

ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR - PROESA
INFORME DE ALCANCE DE METAS DEL PLAN ANUAL OPERATIVO 2019, AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019.

Objetivos estratégicos	Resultado/productos/ actividades	Nombre de indicador	Meta 2019 (valor del indicador)	Alcance acumulado al 31 de Diciembre de 2019	% de avance	Descripción del avance Ene - Dic 2019	Riesgos y factores críticos internos y externos que impidieron o limitaron el cumplimiento de los objetivos y metas	Frecuencia de la revisión	Responsable	Fuente de financiamiento
PRESIDENCIA										
OE1 Fortalecer la capacidad de rectoría, liderazgo y sinergia de PROESA para liderar la coordinación interinstitucional y multisectorial público – privado para el mejoramiento del clima de negocios e implementación de las Políticas de Estado vinculantes a la misión de PROESA.	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	N/A	La Presidencia de PROESA participó en espacios de Alto Nivel Político para la toma de decisiones en la elaboración y ejecución de políticas públicas en materia económica, así como reuniones con municipalidades y otras instituciones para la mejora del clima de negocios, entre ellos: Gabinete Turístico, Gabinete Económico en CAPRES, Comisión Promotora de Atiquizaya, Ministerio de Obras Públicas, Asociación de Municipios de la Región Sur de La Libertad, AMUDELI, Alcaldía de Rosario de la Paz, Talleres de vocería en CAPRES y Comité Nacional de Facilitación de Comercio en MINEC. Por otra parte se suscribió la Declaratoria de Zona de Estabilidad Jurídica Municipal entre Las Asociaciones de los Municipios de Los Nonualcos, El Bálsamo ampliado y la Alcaldía Municipal de Soyapango y PROESA, para promover las inversiones nacionales y extranjeras en los territorios asociados a los municipios que lo suscriben.		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	N/A	La Presidencia de PROESA mantuvo reuniones de acercamiento, con el sector privado, entre ellas: INSINCA, DISCOVERY ENVIROMENTAL, COMERCIALIZADORA 503, VENTUS, ACANTILADOS, AES El Salvador, Hotel y Restaurante Jazmin, San Gerardo, San Miguel, Beneficio de Café Cuzcachapa, Industrias Cosco, Productos Alimenticios BOCADELI S.A. DE C.V., Mielles Joya de Cerén, SKYES, ATENTO, TELEPERFORMANCE, TELUS, The Office Gurús, CONCENTRIX, TERMOENCOGIBLES, Red Fox, SANCHIA, ACOPAJ, Camaronera Las Animas y COWORKING 44 HUB. Por otro lado también se participó en mesa redonda "Oportunidades de Inversión en El Salvador" organizador por la Cámara Franco Salvadoreña de Comercio e Industria (CFSCI) y en acto de entrega de Proyecto Bóforo, se participó en inauguración del Surf City Latin Pro 2019 y el Hotel Garten Zonte, se asistió a la alianza de la marca Disney con empresa farmacéutica Laboratorios Suizos y se sostuvo una reunión con representantes de Japan External Trade Organization (JETRO), se llevó a cabo la coordinación y firma de Contrato de Participación, para la EXPO DUAI 2020 y se participó en la inauguración de la Planta Química Nava y Cemento Regional. De igual manera mantuvo comunicación con representantes de gremiales empresariales vinculados a la labor de PROESA, reuniéndose con ASIPLASTIC, COEXPORT y CASATIC.		Anual	Presidencia	GOES
DIRECCIÓN DE INVERSIONES										
OE2 Incrementar nuevas inversiones en sectores estratégicos y fomentar la expansión de las existentes para contribuir al desarrollo económico y social del país a través de la generación de más y mejores empleos.	R 2.1: Incrementada la Atracción y Expansión de inversiones en Sectores Priorizados	IVO R2.1: Nuevos empleos generados por nuevas inversiones o expansiones *	2,000	6,204	310%	Durante el año 2019, se generaron 6,204 compromisos de empleos: - 638 por 14 nuevas empresas del sector Servicios Empresariales a Distancia y Energía los cuales provienen de Uruguay, El Salvador, Guatemala, Perú y EE.UU. - 5,566 por 23 expansiones de los sectores Servicios Empresariales a Distancia, Desarrollo Inmobiliario, provenientes de El Salvador, China, Brasil, Canadá, Francia, EE.UU. y Uruguay. En el Cuarto Trimestre: Se generaron 1,955 compromisos de empleos: -307 por 3 nuevas empresa de sector Textil y confección, SED y Turismo, correspondientes a los países Perú, El Salvador y Estados Unidos. - 1,648 por 9 Expansiones Servicios Empresariales a Distancia, correspondientes a los países Uruguay, Estados Unidos, Canadá y El Salvador. En el Tercer Trimestre: Se generaron 955 compromisos de empleos: -164 por 7 nuevas empresa de sector correspondientes a los países Perú, El Salvador y Estados Unidos. - 791 por 7 Expansiones Servicios Empresariales a Distancia, correspondientes a los países Uruguay, Estados Unidos, Canadá y El Salvador. En el Segundo Trimestre: Se generaron 2,945 compromisos de empleos: - 50 por 1 nueva empresa de sector Servicios Empresariales a Distancia (SED) de Guatemala. - 2,895 por 4 Expansiones (3 del sector SED y 1 del sector Desarrollo Inmobiliario) de El Salvador, Brasil, China, Canadá y Francia. En el primer trimestre: Se generaron 349 compromisos de empleos: - 117 por 3 nuevas empresas del sector Servicios Empresariales a Distancia, los cuales provienen de Uruguay, El Salvador y Guatemala. - 232 por 3 expansiones del sector Servicios Empresariales a Distancia (1 expansión de Textil y Confección no generó compromiso de empleo), provenientes de El Salvador y China.		Trimestral	GPIN Y GAI	GOES

ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR - PROESA
INFORME DE ALCANCE DE METAS DEL PLAN ANUAL OPERATIVO 2019, AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019.

