

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

Enero y  
Febrero 2014

## CONTENIDO

---

- 1. Objetivo**
- 2. Alcance**
- 3. Documentos Relacionados**
- 4. Responsabilidades**
- 5. Términos y Definiciones**
- 6. Acciones desarrolladas durante Bimestre Enero y Febrero 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 Enero-Febrero 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.

<b>OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE CORSATUR:</b>	
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.

<b>EJES ESTRATÉGICOS DE CORSATUR:</b>	
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 Enero 2014



## MITUR promocionará a El Salvador en 17 ferias internacionales

Este año el Ministerio de Turismo a través de la marca "El Salvador impresionante" promocionará al país a nivel mundial como destino turístico en 17 ferias internacionales, participación que busca fortalecer la atracción de visitantes extranjeros al país.

De acuerdo al plan de eventos internacionales, las 17 ferias abarcan los mercados metas que el Ministerio de Turismo se proyecta desde el inicio de su gestión, y los cuales se han fortalecido desde el 2009.

La Cartera de Turismo proyecta invertir, al igual que el año pasado, cerca de \$1.5 millones de dólares para posicionar al país a nivel mundial. Las ferias a participar se desarrollarán en países como: Alemania, España, Francia, Holanda, Italia, Inglaterra, Estados Unidos, Canadá, Argentina, México, Colombia, Brasil, Costa Rica, Perú y Ecuador, entre otros.

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán confirmó este día que las ferias programadas van enfocadas en promocionar los diferentes segmentos que conforman la oferta turística de El Salvador, entre ellos: ocio, aventura, sol y playa, Mundo Maya, cruceros, aerolíneas, convenciones y negocios.

## El Salvador se promociona con éxito en España

El Ministerio de Turismo continuó su trabajo de posicionar a El Salvador como un destino competitivo en los mercados internacionales.

Esta vez, una delegación de empresarios junto al Viceministro de Turismo, Lic. Walter Alemán participaron en la 34ª Edición de la Feria Internacional de Turismo (FITUR), la cual se desarrolló del 22 al 26 de enero en Madrid, España.

Este año, el turismo de naturaleza y aventura se convirtió en el principal producto con el que El Salvador comercializó en el encuentro global más importante del sector turístico, siendo el conjunto natural Lago de Coatepeque y Volcán

llamatepec, ganadores del segundo lugar del concurso La Octava Maravilla del Mundo, la principal carta de presentación.

El Salvador llegó a la FITUR con un alto perfil, gracias al posicionamiento que el país ha logrado a través de reconocimientos importantes como la distinción de destino Emergente otorgado por EUROAL en 2013, así como el convenio firmado con Viajes El Corte Inglés, principal operador turístico de España.

## País destaca en FITUR tras inaugurar participación de Centroamérica.

El stand de El Salvador se convirtió en el escenario principal de la inauguración de la participación de Centroamérica en la Feria Internacional de Madrid (FITUR), el pasado 22 de enero.

Con una ceremonia muy colorida los países de la región levantaron el telón de promoción de la región como destino turístico en el cónclave más importante de la industria turística mundial; atrayendo la atención de importantes operadores turísticos de Europa.

El evento contó con la participación del embajador de El Salvador ante el reino de España, José Atilio Benitez Parada, empresarios internacionales, autoridades del sector centroamericano, entre otros.

## Viajes El Corte Inglés inicia campaña para vender destino salvadoreño

En el marco de la participación de El Salvador en la FITUR, Viajes El Corte Inglés presentó Madrid, España la campaña publicitaria con la que promocionará a El Salvador como destino turístico en sus 600 agencias distribuidas en Europa y Latinoamérica.

La presentación de la campaña se realizó en Only You Hotel & Lounge de Madrid por parte del Viceministro de Turismo de El Salvador, Lic. Walter Alemán, y el Director de Comunicación y Promoción de Viajes El Corte Inglés, Fernando Tomás.

La campaña "Descubre El Salvador con Viajes El Corte Inglés" se ha comenzado a divulgar en sus catálogos de destinos 2014, vallas publicitarias y en los principales medios de comunicación de Madrid.

El convenio con Viajes El Corte Inglés se firmó en octubre de 2013 en México y desde esa fecha el Ministerio de Turismo y el mayorista turístico han trabajado en un plan de promoción, seminarios, workshop, capacitaciones, programación de viajes para mayoristas y del rubro de medios, el cual ha comenzado a implementarse. La alianza estará vigente por un año.

### **Reconocen estrategia Pueblos Vivos en España**

El Salvador sigue ganando terreno turístico en España. Esta vez la editorial Grupo Excelencias, la más grande de la industria de turismo en Europa y Latinoamérica, reconoció al ministro de Turismo José Napoleón Duarte con el "Premio Excelencias" por la estrategia Pueblos Vivos.

El premio fue otorgado a El Salvador por la valorización que ha generado Pueblos Vivos en la identidad del país y sus regiones, así como su patrimonio natural y cultural que dan sostenibilidad a la visión de actuar cómo polos de desarrollo turístico.

El reconocimiento fue recibido por el Viceministro de Turismo, Lic. Walter Aleman, quien encabezó la delegación salvadoreña en España, en el marco de la participación del país en la FITUR.

Esta es la segunda ocasión que un actor internacional reconoce el éxito y modelo de Pueblos Vivos. En octubre de 2013, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) reconoció el proyecto como un ejemplo de Desarrollo Económico y Social en el II Foro Económico y Mundial desarrollado en Brasil.

De forma general, este es el tercer reconocimiento que el país recibe en España en el último año, lo que ha permitido fortalecer la imagen del país en dicha nación, que representa la principal puerta al mercado europeo. Entre los reconocimientos recibidos

está "Destino Emergente", entregado en la Feria española EUROAL de Torremolinos.

### **Reuniones estratégicas**

Como parte de la Misión Oficial del Viceministro de Turismo, Walter Alemán en la Feria Internacional de Turismo (FITUR) se desarrolló una agenda de trabajo paralela al evento que buscó fortalecer lazos con operadores turísticos, medios de comunicación y empresas turísticas con el propósito de mantener el posicionamiento del país en dicho mercado.

Una de las reuniones ha incluido al equipo de acuerdos de promoción turística de la aerolínea IBERIA, con la que se busca mantener el vínculo de conectividad directa y aumentar la promoción del destino en sus sitios webs. Asimismo el funcionario se reunió con la representante de la empresa de tour operador turístico La Cuarta Isla, con la que se busca estrechar lazos para promocionar a El Salvador como destino turístico.

Se realizó además realizado varias entrevistas con los medios de comunicación, entre las que se destaca Agencia de Noticias EFE, Lugares y Más (revista especializada) y Nuestro Turismo.

El Viceministro también participó en la XVII Conferencia Iberoamericana de Ministros y Empresarios de Turismo (Cimet), realizada en el marco de la Fitur.

La Cimet fue reunión-debate entre empresarios y ministros, que expusieron los planes de desarrollo de sus zonas turísticas y los incentivos al establecimiento e inversiones de la Pequeñas y Medianas Empreass españolas.

En esta oportunidad el funcionario explicó los beneficios de invertir en El Salvador, entre ellos la excepción de impuestos.

### **El Salvador presente en la Feria Surf Expo en Estados Unidos**

Del 9 al 13 de enero, el Ministerio de Turismo junto a una delegación de tres empresarios promocionaron a El Salvador como destino de

ocio, en la feria Surf Expo desarrollada en Orlando, Florida.

La feria se especializa en el rubro del surf, en la que nuestro país lleva ventaja para atraer a surfistas por contar con playas con excelentes olas como lo es Playa Punta Roca, en La Libertad, está clasificada entre las diez mejores del mundo para la práctica del Surf.

En la feria, los empresarios salvadoreños tuvieron la oportunidad de comercializar al público final sus atractivos de playas y servicios relacionados con la experiencia que ofrece el surf. Asimismo negociar con mayoristas la comercialización del destino en el mercado estadounidense.

Con la participación de El Salvador en la feria Surf Expo se buscó posicionar y promocionar a nuestro país como un destino de calidad mundial en surf, también como un destino de inversiones, campeonatos para surfistas profesionales.

En años anteriores promocionar a nuestro país en la Feria Surf Expo ha dado resultados positivos ya que El Salvador ha sido sede de importantes campeonatos mundiales de surf, como Reef Pro El Salvador 2013, desarrollado el año pasado. Un campeonato clasificado como categoría seis estrellas, el primero en su clase realizado en Centroamérica.

### **El Salvador participó en la Feria turística más grande de Bélgica, Holanda y Luxemburgo**

Una delegación del Ministerio de Turismo junto a un empresario salvadoreño participaron durante 5 días en la edición número 43 de la feria Vakantiebeurs, considerada la más grande dirigida al segmento de vacaciones y ocio.

Con la participación en la feria Vakantiebeurs se buscó fortalecer la presencia de nuestro país en el mercado holandés y posicionar a El Salvador como destino de calidad, atrayendo a mayoristas y lograr que más turistas de ese destino visiten el país.

La feria Vakantiebeurs se desarrolla una vez al año, considerada exitosa y de gran interés en el

mercado de Bélgica, Holanda y Luxemburgo. El año pasado la feria recibió a más de 126,551 visitantes, un incremento significativo de casi el 4% respecto a la edición anterior cuando se registraron 122,100.

Holanda es un país al que le apuestan las autoridades del Turismo de El Salvador, debido al poder adquisitivo y por tener un alto promedio de gasto durante sus viajes. Se estima que el turista holandés gasta un promedio de 3,000 euros en vacaciones. Se espera que al menos el 49% gaste 2,500 euros o más.

En la actualidad hay 32 touroperadores holandeses que venden destinos en Centroamérica, 13 ya están ofreciendo a El Salvador dentro de su oferta de destinos turísticos, lo que representa un 41% del total, dejando a un 59% como posibles socios para los empresarios turísticos salvadoreños.

### **Noticias varias MITUR presentó balance de temporada navideña**

El pasado 9 de enero, las autoridades del Ministerio de Turismo, Corporación Salvadoreña de Turismo e Instituto Salvadoreño de Turismo dieron a conocer el balance oficial correspondiente a la temporada navideña y fin de año, donde la curva en el flujo de turistas e ingreso de divisas mostró una tendencia positiva al alza.

Durante la temporada navideña, del 22 de diciembre al 2 de enero, el país recibió 88 mil 188 visitantes, lo que representó un crecimiento del 8.8 % respecto al mismo periodo de 2012. En ese periodo se contabilizó el ingreso de 81 mil 078 visitas.

“Los resultados obtenidos durante las fiestas de fin de año nos dejan muy contentos porque hemos superado la proyección que el Ministerio de Turismo se trazó en diciembre que era de 84,000 visitantes”, afirmó el Ministro de Turismo, José Napoleón Duarte Durán durante la presentación de resultados a los medios de comunicación. El titular de la Cartera de Turismo destacó el crecimiento en el ingreso de

turistas vía terrestre el cual fue del 26% y del 74% vía aérea.

