

ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR - PROESA
INFORME DE ALCANCE DE METAS DEL PLAN ANUAL OPERATIVO 2018, AL 31 DE DICIEMBRE DE 2018.

Resultado/productos/actividades	Nombre de indicador	Meta 2018 (valor del indicador)	Alcance al 31 de Diciembre de 2018	% de avance	Descripción del avance	Comentarios	Frecuencia de la revisión	Responsable	Fuente de financiamiento
PRESIDENCIA									
R 1.1: PROESA posicionado e impulsando las políticas públicas vinculantes a los temas de promoción de inversiones, exportaciones, APP, clima de negocios y marca país	IVO R1.1: Espacios de coordinación fortalecidos y liderados por PROESA con apoyo del más alto nivel político sectorial para mejoramiento del clima de negocios para la inversión y las exportaciones, socios público - privados	PROESA se proyecta como rector de políticas públicas vinculantes a su misión.	n/a		<p>La Presidencia de PROESA continua participando en espacios de alto nivel para la toma de decisiones en temas vinculados a su mandato de Ley, por ejemplo, se participa en las sesiones del Consejo de Ministros Ampliado, Gabinete Económico, Organismo de Mejora Regulatoria, entre otros.</p> <p>Se ha fortalecido la coordinación y comunicación interinstitucional con instituciones públicas vinculadas a temas económicos. En ese sentido, se han realizado coordinaciones vinculadas a la estrategia de atracción de inversiones, promoción de exportaciones, Marca País y APP, con la Secretaría Técnica y de Planificación de la Presidencia, el Ministerio de Economía, Ministerio de Obras Públicas, Transporte, Vivienda y Desarrollo Urbano, Ministerio de Turismo, ANDA, CEPA, por mencionar algunos ejemplos.</p>	<p>Se identifica como un factor que puede impedir la proyección como ente rector en políticas públicas vinculadas a la promoción de exportaciones, atracción de inversiones, APP y Marca País, la duplicidad de acciones que realizan otras instancias gubernamentales. Para reducir dicho riesgo, se realizan coordinaciones interinstitucionales.</p> <p>Existen riesgos externos que pueden retrasar los tiempos de realización de estudios o aprobaciones de proyectos de APP, la implementación de la estrategia de posicionamiento de la Marca País, la ejecución de actividades bajo proyectos de cooperación interinstitucionales para la promoción de la oferta exportable.</p>	Anual	PRESIDENCIA	GOES
R 1.2: PROESA trabajando coordinadamente con el sector privado y academia en los temas de promoción de inversiones, exportaciones, APP, clima de negocios y marca país.	IVO R 1.2: Acciones conjuntas realizadas entre PROESA el sector privado y academia en los temas de promoción de inversiones, exportaciones, APP, clima de negocios y marca país.	Fortalecidas las alianzas estratégicas con el sector privado y la academia.	n/a		<p>Se continúan fortaleciendo canales de comunicación con el sector privado empresarial, particularmente con gremiales que promueven promoción comercial como CAMARASAL, COEXPORT, así como gremiales del sector turismo para el impulso de la estrategia de la Marca País El Salvador.</p> <p>Se mantiene comunicación y coordinación con organismos internacionales como USAID, BID, entre otros, universidades, y otros sectores de la sociedad vinculados al rol de PROESA en la atracción de inversiones, promoción de exportaciones, monitoreo al clima de negocios, Marca País y Asocios Público-Privados.</p>	<p>A pesar de los esfuerzos por mantener comunicación con dichos sectores, ocasionalmente se dificulta el cumplimiento de este objetivo debido a las coyunturas económicas o políticas del país.</p> <p>Otro factor identificado es la búsqueda de apoyo que realizan dichos sectores en otras instancias gubernamentales que de igual forma tienen como mandato impulsar acciones similares a PROESA.</p>	Anual	PRESIDENCIA	GOES

ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR - PROESA
INFORME DE ALCANCE DE METAS DEL PLAN ANUAL OPERATIVO 2018, AL 31 DE DICIEMBRE DE 2018.

Resultado/productos/actividades	Nombre de indicador	Meta 2018 (valor del indicador)	Alcance al 31 de Diciembre de 2018	% de avance	Descripción del avance	Comentarios	Frecuencia de la revisión	Responsable	Fuente de financiamiento
DIRECCION DE INVERSIONES									
R 2.1: Incrementada la Atracción y Expansión de inversiones en Sectores Priorizados	IVO R2.1: Nuevos empleos generados por nuevas inversiones o expansiones 1/	2,000	11,192	560%	<p>11,192 es el total de compromisos generación de nuevos empleos en 2018, de los cuales 1,949 son de nuevas empresas (18 SED, 2 Energía, 1 Turismo y 1 otros) y 9,243 son de expansiones (24 SED, 4 Energía, 4 Manufactura Liviana, 3 Textil y Confección, 2 Turismo y 1 Otros).</p> <p>En el cuarto trimestre los inversionistas se comprometieron a generar 6,791 empleos: 48 son de 4 nuevas empresas (2 SED y 2 de Energía) y 6,743 de 21 expansiones de empresas (2 Textil y Confección, 1 de Energía y 18 SED)</p> <p>En el tercer trimestre los inversionistas se comprometieron a generar 1,007 empleos: 199 son de 5 nuevas empresas (4 SED y 1 de otros) y 808 de 6 expansiones de empresas (1 Textil y Confección, 1 de otros y 4 SED).</p> <p>En el segundo trimestre los inversionistas se comprometieron a generar 2,615 empleos: 1,453 son de 8 nuevas empresas (8 SED) y 1,162 de 6 expansión de empresas (1 Energía, 2 Manufacturas Livianas, 1 Turismo y 2 SED).</p> <p>En el primer trimestre los inversionistas se comprometieron a generar 779 nuevos empleos: 249 de 5 nuevas empresas (4 SED, 1 Turismo) y 530 de 2 expansiones (1 Turismo y 1 Manufacturas Livianas).</p>		Trimestral	GPIN Y GAI	GOES
	IVO R2.2: Nuevos montos de inversión comprometidos.	\$300,000,000.00	\$ 291,347,221.00	97%	<p>\$291,347,221 es el total de compromisos de monto de inversión en 2018, los cuales \$101,672,380 provienen de 22 nuevas empresas (18 SED, 2 Energía, 1 Turismo y 1 otros) y \$189,674,841 provienen de 38 expansiones (24 SED, 4 Energía, 4 Manufactura Liviana, 3 Textil y Confección, 2 Turismo y 1 Otros).</p> <p>En el cuarto trimestre se logró el compromiso de inversión de \$73,106,804 de los cuales \$61,098,000 son de 4 nuevas empresas (2 SED y 2 Energía) y \$12,008,804 son de 21 expansiones de empresas (2 Textil y Confección, 1 Energía y 18 SED).</p> <p>En el tercer trimestre se logró el compromiso de inversión de \$24,073,037 de los cuales \$13,497,000 son de 5 nuevas empresas (4 SED y 1 otros) y \$10,576,037 son de 6 expansiones de empresas (1 Textil y Confección, 1 Otros y 4 SED).</p> <p>En el segundo trimestre se logró el compromiso de inversión de \$155,717,380.00 de los cuales \$6,187,380.00 son de 8 nuevas empresas (8 SED) y \$149,530,000.00 son de 6 expansiones de empresas (1 Energía, 2 Manufacturas Livianas, 1 Turismo y 2 SED).</p> <p>En el primer trimestre se logró el compromiso de inversión de \$38,450,000 de los cuales \$20,890,000 son de 5 nuevas empresas, en los sectores: 4 SED, 1 Turismo. y \$17,560,000 de 5 expansiones en los sectores: 1 Turismo, 2 Energía, 2 Manufacturas Livianas. Las empresas pertenecen a los países de Estados Unidos y El Salvador.</p>	El indicador de monto de inversión comprometido no se logró alcanzar al 100% ya que se vio afectado por diferentes factores relacionados al clima de inversión del país como la inseguridad en el país, costos operativos, incertidumbre, entre otros, estos factores hacen que las empresas ya no vean a El Salvador como un potencial destino para establecimiento de sus inversiones.	Trimestral	GPIN Y GAI	GOES
	IVO R2.3: Ratio de conversión de potenciales inversiones a compromisos de inversión	20%	50%	250%	Al cierre 2018 se logró alcanzar y superar un Ratio de conversión de potenciales inversiones a compromisos de inversión del 20%, alcanzando un ratio del 50%. Este indicador visualiza qué tan efectiva está siendo la labor de PROESA para lograr que los potenciales inversionistas atendidos se comprometan a invertir.		Anual	GPIN Y GAI	GOES

ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR - PROESA
INFORME DE ALCANCE DE METAS DEL PLAN ANUAL OPERATIVO 2018, AL 31 DE DICIEMBRE DE 2018.