Objetivos estratégicos	Resultado/productos/ actividades	Nombre de indicador	Meta 2019 (valor del indicador)	Alcance acumulado al 31 de Diciembre de 2019	% de avance	Descripción del avance Ene - Dic 2019	Riesgos y factores críticos internos y externos que impidieron o limitaron el cumplimiento de los objetivos y metas	Frecuencia de la revisión	Responsable	Fuente de financiamiento
DIRECCIÓN DE INVERSIONES										
OE2 Incrementar nuevas inversiones en sectores estratégicos y fomentar la expansión de las existentes para contribuir al desarrollo económico y social del país a través de la generación de más y mejores empleos.	R 2.1: Incrementada la Atracción y Expansión de inversiones en Sectores Priorizados	IVO R2.2: Nuevos montos de inversión comprometidos.	\$300,000,000.00	\$ 348,129,510.21	116%	<p>En total de enero a diciembre se generaron \$348,129, 510.21 de compromisos de inversión por un total de 43 proyectos de inversión:</p> <ul style="list-style-type: none"> - \$219,417,895.00 por 16 nuevas empresas (sector de Servicios Empresariales a Distancia, Energía, Turismo y Textil y Confección) los cuales provienen de Uruguay, El Salvador, Guatemala y Perú. - \$128,711,615.21 por 27 proyectos de expansión (sector Servicios Empresariales a Distancia, Desarrollo Inmobiliario, Textil y Confección, Energía y otros), provenientes de El Salvador, China, Francia, Uruguay, Canadá e India. <p>En el Cuarto Trimestre: Se generaron \$234,737,000.28 de compromisos de inversión por un total de 15 proyectos de inversión: - \$209,030,000.00 por 5 nuevas empresas (sector SED y Energía), provenientes de El Salvador y Estados Unidos. - \$25,707,000.28 por 10 expansiones del sector Servicios Empresariales a Distancia, Energía y otros), provenientes de Estados Unidos, India y El Salvador.</p> <p>En el Tercer Trimestre: Se generaron \$78,275,509.93 de compromisos de inversión por un total de 15 proyectos de inversión: - \$9,520,895.00 por 7 nuevas empresas (sector Textil y confección, SED y Turismo), provenientes de Perú, El Salvador y Estados Unidos. - \$68,754,614.93 por 8 expansiones del sector Servicios Empresariales a Distancia), provenientes de Uruguay, Estados Unidos, Canadá y El Salvador.</p> <p>En el Segundo Trimestre: Se generaron \$32,850,000.00 de compromisos de inversión por un total de 3 proyectos de inversión: - \$350,000.00 por 1 nueva empresa del sector Servicios Empresariales a Distancia, la cual proviene de Guatemala. - \$32,500,000.00 por 5 expansiones (3 de SED, 1 de Textil y Confección y 1 de Desarrollo inmobiliario), provenientes de El Salvador, Brasil, Canadá y Francia.</p> <p>En el primer trimestre Se generaron \$2,267,000 de compromisos de inversión por un total de 7 proyectos de inversión: - \$517,000.00 por 3 nuevas empresas del sector Servicios Empresariales a Distancia, los cuales provienen de Uruguay, El Salvador y Guatemala. - \$1,750,000.00 por 4 proyectos de expansión (3 sector Servicios Empresariales a Distancia y 1 de Textil y Confección), provenientes de El Salvador y China.</p>				
		IVO R2.3: Ratio de conversión de potenciales inversiones a compromisos de inversión	20%	23%	115%	Al cierre 2019 se logró alcanzar y superar un Ratio de conversión de potenciales inversiones a compromisos de inversión del 20%, alcanzando un ratio del 23%. Este indicador visualiza qué tan efectiva está siendo la labor de PROESA para lograr que los potenciales inversionistas atendidos se comprometan a invertir.		Annual	GPIN Y GAI	GOES
	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 diligence o repuestas a cuestionarios enviados	185	143	77%	<p>Durante el año 2019 se atendieron 143 due diligence (correspondientes a los sectores Energía, Textil y confección, Turismo, Servicios Empresariales a Distancia, Manufacturas Livianas, Agroindustria, Multisectorial y Aeronáutica.</p> <p>En el Cuarto Trimestre: Se atendieron 57 Due Diligence correspondientes a los sectores Agroindustria, Manufacturas livianas, Energía, Multisectorial, SED, Textil y Confección y Aeronáutica.</p> <p>En el Tercer Trimestre: Se atendieron 35 Due Diligence correspondientes a los sectores Manufacturas livianas, Energía, Turismo, SED y Textil y Confección.</p> <p>En el segundo trimestre: Se atendieron 26 Due Diligence correspondientes a los sectores Manufacturas livianas, Energía, Agroindustria, Turismo, SED y Textil y Confección.</p> <p>En el primer trimestre: Se atendieron 25 Due Diligence correspondientes a los sectores Energía, Textil y confección, Turismo, Servicios Empresariales a Distancia, Manufacturas Livianas y Agroindustria.</p>	Los Due Diligences son requerimiento de información que solicitan los posibles inversionistas, es un servicio a demanda. En 2019, la demanda de estos servicios disminuyó, lo que se concluye fue debido a las siguientes causas: - Hay otras instituciones de gobierno que están brindando el mismo servicio - Factores relacionados al clima de inversión del país afectan el interés de potenciales inversionistas en evaluar El Salvador como destino de sus inversiones. -Factores relacionados al ambiente político que se vivió por ser año electoral y transición de gobierno periodo en el que los inversionistas pausan decisiones de inversión.	Trimestral	GPIN Y GAI	GOES

ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR - PROESA
INFORME DE ALCANCE DE METAS DEL PLAN ANUAL OPERATIVO 2019, AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019.

Objetivos estratégicos	Resultado/productos/ actividades	Nombre de indicador	Meta 2019 (valor del indicador)	Alcance acumulado al 31 de Diciembre de 2019	% de avance	Descripción del avance Ene - Dic 2019	Riesgos y factores críticos internos y externos que impidieron o limitaron el cumplimiento de los objetivos y metas	Frecuencia de la revisión	Responsable	Fuente de financiamiento
DIRECCIÓN DE INVERSIONES										
OE2 Incrementar nuevas inversiones en sectores estratégicos y fomentar la expansión de las existentes para contribuir al desarrollo económico y social del país a través de la generación de más y mejores empleos.	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 Leads	110	110	100%	<p>En el año 2019 se generaron 110 Leads, correspondientes a los Sectores Servicios Empresariales a Distancia, Textil y confección, Turismo, Desarrollo Inmobiliario, Multisectorial, Logística y Agroindustria, dichos leads corresponden a los países El Salvador, Alemania, China, Chile, Canadá, Guatemala, Estados Unidos, India, México, Uruguay, Brasil, Francia, Japón y Venezuela.</p> <p>En el Cuarto Trimestre: Se generaron 42 Leads de los Sectores Turismo, SED, Logística y Textil y Confección los cuales corresponden a los países de China, El Salvador, EE.UU., Francia, Japón y Venezuela.</p> <p>En el Tercer Trimestre: Se generaron 27 Leads de los Sectores Turismo, SED, Desarrollo Inmobiliario, Textil y Confección y Manufacturas livianas y Agroindustria los cuales corresponden a los países de Guatemala, El Salvador, EE.UU., Colombia, Sri Lanka, Canadá y México.</p> <p>En el segundo trimestre: Se generaron 22 Leads de los Sectores Turismo, Multisectorial, SED, Desarrollo Inmobiliario y Textil y Confección, los cuales corresponden a los países de Guatemala, El Salvador, EE.UU., India, México, Uruguay y Brasil.</p> <p>En el Primer trimestre: Se generaron 19 Leads de los Sectores Servicios Empresariales a Distancia, Textil y confección, Turismo y Multisectorial, dichos leads corresponden a los países El Salvador, Alemania, China, Chile y Canadá.</p>		Trimestral	GPIN Y GAI	GOES
		Número de Contactos generados	530	829	156%	<p>En el año 2019 se generaron 829 contactos: 793 de los sectores estratégicos de PROESA correspondientes Aeronáutica 6, Agroindustria 14, Desarrollo Inmobiliario 21, Energía 13, Logística 3, Manufacturas Livianas 46, Multisectorial 32, SED 509, Textil y Confección 76, Turismo 41 y Otros 32 y 36 de instituciones de gobierno.</p> <p>En el Cuarto Trimestre: Se generaron 390 contactos: 355 de los sectores estratégicos de PROESA, Gobierno 10 y Otros 25.</p> <p>En el Tercer Trimestre: Se generaron 141 contactos: 112 de los sectores estratégicos de PROESA, Gobierno 11 y Otros 18.</p> <p>En el segundo trimestre: Se generaron 183 contactos: 166 de los sectores estratégicos de PROESA, 15 Instituciones de Gobierno y 2 Otros</p> <p>En el Primer trimestre: Se generaron 115 contactos: 110 de los sectores estratégicos de PROESA y 5 otros sectores.</p>		Trimestral	GPIN Y GAI	GOES
		Número de Visitas de Campo (site visits)	60	65	108%	<p>En el año 2019 se generaron 65 Site Visits, correspondientes a los sectores Agroindustria, Desarrollo Inmobiliario, Textil y Confección, Energía, SED, Turismo, Multisectorial y Manufacturas Livianas pertenecientes a los países El Salvador, India, China, Panamá, Costa Rica, EE.UU., Holanda, Canadá, México, España, Guatemala y República Dominicana.</p> <p>En el Cuarto Trimestre: Se generaron 26 Site Visits, correspondientes a los sectores Servicios Empresariales a Distancia, Multisectorial, Manufacturas Livianas, Desarrollo Inmobiliario, Energía y Agroindustria, pertenecientes a los países de Estados Unidos, El Salvador, México, Guatemala, España, República Dominicana, China y Panamá.</p> <p>En el Tercer Trimestre: Se generaron 17 Site Visits, correspondientes a los sectores Servicios Empresariales a Distancia, Textil y Confección, Manufacturas Livianas y Agroindustria, pertenecientes a los países de Canadá, Estados Unidos, El Salvador, México, Guatemala e India.</p> <p>En el segundo trimestre: Se generaron 9 Site Visits, correspondientes a los sectores Agroindustria, Desarrollo Inmobiliario, Turismo, Multisectorial, Energía y SED pertenecientes a los países El Salvador, China, EE.UU. y Holanda.</p> <p>En el Primer trimestre: Se generaron 13 Site Visits, correspondientes a los sectores Textil y Confección, Energía y Servicios empresariales a distancia, pertenecientes a los países El Salvador, India, China, Panamá y Costa Rica.</p>		Trimestral	GPIN	GOES

ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR - PROESA
INFORME DE ALCANCE DE METAS DEL PLAN ANUAL OPERATIVO 2019, AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019.