Mientras tanto los ingresos económicos durante el período se contabilizan en \$34.20 millones, cuando lo proyectado por las autoridades fue de \$32.1 millones. La derrama económica generada durante la temporada navideña y fin de año del 2013 superó en más del 13.8 % los ingresos del año anterior que ascendieron a \$22.8 millones.

### **Crucero Azamara atracó con éxito en Puerto de Acajutla**

Por primera vez en El Salvador, el crucero Azamara Quest de la prestigiosa Corporación Royal Caribbean International atracó en el Puerto de Acajutla con 600 turistas a bordo provenientes de Puerto Caldera, Costa Rica.

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán encabezó la comitiva que dio la bienvenida a los cruceristas, quienes fueron recibidos con todo el folklor salvadoreño en un área diseñada especialmente para dichos visitantes.

Durante su estadía en El Salvador, los turistas del Azamara Quest disfrutaron de El Salvador a través de tour pagados a importantes destinos turísticos ubicados en el occidente y centro del país.

Durante el primer trimestre del 2014, el crucero Azamara Quest atracará en El Salvador en dos ocasiones saliendo desde Miami, Florida, a través del Canal de Panamá, que incluye una serie de recorridos por Centroamérica y el Mar de Cortez. Los viajes oscilarán entre 10 y 14 días. El próximo arribo está programado para el mes de mayo.

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.

Precisamente la llegada de Azamara Cruises es el resultado de un esfuerzo sin precedentes realizado en conjunto por todos los países de la región mesoamericana, los cuales se unieron para desarrollar una estrategia con las principales líneas de cruceros del mundo que garantice la promoción de sus diversos destinos del Pacífico.

### **Crucero Alemán Ms Europa atraca en El Salvador con 400 turistas**

El Salvador ha logrado un avance significativo en la atracción de cruceros. El pasado 19 de enero atracó en el Puerto de Acajutla el crucero alemán MS Europa con aproximadamente 400 pasajeros a bordo.

Esta fue la cuarta ocasión en que dicho barco visitó nuestro país en los últimos 6 años.

El crucero MS Europa permaneció en nuestro país aproximadamente nueve horas, tiempo en el que los turistas conocieron nuestros Pueblos Vivos como Ataco, específicamente la finca El Carmen y el parque de Ataco; así como el mirador del Hotel Cerro Verde, el municipio de Izalco y el sitio arqueológico El Tazumal.

Las personas a bordo de MS Europa fueron turistas alemanes y turistas provenientes de Norteamérica. Se estimó que en su paso por El Salvador los cruceristas habrían dejado entre \$60,000 y \$80,000 en concepto de divisas.

### **Turismo médico se fortalece tras nuevas acreditaciones a hospitales**

El Salvador continúa abriéndose campo en turismo médico. El pasado 28 de enero, el presidente de la Asociación Americana para Acreditación de Instalaciones de Cirugía Ambulatorias Internacionales (AAAASFI, por sus siglas en inglés) Ronal Edward Iverson, visitó el país para acreditar a dos nuevos centros médicos. Se trata de Clínica Zaldívar y el Centro de Cirugía Ambulatoria.

Clínicas Zaldívar es líder en el campo de la Cirugía Plástica y de belleza corporal y una diversa gama de servicios como cirugía plástica, tratamientos mínimamente invasivos,

reducción de peso y tratamientos de spa facial y corporal que utilizan equipos innovadores.

Por su parte, el Centro de Cirugía Ambulatoria (CECIAM) surge a raíz de una visionaria idea de un equipo de médicos salvadoreños, que concibieron la necesidad de brindar una alternativa en la atención médica con calidad y calidez humana especializada en el tratamiento de cirugías de baja envergadura.

Con estas dos nuevas acreditaciones ya suman 8 las instituciones médicas que la AAAASFI certifica en nuestro país. Desde el año pasado el Centro internacional del Cáncer, el Hospital de Especialidades Nuestra Señora de La Paz, Hospital San Francisco, Hospital Paravida y Clínica Hasbún fueron alguno de los centros médicos acreditados.

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, afirmó que los avances del turismo médico hasta la fecha han sido positivos gracias al trabajo conjunto del sector público y privado. "Estas certificaciones vienen a fortalecer la imagen y confianza de los turistas hacia nuestros servicios médicos", expresó el funcionario.

### **Entrega de documentos estratégicos a actores del sector turismo**

Como parte del apoyo de la Corporación Salvadoreña de Turismo y el Ministerio de Turismo durante el mes de enero continuó con la entrega de Documentos Estratégicos para

mejorar la competitividad y los conocimientos de diferentes actores del sector turístico.

Los documentos estratégicos también fueron entregados a centros educativos públicos y privados que imparten la carrera de Turismo. Entre los documentos distribuidos están: Cartilla Salvadoreña de Cultura Turística, Recopilación de Normas de Calidad Turística Salvadoreña, Cartilla Infantil de Cultura Turística, Documento para Fortalecer competitividad de MIPYMES turísticas, Documento para fortalecer la Competitividad de Tour Operadores y el Mapas de la Mancomunidad del Golfo de Fonseca.

### **MITUR-CORSATUR elaboran nuevos documentos para el sector**

Como una iniciativa de la Gerencia de Planificación, durante el mes de Enero -2014 se trabajó en la elaboración del documento "Fortalecimiento de la Competitividad del Sector Turístico Salvadoreño", en el que se recopilan las principales actividades ejecutadas desde el área de Asistencia Técnica de la Gerencia de Planificación.

Dicho documento busca ser una muestra del trabajo realizado, resaltando que con la visión estratégica del Señor Ministro de Turismo, se han realizado programas ejecutados por la Gerencia de Planificación de CORSATUR, beneficiado a un total de 1,432 actores del sector durante el 2013.

## Acciones desarrolladas durante Febrero 2014



## Industria de la aviación se reúne en El Salvador en Routes Américas

Del 23 al 25 de febrero el Ministerio de Turismo junto a otras instituciones relacionadas con la industria de la aviación en el país, albergaron la séptima edición de Routes Americas 2014, evento que reunió a más de 400 profesionales de la aviación, 70 líneas aéreas, 25 autoridades de turismo y 100 aeropuertos.

Routes Americas se desarrolló en un momento clave en el que El Salvador se posiciona como uno de los Hubs más importantes de la región, ya que desde hace varios años el Aeropuerto Internacional de El Salvador se ha convertido en el centro de operaciones de la aerolínea Avianca como parte de la restructuración de su banco de vuelos.

Durante los tres días, el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte, sostuvo reuniones bilaterales con los representantes de aerolíneas para atraer nuevas rutas aéreas a nuestro país y mejorar la conectividad para posicionar a El Salvador como destino estratégico aeronáutico, turístico y de negocios internacionales.

Con este evento, el Ministerio de Turismo tuvo como objetivo aumentar el conocimiento que se tiene del destino El Salvador a nivel internacional, así como expandir la red de conectividad aérea del país a lo largo del continente americano y crear tráfico adicional a nuestro aeropuerto.

## MITUR inaugura con éxito Routes Américas

El pasado 23 de febrero, el Ministerio de Turismo inauguró Routes Américas, el evento que reunió a los principales responsables de la toma de decisiones sobre servicios aéreos para la región de las Américas.

En su discurso inaugural, el Ministro de Turismo se mostró orgulloso que El Salvador sea la sede de Routes America 2014, marcando un precedente, ya que por primera vez el evento se desarrolló en un país centroamericano, expresando que "Routes Americas es un evento especial que pone a El Salvador dentro del

mapa de la conectividad aérea, nos dará la oportunidad de mostrar el destino y lograr que estas grandes empresas se familiaricen y se motiven a hacer negocios en nuestro país y en las Américas."

Routes Americas 2014 inició con la Cumbre Estratégica, donde se debatieron temas de interés para la industria, estrategias para asegurar el éxito del rubro, las visiones a futuro en el sector y el precio correcto en las privatizaciones.

## Routes America registra 1,500 citas de negocios entre aerolíneas

La organización de Routes Americas San Salvador 2014, confirmó que durante el evento más grande de la industria en las Américas se concretaron 1,500 citas de negocios entre los más de 350 participantes.

El ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, tuvo acercamientos con al menos 17 representantes de líneas aéreas para atraer nuevas rutas, buscando además mejoras en la conectividad.

Entre los encuentros con las aerolíneas, destacan las reuniones con Viva Colombia, JetBlue y Southwest, quienes se mostraron interesados en abrir nuevos vuelos en la región Centroamericana.

## Ministro recibe a invitados VIP de Routes Américas

En el marco de Routes Américas, el Ministro de Turismo Lic. José Napoleón Duarte Durán, recibió a los invitados VIP, entre ellos CEO de las aerolíneas más importante de las Américas, en una recepción a puerta cerrada en un reconocido restaurante de San Salvador.

En dicha reunión los invitados pudieron conocer un poco más sobre las oportunidades de inversión turística en el país, sobre los destinos y, además, compartir con los organizadores oficiales de Routes Américas. Posteriormente, tuvieron la oportunidad de visitar varios destinos de El Salvador, con el fin de conocer la oferta que ofrece el país.

Como parte de la recepción general de bienvenida, el Ministerio de Turismo a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo, realizó una coctel en el Museo y Arte (MARTE), donde los asistentes pudieron disfrutar de un El Salvador Cosmopolitan. El lunes 24 de febrero, pudieron disfrutar de una cena cultural en el sitio arqueológico El Tazumal donde pudieron apreciar la artesanía y saborear la gastronomía salvadoreña.

### **Ferias internacionales**

#### **El Salvador participa en Vitrina Turística ANATO en Colombia**

El Salvador promocionó del 26 al 28 de febrero su potencial turístico en la edición número 33 de la Vitrina Turística, ANATO 2014 que Colombia, Bogotá.

Con la participación en dicha feria de promoción, la cual se desarrolló en el Centro Internacional de Negocios y Exposiciones (Corferias), las autoridades del Ministerio de Turismo posicionaron a El Salvador como un destino turístico en Colombia, el país suramericano emisor de turistas más importante para El Salvador.

La comitiva del Ministerio de Turismo será presidida por el titular de la Cartera de Estado, Lic. José Napoleón Duarte Durán, acompañado por 8 empresas salvadoreñas del sector.

#### **Ministro de Turismo inaugura stand de El Salvador en Bogotá.**

El pasado 26 de febrero, el ministro de Turismo Lic. José Napoleón Duarte Durán junto a representantes de la Embajada de El Salvador en Colombia inauguraron la participación del país en la 33 edición de la Asociación Colombiana de Agencias de Viaje y Turismo (ANATO) 2014.

La participación de El Salvador tiene como objetivo posicionar la oferta turística de El Salvador en el mercado suramericano, principalmente en Colombia.

Este año participan 8 empresas salvadoreñas, entre ellas Hotel Los Almendros de San Lorenzo, MAYAN Scape y la Tortuga Verde.

#### **Ministro Duarte sostiene reuniones estratégicas en ANATO 2014**

El ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, sostuvo del 26 al 28 importantes reuniones estratégicas en el marco de la 33 edición de la Vitrina Turística de ANATO, una feria turística que se desarrolla desde el 26 al 29 de febrero en Bogotá, Colombia.

