



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

**Enero y
Febrero 2015**

CONTENIDO

- 1. Objetivo**
- 2. Alcance**
- 3. Documentos Relacionados**
- 4. Responsabilidades**
- 5. Acciones desarrolladas durante Bimestre Enero y Febrero 2015**
- 6. Información clave por Áreas de Gestión, Seguimiento y medición de los objetivos y metas del POA de forma bimensual con su respectivo análisis de resultados.**

1. Objetivo:

Consolidar y verificar el seguimiento y medición de los objetivos y metas del Plan Operativo Anual (POA), con base en la información que cada gerencia y unidad de CORSATUR, proporcione a la Gerencia de Planificación.

2. Alcance:

El POA de CORSATUR se basa en el Modelo de Trabajo Institucional con la Visión Estratégica de crecimiento de adentro hacia afuera con reciprocidad activa, los cuales constituyen la culminación en detalle del Plan Estratégico de CORSATUR, y representa la desagregación de las actividades que se implementan año con año con un estilo de Gestión participativa.

En ese sentido, el alcance del informe es desde recibir la información que cada gerencia y unidad envía a la Gerencia de Planificación, hasta culminar en la consolidación de la medición de los objetivos y metas de los POA para el período Noviembre - Diciembre 2014.

3. Documentos Relacionados:

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

4. Responsabilidades:

Según el Art. 21 de las NTCIE:

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

5. Acciones desarrolladas durante Enero 2015



Flujo de turistas en temporada navideña creció 35 % desde 2010

Autoridades del Ministerio de Turismo, Corporación Salvadoreña de Turismo e Instituto Salvadoreño de Turismo dieron a conocer el balance oficial correspondiente a la temporada navideña 2014, el pasado 7 de enero de 2015, en la que mostraron una tendencia positiva al alza durante los últimos cinco años.

Durante la temporada navideña, contabilizada, del 22 de diciembre al 2 de enero, el país recibió 92 mil 776 visitantes, un 35% más con respecto a 2010 y un 5.2% en comparación con 2013.

El ingreso económico generado durante la temporada navideña fue de \$46.06 millones, un 154% más con respecto al año 2010, cuando la cifra fue de \$18.10.

"Estamos satisfechos con los resultados obtenidos durante las fiestas de fin de año ya que superamos la proyección que el Ministerio de Turismo se trazó en diciembre que era de 90,000 visitantes", expresó el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, durante la conferencia de prensa.

El funcionario explicó que durante la temporada 67 mil 663 visitantes ingresaron a nuestro país vía terrestre y 25 mil 113 lo hicieron vía aérea. Agregó que durante los últimos cinco años, el ingreso de turistas vía terrestre creció 27%; mientras que el ingreso por vía aérea refleja un crecimiento del 62%.

Impacto de Pueblos Vivos

Durante la conferencia, el Ministro de Turismo también señaló que el impacto de la estrategia de Pueblos Vivos permitió frenar la salida de salvadoreños en un 2%.

Durante la recién pasada temporada 59 mil 533 salvadoreños vacacionaron fuera de las fronteras, en el 2010 la cifra fue de 60 mil 842.

"El impacto de Pueblos Vivos en los salvadoreños ha sido positiva. Cada vez más vemos como los salvadoreños prefieren hacer turismo en el país porque la oferta de los municipios es cada vez mejor", indicó Duarte.

La ocupación hotelera también fue motivo de satisfacción para las autoridades, ya que los hoteles de playa tuvo una ocupación hasta del 86%; mientras que la ocupación de los hoteles de montaña oscilaron entre el 40% al 81%; en el área rural se tuvo una ocupación de hasta el 45% y los hoteles en el gran San Salvador ocuparon del 30% al 47%.

El Salvador recibió al primer crucero de 2015

El pasado 5 de enero de 2015, el Ministerio de Turismo recibió en el Puerto de Acajutla el Crucero "SecretWorld Of TwoOceans - MS Serenissima", que se convirtió en el primer barco con turistas a bordo.

El MITUR, junto al apoyo de otras instituciones portuarias, montó danzas culturales y exhibición de trajes típicos. Asimismo habilitó el área de esparcimiento ubicada en el Puerto de Acajutla, la cual cuenta con acceso al mar.

El "MS Serenissima", que pertenece a la compañía inglesa Noble Caledonia, es un crucero de categoría Boutique, es decir que dentro de sus instalaciones los pasajeros gozan de atenciones altamente personalizadas, tienen actividades de entretenimiento y descanso, así como también servicios de alta cocina gourmet, servicios de relajamiento, privacidad y tranquilidad como un barco privado.

En esta oportunidad, la embarcación atracó con 20 turistas a bordo. La capacidad económica de los cruceristas permite que la embarcación pueda hacer su recorrido tal como si el mismo estuviese a su totalidad de ocupantes. El barco atracó esa mañana cerca de las 6:00 a.m. y zarpó nuevamente a las 10:00 p.m.; durante ese tiempo los turistas

visitaron lugares como Cerro Verde, Joya de Cerén, Santa Ana, Concepción de Ataco y Nahuizalco.

Nuestro país representó el segundo destino dentro del itinerario del exclusivo barco boutique SERENISSIMA, como parte de una expedición a través del Pacífico Centroamericano desde Guatemala hasta Colombia, incluyendo un tránsito por el canal de Panamá.

Segundo atracó con 95 turistas a bordo

La misma embarcación atracó nuevamente el jueves 8 de enero con 95 personas a bordo quienes también visitaron diferentes rutas turísticas de nuestro país. Alrededor del 95% de los cruceristas confirmaron la reservación de los tours mostrando un interés en los destinos de El Salvador.

Para este mes de marzo se espera el atraco de Artania, como parte de un itinerario que inicia en Acapulco, atravesando desde ahí la Costa del Pacífico Centroamericano, para cruzar el Canal de Panamá.

El crucero Artania es parte de la flota de la compañía de origen alemán Phoenix Reisen, y cuenta con una capacidad máxima de 1,200 pasajeros y más de 400 tripulantes.

Asimismo, como parte del trabajo del Ministerio de Turismo por colocar a El Salvador como un destino de cruceros, este año será la sede de la III Cumbre Centroamericana de Cruceros, evento que reunirá a representantes de los 7 países de Centroamérica, para reunirse con ejecutivos de cruceros y de las líneas miembros de la Florida Caribbean Cruise Association (FCCA).

En total se esperan más de 300 invitados internacionales, entre ellos ejecutivos y CEO de 15 líneas navieras, autoridades de puertos, sector privado, entre otros, encargados de la toma de decisiones y que en su conjunto movilizan más de 100,000 cruceristas.

Este evento es considerado el más importante de la industria en América Latina, y surge del crecimiento del mercado de la industria de cruceros en Centroamérica, han señalado los organizadores.

Apaneca, un destino de deportes y aventura

El Ministerio de Turismo a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo inició el 14 de enero de 2015, los viajes de prensa a los municipios ganadores de Pueblos Vivos 2014, como parte del apoyo institucional para promover la oferta turística interna de El Salvador.

El municipio de Apaneca, en Ahuachapán, ganador del primer lugar en el segmento "Deportes y aventura" fue el primer viaje organizado en conjunto con la Alcaldía Municipal dirigida por el edil, Ozmín Guzmán.

En total 15 medios de comunicación nacionales (prensa escrita, televisión y periódicos web) participaron en la aventura de conocer una Apaneca extremo.

En su primera actividad, los periodistas disfrutaron de una experiencia por los cielos del bosque de Apaneca gracias a "Adventure Tour ApanecaCanopy". Guiados por Wilson García Núñez y todo el equipo de trabajo, los periodistas se deslizaron por cables desde 18 metros de alto hasta 125 metros.

Posteriormente, realizaron un recorrido en Buggies gracias a "Apaneca Aventura Buggies Tour". Tras un recorrido de una hora aproximadamente y disfrutar de las maravillas naturales de Apaneca, los periodistas tomaron un descanso en La Laguna Verde, un majestuoso lugar.

La aventura extrema continuó en el circuito de cuerdas altas que ofrece "Hotel y Restaurante Santa Leticia". Aquí disfrutaron de los nueve circuitos de cuerdas altas, así como la pared de escalada.

El tour culminó con una visita en el casco urbano y con un ameno recibimiento en el despacho del Alcalde, Ozmín Guzmán

"Pueblos Vivos nos sacó del anonimato": Alcalde de Estanzuelas

Diferentes medios de comunicación nacional (Televisión y prensa escrita) visitaron el municipio de Estanzuelas, el pasado viernes 16 de enero de 2015, pudieron observar y documentar de primera mano los atractivos turísticos de dicho municipio.

Los comunicadores hicieron un viaje entre la naturaleza, recorrieron dos rutas de las tres previstas durante la jornada: La Ruta saltos de San Pedro y la Ruta Cerro Mariancolo.

El municipio de Estanzuelas ofrece a los visitantes una oferta turística impresionante, ideal para los que disfrutan caminar y hacer contacto con la naturaleza.

El recorrido de la Ruta saltos de San Pedro inició en la "Poza Oscura", posteriormente los comunicadores siguieron su recorrido en la Cascada "El Saltillo" y finalizó en el "Salto San Pedro", una cascada con más de 40 metros de alto.

La ruta del cerro Mariancolo posee varios atractivos que van desde ríos (Río Lempa y el Emboque) hasta el atractivo principal del paisaje: El cerro Mariancolo, un verdadero ícono turístico del municipio. El cerro posee una forma de pirámide e invita al turista a escalarlo.

El municipio de Estanzuelas posee 11 mil 968 habitantes y en el 2014 fue el ganador del Segmento Pueblos con Encanto Natural de la categoría paisajismo en la sexta edición de Pueblos Vivos.

El alcalde de Estanzuelas, Fernando Valdemar Membreño, aseguró que "Pueblos Vivos nos sacó del anonimato". Expresó sentirse alegre por el reconocimiento y aseguró seguirá trabajando para posicionar

el municipio para que más visitantes puedan disfrutar de los atractivos turísticos que el municipio ofrece.

El secretario general de Naciones Unidas recorrió el sitio Arqueológico Joya de Cerén

En el marco de la celebración de los XXIII años de aniversario de la firma de los Acuerdos de Paz en El Salvador, el pasado 17 de enero de 2015, el secretario general de Naciones Unidas, Ban Ki-moon junto al Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán y otros funcionarios de Gobierno, recorrieron el sitio arqueológico Joya de Cerén, como parte de la última jornada de su visita de tres días a El Salvador.

Ban Ki-moon fue recibido por los funcionarios de gobierno al pie del Museo de arqueología Joya de Cerén para luego hacer un recorrido por el museo y conocer parte de los asentamientos indígenas en nuestro país.

Joya de Cerén, en la zona central de El Salvador, es un complejo de estructuras de piedra compuesto principalmente de vestigios de viviendas. Este sitio arqueológico fue declarado en 1993 patrimonio de la Humanidad por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

MITUR y empresarios afinaron detalles para Feria Internacional de turismo en España

Autoridades del Ministerio de Turismo y de la Corporación Salvadoreña de Turismo tuvieron un encuentro con 16 empresarios salvadoreños donde afinaron detalles encaminados a la participación en la Feria Internacional de Turismo a realizarse en España del 28 de enero al 1 de febrero.

Durante cinco días El Salvador fue representado por una delegación de 16 empresarios dedicados a la industria del turismo, lo que se convirtió en la representación de la empresa privada más grande de empresarios promocionando los

diferentes destinos de El Salvador durante los últimos años.

Las autoridades del MITUR dieron detalles del Stand y la ubicación estratégica que tendría El Salvador en la edición número 35 de FITUR a los empresarios turísticos.

Asimismo explicaron las activaciones que desarrollarían de la Feria como una estación gastronómica donde los asistentes y visitantes del Stand salvadoreño podrán degustar pupusas, platillo típico de los salvadoreños.

El Stand contó con la presencia del barista William Hernandez, número 1 de El Salvador y número 6 a nivel mundial, los presentes también podrán degustar la variedad de café de altura, gourmet y de gran calidad.

MITUR graduó a alumnos del primer curso Online y anunció apuesta de capacitación 2015-2016

El pasado 23 de enero el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán clausuró el primer taller impartido en línea denominado "Taller de sensibilización en cultura Turística Online", que marca un precedente en la modernización de la formación turística en El Salvador.

Durante el mes de diciembre, el Ministro de Turismo impartió una serie de capítulos de dicho taller a través de internet a 54 estudiantes de diferentes departamentos del país como: Morazán, La Unión, Santa Ana, entre otros.

Además, se recibieron solicitudes extraordinarias de personas interesadas en los cursos de países como Estados Unidos, España y Colombia.

Durante el primer taller, los estudiantes participaron y desarrollaron sus trabajos de investigación a través de clases virtuales, asimismo se brindó la oportunidad de visualizar las clases virtuales en modalidad streaming desde cualquier computadora o

dispositivo móvil con acceso a internet para descargarlas.

El Ministro de Turismo destacó la importancia del conocimiento para mejorar la calidad de la atención al turista: "Este nuevo concepto educativo es una revolucionaria modalidad de capacitación predominante para el futuro. La industria necesita la capacitación constante para ser competitivos y ofrecer un mejor producto, servicio y conocimiento del destino".

Destacó la importancia que el turismo representa para el país. Sólo en 2014, 1.9 millones de visitantes internacionales vinieron al país a hacer turismo y se generó más de \$1,000 millones de dólares en divisas.

"El Turismo genera más de 48,000 empleos formales en el país. Hoy por hoy somos el sector más fértil para las inversiones y de mayor confianza", agregó.

El Salvador promocionó su oferta turística por primera vez en Nueva York

El Ministerio de Turismo junto a una delegación de cinco empresarios turísticos salvadoreños promocionaron por primera vez, la oferta turística del país en la edición número 12 del New York Times Travel Trade Show, la Feria de mayor importancia en el segmento de viaje de Norteamérica que se desarrolló del 23 al 25 de enero.

En el año 2014 el New York Times Travel Trade Show celebró su décimo primer aniversario, en esa ocasión recibió a más de 500 expositores, incluyendo 160 destinos turísticos de todo el mundo, más de 600 periodistas y representantes de medios de comunicación de la industria, más de 23,000 asistentes y más de 7,400 profesionales de la industria, convirtiendo a esa edición de la feria la más exitosa en todo el país.

"El Ministerio de Turismo ha entrado a la una etapa de potencializar el turismo salvadoreño, es por eso que estamos

participando en nuevas ferias que nos permita penetrar con mayor fuerza al mercado estadounidense que hoy por hoy es el segundo mayor emisor de turistas al país", dijo el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán.

El Salvador fue representado por cinco empresarios dedicados a la atención de turistas tales como: La Tortuga Verde, Salvadorean Tour, Intr Tours, Transportes Jap, NANCH Tours y Hotel Crowne Plaza y Holiday Inn San Salvador.

El primer día de la Feria los empresarios se dedicaron a exhibir la oferta turística a los representantes de la Industria Turística, los dos días siguientes el evento es abierto al público. La participación de El Salvador en la Feria representa una oportunidad para aprovechar la conexión directa con Estados Unidos, que facilita el trayecto entre ambos países, destacando nuestro país además como un HUB natural.

El Salvador inició el 28 de enero su participación en la Feria Internacional de Turismo (FITUR)

El Salvador inició su participación en la 35 edición de la Feria Internacional de Turismo (FITUR), el cónclave de Turismo más importante a nivel mundial, que se desarrolla año con año en Madrid, España del 28 de enero al 2 de febrero.

Este año El Salvador decidió reforzar la presencia del país en la feria, y participó con una delegación de 16 empresarios, la delegación más grande de los últimos años. Asimismo, el Ministerio de Turismo logró este año duplicar el espacio de exhibición del stand de El Salvador, el cual fue de 120 metros cuadrados.

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán destacó que "este año tenemos un espacio privilegiado, no solo en tamaño sino en ubicación. Estamos ubicados en una esquina de la isla donde estará

Centroamérica que colinda con la entrada al pabellón 3 del recinto ferial; es vistoso y atractivo".

Las empresas turísticas fueron: Nanch Tours, Network Tours, Tour Bus El Salvador, Hoteles Villa Serena, Mayan Escapes/BACER, Los Almendros de San Lorenzo, Dolphin Tours, Epic Tours, Hoteles Crowne Plaza y Holiday Inn, Salvadorean Tours, Eco Mayan Tours, Hotel Las Tunas, El Salvador Bike Tours, Puerto Barillas.

Según estadísticas de CORSATUR, aproximadamente el 50% de los turistas europeos que llegan al país provienen de España, Alemania y Francia. Los destinos de naturaleza y cultural son los más atractivos para este mercado.

Ministro expuso incentivos a la inversión turística en España

Previo a la inauguración de la Feria Internacional de Turismo (FITUR) en Madrid-España, el Ministro de Turismo Lic. José Napoleón Duarte Durán participó en la XVIII Conferencia Iberoamericana de Ministros y empresarios de Turismo, donde expuso los planes de incentivo a la inversión turística de El Salvador a empresarios internacionales.

Durante la conferencia, el funcionario destacó a los inversionistas que "A nivel regional El Salvador está catalogado por el Foro Económico Mundial en su Informe de Competitividad Mundial 2011-2012, como uno de los países que cuenta con adecuados niveles de infraestructura (a nivel latinoamericano para el caso de carreteras, solo está por debajo de Chile, y en cuanto a la evaluación del aeropuerto únicamente por debajo de Panamá y Chile), mercado laboral flexible, apertura comercial, atracción de Inversión Extranjera Directa y sistema bancario sólido".

Asimismo expuso los lineamientos de la nueva política de turismo, la cual está enfocada en hacer del turismo un eje fundamental hacia

el desarrollo sostenible en lo económico, social y cultural.

Los inversionistas y periodistas presentes formularon una serie de preguntas relacionadas con el proyecto Pueblos Vivos, un modelo "que ha comenzado a destacar internacionalmente", definieron.

Centroamérica inició participación en FITUR 2015

El miércoles 28 de enero tuvo lugar en Casa de América una conferencia de prensa por parte de los países de Centroamérica que participan en FITUR 2015.

Durante la actividad, los países presentaron a los invitados y prensa internacional un video donde se muestra una visita virtual por los siete países de la región, el cual mostró la biodiversidad, la historia, el misticismo y riqueza cultural que ofrece el bloque centroamericano a los turistas internacionales.

Los países ofrecieron algunos datos importantes a la prensa internacional relacionados a la afluencia de turistas a la región, cifra que entre enero y noviembre de 2014 fue de 8.8 millones de llegadas internacionales, de los que el 9% son europeos.

El Ministro de Turismo de El Salvador, Lic. José Napoleón Duarte Durán, anunció en conferencia de prensa que "El Salvador lanzará una línea aérea en alianza con Guatemala que hará vuelos intrarregionales, buscando mayor competitividad y precios bajos".

