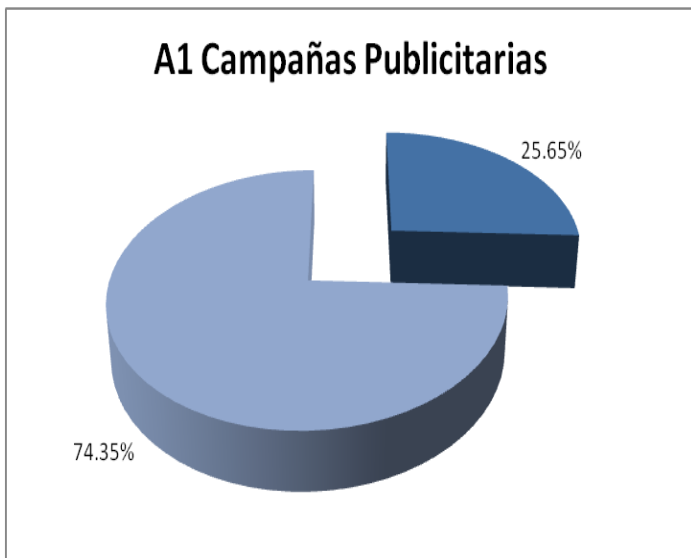


Tabla de Datos

No. de followers	Porcentual	Numérico
Planificados por contabilizar al finalizar el presente año	25.65%	7695
Contabilizados (acumulados) al Segundo Bimestre	74.35%	22305
Total	100.00%	30000

Indicador: En Youtube llegar hasta 28,000 reproducciones mensuales

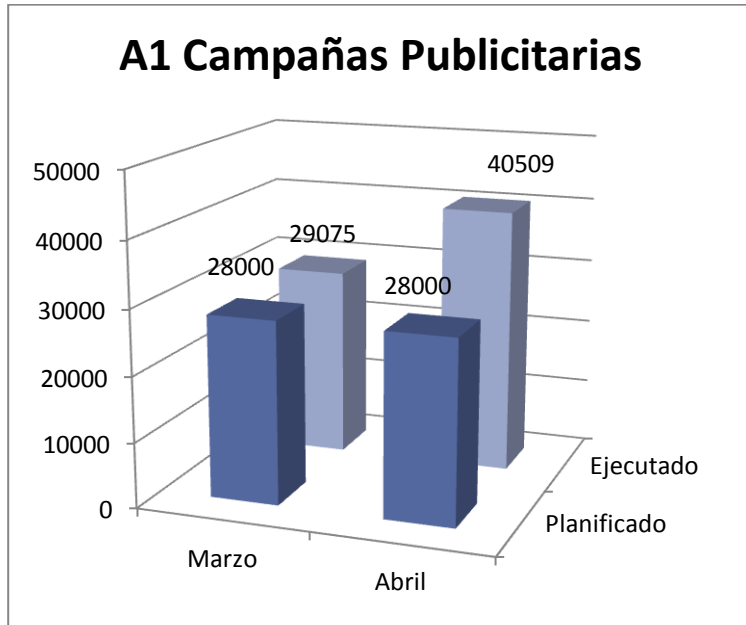


Tabla de Datos	2014	
No. de Reproducciones en Youtube	Marzo	Abril
Planificados	28000	28000
Ejecutados	29075	40509

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

Se denota un crecimiento en nuestras redes sociales, esto debido a la implementación de las campañas de "Vive Tu País" con sus respectivas adaptaciones a Twitter, Facebook y YouTube.

El período de medición del indicador correspondiente a la meta **"Lograr que se convierta en un portal de exposición de nuestro país a nivel nacional e internacional, mostrando información relevante e impresionante de nuestro país, cultura y entretenimiento local, facilitando tanto al turista extranjero como local una guía para conocer la oferta turística que El Salvador posee. Contar con una estructura basada en la tecnología Responsive Design que hará que nuestro sitio sea visible en cualquier dispositivo, desde un teléfono móvil, Tablet o computadora de escritorio, a cualquier hora y en cualquier parte del mundo, en 5 idiomas: español, inglés, francés, alemán y chino mandarín"** es mensual, a continuación se presenta un gráfico de seguimiento con su respectivo análisis de resultados.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Lograr que se convierta en un portal de exposición de nuestro país a nivel nacional e internacional, mostrando información relevante e impresionante de nuestro país, cultura y entretenimiento local, facilitando tanto al turista extranjero como local una guía para conocer la oferta turística que El Salvador posee. Contar con una estructura basada en la tecnología Responsive Design que hará que nuestro sitio sea visible en cualquier dispositivo, desde un teléfono móvil, Tablet o computadora de escritorio, a cualquier hora y en cualquier parte del mundo, en 5 idiomas: español, inglés, francés, alemán y chino mandarín.	Lograr hasta 90,000 visitas mensuales	X	X	X	X