La primera reunión fue con el doctor José Pablo Arango Gerente General de la oficina de marca país de Colombia, con el objetivo de conocer su estrategia y buscar mecanismos que se puedan aplicar en El Salvador.

El funcionario junto a representantes de la embajada de El Salvador en Colombia y la gerente de mercadeo del ministerio de turismo participaron en una presentación especial que incluyó: estrategia de comunicaciones, comercialización, alianzas, promoción sobre la implementación de su marca.

Durante la presentación Arango señaló que el éxito de la marca país de Colombia se debe no sólo a las estrategias aplicadas sino a la unión de todos los sectores económicos, quienes están convencidos que el país necesita un cambio positivo. Reiteró que esta estrategia de promoción del turismo, inversión y destino es totalmente separada de la política, lo que les ha garantizado el éxito de su marca país.

#### **Ministro Duarte se reúne con presidente de AVIANCA en Colombia**

En el marco de la XXXIII Vitrina Turística de ANATO, celebrada del 26 al 28 de febrero en Bogotá Colombia, el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, se reunió con el presidente de AVIANCA, Lic. Fabio Villegas, con quien sostuvo una reunión de cortesía.

Durante su visita, el funcionario habló sobre éxito que El Salvador en cuanto al flujo de colombianos al país producto de la eliminación de los requisitos de visa, que entró en vigencia en julio de 2012, así como el aumento de las frecuencias de AVIANCA.

De manera directa desde El Salvador, AVIANCA opera a tres destinos al interior de Colombia:

Bogotá, Medellín y Cali. En la ruta San Salvador a Bogotá ofrece 19 frecuencias semanales, adicionalmente desde San Salvador ofrece un vuelo diario hacia Cali y un vuelo diario a Medellín. El flujo de movilización de AVIANCA aumentó un 20% en 2013, señalaron representantes de la aerolínea en Colombia.

### **Ministro Duarte da seguimiento a alianza con Viajes El Corte Inglés**

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, se reunió recientemente con el director de la oficina de la Agencia de Viajes El Corte Inglés, Sergi Martín, en Bogotá Colombia con el fin de darle seguimiento al convenio de promoción y comercialización que ambos firmaron en octubre de 2013.

Durante la reunión se habló sobre la estrategia a implementar en el mercado colombiano, misma donde Viajes El Corte Inglés posee más de 80 oficinas de comercialización de destino.

Entre las acciones a implementar están promoción en los principales medios de comunicación, banner y publicidad en sitios estratégicos. Además de incluir el destino salvadoreño en sus catálogos de venta.

En enero, Viajes El Corte Inglés lanzó en España la campaña "Descubre El Salvador con Viajes El Corte Inglés" ha comenzado a divulgar en sus catálogos de destinos 2014, vallas publicitarias y en los principales medios de comunicación de Madrid, México y Colombia.

### **MITUR y Proexport Colombia intercambian experiencias en turismo**

En el marco de la XXXIII Vitrina Turística ANATO 2014, celebrada del 26 al 28 de febrero en Bogotá Colombia, el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, sostuvo una importante reunión con el Vicepresidente de la oficina de Promoción de turismo, promoción y exportación (Proexport), Doctor Enrique Stellabatti para intercambiar experiencias exitosas de turismo.

El funcionario habló sobre el apoyo que el sector a dado a El Salvador, principalmente en la construcción de la ruta del café situada

Santa Ana, Ahuachapán, Sonsonate, San Miguel y Usulután a través de la experiencia que Colombia implementó con la ruta cultural del café aplicado en dicho país.

Asimismo ambos titulares se comprometieron a fortalecer lazos de apoyo para fortalecer el flujo de turismo entre ambas naciones.

Proexport es la entidad encargada de la promoción del turismo internacional, la inversión extranjera y las exportaciones no tradicionales en Colombia.

A través de la red nacional e internacional de oficinas, ofrece apoyo y asesoría integral a los clientes, mediante servicios o instrumentos dirigidos a facilitar el diseño y ejecución de su estrategia de internacionalización, que busca la generación, desarrollo y cierre de oportunidades de negocios

### **El Salvador presente en feria de turismo en República Checa**

Por iniciativa conjunta de Ministerio de Turismo y la Corporación Salvadoreña de Turismo, touroperadores salvadoreños apoyados por la Embajada de El Salvador en Alemania participaron por segunda vez consecutiva en la Feria de Turismo Holiday World 2014 en República Checa.

La feria se desarrolló del 20 al 23 de febrero en la ciudad de Praga en su 23a edición, ofreciendo una plataforma comercial importante para touroperadores y agencias de viaje para el mercado de Europa Central.

El Salvador fue el único país de la región centroamericana promocionado en esta importante feria que reúne profesionales del sector de turismo.

La región caribeña está representada por Cuba, República Dominicana y Jamaica. Con una colorida decoración, el stand salvadoreño marca una diferencia con los demás promoviendo la rutas turísticas, como *Sol y Playa, Surf, Volcanes y Arqueológica*.

Al público checo le llama mucho la atención la oferta de deportes extremos en El Salvador como rafting y montañismo.

Con el apoyo del representante checo de "Café Majada" y la empresa salvadoreña "Santa Eduvigis", la Embajada de El Salvador promocionó los productos salvadoreños en el mercado checo ofreciendo degustaciones de café y semita en el marco de la feria turística.

Entre los representantes que viajaron desde El Salvador para promocionar sus rutas fueron las empresas del rubro turístico: *Epic Tours* y *Transportes JAP* acompañados por una delegada de CORSATUR.

### **Crucero Azamara llega a El Salvador por segunda ocasión**

Este sábado el crucero de Royal Caribbean, Azamara Quest atracó nuevamente en el Puerto de Acajutla. Ésta 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.

La llegada del barco Azamara se da en el marco de la estrategia regional de la Ruta Mesoamericana impulsada por Costa Rica, Nicaragua, El Salvador, Guatemala y México, para la promoción bajo la marca Amazing Pacific.

En esta ocasión el Azamara Quest llega 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 permanecerá en el Puerto de Acajutla los cruceristas podrían dejar a nuestro país entre \$90,000 y \$120,000 en concepto de divisas.

### **Asamblea Legislativa aprueba préstamo de \$25 millones para turismo**

El pasado 13 de febrero diputados de la Asamblea Legislativa aprobaron con 49 votos el préstamo de \$25 millones solicitado al Banco Interamericano de Desarrollo (BID) para impulsar el Programa de Desarrollo Turístico de la Franja Costero Marina, el cual buscará poner en valor

los atractivos turísticos con los que cuenta El Salvador.

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, afirmó que "la aprobación de este préstamo abre una oportunidad de desarrollo económico y local de los municipios que se verán beneficiados con el proyecto".

Destacó además el interés de los diputados por impulsar el país a través del turismo, un sector que ha demostrado un crecimiento del 22.6% en el flujo de turistas al país y en el ingreso de divisas entre 2009-2013.

### **Ministro realiza inspección en canchas de fútbol playa en Apulo**

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán junto a la directora ejecutiva del Instituto Salvadoreño de Turismo, Lic. Dolores de Funes verificaron el pasado 10 de febrero los avances en la construcción de la cancha de fútbol playa, ubicada en el Parque Acuático de Apulo, en Ilopango.

El 5 de septiembre del año pasado las autoridades de turismo en compañía de los guerreros de playa colocaron la primera piedra, a cuatro meses de iniciada la construcción el avance de la obra es del 65 %. Según las proyecciones la obra estaría culminada en marzo próximo.

El proyecto, que es edificado en la zona del sector poniente del Parque Apulo, tendrá una capacidad para mil espectadores con un área construida de 3,278.55 metros cuadrados.

La edificación contará además con 4 vestidores para jugadores equipados con sus respectivas duchas, lockers, servicios sanitarios, área de masajes, sanitarios para espectadores aplicando la normativa de accesibilidad, para personas discapacitadas, taquillas, vestidores de árbitros, clínica antidopaje, locales para comida rápida, rampas y escaleras de emergencia. El costo de inversión de la cancha de fútbol playa asciende a \$1,180,062.26 provenientes de Fondos GOES.

### **Avanza obra de infraestructura en Costa del Sol**

El Ministerio de Turismo a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo, anunciaron en febrero que la obra de infraestructura en la Costa del Sol, departamento La Paz, avanza con éxito en su primera fase.

El objetivo de este proyecto es poner en valor turístico a los destinos mediante la construcción de obras de inversión en infraestructura turística decorativa y de ambientación que dan la bienvenida al turista que visita estas playas del departamento de La Paz y que es uno de los sitios preferidos por los salvadoreños en fines de semana y temporadas vacacionales Monto de \$29,745.51.

### **Supervisan construcción de cancha de fútbol playa en Costa del Sol**

El pasado 7 de febrero el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, la Directora Ejecutiva del Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU), Dolores Enríquez de Funes supervisaron los avances en la construcción de la cancha de fútbol playa en la Costa del Sol.

Se verificó que la obra tiene un avance del 45 %, las autoridades expresaron a la prensa nacional que la infraestructura deportiva esté lista el próximo 25 de abril.

La construcción de las canchas inició en octubre de 2013, y el pasado 10 de diciembre el Ministro de Turismo junto a los seleccionados de fútbol playa colocaron la primera piedra. El

Proyecto que será edificado en la segunda etapa del sector estero del Parque Costa del Sol, tendrá capacidad para 2,000 personas distribuidas en cuatro graderías, cada una para 500 espectadores. El costo de inversión asciende a \$1,449,956.87 y \$53,000.00 que serán utilizados en la supervisión de la obra.

### **Ministro inaugura festival de arte y cultura en Suchitoto**

El Ministro de Turismo; Licenciado José Napoleón Duarte Durán participó en la inauguración del festival de arte y cultura celebrándose en el Teatro Alejandro Cotto, en el que participó la Orquesta Nacional de El Salvador.

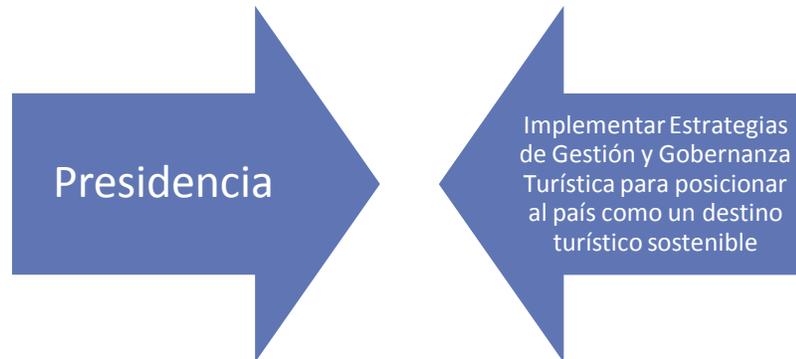
El Embajador de Alemania; Heinrich Haupt; uno de los invitados del evento, mencionó la importancia de potencializar el arte y la cultura a través del trabajo en conjunto entre Alemania y El Salvador para fortalecer esfuerzos que conlleven a Suchitoto en un destino turístico emergente, en el que los artistas salvadoreños e internacionales tengan un espacio para poder ejercer y demostrar sus talentos. Asimismo el Dr. Rodrigo Brito Director del Hospital de Diagnóstico, menciona la importancia que dichas actividades tienen en el país.