Resultado/productos/actividades	Nombre de indicador	Meta 2018 (valor del indicador)	Alcance al 31 de Diciembre de 2018	% de avance	Descripción del avance	Comentarios	Frecuencia de la revisión	Responsable	Fuente de financiamiento
DIRECCION DE INVERSIONES									
A.2.1.2: Realizar acciones de acercamiento y seguimiento a potenciales inversionistas o multiplicadores relacionados con la inversión, incluyendo la organización y coordinación de agendas de trabajo	Número de Due diligences o respuestas a cuestionarios enviados	185	140	76%	<p>Total de Due Diligences o respuestas a cuestionarios enviados en 2018: 140 correspondientes a los sectores: Agroindustria, Turismo, Energía, SED, Logística, Textil y Confección, Multisectorial, Manufactura Liviana, Zonas Francas y otros; dirigidos a empresas de los países: Argentina, Alemania, Brasil, Costa Rica, El Salvador, España, Estados Unidos, Taiwán, Perú, Colombia, Corea del Sur, Guatemala, Inglaterra, China, República Checa, India, Nicaragua, Perú, Reino Unido, Republica Dominicana y Venezuela.</p> <p>En el cuarto Trimestre se generaron 18 Due Diligence correspondientes a los sectores: Energía, SED, Logística, y Manufactura Liviana; dirigidos a empresas de los países: Argentina, Costa Rica, El Salvador, España, Estados Unidos, Perú y República Checa.</p> <p>En el tercer Trimestre se generaron 40 Due Diligence correspondientes a los sectores: Manufacturas Livianas, Textil y Confección, Energía, SED, Multisectorial y Otros; dirigidos a empresas de los países: Taiwán, Estados Unidos, República Checa, Colombia, Corea del Sur.</p> <p>En el Segundo Trimestre se generaron 46 Due Diligence correspondientes a los sectores: Agroindustria, Energía, Gobierno, Manufacturas Livianas, SED, Textil y Confección, Turismo y Zonas Francas; dirigidos a empresas de los países: Alemania, Brasil, China, Colombia, Corea del Sur, El Salvador, España, Estados Unidos, Guatemala, Inglaterra, India, Nicaragua, Perú, Reino Unido, Republica Dominicana y Venezuela.</p> <p>En el Primer Trimestre se generaron 36 Due Diligence correspondientes a los sectores: SED, Textil y Confección, Manufacturas Livianas, Agroindustria, Energía; dirigidos a empresas de los países: El Salvador, Guatemala, India, Estados Unidos, España, Reino Unido, Alemania, China, Corea, Venezuela.</p>	El indicador de número de Due diligences o respuestas a cuestionarios enviados no se alcanzó al 100% durante el 2018. Este indicador se ve afectado en la medida que otras instituciones de gobierno brindan el mismo apoyo y asistencia que PROESA, reduciendo el número de información y asistencia dada. Asimismo, los factores relacionados al clima de inversión del país afectan el interés de potenciales inversionistas en evaluar El Salvador como destino de sus inversiones por lo que se ven disminuidos los requerimientos de información o apoyos solicitados.	Trimestral	GPIN Y GAI	GOES
	Número de Leads	110	184	167%	<p>184 Leads se generaron en 2018, en los sectores: Aeronáutica, SED, Energía, Turismo, Textil y Confección, Manufacturas Livianas, Desarrollo Inmobiliario, Construcción y Otros; los cuales son de origen: Argentina, El Salvador, Bélgica, Estados Unidos, Pakistán, Guatemala, México, Canadá, Perú, España, Inglaterra, Nicaragua, Republica Dominicana, Vietnam, India, Francia y Filipinas,.</p> <p>En el cuarto trimestre se generaron 42 Leads en los sectores: SED, Energía, y Textil y Confección; los cuales son de origen: Argentina, El Salvador, Bélgica, Estados Unidos, Pakistán y Perú.</p> <p>En el tercer trimestre se generaron 73 Leads en los sectores: Textil y Confección, turismo, Manufacturas Livianas, SED, Energía, Desarrollo Inmobiliario y Otros; los cuales son de origen: Guatemala, El Salvador, Estados Unidos, México y Canadá.</p> <p>En el segundo trimestre se generaron 30 Leads en los sectores: Construcción, SED, Textil y Confección, Manufacturas Livianas, Aeronáutica y Turismo; los cuales son de origen: Canadá, El Salvador, España, Estados Unidos, Inglaterra, Nicaragua, Republica Dominicana y Vietnam.</p> <p>En el primer trimestre se generaron 39 Leads en los sectores: SED, Textil y Confección, Turismo, Construcción, Manufactura Liviana, Aeronáutica, Energía; los cuales son de origen: Guatemala, El Salvador, India, Estados Unidos, Francia, Filipinas, México, Canadá, Argentina, España.</p>		Trimestral	GPIN Y GAI	GOES

ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR - PROESA
INFORME DE ALCANCE DE METAS DEL PLAN ANUAL OPERATIVO 2018, AL 31 DE DICIEMBRE DE 2018.

Resultado/productos/actividades	Nombre de indicador	Meta 2018 (valor del indicador)	Alcance al 31 de Diciembre de 2018	% de avance	Descripción del avance	Comentarios	Frecuencia de la revisión	Responsable	Fuente de financiamiento
DIRECCION DE INVERSIONES									
	Número de Contactos generados	550	791	144%	<p>En 2018 en total se generaron 791 contactos de acuerdo al siguiente detalle: GPIN: 661 contactos de los sectores de Aeronáutica, Energía, Manufactura Liviana, Agroindustria, Construcción, Multisectorial, Logística, SED, Textil y Confección, Telecomunicaciones, Financiero y Turismo. GAI: 130 contactos de sectores: Energía, Manufactura Liviana, SED, Infraestructura, Servicios, Agroindustria, Construcción, Turismo Médico, Textil y Confección e Instituciones de Gobierno.</p> <p>En el cuarto trimestre se generaron 95 contactos de acuerdo al siguiente detalle: GPIN: 81 contactos de los sectores Energía, Manufactura Liviana, Multisectorial, Logística, SED, Textil y Confección y Turismo. GAI: 14 contacto de sectores: Energía, Manufactura Liviana, SED, Infraestructura, Proveedor de servicios e Instituciones de Gobierno.</p> <p>En el tercer trimestre se generaron 327 contactos de acuerdo al siguiente detalle: GPIN: 255 contactos de los sectores Energía, Manufacturas Livianas, Agroindustria, SED, Turismo y Textil y Confección. GAI: 72 contacto de sectores: Energía, Manufacturas Livianas, Agroindustria e Instituciones de Gobierno.</p> <p>En el segundo trimestre se generaron 157 contactos de acuerdo al siguiente detalle: GPIN: 137 contactos de los sectores Aeronáutica, Agroindustria, Manufacturas Livianas, Construcción, Logística, SED, Textil y Confección y Turismo. GAI: 20 contactos correspondientes: Energía, Manufacturas Livianas, Servicios e Instituciones de Gobierno.</p> <p>En el primer trimestre se generaron 212 contactos de acuerdo al siguiente detalle: GPIN: 188 contactos de los sectores Aeronáutica, Agroindustria, Manufacturas Livianas, Construcción, Telecomunicaciones, Financiero, SED, Textil y Confección, Turismo GAI: 24 contactos de sectores: Construcción, Manufacturas Liviana, SED, Textil y Confección y Turismo Médico e instituciones de Gobierno.</p>		Trimestral	GPIN Y GAI	GOES
	Número de Visitas de Campo (site visits)	60	85	142%	<p>Total de 85 visitas de campo atendidas en 2018, de los sectores: Agroindustria, Construcción, Energía, SED, Logística, Manufactura Liviana, Servicios Portuarios, Textil y Confección y Turismo; los cuales son de origen: Argentina, China, El Salvador, Costa Rica, Estados Unidos, India, México, Taiwán, España, Canadá, Colombia, República Checa, Francia, Guatemala, Holanda, Nicaragua, Portugal, Venezuela y Rusia.</p> <p>En el cuarto trimestre se atendieron 15 site visits de los sectores Energía, SED, Logística y Manufactura Liviana; los cuales son de origen: Argentina, China, El Salvador, Costa Rica, Estados Unidos, India, México y República Checa.</p> <p>En el tercer trimestre se atendieron 16 site visits de los sectores Manufacturas Livianas, Energía y SED; los cuales son de origen: Taiwán, China, España, Estados Unidos y Canadá.</p> <p>En el segundo trimestre se atendieron 32 site visits de los sectores Agroindustria, Construcción, Energía, Manufacturas Livianas, SED, Servicios Portuarios, Textil y Confección y Turismo; los cuales son de origen: Brasil, Canadá, China, Corea, Colombia, El Salvador, Estados Unidos, Francia, Guatemala, Portugal, Rep. Checa y Venezuela.</p> <p>En el primer trimestre se atendieron 22 site visits de los sectores SED, Textil y Confección, Construcción, Agroindustria, Energía, Manufactura Liviana; los cuales son de origen: China, Colombia, Estados Unidos, Francia, Guatemala, Holanda, Nicaragua, Portugal, Rusia, El Salvador.</p>		Trimestral	GPIN	GOES

ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR - PROESA
INFORME DE ALCANCE DE METAS DEL PLAN ANUAL OPERATIVO 2018, AL 31 DE DICIEMBRE DE 2018.