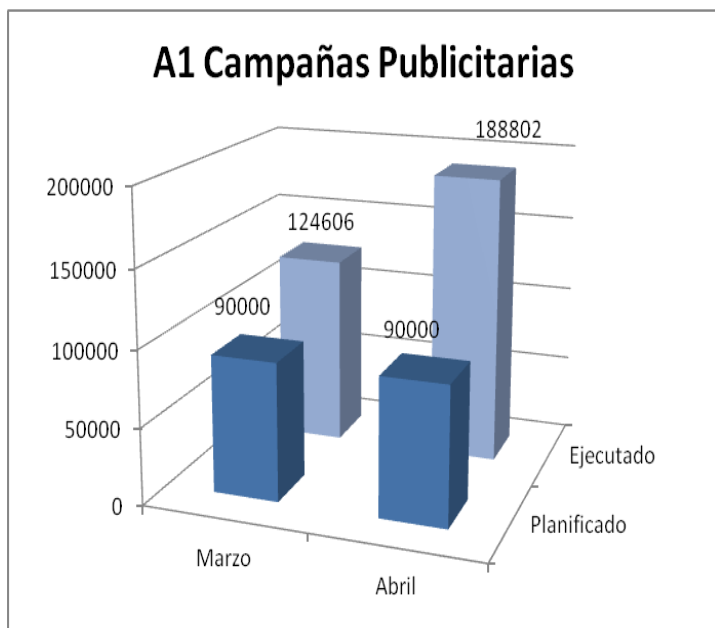


Tabla de Datos	2014	
No. de Visitas	Marzo	Abril
Planificados	90000	90000
Ejecutados	124606	188802

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

El crecimiento de más de 200% en abril fue debido a las constantes visitas de Guatemala en el contexto de la campaña "Vive tu País" específicamente por las promociones y por el tráfico que se generó desde las redes sociales.

➤ A2 – Elaboración de material promocional

Los resultados de la meta "Elaboración de 100,000 mapas turísticos con acuerdo de CNR" no se presentan en forma grafica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en periodo específicos para la consecución de objetivos definidos, pero se presenta un cuadro comparativo cualitativo de planificado vs. Ejecutado con su respectivo análisis de resultados.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Elaboración de 100,000 mapas turísticos con acuerdo de CNR	100,000 mapas turísticos Convenio CNR	X	N/A	X	N/A

Nota.

N/A No hay actividad a para el período

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Por ser una medición que se ejecuta a través de un convenio las gestiones se inician a partir del mes de abril ya que su ejecución esta panificada para agosto 2014

Los resultados de la meta **“Elaboración de Artículos Promocionales Textiles 3,400 unidades, Elaboración de Artículos Promocionales Impresos 44,500 unidades”** no se presentan en forma grafica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en periodo específicos para la consecución de objetivos definidos, pero se presenta un cuadro comparativo cualitativo de planificado vs. Ejecutado con su respectivo análisis de resultados.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Elaboración de Artículos Promocionales Textiles 3,400 unidades , Elaboración de Artículos Promocionales Impresos 44,500 unidades	3,400 unidades Textiles 44,500 unidades impresos	X	N/A	X	N/A

Nota.

N/A No hay actividad a para el período

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En este momento se están elaborando los TDR'S para las licitaciones, para poder producir es material promocional.

➤ **A3 – Promoción de Destino**

El período de medición del indicador correspondiente a la meta **“Planificación y coordinación de la participación de El Salvador en ferias turísticas a nivel internacional. Organización de viajes de familiarización y prensa”** es para un año, por lo que su rendimiento no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presenta un gráfico de seguimiento con su respectivo análisis de resultados.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Planificación y coordinación de la participación de El Salvador en ferias turísticas a nivel internacional. Organización de viajes de familiarización y prensa.	Desarrollar al menos 12 ferias internacionales en el año.	X	X	X	X
	Atender al menos 170 personas en viajes de familiarización y prensa.	X	X	X	X

Indicador: Desarrollar al menos 12 ferias internacionales en el año.



Tabla de Datos		
No. de ferias	Porcentual	Numérico
Planificados por participar al finalizar el presente año	33.3%	4
En las que se ha participado al Segundo Bimestre	66.7%	8
Total	100.00%	12

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En el mes de marzo se participó en 2 ferias internacionales: ITB y CRUISE SHIPPING. Durante el mes de abril se tuvo participación en una feria adicional: WTMLA. Las ferias mencionadas forman parte del plan anual aprobado y se tuvo muy buena participación de la empresa privada y muy buena exposición de la marca país.

Indicador: Atender al menos 170 personas en viajes de familiarización y prensa.



Tabla de Datos		
Personas	Porcentual	Numérico
Planificadas por atender al finalizar el presente año	25.3%	43
Atendidas al Segundo Bimestre	74.7%	127
Total	100.00%	170

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición)

En el mes de marzo y abril se atendieron a mayoristas costarricenses y canadienses. Los participantes manifestaron su entusiasmo por la oportunidad de conocer el destino y el resultado fue muy positivo.

➤ A4 – Actividades Diversas de Promoción

Los resultados de la meta **“Realizar al menos 3 eventos en el año, Participar al menos en 2 Ferias Nacionales en el año”** son medidos de manera anual, por lo que se presenta un grafico de seguimiento de resultados con su respectivo análisis.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Realizar al menos 3 eventos en el año, Participar al menos en 2 Ferias Nacionales en el año.	Al menos 3 eventos y al menos 2 ferias nacionales	X	X	X	X

Nota.

N/A No hay actividad para el período

Indicador: Realizar al menos 3 eventos en el año.



Tabla de Datos		
Eventos	Porcentual	Numérico
Planificados a participar al finalizar el presente año	66.7%	2
En los cuales se ha participado acumulados al Segundo Bimestre	33.3%	1
Total	100.00%	3

Indicador: Participar al menos en 2 Ferias Nacionales en el año



Tabla de Datos		
Ferias	Porcentual	Numérico
Planificados a participar al finalizar el presente año	50.0%	1
En los cuales se ha participado acumulados al Segundo Bimestre	50.0%	1
Total	100.00%	2

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Para el mes de marzo se participo en la Feria "Sexto Carnaval Gastronómico Internacional" en la ciudad de San Miguel, organizado por el Club Rotario Sirama San Miguel.