El Ministro de Turismo destacó la importancia de participar en la apertura del festival y realizó una atenta invitación para que los turistas nacionales e internacional se acerquen a Suchitoto y se deleiten en actividades artísticas.

## 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

Asociada con:



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

#### ➤ 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 Enero-Febrero 2014.



Tabla de Datos	2014	
Número de Reuniones	Enero	Febrero
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 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	
Numero de Misiones Oficiales	Enero	Febrero
Planificado	0	1
Ejecutado	0	1

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

Se cumple con la Planificación establecida de forma bimensual, cubriendo la misión de un Director de Junta Directiva que participo en la Feria ANATO, Bogotá, Colombia.

➤ **A3 - Asesoría Jurídica**

El periodo 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.

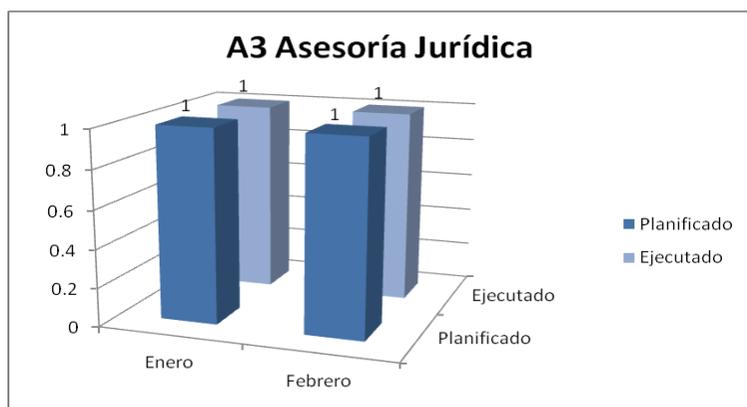


Tabla de Datos	2014	
Numero de Asesorías Jurídicas	Enero	Febrero
Planificado	1	1
Ejecutado	1	1

**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.

Asociada con:



## 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 Enero-Febrero 2014 con su respectivo análisis.

Meta	Indicador	Cronograma				Análisis de Resultados (Seguimiento y medición).
		Enero		Febrero		
		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	x	x	N/A	N/A	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	x	x	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 ambos meses (1 en enero y 4 en febrero).
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 75% en el proceso de inducción del personal contratado en los meses de enero y febrero.
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 correspondiente s.	N/A	N/A	N/A	N/A	Se ha iniciado la elaboración del Programa de Capacitación para el 2014, el cual está en proceso de aprobación. Las capacitaciones están programadas para iniciar en el mes de abril.

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 iniciado el proceso de adquisición de suministro de uniformes, el cual se tiene programado en POA adjudicar en el mes de Marzo y recibirse el suministro en abril.
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	N/A	N/A	Se ha iniciado el proceso de adquisición de medicamentos para el botiquín médico, se tiene programado en POA recibir el suministro en el mes de abril.
Identificar a través del carnet al personal que labora para CORSATUR.	104 carné institucionales.	N/A	N/A	N/A	N/A	Se ha iniciado el proceso de adquisición de carnets para el personal, se tiene programado en POA recibir el suministro en el mes de abril.
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 planificada o ejecutada 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			
		Enero		Febrero	
		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

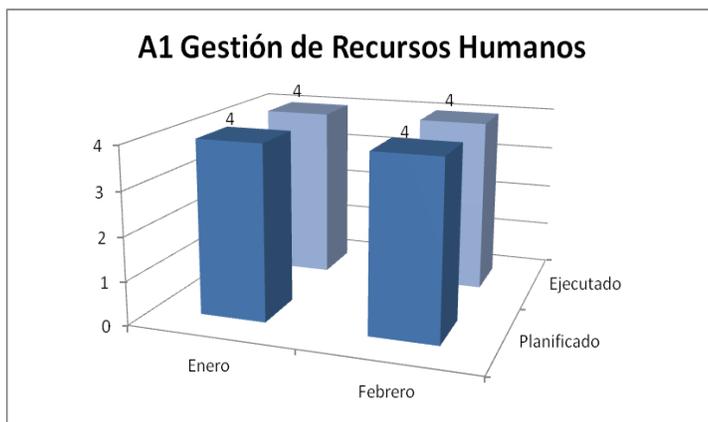


Tabla de Datos	2014	
Número de Planillas ( Salarios, Horas Extras, AFP e IPSFA)	Enero	Febrero
Planificado	4	4
Ejecutado	4	4

**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 Enero-Febrero 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			
		Enero		Febrero	
		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 planificada o ejecutada 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			
		Enero		Febrero	
		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

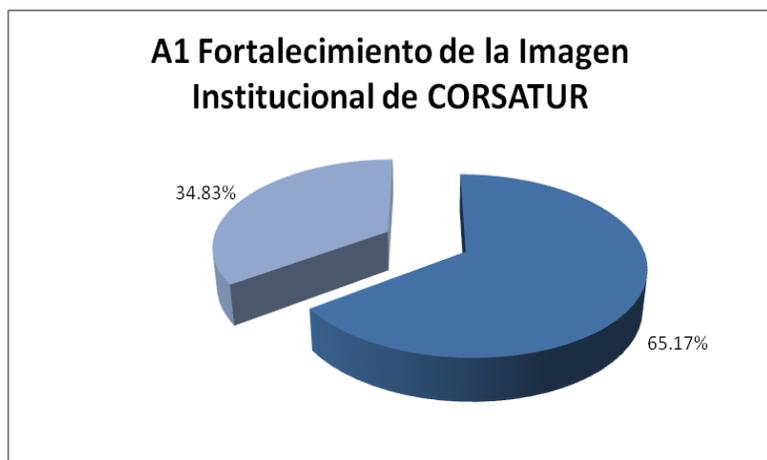


Tabla de Datos	
Participación de Medios de Comunicación	Porcentual
Anuales por lograr	65.17%
Reales Primer Bimestre	34.83%
Total	100.00%

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

Durante el mes de enero y febrero la unidad contabilizó 3 eventos institucionales de los cuales se requirió prensa.

➤ **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			
		Enero		Febrero	
		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 Enero el jefe de unidad participo en FITUR, España y en Febrero en ANATO, Colombia con el fin de darle cobertura al evento y transmitirla en los medios.

➤ **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	Cronograma			
		Enero		Febrero	
		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

**A1 Realizar actividades informativas con los medios de comunicación para divulgar información oportuna para dinamizar el sector turístico**

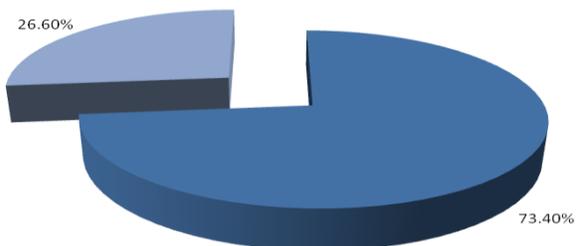


Tabla de Datos		
	Porcentual	Numérico
Conferencias		
Anuales por realizar	73.40%	11
Realizadas Primer Bimestre	26.60%	4
Total	100.00%	15

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

Durante el mes de enero se realizo una conferencia de prensa y en febrero 3 conferencias/actividades

## 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 periodo 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			
		Enero		Febrero	
		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	X	X	X

**Nota.**

N/A No hay actividad planificada o ejecutada para el período

### A1 Gestionar los procesos de adquisiciones y contrataciones solicitados por las unidades organizativas

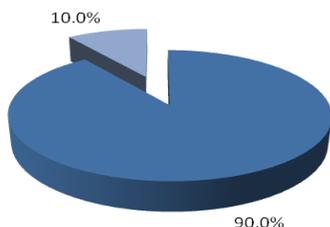


Tabla de Datos		
Tramites de procesos de licitación y/o concurso público	Porcentual	Numérico
Planificados por realizar	90.0%	9
Realizados Primer Bimestre	10.0%	1
Total	100.00%	10

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

En febrero se finalizó el proceso de Licitación, el resultado del proceso fue Declarada Desierta por segunda vez.

- Tramitar 6 procesos de libre gestión al mes

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			
		Enero		Febrero	
		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 planificada o ejecutada para el período

### A1 Gestionar los procesos de adquisiciones y contrataciones solicitados por las unidades organizativas

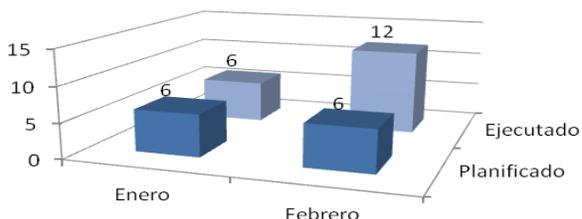


Tabla de Datos	2014	
Tramites de procesos de libre gestion	Enero	Febrero
Planificados	6	6
Ejecutados	6	12

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

Sea cumplido la meta establecida y en el mes de Febrero superamos el indicador realizando el doble de la meta

- **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			
		Enero		Febrero	
		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	X	X	X

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

Ya se realizó una Contratación Directa hasta finalizar el proceso, pero fue declarada desierta.

➤ **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			
		Enero		Febrero	
		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	X	X	X	X

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

Se realizó la programación anual la cual ya está autorizada por las autoridades

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 documento de programación anual de adquisiciones y contrataciones
- 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 documento de programación anual de adquisiciones y contrataciones**

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			
		Enero		Febrero	
		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 documento de programación anual de adquisiciones y contrataciones	X	X	N/A	N/A

**Nota.**

**N/A No hay actividad planificada o ejecutada para el período**

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

Se realizó la programación anual la cual ya esta autorizada por las autoridades

- **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			
		Enero		Febrero	
		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	X	X	X	X

**Nota.**

**N/A No hay actividad planificada o ejecutada para el período**

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

El informe que corresponde al primer trimestre se entregara en Abril

- **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			
		Enero		Febrero	
		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 planificada o ejecutada para el período**

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

Se entregaron los informes correspondientes a cada mes

## 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			
		Enero		Febrero	
		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

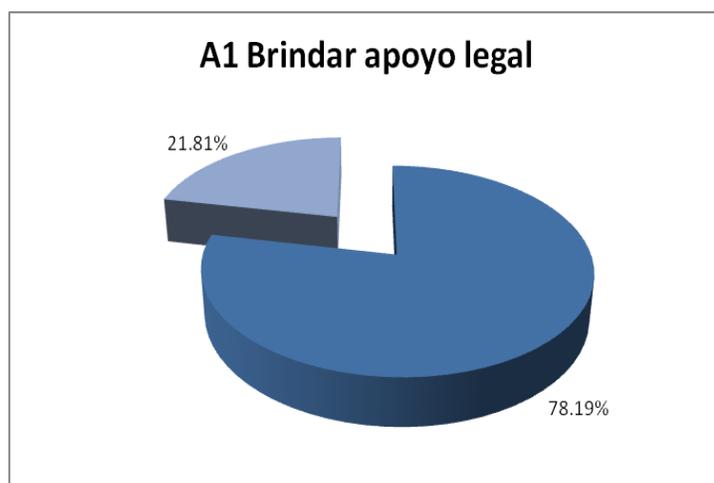


Tabla de Datos	Porcentual	Numérico
Opiniones		
Anuales por realizar	78.19%	319
Realizadas Primer Bimestre	21.81%	89
Total	100.00%	408

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

➤ **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			
		Enero		Febrero	
		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 planificado.