Resultado/productos/actividades	Nombre de indicador	Meta 2018 (valor del indicador)	Alcance al 31 de Diciembre de 2018	% de avance	Descripción del avance	Comentarios	Frecuencia de la revisión	Responsable	Fuente de financiamiento
DIRECCION DE INVERSIONES									
A.2.1.3: Asesorar y asistir en los procesos de establecimiento, inicio, expansión y en sus necesidades para operar efectivamente, apoyando en la agilización de los mismos con un acercamiento estratégico y sistemático	Número de visitas de Seguimiento	50	70	140%	70 visitas de seguimiento en 2018 a empresas pertenecientes a los sectores de Energía, Infraestructura, Agroindustria, Logística, Manufacturas Livianas, Turismo Médico, Turismo, SED y Aeronáutica. En el cuarto trimestre se realizaron 15 visitas de seguimiento a empresas pertenecientes a los sectores de Energía, Infraestructura y Turismo entre otros. En el tercer trimestre se realizaron 39 visitas de seguimiento a empresas pertenecientes a los sectores de Energía, Agroindustria, Logística y otros. En el segundo trimestre se realizaron 6 visitas de seguimiento a empresas pertenecientes a los sectores de Manufacturas Livianas, Turismo y Energía. En el primer trimestre se realizaron 10 visitas de seguimiento a empresas pertenecientes a los sectores de Manufactura Liviana, Turismo Médico, Energía, Turismo, SED, Aeronáutica.		trimestral	GAI	GOES
	Número de casos atendidos de empresas en establecimiento e inicio de operación	60	71	118%	Se atendieron 71 casos de empresas nuevas en 2018 en los sectores: Turismo, Energía, Textil y Confección, Multisectorial, Construcción, Aeronáutica, Manufacturas Livianas, SED, Turismo, Zonas Francas, Financiero e Infraestructura. En el cuarto trimestre se atendieron 14 casos de empresas nuevas en los sectores: Turismo, Energía, Textil y Confección e Infraestructura. En el tercer trimestre se atendieron 9 casos de empresas nuevas en los sectores: Multisectorial, Energía y Turismo. En el segundo trimestre se atendieron 32 casos de empresas nuevas en los sectores: Aeronáutica, Energía, Manufacturas Livianas, SED, Textil y confección, Turismo, Multisectorial y Construcción. En el primer trimestre se atendieron 16 casos de empresas nuevas en los sectores: SED, Energía, Textil y Confección, Turismo, Zonas Francas, y Financiero.		trimestral	GAI	GOES
	Número de casos atendidos de empresas establecidas	211	79	37%	79 casos atendidos de empresas establecidas en 2018 en los sectores: Aeronáutica, Construcción, Logística, Energía, Manufactura Liviana, SED, Textil y Confección, Turismo, Infraestructura y Turismo Médico En el cuarto trimestre se atendieron 11 casos de empresas establecidas en los sectores Manufactura Liviana, Infraestructura SED y Otros. En el tercer trimestre se atendieron 10 casos de empresas establecidas en los sectores Multisectorial, Energía y Turismo. En el segundo trimestre se atendieron 22 casos de empresas establecidas en los sectores Construcción, Energía, Logística, Manufacturas Livianas, SED, Textil y Confección, Servicios y Turismo. En el primer trimestre se atendieron 36 casos de empresas establecidas en los sectores de Aeronáutica, Construcción, Logística, Energía, Manufactura Liviana, SED, Textil y Confección, Turismo y Turismo Médico.	Este indicador no se logró alcanzar durante el 2018, es importante destacar que este servicio depende de la demanda de las empresas establecidas. Entre los factores que afectaron dicho resultado se encuentran los siguientes: Que otras instituciones de gobierno realizan las mismas actividades de atención al inversionista, o que los inversionistas no buscan del apoyo de PROESA para sus operaciones diarias.	trimestral	GAI	GOES
4.2.2P: Funcionando el nuevo mecanismo para la atracción de inversión extranjera en El Salvador.	Sistema de Seguimiento (CRM) implementado	1	1	100%	El CRM se instaló en el mes de mayo y a partir del segundo semestre los especialistas de inversiones lo empezaron a implementar.		Trimestral	GPIN Y GAI	BID

ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR - PROESA
INFORME DE ALCANCE DE METAS DEL PLAN ANUAL OPERATIVO 2018, AL 31 DE DICIEMBRE DE 2018.

Resultado/productos/actividades	Nombre de indicador	Meta 2018 (valor del indicador)	Alcance al 31 de Diciembre de 2018	% de avance	Descripción del avance	Comentarios	Frecuencia de la revisión	Responsable	Fuente de financiamiento
DIRECCION DE EXPORTACIONES									
R 3.1: Fortalecidas las capacidades de las empresas exportadoras y con potencial exportador, para facilitar el acceso a mercados internacionales. R 3.2 Difundida y Promocionada la oferta exportable	IVO R3.1A Tasa de crecimiento de las exportaciones de las empresas atendidas con servicios de promoción y venta	3.50%	-6.70%		Al realizar el cálculo numérico para obtener el dato del presente indicador, éste refleja un porcentaje negativo. Para comprender el por qué de este dato negativo, se realizaron consultas a las empresas a las cuales desde la Dirección de Exportaciones, se les proporcionaron servicios de promoción y venta. Las empresas externaron motivos que se listan en Riesgos y Factores Críticos.	Para conocer el motivo de la disminución de las exportaciones, se realizaron dos tipos de análisis: 1. Consultas vía correo electrónico a las empresas que fueron beneficiadas a través de los servicios de promoción y venta. Las respuestas obtenidas fueron principalmente: a. Dificultad de hacer negocios con Nicaragua, dada su situación política durante el segundo semestre del año, esto redujo drásticamente la demanda de productos salvadoreños a dicho mercado. Esta situación provocó una disminución de cuatro puntos en su PIB (del 5% de crecimiento bajó al 1%). b. El cierre de carreteras en el territorio Nicaragüense, impidió el tránsito terrestre normal de mercadería hacia el sur de la región, provocando disminución de ventas hacia otros destinos. 2. Análisis mensual por sector productivo exportador, se realizó utilizando los datos de las exportaciones totales del país durante el año, con el objetivo de identificar los riesgos externos que dificultaron aportar positivamente al indicador. En ese sentido, los sectores productivos que presentaron dificultades fueron: azúcar y atún principalmente. Para ilustrar los datos por sector, para el azúcar se tomaron como muestra los datos de la disminución en las exportaciones de tres ingenios (El Angel, La Cabaña y Central Azucarera) y para el atún, Calvo Conservas, a los cuales se les proporcionó servicios de contactos de negocios. En conjunto dichos ingenios representan un caída de \$44.5 millones de dólares. Al no considerar estas las exportaciones disminuidas por estas empresas cuyo comportamiento es atípico, se obtiene una tasa de crecimiento de las exportaciones de las empresas atendidas con servicios de promoción y venta, del 2.1%. Con ello se concluyó que esta situación, obedece a desmejoras del mercado internacional, que supera la intervención de PROESA con sus servicios de promoción y venta para dos productos en específico.	Semestral	Dirección de Exportaciones	GOES
	IVO R3.1B Nuevas empresas exportando	6	12	200%	En total se identificaron 12 nuevas empresas exportadoras (sectores: 6 de servicios, 2 de agroindustria, 1 de manufactura diversa y 3 de alimentos y bebidas). En el cuarto trimestre se identificaron las siguientes nuevas empresas exportadoras: 4. Cacao, S.A. de C.V. Sector Agroindustria, Producto exportado: Chocolate, País: República Checa. Servicio recibido: Contactos de negocio. 5. Weightless Games S.A., sector: Servicios, Servicio exportado: videojuego Vector Squad y Ark Defenders, País: EEUU. Servicio recibido: Asesoría. 6. Modjo Studios S.A de C.V., sector: Servicios, Servicio exportado: animación y publicidad, País: Honduras. Servicio recibido: EPAP. 7. Planeta Creativos S.A., sector: Servicios, Servicio exportado: marketing y publicidad, País: Costa Rica. Servicio recibido: Asesoría. 8. Servicios Integrales Médicos S.A. de C.V., sector Servicios, Servicio exportado: tratamiento médico a paciente extranjero MEDICARE, País: EEUU. Servicio recibido: Asesoría. 9. Optimización de Redes S.A. de C.V., sector: Servicios, servicio exportado: marketing y publicidad digital, País: Guatemala. Servicio recibido: EPAP. 10. Ravinia S.A. de C.V. (Belú Cacao), sector Alimentos y Bebidas, producto exportado: cacao, País: EEUU. Servicio recibido: EPAP. 11. Sivar Brewing Company, S.A. de C.V., sector: Alimentos y Bebidas, producto exportado: cerveza artesanal, País: Guatemala. Servicio recibido: EPAP 2018. 12. Sabroso Tropics, S.A. de C.V., sector: Alimentos y Bebidas, producto exportado: jugo de limón, País: Canadá, Servicio recibido: Asesoría. En el tercer trimestre se identificaron las siguientes nuevas empresas exportadoras: 3. GUNSTONE, sector: Servicios, Servicio exportado: videojuego Vector Squad y Ark Defenders, País: EEUU. Servicio recibido: Asesoría. 2. GREENTEAK, sector: Manufactura Diversa, Producto exportado, País: Costa Rica. Servicio recibido: Formación a través del EPAP 2016. En el segundo trimestre se identificó la siguiente nueva empresa exportadora: 1. ACAAS DE R.L., sector: Agroindustria, Producto exportado: frijol en grano, País: a EE.UU. Servicio recibido: Formación a través del EPAP 2016.		Trimestral	Dirección de Exportaciones	GOES

ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR - PROESA
INFORME DE ALCANCE DE METAS DEL PLAN ANUAL OPERATIVO 2018, AL 31 DE DICIEMBRE DE 2018.

