



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

Mayo y Junio
2015

CONTENIDO

1. Objetivo
2. Alcance
3. Documentos Relacionados
4. Responsabilidades
5. Acciones desarrolladas durante Bimestre Mayo y Junio 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 Mayo - Junio 2015.

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 y 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 Mayo 2015



MITUR evaluó daños en Complejo Turístico del Puerto de La Libertad

El pasado lunes 4 de mayo, autoridades del Ministerio de Turismo y de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) realizaron una inspección de los daños en el Complejo Turístico del Puerto de la Libertad, ocasionados por el fuerte oleaje que se registró durante ese fin de semana.

Los daños reportados, ocasionados por el fenómeno natural, se evidenció en luminarias, tendido eléctrico, banquetas, así como la destrucción en la fachada de los restaurantes del costado derecho del muelle, y daños mayores en el área de comercio de cócteles. También se registraron daños severos en el Muelle de 210 metros de largo.

Los daños reportados, ocasionados por el fenómeno natural, se evidenció en luminarias, sistema eléctrico, mobiliario urbano (depósitos de basura, bancas, pasamanos), así como la destrucción en las fachadas de los restaurantes de la Plaza del Muelle al costado oriente del Complejo Turístico; de igual forma se registraron daños severos en el Muelle Artesanal de 217 metros de longitud.

El Ministro de Turismo Lic. José Napoleón Duarte Durán destacó daños parciales en los 380 metros de frente playa, que comprende el Complejo Turístico del Puerto de La Libertad.

Después del recorrido, el ministro y su equipo técnico de trabajo sostuvo una reunión urgente con actores claves (empresarios, arrendatarios, administrador del Complejo, personal de CENDEPESCA, jefe de seguridad, jefe de mantenimiento general y de plantas de tratamiento, Autoridad Marítima Portuaria), para evaluar daños y tomar medidas de acción.

MITUR graduó a siete nuevos guías turísticos nacionales

Un total de siete guías turísticos recibieron, el pasado 6 de mayo, de manos del Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán diplomas y carnets que los acredita como guías turísticos nacionales, que les permite ofrecer de forma profesional sus servicios.

Se trata de guías turísticos nacionales que hablan idioma italiano, es decir que se especializan en atender a turistas procedentes de dicho país europeo.

La iniciativa de mejorar la atención hacia ese mercado específico nació a petición de touroperadores hacia el Ministro de Turismo, tras la solicitud se iniciaron las gestiones correspondientes para poder capacitarlos.

“Para el Ministerio de Turismo es gratificante sumar cada vez más guías turísticos acreditados, eso le da un valor agregado al destino porque tenemos personal capacitado para prestar estos servicios a los turistas internacionales”, expresó el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, durante la entrega de diplomas.

Las capacitaciones se impartieron a través de la Gerencia de Planificación de la Corporación Salvadoreña de Turismo, bajo la currícula de Guías Nacionales que contempló Historia de El Salvador, Arqueología de El Salvador; Patrimonio cultural, etnografía y arte popular salvadoreño; Patrimonio natural de El Salvador; Gastronomía de El Salvador; conducción de grupos y animación turística; seguridad y prevención de accidentes; calidad y competitividad turística, entre otros temas.

El curso tuvo una duración de 144 horas, 43 de éstas fueron prácticas lo que abonó para un mejor aprendizaje para posteriormente ponerlo en práctica. En total son 162 guías turísticos acreditados entre 2014 y lo que va del 2015.

El Salvador participó en Expo Tour 2015

Durante dos días un grupo de ocho empresarios salvadoreños junto a una comitiva del Ministerio de Turismo promocionaron los atractivos turísticos que El Salvador posee, en la feria Expotour 2015, que se desarrolló en San José, Costa Rica el 7 y 8 de mayo.

Esta es la novena ocasión que El Salvador participó en la Feria Expotour, esta vez mostró un potencial diferente a través de nuevos productos turísticos, tales como: Sol y Playa, Ruta Azul y Aventura Sin Límites. De esa forma MITUR buscó posicionar al país entre los mayoristas asistentes a la feria como un destino de calidad, ya que cuenta con oferta para diferentes tipos de mercado y dar a conocer los productos con los que el destino cuenta.

Son ocho empresas salvadoreñas que ofrecieron sus productos y servicios apostándole a concretar el cierre de negocios con la atracción de costarricenses a nuestro país durante la feria, entre estas compañías destacan: Tropiclub, Avitours, Hotel Decameron, Salvadorean Tours, El Salvador Bike Tours, Green Blue Red, Roca Sunzal y Akwaterra.

Expotur es la feria de turismo de Costa Rica en la que participan expositores de países del continente y compradores principalmente de Estados Unidos, Canadá y Europa. El evento además funciona como una Bolsa de Comercialización Turística, y ofrece a los participantes una excelente plataforma de negociación. Es organizada por la Asociación Costarricense de Profesionales en Turismo (ACOPROT) y reúne a más de 300 representantes de empresas turísticas de Costa Rica y la región.

La atracción de turistas costarricenses es importante para El Salvador, ya que durante el año 2014 un total de 27, 981 visitantes provenientes de ese país llegaron a hacer turismo en nuestro país, cifra que ha tenido un aumento significativo año con año; en 2013 la cifra fue de 25,150.

El Salvador listo para la III Cumbre Centroamericana de Cruceros

El pasado 12 de mayo altos ejecutivos de líneas navieras y participantes del sector de la región, se hicieron presentes en el país en el marco de la III Cumbre Centroamericana de Cruceros que dio inicio del 13 al 15 de mayo en San Salvador.

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, explicó que esta sería una oportunidad para que El Salvador muestre a la industria de cruceros internacional su potencial en infraestructura portuaria, así como la calidad de sus destinos turísticos.

“El Salvador tiene una infraestructura portuaria de primer nivel, con áreas especiales para cruceristas y destinos turísticos muy cercanos, características que no tienen algunos países y que resulta un potencial para el país”, señaló.

La III Cumbre Centroamericana de Cruceros reuniría a los 7 representantes de la región, quienes se reunirían con los ejecutivos de cruceros y con las 11 líneas de miembros de la Florida Caribbean Association (FCCA), con el propósito de hacer negocios y concretar nuevos destinos.

Durante dos días El Salvador recibiría a más de 200 representantes de la industria de cruceros de Centroamérica, Ministros de Turismo, autoridades de puertos y representantes del sector privado.

Entre los ejecutivos que participarían en la actividad: Michelle Paige y Adam Ceserano, Presidenta y Vicepresidente, respectivamente de la FCCA; así mismo se esperó la llegada de representantes de Royal Caribbean Cruises, Holland America Goup, Disney Cruise Line, Carnival Cruise Lines, Carnival Corporation, entre otros.

El Salvador inauguró III Cumbre Centroamericana de Cruceros – FCCA 2015

El Vicepresidente de la República Lic. Óscar Ortiz, junto al Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán inauguraron el pasado 13 de mayo, la III Cumbre Centroamericana de Cruceros, destacando el avance que ha tenido El Salvador en competitividad turística de acuerdo al informe "The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015", presentado en el marco X Foro Económico Mundial para Latinoamérica.

El informe, que publica cada dos años, muestra que El Salvador ha escalado del puesto 104 (2013) al 91 (2015), avanzando 13 casillas. El documento aborda en su medición cuatro ejes fundamentales tales como Negocios, Viajes y Turismo, Infraestructura y Recursos Naturales.

"El panorama turístico en El Salvador es favorable. Con este Congreso se abre una nueva oportunidad para el país de mostrar a nivel internacional su potencial turístico y su capacidad portuaria", aseguró el Ministro de Turismo Lic. José Napoleón Duarte Durán durante su discurso.

La Cumbre Centroamericana de Cruceros es un evento que se desarrolla cada dos años, reuniendo a prestadores de servicios que laboran en puertos y destinos de cruceros, Tour Operadores, destinos turísticos, proveedores y navieros quienes intercambian experiencias, talleres, conversatorios, reuniones uno a uno, encuentros de países y charlas especializadas.

En la III Cumbre Centroamericana de Cruceros participaron 200 representantes de la industria a nivel regional, autoridades de turismo, autoridades de los puertos y representantes de sector privado.

Países como Honduras y Guatemala han sido anfitriones anteriores de la Cumbre Centroamericana de Cruceros.

El Salvador recibirá crucero Princess en 2017

El pasado jueves 14 de mayo, el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán dio a conocer importantes logros, producto de las negociaciones que se sostuvieron con ejecutivos de líneas navieras en el marco de la III Cumbre Centroamericana de Cruceros que culminó el viernes 15 del mismo mes.

En conferencia de prensa el Titular de Turismo anunció que para el año 2017, "Princess Cruise" llegará a nuestro país en dos ocasiones; el primer atraque está programado para enero y el segundo en mayo del mismo año.

Princess Cruise es la tercera línea de crucero más grande del mundo, cada año le ofrece a 1.3 millones de pasajeros la oportunidad de escapar hacia destino top y embarcaciones modernas. Ofrecen 100 diferentes itinerarios en 7 continentes, atracando en 350 puertos y destinos del mundo, entre ellos El Salvador para la temporada 2016-2017.

"Ha sido una jornada extraordinaria, le hemos cambiado la mentalidad a estos hombres y mujeres en las últimas horas 24 horas, ellos están pensando diferente de El Salvador; están pensando que tenemos posibilidades concretas, de organizar eventos como estos y de traer y recibir a los cruceros (...) están viendo las capacidades que tienen nuestros empresarios y nuestro gobierno", dijo el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, en conferencia de prensa.

Detalló que solo en 2015, El Salvador ya recibió tres cruceros, entre ellos el barco Serenissima, los cuales han traído 1,115 cruceristas dejando una derrama económica de \$117,250. En 2014, atracaron cuatro cruceros con 2,226 pasajeros y en 2013 fueron dos embarcaciones con 2,006 pasajeros.

El evento marcó un antes y un después en lo que respecta al impulso y la promoción de uno de los nichos de mercado (cruceiros) que tiene alta relevancia a nivel nacional, y para toda la región centroamericana.

Ejecutivos de la FCCA conocieron infraestructura portuaria

Tras confirmar la llegada de Princess Cruise a El Salvador para el 2017, ejecutivos de la Florida Caribbean Cruise Association (FCCA), realizaron el viernes 15 de mayo una gira para conocer la infraestructura portuaria con la que cuenta El Salvador, así como la oferta turística a ofrecer.

Específicamente visitaron el departamento de Sonsonate, constatando las instalaciones del Puerto de Acajutla, infraestructura que destaca por contar con óptimas condiciones para recibir cruceros. Algunos puertos de la región no permiten que los barcos lleguen hasta el ancladero, trasladando a los cruceristas en lanchas o balsas a tierra firme.

Los ejecutivos destacaron la competitividad del país en infraestructura, logística y cercanía de la oferta turística.

“Que los ejecutivos hayan accedido a conocer la oferta portuaria y turística, demuestra el interés de traer cruceros en el país. Nos han expresado que El Salvador es un destino atractivo por la riqueza natural y cultural”, dijo el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, durante el recorrido.

Los ejecutivos pertenecen a líneas como Royal Caribbean Cruises, Holland America Group, Disney Cruise Line, Carnival Cruise Lines, Carnival Corporation, entre otros.

Actualmente El Salvador cuenta con un control de taxis dedicados a trasladar cruceristas desde el Puerto de Acajutla, hacia cualquier destino turístico que el visitante estime conveniente (en el caso de no contratar un tour guiado) así como un área especial de descanso en el Puerto.

El presidente de CEPA, ingeniero Nelson Vanegas, expuso a los ejecutivos los futuros proyectos para re adecuar el Puerto de Acajutla en un puerto de cruceros.

Entre ellos la transformación de la plaza de descanso, mejoras en los accesos de playa y la construcción de un malecón que incluya oferta gastronómica, artesanal y áreas especiales de descanso, esto responde a un proyecto denominado “Acajutla, un puerto versátil”.

Municipios se preparan para crear circuitos turísticos en el marco de Pueblos Vivos 2015

El pasado 20 de mayo el Ministerio de Turismo (MITUR) a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) desarrolló el segundo encuentro del año con los 63 Comités de Desarrollo Turístico (CDT) de la zona occidental, con el objetivo de contribuir a la especialización de los principales actores locales y referentes de turismo, en temas relacionados con la integración y promoción de circuitos turísticos.

“El nuevo enfoque de Pueblos Vivos permitirá mostrar a los turistas los municipios organizados por circuitos, a fin de organizar las regiones como producto multidesestino, obteniendo un producto por zona: occidente, central y oriente”, expresó el Ministro de Turismo.

Este es el segundo de tres encuentros que se desarrollarían en las tres zonas del país con los que se busca proporcionar técnicas que ayuden a la formulación de estrategias creativas e innovadoras orientadas al desarrollo de ventajas competitivas en los territorios, a fin de convertirlos en Multidesestinos turísticos de calidad.

Este año, Programa Pueblos Vivos fue lanzado bajo un enfoque denominado “Producto Multidesestino”, que busca fortalecer el diseño y posicionamiento de circuitos y rutas turísticas, bajo una nueva

plataforma basada en cuatro pilares: turismo, innovación, conectividad y asociatividad.