Objetivos estratégicos	Resultado/productos/ actividades	Nombre de indicador	Meta 2019 (valor del indicador)	Alcance acumulado al 31 de Diciembre de 2019	% de avance	Descripción del avance Ene - Dic 2019	Riesgos y factores críticos internos y externos que impidieron o limitaron el cumplimiento de los objetivos y metas	Frecuencia de la revisión	Responsable	Fuente de financiamiento
DIRECCIÓN DE INVERSIONES										
OE2 Incrementar nuevas inversiones en sectores estratégicos y fomentar la expansión de las existentes para contribuir al desarrollo económico y social del país a través de la generación de más y mejores empleos.	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	20	29	145%	<p>En el año 2019 se realizaron 29 visitas de seguimiento a empresas de los sectores Aeronáutica, Comercio, Energía, Servicios Empresariales a Distancia, Textil y confección, Agroindustria, Desarrollo Inmobiliario y Manufactura Liviana.</p> <p>En el Cuarto Trimestre: Se realizaron 9 visitas de seguimiento a empresas del sector Manufacturas Livianas.</p> <p>En el Tercer Trimestre: Se realizaron 6 visitas de seguimiento a empresas de los sectores Manufacturas Livianas, Servicios Empresariales a Distancia y Textil y Confección.</p> <p>En el segundo trimestre: Se realizaron 6 visitas de seguimiento a empresas de los sectores Aeronáutica, Comercio, Desarrollo Inmobiliario, SED y Manufacturas Livianas.</p> <p>En el primer trimestre: Se realizaron 8 visitas de seguimiento a empresas de los sectores Energía, Servicios Empresariales a Distancia, Textil y confección y Agroindustria.</p>		trimestral	GAI	GOES
		Número de casos atendidos de empresas en establecimiento e inicio de operación	28	38	136%	<p>En el año 2019, se atendieron 38 casos de empresas de inicio de operaciones en los sectores de Turismo, Energía, Textiles y Confección, Manufactura Liviana, Desarrollo Inmobiliario, Agroindustria, Servicios Empresariales a Distancia, Zonas Francas y otros.</p> <p>En el Cuarto Trimestre: Se atendieron 18 empresas en el inicio de operaciones de los sectores Turismo, Energía, Desarrollo Inmobiliario, Manufacturas livianas, Agroindustria, SED, Zonas Francas y otros.</p> <p>En el Tercer Trimestre: Se atendieron 13 empresas en el inicio de operaciones de los sectores Turismo, Energía, Desarrollo Inmobiliario y Manufacturas livianas.</p> <p>En el segundo trimestre: Se atendieron 6 empresas en el inicio de operaciones de los sectores Turismo, Energía, Textil y Confección y Manufacturas livianas.</p> <p>En el Primer trimestre: Se atendió a una empresa de inicio de operaciones del sector de energía.</p>		trimestral	GAI	GOES
		Número de casos atendidos de empresas establecidas	58	59	102%	<p>En el año 2019 se atendieron 59 casos de empresas establecidas de los sectores Servicios Empresariales a Distancia, Energía, Manufacturas livianas, Textil y Confección, Comercio, Agroindustria, Turismo y Aeronáutica.</p> <p>En el Cuarto Trimestre: Se atendieron a 21 empresas establecidas de los sectores Energía, Manufacturas Livianas, Agroindustria, Servicios Empresariales a Distancia, Turismo y Aeronáutica.</p> <p>En el Tercer Trimestre: Se atendieron a 23 empresas establecidas de los sectores Energía y Manufacturas Livianas, Servicios Empresariales a Distancia, Textil y Confección y Comercio.</p> <p>En el segundo trimestre: Se atendieron a 11 empresas establecidas de los sectores Energía y Manufacturas Livianas, Servicios Empresariales a Distancia, Textil y Confección y Comercio.</p> <p>En el Primer trimestre: Se atendieron a 4 empresas establecidas de los sectores Servicios Empresariales a Distancia y Manufacturas livianas.</p>		trimestral	GAI	GOES

ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR - PROESA
INFORME DE ALCANCE DE METAS DEL PLAN ANUAL OPERATIVO 2019, AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019.

Objetivos estratégicos	Resultado/productos/ actividades	Nombre de indicador	Meta 2019 (valor del indicador)	Alcance acumulado al 31 de Diciembre de 2019	% de avance	Descripción del avance Ene - Dic 2019	Riesgos y factores críticos internos y externos que impidieron o limitaron el cumplimiento de los objetivos y metas	Frecuencia de la revisión	Responsable	Fuente de financiamiento
DIRECCIÓN DE EXPORTACIONES										
OE3 Incrementar las exportaciones de bienes y servicios, facilitando el máximo aprovechamiento de tratados comerciales y concertación de alianzas estratégicas para el desarrollo de los encadenamientos productivos, así como mayor acceso a servicios de inteligencia económica y de mercados, asistencia técnica especializada y promoción a exportadores.	R 3.1: Fortalecidas las capacidades de las empresas exportadoras y con potencial exportador, para facilitar el acceso a mercados internacionales.	IVO R3.1A Tasa de crecimiento de las exportaciones de las empresas atendidas con servicios de promoción y venta[1]	2%	9.90%	495%	El crecimiento de las exportaciones de las empresas atendidas con servicios de promoción y venta de la Dirección de Exportaciones es del 9.9% al mes de diciembre 2019, comparado con el mismo periodo del año 2018.		Anual	Dirección de Exportaciones	GOES
	R 3.2 Difundida y Promocionada la oferta exportable	IVO R3.1B Nuevas empresas exportando	6	5	83%	<p>En el 2019 se identificaron 5 empresas atendidas por PROESA, que realizaron su primer proceso de exportación, según el detalle siguiente:</p> <p>En el Cuarto Trimestre se reportan las siguientes nuevas empresas exportadoras: 5. Mónica Figueroa, La Piskucha, sector Manufactura Diversa, Producto exportado: Artículo decorativo, país al que exporto: EEUU y Guatemala, servicio que recibió de PROESA: Programa Exportar Paso a Paso 2016. Monto: \$3,483.00.</p> <p>En el Tercer Trimestre se reportan las siguientes nuevas empresas exportadoras: 3. DATASOFT, sector Servicios, Servicio exportado: Desarrollo de Software a la medida, país al que exportó: Guatemala, monto: \$10,000.00, servicio que recibió de PROESA: Programa Exportar Paso a Paso 2018. 4. EXPORTADORA NOSTÁLGICA SALVADOREÑA, sector Agroindustria, producto exportado: Loroco Congelado, exportó a Estados Unidos, monto \$50,000.00, servicio que recibió de PROESA: Asesoría Especializada.</p> <p>En el segundo trimestre, se reportan las siguientes nuevas empresas exportadoras: 1. Kricia Ileana Crespin Galdámez, Tacachico Internacional, sector agroindustria, pescado salado y fresco, Guatemala, US\$ 139,033 acumulado, Programa EPAP y Club EPAP y servicios de asesoría especializada. 2. Claire S.A. de C.V. (PEKAMAYA), sector alimentos y bebidas, dulces típicos, EEUU, \$1500.00, Programa EPAP y servicios de asesoría especializada.</p>		Trimestral	Dirección de Exportaciones	GOES
	A.3.1.1: Capacitar y desarrollar foros especializados	Número de empresarios(as) formados(as) a través de capacitaciones y foros especializados	265	386	146%	<p>Durante el año 2019 se formaron 386 empresarios y empresarias(192 mujeres y 194 hombres) por medio de capacitaciones y foros especializados. Se realizaron 9 eventos. Estas personas pertenecen a empresas de los siguientes sectores: agro alimentos y bebidas, manufacturas diversas y servicios.</p> <p>En el Cuarto Trimestre: 7. Concluyó la formación del Programa de Gerentes 3.0, del 18 al 22 de noviembre, participando 19 hombres, representantes de 16 de empresas del sector servicios. 8. Se completaron las formaciones relacionadas al programa de ITC A314. Se formaron 18 mujeres representantes de empresas del sector Manufacturas Diversas. 9. Taller de formación especializada: "Estrategias de internacionalización para empresas digitales", 4 diciembre, asistieron 31 personas (13 mujeres y 18 hombres), representantes de 23 empresas del sector servicios.</p> <p>En el Tercer Trimestre: 5. Conferencia "Las tendencias y usos de los empaques sostenibles y la importancia en el mercado internacional", 23 julio, asistieron 155 personas (78 mujeres y 77 hombres) representantes de 140 empresas de sector agro alimentos y bebidas. 6. Taller "Conocimientos básicos para exportar bienes y servicios", 30 de agosto, asistieron 15 personas (7 mujeres y 8 hombres) representantes de 14 empresas de sector agro alimentos y bebidas (11), manufacturas diversas (3) servicios de turismo rural (1).</p> <p>En el segundo trimestre: 3. Charla Formativa: "Las mejores prácticas que debemos conocer de las empresas y multilatinas para prevenir el fraude en las empresas", 27 de junio 2019, asistieron 12 personas (7 mujeres y 5 hombres) representantes de 9 empresas de sector Servicios. 4. Formación especializada Modelo de negocios para la exportación Canvas, el 4 y 5 de mayo, asistieron 40 personas (15 mujeres y 25 hombres) representantes de empresas de manufacturas diversas.</p> <p>En el primer trimestre: 1. Formación especializada al sector cafetalero, 30 de enero, participaron 10 representantes de empresas (4 mujeres y 6 hombres) del sector agro alimentos y bebidas. 2. Conversatorio Estrategias de negociación para la internacionalización, 14 de marzo, asistieron 86 personas (50 mujeres y 36 hombres) de 60 empresas exportadoras y con alto potencial exportador (4 de servicios, 35 de agro alimentos y bebidas y 21 de Manufacturas Diversas).</p>		trimestral	GDEX	GOES

ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR - PROESA
INFORME DE ALCANCE DE METAS DEL PLAN ANUAL OPERATIVO 2019, AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019.

Objetivos estratégicos	Resultado/productos/ actividades	Nombre de indicador	Meta 2019 (valor del indicador)	Alcance acumulado al 31 de Diciembre de 2019	% de avance	Descripción del avance Ene - Dic 2019	Riesgos y factores críticos internos y externos que impidieron o limitaron el cumplimiento de los objetivos y metas	Frecuencia de la revisión	Responsable	Fuente de financiamiento
DIRECCIÓN DE EXPORTACIONES										
OE3 Incrementar las exportaciones de bienes y servicios, facilitando el máximo aprovechamiento de tratados comerciales y concertación de alianzas estratégicas para el desarrollo de los encadenamientos productivos, así como mayor acceso a servicios de inteligencia económica y de mercados, asistencia técnica especializada y promoción a exportadores.	A.3.1.1: Capacitar y desarrollar foros especializados	Número de programas de formación realizados	2	2	100%	<p>En el año 2019 se llevaron a cabo 2 programas de formación: 1- Programa Club EPAP y 2- Proyecto A314 ITC E COMMERCE</p> <p>En el Cuarto Trimestre: 2. Proyecto A314 ITC E COMMERCE: - Se completaron las formaciones del 2019. Se formaron 18 mujeres representantes de empresas del sector Manufacturas Diversas.</p> <p>En el tercer trimestre: 2. Proyecto A314 ITC E COMMERCE: - Se llevó a cabo la formación en modalidad piloto de creación de página en marketplace E-bay para 5 empresarias preseleccionadas por el ITC. - Se realizó el 3er. Taller "B" Contenido digital E commerce, con la participación de 18 empresarias. Posterior al taller, se desarrollaron más de 3 horas de asesoría especializada requerida dentro de los términos de trabajo en conjunto con el ITC y las empresarias beneficiadas.</p> <p>En el segundo trimestre: 2. Proyecto A314 ITC E COMMERCE, del 6 al 8 de mayo, asistieron 25 mujeres representantes de empresas de manufacturas diversas. En Junio se llevó a cabo el taller "B" a Mentores de El Salvador y otros países participantes desde Panamá y Nicaragua, en el cual se tuvo la formación sobre E commerce para posteriormente trasladarla a las empresarias.</p> <p>En el primer trimestre: 1. Programa Club EPAP: Inició el 4 de febrero y concluyó el 15 de mayo, 14 empresas han sido seleccionadas como beneficiarias (8 de agro alimentos y bebidas, 2 de manufacturas diversas y 4 de servicios), 6 mujeres y 8 hombres.</p>		Anual	GDEX	GOES
	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	428	199%	<p>En el año 2019 se brindaron a las y las empresarias un total de 428 asesorías especializadas, distribuidas en los siguientes sectores: 270 empresas de Agro alimentos y bebidas; 95 empresas de Manufactura Diversa; 63 empresas de Servicios.</p> <p>En el Cuarto Trimestre: 85 empresas atendidas según detalle: 48 empresas de Agro alimentos y bebidas; 18 empresas de Manufactura Diversa; 19 empresas de Servicios.</p> <p>En el tercer trimestre: 117 empresas atendidas según detalle: 82 empresas de Agro alimentos y bebidas; 23 empresas de Manufactura Diversa; 12 empresas de Servicios.</p> <p>En el segundo trimestre: 117 empresas atendidas según detalle: 66 empresas de Agro alimentos y bebidas; 35 empresas de Manufactura Diversa; 16 empresas de Servicios.</p> <p>En el primer trimestre: 109 empresas atendidas según detalle: 74 empresas de Agro alimentos y bebidas; 19 empresas de Manufactura Diversa; 16 empresas de Servicios.</p>		trimestral	GDEX	GOES

ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR - PROESA
INFORME DE ALCANCE DE METAS DEL PLAN ANUAL OPERATIVO 2019, AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019.

Objetivos estratégicos	Resultado/productos/ actividades	Nombre de indicador	Meta 2019 (valor del indicador)	Alcance acumulado al 31 de Diciembre de 2019	% de avance	Descripción del avance Ene - Dic 2019	Riesgos y factores críticos internos y externos que impidieron o limitaron el cumplimiento de los objetivos y metas	Frecuencia de la revisión	Responsable	Fuente de financiamiento
DIRECCIÓN DE EXPORTACIONES										
OE3 Incrementar las exportaciones de bienes y servicios, facilitando el máximo aprovechamiento de tratados comerciales y concertación de alianzas estratégicas para el desarrollo de los encadenamientos productivos, así como mayor acceso a servicios de inteligencia económica y de mercados, asistencia técnica especializada y promoción a exportadores.	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	9	113%	<p>Durante el año 2019 se realizaron 9 eventos de promoción comercial. Se visitaron 5 países: EE.UU. (San Francisco, CA), Panamá, Corea, Rusia, China; una (1) Misión a la Inversa en El Salvador y tres (3) Rondas de Negocios virtual. Como resultado de estos eventos los exportadores participantes negociaron un total \$4,134,920.00 en exportaciones.</p> <p>En el Cuarto Trimestre se participó en 3 eventos de promoción comercial, visitando China y dos eventos en El Salvador, según el siguiente detalle: 7. Ronda de Negocios Virtual El Salvador - Guatemala, el 2 y 3 de octubre, en el marco de la Expo Packaging. Monto negociados: \$615,500.00 8. Feria China International Import Expo en Shanghai, del 5 al 10 de noviembre. Monto Negociado: \$220,600.00 9. Services Summit- El Salvador 2019; del 03 al 06 de diciembre, que incluyó una rueda de negocios virtual con compradores de países como: USA, Canadá, Argentina, Brasil, Colombia, México entre otros. Monto Negociado: \$233,200.00.</p> <p>En el tercer trimestre se participó en 1 evento de promoción comercial: Ronda de negocios virtual en El Salvador, según el siguiente detalle: 6. Ronda de Negocios virtual enfocada en Honduras, realizada del 2 al 6 de septiembre en San Salvador, donde se realizaron 52 video llamadas en total. Monto Negociado: \$1,076,000.00.</p> <p>En el segundo trimestre se participó en 2 eventos, visitando 1 país: Corea y una misión a la inversa en El Salvador. 4. VI ENCUENTRO DE NEGOCIOS, rueda de negocios realizada el 15 de mayo en San Salvador. Monto Negociado: \$1,345,020.00 5. MISIÓN COMERCIAL A COREA: del 16 al 24 de mayo, Monto Negociado: \$166,000</p> <p>En el primer trimestre se participó en 2 eventos, visitando 2 países: EE.UU. (San Francisco, CA) y Panamá. 1. Feria GDC en San Francisco California, del 18 al 22 de marzo. Monto Negociado: \$20,000.00 2. Feria EXPOCOMER, en Panamá Ciudad, del 25 al 29 de marzo. Monto Negociado: \$250,000.00 3. Feria COFFEE AND TEA RUSSIAN EXPO 2019, Rusia, del 10 al 16 de marzo, no se reportan montos negociados.</p>		Trimestral	GPC	GOES
		Número de empresas participantes en ferias y misiones comerciales	100	137	137%	<p>En el año 2019 137 empresas participaron en las ferias y misiones organizadas por PROESA: 28 de servicios, 80 agro alimentos y 29 de manufacturas diversas.</p> <p>En el Cuarto Trimestre: 29 empresas (6 de agro alimentos, 3 de manufacturas diversas y 20 de servicios) 7. Ronda de Negocios Virtual El Salvador - Guatemala, participaron 9 empresas (3 de manufacturas diversas y 6 de servicios). 8. Feria China International Import Expo en Shanghai, participaron 6 empresas del sector Agro alimentos. 9. Services Summit- El Salvador 2019, en la Rueda de Negocios participaron 14 empresas del sector de servicios (desarrollo de software, animación digital, diseño gráfico y web, etc.).</p> <p>En el tercer trimestre: 15 empresas (10 de agro alimentos y 1 de manufacturas diversas y 4 de servicios) 6. Ronda de Negocios virtual enfocada en Honduras, participaron 48 empresas Hondureñas y 15 empresas Salvadoreñas (10 de agro alimentos, 1 de manufacturas diversas y 4 de servicios).</p> <p>En el segundo trimestre: 62 empresas (47 de agro alimentos y 15 de manufacturas diversas) 4. VI ENCUENTRO DE NEGOCIOS: participaron 43 empresas de alimentos y bebidas y 15 de manufacturas diversas 5. Misión comercial a Corea: participaron 4 empresas del sector agroindustria.</p> <p>Primer trimestre: 31 empresas (4 de servicios, 17 de agro alimentos y 10 de manufacturas diversas) 1. Feria GDC: participaron 4 empresas de Servicios. 2. Feria EXPOCOMER, participaron 13 empresas (10 de manufacturas diversas como expositoras y 3 de agro alimentos como visita guiada) 3. Feria COFFEE AND TEA RUSSIAN EXPO 2019, participaron 14 empresas del sector agroindustria.</p>		Trimestral	GPC	GOES

ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR - PROESA
INFORME DE ALCANCE DE METAS DEL PLAN ANUAL OPERATIVO 2019, AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019.

Objetivos estratégicos	Resultado/productos/ actividades	Nombre de indicador	Meta 2019 (valor del indicador)	Alcance acumulado al 31 de Diciembre de 2019	% de avance	Descripción del avance Ene - Dic 2019	Riesgos y factores críticos internos y externos que impidieron o limitaron el cumplimiento de los objetivos y metas	Frecuencia de la revisión	Responsable	Fuente de financiamiento
DIRECCIÓN DE EXPORTACIONES										
OE3 Incrementar las exportaciones de bienes y servicios, facilitando el máximo aprovechamiento de tratados comerciales y concertación de alianzas estratégicas para el desarrollo de los encadenamientos productivos, así como mayor acceso a servicios de inteligencia económica y de mercados, asistencia técnica especializada y promoción a exportadores.	A.3.2.1: Coordinar, ejecutar y brindar seguimiento a ferias internacionales, misiones comerciales y misiones a la inversa	Número de prospecciones de nuevos eventos de promoción comercial	1	1	100%	En el mes de noviembre, con el apoyo de Cancillería y la Consejera Económica y Comercial en Colombia, de llevó a cabo la prospección de la Feria Andina Packen para productos de alimentos, bebidas y maquinarias para empaque, en el mercado Colombiano, la cual según el informe presentado tiene potencial para promoción de la oferta exportable Salvadoreña, de manera que se espera que en la próxima edición de la Feria en el año 2021, empresas salvadoreñas puedan participar.		Trimestral	GPC	GOES
	A.3.2.2: Coordinar, ejecutar y brindar seguimiento a las actividades de identificación de oportunidades comerciales	Número de oportunidades Comerciales Identificadas	25	46	184%	Durante el año 2019, se identificaron 46 oportunidades comerciales (6 del sector Manufacturas Diversas y 40 de alimentos y bebidas). En el Cuarto Trimestre no se identificaron oportunidades comerciales. En el tercer trimestre: 43 oportunidades comerciales captadas para el mercado de Costa Rica, en la que participaron 10 empresas (3 de manufacturas diversas y 40 de alimentos y bebidas). En el segundo trimestre no se identificaron oportunidades comerciales, sin embargo se estuvo preparando un evento enfocado al mercado Costarricense. En el Primer Trimestre: 3 oportunidades captadas del sector Manufacturas Diversas, divulgadas a 5 empresas exportadoras salvadoreñas.		Trimestral	GPC	GOES
	A.3.2.3: Actualizar el directorio y catálogo de oferta exportable, en coordinación con las gremiales del sector privado vinculadas.	Número de directorios digitales de empresas exportadoras salvadoreñas actualizados.	1	1	100%	En el segundo trimestre de 2019 se realizó la adaptación del documento a la nueva imagen institucional, y ya se cuenta con la versión digital del mismo.		Anual	GPC	GOES
DIRECCIÓN DE ASOCIOS PÚBLICO PRIVADOS										
OE4 Incrementar la capacidad financiera y técnica de las Instituciones Contratantes del Estado para generar proyectos de infraestructura, servicios públicos y de interés general de alta envergadura y rentables social y económicamente	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	4	200%	Durante el año 2019 se asesoraron respecto a su viabilidad por la modalidad de APP los siguientes proyectos: 1) Corredor Pacífico (CA02) entre el Paso Fronterizo La Hachadura y la carretera CA12 (Kilo 5) 2) Mejoramiento de aduanas terrestres: Anguiatú, Amatillo, Hachadura, el Poy y recintos intermedios. 3) Iluminación y Video vigilancia de Carreteras 2.0 (carretera litoral) 4) Iluminación y Video vigilancia de Carreteras 3.0 (carretera Panamericana) El asesoramiento de la Dirección ha consistido en la elaboración de todos los estudios preliminares necesarios que determina si los proyectos en comento son factible de implementarse mediante la modalidad de APP.		Anual	DAPP	GOES
		IVO R4.1B: Número de Proyectos estructurados bajo la modalidad de APP.	1	0.95	95%	Al cierre del 2019, El proyecto Iluminación y Video vigilancia de Carretera, cuenta con un avance del 95% en su estructuración, ya que las Bases de Licitación se han revisado y ajustado en coordinación con el MOPT y el asesor de transacción contratado por Fomilenio II. Dichas Bases serán sometidas a la aprobación del Consejo Directivo de PROESA, una vez que las autoridades del MOPT las aprueben, lo cual se espera sea en el mes de enero de 2020, posteriormente se realizará la licitación el proyecto.		Anual	DAPP	GOES

ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR - PROESA
INFORME DE ALCANCE DE METAS DEL PLAN ANUAL OPERATIVO 2019, AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019.