Por su parte, el Ministro de Costa Rica Wilhelm von Breymann destacó que: "El turista europeo es más educado, tiene una estadía promedio de 14 días, viaja a varios destinos en un mismo viaje y eso significa que su dólar turístico es más democrático favoreciendo a los pequeños empresarios.

España es el país que tiene más peso en las llegadas a la región, seguido de italianos, alemanes y holandeses. El patrimonio de la región es de 523,000 km² de superficie 17 lugares declarados patrimonio de la humanidad por la Unesco.

Centroamérica también posee el 8% de la biodiversidad a nivel mundial, teniendo solo el 1% de superficie del planeta.

El Salvador cautivó a mayoristas europeos en el primer día de FITUR 2015

Durante el primer día de feria, El Salvador fue el gran protagonista por albergar uno de los espacios más llamativos y estratégicos del recinto Ferial donde se realiza la FITUR 2015.

El Salvador ha desplegado de todos sus atractivos: gastronomía, artesanía y oferta turística logrando captar la mirada de cientos de profesionales europeos que buscan nuevos destinos para su mercado de turistas.

Con 120 metros cuadrados de exhibición, y un despliegue masivo de 16 empresarios El Salvador inició la primera jornada de la FITUR con más de 100 citas de negocios con mayoristas europeos.

"Ha sido un primer día de feria bastante movido con respecto a las citas, la afluencia de empresarios a la feria ha sido mayor a la del año anterior y hemos logrado hablar con turoperadores interesados en los productos de multidespino en Centroamérica" dijo Guillermo Barrientos, empresario salvadoreño de Mayan Escapes.

Agregó que "Las expectativa de negocios son muy buenas sobre todo porque se mantiene la ruta de Iberia volando directo Madrid-San Salvador lo cual hace posible que los pasajeros lleguen de forma directa lo que nos pone en ventaja sobre otros países de Centroamérica".

MITUR recibió premio Excelencias en España

En el marco de la Feria Internacional de Turismo (FITUR), que inició oficialmente este 28 de enero en Madrid-España, el Ministerio de Turismo de El Salvador fue reconocido por el Grupo Excelencias con el premio especial "Espíritu de Excelencia" por el proyecto "City Tour Monseñor Romero".

Este reconocimiento coloca a El Salvador en una vitrina importante en el mercado europeo. Este año, el país asistió a FITUR con mayor presencia que se ve reflejada en la delegación de 16 empresarios salvadoreños y la extensión del espacio de exhibición que alcanzó los 120 metros cuadrados.

Desde su surgimiento en 2005, los Premios Excelencias se han convertido en un referente para todos aquellos que están involucrados en la industria turística mundial, ya que reconocen el trabajo, empeño y dedicación de los países por construir proyectos turísticos de gran valor.

"Este reconocimiento es muy importante para el país porque resalta el trabajo que el Ministerio de Turismo realiza para colocar a El Salvador en el mercado europeo, a través de proyectos que exaltan esos productos turísticos de gran valor histórico como lo es el City Tour Monseñor Romero", dijo el Ministro de Turismo Lic. José Napoleón Duarte Durán tras recibir el galardón.

El reconocimiento fue entregado por el presidente de Grupo Excelencias, José Carlos de Santiago, en un acto solemne llevado a cabo en el pabellón 3 del recinto ferial IFEMA donde se realizó la Feria Internacional de Turismo FITUR 2015. "El Salvador se está abriendo camino en el mercado europeo.

MITUR realizó en España lanzamiento de nuevos productos turístico

El Salvador continuó su apuesta por potenciar su oferta turística en el mercado europeo. El 29 de enero, en el marco de la

Feria Internacional de Turismo (FITUR), el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán lanzó oficialmente la nueva propuesta turística de El Salvador: Experiencia subterránea maya San Andrés y la Ruta azul: Aventura sin límites.

En el lanzamiento, el Ministro Duarte se hizo acompañar del Secretario de Cultura de la Presidencia, Dr. Ramón Rivas, quien hizo una presentación magisterial sobre la oferta turística en la Ruta Arqueológica del país. Con el lanzamiento internacional, el Ministerio de Turismo buscó posicionar a El Salvador como un destino refrescado y con una oferta turística variada.

"FITUR ha sido la plataforma ideal para lanzar a nivel internacional la nueva oferta turística de El Salvador, la cual hemos construido durante el último año con el fin de innovar y crear un producto de acuerdo a la demanda de los turistas, principalmente europeos", señaló el Ministro Napoleón Duarte.

Cada uno de los circuitos invita a los turistas a experimentar deportes extremos y disfrutar de la aventura en pleno contacto con la naturaleza, en un entorno de volcanes, lagunas, montañas, mar y otros. Estos tours permitirán a los turistas aprender e interactuar con comunidades rurales del país durante un recorrido que incluye sitios arqueológicos de interés.

"Hemos podido observar el interés de los europeos sobre estos nuevos productos, ya que es una oferta que se ajusta perfectamente a los gustos de los turistas europeos. Han expresado el interés de comenzar a vender estos destinos", apuntó el funcionario.

La "Experiencia subterránea Maya San Andrés", forma parte de la Ruta Arqueológica de El Salvador, la cual permite un acercamiento a una de las culturas más avanzadas de la humanidad: la Cultura Maya.

El principal atractivo es un túnel de 80 metros de longitud, 2.20 metros de alto y 1 metro de ancho, que permite que los turistas conozcan las bases de las pirámides de la Acrópolis del Parque Arqueológico San Andrés.

Empresarios salvadoreños registraron más de 165 citas de negocios en FITUR 2015

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte valoró la tercera jornada de la Feria Internacional de Turismo (FITUR), que se desarrolló en Madrid, España desde el 28 de enero hasta el 2 de febrero, como una de las más exitosas de los últimos años a favor del país, y estimó que se han realizado alrededor de 165 citas de negocios y reuniones con el fin de promover el destino.

El Salvador participó en la FITUR con una delegación de 16 empresarios, entre ellos Nanch Tours, Network Tours, Tour Bus El Salvador, Hoteles Villa Serena, Mayan Escapes/BACER, Los Almendros de San Lorenzo, Dolphin Tours, Epic Tours, Hoteles Crowne Plaza y Holiday Inn, Salvadorean Tours, Eco Mayan Tours, Hotel Las Tunas, El Salvador Bike Tours, Puerto Barillas.

“Hemos tenido un flujo de visitas al stand de El Salvador bastante alto, debido a la ubicación y al impacto visual que general”, destacó el titular de la Cartera.

Detalló que “Se han sostenido diferentes reuniones dentro del stand entre tour operadores, agencias de viaje y prensa interesados en realizar negocios con las empresas salvadoreñas, así como de participar en actividades viajes de familiarización y prensa para luego programar visitas y sumarse al posicionamiento de El Salvador como un destino turístico sostenible”.

Destacó que como delegación estamos integrados con el tema año portando prendas diferentes cada día. Se ha contado con el apoyo del artesano de QUMBO, Ciro

Castro quien a través de un telar artesanal ha generado varias bufandas y prendas de añil.

Por su parte, el representante de la empresa Salvadoream Tour, Rodrigo Moreno, señaló que: “Ha sido una jornada exitosa como empresa que junto a la presencia que se ha tenido por la infraestructura del stand y la posición estratégica hemos tenido una exposición de marca país importante”.

Ministro se reúne con secretario General de la OMT

Con el fin de fortalecer los lazos de amistad y cooperación que existen entre El Salvador y la Organización Mundial de Turismo (OMT), el 31 de enero 2015, el secretario General del organismo, Taleb Rifai, recibió en audiencia oficial al Ministro de Turismo, José Napoleón Duarte Durán.

Al encuentro asistió también el embajador de El Salvador, José Atilio Benítez y en la reunión se compartieron documentos de investigación recientes relacionados con la industria turística de interés para el país.

El secretario de la OMT, invitó al funcionario salvadoreño para asistir a la reunión que entre los países miembros de la Organización de Estados Americanos (OEA) y la Liga Árabe que tendrá lugar en Jordania a mediados de año.

Durante la reunión hubo oportunidad para sostener reuniones de tipo bilateral con la Ministra de Turismo y Deporte de Tailandia, Kopkarn Wattanavrangkul y con la Ministra de Turismo de Haití, Stephanie Villedrouin, con quien abordó temas relativos a la 58 Comisión Regional de la Organización Mundial del Turismo para la Américas, siendo ésta la primera vez que la isla será sede de tan importante cónclave regional que tendrá lugar del 19 al 22 de mayo próximo.

También se reunió con la viceministra de Colombia, Sandra Howard Taylor. Con ella se

trataron temas relativos a la XXI Asamblea General de esa entidad y cuyo encuentro en Medellín a realizarse del 12 al 18 de septiembre.

Posterior a estos encuentros el ministro salvadoreño participó en la reunión que sus homólogos de la región sostuvieron con el Secretario General, Taleb Rifai. Se hizo un análisis de la situación del sector, en cuanto a los temas de cooperación, formación y capacitación, transporte, visados, programas de sensibilización y apoyo que el organismo pueda brindar a Centroamérica, especialmente en lo relativo al fortalecimiento de proyectos turísticos al multidesino y multiproducto.

Según datos de la OMT el 2014 cerró con más de 1.100 millones de llegadas internacionales, cifra que ha supuesto un incremento del 4,7% con respecto al año anterior. "Este dato que confirma el crecimiento de la industria por quinto año consecutivo, lo que demuestra su capacidad de resistencia a pesar de la crisis económica internacional. Hay muy pocos sectores que puedan resistir tanto como lo ha hecho el turismo", apuntó el Secretario Rifai.

Ministros de Turismo de Centroamérica en reunión con AECID

En la sede de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) tuvo lugar, un encuentro con los ministros de turismo, que integran el Consejo Centroamericano de Turismo (CCT) y miembros del organismo español, con el fin de analizar el apoyo y los logros obtenidos en diez años de trabajo en favor del turismo.

Al encuentro asistieron la Viceministra de Guatemala, Maruja Acevedo, Presidenta Pro-Tempore del CCT; los ministros de Costa Rica, Wilhelm von Breymann; de Nicaragua, Francisco Telémaco Talavera; de Belice, Manuel Heredia; de Panamá, Jesús Sierra Victoria; de Honduras, Emilio Silvestri y de El Salvador, José Napoleón Duarte, quienes

estuvieron acompañados por sus respectivos embajadores.

CORSATUR realiza jornada de capacitación en turismo

La Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), desarrolló durante el mes de enero dos capacitaciones en diferentes áreas relacionadas al turismo salvadoreño, con el fin de enseñar la importancia del turismo del país.

La primera se desarrolló en la Cooperativa "las Lajas", en Izalco, esto en respuesta a la solicitud que realizó la comuna del lugar.

El área de Asistencia Técnica de la Gerencia de Planificación fue la encargada de realizar la Jornada de capacitación en Cultura Turística a 13 actores de la Cooperativa, respondiendo a las solicitudes de actores del sector turístico.

El principal objetivo con que se realizó la capacitación fue sensibilizar a la población sobre la importancia del turismo en la economía salvadoreña.

La segunda capacitación fue dirigida a Guías Nacionales con habla italiana, la cual fue impartida por tres colaboradores de CORSATUR que están capacitados como formadores de Guías Turísticos, siendo: Héctor Cardoza, Roberto Ayala y Fátima Pérez.

Fueron 7 las personas capacitadas, esto como exigencia de actores claves del sector turístico. Con esta acción, se buscó incrementar la oferta de guías bilingües del país y atender el mercado de turistas italianos.

Press trip a municipios ganadores del programa Pueblos Vivos

La Unidad de Comunicaciones de CORSATUR en conjunto con medios de comunicación, realizaron viajes de prensa, durante el mes de enero, esto como parte del paquete de

premios a tres de los municipios ganadores del programa Pueblos Vivos 2014.

El primer lugar visitado fue Apaneca, este pueblo se constituyó ganador en la categoría Deporte y Aventura. 11 medios de Comunicación fueron a conocer los sitios íconos que caracterizan a este municipio como un lugar donde el turista puede practicar deportes extremos y disfrutar de hermosos paisajes en un ambiente de naturaleza y aventura. Algunas de las actividades que realizaron fueron: Tours en canopy, recorridos en bungee y visita a la Laguna de Apaneca.

También se realizó un viaje de prensa a Estanzuelas, Usulután, donde el municipio

mostró a los periodistas ser un merecido ganador de la categoría Paisajismo. Los comunicadores realizaron una visita hacia la Ruta de San Pedro y sus hermosas cascadas, y hacia el cerro Mariancolo, íconos característicos del municipio.

Finalmente, el 30 de enero, se realizó el viaje de prensa a Osicala, en el departamento de Morazán, este pueblo ganó la categoría Agroturismo, quien con sus fincas y cultivos de Henequén, representan el potencial de la Agricultura como parte de los recorridos turísticos y una opción para todos aquellos que les gusta disfrutar de los procesos de cultivo de nuestra tierra.

Acciones desarrolladas durante Febrero 2015



MITUR lanzó en Colombia Proyecto Stop Over

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán lanzó oficialmente en Bogotá, Colombia el proyecto Stop Over que exonera de impuestos de viajes a pasajeros en tránsito en el Aeropuerto Internacional Óscar Arnulfo Romero y Galdámez, con el propósito que hagan turismo en el país hasta por 48 horas.

El lanzamiento se realizó en el marco de la participación de El Salvador en la edición número 34 de la Vitrina Turística, ANATO 2015 que se desarrolló del 25 al 27 de febrero en Bogotá Colombia.

Entre las empresas salvadoreñas que participaron en ANATO están: Tour Bus El Salvador, Transportes Jap, S. A. de de C. V, Mayan Scapes, Hotel Mirador Plaza, Hotel Roca Sunzal, Akwaterra, Eco Mayan DMC, Green Blue Red y Hoteles Decameron.

El proyecto vincula a otras instituciones del sector privado, tales como: Cámara Salvadoreña de Turismo (CASATUR), encargada de crear los paquetes turísticos a la medida del visitante y la aerolínea AVIANCA.

Durante el lanzamiento oficial, el Ministro Duarte explicó que los pasajeros pueden acceder al Stop Over de dos maneras: en el sitio oficial del Stop Over pre-comprando el tour, o al momento de su llegada al aeropuerto de El Salvador.

El Salvador presente en Routes Américas 2015

Del 1 al 3 de febrero delegados del Ministerio de Turismo y de la Corporación Salvadoreña de Turismo representaron a El Salvador en la feria más importante de la industria aeronáutica de América Latina denominada Routes America 2015, que se celebró en Denver Colorado, Estados Unidos.

La edición número VIII de Routes Americas reunió a los principales directores de las aerolíneas y aeropuertos más importantes del mundo y diferentes entidades de turismo.

Routes Americas logró atraer a más de 80 líneas aéreas, 275 aeropuertos y acerca de 40 autoridades de turismo, con el objetivo de discutir temas acerca del servicio aéreo y crear en el ramo la oportunidad de promocionar la conectividad con la que cuenta El Salvador.

A la feria también asistieron delegados de la Comisión Ejecutiva Portuaria Autónoma (CEPA), así como miembros de Aviación Civil, que en su conjunto dieron continuidad a los lazos establecidos con líneas aéreas interesadas en operar en el país; contactos logrados en la edición 2014 realizada en San Salvador.

Entre las aerolíneas que asistieron a dicha feria se encuentran: Seaborne Airlines, Canada Jetlines, Silver Airways, Southwest Airlines, Canada's two largest Airlines, WestJet, Air Canada.

La participación de El Salvador se enmarca en el Programa de Gobierno, que busca favorecer la disminución del costo de los boletos aéreos, promoviendo la diversificación de sus servicios, mejor conocida como Política de Cielos Abiertos.

Aerolíneas se interesan en el país en Routes Américas

Después de tres días de intensas reuniones en el marco de Routes Américas, en Denver Colorado, Estados Unidos del 1 al 3 de febrero, el Ministerio de Turismo obtuvo excelentes resultados que derivaron en acercamientos con aerolíneas y despertar el interés por el país.

En ese sentido, representantes de la aerolínea Tropic Air, que tiene su base en Belice, tras una reunión, mostraron su interés

en trabajar con El Salvador y expandir sus negocios. Para lograr concretizar una acción se acordó un Fam Trip el próximo mes de junio que permitirá a los representantes de la aerolínea conocer productos turísticos específicos.

La delegación salvadoreña conformada por el Ministerio de Turismo, Corporación Salvadoreña de Turismo, Comisión Ejecutiva Portuaria Autónoma y Aviación Civil también tuvo acercamientos importantes con Aeroméxico con quienes se planteó la posibilidad de implementar un importante proyecto a corto plazo.

Por su parte Copa Airlines e Iberia pretenden mantener un crecimiento sostenido de sus operaciones, considerando los buenos resultados en El Salvador; además pusieron a disposición sus canales como medio de promoción y publicidad. Por otro lado International Air Transport Association (IATA), a través de su representante de las Américas resaltó que se visibiliza una buena perspectiva de país y posibilidades de crecimiento así como expansión del servicio de transporte aéreo, por contar con un aeropuerto privilegiado por su ubicación geográfica y una administración adecuada a las nuevas exigencias.

MITUR realizó presentación País en España

El Salvador presentó, el pasado 3 de febrero en Madrid, España de la mano del Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Duran, los planes del país para atraer a los turistas y viajeros españoles, dentro de un programa internacional de promoción del destino y sus nuevas rutas turísticas, y que completa sus actividades tras la presencia en la Feria Internacional de Turismo (FITUR).

El Salvador ha crecido en los últimos 5 años más de un 27.3% en turistas internacionales, con un cierre anual en 1.9 millones de visitantes, mientras que sus ingresos se han

duplicado hasta los 1.100 millones de dólares. Datos comparativos desde 2009 a 2014.

Esto permitió que el turismo represente un 3.9% del PIB, frente al 2.5% de hace cinco años. Se trata de uno de los países con mayor crecimiento dentro de la zona de Centroamérica, y un ejemplo de modernización y adaptación a las exigencias del nuevo perfil de viajeros.

La presentación del Informe Anual de Turismo a cargo del Ministro Duarte, mostró el potencial de un país que cuenta en la actualidad con 8.200 habitaciones de hotel, con un parque hotelero completo que incluye, hostales y hoteles de playa y montaña. Entre ellos se encuentran Crowne Plaza, Real Intercontinental, Hilton Princess, Sheraton Presidente, Courtyard Marriott, Holiday Inn San Salvador.

En este sentido, destacaron las inversiones en infraestructuras aeroportuarias, así como en la red de carreteras y servicios, que sitúan al país como un Hub de conectividad para el resto de países de Centroamérica. La llegada de turistas por avión ha crecido más de un 50% en los últimos 5 años y tiene conexiones directas con España de forma regular.