Dichos encuentros pretenden fortalecer las capacidades de planificación y gestión de los miembros de los diferentes Comités de Desarrollo Turístico de los municipios de El Salvador para lograr que sus localidades se desarrollen turísticamente.

Durante el encuentro, los miembros del CDT de la zona occidental conocieron sobre las bases de Pueblos Vivos 2015, y de otros temas que fortalecen el desarrollo turístico bajo diferentes ponencia tales como: "Creación y promoción de Circuitos Turísticos" e "Innovación y creatividad en turismo".

Más de 91 municipios interesados en crear circuitos turísticos

El Ministerio de Turismo (MITUR) a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) llevó a cabo el pasado 27 de mayo, el tercer encuentro del año con los 90 Comités de Desarrollo Turístico (CDT) de la zona central, con el objetivo de contribuir a la especialización de los principales actores locales y referentes de turismo, en temas relacionados con la integración y promoción de circuitos turísticos.

Entre los municipios participantes al encuentro de Comités de Desarrollo Turístico de la zona central destacaron Chalatenango que cuenta con 24 CDT; La Paz, cuenta con 20; San Salvador tiene 15 CDT's, San Vicente, 14; Cuscatlán 11 y Cabañas cuenta con 6 CDT's.

"Este año queremos fortalecer el desarrollo común de nuestros municipios. Y por eso queremos organizar una oferta de Multidestinos en los territorios, tal y como se establece en la Política Nacional de Turismo que busca fortalecer el diseño y posicionamiento de Circuitos Turísticos", expresó el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán.

Además añadió, "los participantes han contado con técnicas que les ayudarán a la formulación de estrategias creativas e innovadoras orientadas al desarrollo de ventajas competitivas en los territorios, a fin de convertirlos en Multidestinos turísticos de calidad".

Este año, el Programa Pueblos Vivos fue lanzado bajo un enfoque denominado "Producto Multidestino", que busca fortalecer el diseño y posicionamiento de circuitos y rutas turísticas, bajo una nueva plataforma basada en cuatro pilares: turismo, innovación, conectividad y asociatividad.

Los CDT surgieron de la necesidad de establecer una cooperación mutua entre los gobiernos locales, los empresarios, MIPYMES turísticas, artesanos y líderes locales; incentivados por el Ministerio de Turismo y CORSATUR, en virtud de consolidar el desarrollo de sus localidades. Desde el año 2010 se han realizado 12 Encuentros de CDT, beneficiando a 2,550 personas. El año pasado, se capacitaron a 705 actores turísticos, miembros de CDT, representantes de 185 municipios a nivel nacional.

Acciones desarrolladas durante Junio 2015



Turismo en El Salvador creció 8.6% en primer año de gestión gubernamental

El 1 de junio el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, dio a conocer los principales logros durante el primer año de gestión presidencial del Prof. Salvador Sánchez Cerén, período en el que se han impulsado estrategias basados en el Plan Quinquenal de Turismo.

El funcionario destacó en su intervención que durante el período en mención el Turismo ha crecido un 8.6%, lo que esto se traduce en \$1,110 millones en ingresos turísticos a través de divisas, representando un impacto del 4.4% del Producto Interno Bruto (PIB), cifras record en los últimos 34 años.

“El Turismo en nuestro país está demostrando que es un rubro muy generoso, los empresarios cada vez más invierten en este sector generando empleos, lo que genera mayor oferta y competitividad para los visitantes”, apuntó el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán.

Otro logro puntual es la estrategia territorial del programa Pueblos Vivos, que ha impactado en el desarrollo social de los municipios a través de la puesta en valor turístico del 90% de los mismos a través de la inscripción de 235 municipios y la afluencia de más de 80,000 visitantes en la feria Pueblos Vivos, lo que conllevó a que las ventas de los micro y pequeños empresarios se triplicaran.

El Salvador participó en feria EUROAL 2015 y recibe reconocimiento como “País estrella”

El Salvador fue el epicentro de promoción como destino turístico ante turoperadores, agentes de viaje, medios de comunicación y asistentes al Salón Internacional de Turismo, Arte y Cultura (EUROAL) 2015 del 3 al 5 de junio.

Durante la Feria, El Salvador ocupó el espacio central en el recinto, con 120 metros cuadrados mostrando toda su oferta turística, gastronomía y folklor artístico, convirtiéndose en el focus central de la décima edición EUROAL 2015.

El reconocimiento “País Estrella” es entregado a países que constantemente han demostrado un compromiso en la promoción turística de su territorio y ayuda a proyectar a dichas naciones en el mercado europeo.

“Este reconocimiento es importante para el país porque demuestra que los esfuerzos de posicionamiento de El Salvador como destino turístico en Europa, principalmente en España, están dando frutos importantes generando un incremento de turistas Europeos que visitan a El Salvador; lo cual conlleva a un crecimiento en el sector turismo generando mayores oportunidades de empleo y una mayor dinámica de crecimiento”, expresó el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán.

La comitiva de empresarios salvadoreños estuvo encabezada por el titular de Turismo y nueve empresarios del rubro que durante tres días mostró su potencial turístico por tercera ocasión en el Salón Internacional de Turismo, Arte y Cultura, EUROAL.

Entre las empresas que promocionaron El Salvador, se encontraron: Hotel Roca Sunzal, Akwaterra, Puerto Barillas, Salvadorean Tours, Nach Tours, Los Almendros de San Lorenzo, Epic Tours, Bikeatour Adventure Travel & Tours y Pacific Paradise.

Durante la feria, el Ministerio de Turismo realizó una presentación oficial del destino a los profesionales presentes, asimismo hizo el lanzamiento internacional del Tour Beato Óscar Romero, con el propósito de fomentar el turismo religioso en el país.

Ministro presentó ante mesa redonda de la OMT casos de éxito en proyectos públicos-privados

El Ministro de Turismo Lic. José Napoleón Duarte Durán participó en la mesa redonda denominada "Las claves del modelo: Hacia una Aplicación Práctica en el Ámbito de la Colaboración Público Privada", organizada por la Organización Mundial del Turismo (OMT) en Torremolinos, España.

En la mesa también participaron Vicente Romero, Presidente de la Asociación Española de Directores de Hotel, Margarita del Cid, Presidenta de la Mancomunidad de Municipios de la Costa del Sol y Vicente Granados, Profesor de la Universidad de Málaga.

Durante la actividad, el Ministro expuso los casos de éxito de El Salvador en cuanto a proyectos turísticos donde se ha trabajado con el sector privado. Entre ellos destaca la reciente estrategia para captar a turistas en tránsito por el Aeropuerto Internacional Monseñor Óscar Arnulfo Romero y Galdámez, denominado "Stop Over".

Este proyecto contó con el liderazgo del sector público a través de una coordinación interinstitucional para facilitar aspectos legales entre Migración, la Comisión Ejecutiva Portuaria Autónoma (CEPA) y el Ministerio de Turismo (MITUR). Mientras que la empresa privada fue la encargada de construir la oferta de los destinos, prestar los servicios turísticos y coordinar la plataforma web del proyecto.

Entre otros proyectos que el funcionario hizo mención fue: Proyectos de promoción del destino, ferias internacionales, Competitividad turística, Gobernanza turística, y comercialización de nuevos productos turísticos.

El Salvador realizó presentación destino en España ante 150 profesionales de turismo

El Ministro de Turismo Lic. José Napoleón Durán realizó, el pasado 4 de junio, una exitosa presentación de El Salvador como destino turístico ante más de 150 profesionales de turismo que participaron en el Salón Internacional de Turismo, Arte y Cultura EUROAL 2015, la cual culminó el 5 de junio en Torremolinos, España.

"El Salvador sigue abriéndose paso en Europa. Hoy hemos realizado una presentación especial ante más de 150 personas sobre la oferta turística y la diversidad de experiencias con las que cuentan El Salvador, con el propósito de incentivar a los mayoristas a incluir a El Salvador en sus catálogos, pero también a los turistas para que visiten nuestra nación", expresó el titular del Turismo a medios de comunicación europeos.

En la misma actividad, el funcionario anunció el lanzamiento de producto que pretende aumentar el número de turistas al país y dar a conocer la historia de una salvadoreño universal, ante la presencia de cuerpo diplomático acreditado en España encabezado por el Sr. Embajador de El Salvador en España, Jorge Palencia, periodistas, tour operadores y los especialistas más importantes del sector turístico internacional.

"La ruta Beato Óscar Romero se ha concebido como un ambicioso proyecto que rinde homenaje a un arzobispo, muy conocido por su pacífica lucha en favor de los Derechos Humanos durante la guerra civil de los años 80. Su labor y reconocimiento internacional le valieron para ser nominado al premio Nobel de la Paz en 1979 y lograr su Beatificación", señaló Duarte.

Ministro destacó en España avances en competitividad turística de El Salvador

El Ministro de Turismo Lic. José Napoleón Duarte Durán destacó ante profesionales del turismo de Europa los avances del país en Competitividad Turística, basado en el reciente informe del Foro Económico Mundial del último día de la feria EUROAL 2015.

“En la anterior edición 2013 (el estudio se realiza cada dos años), ocupaba la posición 104, y este año ocupa la casilla 91, avanzado 13 puntos en competitividad turística en dos años y recuperando los índices de 2009, previo a la crisis económica Mundial, con una calificación de 3.41 sobre 7”, expresó el funcionario durante una reunión privada con altas autoridades de Turismo de Europa y América Latina.

De acuerdo con el informe, el país muestra avances sustanciales en varios de los 14 indicadores en una escala de evaluación del 1-7, entre ellos la Priorización y viaje de turismo pasando de una evaluación de 4.1 a 4.5, en el periodo de comparación.

El subíndice con mayor avance fue el relacionado con la “Eficacia de marketing para atraer a los turistas” el cual pasó de una evaluación de 3.9 en 2013 y la posición 101 de 140 naciones, a 4.5 de evaluación y la posición 70 de 141 países. En cuanto al índice de ICT Readiness, referido a los servicios en línea y operaciones en negocios el país mejoró su evaluación pasando de 2.7 a 3.7.

Con lo que respecta a infraestructura en tierra y puertos, El Salvador avanzó en su calificación pasando de 3.4 a 4.1. Este avance se debe a la mejora en la calidad de las carreteras, así como de la infraestructura portuaria y en la red de transporte terrestre. En infraestructura de servicios turísticos el país fue calificado en 3.7 sobre 7, mientras que en 2013 obtuvo una nota de 3.3.

Empresarios valoran invertir en hotel de montaña Cerro Verde

El Vicepresidente de la República y Comisionado para la Inversión, Lic. Oscar Ortiz y el Viceministro de Turismo, Ing. Roberto Viera, presentaron el pasado 4 de junio un proyecto de “Rehabilitación del Hotel de Montaña Cerro Verde” a potenciales inversionistas colombianos.

“Esto es parte de los esfuerzos que estamos impulsando como Gobierno para dinamizar las inversiones en el país, queremos que nuestro país crezca económicamente y ya estamos trabajando para lograrlo”, aseveró el Vicepresidente Oscar Ortiz durante la vista al proyecto en dicha área con alto potencial turístico.

Asimismo, el Viceministro de Turismo, Ing. Roberto Viera dijo que “el proyecto turístico de rehabilitación del Hotel de Montaña generaría en los primeros años de funcionamiento 96 empleos directos; recibir a inversionistas interesados en el proyecto nos llena de entusiasmo ya que el Cerro Verde es un ícono para el país”, agregó el funcionario.

En julio del 2013, el Ministerio de Turismo y la Corporación Salvadoreña de Turismo declararon factible dicho proyecto, tras el estudio realizado por la firma española Pitarch Urani Associated Advisors S.L.- PAX Consulting, la cual concluyó que la ejecución del proyecto es viable. Un total de 21 personas desarrollaron el estudio de factibilidad, el cual tuvo un costo de US\$300,000 financiamiento otorgado por el Fondo Salvadoreño para Estudios de Pre Inversión (FOSEP).

En este contexto, el estudio, realizado durante siete meses, se enfocó en cuatro ejes de trabajo: Turismo, Sostenibilidad, Identidad y Negocio que ayudaron a concluir la factibilidad mercadológica,

técnica, legal, ambiental, financiera, socio-económica, entre otros aspectos.

La inversión estimada para rehabilitar el Hotel de Montaña Cerro Verde ronda los US\$10 millones, según evaluaciones de la consultoría y el retorno de la inversión se lograría en un periodo de 7 a 8 años.

Se proyecta que se ejecute el primer año el 20% de la inversión y a partir del segundo el 80% restante; el costo de entrada al Parque es de US\$1.00, niños menores de 5 años y adultos mayores de 60 entran gratis, abierto de lunes a domingo, desde las 8:00 a.m hasta las 4:00 p.m.

Turismo reportó \$1,110 millones en ingresos de divisas en el primer año de gestión

El pasado 18 de junio el pleno Legislativo recibió a los funcionarios del Gabinete de Gobierno quienes presentaron el respectivo Informe de Labores, exponiendo el trabajo realizado durante el primer año de gestión del Presidente Salvador Sánchez Cerén, que comprende de junio de 2014 hasta mayo de 2015.