Objetivos estratégicos	Resultado/productos/ actividades	Nombre de indicador	Meta 2019 (valor del indicador)	Alcance acumulado al 31 de Diciembre de 2019	% de avance	Descripción del avance Ene - Dic 2019	Riesgos y factores críticos internos y externos que impidieron o limitaron el cumplimiento de los objetivos y metas	Frecuencia de la revisión	Responsable	Fuente de financiamiento
DIRECCIÓN DE ASOCIOS PÚBLICO PRIVADOS										
OE4 Incrementar la capacidad financiera y técnica de las Instituciones Contratantes del Estado para generar proyectos de infraestructura, servicios públicos y de interés general de alta envergadura y rentables social y económicamente.	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	2	200%	En abril 2019 se llevó a cabo un evento con Periodistas. En el segundo trimestre se realizó evento de promoción de la cartera de proyecto de la Dirección de APP el 8 de mayo de 2019.		Anual	GLAPP	GOES
	A.4.1.2: Evaluar proyectos públicos de inversión con potencial para ser desarrollados como APP	Número de proyectos en evaluación	1	4	400%	Durante el año 2019 se evaluaron los siguientes proyectos: 1) Corredor Pacífico (CA02) entre el Paso Fronterizo La Hachadura y la carretera CA12 (Kilo 5) 2) Mejoramiento de aduanas terrestres: Anguiatú, Amatillo, Hachadura, el Poy y recintos intermedios. 3) Nuevo Centro de Gobierno. 4) Parque Científico Tecnológico. Desde la Dirección de APP se elaboraron los estudios de prefactibilidad técnica y factibilidad económica, algunos estudios son realizados por personal de PROESA y otros por Consultores externos que son supervisados por PROESA.		Anual	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%	En el año 2019 se afinaron y aprobaron las Bases de Licitación y modelo de Contrato del proyecto o Terminal de Carga del AIESSOARG, según indica la Ley. Esto dio lugar a que, en septiembre de ese año, CEPA como Institución Contratante de Estado dueña del Proyecto, lanzó la licitación internacional. PROESA ha dado seguimiento a la licitación y en coordinación con CEPA ha trabajado en las respuestas a las consultas de los interesados, también se han sostenido reuniones con CEPA y se han redactado las adendas a las Bases de Licitación.		Anual	GEFAPP	GOES
	A.4.1.4: Promocionar los proyectos de APP	Número de eventos de promoción realizados	1	4	400%	En 2019, específicamente en el cuarto trimestre, se llevaron a cabo las siguientes rondas de promoción del proyecto Terminal de Carga del Aeropuerto: - Primer road show en Centroamérica y México, del 14 al 18 de octubre, visitándose Panamá, Costa Rica, Guatemala y México. - Segundo road show fue en Bogotá (Colombia) y Lima (Perú), del 30 de octubre al 2 de noviembre. - Tercer road show en Santiago (Chile) y en San Pedro Sula (Honduras), del 17 al 21 de noviembre. - Cuarto road show fue en Houston y Miami (Estados Unidos) del 24 al 28 de noviembre. En todos los road shows de promoción se sostuvieron reuniones con potenciales ofertantes a los que se les explicó el proyecto y se les aclaró dudas sobre el funcionamiento de los APP en el país.		Anual	GLAPP	GOES
DIRECCIÓN NACIONAL MARCA PAÍS										
OE5 Liderar el posicionamiento de El Salvador con base a la Estrategia "Marca País" como país atractivo para la inversión, el comercio y el turismo.	R 5.1: 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	20 % de las empresas invitadas a formar parte del programa de Licenciamientos de la Marca País El Salvador, adoptan la Marca.	51%	256%	En total se invitaron 88 empresas a participar en el programa de licenciamiento, 45 de ellas ya forman parte del programa y ya cuentan con contrato firmado. Esto genera la relación del 51% de las empresas invitadas a formar parte del programa y que ya poseen contrato firmado, lo que a su vez representa un avance relativo de 256% en relación a la meta definida del 20%.		Anual	GAMP	GOES

ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR - PROESA
INFORME DE ALCANCE DE METAS DEL PLAN ANUAL OPERATIVO 2019, AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019.

Objetivos estratégicos	Resultado/productos/ actividades	Nombre de indicador	Meta 2019 (valor del indicador)	Alcance acumulado al 31 de Diciembre de 2019	% de avance	Descripción del avance Ene - Dic 2019	Riesgos y factores críticos internos y externos que impidieron o limitaron el cumplimiento de los objetivos y metas	Frecuencia de la revisión	Responsable	Fuente de financiamiento
GERENCIA DE ANÁLISIS DE POLÍTICAS E INTELIGENCIA DE MERCADOS										
OE2 Incrementar nuevas inversiones en sectores estratégicos y fomentar la expansión de las existentes para contribuir al desarrollo económico y social del país a través de la generación de más y mejores empleos.	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%	En diciembre se realizó la actualización de contenidos de la guía del inversionista en español e inglés.		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 elaboradas	7	7	100%	Complementario a la presentación país, se han actualizado las 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 septiembre se han actualizado 7 presentaciones sectoriales: Manufactura liviana, Turismo, Energía, Agroindustria, Textil y confección, Aeronáutica y Servicios Empresariales a Distancia.		Mensual	GAPIM	GOES
		Número de actualizaciones realizadas de información económicas y de país en sitio web (inversiones)	2	2	100%	En Abril y Octubre se actualizó la sección de información económica y de promoción país en el sitio web en inglés y español.		Semestral	GAPIM	GOES
		Número de actualizaciones realizadas a la aplicación móvil (app)	2	2	100%	Los contenidos de la aplicación móvil se actualizaron en abril y en octubre, la app está disponible en sistema Android.		Semestral	GAPIM	GOES
		Número de requerimientos de información sobre EXP-INV-APP atendidos	400	423	106%	De enero a diciembre 2019, se trabajaron 423 requerimientos de información a solicitud de las direcciones de PROESA, Presidencia y clientes externos diversos, en los cuales se ha invertido 1,152 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 elaborados	4	4	100%	Se elaboró un reporte Trimestral de indicadores Económicos y Sociales en cada trimestre de 2019, publicándose en la intranet y notificando por correo electrónico al personal.		Trimestral	GAPIM	GOES
	Informe anual de inversiones elaborado	1	1	100%	Informe completado y presentado internamente según lo programado en el plan de trabajo.		Anual	GAPIM	GOES	
OE3 Incrementar las exportaciones de bienes y servicios, facilitando el máximo aprovechamiento de tratados comerciales y concertación de alianzas estratégicas para el desarrollo de los encadenamientos productivos, así como mayor acceso a servicios de inteligencia económica y de mercados, asistencia técnica especializada y promoción a exportadores.	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%	En Octubre se actualizaron los contenidos de la guía de exportación de servicios.		Anual	GAPIM	GOES
		Informe anual de comercio exterior elaborado	1	1	100%	El informe anual de comercio exterior se trabajó en febrero 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
	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 mensual de exportaciones elaborado	12	13	108%	Se han elaborado 13 informes mensuales de desempeño de las exportaciones (uno en cada mes de enero a diciembre). En el mes de julio se trabajaron dos informes mensuales de exportaciones, debido a que BCR publicó anticipadamente datos de exportaciones por lo que fue posible trabajar dos reportes en el mismo mes.		Mensual	GAPIM	GOES
Reportes Proactivos sobre tendencias y oportunidades sectoriales para exportaciones elaborados		12	12	100%	Se han elaborado 12 reportes proactivos sobre tendencias y oportunidades de exportación para los siguientes sectores: Café en Argentina (enero), Productos plásticos biodegradables (febrero), Videojuegos en EE.UU. (marzo), Alimentos en República Dominicana (abril), Videojuegos para redes sociales (mayo) y Tendencias de Alimentos y Bebidas de salud, bienestar (junio), mercado de Salsas, aderezos y condimentos (julio), Desarrolladores de software para la creación de sitios web (agosto) y productos horneados (septiembre), Café en Corea (octubre), empaques en Estados Unidos y el mundo, (noviembre) y desarrolladores de aplicaciones para teléfonos inteligentes en Estados Unidos de América (diciembre).		Mensual	GAPIM	GOES	

ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR - PROESA
 INFORME DE ALCANCE DE METAS DEL PLAN ANUAL OPERATIVO 2019, AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019.