La presentación país del crecimiento que ha tenido El Salvador en los últimos años a medios de comunicación, revistas especializadas en turismo y empresarios turísticos europeos, se da en el marco de la rueda de negocios que las 16 empresas turísticas que participaron en FITUR 2015 desarrollaron ese día con touroperadores y mayoristas europeos, actividades apoyadas por la Embajada de El Salvador en España.

El Salvador presente en Feria Holiday World Praga

Sol y playa, Tour Ruta Azul "Aventura sin Límite" y Experiencia Subterránea Maya "San Andrés" fueron las principales rutas

turísticas que empresarios salvadoreños promocionaron durante la Feria Holiday World que se desarrolló del 19 al 22 de febrero en Praga, República Checa.

El Salvador participó en la feria por segundo año consecutivo, y fue el único país de la región centroamericana que se promocionó en esta importante feria que reunió profesionales del sector de turismo en un evento donde coinciden más de 870 expositores de unos 50 países de todo el mundo en 24,000 metros cuadrados de área de exposición total.

El Salvador se posicionó como un destino turístico competitivo y sostenible frente al mercado de los países que conforman la Europa Central y del Este.

“El Salvador está abriéndose a nuevos mercados. Queremos diversificar nuestra cuota de mercado y entrar en aquellos que, por nuestra tipo de oferta turística, resultan atractivo para los turistas, es decir, que tenemos un alto potencial”, destacó el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte.

Las empresas que participaron en la Feria Holiday World son expertas en el área, Epic Tour y Akaterra. Entre los únicos países latinoamericanos que participaron están: Cuba, República Dominicana, Venezuela y Jamaica. La feria reunió rubros como viajes, gastronomía y golf, en un solo lugar, propicio para que los visitantes realicen negocios y posicionen destinos turísticos.

Entre los países que participaron en la feria destacaron Austria, Bosnia, Herzegovina, Bulgaria, Japón, Kenya, Macedonia, Polonia, Rumania, Ucrania, Vietnam, Malta, Montenegro, España, Suiza y Suecia.

Izalco, un Pueblo Vivo de El Salvador

Como parte del apoyo del Ministerio de Turismo para fortalecer y promover los destinos turísticos de los municipios ganadores de la sexta edición de Pueblos

Vivos 2014, el pasado 11 de febrero, 22 periodistas, fotoperiodistas y camarógrafos de 15 medios de comunicación (televisivos, radiales y escritos) hicieron un recorrido por diferentes destinos del municipio de Izalco, Sonsonate.

Los periodistas tuvieron la oportunidad de conocer los productos elaborados por el Ojushte. Ana Ruth Morales, representante de la cooperativa de mujeres Manáojushte, explicó a los comunicadores el proceso del Ojushte, semilla de la que se puede elaborar productos artesanales como collares, pulseras y productos gastronómicos tales como horchata y pan dulce.

La visita continuó en la cueva “El Tanquito”, un lugar utilizado como área de descanso del Presidente de la República de El Salvador en 1898, Tomás Regalado. La cueva posee la forma de una serpiente y tienen alrededor de 10 metros de largo por 1.5 metros de ancho. También, los periodistas documentaron una vista impresionante del Volcán de Izalco en un mirador que muestra las formaciones rocosas que dejó la última erupción de 1966. “El Faro del Pacífico” como también es conocido, tiene una altura de 1,885 metros.

Tras observar la impresionante vista del coloso, los medios de comunicación se dirigieron a la cooperativa “Las Lajas” donde conocieron de primera mano el proceso del café. El Sr. Mauricio Barrientos, representante del lugar también explicó que la cooperativa tiene 198 asociados.

El recorrido finalizó en el casco urbano de Izalco, visitando el campanario de la iglesia Asunción y el parque; el alcalde municipal Ing. José Alfonso Guevara Cisneros despidió a los comunicadores y agradeció la visita.

6. Información clave por Áreas de Gestión, Seguimiento y medición de los objetivos y metas del POA de forma bimensual con su respectivo análisis de resultados.

PRESIDENCIA

Unidad organizativa que tiene como objetivo: Fortalecer al Ministerio de Turismo y sus adscritas, colocándolo como uno de los principales actores del sector económico.

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

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

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

En cuanto a la medición estratégica se especifica que Presidencia logra como metas, realizar reuniones mensuales de Junta Directiva, en las que se toman decisiones estratégicas para la ejecución de proyectos trascendentales de la institución, asistir en misiones oficiales para promover el país en el extranjero, y finalmente la asesoría jurídica, en la toma de decisiones

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

➤ A1 - Reuniones de Junta Directiva y Presidencia:

La meta es: “**Realizar reuniones mensuales para definir lineamientos estratégicos y toma de decisiones de la Corporación**”, el período de medición del indicador correspondiente a esta meta es mensual, a continuación se presenta el gráfico comparativo de resultados obtenidos de la operatividad de la macroactividad en cuestión.

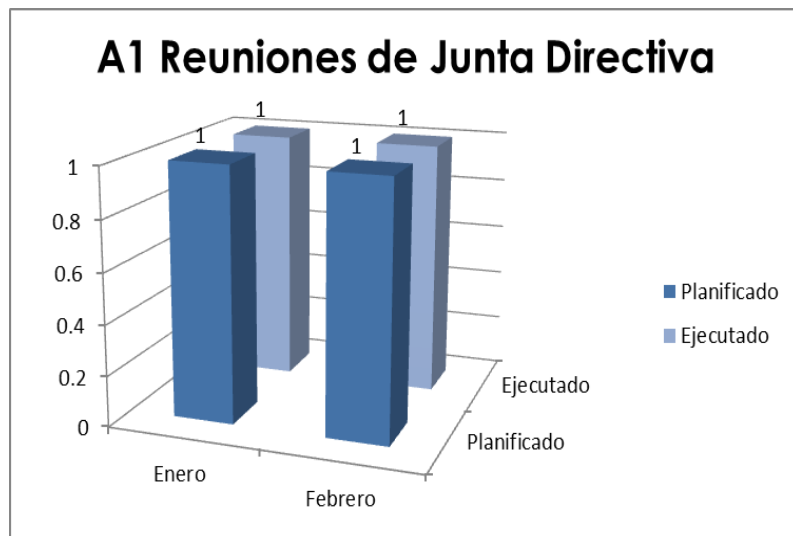


Tabla de Datos	2015	
Número de Reuniones	Enero	Febrero
Planificado	1	1
Ejecutado	1	1

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se cumple con la planificación establecida de forma bimensual.

➤ A2 - Misiones Oficiales:

La meta es: “**Representar al país internacionalmente en eventos y actividades relacionadas al turismo**”, el período de medición del indicador correspondiente a esta meta es anual, a continuación se presenta un gráfico de seguimiento a los resultados de la operatividad de la Macroactividad en análisis.

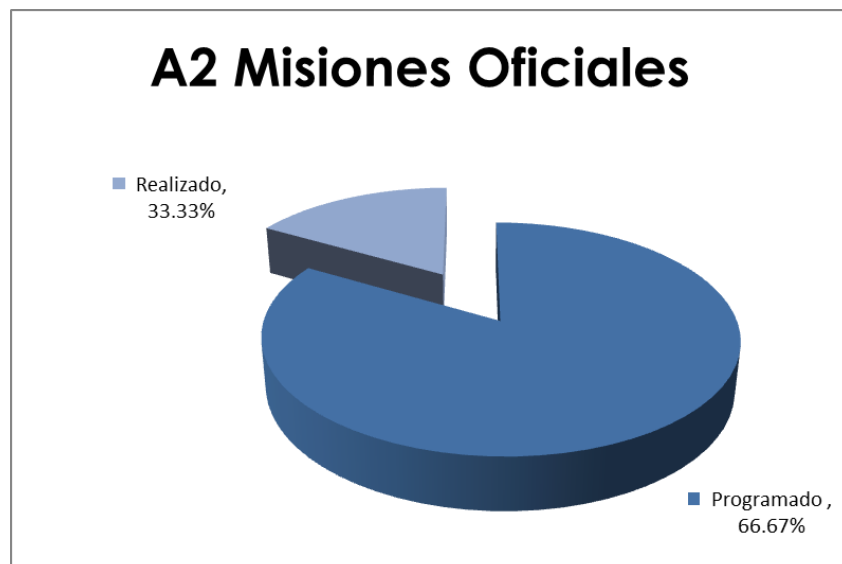


Tabla de Datos	2015	
No. de Reuniones de Junta Directiva Anuales	Porcentual	Númérico
Programadas por realizar	83.33%	5
Realizadas	16.67%	1
Total	100.00%	6

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se cumple con la planificación establecida de forma bimensual,

➤ A3 - Asesoría Jurídica

La meta es: **“Alcanzar las finalidades institucionales en base a la constitución de la República de El Salvador y el marco normativo legal vigente”**, el período de medición del indicador correspondiente a esta meta es mensual, por lo que su rendimiento es comparable gráficamente mes a mes, a continuación se presenta un gráfico comparativo.

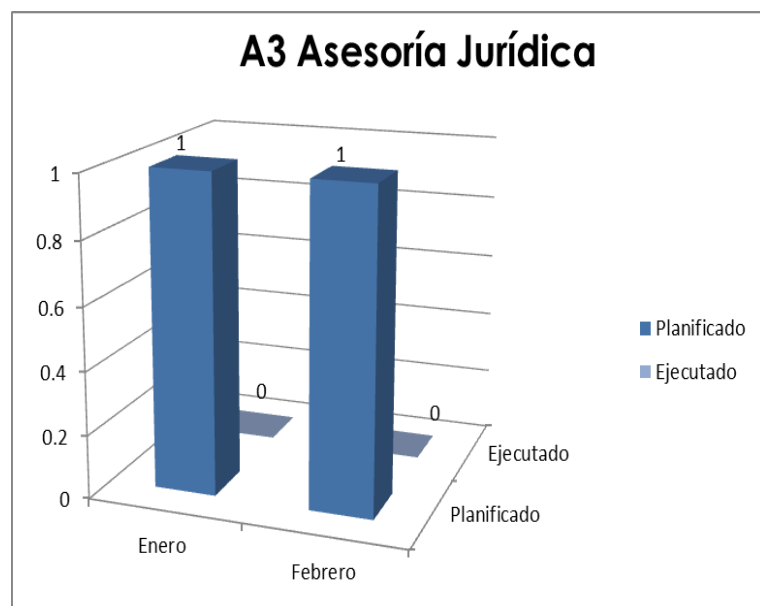


Tabla de Datos	2015	
Número de Asesorías Jurídicas	Enero	Febrero
Planificado	1	1
Ejecutado	0	0

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No se cumple con la planificación establecida de forma bimensual, se está analizando la viabilidad y conveniencia técnica de reenfocar los servicios de asesoría para Junta Directiva, con el objetivo de maximizar el uso de los recursos asignados.

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

GERENCIA GENERAL

Unidad organizativa que tiene como objetivo: Fortalecer al Ministerio de Turismo y sus adscritas, colocándolo como uno de los principales actores del sector económico, responsable de Planificar, dirigir, organizar y controlar las acciones estratégicas, técnicas y administrativas de CORSATUR, a fin de propiciar el correcto funcionamiento de todas las dependencias, por medio del uso adecuado y eficiente de los recursos institucionales, a efecto que se cumplan los planes.

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

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

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

En cuanto a la medición estratégica, se especifica que Gerencia General propone como metas: Velar por el cumplimiento de las metas estratégicas a nivel institucional que nos de los reglamentos que rigen CORSATUR a través del análisis de informes recibidos, Dar cumplimiento semestralmente a todas las misiones que sean delegadas por el Director Presidente o la Junta Directiva de CORSATUR y Fortalecer las herramientas de trabajo para un mejor desempeño en la Gestión Administrativa

Adicionalmente, a través de la ejecución de las resoluciones de la Junta Directiva, de participar y/o representar a Presidencia en misiones oficiales, actos o eventos instituciones cuando sea delegado por la Junta Directiva o el Director Presidente y ejercer las atribuciones y facultades que le corresponden, conforme a la Ley de CORSATUR y a las Normas Técnicas de Control Interno, a través de planificar, dirigir y controlar las acciones técnicas administrativas y operativas de CORSATUR.

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

➤ A1 – Seguimiento a los Programas Estratégicos de CORSATUR:

En seguimiento y medición a la meta: **“Velar por el cumplimiento de las metas estratégicas a nivel institucional que nos de los reglamentos que rigen CORSATUR a través del análisis de informes recibidos”**, a continuación se presenta el grafico comparativo de resultados obtenidos en el periodo: Enero-Febrero 2015 con su respectivo análisis de resultados.

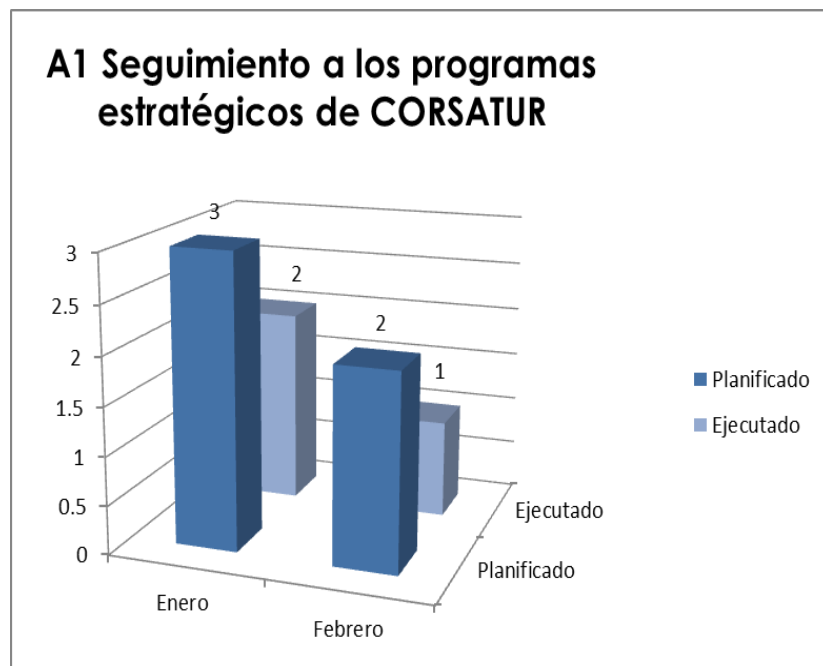


Tabla de Datos	2015	
	Enero	Febrero
Número de Informes		
Planificado	3	2
Ejecutado	2	1
% de ejecucion	66.67%	50.00%

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No. de informes	Enero	Febrero
Planificados	3	2
Recibidos	2	1
Porcentaje de Cumplimiento	66.67%	50%

En seguimiento los informes faltantes.

➤ A2 – Misiones Oficiales

En seguimiento y medición a la meta: **“Dar cumplimiento semestralmente a todas las misiones que sean delegadas por el Director Presidente o la Junta Directiva de CORSATUR”** se presenta el respectivo análisis de resultados para el período Enero – Febrero 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Este indicador se evalúa semestralmente y a la fecha no ha sido delegada misión oficial.

➤ **A3 – Adquisición de Papelería y Equipo**

En seguimiento y medición a la meta: **“Fortalecer las herramientas de trabajo para un mejor desempeño en la Gestión Administrativa”** se presenta el respectivo análisis de resultados para el período Enero – Febrero 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En proceso de autorización ante Ministerio de Hacienda.

➤ **A4 – Gestión de Capacitaciones a Nivel Gerencial**

En seguimiento y medición a la meta: **“Lograr anualmente al menos un curso de capacitación especializada, para un mejor desempeño en la Gestión Administrativa”** se presenta el respectivo análisis de resultados para el período Enero – Febrero 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Este indicador se evalúa anualmente y a la fecha no se ha desarrollado la capacitación especializada.

UNIDAD DE COMUNICACIONES Y RELACIONES PÚBLICAS

Asociada al Objetivo: Investigar, desarrollar y divulgar información oportuna para dinamizar el sector turístico y responsable de asesorar a la Presidencia y coordinar el proceso de Comunicaciones y Relaciones Públicas que realiza CORSATUR ante la opinión pública, a través del contacto con los medios de comunicación social y relaciones públicas, a fin de posicionar y garantizar la sostenibilidad de la imagen institucional.

A continuación se presenta el seguimiento y medición de las metas de las macroactividades de la Unidad de Comunicaciones y Relaciones Públicas:

➤ A1 – Fortalecimiento de la Imagen Institucional de CORSATUR

En seguimiento y medición a la meta: **“Dar a conocer en forma oportuna a los medios de comunicación social los logros realizados por CORSATUR y a la ciudadanía en general, por medio de la entrega de los 2 documentos: Rendición de cuentas y Memoria de Labores”** se presenta el respectivo análisis de resultados para el período Enero – Febrero 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Actualmente se está en el proceso de conformación de la Comisiones que elaborarán el documento de Memoria de Labores y Rendición de Cuentas.

➤ A2 – Promover coberturas periódicas de la gestión institucional a nivel internacional

En seguimiento y medición a la meta: **“Dar a conocer el trabajo de promoción del país en los mercados internacionales oportunamente, a través de la publicación de al menos 15 comunicados anuales”** se presenta el respectivo análisis de resultados para el período Enero – Febrero 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No. de comunicados de prensa	Enero	Febrero
Planificados	1	1
Reales (Publicados)	16	7

En los primeros dos meses del año, se han realizado 23 comunicados de prensa, cumpliendo la meta establecida.

➤ A3 – Eventos Públicos Institucionales

A continuación se presentan los resultados del seguimiento a la operatividad de la meta: **“Informar a los medios de comunicación social sobre los proyectos y logros de CORSATUR, a través de la realización de 2 eventos anuales de impacto (Rendición de Cuentas y Premio nacional de Turismo), al menos 4 conferencias de prensa en el año y 1 boletín institucional mensual”** con su respectivo análisis de resultados.

Indicador:

(# de eventos realizados / # eventos planificados)x 100

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Actualmente se encuentra en el proceso de conformación de las comisiones que elaborarán el documento de Rendición de Cuentas, el evento está programado para los meses de mayo-junio. El Premio Nacional de Turismo se realiza en Septiembre, por lo que aún se encuentra en preparativos.

Indicador:

(# de conferencias de prensa realizadas/# de conferencias de prensa planificadas)x 100



Tabla de Datos	2015	
No. de conferencias de prensa	Porcentual	Numérico
Anuales por realizar	75.00%	3
Realizados al Primer Bimestre	25.00%	1
Total	100.00%	4

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Durante el mes de enero se desarrolló la primera conferencia de prensa para brindar los resultados oficiales del 2014.