Para el mes de Abril se Participo en la Copa Pilsener de futbol Playa El Salvador 2014.

Cabe mencionar que el trámite del pago de la membrecía anual de CATA está en proceso de pago.

➤ A5 – Actividades Diversas de Productos

La meta "Apoyar el desarrollo económico y turístico del país a través de la generación de una amplia gama de productos turísticos atractivos para diferentes segmentos de mercado" de esta macroactividad tiene 5 indicadores, los cuales se detallan a continuación:

- Desarrollar al menos 2 circuitos turísticos y con obras de rotulación interpretativa, en el marco del Tour de la Aventura.
- Desarrollar al menos 1 Circuito turístico y con obras de rotulación interpretativa de al menos 3 senderos, en el marco de la zona de la Montañona en Chalatenango
- Generar al menos 1 banco de datos de proveedores de turismo médico
- Equipar al menos 10 pescadores locales con sus respectivos equipos de pesca y de seguridad, en el marco del Tour de la Pesca Artesanal.
- Desarrollar al menos 1 circuito turístico que enlace el área metropolitana de San Salvador con el oriente del país, en el marco del seguimiento de turismo religioso.

A continuación se presenta el análisis de resultados correspondiente a cada indicador perteneciente a la meta descrita anteriormente:

- **Indicador: Desarrollar al menos 2 circuitos turísticos y con obras de rotulación interpretativa, en el marco del Tour de la Aventura.**

Los resultados no se presentan en forma grafica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en periodo específicos para la consecución de objetivos definidos, pero se presenta un cuadro comparativo cualitativo de planificado vs. ejecutado con su respectivo análisis de resultados.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Apoyar el desarrollo económico y turístico del país a través de la generación de una amplia gama de productos turísticos atractivos para diferentes segmentos de mercado	Desarrollar al menos 2 circuitos turísticos y con obras de rotulación interpretativa, en el marco del Tour de la Aventura.	X	N/A	X	X

Nota.

N/A No hay actividad para el período

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se ha realizado la coordinación respectiva con los empresarios de los 2 circuitos. Ya se tienen definidos sitios y actividades del circuito. Se está elaborando solicitud y especificaciones del servicio a contratar.

- **Indicador: Desarrollar al menos 1 Circuito turístico y con obras de rotulación interpretativa de al menos 3 senderos, en el marco de la zona de la Montaña en Chalatenango**

Los resultados no se presentan en forma grafica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en periodo específicos para la consecución de objetivos definidos, pero se presenta un cuadro comparativo cualitativo de planificado vs. Ejecutado con su respectivo análisis de resultados.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Apoyar el desarrollo económico y turístico del país a través de la generación de una amplia gama de productos turísticos atractivos para diferentes segmentos de mercado	Desarrollar al menos 1 Circuito turístico y con obras de rotulación interpretativa de al menos 3 senderos, en el marco de la zona de la Montaña en Chalatenango.	N/A	N/A	N/A	N/A

Nota.

N/A No hay actividad para el período

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En reajuste de actividades del POA, se ha trasladado esta actividad para el 2do. semestre del año.

- **Indicador: Generar al menos 1 banco de datos de proveedores de turismo médico**

Los resultados no se presentan en forma grafica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en periodo específicos para la consecución de objetivos definidos, pero se presenta un cuadro comparativo cualitativo de planificado vs. Ejecutado con su respectivo análisis de resultados.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Apoyar el desarrollo económico y turístico del país a través de la generación de una amplia gama de productos turísticos atractivos para diferentes segmentos de mercado	Generar al menos 1 banco de datos de proveedores de turismo médico	X	X	X	X

Nota.

N/A No hay actividad para el período

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Ya se ha emitido orden de compra a proveedor. Después de las coordinaciones respectivas se han girado las invitaciones para las reuniones y jornadas de capacitación, se espera finalizar en junio. Se han revisado ya propuestas del logo para línea gráfica del catálogo.

- **Indicador: Equipar al menos 10 pescadores locales con sus respectivos equipos de pesca y de seguridad, en el marco del Tour de la Pesca Artesanal.**

Los resultados no se presentan en forma grafica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en periodo específicos para la consecución de objetivos definidos, pero se presenta un cuadro comparativo cualitativo de planificado vs. Ejecutado con su respectivo análisis de resultados.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Apoyar el desarrollo económico y turístico del país a través de la generación de una amplia gama de productos turísticos atractivos para diferentes segmentos de mercado	Equipar al menos 10 pescadores locales con sus respectivos equipos de pesca y de seguridad, en el marco del Tour de la Pesca Artesanal.	X	N/A	X	X

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En coordinación con el BPT – MARN se ha canalizado la compra del equipamiento con un avance del 50% esperando completar para el mes de mayo. Se ha coordinado con los dos (2) grupos de pescadores beneficiarios del proyecto, Golfo de Fonseca (10) y Bahía de Jiquilisco (20). Con fines de integración y empoderamiento del proyecto.