➤ **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			
		Enero		Febrero	
		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 planificado.

**UNIDAD AMBIENTAL**

---

**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			
		Enero		Febrero	
		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 enero y febrero se hicieron 147 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](http://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			
		Enero		Febrero	
		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 planificada o ejecutada para el periodo

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

Se ha empezado la recopilación de informes de las distintas gerencias y unidades y la comisión de rendición de cuentas está sintetizando dicha información.

#### ➤ 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			
		Enero		Febrero	
		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 items recabados semestralmente	X	X	X	X

### 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](http://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			
		Enero		Febrero	
		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 realizó proceso de compra para adquisición de mobiliario para parte de archivos que están en CORSATUR, actualmente a espera de ofertas.
- ✓ Se cuenta con guía de archivo.
- ✓ Se ha creado correo como Responsable de Archivo, para facilitar gestiones internas con las unidades de CORSATUR.

## GERENCIA FINANCIERA

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 Enero-Febrero 2014.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Enero		Febrero	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Elaboración de informe mensual de recaudación del Fondo de Contribución Especial.	12	X	N/A	X	X

**Nota.**

N/A No hay actividad planificada o ejecutada para el periodo

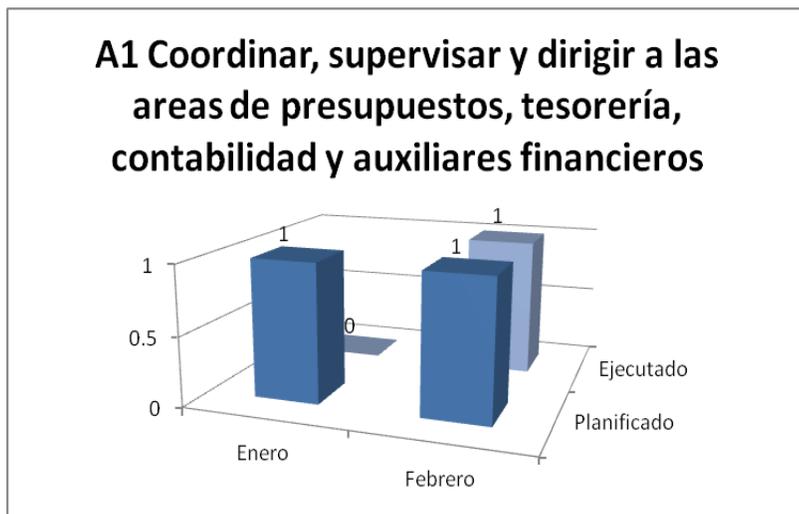


Tabla de Datos	2014	
	Enero	Febrero
Informes		
Planificado	1	1
Ejecutado	0	1

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

En el mes de febrero se elaboro y remitió a la Gerencia General informe de ejecución presupuestaria correspondiente al mes de enero, 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 Enero-Febrero 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			
		Enero		Febrero	
		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 planificada para el período

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

En los meses de enero y febrero 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			
		Enero		Febrero	
		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	X	X	N/A	N/A

Nota.

N/A No hay actividad planificada 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			
		Enero		Febrero	
		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	Enero	Febrero
Planificado	1	1
Ejecutado	1	1

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

En los meses de enero y febrero se elaboraron 2 informes de ejecución presupuestaria, para la adecuada toma de decisiones de la Gerencia General, se elaboraron y presentaron 12 informes de ejecución presupuestaria de las diferentes fuentes de financiamiento

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			
		Enero		Febrero	
		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

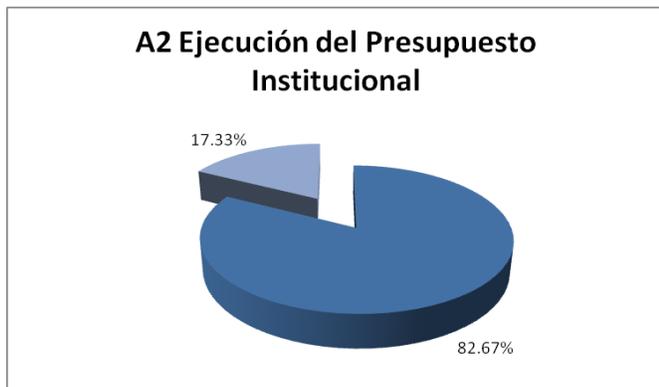


Tabla de Datos		
Modificaciones Presupuestarias	Porcentual	Numérico
Por realizar	82.67%	62
Realizadas Primer Bimestre	17.33%	13
Total	100.00%	75

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

En apoyo a la ejecución de las adquisiciones de bienes y servicios, se realizaron 13 modificaciones presupuestarias en la Programación de la Ejecución.

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			
		Enero		Febrero	
		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

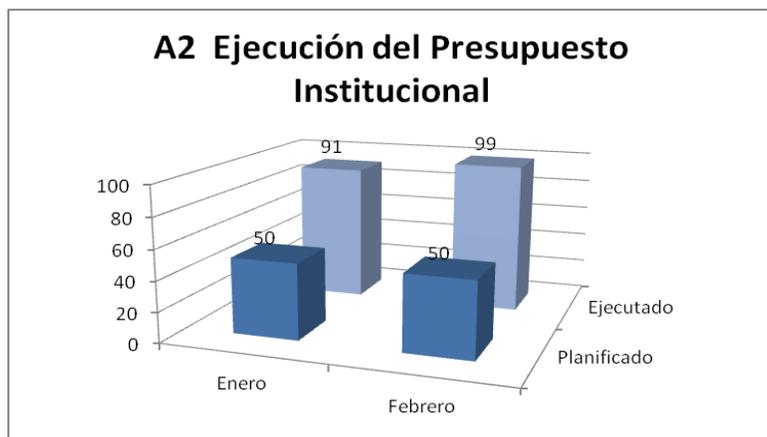


Tabla de Datos	2014	
	Enero	Febrero
Compromisos presupuestarios		
Planificado	50	50
Ejecutado	91	99

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

En los meses de enero y febrero se registro un total 190 compromisos presupuestarios, en apoyo a la ejecución presupuestaria de las diferentes unidades.

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			
		Enero		Febrero	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Elaboración de informe trimestral de la Programación Física y Financiera del ejercicio fiscal vigente, para seguimiento del presupuesto institucional.	8	X	X	N/A	N/A

**Nota.**

N/A No hay actividad planificada para el período

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

En el mes de enero se elaboro y presento 2 informes trimestrales físico, financiero y de ahorro, correspondientes al cuarto trimestre del 2013.

➤ **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			
		Enero		Febrero	
		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

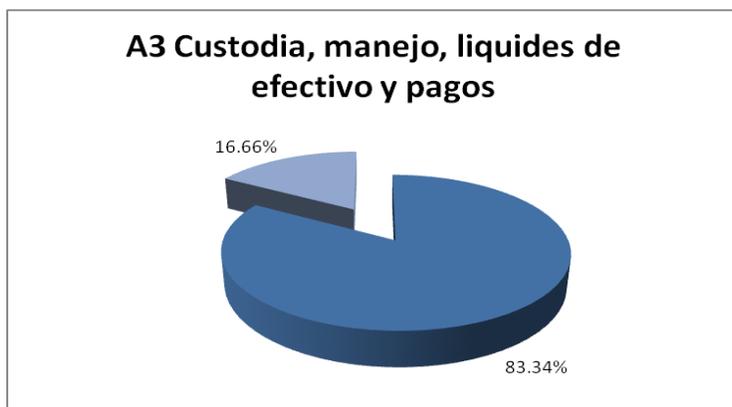


Tabla de Datos		
Pagos	Porcentual	Numérico
Por realizar	83.34%	10
Realizadas Primer Bimestre	16.66%	2
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>	<b>12</b>

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

Se ha realizado oportunamente los pagos de remuneraciones, bienes y servicios de acuerdo a los desembolsos realizados por le 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			
		Enero		Febrero	
		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

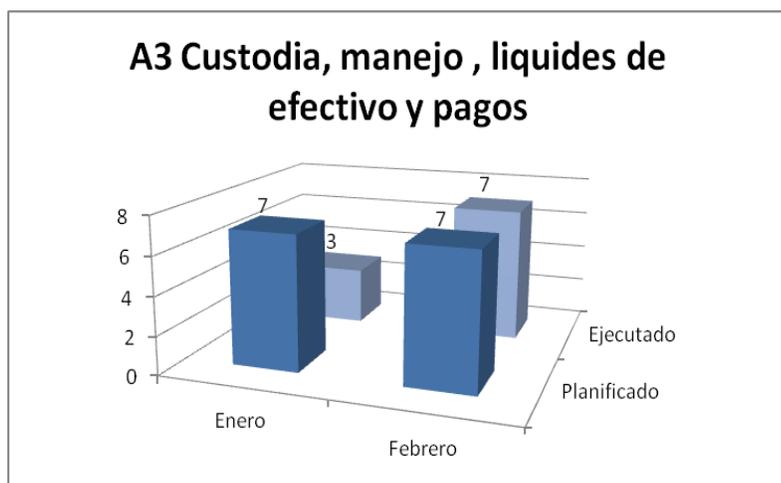


Tabla de Datos	2014	
Requerimientos de Fondos	Enero	Febrero
Planificado	7	7
Ejecutado	3	7

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

Registro y elaboración de 10 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			
		Enero		Febrero	
		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

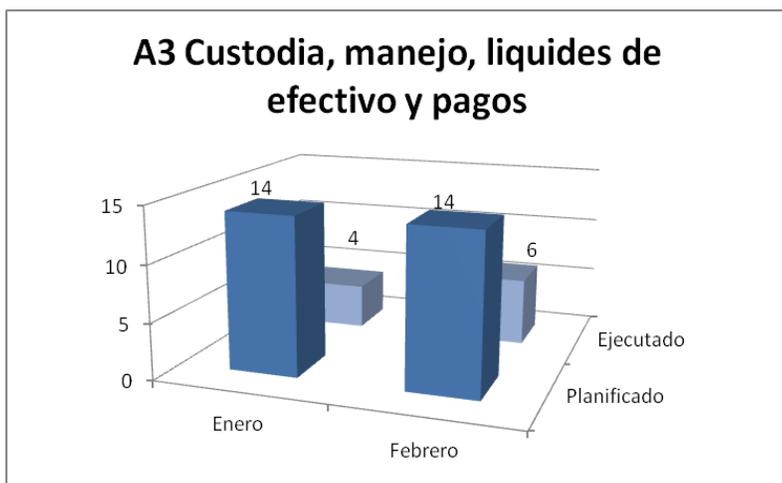


Tabla de Datos	2014	
Declaraciones de IVA y Renta	Enero	Febrero
Planificado	14	14
Ejecutado	4	6