Indicador:

(# de boletines institucionales publicados/ # de boletines planificados) x100

A3 Eventos Públicos Institucionales

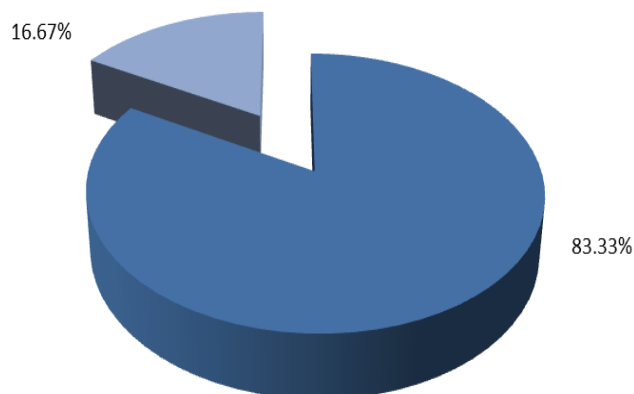


Tabla de Datos	2015	
	Porcentual	Numérico
No. de boletines institucionales		
Anuales por elaborar	83.33%	10
Elaborados al Primer Bimestre	16.67%	2
Total	100.00%	12

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se han elaborado dos boletines, correspondientes al mes de enero y febrero respectivamente.

➤ A4 – Fortalecimiento de la Unidad de Comunicaciones y Relaciones Públicas.

A continuación se presentan los resultados del seguimiento a la operatividad de la meta: **“Contribuir a la mejora del trabajo institucional”**, la periodicidad del indicador: **“Mantener archivo digital de calidad de las actividades institucionales y presentar informe anual con su respectivo análisis de resultados.”** es anual, por lo que se presenta a continuación el respectivo análisis de resultados del periodo: Enero-Febrero 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Actualmente, la Unidad se encuentra en el proceso de construcción del archivo de las actividades institucionales para presentar a final de año informe.

UNIDAD ADQUISICIONES Y CONTRATACIONES INSTITUCIONALES

Asociada al Objetivo: Fortalecer al Ministerio de Turismo y sus adscritas, colocándolo como uno de los principales actores del sector económico y responsable de la administración de los procesos de Adquisiciones y Contrataciones de obras, bienes y servicios para la Institución, cumpliendo con la legislación aplicable, a fin de contar con los recursos que las dependencias de CORSATUR requieren para la ejecución de las actividades.

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

➤ A1 – Ejecutar los procesos de adquisición y contratación

La meta **“Ejecutar los procesos de adquisición y contratación en menores tiempos de los acordados por la LACAP”** tiene 4 indicadores, los cuales se detallan a continuación:

- Tiempo de Ejecución de Libre Gestión en UACI/ Tiempo Planificado
- Tiempo de Ejecución de Licitaciones en UACI/Tiempo planificado
- Tiempo de Ejecución Contrataciones Directas en UACI/Tiempo planificado
- Tiempo de Ejecución de Licitaciones CAFTA en UACI/Tiempo planificado

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

• Indicador : Tiempo de Ejecución de Libre Gestión en UACI/ Tiempo Planificado

A continuación se presenta un gráfico comparativo de tiempo real vs tiempo máximo para realizar el trámite en la UACI con el respectivo análisis de resultados.

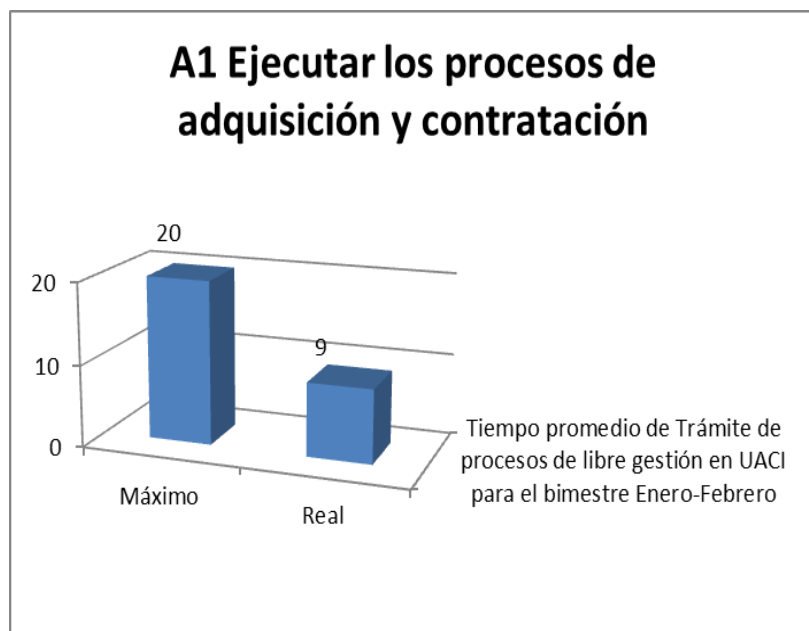


Tabla de Datos	2015
Tiempo promedio de Trámite de procesos de libre gestión en UACI para el bimestre Enero-Febrero	
Máximo	20
Real	9

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se ejecutó en menor tiempo que lo planificado, la cantidad de procesos de compra terminados en el bimestre en análisis es de 15.

- Tiempo de Ejecución de Licitaciones en UACI/Tiempo planificado**

A continuación se presenta un gráfico comparativo de tiempo real vs tiempo máximo para realizar el trámite en la UACI con el respectivo análisis de resultados.

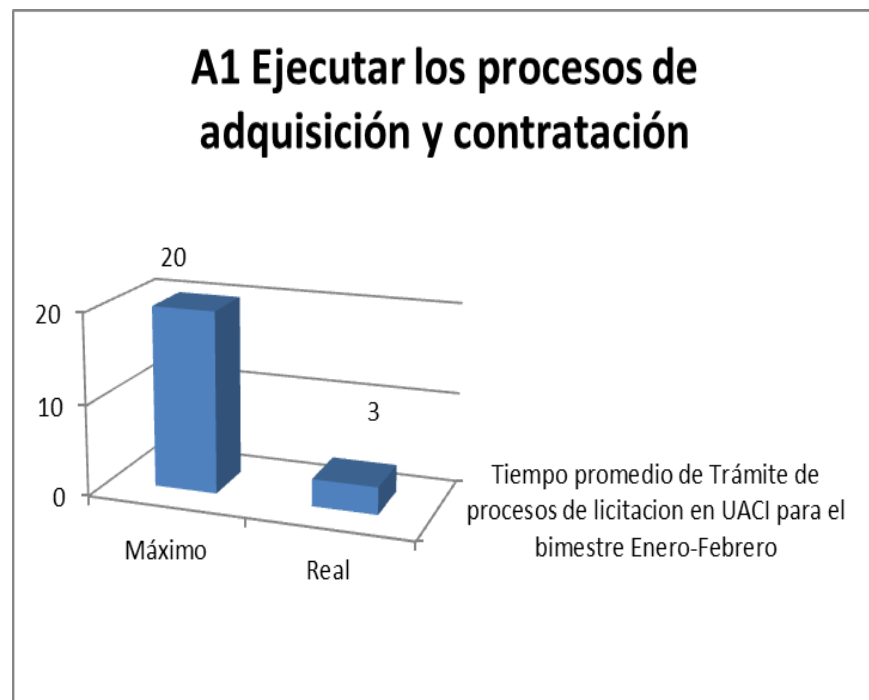


Tabla de Datos	2015
Tiempo promedio de Trámite de procesos de licitación en UACI para el bimestre Enero-Febrero	
Máximo	20
Real	3

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se ejecutó en menor tiempo que lo planificado, la cantidad de procesos de compra terminados en el bimestre en análisis es de 9.

- Tiempo de Ejecución Contrataciones Directas en UACI/Tiempo planificado**

El indicador es de tiempo, en el periodo en análisis no ha habido gestión para proceso de compra directa,

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Sin Contrataciones Directas

- **Tiempo de Ejecución de Licitaciones CAFTA en UACI/Tiempo planificado**

A continuación se presenta un gráfico comparativo de tiempo real vs tiempo máximo para realizar el trámite en la UACI con el respectivo análisis de resultados.

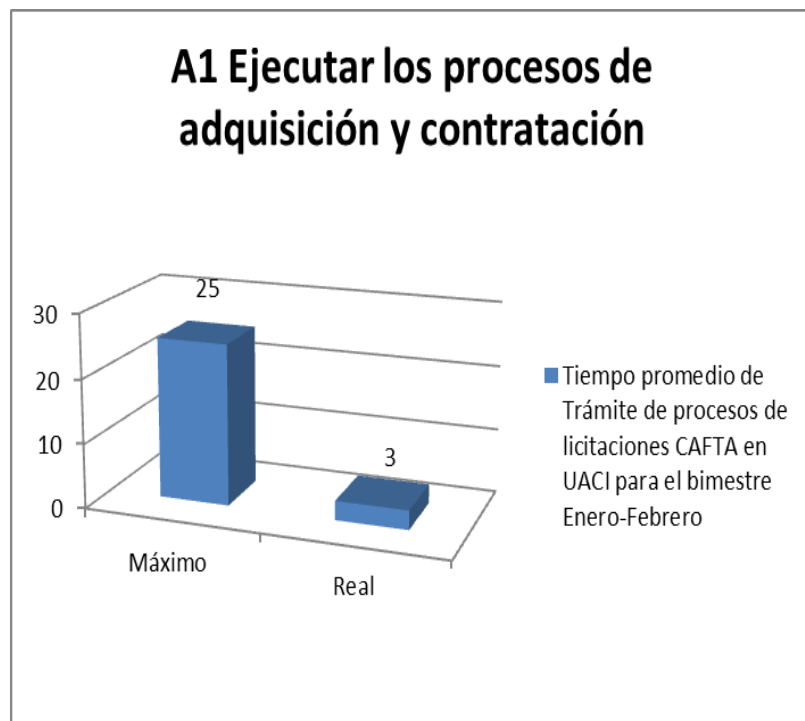


Tabla de Datos	2015
Tiempo promedio de Trámite de procesos de licitaciones CAFTA en UACI para el bimestre Enero-Febrero	
Máximo	25
Real	3

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se ejecutó en menor tiempo que lo planificado, la cantidad de procesos de compra terminados en el bimestre en análisis es de 2.

➤ **A2 – Control y seguimiento de los procesos de adquisición y contratación**

A continuación se presentan los resultados del seguimiento a la operatividad de la meta: **“Elaborar para Gerencia General un informe trimestral en el periodo no mayor de 10 días hábiles vencido el trimestre.”**, la periodicidad del indicador: **“Tiempo de entrega del informe a Gerencia General”** es trimestral, por lo que se presenta a continuación el respectivo análisis de resultados del periodo: Enero-Febrero 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se entregará informe a Gerencia General hasta el mes de Abril

➤ A3 – Elaborar la programación anual de adquisiciones y contrataciones (PAAC) de obras, bienes y servicios

A continuación se presentan los resultados del seguimiento a la operatividad de la meta: **“Publicar en COMPRASAL a más tardar 20 días hábiles después de la publicación en el Diario Oficial”**, el indicador: **“Tiempo de publicación del PACC en COMPRASAL”** es medido a través de la realización de un evento puntual, por lo que se presenta a continuación el respectivo análisis de resultados del periodo: Enero-Febrero 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Debido a la implementación del sistema COMPRASAL II, la publicación del PAAC no fue posible realizarla en el primer bimestre, dando la UNAC una prórroga o Fecha límite de publicación en COMPRASAL según memo UNAC-N-0046-2015, 27 de marzo de 2015.

➤ A4 – Llevar el control y la actualización del Banco de Datos Institucional de ofertantes y contratistas de acuerdo al tamaño de empresa y por sector económico

La meta **“Incrementar bimensualmente un 10 % el Banco de Datos institucional”** se mide a través del indicador: **“Número de nuevos registros del bimestre en el Banco de Datos Institucional/Total de Registros en el Banco de Datos Institucional en el Bimestre”** que se cuantifica bimensualmente, a continuación se presentan los resultados de forma gráfica con su respectivo análisis de resultados.

Indicador:

Número de nuevos registros del bimestre en el Banco de Datos Institucional (Contratistas)/Total de Registros en el Banco de Datos Institucional en el Bimestre.

A4 Llevar el control y la actualización del Banco de Datos Institucional de ofertantes y contratistas de acuerdo al tamaño de la empresa y por sector económico

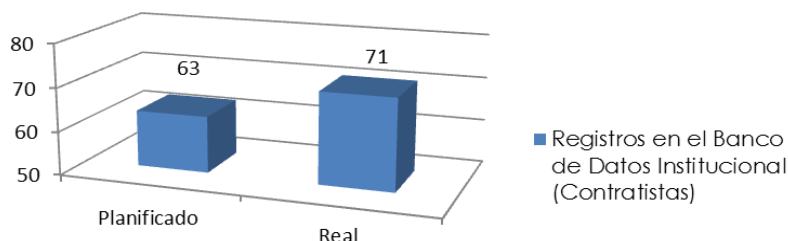


Tabla de Datos	Primer Bimestre 2015	
Registros en el Banco de Datos Institucional (Contratistas)	Numérico	Porcentual
Planificado	63	10%
Real	71	25%

Nota. La base de datos inicio en el año 2015 con 57 registros

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se incrementó más del 10%

Indicador:

Número de nuevos registros del bimestre en el Banco de Datos Institucional (**Ofertantes**)/Total de Registros en el Banco de Datos Institucional en el Bimestre.

A4 Llevar el control y la actualización del Banco de Datos Institucional de ofertantes y contratistas de acuerdo al tamaño de la empresa y por sector económico

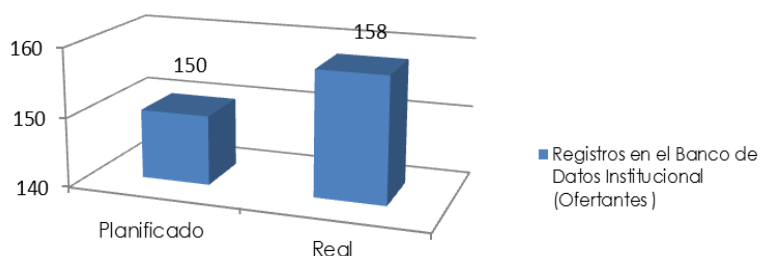


Tabla de Datos	Primer Bimestre 2015	
Registros en el Banco de Datos Institucional (Ofertantes)	Numérico	Porcentual
Planificado	150	10%
Real	158	16%

Nota. La base de datos inicio en el año 2015 con 136 registros

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se incrementó más del 10%

Asociada al Objetivo: Fortalecer al Ministerio de Turismo y sus adscritas, colocándolo como uno de los principales actores del Sector Económico.

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

➤ A1 – Brindar apoyo legal

A continuación se presentan los resultados del seguimiento a la operatividad de la meta: **“Apoyar en la consecución de los proyectos institucionales dentro de un marco de legalidad.”**, la periodicidad del indicador: **“Al menos 408 opiniones, en sus diferentes modalidades.”** es anual, por lo que se presenta a continuación el gráfico de seguimiento con su respectivo análisis de resultados del periodo: Enero-Febrero 2015

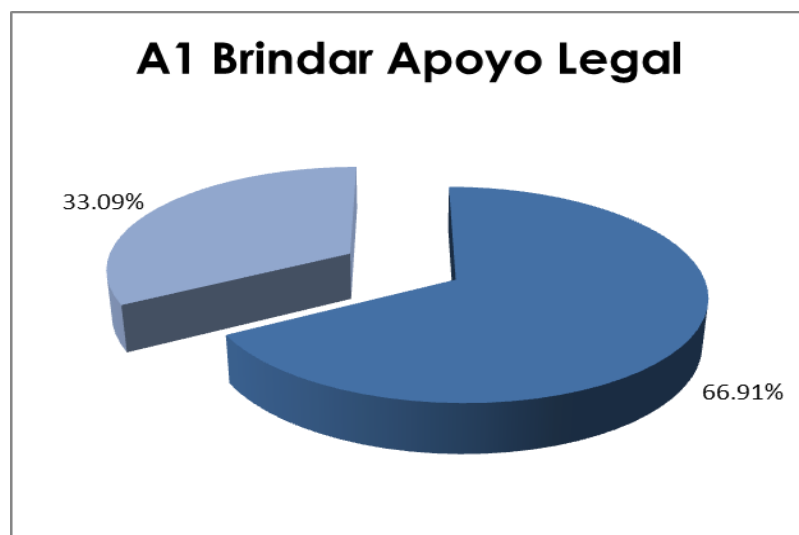


Tabla de Datos	2015	
	Porcentual	Númérico
Opiniones		
Anuales por realizar	66.91%	273
Realizadas al Primer Bimestre	33.09%	135
Total	100.00%	408

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Cumplimiento conforme a lo requerido.

➤ A2 – Brindar servicios notariales

A continuación se presentan los resultados del seguimiento a la operatividad de la meta: **“Dar validez jurídica a los documentos en que intervenga CORSATUR y que así se requiera.”**, la periodicidad del indicador: **“Al menos 22 actos, contratos y declaraciones de voluntad que requieran intervención notarial.”** es anual, por lo que se presenta a continuación el gráfico de seguimiento con su respectivo análisis de resultados del periodo: Enero-Febrero 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Cumplimiento conforme a lo requerido.



➤ A3 – Procurar en Sede Judicial / Administrativa

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

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

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Cumplimiento conforme a lo requerido.

Asociada al Objetivo: Facilitar y promover las condiciones de inversión en el sector turístico, fortaleciendo la oferta turística nacional.

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

➤ A1 – Impulso a la Gestión Ambiental en las actividades turísticas en el país

A continuación se presentan los resultados del seguimiento a la operatividad de la meta: **“Sensibilizar a 100 personas, actores de la actividad turística, hacia la gestión medioambiental anualmente”**, la periodicidad del indicador: **“(No. de personas sensibilizadas del sector privado y público relacionados con turismo / total de personas programadas) x 100”** es anual, por lo que se presenta a continuación el gráfico de seguimiento con su respectivo análisis de resultados del período: Enero-Febrero 2015

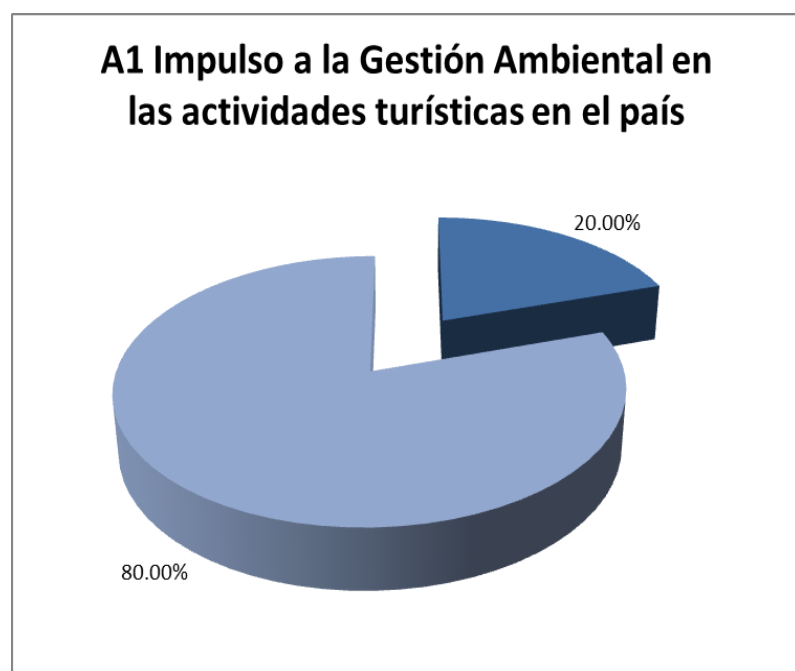


Tabla de Datos		
Numero de Personas Sensibilizadas hacia la gestion medioambiental	Porcentual	Numérico
Por sensibilizar	20.00%	20
Sensibilizadas al Primer Bimestre	80.00%	80
Total	100.00%	100

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

09-02-2015 Se lleva a cabo la Charla Eficiencia energética y aspectos generales, eficiencia energética en los transportes, para personal de la corporación con 80 personas sensibilizadas de CORSATUR, MITUR e ISTU, en tema ambiental de uso eficiente de energía en casa, la institución y el automóvil. Impartida por especialistas del CNE. La Unidad Ambiental organiza y da apoyo en esta actividad en el cargo Secretaria del Comité de Eficiencia Energética CORSATUR.