Resultado/productos/actividades	Nombre de indicador	Meta 2018 (valor del indicador)	Alcance al 31 de Diciembre de 2018	% de avance	Descripción del avance	Comentarios	Frecuencia de la revisión	Responsable	Fuente de financiamiento
DIRECCION DE EXPORTACIONES									
A.3.1.1: Capacitar y desarrollar foros especializados	Número de empresarios(as) formados(as) a través de capacitaciones y foros especializados	265	319	120%	<p>Total acumulado de empresarios(as) formados(as): 319 (186 hombres y 133 mujeres) los cuales pertenecen a los sectores: agro alimentos y bebidas 92, manufacturas diversas 88, servicios 110.</p> <p>En el Cuarto trimestre:</p> <p>10. Seminario: "Cómo exportar artesanías a las empresarias del Mercado Ex cuartel", 9 de noviembre 2018, participaron 4 representantes de empresas de confección. Asistieron un total de 5 personas (3 mujeres y 2 hombres).</p> <p>11. Seminario Presentación de Servicios GEDEX al Comité Sectorial Textil y Confección" Cojutepeque Cuscatlán., 21 de noviembre 2018, participaron 13 representantes de empresas del sector confección (11 mujeres y 2 hombres).</p> <p>12. Seminario impartido a INSAFOCOOP "Requisitos Generales para Exportar", participaron 13 asociaciones cooperativas del sector agroindustrial, con la asistencia de 26 personas (5 mujeres y 21 hombres).</p> <p>En el Tercer trimestre:</p> <p>5. Seminario: "Promoviendo las exportaciones sostenibles desde las pymes centroamericanas hacia el mercado europeo", 13 de julio 2018, participaron 32- representantes de empresas del sector Agro alimentos. Asistieron un total de 47 personas, 30 hombres y 17 mujeres.</p> <p>6. Seminario: "Aprovechamiento de Tratados Comerciales el caso CAFTA y SICA", 26 de julio 2018, participaron 32 representantes de empresas del sector agro alimentos 10 y Manufactura diversa 22. Asistieron un total de 32 personas, 17 del sexo masculino y 15 del sexo femenino.</p> <p>7. Seminario: "Perspectivas Comerciales, Análisis Económico entre El Salvador y Perú", 23 de agosto 2018, participaron 24 representantes de empresas Agro alimentos 3 y Manufactura diversa 21. Asistieron un total de 24 personas, 15 del sexo masculino y 9 del sexo femenino.</p> <p>8. Cierre Programa Exportar Paso a Paso Edición 6, 30 de agosto 2018, participaron 31 representantes de empresas, 16 del sector agro alimentos, 4 de Manufactura diversa y 11 de Servicios. Asistieron un total de 31 personas, 15 del sexo masculino y 16 del sexo femenino.</p> <p>9. Taller "Negociación para la internacionalización de los servicios", 27 de septiembre 2018, participaron 36 representantes de empresas del sector servicios. Asistieron un total de 36 personas, 28 del sexo masculino y 8 del sexo femenino.</p> <p>En el segundo trimestre:</p> <p>3. Programa de Gerentes II - Internacionalización con el mercado Alemán, del 04 al 15 de Junio, se incorporaron dos (1 hombre y 1 mujer, 1 de manufacturas diversas y 1 del sector servicios. En total son 7 representantes de empresas formados en este programa.</p> <p>4. Seminario: "Estrategias para la internacionalización de los Videojuegos", 21 de Junio 2018, participaron 26 representantes de empresas del sector servicios (4 mujeres y 22 hombres).</p> <p>En el primer trimestre:</p> <p>1. Conversatorio: "El marketing, un aliado para la internacionalización", 22 de febrero, participaron 72 representantes de empresas (28 hombres y 44 mujeres) Sector Agro alimentos: 18, Manufactura Diversa 23 y Sector Servicios 31.</p> <p>2. Programa de Gerentes II – Internacionalización con el mercado Alemán, 11 de enero, participaron 5 representantes de empresas (5 hombres) todos del Sector Servicio.</p>		trimestral	GDEX	GOES

ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR - PROESA
INFORME DE ALCANCE DE METAS DEL PLAN ANUAL OPERATIVO 2018, AL 31 DE DICIEMBRE DE 2018.

Resultado/productos/actividades	Nombre de indicador	Meta 2018 (valor del indicador)	Alcance al 31 de Diciembre de 2018	% de avance	Descripción del avance	Comentarios	Frecuencia de la revisión	Responsable	Fuente de financiamiento
DIRECCION DE EXPORTACIONES									
A.3.1.2: Brindar asistencia técnica a las y los empresarios facilitando información de mercado estratégica a la medida y acompañamiento personalizado y especializado en su preparación hacia mercados internacionales.	Número de empresas atendidas con asesorías especializadas e información de mercado	215	325	151%	<p>Total de empresas atendidas con asesorías en 2018: 325 (55 de servicios, 205 de Agro alimentos y 65 de Manufacturas Diversas.</p> <p>En el cuarto trimestre se brindó asesoría a 82 representantes de empresas: 55 del sector Agro alimentos y bebidas, 12 de Manufacturas Diversas y 15 de Servicios.</p> <p>En el tercer trimestre se brindó asesoría a 109 representantes de empresas: 64 del sector Agro alimentos y bebidas, 29 de Manufacturas Diversas y 16 de Servicios.</p> <p>En el segundo trimestre se brindó asesoría a 61 representantes de empresas: 33 de Agro alimentos y Bebidas, 15 de Manufacturas Diversas y 13 de Servicios.</p> <p>En el primer trimestre se brindó asesoría a 73 representantes de empresas: 53 de Agro alimentos y Bebidas, 9 de Manufacturas Diversas y 11 de Servicios.</p>		trimestral	GDEX	GOES
A.3.2.1: Coordinar, ejecutar y brindar seguimiento a ferias internacionales, misiones comerciales y misiones a la inversa	Número de eventos de promoción comercial realizados	8	12	150%	<p>Total de eventos de promoción comercial: 12</p> <p>En el cuarto trimestre: 4 eventos, visitando 3 países: Italia, China y Cuba. 9. Misión Comercial a Italia del 14 al 19 de octubre. 10. Feria China Lac e, Zhuhai, China del 1 al 2 de Noviembre. 11. Feria de La Habana del 29 de octubre al 3 de noviembre. 12. Se organizó en El Salvador una rueda de negocios a la inversa entre empresas de China y empresas salvadoreñas, del 29 al 30 de noviembre.</p> <p>En el tercer trimestre: 2 eventos, visitando 2 país: República Dominicana y Chile. 7. Misión Comercial República Dominicana del 19 al 23 de agosto 8. LAC FLAVORS, Santiago de Chile, 24 y 25 de septiembre</p> <p>En el segundo trimestre: 2 eventos, visitando 1 país: Taiwán y el otro realizado en El Salvador. 5. Misión a la inversa: V Encuentro de Negocios El Salvador, 15 y 16 de mayo. 6- Feria Food Taipéi, del 22 de junio al 2 de julio.</p> <p>En el primer trimestre: 4 eventos, visitándose 3 países: Panamá, Estados Unidos (2 eventos) y Rusia. A continuación el detalle de los eventos: 1. Expocomer, Panamá, del 26 de febrero al 4 de marzo. 2. Misión Comercial y participación en feria Business Expo en Washington D.C., EE.UU., del 13 al 17 de marzo. 3. Coffee & Tea Russian Expo 2018, Rusia, Moscú. 4. Feria Game Development Conference 2018, EEUU. San Francisco, California, del 18 al 24 de Marzo.</p>		Trimestral	GPC y GDEX	GOES

ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR - PROESA
INFORME DE ALCANCE DE METAS DEL PLAN ANUAL OPERATIVO 2018, AL 31 DE DICIEMBRE DE 2018.