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

Registro y elaboración de 10 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			
		Enero		Febrero	
		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

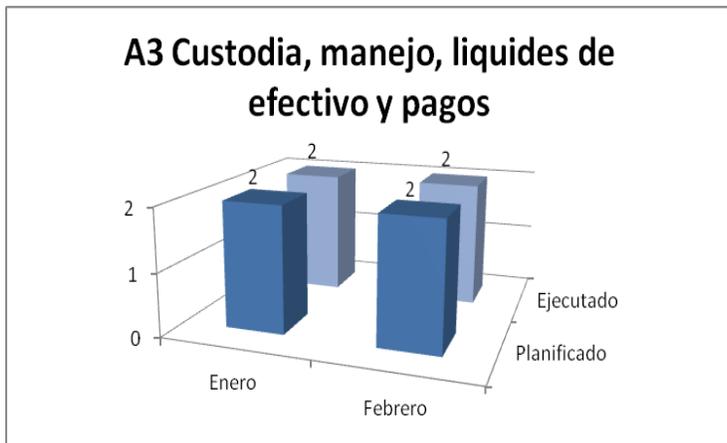


Tabla de Datos	2014	
	Enero	Febrero
Recolección de datos		
Planificado	2	2
Ejecutado	2	2

#### 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.

#### ➤ 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			
		Enero		Febrero	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Preparación de reportes de consolidación y balance al Ministerio de Hacienda (mensuales y anuales).	14	X	X	X	X

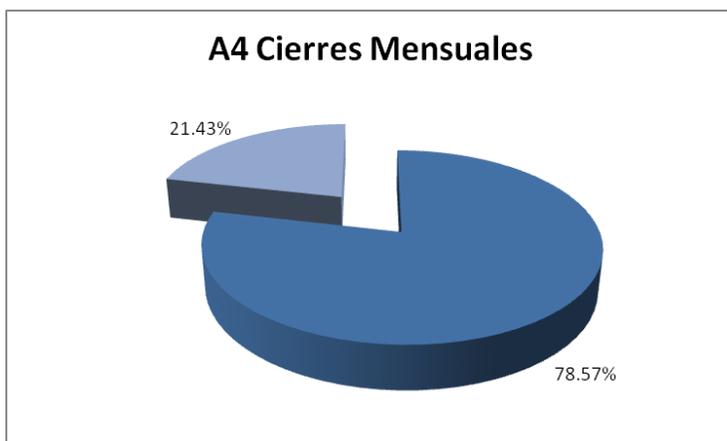


Tabla de Datos		
Reportes de consolidación y balance	Porcentual	Numérico
Por realizar	78.57%	11
Realizados Primer Bimestre	21.43%	3
Total	100.00%	14

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

Se elaboraron y presentaron 3 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			
		Enero		Febrero	
		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

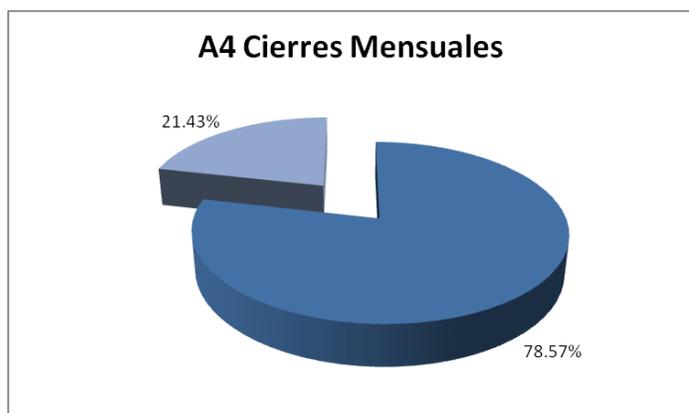


Tabla de Datos		
Cierres Mensuales	Porcentual	Numérico
Por realizar	78.57%	11
Realizados Primer Bimestre	21.43%	3
Total	100.00%	14

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

Se elaboraron y presentaron 3 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 especificos para la consecución de objetivos definidos, pero se elaboro un cuadro comparativo cualitativo de planificado vs. Ejecutado.

Meta	Indicador	Cronograma			
		Enero		Febrero	
		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	X	X

#### Nota.

N/A No hay actividad planificada para el período

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

Se elaboraron y presentaron Estados Financieros de CORSATUR semestrales y anuales (a diciembre 2013), al Ministerio de Hacienda.

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			
		Enero		Febrero	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Enviar y elaborar mensualmente las conciliaciones bancarias, a la Dirección General de Tesorería (Auxiliar Financiero).	48	X	X	X	X

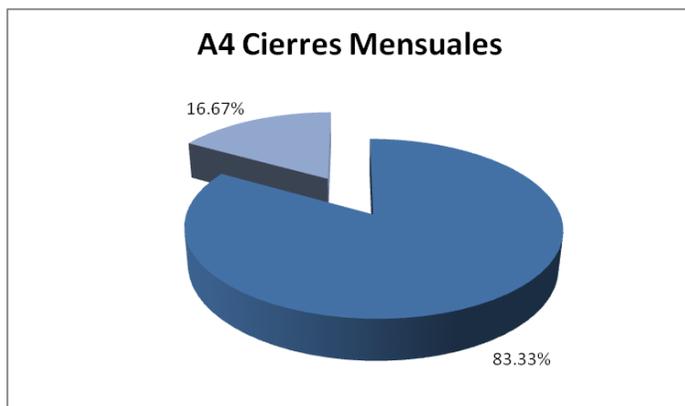


Tabla de Datos		
Conciliaciones Bancarias	Porcentual	Numérico
Por realizar	83.33%	40
Realizados Primer Bimestre	16.67%	8
Total	100.00%	48

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

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			
		Enero		Febrero	
		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	N/A	N/A	N/A	N/A

**Nota.**

**N/A No hay actividad planificada para el período**

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

En los meses de enero y febrero no se recibieron visitas por parte de supervisores de la Dirección General de Contabilidad Gubernamental – Ministerio de Hacienda.

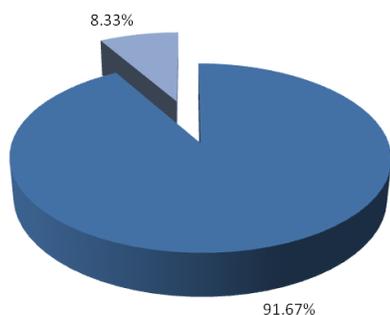
Asociada al Objetivo Estratégico Estimular iniciativas para mejorar el nivel de competitividad del sector turismo y responsable de verificar la efectividad del Sistema de Control Interno de la Corporación, así como de la normativa interna y externa aplicable a los procesos de trabajo; adicionalmente, 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			
		Enero		Febrero	
		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

**A1 Evaluación de las diferentes áreas en desarrollo de sus actividades y cumplimiento de Leyes y Reglamentos**



Informes	Porcentual	Numérico
Por realizar	91.67%	11
Realizados	8.33%	1
Total	100.00%	12

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

Se realizó Examen Especial al Proceso de Compras de Bienes y Servicios del período del 01 de julio al 31 de diciembre de 2013; presentando Informe Final a la Presidencia de la Institución y a la Corte de Cuentas de la Republica.

➤ **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			
		Enero		Febrero	
		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 planificada para el período**

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

El Plan Anual de Auditoria está en proceso de elaboración.

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			
		Enero		Febrero	
		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	57.0%	171
Atendidas Primer Bimestre	43.0%	129
Total	100.00%	300

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

Requisiciones atendidas de materiales de oficina, material promocional y artículos de limpieza y alimentación.(65 en enero y 64 en febrero); haciendo un porcentaje de cumplimiento acumulado de 43%.

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, la cual ya **ha sido alcanzada a un 100% del cumplimiento** de la misma.

Meta	Indicador	Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición)
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	Se han administrado los 10 Contratos de bienes y servicios que corresponde a los meses indicados; siendo los siguientes:  <b>1.Suministro de Agua Purificada,</b> <b>2.Servicio de Vigilancia Oficina Central,</b> <b>3.Servicio de Limpieza y Mensajería Oficina Central,</b> <b>4.Pólizas de Seguro,</b> <b>5.Mantenimiento y Reparación Vehículos,</b> <b>6.Servicio de Telefonía Fija Oficina central,</b> <b>7.Servicio de Radiocomunicación,</b> <b>8.Arrendamiento Edificios oficinas centrales,</b> <b>9.Servicio de Almacenaje y custodia de archivos,</b> <b>10.Servicio de Mantenimiento Preventivo y Correctivo de Equipos multifuncionales.</b>

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			
		Enero		Febrero	
		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 planificada para el período**

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

Meses de realización inventarios: marzo, junio, septiembre y octubre para bienes muebles, equipos; julio y diciembre para insumos. Por lo que en enero y febrero no se realizaron inventarios.

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			
		Enero		Febrero	
		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

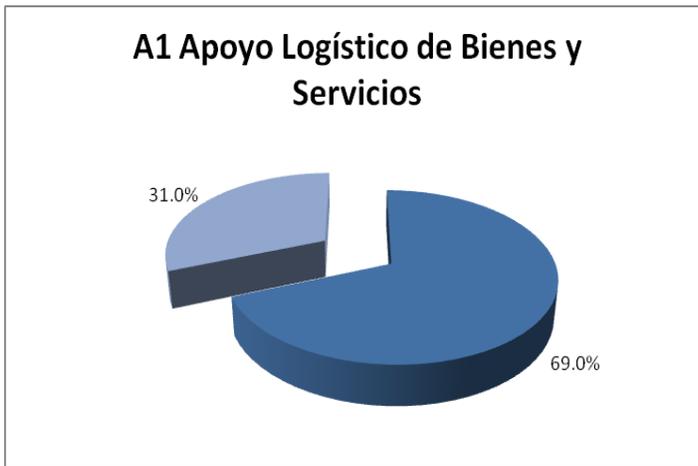


Tabla de Datos		
Solicitudes de Transporte	Porcentual	Numérico
Planificadas por atender	69.0%	506
Atendidas Primer Bimestre	31.0%	94
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>	<b>600</b>

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

Solicitudes atendidas proporcionando transporte para las misiones oficiales realizadas. (93 en enero y 91 en febrero; haciendo un porcentaje de cumplimiento acumulado de 31%.

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			
		Enero		Febrero	
		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

## A1 Apoyo Logístico de Bienes y Servicios

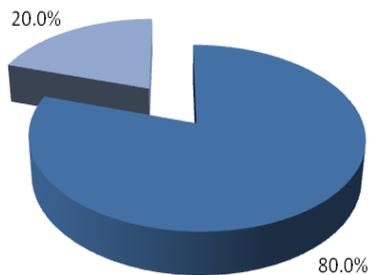


Tabla de Datos		
Mantenimientos Preventivos Vehiculares	Porcentual	Numérico
Planificados por atender	69.0%	506
Atendidos Primer Bimestre	31.0%	94
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>	<b>600</b>

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

Mantenimientos preventivos realizados a siete vehículos. (6 en enero y 1 en febrero); haciendo un porcentaje de cumplimiento acumulado de 20%

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			
		Enero		Febrero	
		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	N/A	N/A	N/A	X

#### Nota.

N/A No hay actividad planificada para el período

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

Se presentó con fecha 10 de Febrero propuesta de medidas de ahorro y austeridad para minimizar los costos mediante la eficiencia y racionalidad en el consumo de servicios

## ➤ 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			
		Enero		Febrero	
		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.	N/A	N/A	N/A	X

**Nota.**

N/A No hay actividad planificada o ejecutada para el período

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

Ya se ha iniciado el proceso para la adquisición de 1 programa informático para el control de inventario y solicitudes de bienes e insumos de la bodega institucional, el cual está programado en el POA para el mes de Marzo.