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán enfatizó que El Salvador ha mostrado un progreso significativo en el rubro turístico durante el periodo en mención, destacando importantes cifras que fomentan el Buen Vivir de los salvadoreños a través de la generación de empleo e inversiones.

“En el primer año de Gobierno hemos alcanzado en concepto de ingresos por turismo receptivo la cantidad de \$1,110.20 millones, la cifra más alta en los últimos 34 años de la historia de El Salvador, producto del ingreso de 1,9 millones de visitantes... Es vital señalar que los datos antes mencionado han ido en concordancia con el crecimiento del Fondo de Contribución Especial, que se alimenta del cobro 5% en alojamientos y del cobro de \$7 por boleto

aéreo vendido”, señaló el funcionario durante su intervención ante los legisladores.

“En 2009, los ingresos por alojamiento eran de \$2.7 millones y para el 2015, los ingresos estimados alcanzan los 4.87 millones, es decir un crecimiento del 74.5%. Mientras que los ingresos por la venta de boletos aéreos alcanzará los 6.3 millones, 27.7% mayor a la recaudación de 2009”, Añadió el ministro Duarte.

El funcionario resaltó además que el Turismo tiene un impacto considerable en la economía de El Salvador, esto se ve reflejado en la incidencia que tiene el rubro en el Producto Interno Bruto que es del 4.4%, en el 2013 era de 3.7%, según datos del Banco Central de Reserva.

El Ministro de Turismo, recalcó que en este periodo se han implementado nuevas estrategias, como el Proyecto Stop Over El Salvador, confirmando que más de 190 turistas han hecho uso del nuevo mecanismo vaticinando en potenciar esta herramienta para que sus retribuciones sean mayores.

MITUR y CORSATUR respaldaron el evento “The Food and Drink Trade Show”

MITUR a través de CORSATUR respaldo a los representantes de la Asociación de Restaurantes de El Salvador, ARES, durante la inauguración la 2ª edición del evento denominado “The Food and Drink Trade Show 2015”, el cual se realizó del 22 al 24 de junio en el Pabellón Centroamericano del Centro Internacional de Ferias y Convenciones, CIFCO.

Los asistentes pudieron participar en diferentes actividades educativas y de negocios como: competencias de chef, demostraciones culinarias y muchas sorpresas más, las cuales se realizarán en el área denominada “Kitchen Stadium”,

donde la marca mabe instaló cocinas y refrigeradoras.

“Sin duda la industria gastronómica ha tenido un auge importante en los últimos años en nuestro país, basta revisar a corto plazo algunas estadísticas que maneja el Ministerio de Turismo. Solo en el último año, me refiero a junio 2014 a mayo 2015, hemos aprobado cinco proyectos de Interés Turístico Nacional, de los cuales tres de ellos están relacionados con el servicio de alimentos y totalizan un millón de dólares en nueva inversión”, señaló la Gerente General de CORSATUR, Arq. Rhina Reyes.

Otro ejemplo, agregó, es el informe publicado en 2014 por el Ministerio de Turismo, específicamente del polo turístico El Boquerón que sumó \$9.5 millones en inversión en ese año, de los cuales el 90% está orientado en el sector gastronómico. Las estadísticas del Seguro Social muestran que el número de empleados que genera el sector clasificados como bares, restaurantes y similares asciende a 20,792 plazas formales, y el cual representa un crecimiento del 4.91% si se compara con el año 2013.

Se contó con la intervención de los conferencistas internacionales: Cheff Johann Schuster, Chef Joaquín Rodas, Chef Hoss Fuentes y Chef Jorge Alvarado, quienes hablaron sobre tendencias, herramientas y soluciones para el éxito de los negocios. El programa también incluyó la participación de expertos chef nacionales.

MITUR e ISTU inauguraron remodelación del Parque Acuático Atecozotl en Sonsonate

El Instituto Salvadoreño de Turismo junto al Ministerio de Turismo, realizaron el pasado 26 de junio la Inauguración oficial de la remodelación del “Centro Recreativo y Ancestral Atecozotl”, ubicado en Izalco Sonsonate.

Este Proyecto de remodelación es una obra ejecutada durante el primer año de Gobierno del Presidente de la República Prof. Salvador Sánchez Cerén, representando para el Órgano Ejecutivo el rescate de la identidad “Náhuatl Pipil de El Salvador”.

El costo de la inversión del Proyecto asciende a US\$875,206.62 dólares provenientes de Fondos GOES y de recursos propios, los cuales fueron utilizados para la construcción y supervisión del proyecto en un tiempo de ejecución 150 días calendarios. La empresa ESCOBAR-ALFARO Ingenieros S.A de C.V fue la encargada de la construcción y VERFE S.A de C.V supervisó la obra, contribuyendo a la generación de 80 empleos temporales directos y más de 200 indirectos.

El ISTU espera recibir un incremento del 10% en visitantes, ya que el Centro Recreativo y Ancestral Atecozotl, formará parte de la Ruta Turística Náhuatl-Pipil, lanzada por el Ministro de Turismo en el año 2012 en el marco de la celebración del Baktun XIII, la cual comprende seis municipios del departamento de Sonsonate, que son: Izalco, Nahuizalco, San Julián, Santo Domingo de Guzmán, San Antonio del Monte y Cuisnahuat.

El mayor atractivo del Centro Recreativo será la remodelación del Indio Atonal convertido en un Centro Ceremonial; así como actos de sanación en el Temazcal, una construcción similar a un iglú y que en lengua náhuatl significa “casa del baño de vapor”, con una capacidad para 10 personas donde los turistas participarán en la quema de incienso, velas, canela y otras hierbas.

El ISTU invita a todas las familias salvadoreñas a la práctica de estos novedosos proyectos, de preferencia los fines de semana con previa reservación al 2260-9249 / 2222-8000, a un costo para el Circuito de Cuerdas Altas de US\$5.00,



Canopy de US\$3.00 en la zona del Balsamar y en la zona de la Piscina Popular US\$2.00 y el Temazcal tendrá un costo de US\$10.00 para turistas nacionales y US\$20.00 para extranjeros.

MITUR participó en graduación de profesionales en gastronomía de APAC

El Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán, participó en la sexta graduación del Foro Panamericano de Asociaciones Gastronómicas Profesionales, en la cual recibieron su título 13 profesionales del rubro gastronómico y culminaron con éxito los 4 módulos que exige dicha certificación.

APAC siendo la única academia en El Salvador representante del Foro Panamericano de Asociaciones Gastronómicas Profesionales, ha otorgado certificaciones internacionales para trabajar en cualquier país del mundo a más de 175 profesionales del arte culinario desde 2007.

Ministerio de Turismo y privados lanzaron San Salvador Brewing Tour

El pasado 29 de junio el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte junto al Gerente General de Cadejo, David Falkenstein y el Gerente de Mercadeo de Salvadorean Tours lanzaron oficialmente un novedoso producto turístico denominado "Stop Over Brewing Tour".

Esta nueva opción, se coloca como un atractivo para los pasajeros en tránsito que deciden optar por el Stop Over, dicho tour consiste en una experiencia única en la que los turistas visitan la planta de Cadejo Brewing Company, y donde podrán conocer a detalle el proceso de fabricación de las cervezas de dicha compañía.

"El Ministerio de Turismo está brindando todo el apoyo al sector privado en la diversificación de la oferta turística que

ofrece el país. Este tour es una opción novedosa para aquellos turistas que decidan hacer una parada en el país y conocer la ciudad, pero también ser parte de una experiencia única en Centroamérica" Expresó el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte Durán durante el lanzamiento.

Salvadorean Tours es la empresa que se encarga de promover el recorrido, los pasajeros que opten por el Stop Over y prefieran el tour serán trasladados del Aeropuerto Internacional Monseñor Óscar Arnulfo Romero hacia la planta Cadejo Brewery y viceversa.

El costo aproximado para los turistas ronda los \$75 incluyendo el traslado desde el aeropuerto y viceversa.

Recientemente Salvadorean Tours recibió un certificado de Excelencia de TripAdvisor, galardón que premia la excelencia en la hospitalidad y que se otorga sólo a negocios que hayan obtenido sistemáticamente buenas opiniones de viajeros en TripAdvisor y que hayan prestado de manera continuada un servicio superior a sus clientes.

"El lanzamiento de este nuevo Stop Over Brewing Tour refuerza nuestro compromiso en innovar constantemente nuevos servicios turísticos y crear una nueva oferta diferenciada en El Salvador. Este nuevo tour es una excelente opción para todos aquellos viajeros en tránsito que desean una experiencia única en Centroamérica mientras viajan por la región" dijo Rodrigo Moreno, Gerente de Mercado de Salvadorean Tours.

Entre los detalles del tour, está su disponibilidad durante todos los días de la semana, y estará a cargo de expertos en la materia.



Es importante destacar que para los turistas que deseen optar por el tour deberán reservar con al menos 48 horas de anticipación para tramitar la autorización de exoneración de los impuestos de salida y solicitar atención personalizada en el Aeropuerto Internacional a su llegada para que puedas disfrutar del tour al máximo.

El proyecto El Salvador Stop Over fue lanzado por el Ministerio de Turismo en abril y exime de impuestos de viajes a pasajeros en tránsito en el Aeropuerto Internacional

Monseñor Óscar Arnulfo Romero y Galdámez, con el propósito que hagan turismo en el país hasta por 48 horas.

Entre los detalles del tour, está su disponibilidad durante todos los días de la semana, y estará a cargo de expertos en la materia. Para disfrutar de esta nueva gran experiencia en El Salvador pueden adquirir el tour exclusivamente en el sitio web de Salvadorean Tours www.salvadorean.com

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 | Mayo | Junio |
| 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.



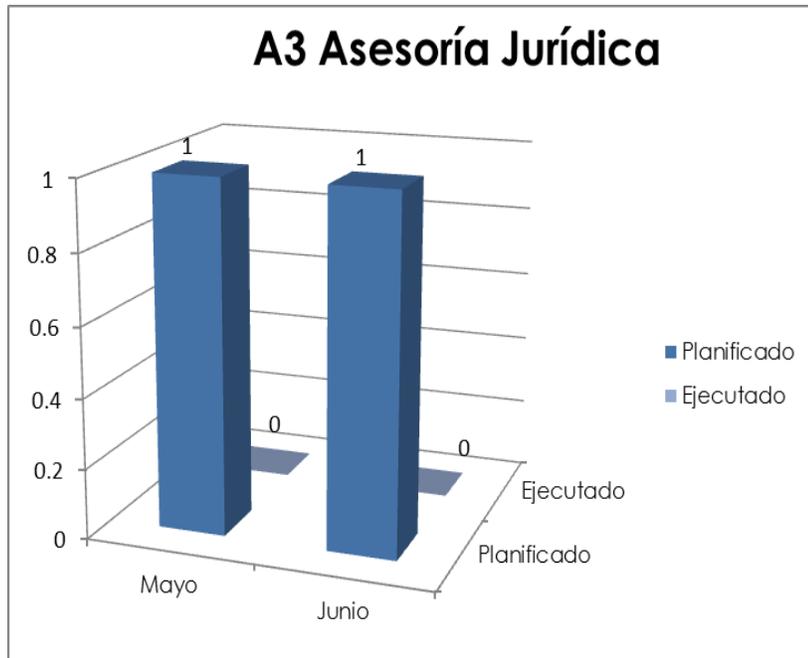
| Tabla de Datos | 2015 | |
|-------------------------------|------------|----------|
| No. de Misiones Oficiales | Porcentual | Numérico |
| Programadas por realizar | 66.67% | 4 |
| Realizadas al tercer bimestre | 33.33% | 2 |
| Total | 100.00% | 6 |

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 | Mayo | Junio |
| 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.