UNIDAD DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA

Asociada al Objetivo: Fortalecer al Ministerio de Turismo y sus adscritas, colocándolo como uno de los principales actores del sector económico y responsable de proporcionar en forma veraz, oportuna y con transparencia la información de las actuaciones de CORSATUR a toda persona que lo solicite, así como de facilitar el acceso a la misma y la administrar eficientemente los archivos que contienen dicha información.

A continuación se presenta el seguimiento y medición de las metas (Planificado vs. Ejecutado) de las macroactividades de la Unidad de Acceso a la Información Pública (UAIP):

➤ A1 – Garantizar el acceso a la información a la población:

La meta: **“Atender mensualmente el 100% de las solicitudes y consultas recibidas en la oficina de acceso a la información pública”** es medida a través de un indicador que es cuantificado en base a requerimientos que son variables en los meses según sea la necesidad correspondiente, por lo que no se pueden presentar los resultados comparativos gráficamente, a continuación se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Para los meses de Enero y Febrero se hicieron 6 solicitudes y 47 orientaciones de información oficiosa (art.10) de forma directa (verbal, in situ, vía telefónica) a la cual se le dio respuesta inmediata indicando donde se encontraba la información en nuestro portal web, **logrando un 100% del indicador evaluado.**

➤ A2 – Rendición de Cuentas

La meta **“Garantizar el derecho de acceso de toda persona a la información pública, a fin de contribuir con la transparencia de las actuaciones de las instituciones del estado”** es medida a través del indicador **“(No de ejemplares entregados / No. de ejemplares planificados) x 100”**, los resultados no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales programados para la consecución de objetivos específicos, a continuación se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se ha propuesto el comité de rendición de cuentas a junta directiva, el cual ha sido aprobado, iniciando labores, contando con un cronograma de trabajo el cual fue propuesto a Gerencia General, esperando los lineamientos de casa presidencial que son los que indican el inicio de las acciones a ejecutar por el comité por lo que a la fecha no se ha realizado la entrega de los ejemplares planificados.

A3 – Salvaguardar la documentación de la Información Pública

La meta **“Semestralmente actualizar la información oficiosa dando cumplimiento al Art. 10 de la LAIP”** es medida a través del indicador **“(# de ítems recabados y actualizados semestralmente / No. De ítems solicitados en el Art. 10) x100”**, los resultados no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales programados para la consecución de objetivos específicos, a continuación se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

La actualización de la información del periodo de Junio a Diciembre 2014 se realizó a inicios del año 2015.

GERENCIA FINANCIERA

Asociada al Objetivo Estratégico Posicionar a El Salvador como uno de los destinos preferidos en Centroamérica en los segmentos objetivos y responsable de Garantizar el registro oportuno de los compromisos presupuestarios, que demanda las diferentes actividades y proyectos de la Corporación, permitiendo agilizar el seguimiento y requerimiento de los fondos para cumplir con las obligaciones de los proveedores, contribuyendo a poner a disposición los recursos financieros necesarios para lograr el posicionamiento del país como atractivo turístico.

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

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

A continuación se presentan los resultados del seguimiento a la operatividad de la meta: **“Elaborar y remitir a la máxima autoridad informe mensual de Recaudación del Fondo de Contribución Especial y de Ejecución Presupuestaria en los primeros 10 días hábiles de cada mes.”**, la periodicidad del indicador: **“Tiempo de entrega de Informe de Recaudación del Fondo de Contribución Especial y de Ejecución Presupuestaria a la máxima autoridad”** es mensual, por lo que se presenta a continuación el gráfico comparativo de resultados con su respectivo análisis de resultados del periodo: Enero-Febrero 2015

A1 Coordinar, Supervisar y Dirigir a las áreas de Presupuesto, Tesorería, Contabilidad y Auxiliares Financieros

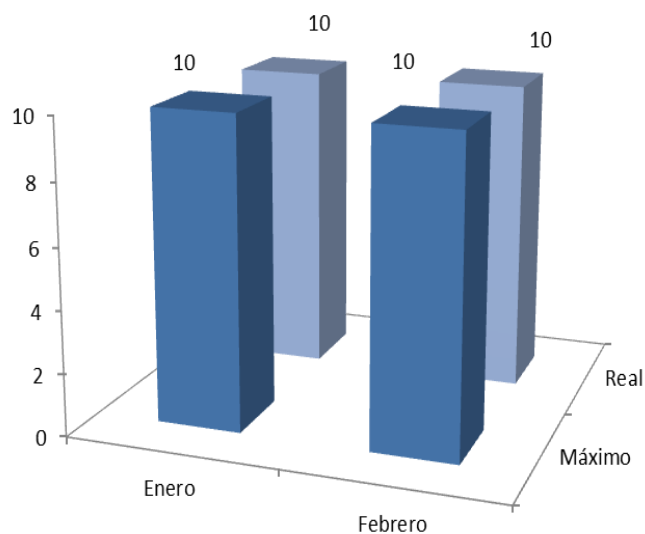


Tabla de Datos	2015	
Tiempo (días hábiles) de entrega de informe de Recaudación del Fondo de Contribución Especial	Enero	Febrero
Máximo	10	10
Real	10	10

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Enero

Tiempo de máximo entrega: 10 días hábiles.

Tiempo de real entrega: 10 días hábiles.

Febrero

Tiempo de máximo entrega: 10 días hábiles.

Tiempo de real entrega: 10 días hábiles.

Se han cumplido los tiempos de entrega de los respectivos informes en el bimestre analizado.

➤ A2 – Ejecución del presupuesto institucional

En seguimiento y medición a las metas del plan de trabajo presentado de las actividades a desarrollar para dicha macroactividad se resume el siguiente cuadro comparativo de las acciones planificadas vs. acciones ejecutadas para el período Enero - Febrero 2015 con su respectivo análisis de resultados

Los resultados de la meta **“Elaborar y remitir a la Gerencia Financiera y la Dirección General del Presupuesto (DGP) - Ministerio de Hacienda, informes presupuestarios del seguimiento de la ejecución del presupuesto institucional en los primeros 10 días hábiles de cada mes”** se presentan a continuación de manera cualitativa y gráfica.

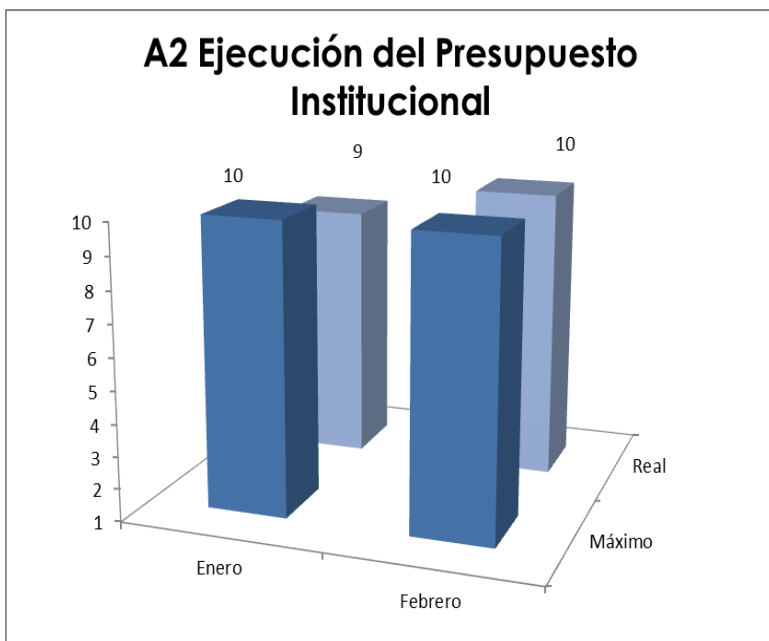


Tabla de Datos	2015	
Tiempo (días hábiles) de entrega del Informe Presupuestario	Enero	Febrero
Máximo	10	10
Real	9	10

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Enero

Tiempo de máximo entrega: 10 días hábiles.

Tiempo de real entrega: 9 días hábiles.

Febrero

Tiempo de máximo entrega: 10 días hábiles.

Tiempo de real entrega: 10 días hábiles.

Se han cumplido los tiempos de entrega de los respectivos informes en el bimestre analizado.

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

El seguimiento cualitativo de la meta **“Elaborar y enviar Informe mensual de Retención, Percepción o Anticipo a Cuenta de IVA a la Dirección General de Tesorería (DGT) - Ministerio de Hacienda, el último día hábil de cada mes”** se presenta a continuación:

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

Enero

Tiempo de máximo entrega: último día hábil.

Tiempo de real entrega: 8 días hábiles antes de terminar el mes.

Febrero

Tiempo de máximo entrega: último día hábil.

Tiempo de real entrega: 5 días hábiles antes de terminar el mes.

Se han cumplido los tiempos de entrega de los respectivos informes en el bimestre analizado.

➤ A4 – Cierres Mensuales

El seguimiento cualitativo de la meta **“Elaborar y preparar Cierres Contables mensuales en los primeros 10 días calendario de cada mes y Cierres Anuales entre los primeros 13 días hábiles del mes de enero del año siguientes, para ser presentados a la Dirección General de Contabilidad Gubernamental (DGCG) - Ministerio de Hacienda”** se presenta a continuación:

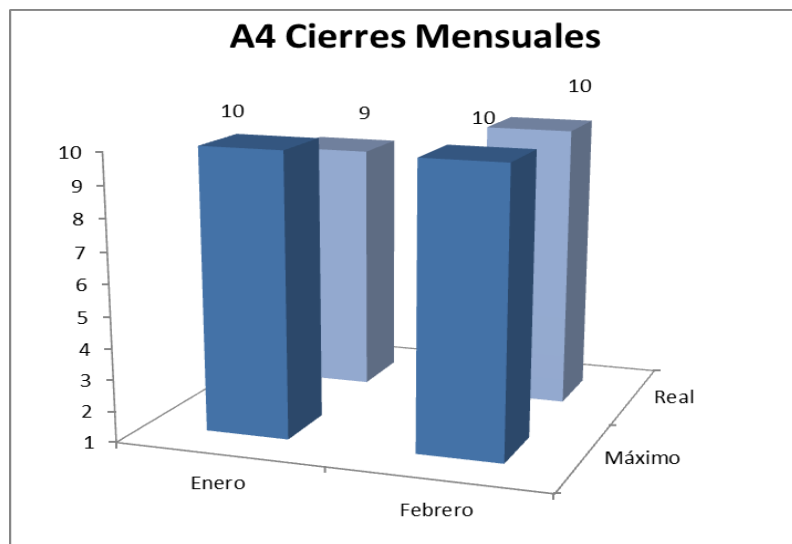


Tabla de Datos	2015	
Tiempo (días calendario) de entrega del Cierre Fiscal mensual	Enero	Febrero
Máximo	10	10
Real	9	10

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

Enero:

Tiempo de máximo entrega: el día 10

Tiempo de real entrega: el día 9

Febrero:

Tiempo de máximo entrega: el día 10.

Tiempo de real entrega: el día 10.

Se han cumplido los tiempos de entrega de los respectivos informes en el bimestre analizado.



UNIDAD AUDITORIA INTERNA

Asociada al Objetivo Fortalecer al Ministerio de Turismo y sus adscritas, colocándolo como uno de los principales actores del sector económico y responsable de verificar la efectividad del Sistema de Control Interno de la Corporación, así como de la normativa interna y externa aplicable a los procesos de trabajo; adicionalmente, brindar asistencia técnica en materia de control a todas las dependencias de la Institución, para que tomen decisiones.

➤ **A1- Evaluación de las diferentes áreas en el desarrollo de sus actividades y cumplimiento de Leyes y Reglamentos.**

Los resultados de la meta: **“Realizar en base a lo programado anualmente exámenes especiales de las diferentes áreas”** es para un año, por lo que su rendimiento no es comparable gráficamente de manera mensual, a continuación se presenta el análisis de resultados del periodo: Enero-Febrero 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

Está en proceso el Examen Especial a las Disponibilidades del periodo del cuarto trimestre del 2014 y el Examen Especial al Proceso de Compras de Bienes y Servicios del periodo del 01 de julio al 31 de diciembre de 2014. Los Informes serán remitidos en el mes de marzo de 2015.

➤ **A2 - Elaboración del Plan Anual de Auditoría Interna para el período 2016.**

Los resultados de la meta: **“Elaboración del Plan Anual de Auditoria Interna para el periodo 2016”** no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos, a continuación se presenta el análisis de resultados correspondiente al periodo: Enero - Febrero 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

El Plan de Trabajo Anual 2016 de Auditoría Interna, está en proceso de aprobación por parte de la Presidencia de CORSATUR; el cual se presentará en Junta Directiva de marzo de 2015; para su conocimiento.

GERENCIA ADMINISTRATIVA

Asociada al Objetivo: Generar las condiciones en los territorios, a través del Programa Pueblos Vivos, que incluye la asistencia al turista, la capacitación y el desarrollo territorial.

➤ A1- Suministrar oportunamente para el funcionamiento de Oficina Central

El seguimiento a la meta “Contar con disponibilidad de bienes de consumo, para atender el 95 % de los requerimientos de las unidades organizativas para el cumplimiento de sus actividades mensualmente”, se presenta de forma gráfica con su respectivo análisis de resultados.

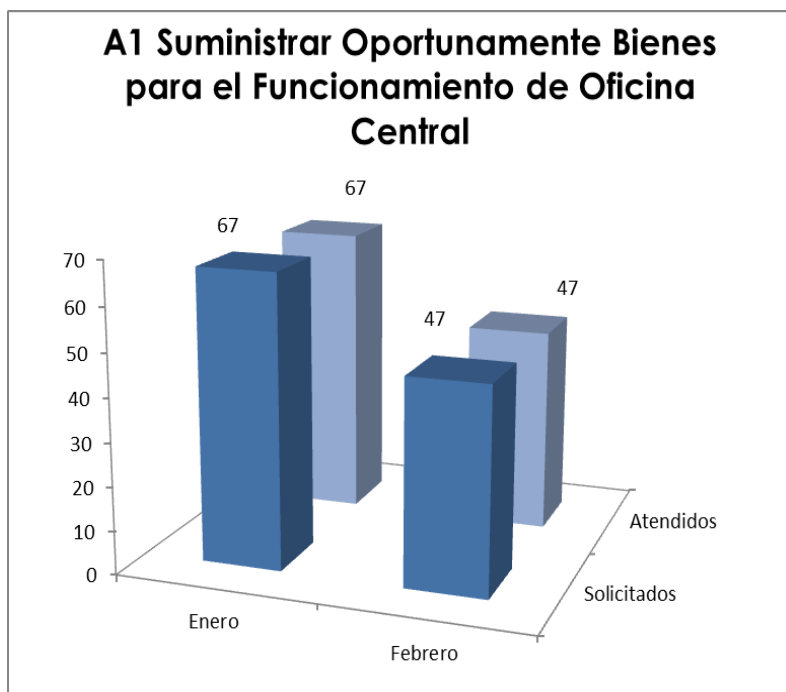


Tabla de Datos	2015	
No. de Requerimientos de bienes de consumo	Enero	Febrero
Solicitados	67	47
Atendidos	67	47
Porcentaje de cumplimiento	100.00%	100.00%

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

La meta es atender el 95% de los requerimientos mensuales, en el bimestre en cuestión se ha logrado en:

- Enero: 100%
- Febrero: 100%

➤ A2- Salvaguardar los Bienes Muebles, Inmuebles y Valores de CORSATUR contra daños y pérdidas.

El seguimiento a la meta “Reducir el riesgo de pérdidas o daños de los bienes muebles, inmuebles, valores y personal de CORSATUR, mediante la contratación de 2 servicios de cobertura (Pólizas de Seguro y servicio de vigilancia en oficina central) durante todo el año”, se presenta de forma gráfica a continuación:

Indicador:
(Meses con cobertura de póliza de seguro / 12) x 100

A2 Salvaguardar los Bienes Muebles, Inmuebles y Valores de CORSATUR contra daños o pérdidas

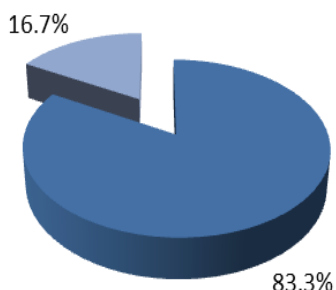


Tabla de Datos	2015	
No. de Meses para cobertura de póliza de seguro	Porcentual	Númérico
Por cubrir al año	83.33%	10
Al Primer Bimestre	16.67%	2
Total	100.00%	12

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):
 Se tiene cubierto el bimestre en análisis.

Indicador:
(Meses con servicio recibido de vigilancia / 12) x 100

A2 Salvaguardar los Bienes Muebles, Inmuebles y Valores de CORSATUR contra daños o pérdidas

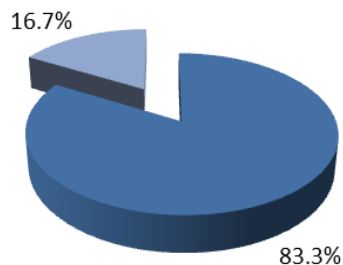


Tabla de Datos	2015	
No. de Meses para servicio de vigilancia	Porcentual	Númérico
Por cubrir al año	83.33%	10
Al Primer Bimestre	16.67%	2
Total	100.00%	12

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):
 Se tiene cubierto el bimestre en análisis.