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			
		Enero		Febrero	
		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	N/A	X

**Nota.**

N/A No hay actividad planificada o ejecutada 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 está programada para el mes de abril

Mesa de servicio: en Febrero se ha iniciado la gestión de apoyo con Universidad Don Bosco para iniciar el programa 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 especificos para la consecución de objetivos definidos, pero se presenta un cuadro comparativo cualitativo de planificado vs. Ejecutado

Meta	Indicador	Cronograma			
		Enero		Febrero	
		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 planificada o ejecutada 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. La primera actividad se tiene programada para el mes de abril.

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			
		Enero		Febrero	
		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

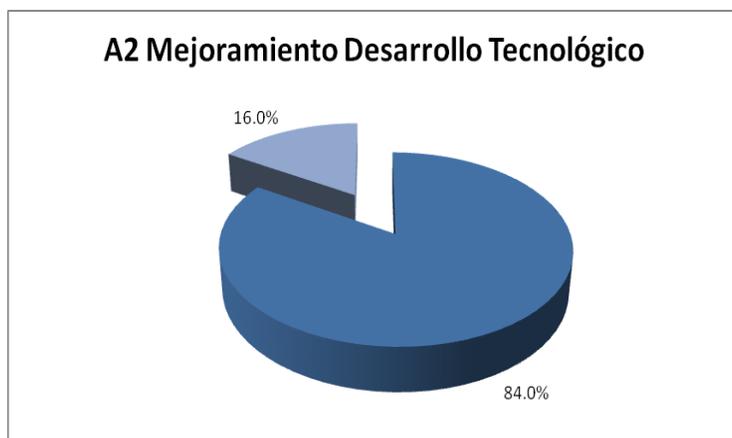


Tabla de Datos		
Requerimientos de soporte de hardware internos y externos	Porcentual	Numérico
Planificados por atender	84.0%	336
Atendidos Primer Bimestre	16.0%	64
Total	100.00%	400

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

En enero y febrero se atendieron 32 requerimientos de soporte informático en cada mes, haciendo un porcentaje de cumplimiento acumulado de 16%. Adicionalmente ya se ha iniciado el proceso de adquisición de licencias de antivirus, el cual está 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			
		Enero		Febrero	
		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 planificada o ejecutada 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			
		Enero		Febrero	
		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 planificada o ejecutada 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.”** 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			
		Enero		Febrero	
		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	N/A	N/A	N/A	N/A
	Desarrollo de al menos 2 campañas a nivel internacional	N/A	N/A	N/A	N/A

**Nota.**

**N/A No hay actividad planificada para el período**

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

En Enero y Febrero el cumplimiento es 0% ya que la primera campaña se desarrolla para Semana Santa y esta se reflejara en Marzo y Abril meses en las que se ejecutara tanto a nivel Nacional como Internacional.

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.”** 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			
		Enero		Febrero	
		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 YouTube proyectar coberturas a sitios turísticos con un formato atractivo, dar a conocer actividades importantes desarrolladas en turismo.	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

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

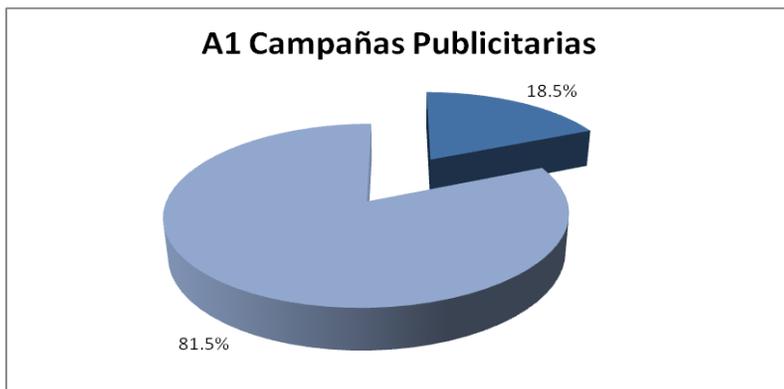


Tabla de Datos		
No. de likes	Porcentual	Numérico
Planificados por contabilizar al finalizar el presente año	18.5%	92607
Contabilizados (acumulados) al Primer Bimestre	81.5%	407384
Total	100.00%	499991

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

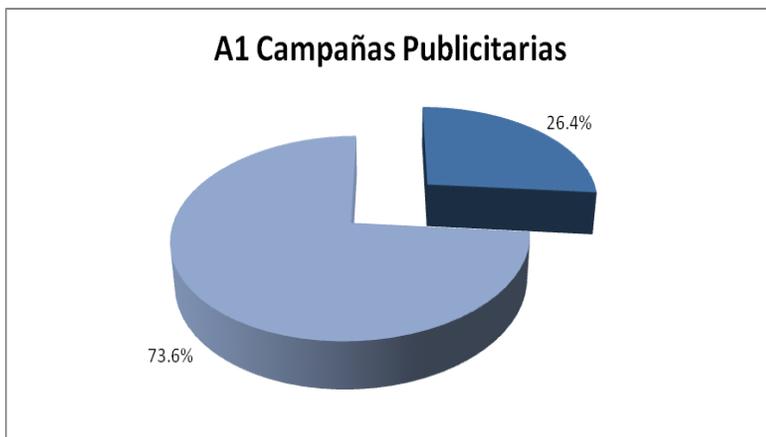


Tabla de Datos		
No. de followers	Porcentual	Numérico
Planificados por contabilizar al finalizar el presente año	26.4%	7921
Contabilizados (acumulados) al Primer Bimestre	73.6%	22079
Total	100.00%	30000

**Indicador: En Youtube llegar hasta 28,000 reproducciones mensuales**

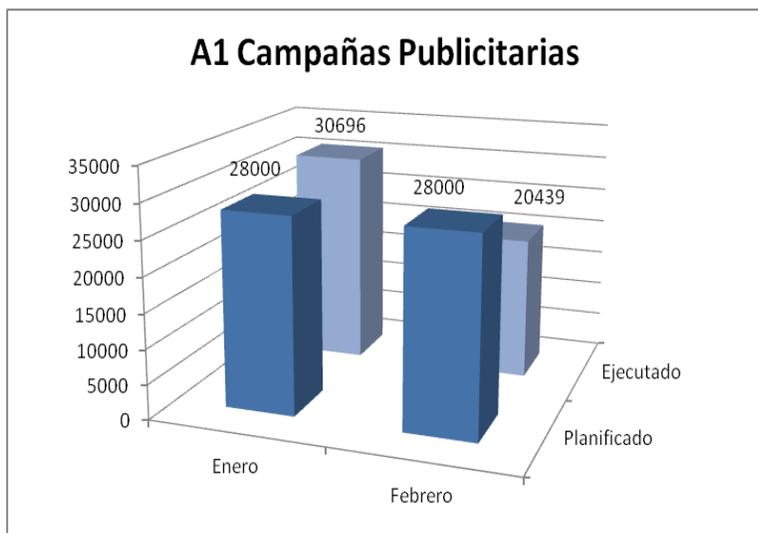


Tabla de Datos	2014	
No. de Reproducciones en Youtube	Enero	Febrero
Planificados	28000	28000
Ejecutados	30696	20439

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

Tanto en Facebook como en Twitter registramos un aumento significativo como resultado de las campañas interactivas que se están generando, Hubo crecimiento a pesar que la atención de las redes en general para estos dos meses se enfocó a las campañas electorales, este fenómeno nos afectó directamente en YouTube en el mes de Febrero.

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 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			
		Enero		Febrero	
		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

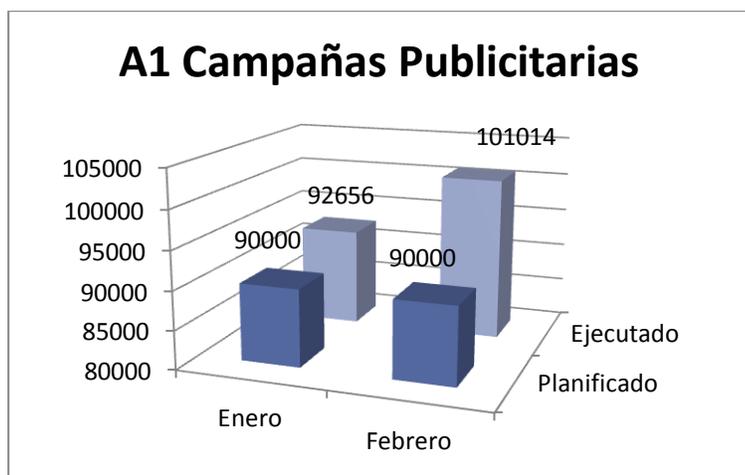


Tabla de Datos	2014	
No. de Visitas	Enero	Febrero
Planificados	90000	90000
Ejecutados	92656	20439

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

Desde Enero se observa una tendencia de crecimiento en el promedio de visitas mensuales a nuestro sitio web, esto debido a la integración de material multimedia en los contenidos que se presenta información turística

#### ➤ 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			
		Enero		Febrero	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Elaboración de 100,000 mapas turísticos con acuerdo de CNR	100,000 mapas turísticos Convenio CNR	N/A	N/A	N/A	N/A

**Nota.**

N/A No hay actividad planificada 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 planificada 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			
		Enero		Febrero	
		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	X	X	X

### 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			
		Enero		Febrero	
		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	Númérico
Planificadas por participar al finalizar el presente año	58.0%	7
En las que se ha participado en el Primer Bimestre	42.0%	5
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>	<b>12</b>

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

Al mes de enero se participó en 3 ferias internacionales: Vakantiebeurs, FITUR y Surf Expo. Durante el mes de febrero se tuvo participación en dos ferias adicionales: Holiday World y ANATO. 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	34.0%	58
Atendidas en el Primer Bimestre	66.0%	112
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>	<b>170</b>

### Análisis de Resultados ( Seguimiento y medición)

En el mes de febrero se atendieron a los delegados del evento Routes Americas 2014 en los pre-tours y post-tours organizados para este evento. 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.”** 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			
		Enero		Febrero	
		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	N/A	N/A	N/A	N/A

**Nota.**

N/A No hay actividad planificada para el período

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

Para estos dos meses no se había programado ningún evento o participación en feria nacional ya que estuvimos trabajando en el Evento Routes Americas 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 4 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			
		Enero		Febrero	
		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.	N/A	N/A	N/A	N/A

### Nota.

N/A No hay actividad planificada para el período

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

Generar 2 circuitos en el Tour de la aventura fase 2 y 3: Se ha realizado la coordinación respectiva con los empresarios de los 2 circuitos. Ya se tienen definido sitios y actividades del circuito para iniciar la elaboración de la solicitud de compra de servicios de fam trip, press trip y lanzamiento.