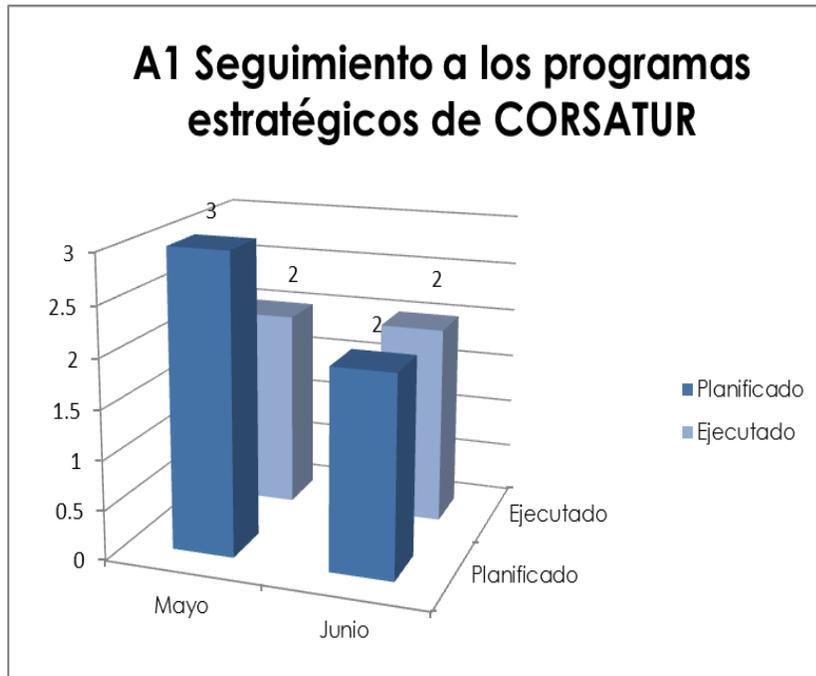
En cuanto a la medición estratégica, se especifica que Gerencia General propone como metas: Velar por el cumplimiento de las metas estratégicas a nivel institucional que nos de los reglamentos que rigen CORSATUR a través del análisis de informes recibidos, Dar cumplimiento semestralmente a todas las misiones que sean delegadas por el Director Presidente o la Junta Directiva de CORSATUR, Fortalecer las herramientas de trabajo para un mejor desempeño en la Gestión Administrativa y Lograr anualmente al menos un curso de capacitación especializada, 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 período: Mayo-Junio 2015 con su respectivo análisis de resultados.



| Tabla de Datos | 2015 | |
|-----------------------|--------|---------|
| Número de Informes | Mayo | Junio |
| Programados a recibir | 3 | 2 |
| Recibidos | 2 | 2 |
| % de ejecución | 66.67% | 100.00% |

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

| No. de informes | Mayo | Junio | Bimestre |
|----------------------------|--------|-------|----------|
| Planificados | 3 | 2 | 5 |
| Recibidos | 2 | 2 | 4 |
| Porcentaje de Cumplimiento | 66.67% | 100% | 80% |

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 Mayo – Junio 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Al evaluar el semestre, se verifico que 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 Mayo – Junio 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En cumplimiento a la Política de Ahorro y Austeridad, no se realizaron ninguna compra este año.

➤ **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 Mayo – Junio 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

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



UNIDAD DE COMUNICACIONES Y RELACIONES PÚBLICAS

Asociada al Objetivo: Investigar, desarrollar y divulgar información oportuna para dinamizar el sector turístico 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 Mayo – Junio 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En junio se realizó la entrega del informe de Memoria de Labores. En agosto se tiene previsto realizar el informe de 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 Mayo – Junio 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Entre mayo y junio, se han realizado 18 comunicados de prensa, superando la meta establecida. A la fecha se ha contabilizado la publicación de 64 comunicados superando 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:

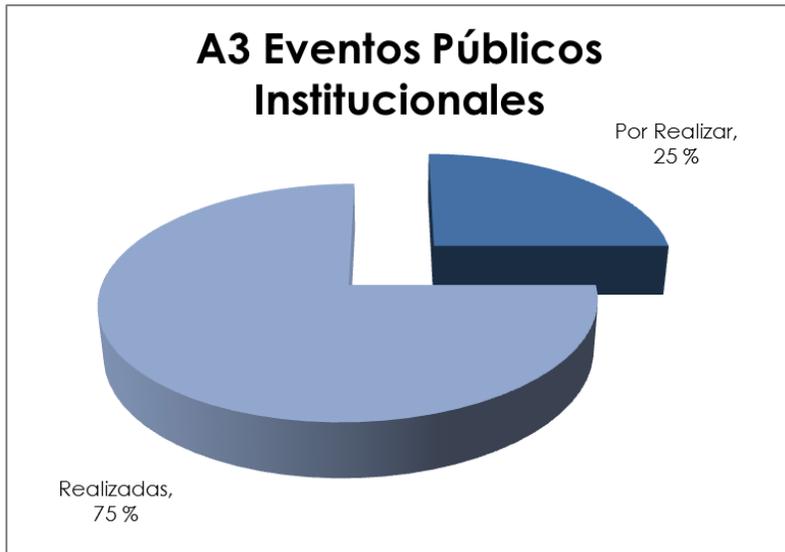
(# de eventos realizados / # eventos planificados)x 100

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

A la fecha no se ha realizado ningún evento, para agosto se tiene previsto el informe de Rendición de Cuentas y para septiembre el Premio Nacional de Turismo.

Indicador:

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



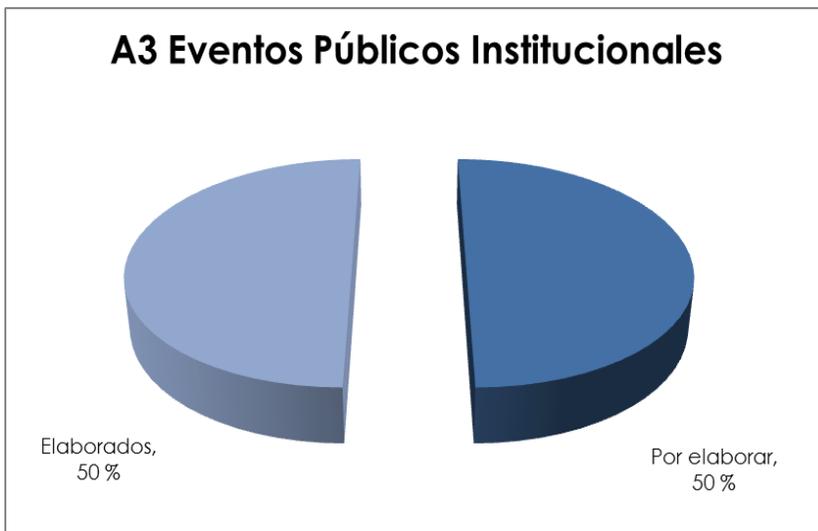
| Tabla de Datos | 2015 | |
|-----------------------------------|----------------|----------|
| No. de Conferencias de Prensa | Porcentual | Numérico |
| Anuales planificadas por realizar | 25.00% | 1 |
| Realizadas al Tercer Bimestre | 75.00% | 3 |
| Total | 100.00% | 4 |

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En el mes de mayo se desarrolló una conferencia de Prensa sobre el city tour Beato Óscar Arnulfo Romero y expectativas del Ministerio de Turismo en el ingreso del rubro Turismo religioso en el marco de la Beatificación. A la fecha se han realizado 3 conferencias de prensa en el año 2015

Indicador:

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



| Tabla de Datos | 2015 | |
|----------------------------------|----------------|-----------|
| No. de boletines institucionales | Porcentual | Numérico |
| Anuales por elaborar | 50.00% | 6 |
| Elaborados al Tercer Bimestre | 50.00% | 6 |
| Total | 100.00% | 12 |

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se han elaborado los boletines correspondientes al mes de mayo y junio. Seis boletines en lo que va del año.



➤ 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: Mayo-Junio 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

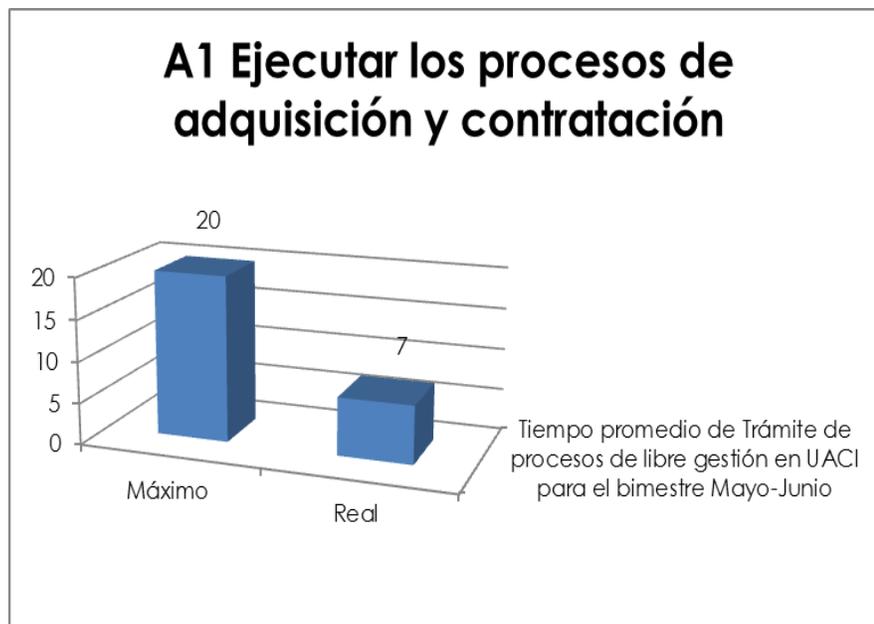
La meta **“Ejecutar los procesos de adquisición y contratación en menores tiempos de los acordados por la LACAP”** tiene 4 indicadores, los cuales se detallan a continuación:

- 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 para el bimestre: Mayo-Junio.



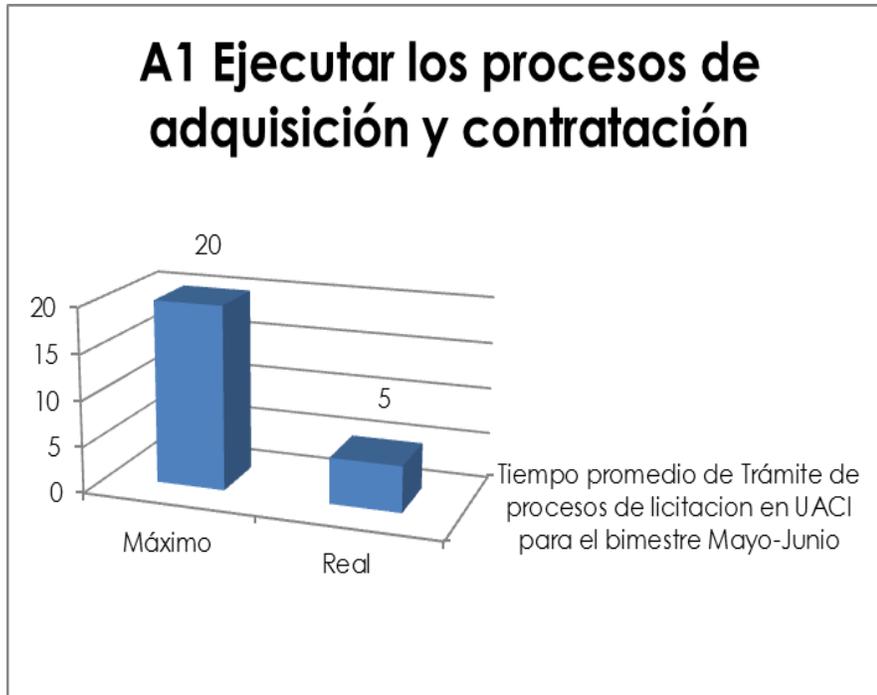
| Tabla de Datos | 2015 |
|---|------|
| Tiempo promedio de Trámite de procesos de libre gestión en UACI para el bimestre Mayo-Junio | |
| Máximo | 20 |
| Real | 7 |

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 12.

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

El indicador es de tiempo, a continuación se presenta el análisis de resultados respectivo al bimestre: Mayo – Junio.



| Tabla de Datos | 2015 |
|--|------|
| Tiempo promedio de Trámite de procesos de licitación en UACI para el bimestre Mayo-Junio | |
| Máximo | 20 |
| Real | 5 |

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

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

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

El indicador es de tiempo, a continuación se presenta el análisis de resultados respectivo al bimestre: Mayo – Junio.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Sin Contrataciones Directas



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

El indicador es de tiempo, a continuación se presenta el análisis de resultados respectivo al bimestre: Mayo – Junio.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Sin Licitación Abierta

➤ **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: Mayo-Junio 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se entregó en tiempo a través de la unidad jurídica el informe trimestral de Abril a Junio 2015 para Gerencia General.

➤ **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: Mayo-Junio 2015.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

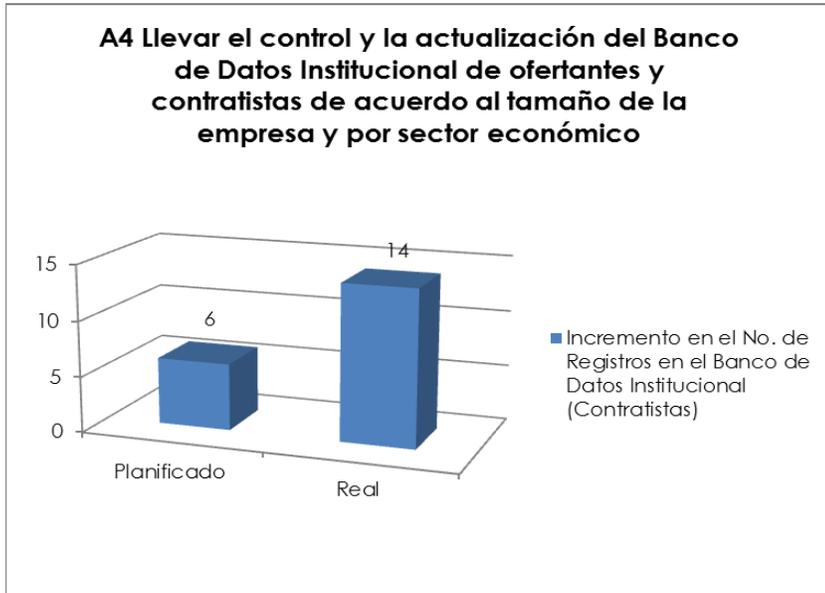
Se publicó en tiempo en COMPRASAL, 27 de marzo de 2015, según prórroga otorgada a las instituciones de gobierno central (UNAC-N-0046-2015)

➤ **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.



| Tabla de Datos | Tercer Bimestre 2015 | |
|---|----------------------|------------|
| Incremento en el No. de Registros en el Banco de Datos Institucional (Contratistas) | Numérico | Porcentual |
| | Planificado | 6 |
| Real | 14 | 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.



| Tabla de Datos | Tercer Bimestre 2015 | |
|---|----------------------|------------|
| Incremento en el No. de Registros en el Banco de Datos Institucional (Ofertantes) | Numérico | Porcentual |
| | Planificado | 14 |
| Real | 29 | 21% |

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

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se incrementó más del 10%



UNIDAD JURIDICA

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 y a la fecha ya ha sido superado, por lo que se presenta a continuación el respectivo análisis de resultados del período: Mayo-Junio 2015

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Cumplimiento conforme a lo requerido.