- **Indicador: Desarrollar al menos 1 circuito turístico que enlace el área metropolitana de San Salvador con el oriente del país, en el marco del seguimiento de turismo religioso.**

Los resultados no se presentan en forma grafica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en periodo específicos para la consecución de objetivos definidos, pero se presenta un cuadro comparativo cualitativo de planificado vs. ejecutado con su respectivo análisis de resultados.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Apoyar el desarrollo económico y turístico del país a través de la generación de una amplia gama de productos turísticos atractivos para diferentes segmentos de mercado	Desarrollar al menos 1 circuito turístico que enlace el área metropolitana de San Salvador con el oriente del país, en el marco del seguimiento de turismo religioso	X	N/A	X	N/A

Nota.

N/A No hay actividad para el período

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En reajuste de actividades del POA, se ha trasladado esta actividad para el 2do. semestre del año.

➤ **A6 – Realizar al menos 5 investigaciones de mercado que permita medir los principales indicadores turísticos en forma mensual y trimestral.**

Los resultados del indicador son medibles anualmente por lo que no se presentan en forma grafica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en periodo específicos para la consecución de objetivos definidos, pero se presenta un cuadro comparativo cualitativo de planificado vs. ejecutado con su respectivo análisis de resultados.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Realizar al menos 5 investigaciones de mercado que permita medir los principales indicadores turísticos en forma mensual y trimestral.	Número de investigaciones realizadas /Número de investigaciones programadas	X	X	X	X

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Para este año se tienen programadas realizar al menos 5 investigaciones, de las cuales ya se contrataron 3 mediante prorroga de contrato y una a través de convenio interinstitucional, las investigaciones son las siguientes: Investigación del perfil y gasto del visitante internacional y la de movimientos turísticos en fronteras terrestres se realizó mediante prorroga de contrato su duración es de 6 meses iniciando en enero 2014 y finalizando en junio 2014, la investigación de DATA TUR se inició en enero 2014 y finaliza en Mayo 2014, la de turismo Interno inicio en enero 2014 y finaliza en diciembre 2014. Se lleva un 80% de cumplimiento de meta propuesta.

➤ **A7 – Feria Turística El Salvador Travel Market**

Los resultados del indicador son medibles anualmente por lo que no se presentan en forma grafica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en periodo específicos para la consecución de objetivos definidos, pero se presenta un cuadro comparativo cualitativo de planificado vs. ejecutado con su respectivo análisis de resultados.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Reunir al menos 50 mayoristas y medios internacionales para realizar una rueda de negocios con empresarios turísticos salvadoreños	Participación de mayoristas y medios internacionales	N/A	N/A	N/A	N/A

Nota.

N/A No hay actividad para el período

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Para estos dos meses no se ha realizado ningún avance ya que estuvimos en la organización y desarrollo de la Copa Pilsener de Futbol Playa 2014 y también porque esta Feria está programada para el mes de Octubre.

GERENCIA DE PLANIFICACIÓN

Asociada al objetivo estratégico Estimular iniciativas para mejorar el nivel de competitividad del sector turismo y responsable del seguimiento de los Planes Estratégicos y Operativos, así como de asesorar, diseñar e implementar mecanismos que potencien la calidad institucional y la competitividad empresarial del sector.

Ejecutar actividades que promuevan el desarrollo organizacional, planeación estratégica y la gestión de la calidad, así como promover 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, involucrando en estas acciones a los 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 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 a toda 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- Desarrollar Capacitaciones y Asistencia Técnica para el Sector Turismo

Los resultados de la meta “**Desarrollar capacidades especializadas del recurso humano del sector turismo**” no se presentan en forma grafica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en periodo específicos para la consecución de objetivos definidos, pero se presenta un cuadro comparativo cualitativo de planificado vs. Ejecutado con su respectivo análisis de resultados.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Desarrollar capacidades especializadas del recurso humano del sector turismo	Al menos 200 personas capacitadas en temas de especialización	N/A	N/A	N/A	N/A

Nota.

N/A No hay actividad para el período

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Adjudicado proceso de Guías y Cultura Turística, la capacitación de MIPYMES se lanzara un segundo proceso ya que el proveedor que oferto se retiró.

➤ **A2 - Fortalecer la competitividad de la Policía de Turismo – POLITUR**

Los resultados de la meta para esta macroactividad no se presentan en forma grafica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en periodo específicos para la consecución de objetivos definidos, pero se presenta un cuadro comparativo cualitativo de planificado vs. ejecutado.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Desarrollar capacitaciones que contribuyan al fortalecimiento de la competitividad del personal de POLITUR	Al menos 3 capacitaciones anuales a personal de POLITUR	N/A	N/A	X	X

Nota.

N/A No hay actividad para el período

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En el mes de abril de hizo la detección de necesidades de capacitación y la identificación de zonas de acción

En elaboración de TDR para contratar servicios para capacitar en prevención, cultura y productos turísticos.

➤ **A3 – Desarrollar programas de certificación de sostenibilidad y calidad turística**

Los resultados de la meta para esta macroactividad no se presentan en forma grafica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en periodo específicos para la consecución de objetivos definidos, pero se presenta un cuadro comparativo cualitativo de planificado vs. ejecutado.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Ejecutar el Programa Básico de Certificación en Calidad Turística Nacional, certificando al menos 10 MIPYMES turísticas	10 MIPYMES Turísticas certificadas	X	N/A	X	X

Nota.

N/A No hay actividad para el período

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Ya se tiene aprobado el borrador del convenio por OSN, se continúa con trámites administrativos para suscribirlo.