Objetivos estratégicos	Resultado/productos/ actividades	Nombre de indicador	Meta 2019 (valor del indicador)	Alcance acumulado al 31 de Diciembre de 2019	% de avance	Descripción del avance Ene - Dic 2019	Riesgos y factores críticos internos y externos que impidieron o limitaron el cumplimiento de los objetivos y metas	Frecuencia de la revisión	Responsable	Fuente de financiamiento
UNIDAD DE GÉNERO										
OE1, OE2, OE3, OE4 Y OES.	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 R6.2: Política de Género institucionalizada	Política de Género implementada en lo referente a programación del año 1.	1	100%	<p>Por medio del Acuerdo No. 78/2019, de fecha 19 de diciembre, la Presidencia de PROESA aprobó los ajustes realizados de la Política Institucional de Igualdad y No Discriminación en PROESA. Además ratificó el contenido de la misma en todas sus partes. Este acuerdo sustituyó el No. 71/2018, el cual quedó sin efecto.</p> <p>Durante el 2019, el documento de la Política se revisó y ajustó a fin de que las nuevas autoridades de PROESA la conocieran y validaran, también se adaptó a la nueva línea gráfica que Presidencia indicó utilizar en todos los documentos institucionales.</p>		Anual	UG	GOES
		IVO R6.3: Plan de igualdad y equidad institucionalizado	Plan de igualdad institucional elaborado	1	100%	<p>Se concluyó con el Plan de Igualdad Institucional, instrumento que contiene lo competente a PROESA en Materia de Igualdad y No discriminación, bajo la estrategia de transversalización en el fomento a la autonomía económica en las mujeres Art 24 de la LIE.</p> <p>Es importante mencionar que se superaron las observaciones entregadas por ISDEMU, en función de tropicalizar Plan Nacional de Igualdad 2016-2020 y lo establecido en las líneas generales de Plan Cuscatlán.</p> <p>Así como, que se llevó a cabo la revisión y ajuste del Plan de Acción de la PIIND con el apoyo de La Gerencia de Planeamiento y Desarrollo Institucional, lo cual fue necesario para la construcción del Plan de Igualdad Institucional- PROESA.</p>		Anual	UG	GOES
OE1, OE2, OE3, OE4 Y OES.	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.	Instrumento de compilación de datos estadísticos creado	1	1	100%	<p>Se cuenta con dos indicadores y su respectiva ficha técnica para reportar datos estadísticos al Sistema de Estadísticas y Monitoreo para la Igualdad (SEMI) del ISDEMU, sobre las mujeres que se atienden en el área de exportaciones.</p> <p>La Gerencia de Planeamiento y Desarrollo Institucional y la Gerencia de Desarrollo Exportador, construyeron la ficha técnica de los dos indicadores, con el fin de recopilar datos estadísticos del área de exportaciones para reportar al SEMI. Las fichas técnicas fueron revisadas y trasladadas a la responsable de la Comisión de Autonomía Económica del Sistema Nacional para la Igualdad Sustantiva (SNIS) del ISDEMU y al SEMI, para su debida validación y aprobación.</p> <p>Asimismo, se cuenta armonizado un instrumento de la Dirección de Exportaciones, ya que se revisaron los formularios utilizados por la Gerencia de Promoción Comercial y la Gerencia de Desarrollo Exportador para adoptar uso de lenguaje inclusivo e incluir la categoría de personas propietarias de las empresas, esto como parte del diseño de Indicadores de género para reportar en el SEMI.</p>		Anual	UG	GOES

ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR - PROESA
INFORME DE ALCANCE DE METAS DEL PLAN ANUAL OPERATIVO 2019, AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019.

Objetivos estratégicos	Resultado/productos/ actividades	Nombre de indicador	Meta 2019 (valor del indicador)	Alcance acumulado al 31 de Diciembre de 2019	% de avance	Descripción del avance Ene - Dic 2019	Riesgos y factores críticos internos y externos que impidieron o limitaron el cumplimiento de los objetivos y metas	Frecuencia de la revisión	Responsable	Fuente de financiamiento
UNIDAD DE GÉNERO										
OE1, OE2, OE3, OE4 Y OES.	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.	Estudio de viabilidad de programas de Apoyo a la Mujer Exportadora elaborado	1	0.5	50%	<p>En 2019 se analizó de manera rápida la viabilidad de realizar un programa de apoyo a la mujer exportadora, concluyéndose que si es viable, motivo por el cual se inicio la elaboración del perfil del Programa Mujer Exporta, con el fin de ampliar las oportunidades económicas a las mujeres en los mercados internacionales. En ese sentido se ha avanzado en un 50% de la propuesta de perfil de dicho programa.</p> <p>La viabilidad de realizar programas de apoyo a las mujeres exportadoras es muy alta, cada vez las mujeres van tomando un rol más activo en el comercio por lo que hacer que incrementen su participación en el comercio internacional es el gran reto, que se puede lograr por medio del diseño de programas exclusivos para potenciar y promover su autonomía económica.</p>	Existe poca disponibilidad de información sobre las empresas exportadoras lideradas por mujeres en el país, lo que dificultó la culminación del perfil del Programa de apoyo Mujer Exporta.	Anual	UG	GOES
		% del Personal de PROESA sensibilizado en distintas temáticas para la transversalidad del enfoque de género.	40%	96%	240%	<p>De enero a diciembre 2019 se sensibilizaron en distintas temáticas para la transversalidad del enfoque de género a 64 personas (32 mujeres y 32 hombres)</p> <p>Avances del cuarto trimestre: - Curso Gerencia Pública con Enfoque de Género, 1 mujer participó del 2 de octubre al 13 de noviembre en el curso, finalizando el 17 de diciembre con entrega de diploma. - Seminario de Violencia Laboral e interseccionalidad una Categoría de análisis para la justicia de género e inclusión, participó 1 mujer el 19 de noviembre.</p> <p>Avances en el tercer trimestre: - Taller I dirigido a Motoristas y personal de servicios varios el día 22 de Julio, participaron 5 personas (4 hombres y 1 mujer) Taller II dirigido a Vigilantes y Servicios varios el 27 de julio, participaron 5 personas (4 hombres y 1 mujer). Taller III dirigido a Personal de Nuevo Ingreso, el 29 de Julio participaron 4 personas (3 mujeres y 1 hombre) - Taller sobre el consumo saludable con el apoyo de la Defensoría del Consumidor, participaron 12 personas (11 mujeres y 1 hombre). - Inicio del Curso sobre ABC las Masculinidades, 12 hombres están asistiendo una vez a la semana todo el día.</p> <p>Avances en el segundo trimestre: 24 personas (14 mujeres y 10 hombres) han sido capacitadas en temas de género de la siguiente manera: - 23 Personas (13 mujeres y 10 hombres) concluyeron el curso presencial ABC de la Igualdad Sustantiva, el cual se desarrolló en 5 talleres de 8 horas cada uno. Se espera obtener notas y certificados de aprobación en julio para proceder a la entrega de los mismos. - 1 mujer finalizó el Diplomado Especializado en Género y Feminismo a través de la Fundación Guatemala y la Universidad Autónoma de México, con la aprobación de la tesina, la graduación esta programada para la primera semana de agosto en la ciudad de Guatemala.</p> <p>Avances en el primer trimestre: Coordinación interinstitucional con EFIS-ISDEMU -PROESA para llevar a cabo 2 procesos de formación, el primero ABC de la Igualdad Sustantiva y el segundo proceso de formación sobre el ABC de masculinidades.</p>	<p>Durante 2019 se llevaron a cabo varios cursos y talleres para sensibilizar y formar al personal de PROESA en la importancia de la transversalidad del enfoque de género, a los cuales se hizo una amplia convocatoria.</p> <p>Desde la Unidad de Género y la Unidad de Logística y Recursos Humanos se coordinaron esfuerzos junto a ISDEMU y la EFIS para impartir los cursos ABC de las Masculinidades y ABC de la Igualdad Sustantiva, los cuales implican un gran compromiso por parte del personal que los toma, ya que para obtener el certificado de participación se debe cumplir con varios requisitos para aprobar los cursos.</p> <p>Es el caso que del total de participantes en ambos cursos, 7 personas (4 mujeres y 3 hombres) no cumplieron con los requisitos y no aprobaron los cursos, lo que afecto el cumplimiento del 100% de la meta.</p>	Trimestral	UG	GOES

ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR - PROESA
INFORME DE ALCANCE DE METAS DEL PLAN ANUAL OPERATIVO 2019, AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019.