- **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			
		Enero		Febrero	
		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 planificada o ejecutada para el período

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

Generar 1 nuevo producto turístico en la zona de Montaña – Chalatenango que incluirá rotulación de al menos 3 senderos: Acción programada para iniciarse en marzo

- **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			
		Enero		Febrero	
		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	N/A	N/A	N/A	N/A

**Nota.**

N/A No hay actividad planificada o ejecutada para el período

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

Seguimiento a turismo médico: la solicitud de contratación de servicios ya esta autorizada y en UACI para el respectivo proceso de compra.

- **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			
		Enero		Febrero	
		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.	N/A	N/A	N/A	N/A

**Nota.**

N/A No hay actividad planificada o ejecutada para el período

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

Equipamiento de aperos de pesca artesanal en por lo menos 10 pescadores locales de las playas del oriente del país, Tour de la pesca artesanal: 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			
		Enero		Febrero	
		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	N/A	N/A	N/A	N/A

**Nota.**

N/A No hay actividad planificada o ejecutada para el período

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

Seguimiento de turismo religioso: Acción programada para iniciarse en marzo

➤ **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			
		Enero		Febrero	
		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 proroga 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 proroga 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			
		Enero		Febrero	
		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 planificada o ejecutada 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 Routes Americas 2014 y también porque esta Feria 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			
		Enero		Febrero	
		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 planificada o ejecutada para el período

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

Esta actividad está programada desarrollarse en el primer semestre de 2014, incluye las acciones detalladas en el Plan de Capacitaciones, tales como: Formación a Guías Nacionales y Locales, Talleres de fortalecimiento de capacidades para MIPYMES turística, capacitación en Cultura Turística. En estos meses se han trabajado los términos de referencia para estas 3 acciones, estando a la espera de recibir las ofertas para iniciar la ejecución y cumplir con la meta propuesta

➤ **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			
		Enero		Febrero	
		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	N/A	N/A

**Nota.**

N/A No hay actividad planificada o ejecutada para el período

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

Esta actividad está programada para el segundo semestre de 2014.

➤ **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			
		Enero		Febrero	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Ejecutar el Programa Básico de Certificación en Calidad Turística Nacional, certificando al menos 10 MIPYMES turísticas	10 MIPYMES Turísticas certificadas	N/A	N/A	X	X

**Nota.**

N/A No hay actividad planificada o ejecutada para el período

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

Como seguimiento a esta acción se han realizado 2 reuniones con el Organismo Salvadoreño de Normalización (OSN), con quien se espera trabajar de manera coordinada para la implementación del Programa de Certificación Básico en Calidad Turística. Esta propuesta ha sido presentada a la Gerencia General para la suscripción de un convenio técnico entre OSN y CORSATUR, para lo cual se espera la propuesta de OSN para revisión del Jurídico CORSATUR.

Al ser una meta anual, se considera estar en un buen proceso de inicio de la acción.

➤ **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			
		Enero		Febrero	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Adquirir herramientas para el buen funcionamiento de la Gerencia de Planificación	Adquisición de mobiliario y equipo	N/A	N/A	X	X

Nota.

N/A No hay actividad planificada o ejecutada para el período

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

Esta actividad está programada para el primer trimestre 2014, las especificaciones técnicas para la compra del equipo ya se encuentran en COMPRASAL y se esperan ofertas en Marzo /2014.

➤ **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			
		Enero		Febrero	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Mantener la certificación de Calidad	Reducir en un 10% el número de hallazgos en la auditoría externa	N/A	N/A	X	X

Nota.

N/A No hay actividad planificada o ejecutada 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			
		Enero		Febrero	
		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 ( NTCI)**

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			
		Enero		Febrero	
		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 será entregado en el mes de Marzo, dicho informe 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			
		Enero		Febrero	
		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	X

**Nota.**

N/A No hay actividad planificada o ejecutada para el período

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

Ya se han elaborado los términos de referencia para cada uno de los 4 libros a editar, a fin de ser incorporados en **marzo** 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			
		Enero		Febrero	
		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	X	N/A	X

**Nota.**

N/A No hay actividad planificada o ejecutada para el período

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

Ya se han desarrollado 3 reuniones de coordinación inter institucional con MINEC- PROESA- CASATUR, para articular esfuerzos para esta acción y se han definido fechas de inicio para mayo en adelante

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			
		Enero		Febrero	
		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 tienen acciones programadas para mes de marzo

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			
		Enero		Febrero	
		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	N/A	N/A	N/A	N/A

**Nota.**

N/A No hay actividad planificada o ejecutada para el período

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

Se tienen acciones programadas para mes de marzo

**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).
				Enero		Febrero		
				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	X	N/A	X	X	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							Con respecto a los 4 proyectos se tienen acciones programadas en el mes de marzo.
A4	Oficina Técnica De Apoyo A Proyecto Banco Interamericano De Desarrollo (BID)							Se ha dado inicio con el proceso de compra de la carpeta técnica del mejoramiento de Puerto El Triunfo.

Nota.

N/A No hay actividad planificada o ejecutada 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			
		Enero		Febrero	
		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 planificada o ejecutada para el período

### A3 Mantenimiento y/o Administración de Anclas Turísticas

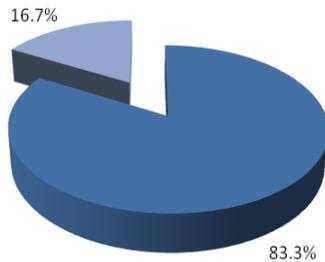


Tabla de Datos		
Visitas de Campo a inmuebles	Porcentual	Numérico
Planificados por realizar	83.3%	90
Realizadas Primer Bimestre	16.7%	18
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>	<b>108</b>

#### 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 las actividades realizadas

## 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 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 Kioskos 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			
		Enero		Febrero	
		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	N/A	X	N/A

**Nota.**

N/A No hay actividad planificada o ejecutada para el período

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

Al finalizar el ejercicio 2013, se contaba con 199 CDT conformados, de los cuales están pendientes de Juramentar 34, para el próximo 17 de marzo del corriente.

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

Meta	Indicador	Cronograma			
		Enero		Febrero	
		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 planificada o ejecutada para el período

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

Eventos planificados para el mes de mayo.

Avances:

Se está realizando la evaluación de las ofertas del transporte para los encuentros regionales de CDT; ya se elaboraron los TDR para los productos textiles del encuentro de CDT; se están elaborando las Especificaciones Técnicas para el servicio de alimentación.

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

Meta	Indicador	Cronograma			
		Enero		Febrero	
		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 Kioskos turísticos, mejora de infraestructura, entre otros), durante el año.	N/A	N/A	N/A	N/A

Nota.

N/A No hay actividad planificada o ejecutada para el período

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

Se están elaborando los 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 tiene 2 indicadores, los cuales se detallan a continuación:

- Contar con un número no menor de 15 empresas inscritas (nuevas y renovaciones) trimestralmente
- Realización de al menos cuatro actividades para promocionar el RNT anualmente.

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: “Contar con un número no menor de 15 empresas inscritas (nuevas y renovaciones) trimestralmente”**

Los resultados no se presenta en forma grafica debido a que el periodo de medición es trimestral 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			
		Enero		Febrero	
		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 planificada o ejecutada para el período

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

Se está cumpliendo el indicador. (“el conteo del indicador es trimestral”)

Tal es el caso que para el mes de enero ya se cuenta con el 86.67% del indicador **trimestral**, superando las expectativas ya planteadas; el mismo caso sucede para el mes de febrero, para este mes se cuentan con más de la mitad del indicador establecido trimestralmente, lo cual demuestra que el indicador del RNT es de carácter cíclico (es constante por periodos) ya que cada trimestre ó en este caso mes tienen un comportamiento diferente respecto a la inscripción de 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			
		Enero		Febrero	
		Planificada	Ejecutada	Planificada	Ejecutada
Obtener un mayor número de empresas inscritas y vigentes.	Realización de al menos cuatro actividades para promocionar el RNT anualmente	N/A	N/A	X	X

**Nota.**

N/A No hay actividad para el período

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

Las actividades para divulgar lo que es el RNT y sus beneficios, se tienen programadas a desarrollar a partir del mes de marzo 2014:

1. Para el 12 de marzo una reunión con la Asociación de Los Nonualcos (ASOTUR NONUALCOS), para presentar lo que es el RNT.
2. Para el 03 de abril se tiene programado una actividad en coordinación con CASATUR, con el objetivo de hacer la entrega oficial del catalogo de las empresas RNT 2014 y presentar al RNT y sus beneficio a aquellos empresarios que no lo conocen.

## 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			
		Enero		Febrero	
		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.	N/A	N/A	N/A	N/A

**Nota.**

N/A No hay actividad planificada o ejecutada para el período

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

Ya se elaboro el Términos de Referencia para la elaboración de textiles y se encuentra en proceso de aprobación las Bases, ante la Junta directiva.

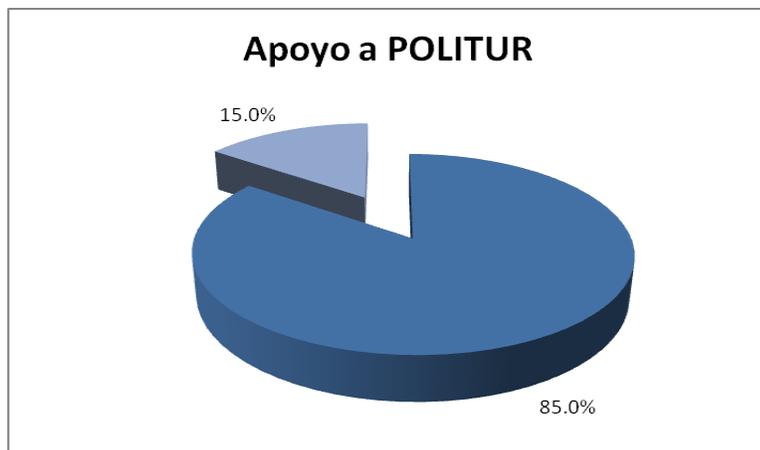
## Apoyo a POLITUR

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			
		Enero		Febrero	
		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.	N/A	N/A	X	X

**Nota.**

N/A No hay actividad planificada o ejecutada para el período



Cantidad de City Tours	Porcentual	Numérico
Planificados por realizar	85.0%	17
Realizados Primer Bimestre	15.0%	3
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>	<b>20</b>

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

El pasado 23 de febrero, se realizaron 3 City Toures a los municipios de: Verapaz, Santo Domingo de Guzmán y San Rafael Obrajuelos.

Se encuentra en fase de evaluación de las ofertas de transportes para la realización de City tour.

### 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			
		Enero		Febrero	
		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	N/A	N/A

**Nota.**

N/A No hay actividad para el período

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

Se están elaborando los Términos de Referencia, para el mantenimiento de las licencia, para la elaboración de mapas.