➤ A3 – Brindar Mantenimiento y Servicios para funcionamiento de inmueble de oficina central

El seguimiento a la meta “Atender y resolver el 85% de los requerimientos mensuales de mantenimiento de instalaciones, mobiliario y/o equipo reportados por las unidades de CORSATUR”, se presenta de forma gráfica con su correspondiente análisis de resultados a continuación:

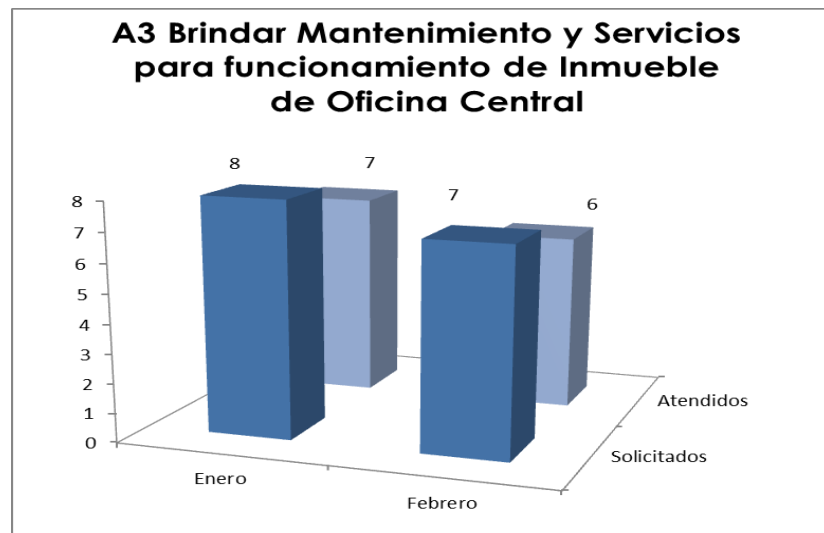


Tabla de Datos	2015	
	Enero	Febrero
No. de Requerimientos de mantenimiento de instalaciones, mobiliario y/o equipos		
Solicitados	8	7
Atendidos	7	6
Porcentaje de cumplimiento	87.50%	85.71%

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

La meta es atender y alcanzar el 85% de los requerimientos mensuales, en el bimestre en cuestión se ha logrado en:

- Enero: 87.50%
- Febrero: 85.71%

➤ A4 – Brindar Transporte para el desarrollo de Actividades Institucionales

El seguimiento a la meta “Cumplir con el 90% de solicitudes de transporte mensual requeridos por las unidades de CORSATUR”, se presenta de forma gráfica y su respectivo análisis de resultados a continuación:

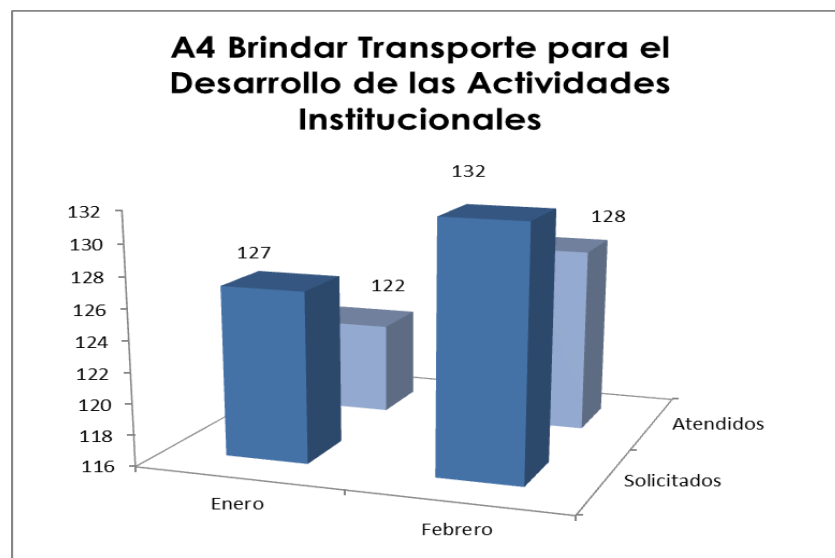


Tabla de Datos	2015	
	Enero	Febrero
No. de Solicitudes de Transporte		
Recibidas	127	132
Atendidas	122	128
Porcentaje de cumplimiento	96.06%	96.97%

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

La meta es cumplir el 90% de solicitudes de transporte mensuales, en el bimestre en cuestión se ha logrado en:

- Enero: 96.06%
- Febrero: 96.97%

➤ A5 – Brindar Soporte Tecnológico para el desarrollo de las Actividades Institucionales

El seguimiento a la meta **“Atender y resolver el 90% de solicitudes mensuales de requerimientos tecnológicos recibidas por parte de los usuarios internos de CORSATUR”**, se presenta de forma gráfica y su correspondiente análisis de resultados:

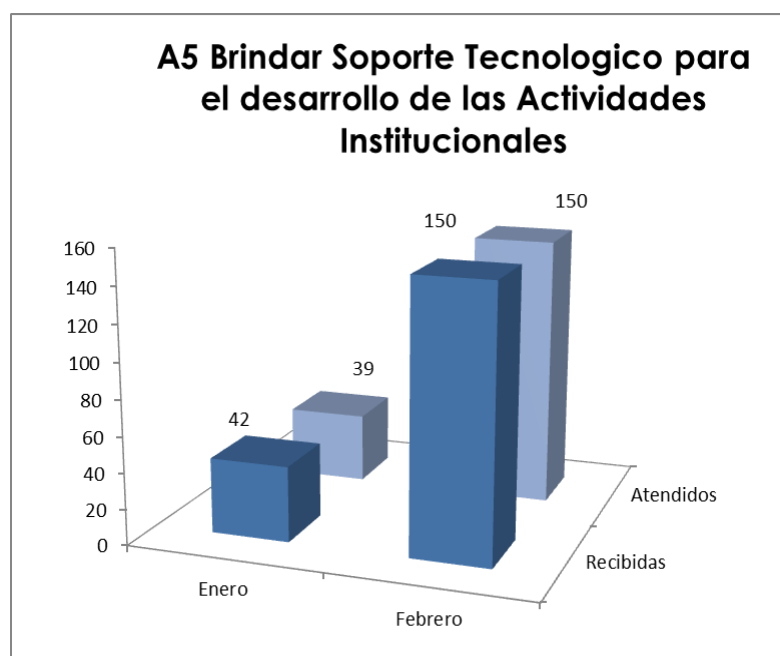


Tabla de Datos	2015	
No. de Solicitudes de requerimientos tecnologicos	Enero	Febrero
Recibidas	42	150
Atendidos	39	150
Porcentaje de cumplimiento	92.86%	100.00%

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

La meta es atender y resolver el 90% de solicitudes mensuales de requerimientos tecnológicos, en el bimestre en cuestión se ha logrado en:

- Enero: 92.86%
- Febrero: 100%

➤ A6 – Gestión Administrativa de Recursos Humanos

El seguimiento a la meta **“Cumplir al 100% con las normas, procedimientos vigentes y obligaciones patronales en materia de Recursos Humanos para los empleados de CORSATUR”**, se presenta de forma cualitativa a continuación:

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

La meta es cumplir el 100% con las normas, procedimientos vigentes y obligaciones patronales, en el bimestre en cuestión se ha logrado en:

- Enero: 82%
- Febrero: 81.63%

A continuación el detalle de las actividades realizadas:

Actividades	Enero	Febrero
Renovar plazas activas	100%	No programada
Elaboración contratos personal	50%	No programada
Realizar 1 planilla al mes.	100%	100%
Realizar contrataciones requeridas	100%	No aplicó
Realizar inducción	No aplicó	No aplicó
Capacitar 80% del personal	66%	63.26%
Realizar 2 evaluaciones al año	74%	No programada
% de cumplimiento:	82.0%	81.63%

➤ A7 – Prestaciones al Personal

El seguimiento a la meta “**Cumplir al 100% con las prestaciones en base a la normativa interna vigente**”, se presenta de forma cualitativa a continuación:

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

A continuación el detalle de las actividades realizadas:

Actividades	Enero	Febrero
Uniformes al personal	No programada	No programada
Desarrollar habilidades y competencia	No programada	No programada
Botiquín médico	No programada	No programada
Carnets de identificación	No programada	No programada
Cobertura Póliza	0.0%	No programada
Prestación económica	No programada	No programada
% de cumplimiento:	0.0%	No aplica

Asociada al objetivo: Posicionar a El Salvador como un destino encantador a nivel internacional e incrementar el número de visitantes, a través de la comercialización y responsable de la elaboración, realización y seguimiento de las estrategias, planes, programas y proyectos de mercadeo turístico, coordinación y control de todas las acciones institucionales de acuerdo a los mercados establecidos, con acciones de promoción, publicidad y comercialización de la oferta de productos y servicios turísticos del país, coherentes con los objetivos institucionales.

➤ A1- Programa Marca Destino

Los resultados de la metas **“Posicionar y promocionar a El Salvador como un destino turístico atractivo, a través de acciones que promuevan la marca destino a nivel nacional e internacional, por medio del desarrollo de al menos 3 campañas publicitarias a nivel nacional y 2 a nivel internacional anualmente, desarrollo de al menos 20 ferias internacionales en el año y atender al menos 140 personas en viajes de familiarización y prensa anual, Reunir al menos 50 mayoristas internacionales y medios internacionales para realizar una rueda de negocios con empresarios turísticos salvadoreños, Realizar al menos 5 investigaciones de mercado que permita medir los principales indicadores turísticos en forma mensual y trimestral, en Facebook alcanzar en el año al menos 750,000 likes, en twitter alcanzar en el año al menos 60,000 followers, en YouTube alcanzar al menos 35,000 reproducciones mensuales, en página web lograr al menos 150,000 visitas mensuales, entregar al menos 1000 kits promocionales de marca destino”** se presentan a continuación:

Indicador:

(No. de Campañas publicitarias a nivel nacional realizadas / No. de Campañas publicitarias a nivel nacional planificadas) x 100

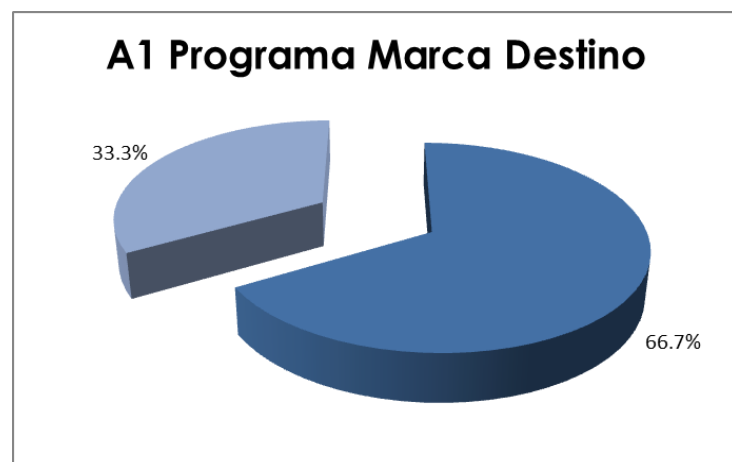


Tabla de Datos	2015	
No. de campañas nacionales	Porcentual	Numérico
Planificados por realizar al finalizar el presente año	66.7%	2
Realizadas al Primer Bimestre	33.3%	1
Total	100.00%	3

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No. de campañas nacionales	Enero	Febrero	Bimensual
Planificadas	1	0	1
Realizadas	1	0	1

Se realizó en el mes de Enero (del 16 al 29 de Enero) la campaña institucional "Turismo Avanza... Crece el turismo, crece el país, la campaña tuvo una exposición en los medios: prensa y radio.
Al mes de Febrero no se han realizado campañas

Indicador:

(No. de Campañas publicitarias a nivel internacional realizadas / No. de Campañas publicitarias a nivel internacional planificadas) x 100

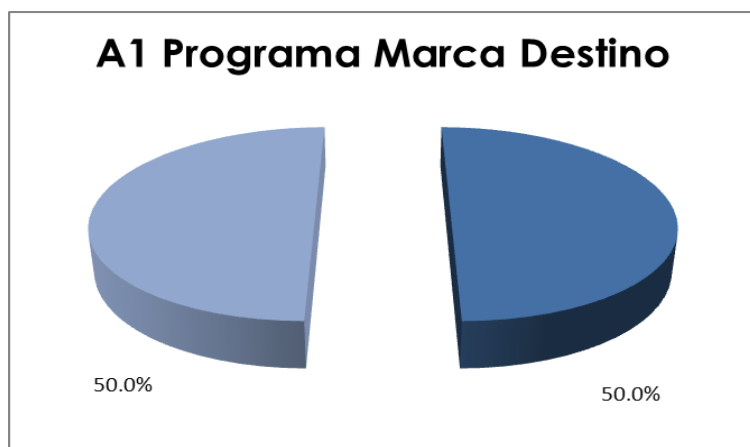


Tabla de Datos	2015	
No. de campañas internacionales	Porcentual	Numérico
Planificados por realizar al finalizar el presente año	50.0%	1
Realizadas al Primer Bimestre	50.0%	1
Total	100.00%	2

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No. de campañas internacionales	Enero	Febrero	Bimensual
Planificadas	1	0	1
Realizadas	1	0	1

Dando continuidad a la campaña regional de Diciembre "Los cheros te esperan" Se realizó en el mes de Enero en Guatemala y Honduras la transmisión en radio de dicha campaña.
Al mes de Febrero no se han realizado campañas

Indicador:

(No. de ferias internacionales desarrolladas / No. de ferias internacionales planificadas) x 100

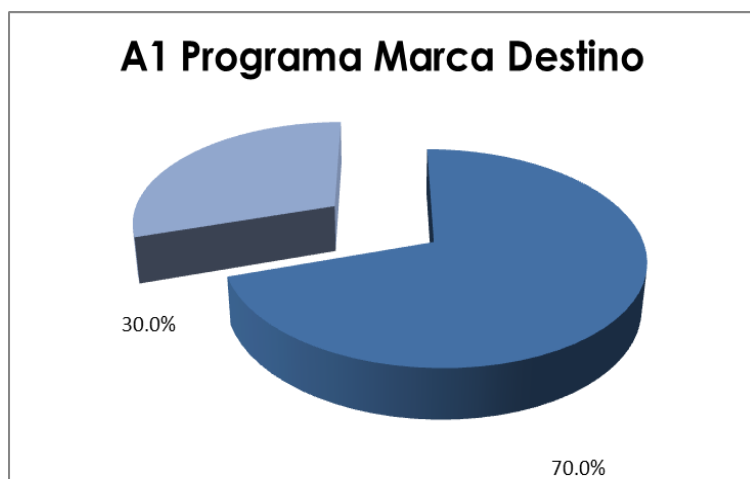


Tabla de Datos	2015	
No. de Ferias Internacionales	Porcentual	Numérico
Planificados por realizar al finalizar el presente año	70.0%	14
Realizadas al Primer Bimestre	30.0%	6
Total	100.00%	20

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No. de ferias internacionales	Enero	Febrero	Bimensual
Planificadas	3	3	6
Desarrolladas	3	3	6

Dando continuidad a la campaña regional de Diciembre "Los cheros te esperan" Se realizó en el mes de Enero en Guatemala y Honduras la transmisión en radio de dicha campaña.
Al mes de Febrero no se han realizado campañas

Indicador:

(No. de personas atendidas en viajes de familiarización y prensa / No de personas planificadas por atender en los viajes de familiarización y prensa) x 100

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En ninguno de los meses de Enero y Febrero se atendieron personas para viajes de familiarización y prensa debido a que el proceso de licitación aún estaba en proceso de adjudicación.

Indicador:

(No. de mayoristas y medios internacionales reunidos / No. de mayoristas y medios internacionales planificados) x 100

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

La Feria El Salvador Travel Market está programada para realizarse en el mes de Noviembre 2015, por lo que en el mes de abril, se comenzara organización de los preparativos para la realización de la feria EL SALVADOR TRAVEL MARKET, para definir las estrategias del posicionamiento de nuestras marcas, así como fijar los objetivos que sean específicos, medibles, alcanzables, y cuantificar las estadísticas de los resultados, para la búsqueda de nuevos turistas en mercados emergentes o no tradicionales para la mejora de los restantes objetivos,
Lo anterior a efecto de garantizar la mejora continua para esta gerencia.

Indicador:

(No. de investigaciones de mercado realizadas / No. de investigaciones de mercado planificadas) x 100

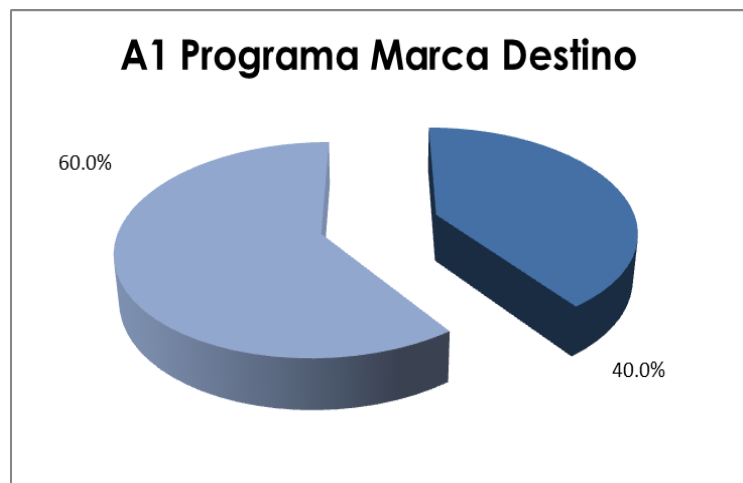


Tabla de Datos	2015	
No. de Investigaciones de Mercado	Porcentual	Numérico
Planificados por realizar al finalizar el presente año	40.0%	2
Realizadas al Primer Bimestre	60.0%	3
Total	100.00%	5

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No. de investigaciones de mercado	Enero	Febrero	Bimensual
Planificadas	3	0	3
Realizadas	3	0	3

La meta para este año 2015 es realizar al menos 5 investigaciones de mercado, durante el mes de enero y febrero de 2015 se realizaron 3 investigaciones, cumpliéndose la meta en un 100%, de acuerdo a lo planificado en el bimestre, dentro de las cuales podemos mencionar: La del Perfil y gasto del visitante internacional y movimientos turísticos en fronteras terrestres y aeropuerto internacional de El Salvador, turismo Interno en El Salvador, se menciona que esta se realizó mediante prorrogas de contrato del 1 de enero al 19 de junio del 2015, y el segundo semestre, los TDR ya se encuentran en la UACI para solicitar a JD la autorización para vender bases, la otra investigación que ya se realizó es la de Turismo Interno que se está ejecutando mediante convenio interinstitucional con BCR y El Ministerio de Economía. Para el caso de la investigación de DATA TUR El Salvador (Ocupación Hotelera) esta se encuentra en la etapa de firma de contrato, para el caso de la investigación de rutas turísticas se encuentra en la UACI para solicitar a JD la autorización para vender bases. De todas estas investigaciones se obtiene información estratégica para la formulación de estrategias, actividades de marketing, desarrollo de productos y demás actividades relevantes que favorezcan al sector turismo. Para citar algunos indicadores de acuerdo a cada investigación podemos mencionar: Gasto turístico internacional, llegadas de visitantes internacionales, cantidad de viajes en concepto de turismo que realizan los salvadoreños dentro del territorio nacional, gasto total y diario, porcentaje de ocupación hotelera, posicionamiento de cada ruta turística entre otros.