La meta para esta macroactividad es de 408 opiniones, a la fecha se han realizado 409 opiniones, por lo que la meta en cuestión ha sido superada.

➤ 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.”**, a través de indicador: **“Al menos 22 actos, contratos y declaraciones de voluntad que requieran intervención notarial.”** Se presenta a continuación el respectivo análisis de resultados del período: Mayo-Junio 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 el análisis de resultados de la meta **“Representar los intereses de la Institución frente a terceros, cuando así se requiera”**.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Cumplimiento conforme a lo requerido.



UNIDAD AMBIENTAL

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 respectivo análisis de resultados del período: Mayo - Junio 2015

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Capacitados por la Unidad a través de la Gerencia de Planificación 46 guías turísticos locales de la zona Para Central y Oriental, En las temáticas de Patrimonio Natural, y sensibilizados en buenas prácticas ambientales en el Turismo, Cambio Climático y Turismo. En las fechas: 27,28 y 29 de mayo de 2015 y 29, 30 de Junio y 1 de Julio de 2015

Total de personas sensibilizadas en el período comprendido entre los meses de mayo y junio 46 personas.
Total de personas sensibilizadas de enero a junio: 138.

La Unidad atiende a 2 representantes de la Alcaldía del Sauce, consulta que a través de Sra. Rita Cartagena (Gerente de Turismo Interno) llegó a la Unidad, sobre consultas como orientar el componente ambiental en EL Sauce, la Unión. Se les atiende y brinda documentos sobre la gestión municipal de Desechos, lineamientos de turismo sostenible.



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 Mayo y Junio se hicieron 4 solicitudes y 31 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 finalizado el borrador final de rendición de cuentas y se ha coordinado el evento de rendición de cuentas.

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):

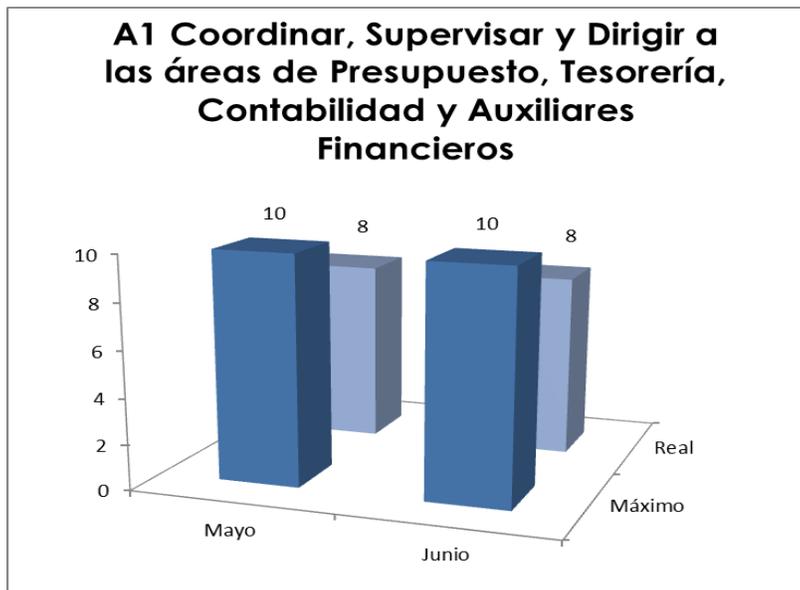
La actualización de la información del período de Julio a Diciembre 2014 (Semestre II-2014) se realizó a inicios del año 2015, actualizando los 25 ítems solicitados en el Art 10.

Asociada al Objetivo: 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 período: Mayo-Junio 2015



| Tabla de Datos | 2015 | |
|---|------|-------|
| Tiempo (días hábiles) de entrega de informe de Recaudación del Fondo de Contribución Especial | Mayo | Junio |
| Máximo | 10 | 10 |
| Real | 8 | 8 |

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Mayo

Tiempo de máximo entrega: 10 días hábiles.

Tiempo de real entrega: 8 días hábiles.

Junio

Tiempo de máximo entrega: 10 días hábiles.

Tiempo de real entrega: 8 días hábiles.

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

➤ **A2 – Ejecución del presupuesto institucional**

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 para el período Mayo - Junio 2015 con su respectivo análisis de resultados.



| Tabla de Datos | 2015 | |
|---|------|-------|
| Tiempo (días hábiles) de entrega del Informe Presupuestario | Mayo | Junio |
| Máximo | 10 | 10 |
| Real | 9 | 10 |

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Mayo

Tiempo de máximo entrega: 10 días hábiles.

Tiempo de real entrega: 9 días hábiles.

Junio

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” con el respectivo análisis para el período: Mayo – Junio se presenta a continuación:

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

Mayo

Tiempo de máximo entrega: último día hábil.

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

Junio

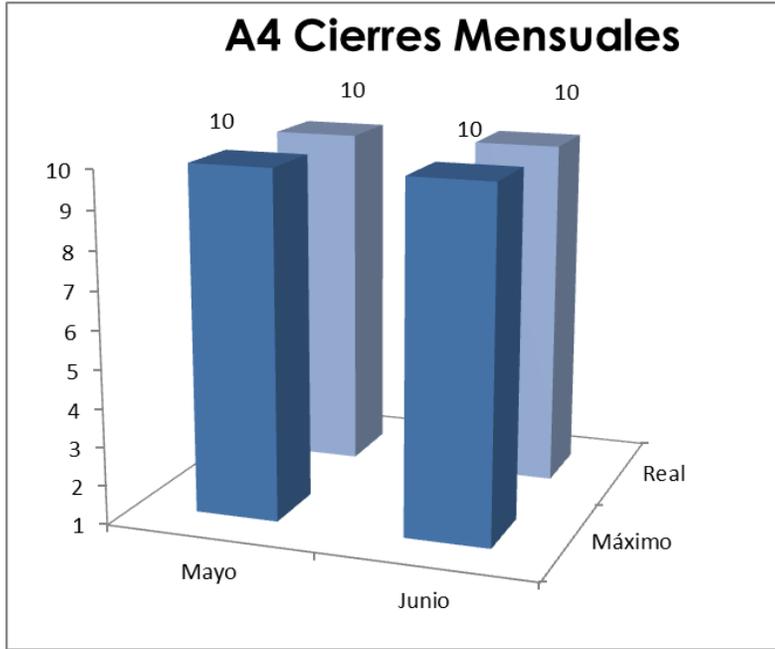
Tiempo de máximo entrega: último día hábil.

Tiempo de real entrega: 7 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”** para el período: Mayo – Junio se presenta a continuación:



| Tabla de Datos | 2015 | |
|---|------|-------|
| Tiempo (días calendario) de entrega del Cierre Fiscal mensual | Mayo | Junio |
| Máximo | 10 | 10 |
| Real | 10 | 10 |

Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

Mayo:

Tiempo de máximo entrega: el día 10

Tiempo de real entrega: el día 10

Junio:

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.

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 se hace a través de un gráfico de seguimiento, con el respectivo análisis de resultados del periodo: Mayo-Junio 2015.



Análisis de Resultados (Seguimiento y medición):

Se realizó Examen Especial a Gerencia de Mercadeo (Proceso de Promoción y Publicidad); Examen Especial a Gerencia de Mercadeo (Proceso Comercialización y Ferias) y está en proceso Examen Especial a Gerencia de Mercadeo (Proceso Adquisición, Resguardo y Entrega de Material Promocional).

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

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

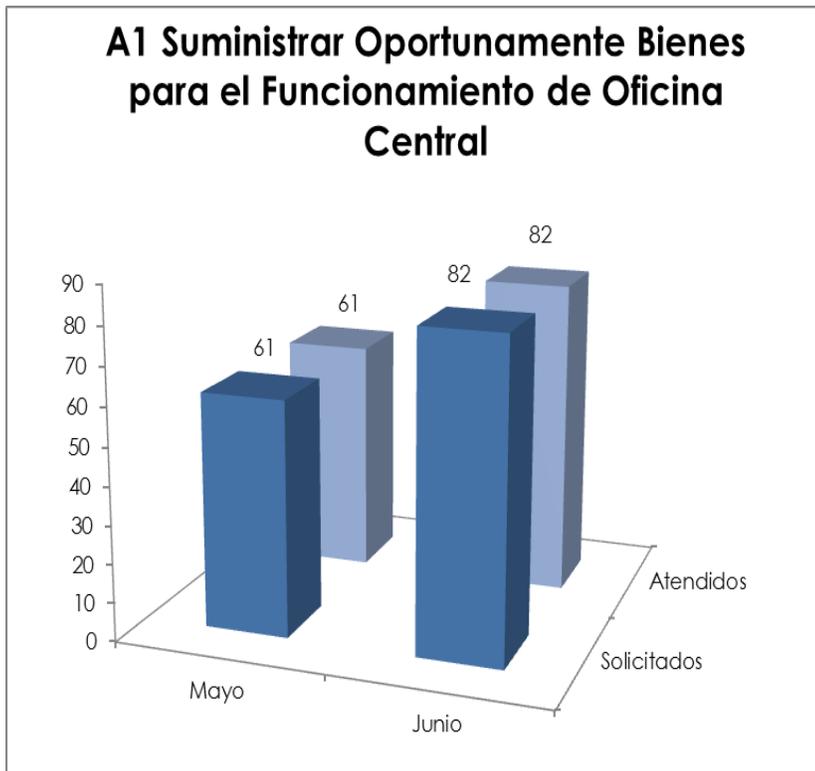
Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

El Plan de Trabajo Anual 2016 de Auditoría Interna fue elaborado en el mes de Febrero y Marzo de 2015.

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 bienes 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 comparativa mensual, con su respectivo análisis de resultados.



| Tabla de Datos | 2015 | |
|--|---------|---------|
| No. de Requerimientos de bienes de consumo | Mayo | Junio |
| Solicitados | 61 | 82 |
| Atendidos | 61 | 82 |
| 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:

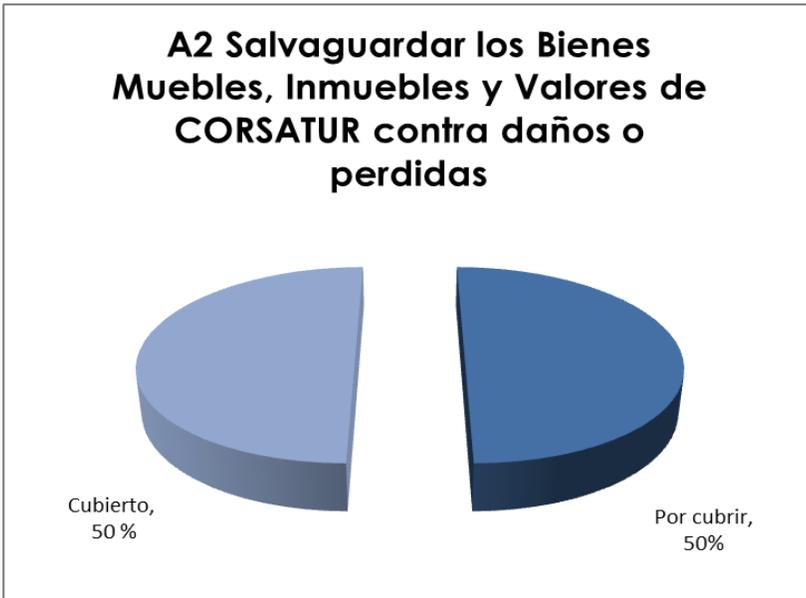
- Mayo: 100%
- Junio: 100%

➤ **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



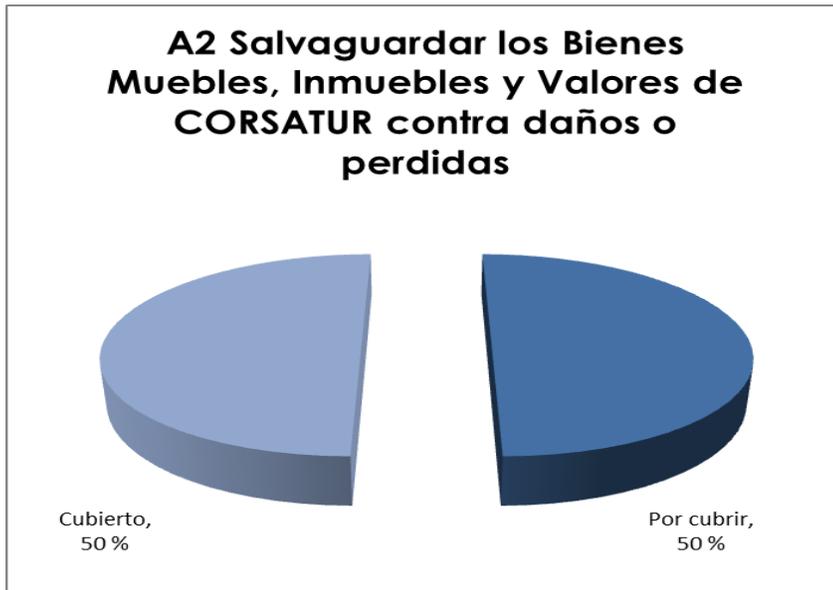
| Tabla de Datos | 2015 | |
|---|------------|----------|
| No. de Meses para cobertura de póliza de seguro | Porcentual | Numérico |
| Por cubrir al año | 50.00% | 6 |
| Cubiertos al Tercer Bimestre | 50.00% | 6 |
| Total | 100.00% | 12 |

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se tiene cubierto el bimestre en análisis.