➤ **A4 - Fortalecer la gerencia de planificación mejorando la competitividad y calidad en la prestación de servicios al sector turístico**

Los resultados de la meta “**Adquirir herramientas para el buen funcionamiento de la Gerencia de Planificación**” no se presentan en forma grafica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en periodo específicos para la consecución de objetivos definidos, pero se presenta un cuadro comparativo cualitativo de planificado vs. Ejecutado con su respectivo análisis de resultados.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Adquirir herramientas para el buen funcionamiento de la Gerencia de Planificación	Adquisición de mobiliario y equipo	X	X	N/A	X

Nota.

N/A No hay actividad para el período

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Las especificaciones técnicas del equipo informático están en trámites administrativos internos, las compras de muebles de oficina se han completado en un 50%.

➤ **A5 - Elevar la calidad de los servicios ofrecidos por CORSATUR mediante la mejora de la gestión al interior de la corporación**

Los resultados de la meta “**Mantener la certificación de Calidad**” no se presentan en forma grafica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en periodo específicos para la consecución de objetivos definidos, pero se presenta un cuadro comparativo cualitativo de planificado vs. Ejecutado con su respectivo análisis de resultados

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Mantener la certificación de Calidad	Reducir en un 10% el número de hallazgos en la auditoría externa	X	X	X	X

Nota.

N/A No hay actividad para el período

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

La Auditoría Externa se tiene planificada para desarrollarse en el mes de Noviembre 2014.

➤ **A6 - Revisión y actualización del Plan Estratégico Institucional y del Plan Operativo Anual**

Los resultados de la meta para esta macroactividad no se presentan en forma grafica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en periodo específicos para la consecución de objetivos definidos, pero se presenta un cuadro comparativo cualitativo de planificado vs. ejecutado

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Actualizar el Plan Estratégico	Elaborar el documento en base a las metas y objetivos estratégicos de la Corporación	N/A	N/A	N/A	N/A

Nota.

N/A No hay actividad planificada para el período

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Esta actividad está programada para el periodo Junio-Noviembre 2014.

➤ **A7 - Revisión y actualización de Normas Técnicas de Control Interno (NTCIE)**

Los resultados de la meta para esta macroactividad no se presentan en forma grafica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en periodo específicos para la consecución de objetivos definidos, pero se presenta un cuadro comparativo cualitativo de planificado vs. ejecutado

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Evaluar la eficiencia y eficacia del funcionamiento de las actividades de la UDI-SGC correspondientes a las NTCI	Presentar informes consolidado de evaluación de metas y objetivos bimensualmente	X	X	X	X

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

El Informe es presentado bimensualmente, el correspondiente al periodo Enero-Febrero fue entregado a GG para su validación.

El Informe correspondiente al periodo Marzo-Abril está en proceso de recopilación de información de las Unidades Organizativas de CORSATUR

GERENCIA DE PROYECTOS E INVERSIÓN

Asociada a los objetivos estratégicos de Investigar, desarrollar y divulgar información oportuna para dinamizar el sector turístico y Promocionar la Inversión en Anclas Turísticas (polos de desarrollo). Responsable de desarrollar el proceso de potenciar el turismo nacional, orientando al sector público, privado y cooperación internacional en la implementación de proyectos e infraestructura turística sostenibles, fomentar las inversiones nacionales e internacionales. Formular perfiles, alcances, metas y fases o etapas entregables de los proyectos, así como gestionar el seguimiento y monitoreo con supervisiones de campo y evaluar los diferentes proyectos de infraestructura y desarrollo turístico.

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:

A 4 P40 2.1 - Programa de Fortalecimiento a la Inversión Empresarial Turística

Los resultados de la meta **“Apoyar a emprendedores e inversionistas turísticos con la edición de herramientas técnicas (4 libros) conteniendo información que alimente el impulso y fomento de la inversión en el sector turismo en el país”** no se presentan en forma grafica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en periodo específicos para la consecución de objetivos definidos para la consecución de objetivos definidos, pero se presenta un cuadro comparativo cualitativo de planificado vs. Ejecutado con su respectivo análisis de resultados.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Apoyar a emprendedores e inversionistas turísticos con la edición de herramientas técnicas (4 libros) conteniendo información que alimente el impulso y fomento de la inversión en el sector turismo en el país.	4 libros editados	N/A	N/A	N/A	N/A

Nota.

N/A No hay actividad para el período

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Ya se han elaborado y lanzado a las bases de licitación institucional.

Los resultados de la meta **“Establecer procesos y mecanismos para desarrollar jornadas de sensibilización y acompañamiento técnico (2 eventos) destinadas impulsar y fomentar la inversión turística en el país, fortaleciendo las capacidades técnicas de emprendedores y/o inversionistas turísticos con participación nacional”** no se presentan en forma grafica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en periodo específicos para la consecución de objetivos definidos para la consecución de objetivos definidos, pero se presenta un cuadro comparativo cualitativo de planificado vs. ejecutado

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Establecer procesos y mecanismos para desarrollar jornadas de sensibilización y acompañamiento técnico (2 eventos) destinadas impulsar y fomentar la inversión turística en el país, fortaleciendo las capacidades técnicas de emprendedores y/o inversionistas turísticos con participación nacional y/o internacional de expertos relacionados con proyectos de inversión turística	2 eventos desarrollados	N/A	N/A	X	X

Nota.

N/A No hay actividad para el período

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Ya se ha desarrollado la adjudicación del proveedor que dará soporte a estas acciones.