Indicador:

(No. de likes alcanzados / No. de likes planificados) x 100

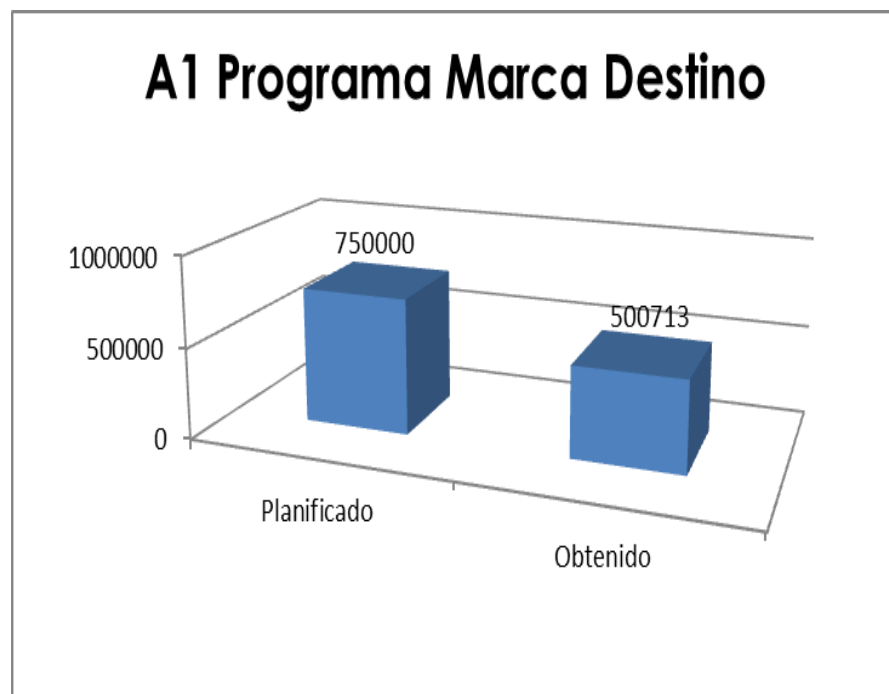


Tabla de Datos	
No. (acumulado) de likes en el facebook	2015
Planificado al finalizar el año	750000
Obtenido al primer bimestre	500713

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En el seguimiento al indicador en cuestión, se reportan los siguientes datos:

Al mes de Enero:

501,368 likes (acumulados) contabilizados

Al mes de Febrero:

500,713 likes (acumulados) contabilizados

En el mes de febrero se nota una sensible baja en los likes a nuestra página debido a algunos tipos de post como coberturas y notificaciones o avisos que se colocaron en nuestro "Timeline" ("Muro de nuestra página")

Indicador:

(No. de followers alcanzados / No. de followers planificados) x 100

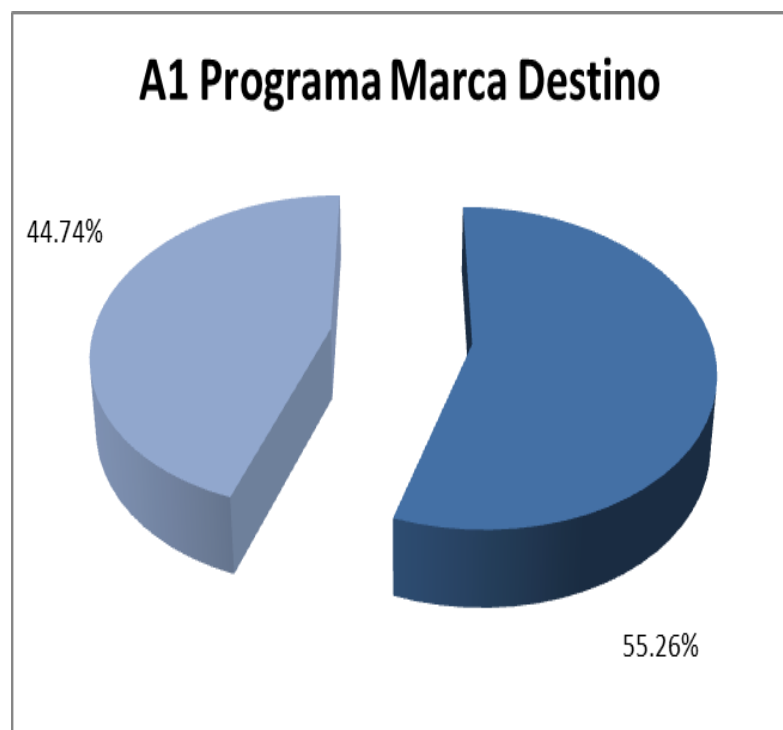


Tabla de Datos	2015	
	Porcentual	Numérico
No. de followers		
Planificados por contabilizar (acumulados) al finalizar el presente año	55.26%	33158
Contabilizados (acumulados) al Primer Bimestre	44.74%	26842
Total	100.00%	60000

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Al cierre del bimestre se tienen contabilizados (acumulados) 26,842 followers.

Indicador:

(No. de reproducciones alcanzados / No. De reproducciones planificados) x 100

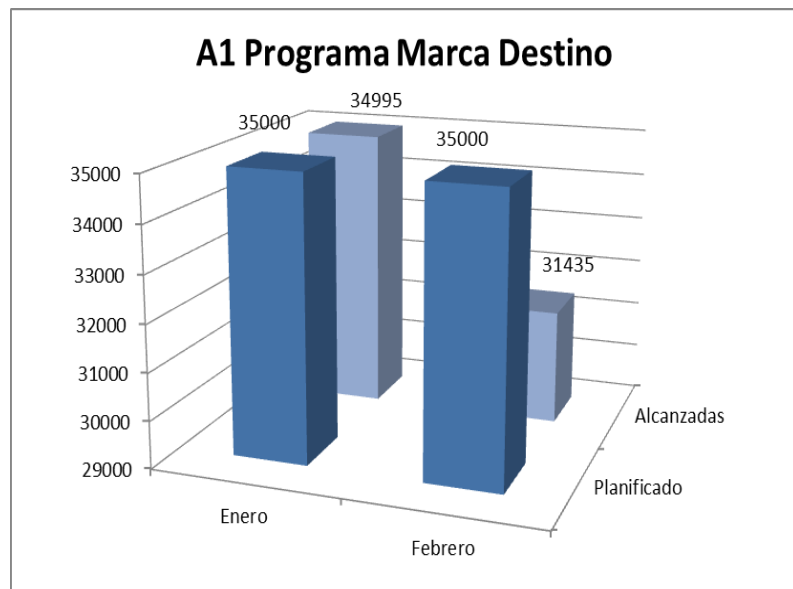


Tabla de Datos	2015	
	Enero	Febrero
No. de Reproducciones en YouTube		
Planificados	35000	35000
Alcanzadas	34995	31435
Porcentaje de cumplimiento	99.99%	89.81%

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No. de reproducciones en YouTube	Enero	Febrero	Bimensual
Planificadas	35000	35000	70000
Alcanzadas	34995	31435	66430

Al cierre del bimestre se tienen contabilizados (acumulados) 66,430 reproducciones, logrando un porcentaje del cumplimiento del 94.9%.

Indicador:

(No. de visitas mensuales reales en página web / No. De visitas mensuales planificadas en página web) x 100

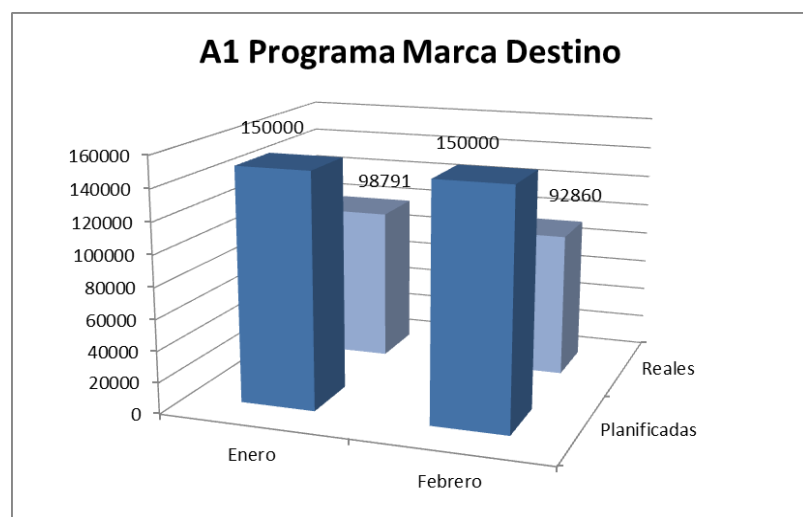


Tabla de Datos	2015	
	Enero	Febrero
No. de Visitas en página Web		
Planificadas	150000	150000
Reales	98791	92860
Porcentaje de cumplimiento	65.86%	61.91%

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No. de visitas en página WEB	Enero	Febrero	Bimensual
Planificadas	150000	150000	300000
Reales	98791	92860	191651

Al cierre del bimestre se tienen contabilizados (acumulados) 191,651 visitas en página Web, logrando un porcentaje del cumplimiento del 63.88 %.

Indicador:

(No. de kits marca destino entregados / No. De kits marca destino planificados) x 100

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se ha programado la entrega de la información a agencia el en el mes de julio para empezar la pre producción.

➤ A2 - Pueblos Vivos

El análisis de resultados de la meta: **“Desarrollar y ejecutar un evento de lanzamiento, una feria y un evento de Premiación del Programa Pueblos Vivos al año y promocionar los destinos y festividades de los diferentes municipios del país anualmente”** se presentan a continuación:

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En el bimestre en análisis no se tiene planificada la realización de ningún evento definido en la meta de la macroactividad, a continuación se detalla la programación de los eventos contemplados en esta macroactividad:

- El lanzamiento se tiene programado para el mes de marzo 2015.
- La Feria se tiene programada para el mes de septiembre 2015.
- La premiación se tiene programada para el mes de octubre 2015.

➤ A3 – Pueblos Encantadores

Los resultados de la meta: **“Promover el Programa de Pueblos Encantadores a través de la entrega de al menos 1000 kits informativo al año”** se presentan a continuación:

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No se ha realizado la gestión

➤ A4 – Fortalecimiento de imagen Nacional e Internacional

Los resultados de la meta: **“Posicionar y promocionar a El Salvador como un destino turístico atractivo, a través de diferentes actividades y eventos que proyecten nuestra marca a nivel nacional e internacional realizando y / o participando en al menos 7 eventos en el año y participando en al menos 3 ferias Nacionales en el año.”** se presentan a continuación:

Los resultados del indicador: **(No. de eventos realizados y o No de participaciones realizadas / No. de eventos planificados) x 100** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presenta el respectivo análisis de resultados.

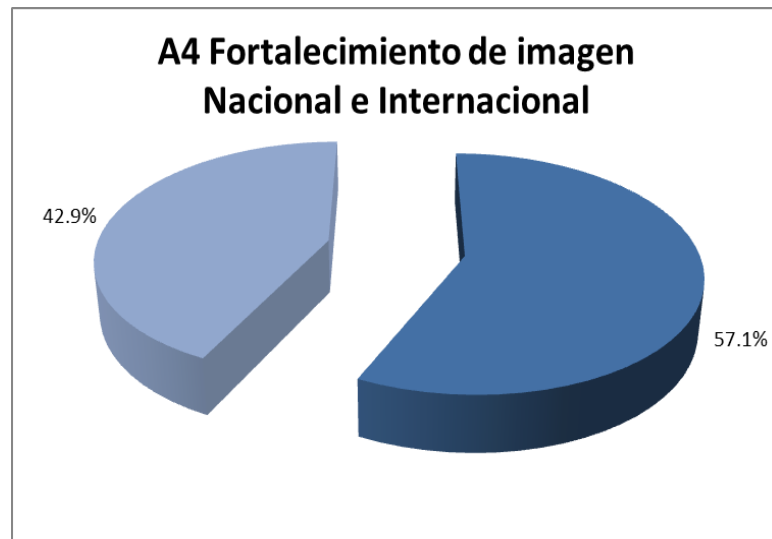


Tabla de Datos	2015	
No. de eventos	Porcentual	Número
Planificados por participar al finalizar el presente año	57.1%	4
Participación al Primer Bimestre	42.9%	3
Total	100.00%	7

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No. de eventos	Enero	Febrero	Bimensual
Planificadas	3	0	3
Reales	3	0	3

- ✓ La planificación durante el mes de enero, se desarrolló de acuerdo a lo programado, motivo por el cual el resultado real se cumplió en su totalidad.
- ✓ Durante el mes de febrero no se tenía programado ningún evento.
- ✓ Eventos desarrollados en el bimestre en análisis:
 - ✚ Day One 2015
 - ✚ Sorteo del Pre mundial de Futbol Playa 2015.
 - ✚ Air Show Ilopango 2015
- ✓ El objetivo de la participación es
 - ✚ Incrementar el volumen de la actividad turística en las temporadas altas en nuestro país.
 - ✚ Reforzar el posicionamiento de nuestras marcas
 - ✚ Incrementar el gasto turístico

Los resultados del indicador: “**(No. de Participaciones en Ferias Nacionales Reales / No. De Participaciones en ferias Nacionales Planificadas) x 100**” son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No. de eventos	Enero	Febrero	Bimensual
Planificadas	0	0	0
Reales	0	0	0

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En relación a la participación en ferias nacionales, no se tenía planificación para los meses de enero y febrero de 2015.

➤ A5 – Vive tu País

Los resultados de la meta: “**Sensibilizar a los Salvadoreños en el exterior para promover a El Salvador en forma positiva, a través del desarrollo de al menos tres ruedas de negocios y dos caravanas internacionales al año, elaboración de al menos 130,000 mapas en el año, entregar al menos 1000 kits promocionales de Vive Tu País. Adicionalmente proporcionar información turística y exponiendo los diferentes productos y acciones de promoción que posicionen al país en extranjero y a nivel nacional con el desarrollo de al menos dos productos turísticos en el año.**” se presentan a continuación:

Indicador:

Los resultados del indicador: “**(No. De ruedas de negocio internacionales realizadas / No de ruedas de negocios internacionales planificadas) x 100**” son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presenta un gráfico de seguimiento y el respectivo análisis de resultados.

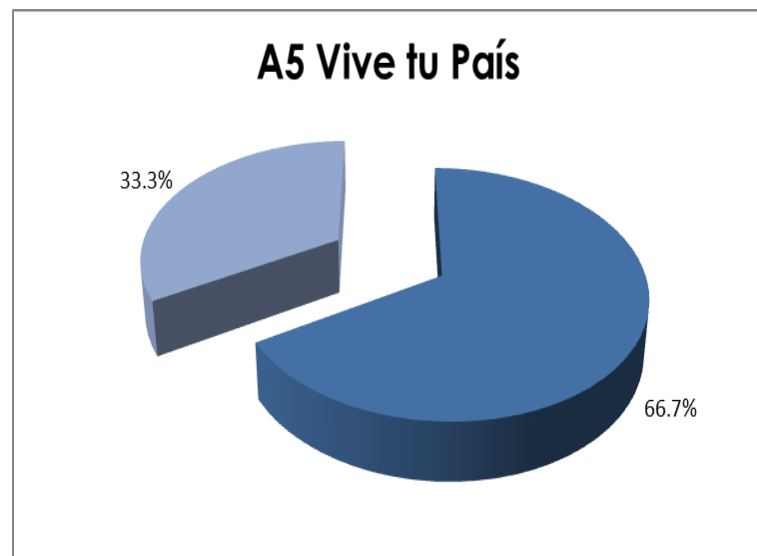


Tabla de Datos	2015	
	Porcentual	Númérico
No. de Ruedas de Negocios		
Planificados por participar al finalizar el presente año	66.7%	2
Participación al Primer Bimestre	33.3%	1
Total	100.00%	3

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No. de Ruedas de Negocios Internacionales	Enero	Febrero	Bimensual
Planificadas	0	2	2
Reales	0	1	1

De acuerdo al Plan de Ferias y Eventos Internacionales para el año 2015, en el mes de Febrero se realizó la Rueda de Negocios en España posterior a la Feria FITUR y la Rueda de Negocios en Estados Unidos no se pudo llevar a cabo debido a que no se cuenta aún con la agencia de Relaciones Publicas en Norteamérica la cual es el canal indicado para poder realizar este tipo de eventos, logrando un porcentaje de cumplimiento del 50% en el bimestre en análisis.

Indicador:

Los resultados del indicador: **“(No de caravanas turísticas internacionales realizadas / No. De caravanas turísticas internacionales planificadas) x 100”** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presenta un gráfico de seguimiento y el respectivo análisis de resultados.

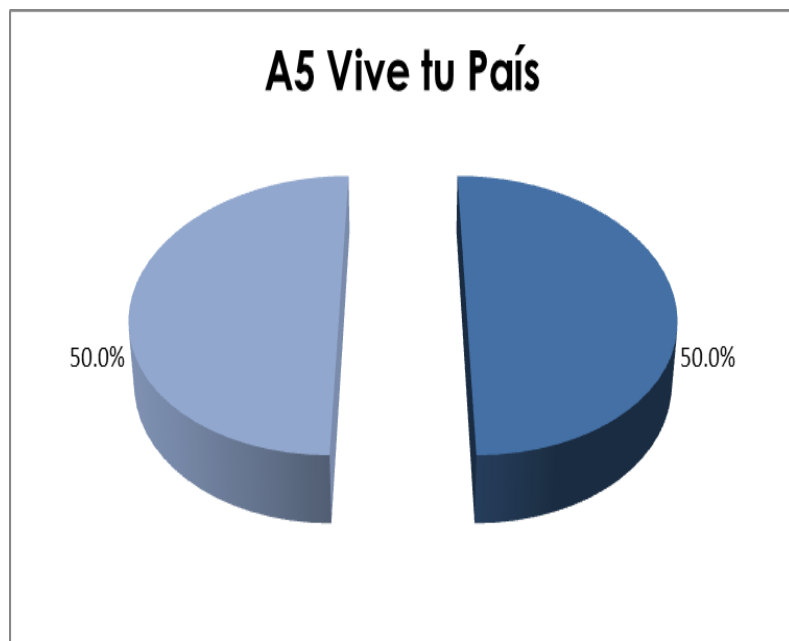


Tabla de Datos	2015	
No. de Caravanas Turísticas Internacionales	Porcentual	Numérico
Planificados por realizar al finalizar el presente año	50.0%	1
Realización al Primer Bimestre	50.0%	1
Total	100.00%	2

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No. de Caravanas Internacionales	Enero	Febrero	Bimensual
Planificadas	0	1	1
Reales	0	1	1

De acuerdo al Plan de Ferias y Eventos Internacionales para el año 2015, en el mes de Febrero se realizó la Caravana Turística Colombia programada para dicho mes, cumpliendo con el 100 % de la programación para el bimestre en cuestión.