Objetivos estratégicos	Resultado/productos/ actividades	Nombre de indicador	Meta 2019 (valor del indicador)	Alcance acumulado al 31 de Diciembre de 2019	% de avance	Descripción del avance Ene - Dic 2019	Riesgos y factores críticos internos y externos que impidieron o limitaron el cumplimiento de los objetivos y metas	Frecuencia de la revisión	Responsable	Fuente de financiamiento
UNIDAD DE GÉNERO										
OE1, OE2, OE3, OE4 Y OE5.	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.	Número de Acciones afirmativas impulsadas para fortalecer la transversalización de la perspectiva de género.	8	12	150%	<p>Durante el 2019 se realizaron 12 acciones afirmativas para fortalecer la transversalización de la perspectiva de género.</p> <p>En el cuarto trimestre se llevó a cabo:</p> <p>9. Lanzamiento de la campaña "Háblame con respeto" en noviembre, que consistió en pega de afiches y entrega de posavasos al personal de PROESA.</p> <p>10. Conmemoración de fechas: el 25 de Noviembre Día internacional de la erradicación de la violencia basada en género. Se realizó el primer Conversatorio Diálogo Café en donde la Gerente de Promoción e Inversión de Negocios, compartió su historia, retos y desafíos. Participaron 20 mujeres y 10 hombres.</p> <p>Se realizó el segundo Conversatorio Diálogo Café con " Marcela Zamora" Cineasta, quien socializó el documental "Las esclavas Domesticas", así mismo una de las Especialista de Exportaciones compartió su historia, retos y desafíos. Participaron 21 mujeres y 9 hombres.</p> <p>11. Cumplimiento de Normativas y Leyes: Participación a la IX Asamblea General del Sistema Nacional de Igualdad Sustantiva convocada por ISDEMU, en cumplimiento al Art 11 De la Coordinación de las Instituciones del Estado.</p> <p>12. Cumplimiento de Normativas y Leyes: Se atendieron nuevos casos, dos aplicando protocolo de actuación y uno aplicando normativa armonizada.</p> <p>En el tercer trimestre se llevó a cabo:</p> <p>5. Conmemoración de fechas: el 26 de julio se realizó Campaña interna Erradicación de la trata de Personas. Participaron 19 mujeres y 6 hombres, con apoyo de la Oficina Local de atención a Víctimas del Ministerio de Justicia y Seguridad.</p> <p>6. Taller de cohesión con el personal de PROESA para fortalecer la cultura organizativa, desde el coaching adoptando la igualdad sustantiva y productiva. Dirigido a personal de las unidades administrativas, técnicas y especialistas. Participaron 25 personas (17 mujeres y 8 hombres).</p> <p>7. Taller de cohesión con el personal de PROESA para fortalecer la cultura organizativa desde el coaching, adoptando la igualdad sustantiva y productiva, dirigido a jefaturas, gerencias y direcciones. Participaron 27 personas (6 hombres y 21 mujeres).</p> <p>8. Taller de Autonomía Económica a mujeres exportadoras beneficiarias del proyecto ITC, el cual es coordinado por la Gerencia de Desarrollo Exportador, participaron 25 mujeres.</p> <p>En el segundo trimestre se llevó a cabo:</p> <p>4. Armonización de la normativa interna para la adopción al enfoque de género - Manual de Políticas y Procedimientos. Se inició la revisión del documento, incorporando el uso del lenguaje inclusivo e introducción de perspectiva de género en los contenidos.</p> <p>En el primer trimestre se llevaron a cabo:</p> <p>1. Conmemoración de fechas: Día Internacional de la Mujer. Realización del 2º Dialogo Café "Entre mujeres tejemos sororidad descubriendo mismidad". Participaron 31 mujeres que laboran en PROESA.</p> <p>2. Participación en la Asamblea Extraordinaria del Sistema Nacional de Igualdad, en donde se presentaron los resultados de la implementación del segundo Plan Nacional de Igualdad a 2018.</p> <p>3. Cumplimiento de Normativas y Leyes: Entrega del Protocolo de actuación en caso de acoso sexual, acoso laboral y discriminación impreso a todo el personal de PROESA, de manera que conozcan su aplicación en caso de ser víctima de algún tipo de acoso y prevenir que se cometan actos de acoso en la institución.</p>		Trimestral	UG	GOES

ORGANISMO PROMOTOR DE EXPORTACIONES E INVERSIONES DE EL SALVADOR - PROESA
INFORME DE ALCANCE DE METAS DEL PLAN ANUAL OPERATIVO 2019, AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019.

Objetivos estratégicos	Resultado/productos/ actividades	Nombre de indicador	Meta 2019 (valor del indicador)	Alcance acumulado al 31 de Diciembre de 2019	% de avance	Descripción del avance Ene - Dic 2019	Riesgos y factores críticos internos y externos que impidieron o limitaron el cumplimiento de los objetivos y metas	Frecuencia de la revisión	Responsable	Fuente de financiamiento
UNIDAD AMBIENTAL										
	RESULTADO 6.1 PROESA apoyado 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 una perspectiva de género.	Diagnóstico ambiental de PROESA elaborado	1	1	100%	Se elaboró el Diagnóstico Ambiental de PROESA, el cual muestra el nivel de la gestión ambiental que hace la institución, considerando para ello los siguientes aspectos: Organización Institucional, Saneamiento Ambiental, Cambio Climático y Gestión del Riesgo, Eficiencia Energética, Compras Verdes y Responsabilidad y Cumplimiento.		Anual	UA	GOES
		Política ambiental de PROESA elaborada	1	1	100%	Se cuenta con la propuesta de Política de Gestión Ambiental elaborada en conjunto con los miembros del Comité de Gestión Ambiental, la cual será sometida a aprobación el próximo año.		Anual	UA	GOES
	A.6.1.10: Facilitar y coordinar las acciones y mecanismos de gestión ambiental de PROESA.	Número de capacitaciones en temas ambientales realizadas	3	3	100%	Durante 2019: 3. Realización de capacitación relacionada con "El Uso de la Ficha Metodológica de los Indicadores Ambientales" el 19 de septiembre. Participaron el equipo de Servicios Generales. (Una mujer y 2 hombres) 2. Se realizó una capacitación relacionada con los "Mecanismos de Compensación ambiental de proyectos de Inversión", el 14 de agosto. Participaron 14 personas (11 mujeres y 3 hombres) entre personal de la Gerencia de Promoción de Inversiones, miembros del Comité de Gestión Ambiental y personal del Fondo de Inversión Ambiental de El Salvador (FIAES). 1. Se realizó capacitación relacionada con "La Unidad Ambiental de PROESA y la Conformación y Rol del Comité de Gestión", el 12 de junio. Participaron miembros del Comité de Gestión Ambiental y equipo de la Gerencia de Promoción de Inversiones. Asistieron 5 personas (3 mujeres y 2 hombre)		Semestral	UA	GOES
		Número de campañas de sensibilización sobre gestión ambiental realizadas	5	4	80%	Se han ejecutado 4 acciones de sensibilización ambiental, según el siguiente detalle: 1. Campaña para la reducción del uso de plásticos de un solo uso: Implicó la elaboración de la Carta Compromiso y memorándum de instrucción al personal, lanzamiento de la campaña al interior, entrega de dispositivos y utensilios para uso del personal en los eventos internos. 2. Campaña de Buenas prácticas ambientales: Envío de correos electrónicos con consejos para el cuidado del medio ambiente. 3. Campaña de conmemoración de fechas importantes: Envío de correos electrónicos recordando las fechas importantes en la agenda ambiental (Día Mundial del Medio Ambiente, Día Nacional de las Aves Migratorias, Día Nacional de la Reducción de Desechos, Día Nacional de la Reducción de Riesgos de Desastres). 4. Campaña para separar y clasificar los desechos en los contenedores adecuados: Implicó la compra y entrega de depósitos (azul para papel, amarillo para aluminio y verde para orgánicos) para la clasificación de los desechos y envió de correos para la correcta clasificación.	Dado el esfuerzo que requirieron dos de las campañas (1. reducción del uso de plásticos de un solo uso y 2. para separar y clasificar los desechos) de manera que el personal se sensibilizara y aplicara las medidas, se considero que la quinta campaña no era necesaria.	Semestral	UA	GOES

* Se refiere a compromisos de generación de empleo expresados por los inversionistas.

** Servicios de Promoción y Venta: asesorías que tienen un alto potencial para desarrollar la oferta exportable, servicios específicos de Rueda de Negocios, oportunidades comerciales, participación en misión comercial y participación en feria internacional

Resumen alcance de metas PAO 2019 al 30 de Diciembre 2019.		
Categoría de avance según color	Cantidad de metas	% de metas según categoría de avance
La meta se alcanzó o superó: 100% o más	43	84%
Alcance de la meta del 50% al 99%	6	12%
Alcance de la meta del 0% al 49%	0	
No aplica por ser Meta cualitativa	2	4%
Total	51	100%