Indicador:

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



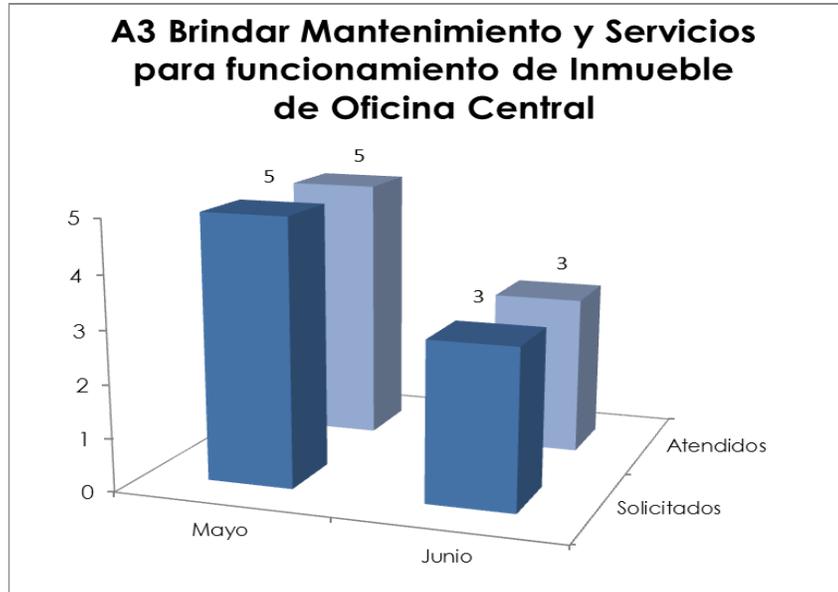
| Tabla de Datos | 2015 | |
|--|------------|----------|
| No. de Meses para servicio de vigilancia | Porcentual | Numérico |
| Por cubrir al año | 50.00% | 6 |
| Cubiertos al Tercer Bimestre | 50.00% | 6 |
| Total | 100.00% | 12 |

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 | |
|---|---------|---------|
| No. de Requerimientos de mantenimiento de instalaciones, mobiliario y/o equipos | Mayo | Junio |
| Solicitados | 5 | 3 |
| Atendidos | 5 | 3 |
| Porcentaje de cumplimiento | 100.00% | 100.00% |

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 el resultado siguiente:

- Mayo: 100 %
- Junio: 100 %

➤ **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 | |
|----------------------------------|---------|---------|
| No. de Solicitudes de Transporte | Mayo | Junio |
| Recibidas | 163 | 186 |
| Atendidas | 163 | 186 |
| Porcentaje de cumplimiento | 100.00% | 100.00% |

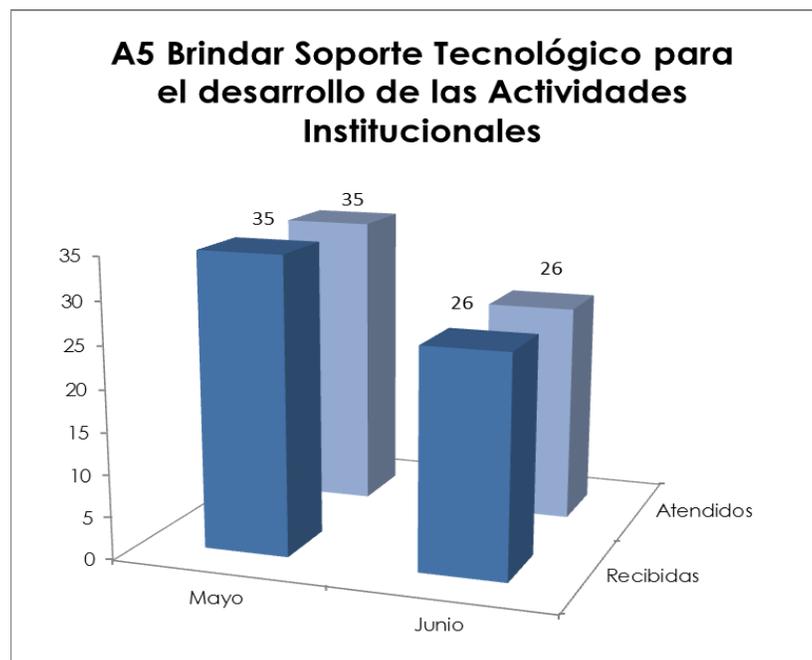
Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

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

- Mayo: 100 %
- Junio: 100 %

➤ **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 para el bimestre Mayo-Junio:



| Tabla de Datos | 2015 | |
|---|---------|---------|
| No. de Solicitudes de requerimientos tecnológicos | Mayo | Junio |
| Recibidas | 35 | 26 |
| Atendidos | 35 | 26 |
| Porcentaje de cumplimiento | 100.00% | 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 análisis se ha logrado el siguiente resultado:

- Mayo: 100 %
- Junio: 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 el siguiente resultado:

- Mayo: 93.95 %
- Junio: 85.63 %

A continuación el detalle de las actividades realizadas:

| Actividades | Mayo | Junio |
|------------------------------------|---------------|---------------|
| Renovar plazas activas | No programada | No programada |
| Elaboración contratos personal | No programada | No programada |
| Realizar 1 planilla al mes. | 100% (1/1) | 100% (1/1) |
| Realizar contrataciones requeridas | 100% (6/6) | 100% (2/2) |
| Realizar inducción | 83.33%(5/6) | 50%(1/2) |
| Capacitar 80% del personal | 92.5% (74/80) | 92.5% (74/80) |
| Realizar 2 evaluaciones al año | No programada | No programada |
| % de cumplimiento: | 93.95% | 85.63% |

➤ 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):

La meta es cumplir el 100% con las prestaciones en base a la normativa interna vigente, en el bimestre en cuestión se ha logrado el siguiente resultado:

- Mayo: 63.26 %
- Junio: 92.50 %

A continuación el detalle de las actividades realizadas:

| Actividades | Mayo | Junio |
|--|---------------|---------------|
| Uniformes al personal | No programada | No programada |
| Desarrollar habilidades y competencias | 92.5% (74/80) | 92.5% (74/80) |
| Botiquín médico | No programada | No programada |
| Carnets de identificación | No programada | No programada |
| Cobertura Póliza | No programada | No programada |
| Prestación económica | 100% (1/1) | No programada |
| % de cumplimiento: | 96.25% | 92.50% |



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

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

| No. de campañas nacionales | Mayo | Junio | Bimensual |
|----------------------------|------|-------|-----------|
| Planificadas | 2 | 0 | 2 |
| Realizadas | 2 | 0 | 2 |

En el mes de Mayo se realizó la campaña de promoción al City Tour Monseñor Romero en el marco de la beatificación, dicha campaña expuso los destinos que comprenden dicho producto, motivando a la población a conocer sobre la historia del Beato Óscar Romero. La campaña tuvo exposición en Prensa, Radio y Medios digitales.

De igual manera en Mayo se inició con la campaña de mantenimiento denominada "Desconéctate" la cual incentiva a desconectarse de la rutina y conocer y vivir experiencias en nuestros destinos, dicha campaña finaliza el 4 de Julio 2015, la campaña tuvo exposición en Radio, TV, Medios exteriores y medios digitales.

La meta para este indicador es el desarrollo de 3 campañas a nivel nacional, a la fecha se han realizado 4, con lo que se sobrepasa la meta planteada para este indicador.

Indicador:

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

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

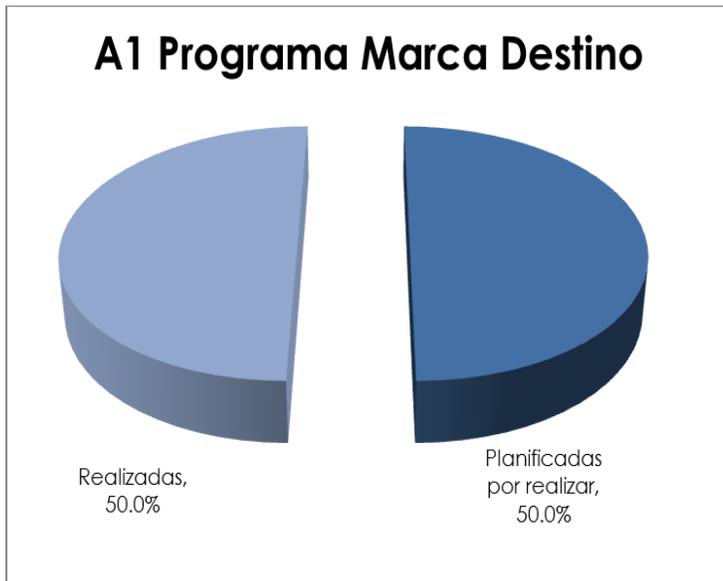
| No. de campañas internacionales | Mayo | Junio | Bimensual |
|---------------------------------|------|-------|-----------|
| Planificadas | 1 | 0 | 1 |
| Realizadas | 1 | 0 | 1 |

En el mes de Mayo se lanzó la campaña Stop Over, para promover el programa con el propósito que realice turismo en el país hasta por 48 horas. La duración será de Mayo a Diciembre 2015, en la cual se realizó la promoción en Estados Unidos, Colombia y Perú.

La meta para este indicador es el desarrollo de 2 campañas a nivel internacional, a la fecha se han realizado 4 campañas internacionales, con lo que se sobrepasa la meta planteada para este indicador.

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 | 50.0% | 10 |
| Realizadas al Tercer Bimestre | 50.0% | 10 |
| Total | 100.00% | 20 |

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

| No. de ferias internacionales | Mayo | Junio | Bimensual |
|-------------------------------|------|-------|-----------|
| Planificadas | 1 | 1 | 2 |
| Desarrolladas | 1 | 1 | 2 |

De acuerdo al Plan de Ferias y Eventos Internacionales para el año 2015, en el mes de Mayo se participó en la Feria Expo tour y en el mes de Junio en la Feria EUROAL. **A la fecha se han realizado 10 ferias internacionales.**

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



| Tabla de Datos | 2015 | |
|--|------------|----------|
| Personas atendidas en viajes de familiarización y prensa | Porcentual | Númérico |
| Planificadas por atender en el transcurso del año | 60.71% | 85 |
| Atendidas al Tercer Bimestre | 39.29% | 55 |
| Total | 100.00% | 140 |

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

El mes de mayo se realizó un viaje de familiarización, atendiendo a dos pasajeros. En el mes de junio se realizó 1 viaje de familiarización y 4 viajes de prensa, atendiendo a un total de 23 personas.

Indicador:

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

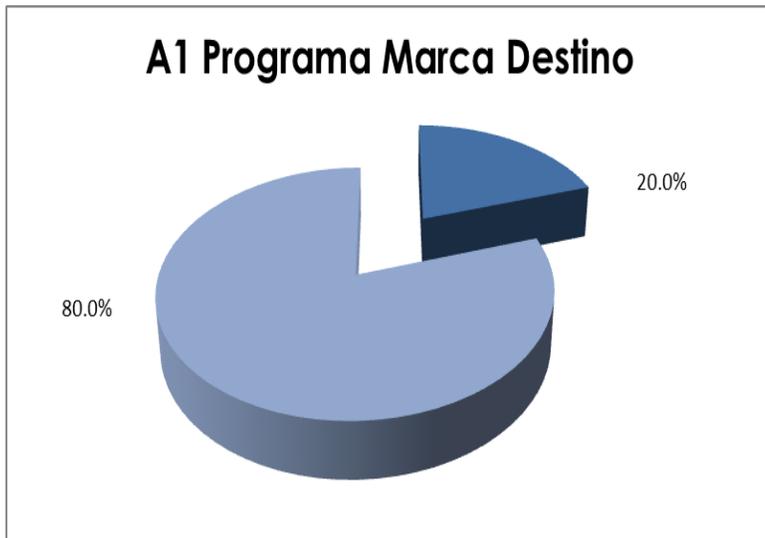
Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

La Feria El Salvador Travel Market está programada para realizarse en el mes de Noviembre 2015. En relación a los avances realizados para el desarrollo de la Feria, se informa que se está trabajando en la definición de la agenda a desarrollarse y también se comenzara a la elaboración de los TDR para las diferentes contrataciones.