Resultado/productos/actividades	Nombre de indicador	Meta 2018 (valor del indicador)	Alcance al 31 de Diciembre de 2018	% de avance	Descripción del avance	Comentarios	Frecuencia de la revisión	Responsable	Fuente de financiamiento
DIRECCION DE EXPORTACIONES									
	Número de empresas participantes en ferias y misiones comerciales	40	159	398%	<p>Total de empresas participantes en ferias y misiones en 2018: 159 (18 de servicios, 110 agro alimentos y 31 de manufacturas diversas). Monto negociado \$6,091,578.00</p> <p>Cuarto trimestre: 48 empresas de Agro alimentos.</p> <p>9. Misión Comercial a Italia: 4 empresas de agro alimentos. Monto Negociado \$370,000.00.</p> <p>10. Feria China Lace, Zhuhai, China: 4 empresas de agro alimentos. Monto Negociado \$154,000.00.</p> <p>11. Feria de La Habana: Se llevaron muestras de productos de 1 empresa de agro alimentos y de 8 empresas de manufacturas diversas. No se reportan montos negociados.</p> <p>12. Se organizó en El Salvador una rueda de negocios a la inversa China - El Salvador: 40 empresas de agro alimentos. Monto Negociado \$1,033,000.00.</p> <p>Tercer trimestre: 5 empresas (2 de Agro alimentos y 3 Manufacturas Diversas).</p> <p>7. Misión Comercial a República Dominicana: 3 Empresas (3 de manufacturas) Monto Negociado \$50,000.00</p> <p>8. Lac Flavors, Chile: 2 empresas (2 de Agro alimentario) Monto negociado: \$70,000.00</p> <p>Segundo trimestre: 84 empresas (13 de servicios, 50 de Agro alimentos y bebidas y 21 Manufacturas Diversas).</p> <p>5. Misión a la inversa: V Encuentro de Negocios El Salvador: 78 empresas (13 de servicios, 44 de agro alimentos y bebidas y 21 manufacturas diversas). Monto negociados: US\$2,651,878</p> <p>6- Feria Food Taipéi, Taiwán: 6 empresas, todas de agro alimentos y bebidas. Monto Negociado: \$899,000.</p> <p>Primer trimestre: 22 empresas (5 de servicios, 10 de agro alimentos y bebidas y 7 de Manufacturas Diversas)</p> <p>1. Expocomer, Panamá: 8 empresas (3 agro alimentos y bebidas y 5 manufacturas diversa). Monto negociado: US\$535,500.</p> <p>2. Misión Comercial y participación en Feria Business Expo en Washington D.C.: 6 empresas (4 agro alimentos y bebidas y 2 manufacturas diversas). Monto negociado: US\$328,200.</p> <p>3. Coffee & Tea Russian Expo 2018, Rusia, Moscú, se presentaron 23 muestras de café en exhibición y asistieron a la feria 3 empresarios de productos sucedáneos (licor de café e infusiones).</p> <p>4. Feria Game Development Conference 2018, EEUU, San Francisco: 5 empresas del sector servicios.</p>				
	Número de prospecciones de nuevos eventos de promoción comercial	3	4	133%	<p>Cuarto trimestre:</p> <p>3. Se prospectó Sial Paris del 22 al 26 de octubre.</p> <p>4. Se prospectó China International Import Expo, en la ciudad de Shanghai - República Popular China, del 5 al 10 de diciembre.</p> <p>Tercer Trimestre:</p> <p>2. Se prospectó el Cuarto Congreso latinoamericano de tecnología y negocios América Digital, que se realizó del 5 al 6 de septiembre, en Santiago, Chile.</p> <p>Segundo Trimestre:</p> <p>1. Se prospectó la Feria Seúl Food & Hotel en Corea del Sur, del 1 al 4 de mayo del 2018.</p> <p>Primer Trimestre: No se programaron actividades para este trimestre.</p>				
A.3.2.2: Coordinar, ejecutar y brindar seguimiento a las actividades de identificación de oportunidades comerciales	Número de oportunidades Comerciales Identificadas	25	32	128%	<p>Total de oportunidades comerciales identificadas: 32 (1 del sector Agro alimentos y 31 del sector Manufacturas Diversas).</p> <p>En el Cuarto Trimestre: No se programaron actividades para este trimestre.</p> <p>En el Tercer Trimestre: 11 oportunidades captadas (1 del sector Agro alimentos y 10 del sector Manufacturas Diversas), divulgadas a 22 empresas exportadoras salvadoreñas</p> <p>En el segundo Trimestre se capturaron 21 Oportunidades Comerciales para el sector de Manufacturas Diversas</p>				

ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR - PROESA
INFORME DE ALCANCE DE METAS DEL PLAN ANUAL OPERATIVO 2018, AL 31 DE DICIEMBRE DE 2018.

Resultado/productos/actividades	Nombre de indicador	Meta 2018 (valor del indicador)	Alcance al 31 de Diciembre de 2018	% de avance	Descripción del avance	Comentarios	Frecuencia de la revisión	Responsable	Fuente de financiamiento
DIRECCIÓN DE ASOCIOS PÚBLICO PRIVADOS (APP)									
R 4.1: Proyectos de socios público privados (APP), estructurados.	IVO R4.1A: Número de proyectos asesorados respecto a su viabilidad por la modalidad de APP	2	10	500%	<p>En el 2018 se cuenta con 15 proyectos vigentes en cartera, de los cuales se han asesorado los siguientes 10 proyectos (6 de años anteriores y 4 nuevos):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Parque Científico Tecnológico de Ciencias Exactas e Ingenierías en el municipio de Zacatecoluca departamento de La Paz 2. Nuevo Centro de Gobierno en Antiguo Cuscatlán, departamento de La Libertad. 3. Iluminación, video vigilancia y foto multa de carreteras. 4. Terminal de carga del AIES-MOARG. 5. Corredor Norte Metropolitano 6. Parques en terrenos del Ministerio de Gobernación y Desarrollo Territorial en el Centro de Gobierno. 7. Mejoramiento de aduanas terrestres: Anguiatú, Amatillo, Hachadura y el Poy 8. Diseño, Construcción, Reparación, Equipamiento, Operación y Mantenimiento de la Infraestructura para el Tratamiento de Aguas Residuales en las áreas metropolitanas de San Salvador, Santa Ana y San Miguel 9. Corredor Pacífico (CA02) entre el Paso Fronterizo La Hachadura y la carretera CA12 (Kilo 5) 10. Tramo sur corredor perimetral. 		Trimestral	DAPP	GOES
	IVO R4.1B: Número de Proyectos estructurados bajo la modalidad de APP.	1	1	100%	<p>En el último trimestre de 2018, se concluyó la estructuración del proyecto Iluminación y Videovigilancia de Carreteras. El equipo interno de PROESA finalizó la elaboración del Modelo Económico Financiero del proyecto y la redacción de las Bases de Licitación del mismo.</p>		Trimestral	DAPP	GOES
A.4.1.1: Desarrollar eventos para la promoción y sensibilización de la modalidad de APP en sectores estratégicos.	Número de eventos llevados a cabo	1	1	100%	<p>Cuarto Trimestre: Para este periodo no se programaron eventos de promoción y sensibilización.</p> <p>Tercer trimestre: Se desarrolló el Conversatorio: Aspectos Legales de APP.</p> <p>Segundo trimestre: Para este periodo no se programaron eventos de promoción y sensibilización.</p> <p>Primer trimestre: Para este periodo no se programaron eventos de promoción y sensibilización.</p>		Trimestral	GLAPP	GOES

ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR - PROESA
INFORME DE ALCANCE DE METAS DEL PLAN ANUAL OPERATIVO 2018, AL 31 DE DICIEMBRE DE 2018.

Resultado/productos/actividades	Nombre de indicador	Meta 2018 (valor del indicador)	Alcance al 31 de Diciembre de 2018	% de avance	Descripción del avance	Comentarios	Frecuencia de la revisión	Responsable	Fuente de financiamiento
DIRECCIÓN DE ASOCIOS PÚBLICO PRIVADOS (APP)									
A.4.1.2: Evaluar proyectos públicos de inversión con potencial para ser desarrollados como APP	Número de proyectos en evaluación	1	3	300%	<p>Cuarto Trimestre: A la fecha del informe se encuentran en evaluación, ya sea interna o por medio de contrataciones externas, tres proyectos: Estacionamientos en Plaza Cívica (MIGOBDT)- Hachadura Kilo 5 (MOPTVDU) y Nuevo Centro de Gobierno (MH).</p> <p>Tercer trimestre: A la fecha del informe se encuentran en evaluación, ya sea interna o por medio de contrataciones externas, tres proyectos: Estacionamientos en Plaza Cívica (MIGOBDT)- Hachadura Kilo 5 (MOPTVDU) y Nuevo Centro de Gobierno (MH).</p> <p>Segundo trimestre: A la fecha del informe se encuentran en evaluación, ya sea interna o por medio de contrataciones externas, tres proyectos: Estacionamientos en Plaza Cívica (MIGOBDT)- Hachadura Kilo 5 (MOPTVDU) y Nuevo Centro de Gobierno (MH).</p> <p>Primer trimestre: Se encuentran en evaluación (interna o por medio de contrataciones externas) tres proyectos: Estacionamientos en Plaza Cívica (MGYDT), Parque Científico Tecnológico (MINED) - Kilo 5 (MOPTVDU) y Nuevo Centro de Gobierno (MH). En el caso del Parque Científico Tecnológico, el cambio de ubicación física del proyecto llevo a una reevaluación económico-financiera del mismo.</p>		Trimestral	GEFAPP	GOES
A.4.1.3 Elaborar bases de licitación pública internacional y contratos	Número de proyectos con bases y contratos diseñados	1	1	100%	<p>Cuarto Trimestre: Se cuentan con las bases de licitación finales y proyecto de contrato, revisados por el Asesor de Transacción, del proyecto "Terminal de Carga del AIESMOARG" y se está a la espera del visto bueno técnico de CEPA.</p> <p>Tercer Trimestre: Se cuentan con las bases de licitación finales y proyecto de contrato, revisados por el Asesor de Transacción, del proyecto "Terminal de Carga del AIESMOARG" y se está a la espera del visto bueno técnico de CEPA.</p> <p>Primer trimestre: Se diseñaron bases de licitación y borrador de contrato del proyecto "Terminal de Carga del AIESMOARG"</p>		Trimestral	GEFAPP	GOES
A.4.1.4: Promocionar los proyectos de APP	Número de eventos de promoción	1	0	0%	No fue posible llevar a cabo ningún evento de promoción, en vista que las aprobaciones administrativas tardías de las otras instituciones involucradas, a las cuales debe ser sometido un proyecto de APP, impidieron que entraran a la etapa de promoción durante el año 2018.		Trimestral	GLAPP	GOES

ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR - PROESA
INFORME DE ALCANCE DE METAS DEL PLAN ANUAL OPERATIVO 2018, AL 31 DE DICIEMBRE DE 2018.