Indicador:

Los resultados del indicador: “**(No. de productos realizados / No. De productos planificados) x100**” son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se están realizando acciones previas para tener listo el producto de Tour de Pesca Artesanal para los meses de Mayo-Junio. Se está trabajando en el desarrollo de otros productos.

Indicador:

Los resultados del indicador: “**(No. de mapas elaborados / No. De mapas planificados) x 100**” son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Por ser una medición que se ejecuta a través de un convenio, las gestiones se iniciaran en el mes de Julio para ejecutar en agosto, según lo planificado.

Indicador:

Los resultados del indicador: “**(No. de Kit entregados / No. de Kit elaborados) x 100**” son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se iniciaran las gestiones de la elaboración en abril, según lo planificado.

➤ A6 – Cielos Abiertos

Los resultados de la meta: “**Promoción de El Salvador y el proyecto Stop Over como beneficio a los turistas que van en tránsito a El Salvador a través de la realización de al menos dos acciones de promoción del proyecto Stop Over al año.**” se presentan a continuación:

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se han realizado dos acciones en lo que va del año:

- ✓ Publicidad en el Aeropuerto Internacional de El Salvador en los Gates 11, 13, 15 y 18
- ✓ Producción de los Brochure tipo acordeón de los paquetes turísticos

Con la realización de estas dos acciones logramos un porcentaje de cumplimiento del 100%

➤ A7 – PROASISTUR

Los resultados de la meta: “**Promover a través de la entrega de 1000 kits informativos del programa de asistencia al turista anuales**” se presentan a continuación:

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No se ha realizado la gestión.



➤ A8 – INVERTURES

Los resultados de la meta: **“Promover los proyectos y destinos de inversión través de la entrega de 1000 kits informativos anuales”** se presentan a continuación:

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No se ha realizado la gestión

➤ A9 – Fortalecimiento de la operatividad de la Gerencia de Mercadeo

Los resultados de la meta: **“Fortalecer la Gerencia de Mercadeo con las herramientas necesarias para el desarrollo efectivo de las diversas actividades a través de la adquisición de al menos tres equipos de cómputo para el personal de la Gerencia de Mercadeo al año y la entrega de al menos 1000 kits institucionales anuales para difundir el quehacer de la Corporación”** se presentan a continuación:

Indicador:

Los resultados del indicador: **“(No. de equipos de cómputo adquiridos / No. de equipos de cómputo planificados) x 100”** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No se ha realizado la gestión de compra, hasta el mes de Marzo se llevara la autorización a Junta Directiva.

Indicador:

Los resultados del indicador: **“(No. de Kits institucionales entregados / No. de Kits institucionales planificados) x 100”** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No se ha realizado la gestión.

GERENCIA DE PLANIFICACIÓN

Asociada al objetivo: Generar las condiciones en los territorios, a través del Programa Pueblos Vivos, que incluye la asistencia al turista, la capacitación y el desarrollo territorial y responsable del seguimiento de los Planes Estratégicos y Operativos de la Corporación, así como de asesorar, diseñar e implementar mecanismos que potencien la calidad institucional y la competitividad empresarial del sector. La Gerencia de Planificación, ejecuta actividades que promueven el desarrollo organizacional, planeación estratégica y la gestión de la calidad, así como el desarrollo de una estructura orgánica que permita un mejor aprovechamiento de los recursos de la Corporación, a través de la evaluación y mejora de los sistemas y métodos de trabajo.

Asistencia Técnica

Fomentar las capacidades competitivas en el sector turístico, a través de la implementación de programas de capacitación y asistencia técnica para las Micro, Pequeñas y Medianas empresas turísticas, involucrando en estas acciones a profesionales independientes y prestadores de los diferentes servicios turísticos, desarrollando programas de formación, así como actualización de conocimientos para ser aplicados en sus empresas, con los que se desarrollaron acciones importantes.

Desarrollo Institucional y Sistema de Gestión de Calidad

Promover el desarrollo de una estructura orgánica que permita elevar la calidad de los servicios ofrecidos por CORSATUR, mediante la mejora de la gestión de calidad al interior de la Corporación, por medio del sistema de gestión de calidad, con un enfoque basado en procesos para lograr una cultura de calidad en la estructura orgánica, desde una motivación para la realización, disciplina para el desarrollo con una conducta proactiva, hasta el cambio positivo en la mentalidad de las personas.

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

➤ A1- Desarrollo del Programa de Formación Turística de El Salvador (FORMATURES)

Los resultados de la meta **“Beneficiar a 20 Municipios claves para el desarrollo turístico al año, con un mínimo de 150 actores capacitados”** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable de forma mensual, no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales programados a ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos, por lo que se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

A la fecha se han adjudicado 3 procesos:

- Ingles San Salvador
- Ingles Occidente
- Guías Paracentral.



➤ **A2 – Programa de Capacitación para la Policía de Turismo (POLITUR) y elementos Policiales en zonas Turísticas en el marco de FORMATURES**

Los resultados de la meta: **“Beneficiar anualmente a 75 elementos policiales que brinden asistencia al turista en al menos 5 municipios claves”** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable de forma mensual, no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales, programados a ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos, por lo que se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

La acción está programada para el segundo semestre 2015.

Se han realizado reuniones de coordinación con la Sub Comisionada Margarita Rivas para evaluar necesidades y temario a impartir en capacitaciones.

➤ **A3 – Programa de Certificación en Calidad Turística para Empresas del Sector en el marco de FORMATURES**

Los resultados de la meta: **“Certificar a al menos 10 Empresas Turísticas en el Programa de Calidad Turística al año”** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable de forma mensual, no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales, programados a ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos, por lo que se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se tiene programado para el 5 de marzo la firma de convenio entre CORSATUR y OSN para fortalecer el tema de calidad en el sector.

➤ **A4 - Edición, Impresión y Reimpresión de documentos de apoyo y consulta al sector turístico**

Los resultados de la meta: **“Brindar a los 500 usuarios de las capacitaciones el material de apoyo necesario para las jornadas a desarrollar en el año”** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable de forma mensual, no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales, programados a ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos, por lo que se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se incluirá en el proceso de compras institucional, a la fecha se están elaborando especificaciones de impresiones

➤ **A5 - Sensibilizar a actores Claves del Sector en temas de Cultura Turística y Atención al Turista dentro del marco de FORMATURES**

Los resultados de la meta: **“Beneficiar a 12 Municipios claves para el desarrollo turístico al año, con un estimado de 260 actores capacitados.”** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable de forma mensual, no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales, programados a ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos, por lo que se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

La acción se ejecutará en mayo y se encuentra en la fase de la elaboración de TDR

➤ **A6 - Gestionar alianzas estratégica con actores empresariales claves en marco del Programa Conoce Tú País**

Los resultados de la meta: **“Beneficiar a 12 Municipios claves para el desarrollo turístico al año, con un estimado de 260 actores capacitados”** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable de forma mensual, el seguimiento no se presenta en forma gráfica debido a que son eventos puntuales, programados a ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos, por lo que se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

La acción se realizará durante todo 2015, a la fecha no se ha realizado ninguna reunión.

➤ **A7 - Mantenimiento de Equipo (Cañón, impresora, laptop) de la Gerencia de Planificación**

Los resultados de la meta: “Los resultados de la meta: **“Mantener en buen estado los recursos de la Gerencia de Planificación”** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable de forma mensual, no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales, programados a ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos, por lo que se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se tiene en aprobación las especificaciones técnicas

➤ **A8 – Apoyo al desarrollo de Encuentros de Comités de Desarrollo Turísticos (CDT), en el marco del Programa FORMATURES.**

Los resultados de la meta: “Los resultados de la meta: **“Contratación de consultores para el desarrollo de al menos 6 charlas en los Encuentros de CDT en 2015”** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable de forma mensual, no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales, programados a ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos, por lo que se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Los encuentros se realizarán en Mayo 2015. Se tienen especificaciones técnicas en aprobación de Turismo Interno.

➤ **A9 – Capacitar a los representantes de Medios de Comunicación, en el marco del Programa Pueblos Vivos, para impulsar posicionamiento por medio de un manual para el desarrollo de piezas comunicacionales**

Los resultados de la meta: “Los resultados de la meta: **“Capacitar al menos 20 medios de comunicación, con Manual de piezas comunicacionales en el marco de Pueblos Vivos”** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable de forma mensual, no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales, programados a ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos, por lo que se presenta el respectivo análisis de resultados.



Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Acción programada para mayo/2015, se ha solicitado a Comunicaciones reunión para elaboración de TDR

➤ A10 – Capacitación a actores del sector turístico en apoyo al desarrollo del Turismo Médico, en el marco de FORMATURES

Los resultados de la meta: **“Capacitar a 20 empresas de turismo medico al año”** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable de forma mensual, no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales, programados a ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos, por lo que se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Acción programada para Julio 2015. Pendiente punto de junta directiva para contratación directa por parte de Mercadeo

➤ A11 – Gestionar estrategias de fortalecimiento organizacional, orientada a la calidad y a la mejora continua, dentro del Sistema de Gestión de Calidad

Los resultados de la meta: **“Superar el 100% las No Conformidades encontradas durante la última auditoria externa de calidad realizada”** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable de forma mensual, no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales, programados a ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos, por lo que se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

La auditoría externa está programada para el mes de Octubre del año en curso, sin embargo actualmente se tendrá durante el período de Marzo a Agosto una consultoría para el seguimiento y mejora del Sistema de Gestión de Calidad.

➤ A12 – Plan Estratégico Institucional de CORSATUR 2015 - 2019

Los resultados de la meta: **“Elaborar el documento en base a los lineamientos estratégicos institucionales”** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable de forma mensual, no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales, programados a ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos, por lo que se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Los tdr del Plan Estratégico están ya elaborados y en proceso de aprobación de la Gerencia General

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

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

➤ **A1 – Programa Pueblos Vivos**

Los resultados de la meta: **“Dinamizar el Turismo Interno mediante el apoyo de al menos 50 municipios en acciones de fortalecimiento turístico durante el año”** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable de forma mensual, no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales, programados a ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos, por lo que se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Ya se realizó evaluación de ofertas, para la realización de City Toures en los municipios Pueblos Vivos.

A2 – Apoyo a los Territorios en el Desarrollo Turístico

Los resultados de la meta: **“Divulgación trimestral de la oferta turística de los municipios a través de la Distribución de material impreso a por lo menos 20 puntos estratégicos de información turística.”** son medidos de manera trimestral, por lo que su rendimiento no es comparable de forma mensual, no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos programados a ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos, por lo que se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En el mes de enero se apoyó a 16 puntos de interés y en febrero 22, totalizando 38 apoyos para el primer bimestre.

➤ **A3 – Desarrollo de Tecnologías**

Los resultados de la meta: **“Realización de al menos dos aplicaciones de promoción en el sitio Web en el año”** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable de forma mensual, no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales, programados a ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos, por lo que se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se está trabajando en nuevas aplicaciones en la página web de la institución en coordinación con la Gerencia de Mercadeo.

➤ A4 – Programa Pueblos Encantadores.

Los resultados de la meta: **“Identificar el potencial turístico y la singularidad de al menos un municipio, a través de la elaboración de un informe del mismo, durante el primer semestre del año.”** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable de forma mensual, no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales, programados a ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos, por lo que se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

El informe se obtendrá de las acciones y preparación que realicen los municipios en el programa Pueblos Vivos el cual inicia con su lanzamiento en el mes de marzo.

➤ A5 – Divulgación y Fortalecimiento del RNT y empresas inscritas

Los resultados de la meta: **“Fortalecer la inscripción de la oferta turística en el país a través del registro de 40 empresas nuevas anualmente”** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presenta un gráfico de seguimiento y el respectivo análisis de resultados.

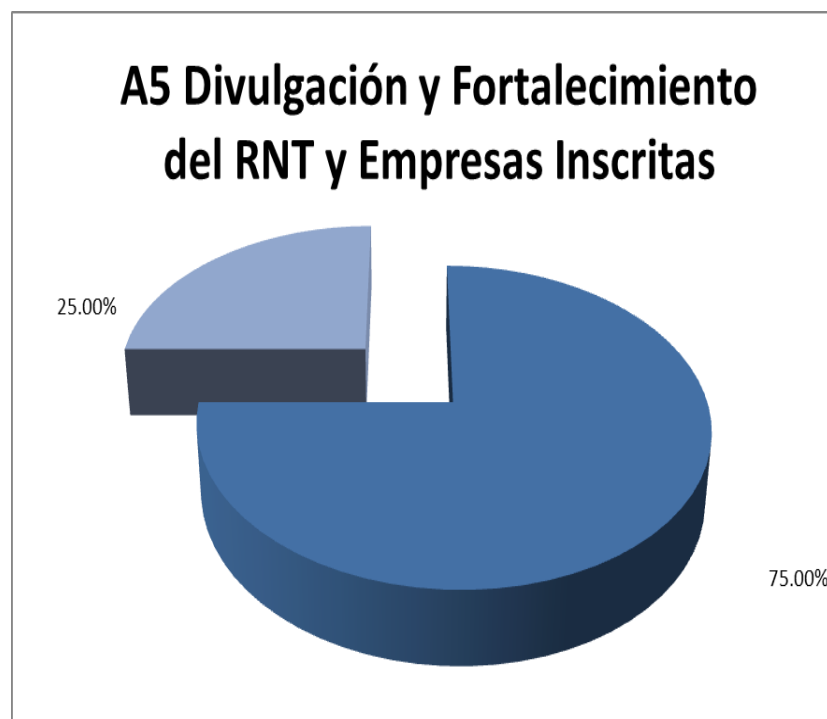


Tabla de Datos	2015	
No. de Empresas Nuevas Inscritas	Porcentual	Numérico
Planificadas anuales por inscribir al finalizar el año	75%	30
Inscritas al primer bimestre	25%	10
Total	100%	40

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En el caso del RNT, la meta se mide anualmente. Para los dos meses (enero y febrero) se cuenta con 7 y 3 empresas nuevas inscritas respectivamente.



➤ A6 – Fortalecimiento a los Comités de Desarrollo Turístico

Los resultados de la meta: **“Alcanzar al menos un promedio del 88% de satisfacción al cliente en los encuentros de CDT realizados en el año”** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Los encuentros de CDT están planificados realizarse hasta mayo.

➤ A7 – Programa de Asistencia al Turista (Proasistur)

Los resultados de la meta: **“Incremento de al menos el 3% de la afluencia turística con relación al año anterior en las tres temporadas vacacionales”** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable gráficamente de forma mensual, a continuación se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Las mediciones están planificadas a realizarse en las tres temporadas vacacionales siguientes:

- Semana Santa (Marzo-abril)
- Fiestas Agostinas (Agosto) y
- Fin de Año (Diciembre)

Asociada a los objetivos: Facilitar y promover las condiciones de inversión en el sector turístico, fortaleciendo la oferta turística nacional y Responsable de desarrollar el proceso de potenciar el turismo nacional, orientando al sector público, privado y cooperación internacional en la implementación de proyectos e infraestructura turística sostenibles, fomentar las inversiones nacionales e internacionales. Formular perfiles, alcances, metas y fases o etapas entregables de los proyectos, así como gestionar el seguimiento y monitoreo con supervisiones de campo y evaluar los diferentes proyectos de infraestructura y desarrollo turístico.

A continuación se presenta el resumen del seguimiento y medición de las metas (Planificado vs. Ejecutado) de las macroactividades de la Gerencia de Proyectos e Inversión:

A1 Programa de Inversión turística – INVERTURES

Los resultados de la meta **“Facilitar, vincular y promover las condiciones de inversión en el sector turístico, fortaleciendo la oferta turística nacional a través del involucramiento de al menos el 5% de las personas atendidas anualmente en cualquier acción de impulso a la inversión.”** no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos, se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No hay acciones programadas.

A2 Programa Pueblos Encantadores

Los resultados de la meta **“Transformar un Pueblo Vivo, en un destino Turístico reconocido internacionalmente a través de la inversión en infraestructura turística anualmente”** no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos, pero se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Nos encontramos en procesos administrativos y de autorización de transferencia de fondos por parte del Ministerio de Hacienda, a través de la Dirección General de Inversión y Crédito Público (DGICP) y la Dirección General de Presupuesto (DGP) para el desarrollo de obras de mejoramiento en La Palma.

A3 Programa Pueblos Vivos

Los resultados de la meta **“Dinamizar el Turismo Interno con la intervención de al menos 20 % del No. de municipios inscritos en el Programa Pueblos Vivos 2015 al año”** no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos, pero se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Nos encontramos en procesos administrativos y de autorización de transferencia de fondos por parte del Ministerio de Hacienda, a través de la DGICP y la DGP para el desarrollo de obras de mejoramiento en Isla Conchaguita, Meanguera del Golfo.

A4 Fortalecimiento al funcionamiento de Anclas Turísticas (CTPLL, Parque Nacional El Boquerón, Hotel de Montaña Cerro Verde, El Icacal, Bola de Monte, Mirador Planes de Renderos)

Los resultados de la meta **“Mantener en funcionamiento los inmuebles de CORSATUR a través de la contratación de servicios de mantenimiento, administración y seguridad mensualmente”** no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos para la consecución de objetivos definidos, pero se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se cuentan con 6 prorrogas de contrato para proyectos de servicios de mantenimientos generales, seguridad privada y administración de los inmuebles propiedad de CORSATUR, incluyendo los observatorios turísticos. Dichas prórrogas tienen vigencia de Enero a Febrero de 2015.

No. de Actas de Satisfacción de Servicios	Enero	Febrero	Bimensual
Planificadas	6	6	12
Reales	4	0	4

Para el mes de Enero:

Se tienen pendientes 2 actas de satisfacción de servicios debido a observaciones realizadas a los informes presentado por el contratista.

Para el mes de Febrero:

Nos encontramos en la revisión de los informes recibidos el 6 de marzo de 2015, fecha límite de entrega de informes según documentos contractuales.

A la fecha se cuenta con la firma de contratos para los servicios de Mantenimiento, Administración y Seguridad Privada del Complejo Turístico del Puerto de La Libertad (CTPLL), Mantenimiento y Seguridad del Parque Nacional El Boquerón, lo anterior con fechas de marzo a diciembre 2015.

A5 Apoyo a la oficina técnica de proyecto Banco Interamericano de Desarrollo (BID)

Los resultados de la meta **“Gestionar la compra de equipo y mobiliario para la oficina técnica del Proyecto BID”** no se presentan en forma gráfica debido a que son eventos puntuales programados ejecutar en período específicos para la consecución de objetivos definidos, pero se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

A la fecha no se ha realizado ninguna gestión debido a que el préstamo para este proyecto no ha sido aprobado.