Los resultados de la meta **“Promover e implementar mecanismos para impulsar el involucramiento de inversionistas turísticos e instituciones públicas relacionadas, para participar en jornadas y/o encuentros (2 eventos) a nivel nacional o internacional con expertos y empresas de la industria de turismo náutico como estrategia para atracción del turismo de cruceros a la costa del país y de la región a la cual se pertenece en la Ruta Mesoamericana”** no se presentan en forma grafica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en periodo específicos para la consecución de objetivos definidos para la consecución de objetivos definidos, pero se presenta un cuadro comparativo cualitativo de planificado vs. ejecutado

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Promover e implementar mecanismos para impulsar el involucramiento de inversionistas turísticos e instituciones públicas relacionadas, para participar en jornadas y/o encuentros (2 eventos) a nivel nacional o internacional con expertos y empresas de la industria de turismo náutico como estrategia para atracción del turismo de cruceros a la costa del país y de la región a la cual se pertenece en la Ruta Mesoamericana	2 eventos desarrollados	N/A	N/A	N/A	N/A

Nota.

N/A No hay actividad para el período

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se ha tenido la participación de empresarios nacionales y realizar encuentros con inversionistas internacionales

Los resultados de la meta **“Establecer mecanismos para promover la participación en acciones y/o encuentros (01 evento) a nivel nacional o internacional relacionado con el apoyo a inversión turística de grupos asociativos locales a fin de fortalecer las capacidades de micro inversiones en zonas determinadas den país para impulso y fomento a la inversión turística nacional.”** no se presentan en forma grafica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en periodo específicos para la consecución de objetivos definidos para la consecución de objetivos definidos, pero se presenta un cuadro comparativo cualitativo de planificado vs. Ejecutado

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Establecer mecanismos para promover la participación en acciones y/o encuentros (01 evento) a nivel nacional o internacional relacionado con el apoyo a inversión turística de grupos asociativos locales a fin de fortalecer las capacidades de micro inversiones en zonas determinadas den país para impulso y fomento a la inversión turística nacional.	1 evento realizado	X		N/A	

Nota.

N/A No hay actividad para el período

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se tienen acciones programadas para mes de mayo - junio

A1- Inversiones De Infraestructura Turística En Anclas Turísticas / A2- Consultorías Para La Inversión De Infraestructura Turística / A4- Oficina Técnica De Apoyo A Proyecto Banco Interamericano De Desarrollo (BID)

La meta para las macroactividades:

A1- Inversiones De Infraestructura Turística En Anclas Turísticas

A2 - Consultorías Para La Inversión De Infraestructura Turística y

A3-Oficina Técnica De Apoyo A Proyecto Banco Interamericano De Desarrollo (BID) es común.

Los resultados de la meta no se presentan en forma grafica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en periodo específicos para la consecución de objetivos definidos, pero se presenta un cuadro comparativo cualitativo de planificado vs. ejecutado con su respectivo análisis de resultados.

Código	Macro actividad	Meta	Indicador	Cronograma				Análisis de Resultados (Seguimiento y medición).
				Marzo		Abril		
				Planificado	Ejecutado	Planificado	Ejecutado	
A1	Inversiones De Infraestructura Turística En Anclas Turísticas	Realizar diagnósticos de necesidades de infraestructura turística y adjudicar y/o ejecutar inversiones en anclas de infraestructura turística, por medio de la elaboración de reportes de necesidades de infraestructura y ejecutando proyectos a satisfacción anual.	8 reportes de necesidades de infraestructura y 4 proyectos					En referencia a los reportes de necesidades se han iniciado dos en coordinación con la Universidad Nacional de El Salvador, en el municipio de Santo Domingo de Guzmán, Sonsonate y en Punta Chiquirín en La Unión.
A2	Consultorías Para La Inversión De Infraestructura Turística			X	N/A	X	X	Se han dado inicio a la formulación de los procesos de consultoría de La Palma y Conchaguita.
A4	Oficina Técnica De Apoyo A Proyecto Banco Interamericano de Desarrollo (BID)							Se ha realizado la recomendación de adjudicación de la compra de la carpeta técnica del mejoramiento de Puerto El Triunfo.

Nota.

N/A No hay actividad para el período

A3- Mantenimiento y/o Administración De Anclas Turísticas (CTPLL, Parque El Boquerón, Hotel De Montaña Cerro Verde, Icacal, Bola De Monte, Mirador Planes De Renderos)

El período de medición del indicador “108 visitas de campo a los inmuebles” correspondiente a la macroactividad es para un año, por lo que su rendimiento no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presenta un gráfico de seguimiento.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Mantener, preservar y mejorar los inmuebles propiedad de CORSATUR, ejecutando seguimiento, monitoreo y supervisión en campo para mejorar las condiciones e imagen de las áreas con vocación turística, con el funcionamiento adecuado y sostenible para la satisfacción de los lugareños, visitantes y turistas.	108 visitas de campo a los inmuebles	X	X	X	X

Nota.