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



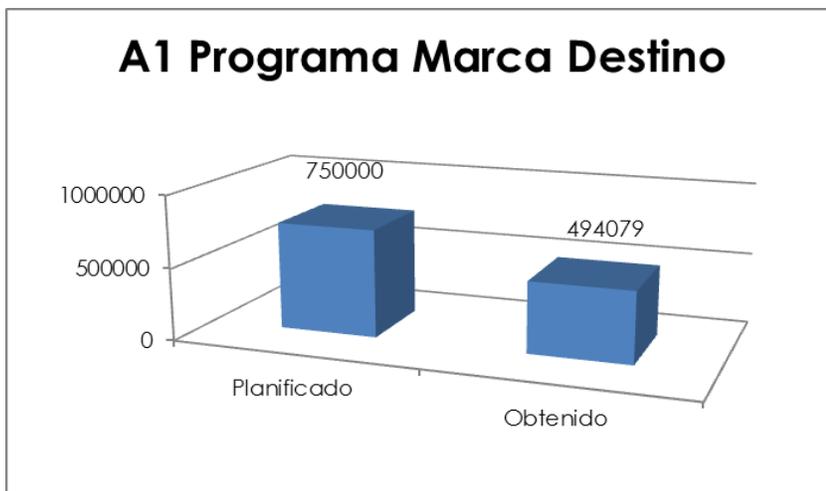
| Tabla de Datos | 2015 | |
|--|------------|----------|
| No. de Investigaciones de Mercado | Porcentual | Numérico |
| Planificados por realizar al finalizar el presente año | 20.0% | 1 |
| Realizadas al Tercer Bimestre | 80.0% | 4 |
| Total | 100.00% | 5 |

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

La meta para este año 2015 es realizar al menos 5 investigaciones de mercado. Durante el mes de mayo y junio de 2015 se realizó 2 investigación siendo las mismas que se reportaron en enero, ya que se realizaron en dos etapas, del uno de enero al 19 de junio de 2015 mediante prorrogas de contrato y del 20 de junio al 31 de diciembre de 2015, mediante contrato, cumpliéndose la meta en un 100%, de acuerdo a lo planificado en el bimestre. La encuesta que se realizó en este bimestre es el Levantamiento del Perfil y Gasto del Visitante Internacional y Movimientos Turísticos en Fronteras Terrestres y Aeropuerto Internacional de El Salvador Monseñor Oscar Arnulfo Romero y Galdámez "segundo semestre año 2015., Entre los principales indicadores que se obtienen de acuerdo a cada investigación podemos mencionar : Gasto turístico internacional, llegadas de visitantes internacionales, cantidad de viajes en concepto de turismo interno que realizan los salvadoreños dentro del territorio nacional, gasto total y diario, porcentaje de ocupación hotelera, entre otros. Queda pendiente una investigación aún de realizar la cual se encuentra en la etapa de venta de bases (Rutas turísticas)

Indicador:

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



| Tabla de Datos | 2015 |
|---|--------|
| No. (acumulado) de likes en el facebook | 2015 |
| Planificado al finalizar el año | 750000 |
| Obtenido al tercer bimestre | 494079 |

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

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

Al mes de Mayo:

495,263 likes (acumulados) contabilizados

Al mes de Junio:

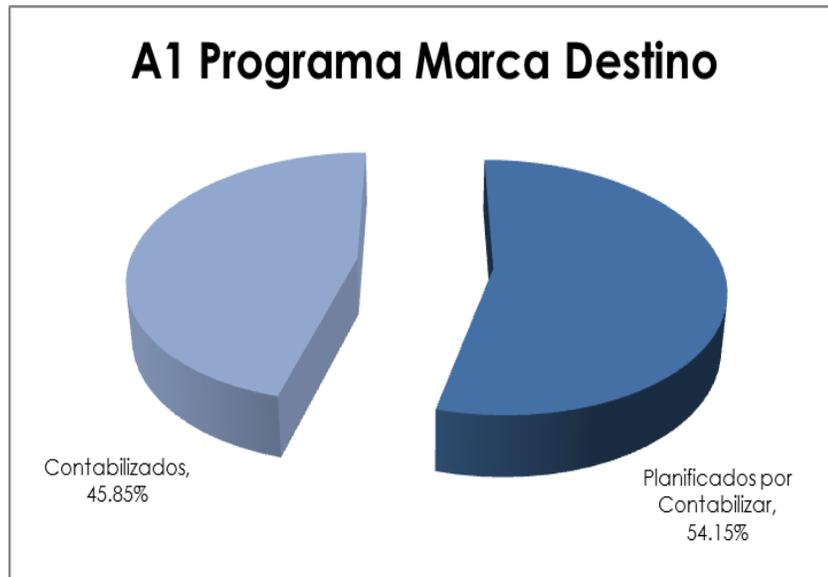
494,079 likes (acumulados) contabilizados

En el mes de mayo se vio un decrecimiento de 1581 likes (Considerando aquellos usuarios que quitan el likes a la página y otras cuentas que desaparecen o que se dan de baja este es un proceso normal de facebook para mantener su base de datos de usuarios optimizada, estos análisis los sacamos de Facebook Insights), Así mismo en dicho mes se empezó a trabajar la nueva estrategia digital y se colocaron post de mantenimiento mientras optimizamos nuestra estrategia general, otro punto es la falta de pauta en redes ya que durante estos meses no se había planificado pauta en medios digitales, además la cobertura realizada para el evento FCCA fueron los post con menos interacción.

En Junio se cerró Facebook con un total de 494,079 likes directos a la página, en relación a Mayo se tuvo un decrecimiento de 1184 (Considerando aquellos usuarios que quitan el likes a la página y otras cuentas que desaparecen o que se dan de baja este es un proceso normal de facebook para mantener su base de datos de usuarios optimizada, estos análisis los sacamos de Facebook Insights), a pesar del decrecimiento nuestras publicaciones fueron vistas por 1, 366,116 personas.

Indicador:

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



| Tabla de Datos | 2015 | |
|--|------------|----------|
| | Porcentual | Númérico |
| No. de followers | | |
| Planificados por contabilizar (acumulados) al finalizar el presente año | 54.15% | 32491 |
| Contabilizados (acumulados) al Tercer Bimestre | 45.85% | 27509 |
| Total | 100.00% | 60000 |

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

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

Al mes de Mayo:

27,382 followers (acumulados) contabilizados

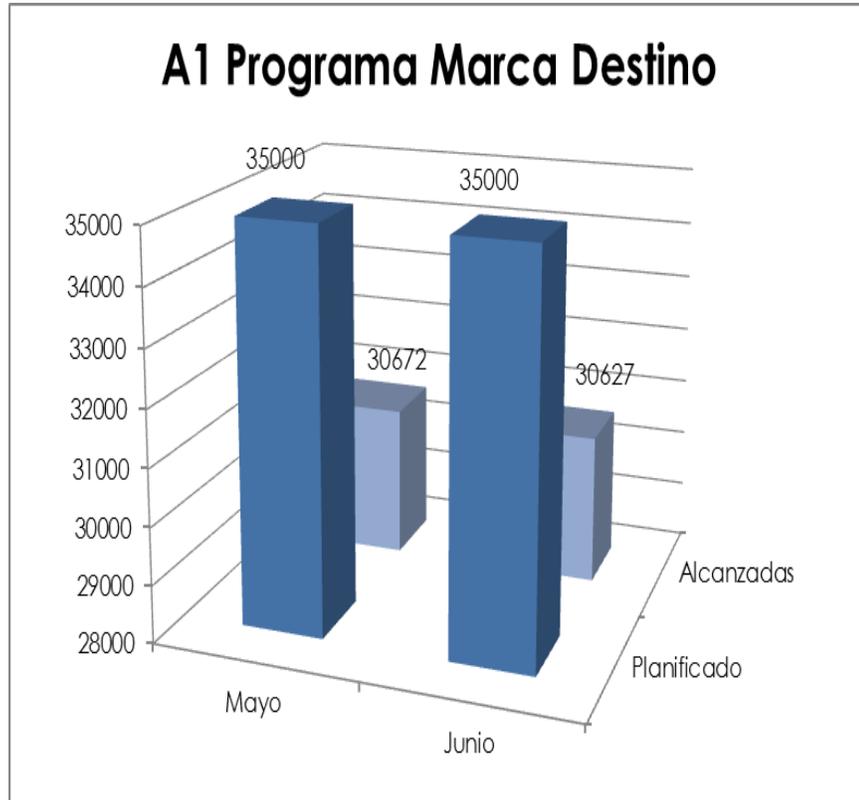
Al mes de Junio:

27,509 followers (acumulados) contabilizados

En el mes de mayo se alcanzaron 27,382 seguidores en Twitter, donde se trabajó en conjunto con facebook la campaña del Beato Oscar Romero, en Twitter se gozó con mejor aceptación de esta campaña a diferencia de facebook, pues logramos 108,100 impresiones de nuestros tweets. En el mes de junio se alcanzaron 27,509 seguidores en Twitter, sin embargo se bajaron nuestras impresiones a 78,500 por lo cual se tratara de mantener un mayor posteo.

Indicador:

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



| Tabla de Datos | 2015 | |
|----------------------------------|--------|--------|
| No. de Reproducciones en YouTube | Mayo | Junio |
| Planificados | 35000 | 35000 |
| Alcanzadas | 30672 | 30627 |
| Porcentaje de cumplimiento | 87.63% | 87.51% |

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

| No. de reproducciones en YouTube | Mayo | Junio | Bimensual |
|----------------------------------|--------|--------|-----------|
| Planificadas | 35,000 | 35,000 | 70,000 |
| Alcanzadas | 30,672 | 30,627 | 61,299 |

En el mes de mayo en YouTube alcanzamos las 30,672 reproducciones y en junio 30,627 reproducciones, esta baja en nuestra meta es debido que no se han realizado producciones en esta plataforma, sin embargo un logro importante es haber alcanzado los 2966 suscriptores a nuestro canal oficial de YouTube.

Indicador:

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



| Tabla de Datos | 2015 | |
|------------------------------|--------|---------|
| No. de Visitas en página Web | Mayo | Junio |
| Planificadas | 150000 | 150000 |
| Reales | 75969 | 162499 |
| Porcentaje de cumplimiento | 50.65% | 108.33% |

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

| No. de visitas en página WEB | Mayo | Junio | Bimensual |
|------------------------------|---------|---------|-----------|
| Planificadas | 150,000 | 150,000 | 300,000 |
| Reales | 75,969 | 162,499 | 238,468 |

En el mes de mayo logramos 75,969 visitas a nuestro sitio web logrando una buena estadía promedio de 02:48 minutos.

En el mes de junio alcanzamos las 162,499 visitas a nuestro sitio, logrando un 125% de nuestra meta, lo que nos hizo subir 179,219 posiciones en el ranking de alexa.com

Indicador:

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

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

No se ha realizado la gestión



➤ 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):

El lanzamiento del evento Pueblos Vivos, se realizó en el 25 de marzo de 2015, con el objetivo primordial de promover el turismo interno en el país, con el fin de atraer más turistas extranjeros.

A continuación se presenta la programación de los eventos contemplados para esta macroactividad que faltan por realizar:

- La Feria se tiene programada para el mes de septiembre 2015.
- La premiación se tiene programada para el mes de octubre 2015.

Actualmente se está trabajando en el diseño del montaje de la Feria.

➤ 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.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

El cumplimiento en la Participación y/o realización de los eventos desarrollados, para el bimestre Mayo-Junio se detalla a continuación:



- ✚ III Cumbre de Cruceros Centroamericano
- ✚ Realización presentación a Estudiantes de Universidad de Costa Rica como parte de Apoyo Técnico.
- ✚ Realización disertación sobre temas de Turismo y Oferta Turística de El Salvador en Universidad Francisco Gavidia de Santa Ana.
- ✚ Disertación a Consejeros Económicos de Inversión de Cancillería para informar sobre las características de El Salvador, Destinos turísticos, Infraestructuras etc.
- ✚ Activaciones CTPLL Día del Padre

Cabe mencionar que la meta para esta indicador ya ha sido cumplida, ya que se esperaba la realización de 7 eventos anuales y a la fecha se ha realizado 13 eventos.

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):

El cumplimiento de participación en Ferias Nacionales para el bimestre en cuestión se detalla a continuación:

- ✚ Food & Drink Trade Show.
- ✚ III Foro Consultivo Regional de la Política CA de Gestión Integral de Riesgo de Desastres PCGIR.

A la fecha se ha participado en 3 ferias nacionales, alcanzando el 100% de cumplimiento para este indicador.