Resultado/productos/actividades	Nombre de indicador	Meta 2018 (valor del indicador)	Alcance al 31 de Diciembre de 2018	% de avance	Descripción del avance	Comentarios	Frecuencia de la revisión	Responsable	Fuente de financiamiento
DIRECCIÓN NACIONAL DE MARCA PAÍS									
R S.1: Desarrollada la Estrategia de "Marca País" (El Salvador) a nivel nacional, regional e internacional y establecidos los mecanismos para su sostenibilidad.	IVO RS.1A: Marca País lanzada y adoptada por sector público y privado de El Salvador	90 % de sector público vinculado al área económica adopta la Marca País. Meta: 11 instituciones	7	64%	<p>Cuarto Trimestre: Del gabinete económico se mantienen las 7 instituciones con la adopción de la marca: Secretaría Técnica y de Planificación de la Presidencia, Ministerio de Relaciones Exteriores, Ministerio de Hacienda, Ministerio de Economía, Ministerio de Agricultura y Ganadería, Ministerio de Turismo y Banco de Desarrollo de El Salvador.</p> <p>Tercer trimestre: Del gabinete económico se mantienen 7 instituciones con la adopción de la marca: Secretaría Técnica y de Planificación de la Presidencia, Ministerio de Relaciones Exteriores, Ministerio de Hacienda, Ministerio de Economía, Ministerio de Obras Públicas, Ministerio de Turismo y Banco de Desarrollo de El Salvador.</p> <p>Segundo trimestre: Del gabinete económico, 7 instituciones adoptaron la Marca País: Ministerio de Relaciones Exteriores, Ministerio de Hacienda, Ministerio de Economía, Ministerio de Agricultura y Ganadería, Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, Ministerio de Turismo y Banco de Desarrollo de El Salvador. El número de instituciones disminuyó, ya que por orden de CAPRES se cambio al logo de Plan 10.</p> <p>Primer trimestre: 12 instituciones adoptaron la Marca País: Secretaría Técnica y de Planificación, Ministerio de Relaciones Exteriores, Ministerio de Hacienda, Ministerio de Economía, Ministerio de Agricultura y Ganadería, Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, Ministerio de Turismo, Banco Central de Reserva, Superintendencia del Sistema Financiero, Banco Hipotecario, Banco de Fomento Agropecuario y Banco de Desarrollo de El Salvador. En este trimestre se alcanzó un 109% la meta.</p>	A partir de mayo del año 2018, las instituciones públicas recibieron línea directa de casa presidencial de utilizar un nuevo logo y slogan en el marco del programa "Plan 10", motivo por el cual 5 de las instituciones que pertenecen al gabinete económico optaron por el uso de dicho logo y dejaron de utilizar Marca País El Salvador, al respecto se realizaron varias gestiones solicitando el uso de Marca País, tales como solicitud de reuniones con los puntos focales de las instituciones, envío de correspondencia a Vicepresidencia y Secretaría de comunicaciones , entre otros.	Anual	GPMP	GOES
		20 % de las empresas invitadas a formar parte del programa de Licenciamientos de la Marca País El Salvador, adoptan la Marca.	31%	150%	<p>Total de empresas invitadas en 2018: 190 de las cuales 74 (39%) ya forman parte del programa, 58 cuentan con contrato firmado, 8 están en proceso de firma y 8 en proceso de elaboración de contrato.</p> <p>Lo anterior genera la relación del 39% y un avance relativo de 195 % en relación a la meta definida de 39 empresas, que equivalen al 20% del total de las 190 invitadas en 2018.</p> <p>Cuarto Trimestre: Se invitaron a 34 empresas a participar en el programa de licenciamiento, de las cuales 11 ya forman parte del programa, 1 ya cuenta con contrato firmado, 3 en proceso de firma y 7 en proceso de elaboración de contrato.</p> <p>Lo anterior genera la relación, para el cuarto trimestre del 32% y un avance relativo de 162 % en relación a la meta definida del 20%.</p> <p>Tercer trimestre: Se invitaron a 55 empresas a participar en el programa de licenciamiento, de las cuales 19 ya forman parte del programa, 15 de ellas ya cuentan con el contrato firmado, 3 están en proceso de firma y 1 en proceso de elaboración de contrato, por documentos pendientes de entrega.</p> <p>Lo anterior genera la relación, para el tercer trimestre del 35 % y un avance relativo de 175% en relación a la meta definida del 20%.</p> <p>Segundo trimestre: Se invitaron a 78 empresas a participar en el programa de licenciamiento, de las cuales 32 ya forman parte del programa, 30 de ellas ya cuentan con el contrato firmado y 2 están en proceso de firma.</p> <p>Lo anterior genera la relación, para el segundo trimestre del 41% y un avance relativo de 205% en relación a la meta definida del 20%.</p> <p>Primer trimestre: Se invitaron a 23 empresas a participar en el programa de licenciamiento de las cuales 12 ya forman parte del programa, todas cuentan con contrato firmado. Lo que genera la relación del 52% y un avance relativo de 260% en relación a la meta definida del 20%.</p>		Anual	GAMP	GOES

ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR - PROESA
INFORME DE ALCANCE DE METAS DEL PLAN ANUAL OPERATIVO 2018, AL 31 DE DICIEMBRE DE 2018.

Resultado/productos/actividades	Nombre de indicador	Meta 2018 (valor del indicador)	Alcance al 31 de Diciembre de 2018	% de avance	Descripción del avance	Comentarios	Frecuencia de la revisión	Responsable	Fuente de financiamiento
DIRECCIÓN NACIONAL DE MARCA PAÍS									
	IVO R5.1B: Plataforma institucional y financiera para el funcionamiento sostenible de la Estrategia Marca País funcionando	Al menos 5 convenios y alianzas con sectores: público, privados y cooperación.	9	140%	<p>Total de Convenios suscritos en 2018: 9</p> <p>Cuarto Trimestre, se firmaron 2 convenios:</p> <p>8. Dirección Nacional de Medicamentos 9. Cámara Salvadoreña de Bienes Raíces</p> <p>Tercer trimestre: No se reportan convenios suscritos.</p> <p>Segundo trimestre, se firmaron 4 convenios:</p> <p>4. Escuela de Comunicaciones Mónica Herrera 5. Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) 6. Asociación Salvadoreña de Hoteles (ASH) 7. Dirección General de Migración y Extranjería</p> <p>Primer trimestre, se firmaron 3 convenios con:</p> <p>1. Cámara Salvadoreña de Turismo (CASATUR) 2. Consejo Salvadoreño del Café (CSC) 3. Secretaría de Cultura de la Presidencia -SECULTURA (ahora Ministerio de Cultura)</p>		Anual	GAMP	GOES
4.1.2 P: Imagen país adoptada por actores clave de sector público y privado.	Estrategia de Imagen País Implementada	1 Campaña de difusión ejecutada	1	100%	<p>Alcance acumulado en 2018:</p> <p>- 10,735,615 en las redes sociales de Facebook, Twitter e Instagram - 76 eventos nacionales y 14 eventos internacionales en donde se promocionó la Marca, alcanzando aproximadamente a 1,949,825 personas en dichas actividades. - Se realizaron 32 jornadas de sensibilización obteniendo un alcance de 1,980 personas sensibilizadas sobre la Marca País.</p> <p>Cuarto Trimestre:</p> <p>- Se logró un alcance acumulado de 3,499,792 en las redes sociales de Facebook, Twitter e Instagram con interacciones 244,672 - Se ejecutaron 24 eventos nacionales y 5 evento internacionales en donde se promocionó la Marca, alcanzando mas de un millón de personas en dichas actividades. - Se han realizado 2 jornadas de sensibilización obteniendo un alcance de 55 personas.</p> <p>Tercer trimestre:</p> <p>- Se ejecutó la pauta internacional (con énfasis en medios digitales) en 3 mercados: Estados Unidos, Canadá y Corea del Sur, logrando un alcance de 34,261,621 visualizaciones con una tasa de 1.35 de frecuencia - Se logró un alcance acumulado de 7,235,823 en las redes sociales de Facebook, Twitter e Instagram con 86,329 interacciones. - 20 eventos nacionales y 1 evento internacional en donde se promocionó la Marca, alcanzando aproximadamente a más de 147 mil personas en dichas actividades. - Se realizaron 6 jornadas de sensibilización, con un alcance de 275 personas.</p> <p>Segundo trimestre:</p> <p>- Se logró un alcance acumulado de 3,016,358 en las redes sociales de Facebook, Twitter e Instagram con 1,951,908 interacciones. - Se ejecutaron 26 eventos nacionales y 5 eventos internacionales en donde se promocionó la Marca, alcanzando aproximadamente a más de 190 mil personas en dichas actividades. - Se han realizado 12 capacitaciones y charlas obteniendo un alcance de 1,338 personas sensibilizadas sobre la Marca País.</p> <p>Primer trimestre:</p> <p>- Se logró un alcance acumulado de 3,836,753 en las redes sociales de Facebook, Twitter e Instagram con 302,524 interacciones. - Se ejecutaron 6 eventos nacionales y 3 eventos internacionales en donde se promocionó la Marca, alcanzando aproximadamente a más de 200 mil personas en dichas actividades. - Además se ejecutaron en el mes de la amistad (febrero) campañas de promoción con empresas licenciatarias. - Así también se ejecutó en el mes de marzo campaña de promoción con embajadores de marca de producción musical denominada "Mi país Bonito", con el lanzamiento de la primera canción "Cumbia Surf".</p>		Anual	DNMP	BID

ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR - PROESA
INFORME DE ALCANCE DE METAS DEL PLAN ANUAL OPERATIVO 2018, AL 31 DE DICIEMBRE DE 2018.