N/A No hay actividad para el período

A3 Mantenimiento y/o Administración de Anclas Turísticas

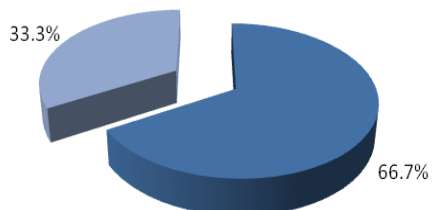


Tabla de Datos		
Visitas de Campo a inmuebles	Porcentual	Numérico
Planificados por realizar	66.7%	72
Realizadas al Segundo Bimestre	33.3%	36
Total	100.00%	108

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

En los meses reportados se han realizado como mínimo y requerimiento de calidad 3 visitas de campo, correspondientes a los inmuebles del Complejo Turístico del Puerto de La Libertad, Parque Nacional El Boquerón y Observatorios Turísticos distribuidos a nivel nacional. En dónde por medio de bitácoras de campo, ayudas memorias y boletas de supervisión se plasman y describen las actividades realizadas por los administradores del contrato.

GERENCIA DE TURISMO INTERNO

Asociada a los objetivos estratégicos Estimular iniciativas para mejorar el nivel de competitividad del sector turismo, Estimular el desarrollo de una amplia gama de productos turísticos atractivos para el mercado y Elevar la tasa de crecimiento de los ingresos turísticos.

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

Desconcentración y Descentralización de la Atención del Visitante

La meta para esta macroactividad es "Mejorar las capacidades de los actores locales, para incrementar el turismo interno de los salvadoreños" y tiene 3 indicadores, los cuales se detallan a continuación:

- Aumentar por los menos a 222 CDT al finalizar el año.
- Realización de al menos 3 encuentros de Comités de Desarrollo Turístico en el año.
- Apoyar al menos a 27 municipios en proyectos de mejora, a través de la dotación de materiales (con basureros ó con Kioscos turísticos, mejora de infraestructura, entre otros), durante el año.

Los resultados de los indicadores no se presentan en forma grafica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en periodo específicos para la consecución de objetivos definidos para la consecución de objetivos definidos, pero se presenta un cuadro comparativo cualitativo de planificado vs. ejecutado de cada indicador con su respectivo análisis de resultados.

- **Indicador: Aumentar por los menos a 222 CDT al finalizar el año.**

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Mejorar las capacidades de los actores locales, para incrementar el turismo interno de los salvadoreños	Aumentar por los menos a 222 CDT al finalizar el año.	X	X	X	N/A

Nota.

N/A No hay actividad para el período

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Al finalizar el ejercicio 2013, se contaba con 199 CDT conformados, de los cuales se Juramentaron 20, el pasado 26 de marzo del corriente.

- **Indicador: Realización de al menos 3 encuentros de Comités de Desarrollo Turístico en el año.**

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Mejorar las capacidades de los actores locales, para incrementar el turismo interno de los salvadoreños	Realización de al menos 3 encuentros de Comités de Desarrollo Turístico en el año.	N/A	N/A	N/A	N/A

Nota.

N/A No hay actividad para el período

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Eventos planificados para el mes de mayo, se reprogramo para junio.

Avances:

Se realizó la adjudicación del transporte para los encuentros regionales de CDT; ya se elaboraron los TDR para los productos textiles del encuentro de CDT; Ya se realizo evaluación y adjudicación de servicios de encuentro de CDT de Occidente y Oriente, pendiente de autorización de Orden de Compra.

- **Indicador: Apoyar al menos a 27 municipios en proyectos de mejora, a través de la dotación de materiales (con basureros ó con Kioscos turísticos, mejora de infraestructura, entre otros), durante el año.**

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Mejorar las capacidades de los actores locales, para incrementar el turismo interno de los salvadoreños	Apoyar al menos a 27 municipios en proyectos de mejora, a través de la dotación de materiales (con basureros ó con Kioscos turísticos, mejora de infraestructura, entre otros), durante el año.	N/A	N/A	X	X

Nota.

N/A No hay actividad para el período

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Pendiente de recibir autorización de Términos de Referencia, para el servicio de elaboración de basureros en los municipios Pueblos Vivos, como parte de la mejora de imagen.

A1P6.1, A1-07.1- Divulgación y Fortalecimiento del RNT y empresas inscritas

La meta para esta macroactividad es: "Obtener un mayor número de empresas inscritas y vigentes" y tiene 2 indicadores, los cuales se detallan a continuación:

- **Indicador: "Contar con un número no menor de 15 empresas inscritas (nuevas y renovaciones) trimestralmente"**

Los resultados se presentan en forma grafica en función del seguimiento de resultados debido a que el periodo de medición es trimestral para la consecución de objetivos definidos, se presenta un cuadro comparativo cualitativo de planificado vs. ejecutado del indicador con su respectivo análisis de resultados.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Obtener un mayor número de empresas inscritas y vigentes.	Contar con un número no menor de 15 empresas inscritas (nuevas y renovaciones) trimestralmente	X	X	X	X

Nota.