➤ 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 | Numérico |
| No. de Ruedas de Negocios Planificados por participar al finalizar el presente año | 33.3% | 1 |
| Participación al Tercer Bimestre | 66.7% | 2 |
| Total | 100.00% | 3 |

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

De acuerdo al Plan de Ferias y Eventos Internacionales para el año 2015, para el mes de mayo y junio no había programada ninguna rueda de negocios dentro del Plan. A la fecha se han desarrollado 2 ruedas de negocios.

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 | |
|--|------------|----------|
| | Porcentual | Numérico |
| No. de Caravanas Turísticas Internacionales Planificados por realizar al finalizar el presente año | 50.0% | 1 |
| Realización al Tercer Bimestre | 50.0% | 1 |
| Total | 100.00% | 2 |

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

De acuerdo al Plan de Ferias y Eventos Internacionales para el año 2015, para el mes de mayo y junio no había programada ninguna caravana turística dentro del Plan. A la fecha se ha realizado una caravana turística.



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):

Ya se realizaron viajes de familiarización y prensa del Tour de pesca Artesanal, se tiene la propuesta de fecha del lanzamiento para el mes de julio. Ya se cuenta con material para la promoción, solo en espera de aprobación final.

Se está trabajando en el desarrollo de otros productos, tales como:

- ✚ Tour de la Montaña
- ✚ Tour del Café
- ✚ Turismo Medico, entre otros.

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):

Se inició el proceso para la elaboración de los mapas, se producirán 146,000 mapas, el monto presupuestado para esta actividad se comprometió en el mes de Junio.

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):

No se ha realizado la gestión

➤ **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):

El Proyecto Stop Over es un éxito, ya que ha tenido un crecimiento mes a mes en la participación activa, durante el mes de mayo 34 pasajeros se inscribieron en tour y durante el mes de junio se inscribieron 36 pasajeros.

Las marcas han tenido una exposición en las instalaciones aeroportuarias, así como con los tour operadores que manejan los grupos de pasajeros.

A partir del mes de enero a la fecha, han realizado tours 125 pasajeros, con los diferentes tour operadores afiliados al programa.





➤ 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):

En proceso de diseño.

➤ 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 debido al cumplimiento de la política de ahorro y austeridad

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

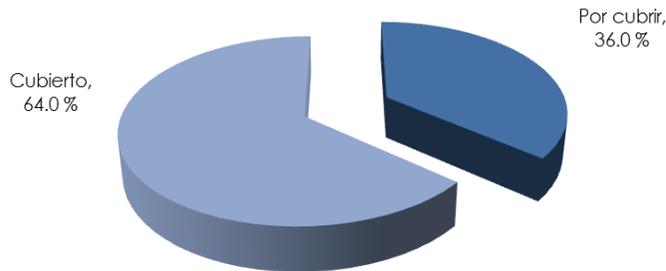
Promover el desarrollo de una estructura orgánica que permita elevar la calidad de los servicios ofrecidos por CORSATUR, mediante la mejora de la gestión de calidad al interior de la Corporación, por medio del sistema de gestión de calidad, con un enfoque basado en procesos para lograr una cultura de 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, a continuación se presenta un gráfico de seguimiento y su respectivo análisis de resultados.

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



| Tabla de Datos | 2015 | |
|---------------------------------|------------|----------|
| No. de actores capacitados | Porcentual | Numérico |
| Por beneficiar al año | 36.0% | 54 |
| Beneficiados al Tercer Bimestre | 64.0% | 96 |
| Total | 100.0% | 150 |

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Durante el período se ejecutaron los cursos de: Inglés San Salvador, Inglés Occidente, Guías Paracentral y guías El Cuco, atendiendo a un total de 96 actores claves, **atendiendo a un total de 37 municipios** a nivel nacional.

A la fecha se encuentra en proceso de contratación:

- ✚ Capacitación para Tour Operadores (25 participantes)
- ✚ Curso de Portugués en la zona oriental (30 participantes).

➤ 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):

En proceso de contratación, pendiente solicitar ofertas a través de UACI Institucional

➤ 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):

CORSATUR ha seleccionado a 11 empresas interesadas en la certificación y se ha remitido nota formal al OSN para que inicie con la primera fase del proyecto.



➤ **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 adjudicó a Impresos Múltiples y a la UCA la contratación está en proceso de ejecución

➤ **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):

El proceso se adjudicó a la empresa consultora Aguilar y Aguilar, se ejecutará en Agosto 2015

➤ **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.

➤ **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):

En proceso de adjudicación, por segunda vez se solicitaron ofertas.



➤ **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):

La acción se desarrolló el 13, 20 y 27 de Mayo, ha sido finalizada al 100%

➤ **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):

Proceso en recepción de ofertas

➤ **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):

Los fondos de esta acción se han re direccionado para Cursos de Guías turísticos Locales (Opico y Nahuizalco), para dar solución a diferentes necesidades del sector y además se ha creado la capacitación y asistencia técnica para el sector de cruceros.

➤ **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 Abril a Octubre 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 periodo específicos para la consecución de objetivos definidos, por lo que se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

La Secretaria Técnica y de Planificación de la Presidencia, conforme al Art.55 del Reglamento Interno del Órgano Ejecutivo, ha emitido el documento denominado “Lineamientos para la Planificación Estratégica de las Instituciones del Órgano Ejecutivo, siendo únicamente bajo las directrices allí contenidas que deben formularse los planes estratégicos, en aras de uniformizar la planeación estratégico gubernamental, para un mejor control, seguimiento y alineamiento con el Plan Quinquenal de Desarrollo, la Gerencia de Planificación considera que este documento provee los insumos que se pretendía con esta acción, por lo que esta queda sin efecto según el Acuerdo No. 2162-274/2015

➤ A13 – Capacitación y Asistencia Técnica para Actores del Sector de Cruceros

Los resultados de la meta: **“Beneficiar a 75 actores clave en la industria turística que se relacionen con Turismo de Cruceros”** 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 periodo específicos para la consecución de objetivos definidos, por lo que se presenta el respectivo análisis de resultados.

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

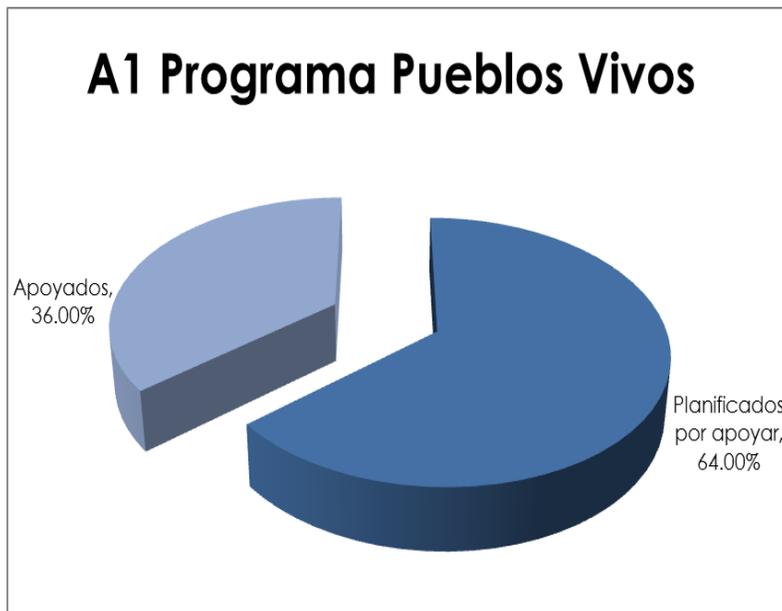
En proceso de contratación de empresa internacional AQUILA para certificaciones de guías y tour operadores. Los TDR para contrataciones de cursos de inglés e inocuidad alimentaria están en proceso.

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, a continuación se presenta un gráfico de seguimiento con el respectivo análisis de resultados.



| Tabla de Datos | 2015 | |
|---------------------------------|------------|----------|
| No. de Municipios apoyados | Porcentual | Numérico |
| Planificadas anuales por apoyar | 64.00% | 32 |
| Apoyados al tercer bimestre | 36.00% | 18 |
| Total | 100.00% | 50 |

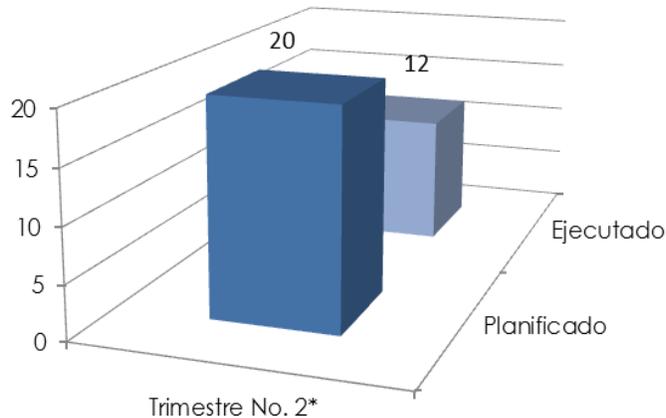
Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se han realizado durante el mes de mayo y junio, un total de 13 citytours, a la fecha se lleva contabilizada la realización de 18 citytours acumulados en el período de Enero a Junio 2015.

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, a continuación se presenta un gráfico comparativo del Trimestre No. 2 – 2015 (Abril, Mayo y Junio) con el respectivo análisis de resultados.

A2 Apoyo a los Territorios en el Desarrollo Turístico



| Tabla de Datos | 2015 |
|---|------------------|
| No. de Puntos Estratégicos de Divulgación | Trimestre No. 2* |
| Planificados | 20 |
| Atendidos | 12 |

*Los datos cuantificados son los de los meses: Abril, Mayo y Junio 2015

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

Se continúa con la entrega de material impreso, incluyendo mapas, guías turísticas, entre otros. A diferentes puntos estratégicos del país. Registrándose 5 entregas en el mes de abril 1 entrega en el mes de mayo y 6 en el mes de junio.

➤ 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.

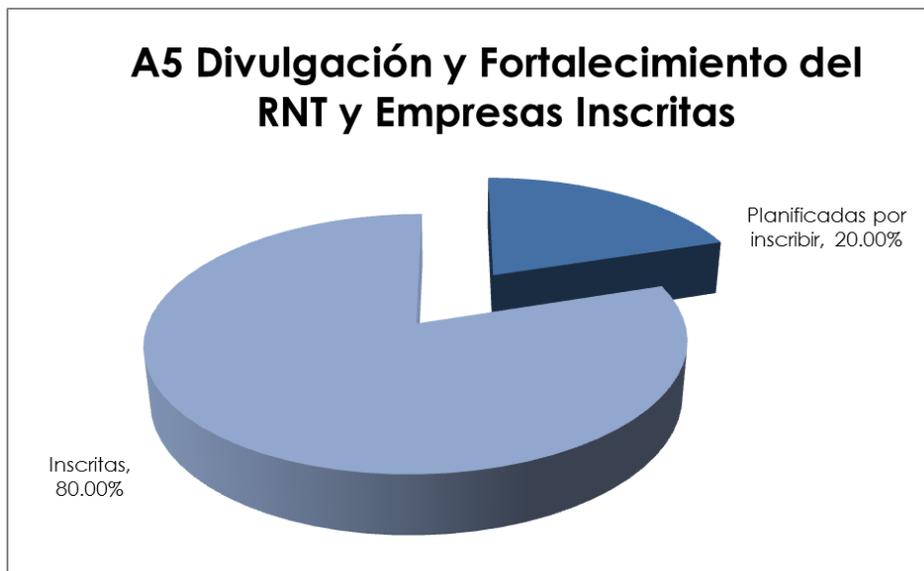
Los resultados de la meta: **“Identificar el potencial turístico y la singularidad de al menos un municipio, a través de la elaboración de un informe del mismo, durante el primer semestre del año.”** son medidos de manera anual, por lo que su rendimiento no es comparable de forma mensual, no se presentan 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 con la identificación del potencial turístico está en elaboración.

➤ **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 | Númérico |
| Planificadas anuales por inscribir al finalizar el año | 20% | 8 |
| Inscritas al tercer bimestre | 80% | 32 |
| Total | 100% | 40 |

Análisis de Resultados (Seguimiento y Medición):

En el caso del RNT, la meta se mide anualmente. Para los dos meses de mayo y junio, se cuentan con 5 y 7 empresas nuevas inscritas respectivamente. Obteniendo para el primer semestre del 2015 un 80 % de la meta total anual que son 40 nuevas.

➤ **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 a través de la realización de eventos puntuales desarrollados, 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):

De acuerdo a los tres encuentros realizados en el mes de Mayo, se obtuvo un promedio de satisfacción al cliente de 84.90%, de acuerdo al siguiente detalle: zona oriente: 78.36%; zona occidente: 78.96%; y zona central: 97.38%

No se alcanzó el promedio del 88% debido a factores externos a la planificación del evento, entre ellos: los tiempos de las autoridades a la hora de iniciar el evento, así como aspectos que refieren a las instalaciones: iluminación, ventilación y alimentación



➤ 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):

Se realizó el primer sondeo en vacaciones de Semana Santa, obteniendo un estimado de visitación a los CAT y Área de acción (localización territorial de cada CAT) de 321,826 turistas, incrementando 36,153 turistas con relación al año pasado, esto representa un incremento del 12.66 %

La próxima medición acumulativa se realizara en las vacaciones de agosto.