Resultado/productos/actividades	Nombre de indicador	Meta 2018 (valor del indicador)	Alcance al 31 de Diciembre de 2018	% de avance	Descripción del avance	Comentarios	Frecuencia de la revisión	Responsable	Fuente de financiamiento
GERENCIA DE ANALISIS DE POLITICAS E INTELIGENCIA DE MERCADOS									
A.2.1.1: Generar información para promoción de país, generación de estrategias sectoriales y atención de requerimientos Especializados de información de potenciales inversionistas e inversionistas establecidos	Número de Guías del inversionista elaboradas	1	1	100%	Los contenidos de la Guía del Inversionista 2019 se actualizaron en el último trimestre 2018, tanto en inglés como en español		Anual	GAPIM	GOES
	Número de actualizaciones realizadas a la presentación país	12	12	100%	Una de las herramientas de venta más importantes utilizadas para promover el país con potenciales inversionistas es la presentación país. Es por eso que se han realizado 12 actualizaciones de la presentación país en inglés y español (una por mes, de enero a diciembre), las cuales se publicaron en la intranet y notificaron vía correo electrónico.		Mensual	GAPIM	GOES
	Número de presentaciones sectoriales	7	7	100%	Complementario a la presentación país, se han preparado presentaciones sectoriales para que sirvan de apoyo a los especialistas de promoción de inversión para dar a conocer las ventajas y oportunidades de inversión específicas para sus sectores. De enero a julio se han preparado 7 presentaciones sectoriales: Manufactura liviana, Turismo, Aeronáutica, Servicios Empresariales a Distancia, Textil y confección, Energía y Agroindustria.		Mensual	GAPIM	GOES
	Número de actualizaciones realizadas de información económicas y de país en sitio web (inversiones)	2	2	100%	En octubre 2018, se actualizó los siguientes apartados: Economía libre y estable, atractivo clima de negocios, estabilidad monetaria y costos competitivos en español e inglés. En el segundo trimestre, se realizó actualización de la información económica y de país en el sitio web de PROESA. Específicamente las secciones de "Haciendo negocios en El Salvador", "Por qué invertir en El Salvador", y Oportunidades sectoriales.		Semestral	GAPIM	GOES
	Número de actualizaciones realizadas a la aplicación móvil (app)	2	2	100%	En octubre 2018, se actualizó la tabla de tarifas de energía eléctrica al mes de octubre de 2018 y se actualizó el comparativo de salarios mínimos de la región a los datos más recientes. En abril 2018, se realizó actualización de la información de la aplicación móvil en inglés y español: datos de especialista agroindustria, ventajas de invertir, oportunidades de inversión sectoriales, costos (mano de obra, espacios industriales, energía), casos de éxito (actualización de Aeroman, Decameron y Sykes; se agregó nuevos casos: Hidroexpo, Rio Grande y Telus), actualización de salarios mínimos.		Semestral	GAPIM	GOES
	Número de requerimientos de información sobre EXP-INV-APP atendidos	400	405	101%	En 2018, se trabajaron 405 requerimientos de información a solicitud de las direcciones de PROESA, Presidencia y clientes externos diversos, en los cuales se ha invertido 1,408 horas de investigación.		Mensual	GAPIM	GOES
	A.2.1.5: Identificar obstáculos a la inversión y elaborar propuestas de mejora al clima de negocios	Número de reportes de monitoreo de indicadores económicos	4	4	100%	Se elaboró 4 Reportes Trimestrales de Indicadores Económicos y Sociales correspondientes al primer, segundo, tercer y cuarto trimestre de 2018, los cuales se publicó en la intranet y notificó vía correo electrónico.		Trimestral	GAPIM
Informe anual de inversiones		1	1	100%	Se trabajó informe anual de inversiones 2018 en el mes de mayo, con datos sobre el desempeño de la IED en El Salvador, la región y el mundo.		Anual	GAPIM	GOES

ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR - PROESA
INFORME DE ALCANCE DE METAS DEL PLAN ANUAL OPERATIVO 2018, AL 31 DE DICIEMBRE DE 2018.

Resultado/productos/actividades	Nombre de indicador	Meta 2018 (valor del indicador)	Alcance al 31 de Diciembre de 2018	% de avance	Descripción del avance	Comentarios	Frecuencia de la revisión	Responsable	Fuente de financiamiento
GERENCIA DE ANALISIS DE POLITICAS E INTELIGENCIA DE MERCADOS									
A.3.1.2: Brindar asistencia técnica a las y los empresarios facilitando información de mercado estratégica a la medida y acompañamiento personalizado y especializado en su preparación hacia mercados internacionales.	Número de Guías del exportador actualizadas	1	1	100%	Se actualizó el contenido de la Guía de exportación de bienes con información básica para iniciar la actividad de internacionalización para empresas de bienes		Anual	GAPIM	GOES
A.3.1.4: Generar información estratégica de mercado en sectores priorizados y análisis especializados para la toma de decisiones de autoridades institucionales, sector público y sector privado.	Informe anual de comercio exterior	1	1	100%	El informe anual de comercio exterior se trabajó en febrero y se desarrolló en la plataforma de Power BI. Este informe incluye datos de exportaciones e importaciones, por lo que permite conocer de manera interactiva la relación comercial que El Salvador posee con los diferentes países a nivel internacional a nivel de sectores y productos.		Anual	GAPIM	GOES
	Informe mensual de exportaciones	12	12	100%	Se han elaborado 12 informes mensuales de desempeño de las exportaciones (uno en cada mes de enero a diciembre), para monitorear el desempeño de las exportaciones por producto, sector, destino y empresa.		Mensual	GAPIM	GOES
	Reportes Proactivos sobre tendencias y oportunidades sectoriales para exportaciones	12	12	100%	Se han elaborado 12 reportes proactivos sobre tendencias de mercado para los siguientes sectores: Taiwán - Alimentos y bebidas (enero), Perú - Farmacéuticos (febrero), Corea del Sur - Alimentos (marzo), Estados Unidos - Jeans (abril), Europa - Café (mayo) y Asia/Suramérica - Café (junio), Tendencias en alimentos-Corea del Sur (julio), Servicios de realidad virtual-Estados Unidos (agosto), Vitaminas y suplementos - Estados Unidos (septiembre), Tecnología y marketing digital en LATAM (octubre), Café en República Checa (noviembre), Consumo y desarrollo de snacks en el mundo (diciembre)		Mensual	GAPIM	GOES

ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR - PROESA
INFORME DE ALCANCE DE METAS DEL PLAN ANUAL OPERATIVO 2018, AL 31 DE DICIEMBRE DE 2018.

Resultado/productos/actividades	Nombre de indicador	Meta 2018 (valor del indicador)	Alcance al 31 de Diciembre de 2018	% de avance	Descripción del avance	Comentarios	Frecuencia de la revisión	Responsable	Fuente de financiamiento
UNIDAD DE GENERO									
R 6.1: PROESA apoyada técnicamente mediante la realización de acciones que contribuyen a la puesta en marcha de las estrategias y prioridades de la institución, dentro del marco normativo vigente y desde la perspectiva de género.	IVO R6.1: Política de Género institucionalizada	Política Institucional de Igualdad y No Discriminación difundida	100%	100%	La Política Institucional de Igualdad y No discriminación fue aprobada bajo el acuerdo N° 71/2018 de fecha 4 de octubre de 2018. Dicho acuerdo manifiesta en el literal a) Aprobar la Política Institucional de Igualdad y No discriminación junto con su plan de Acción, para un periodo de cinco años 2019-2024, contados a partir del presente día, con el objeto de operativizar el avance de la transversalización del enfoque de género en PROESA". Al cierre de este informe la política aprobada se encuentra en revisión (redacción) previa a la diagramación del documento para su debida impresión por la Unidad de Comunicaciones.		Anual	Unidad de Género	GOES
	IVO R6.2: Plan de Igualdad y Equidad Institucionalizado	Puesta en marcha del Plan de Acción de la Política Institucional de Igualdad y No Discriminación	100%	100%	El Plan de Acción fue aprobado bajo el acuerdo N° 71/2018 de fecha 4 de octubre de 2018. Al cierre de este informe, los indicadores del Plan de Acción aprobado se encuentra en proceso de revisión, en coordinación con la Gerencia de Planeamiento y Desarrollo Institucional.		Trimestral	Unidad de Género	GOES
A.6.1.9: Facilitar la transversalización del principio de igualdad y no discriminación en las políticas, planes, programas, proyectos, normativas y acciones de PROESA.	Publicación en Diario Oficial de la Política Institucional de Igualdad y No Discriminación	1	0	0%	Debido a que la Política fue aprobada de manera tardía, no fue factible cumplir con esta meta en el presente año.	Al no ser publicada, se corre el riesgo de que cualquier cambio de gobierno afecte la visión institucional y se limite la transversalización del enfoque de género en PROESA.	Trimestral	Unidad de Género	GOES
	Evento de lanzamiento de la Política Institucional de Igualdad y No Discriminación	1	0	0%	Debido a que la Política fue aprobada de manera tardía, no fue factible cumplir con esta meta en el presente año. Sin embargo se ha reprogramado para el segundo trimestre de 2019.		Trimestral	Unidad de Género	GOES

**ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR - PROESA
 INFORME DE ALCANCE DE METAS DEL PLAN ANUAL OPERATIVO 2018, AL 31 DE DICIEMBRE DE 2018.**