N/A No hay actividad para el período

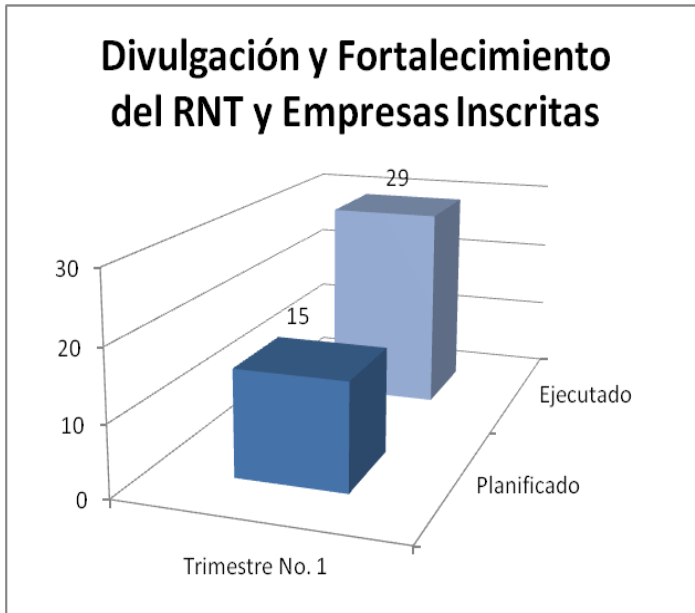


Tabla de Datos	2014
Empresas Inscritas (Nuevas y Renovaciones)	Trimestre No. 1
Planificado	15
Ejecutado	29

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En el caso del RNT, la meta se mide trimestralmente, por lo que para el Primer trimestre, cumpliéndola así de Enero (14), Febrero (8) y Marzo (7); haciendo un total 193.33%; en el caso de Abril, se ha iniciado con el segundo trimestre con (9 empresas).

- **Indicador: “Realización de al menos cuatro actividades para promocionar el RNT anualmente.”**

Los resultados no se presentan en forma grafica debido a que el periodo de medición es anual para la consecución de objetivos definidos, pero se presenta un cuadro comparativo cualitativo de planificado vs. Ejecutado del indicador con su respectivo análisis de resultados.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Obtener un mayor número de empresas inscritas y vigentes.	Realización de al menos cuatro actividades para promocionar el RNT anualmente	X	N/A	X	X

Nota.

N/A No hay actividad para el período

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se realizó evento en coordinación con CASATUR el 03 de abril de 2014, se contó con la participación de 55 empresarios.

Estrategia de Pueblos Vivos

Los resultados de la meta “Dinamizar el Turismo Interno mediante la puesta en valor de los municipios inscritos en la estrategia institucional Pueblos Vivos” no se presenta en forma grafica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en periodo específicos para la consecución de objetivos definidos, pero se presenta un cuadro comparativo cualitativo de planificado vs. ejecutado con su respectivo análisis de resultados.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Dinamizar el Turismo Interno mediante la puesta en valor de los municipios inscritos en la estrategia institucional Pueblos Vivos.	Fortalecer el desarrollo turístico de al menos un municipio por segmento Pueblos Vivos 2014.	X	X	X	X

Nota.

N/A No hay actividad para el período

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Licitación de textiles y lanzamiento de evento Pueblos Vivos en procesos de aprobación y evaluación. Lanzamiento programado para última semana mes de mayo 2014

Apoyo a POLITUR

El período de medición del indicador “Llevar a cabo por lo menos 20 City Tours anuales” es para un año, por lo que su rendimiento no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presenta un gráfico de seguimiento con su respectivo análisis de resultados.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Dinamizar el Turismo Interno mediante la puesta en valor de los municipios inscritos en la estrategia institucional Pueblos Vivos.	Llevar a cabo por lo menos 20 City Tours anuales.	X	X	X	X

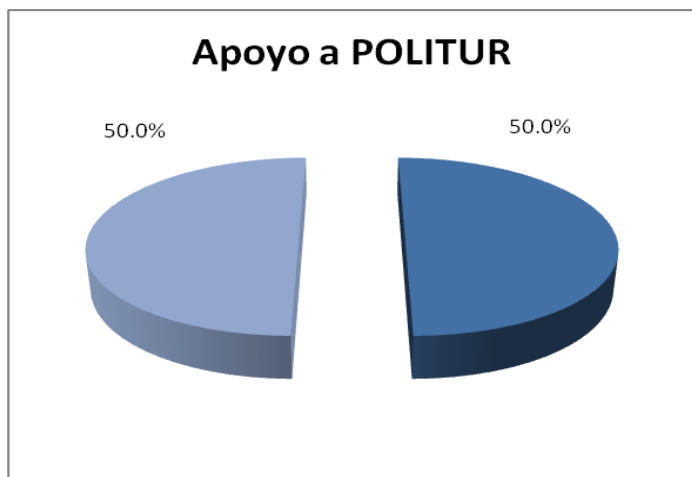


Tabla de Datos		
Cantidad de City Tours	Porcentual	Numérico
Planificados por realizar	50.0%	10
Realizados al Segundo Bimestre	50.0%	10
Total	100.00%	20

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En los meses de abril y marzo se realizaron 7 citytours adicionales, lo que corresponde al 50 % del total de de citytours para el 2014

A2-P29.1-1 Desarrollo de Tecnologías

Los resultados de la meta “Creación de mapas turísticos para la divulgación de los recursos y atractivos de los municipios y zonas prioritarias” no se presenta en forma grafica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en periodo específicos para la consecución de objetivos definidos, pero se presenta un cuadro comparativo cualitativo de planificado vs. ejecutado con su respectivo análisis de resultados.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Marzo		Abril	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Creación de mapas turísticos para la divulgación de los recursos y atractivos de los municipios y zonas prioritarias.	Realizar el mantenimiento de tecnologías, con la adquisición de al menos 4 licencias o servicios para los programas utilizados en la Gerencia de Turismo Interno durante el año.	N/A	N/A	X	X

Nota.

N/A No hay actividad para el período

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Proceso de adquisición de ArcGis en evaluación, con lo que se adquirirán las Licencias para elaboración de mapas en Gerencia de Turismo Interno