Resultado/productos/actividades	Nombre de indicador	Meta 2018 (valor del indicador)	Alcance al 31 de Diciembre de 2018	% de avance	Descripción del avance	Comentarios	Frecuencia de la revisión	Responsable	Fuente de financiamiento
UNIDAD DE GENERO									
A.6.1.9: Facilitar la transversalización del principio de igualdad y no discriminación en las políticas, planes, programas, proyectos, normativas y acciones de PROESA.	% del Personal de PROESA sensibilizado en distintas temáticas para la transversalidad del enfoque de género.	70% (50 personas)	41	82%	<p>Durante el 2018:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 41 personas (34 mujeres y 7 hombres) se formaron a través de 5 talleres de sensibilización básicos (nivel 1). - 3 mujeres se formaron a través de 4 cursos de especialización (nivel 2). - 1 mujer continúa formándose a través de un curso de educación superior (nivel 3). <p>En el cuarto trimestre:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2 mujeres concluyeron el Diplomado Propuesta "Metodológica para la Planificación Estratégica institucional" por lo que somos parte de la Escuela Nacional de Formación Pública (ENAFOP) - 1 mujer concluyó el Curso de Liderazgo Institucional para la Igualdad con herramientas de coaching, coordinado y desarrollado por el ISDEMU. - La jefa de la Unidad de género, ha continuado con el Diplomado Especializado sobre Género y feminismo, en Antigua Guatemala, concluirá en 2019. - 5 miembros de la Comisión Institucional de Género (3 mujeres y 2 hombres) formados a través de 2 talleres de transversalidad y enfoque de género impartidos por ISDEMU. <p>En el tercer trimestre:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se obtuvieron 2 cupos en el curso "Propuesta Metodológica para la enseñanza de la incorporación del enfoque de género en el proceso de planificación estratégica institucional", que impartirá la Escuela Nacional de Formación Pública, (ENAFOP), los jueves del 20 de septiembre al 15 de noviembre. - Se obtuvieron 2 becas en el Curso de Igualdad para la productividad, a realizarse del 23 de julio al 8 de octubre, en la modalidad de 1 jornada al mes. - 4 mujeres iniciaron su formación en el ABC de la Igualdad Sustantiva, impartido por ISDEMU, a partir del 6 de septiembre y concluirán el 4 de octubre de 2018. - 2 hombres finalizaron el curso de ABC de masculinidades con ISDEMU-EFIS-Centro de Formación -CAPRES. - La jefa de la Unidad de Género inició el Diplomado Especializado sobre Género y Feminismo, en Antigua Guatemala, el 30 de julio. <p>En el segundo trimestre:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 20 mujeres concluyeron y aprobaron el primer proceso de formación del personal femenino de PROESA, a través del Curso ABC Igualdad Sustantiva, impulsado entre ISDEMU-EFIS-PROESA. Aún esta pendiente la entrega de diplomas. - Se gestionó y obtuvo cupo para 2 hombres en el Curso ABC de las masculinidades, coordinado entre CAPRES-EFIS-ISDEMU. El curso es del 12 de julio al 9 de agosto. - Se han inscrito 5 personas (4 mujeres y 1 hombre) a un nuevo curso del ABC de la Igualdad Sustantiva a realizarse en CAPRES, siempre en coordinación con ISDEMU-EFIS. El curso dará inicio en agosto 2018. - La Jefa de la Unidad de Género concluyó el Nivel III: Curso Especializado en la salud sexual reproductiva, en las aulas virtuales de las EFIS-ISDEMU - Concluyeron todos los preparativos para asistir al Diplomado Especializado sobre Género y Feminismo, a realizarse en Antigua Guatemala. El Diplomado se llevará a cabo a partir de julio 2018. <p>En el primer trimestre:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se han inscrito 21 mujeres, para recibir el Curso del ABC de la Igualdad Sustantiva, que imparte la Escuela de Formación de la EFIS-ISDEMU, de abril a junio. - Se obtuvo la autorización para que una persona de la UIG participe en el Diplomado de Especialización en Estudios de Género, en Antigua Guatemala, coordinado por la Fundación Guatemala y la Universidad Autónoma de México, tendrá una duración de un año, a partir de mayo 2018. 	Debido a la resistencia y prejuicios en los temas de Igualdad, Equidad y No Discriminación al interior de PROESA, se logró sensibilizar y formar únicamente a 41 personas, lo que contribuye a un lento avance de la transversalidad del enfoque de género. Asimismo, es limitado el apoyo institucional por parte de algunas direcciones, gerencias y jefaturas, en la formación del personal de distintas unidades. No obstante se debe de retomar el mandato legal, según Art 4. Numeral del 1 al 5 para eliminar los comportamientos sociales discriminatorios que la sociedad asigna a mujeres y hombres respectivamente; los cuales originan desigualdades en las condiciones de vida y en el ejercicio de los derechos en posición, en la valoración social de las capacidades humanas de las unas con respecto a los otros y en la vida pública.	Trimestral	Unidad de Género	GOES

ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR - PROESA
INFORME DE ALCANCE DE METAS DEL PLAN ANUAL OPERATIVO 2018, AL 31 DE DICIEMBRE DE 2018.

Resultado/productos/actividades	Nombre de indicador	Meta 2018 (valor del indicador)	Alcance al 31 de Diciembre de 2018	% de avance	Descripción del avance	Comentarios	Frecuencia de la revisión	Responsable	Fuente de financiamiento
UNIDAD DE GENERO									
	Número de Acciones afirmativas impulsadas para fortalecer la transversalización de la perspectiva de género.	3	11	367%	<p>En total en 2018 se realizaron 11 acciones afirmativas.</p> <p>En el cuarto trimestre se ha realizado las siguientes actividades:</p> <p>10 - Conmemoración de fechas: Día de la No violencia contra la Mujer, se realizó una gira de campo a Ciudad Mujer, Lourdes, Colon. Participaron 10 mujeres, quienes conocieron los programas y servicios que brindan, especialmente sobre el emprendimiento de las mujeres.</p> <p>- Armonización de normativas internas: Concluyó la armonización del Reglamento Interno, se hizo la entrega del primer borrador armonizado del mismo al presidente de la institución. En caso de recibirse observaciones, se subsanarán para que el documento sea validado y posteriormente en enero de 2019 sea presentado y aprobado por los miembros del Consejo Directivo.</p> <p>11 - Cumplimiento de Normativas y Leyes: Impresión de 80 ejemplares del Protocolo de actuación para ser entregados en 2019.</p> <p>En el tercer trimestre se ha realizado las siguientes actividades:</p> <p>- Armonización de normativas internas: sobre el Reglamento Interno, fue revisado por la gerencia legal de Presidencia, previo a ello, por la Dirección de Administración y Finanzas.</p> <p>8 - Campaña de sensibilización: se impulsó la cuarta campaña institucional "Acoso Laboral". Se colocó Rollup en cada nivel de PROESA, afiches y material promocional para incidir en la cultura de la denuncia en las y los servidores públicos.</p> <p>9 - Campaña de sensibilización: Se dio inicio a la quinta campaña informativa virtual "Gotitas de conocimiento". Se enviaron cada semana mensajes reflexivos y de análisis sobre las manifestaciones, consecuencias e identificación de conductas abusivas, expresiones, actos discriminatorios y técnicas de prevención de la violencia laboral. Esto en el marco del cumplimiento del Plan de prevención presentado al ISDEMU para reducir femicidios.</p> <p>En el segundo trimestre se logró:</p> <p>- Armonización de normativas internas: finalizó la propuesta del anteproyecto de reforma del Reglamento Interno, fue revisado por el auditor interno.</p> <p>5 - Campaña de sensibilización: Se diseño e impulso la segunda campaña institucional "Háblame con Respeto". Se entregaron botones alusivos como material promocional para incidir en los mensajes de respeto y dignificación al trabajo a quienes laboran de manera permanente y no permanente, así como pasantes en PROESA.</p> <p>6 - Campaña de sensibilización: Se impulso la tercera campaña informativa virtual "No quiero tus piropos. Quiero tu respeto" con mensajes sobre el acoso sexual, acoso laboral, discriminación y violencia laboral y feminicidio.</p> <p>7 - Campaña de sensibilización: Taller sobre el Empoderamiento de la mujer, asistieron 20 mujeres, se coordinó con la ONG "El poder de ser mujer", CONAMYPE y PROESA.</p> <p>En el primer trimestre se logró:</p> <p>1 - Conmemoración de fecha: Día Internacional de la Mujer, se llevó a cabo el Dialogo Café "Entre mujeres tejemos sororidad", participaron 25 personas (4 hombres y 21 mujeres).</p> <p>2 - Cumplimiento de Normativas y Leyes: Instalación de lactario Institucional, con lo que se da cumplimiento al cuarto párrafo del artículo 35, de la Ley de la promoción y apoyo de la lactancia materna.</p> <p>3 - Armonización de normativas internas: se realizaron 8 sesiones de discusión para la reforma del reglamento Interno.</p> <p>4 - Campaña de sensibilización: Se impulso la primera campaña institucional "Empleo Dignos libres de violencia laboral". Con mensajes de respeto y dignificación al trabajo en los espacios laborales.</p>		Trimestral	Unidad de Género	GOES

1/ Se refiere a compromisos de generación de empleo, por parte de los inversionistas

Alcance de la meta	
20 Metas	El alcance de la meta es superior al 100%
18 Metas	El alcance de la meta es del 100%.
4 Metas	El alcance de la meta está en el rango del 50% al 99%
5 Metas	El alcance de la meta es menor al 50%